

**AKADEMİK VE İDARİ PERSONELİN SOSYAL AĞLARDA
GEÇİRDİKLERİ SÜRENİN İNCELENMESİ
(DOKUZ ÜNİVERSİTE ÖRNEĞİ)**

Murat GÜZEL

**YÜKSEK LİSANS TEZİ
BİLGİSAYAR EĞİTİMİ**

**GAZİ ÜNİVERSİTESİ
BİLİŞİM ENSTİTÜSÜ**

OCAK 2013

**AKADEMİK VE İDARİ PERSONELİN SOSYAL AĞLARDA
GEÇİRDİKLERİ SÜRENİN İNCELENMESİ
(DOKUZ ÜNİVERSİTE ÖRNEĞİ)**

Murat GÜZEL

**YÜKSEK LİSANS TEZİ
BİLGİSAYAR EĞİTİMİ**

**GAZİ ÜNİVERSİTESİ
BİLİŞİM ENSTİTÜSÜ**

OCAK 2013

Murat GÜZEL tarafından hazırlanan AKADEMİK VE İDARİ PERSONELİN SOSYAL AĞLARDA GEÇİRDİKLERİ SÜRENİN İNCELENMESİ (DOKUZ ÜNİVERSİTE ÖRNEĞİ) adlı bu tezin Yüksek Lisans tezi olarak uygun olduğunu onaylarım.



Yrd. Doç. Dr. Benian TEKİNDAL

Tez Yöneticisi

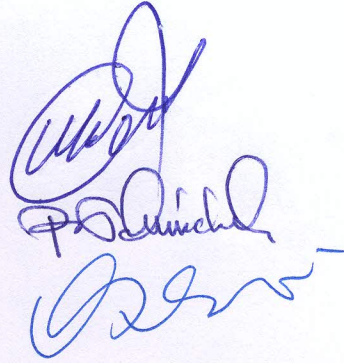
Bu çalışma, Jürimiz tarafından oy birliği Bilgisayar Eğitimi Anabilim Dalında Yüksek Lisans tezi olarak kabul edilmiştir.

Başkan : Doç. Dr. Mehmet Rahmi CANEL

Üye : Yrd. Doç. Dr. Benian TEKİNDAL

Üye : Yrd. Doç. Dr. Aslıhan TÜFEKÇİ

Tarih : 17/01/2013



Bu tez, Gazi Üniversitesi Bilişim Enstitüsü tez yazım kurallarına uygundur.

Yrd. Doç. Dr. Nurettin TOPALOĞLU

Enstitü Müdürü

TEZ BİLDİRİMİ

Tez içindeki bütün bilgilerin etik davranış ve akademik kurallar çerçevesinde elde edilerek sunulduğunu, ayrıca tez yazım kurallarına uygun olarak hazırlanan bu çalışmada orijinal olmayan her türlü kaynağa eksiksiz atıf yapıldığını bildiririm.

Murat GÜZEL

**AKADEMİK VE İDARİ PERSONELİN SOSYAL AĞLARDA
GEÇİRDİKLERİ SÜRENİN İNCELENMESİ (DOKUZ ÜNİVERSİTE
ÖRNEĞİ
(Yüksek Lisans Tezi)**

Murat GÜZEL

**GAZİ ÜNİVERSİTESİ
BİLİŞİM ENSTİTÜSÜ
Ocak 2013**

ÖZET

İletişim teknolojilerinin gelişimi sonucu doğan yeni bir medya ortamı olarak kolay ve hızlı erişilebilirliği bakımından sosyal ağlar, bireylerin her gün ulaşabildiği, çeşitli sosyal ilişkiler içerisine girdiği, bilgi paylaşımı yaptığı ve kullanıcı sayısı hızla artan platformlardır. Sosyal ağların; bilgiye kolay ve etkin erişim sağlaması, bilgi paylaşımını mümkün kılması, sosyal ve aktif öğrenme sürecini hızlandırması gibi birey üzerindeki olumlu etkilerinin yanı sıra kullanım amacı ve süreçlerine bağlı olarak bireyin yaşamı üzerinde olumsuz sosyal, ekonomik ve psikolojik etkiler de bırakmaktadır. Bireyin iş veriminin düşmesi ve bunun sonucunda iş kalitesinin düşmesi, sosyal ağ sitelerinin uzun süreli kullanımına dayalı iletişim bozuklukları ve asosyalleşme, güvenilir ve bilimsel bilgi kaynaklarına erişimin zorlaşması, bireyin ve çevresinin yaşamını olumsuz bir biçimde etkileyebilmektedir. Bu bağlamda bu çalışmada, sosyal ağ ve üniversite ilişkisini; devlet üniversitelerindeki akademik ve idari personelin sosyal ağlarda geçirdikleri süreleri inceleyeceğiz.

Bilim Kodu : 463729
Anahtar Kelime : sosyal ağ, üniversite, personel, sosyal medya, web 2.0
Sayfa Adedi : 74
Tez Yöneticisi : Yrd. Doç. Dr. Benian TEKİNDAL

**A RESEARCH ON THE TIME SPENT ON SOCIAL NETWORKS BY
ACADEMICIANS AND ADMINISTRATIVE STAFF (NINE UNIVERSITY-
EXAMPLE)
(MASTER THESIS)**

Murat GÜZEL

**GAZİ UNIVERSITY
THE INSTITUTE OF INFORMATICS
January 2013**

ABSTRACT

Social networks are the outcomes of the development in communication technologies and they have become the new media environment. In terms of their easy and fast accessibility, social networks are the platforms whose users have been increasing day by day. Here, individuals can access these platforms every day, establish various social relations and share information. Social networks have constructive effects on individuals such as; users can have easy and fast access to information, social networks enable information sharing and they can accelerate social and active learning process of the individuals. However, social networks can have negative social, economic and psychological effects on individuals' lives depending on the aim of usage and the time spent on it. Individuals' work performance decreases and as a result their work quality decreases; communication disorders and asocialization can occur as a result of long duration social network website accession; difficulty in the accession of straight and scientific information sources can occur and all these can affect the individual's life and the people around him/her negatively. In this context, we will study the time spent on social networks by academicians and administrative staff of nine universities.

Science Code : 463729
Key Words : social network, university, staff, social media, web 2.0
Page Number : 74
Adviser : Assis. Prof. Dr. Benian TEKINDAL

TEŞEKKÜR

Çalıőmalarımda her türlü desteği esirgemeyen ve beni yönlendiren danıőmanım ve değerli hocam Yrd. Doç. Dr. Benian TEKİNDAL'a teşekkür ederim.

İÇİNDEKİLER

ÖZET.....	iv
ABSTRACT.....	vi
TEŞEKKÜR.....	vii
İÇİNDEKİLER	ix
ÇİZELGELERİN LİSTESİ.....	x
TABLoların LİSTESİ.....	xi
SİMGELER VE KISALTMALAR.....	xii
1. GİRİŞ	1
2. İLETİŞİM TEKNOLOJİLERİNİN GELİŞİMİ SONUCU DOĞAN YENİ MEDYA ORTAMI OLARAK SOSYAL MEDYA	5
2.1. Yeni Medyanın Kavramsal Gelişimi.....	5
2.2 Web 2.0 Teknolojisi Olarak Sosyal Medya	7
2.3. Gelişen Sosyal Medya Ve Anlamsal Ağ.....	12
2.4 Sosyal Medya Bağlamında Sosyal Ağlar.....	12
3. YÖNTEM.....	15
3.1. Araştırmanın Amacı	15
3.2. Araştırmanın Soruları ve Hipotezler	15
3.3. Çalışma Grubu	20
3.4. Verilerin Toplanması	20
3.4.1. Anlık web erişim kayıtlarının tutulmasını ve işlenmesini sağlayan..... sunucu, yazılım ve işletim sistemleri	20
3.5. Verilerin Analizi.....	23
4. BULGULAR	24
5. SONUÇ VE ÖNERİLER	54
KAYNAKÇA.....	56
ÖZGEÇMİŞ	61

ÇİZELGELERİN LİSTESİ

Çizelge 4.1. Deneklerin unvanlarına göre frekans dağılımı.....	24
Çizelge 4.2. Deneklerin cinsiyet dağılımı	24
Çizelge 4.3. Çalışmaya katılan üniversitelerin dağılımı	25
Çizelge 4.4. Üniversitelerin bulunduğu coğrafi bölgeler	25
Çizelge 4.5. Doğum yerine göre coğrafi bölge ile unvan çapraz tablosu	26
Çizelge 4.6. Deneklerin cinsiyet ile unvan çapraz tablosu.....	28
Çizelge 4.7. Normallik testi	29
Çizelge 4.8. Kruskal-Wallis H testi sonuçları	30
Çizelge 4.9. Normallik testi	31
Çizelge 4.10. Bağımsız İki Örneklem T testi.....	32
Çizelge 4.11. Normallik testi	33
Çizelge 4.12. Kruskal-Wallis testi sonuçları.....	34
Çizelge 4.13. Normallik testi	35
Çizelge 4.14. Kruskal-Wallis testi sonuçları.....	36
Çizelge 4.15. Normallik testi	37
Çizelge 4.16. Kruskal-Wallis testi sonuçları.....	38
Çizelge 4.17. Normallik testi	39
Çizelge 4.18. Kruskal-Wallis testi sonuçları.....	40
Çizelge 4.19. Normallik testi	41
Çizelge 4.20. Kruskal-Wallis testi sonuçları.....	42
Çizelge 4.21. Normallik testi	43
Çizelge 4.22. Grup istatistikleri	44
Çizelge 4.23. Normallik testi	45
Çizelge 4.24. Kruskal-Wallis testi sonuçları.....	46
Çizelge 4.25. Normallik testi	47
Çizelge 4.26. Kruskal-Wallis testi sonuçları.....	48
Çizelge 4.27. Normallik testi	49
Çizelge 4.28. Kruskal-Wallis testi sonuçları.....	50
Çizelge 4.29. Normallik testi	51
Çizelge 4.30. Kruskal-Wallis testi sonuçları.....	52

ŞEKİL LİSTESİ

Şekil	Sayfa
Şekil 1. Web 1.0 - Web 2.0 değişimi	8
Şekil 2. Squid sunucu analiz raporu	22
Şekil 3. PHP programlama dili kullanılarak oluşturulan MySQL tablosu.....	22
Şekil 4. SQL sorgu cümlecikleri kullanılarak oluşturulan analize hazır tablo.....	22

SİMGELER VE KISALTMALAR

Bu çalışmada kullanılmış bazı simgeler ve kısaltmalar, açıklamaları ile birlikte aşağıda sunulmuştur.

Kısaltmalar	Açıklama
ARPANET	Amerikan Gelişmiş Savunma Araştırmaları Dairesi Ağı
CERN	The European Organization For Nuclear Research
İTÜ	İstanbul Teknik Üniversitesi
MIT	Massachusetts Institute of Technology
ODTÜ	Orta Doğu Teknik Üniversitesi
PHP	Hypertext Preprocessor (Personal Home Page)
SPSS	Statistical Package for the Social Sciences
SSL	Güvenli Giriş Katmanı
ULAKBİM	Ulusal Akademik Ağ ve Bilgi Merkezi
URL	Uniform Resource Locator
RSS	Rich Site Summary
FTP	File Transfer Protocol

1. GİRİŞ

Tarihsel süreçte, insanlığı bütüncül anlamda toplumsal değişime iten belli başlı dönüşümler söz konusudur. Sosyologlara göre, I. Dalga olarak adlandırılan ilk dönüşüm tarım toplumuna geçiştir. Bu geçişle beraber, doğaya hükmetmeye başlayan insanlık, evlerde atölyelerde üretim yapmaya başlamış ve üretimi ile beraber refahını da arttırmıştır. Bu aşamada sanayi üretiminin organizasyonu oluşmuş, yerel ölçekte, sınırlı sanayi bölgelerinde ve küçük mülkiyetler altında girişimci aile şirketleri kurulmaya başlamıştır[1]. Bu dönemin toplumsal yapıdaki norm ve davranış kurallarına literatürde “geleneksel davranış” denilmektedir.

II. Dalga olarak adlandırılan, bir sonraki dönüşüm ise atölyelerde ve evlerde geçime dayalı yapılan tarımsal üretimin yerini fabrikalarda yapılan kitlesel ve ticari temelli üretime bırakmasıdır. James Watt’ın 1765’de buharlı makineyi bulması ile Avrupa’da yaşanan bir dizi teknolojik gelişmeyi içine alan süreç ilerleyen dönemde Sanayi Devrimi olarak adlandırılmıştır. 19. Yüzyılın başlarına kadar süregelen bu çağda tarım toplumunun geleneksel davranışları yerini sanayi toplumunun rasyonel davranışlarına bırakmıştır. Sanayi devrimi ile ortaya çıkan ve sanayi toplumuna işaret eden “İkinci Dalga Medeniyeti” ; devasa bürokrasi, hiyerarşik, dikey ve mekanik bir örgütlenme yapısı getirmiş ve sosyal yaşamı radikal olarak değiştirmiştir[2].

İlerleyen zamanda, sanayileşme ile beraber gelişen iletişim ve bilgi teknolojileri, sosyo-ekonomik yapıyı değiştirmeye başlamış ve sanayi toplumunun da eskimesine neden olmuştur. Özellikle II. Dünya Savaşı’ndan sonra zirveye çıkan sanayileşme hareketi toplumda III. dalganın hakim olmasıyla sonuçlanmıştır. İçinde bulunulan süreçte tam olarak adlandırılmamış olan bu dalga, özellikle 1950’li ve 1960’lı yıllarda A.B.D, Japonya ve Batı Avrupa’da bilgi teknolojilerinin yoğun olarak kullanılmaya başlamasıyla tetiklenmiştir. 2000’li yıllara gelindiğinde ise sanayi toplumunun genel özelliklerini yavaş yavaş yitirmeye başladığını gözlemleyen sosyologlar, bu dönüşüm sürecini ifade etmek için, “Sanayi Sonrası Toplum”, “Bilişim Çağı”, “Sanal Toplum”, “Dijital Kültür” ve “Enformasyon Toplumu” gibi kavramlar kullanmaya başlamıştır. Toplumsal güç, tarım toplumlarında insan ve makine gücünü; sanayi toplumlarında

sermayeyi, enformasyon toplumlarında ise bilgiyi elinde bulunduranlarda olmuştur. Bu süreçlerin ortak noktası ise, her dönüşüm döneminde yeni bir toplumsal yapı, yeni normlar ve yeni davranışların da beraberinde gelmesidir.

21. yüzyıl halen bilgi çağı olarak yaşanırken teknoloji inanılmaz bir hızla gelişerek ilerlemiştir. Bilim insanları, tarım devriminin 1000 yıl, sanayi devriminin 300 yıl sürmesine rağmen bilgi devriminin 100 yılda tamamlanacağını öngörmektedir. Hızla yaşanan bilgi çağının gelişmeleri ışığında sosyo-ekonomik yapı ve davranış biçimleri de uyumlu olarak değişmeye başlamıştır. Bu döneme kadar beden gücünün yerine ikame ederek yaşamı kolaylaştıracak buluşlar yapan insan, bu dönemden sonra beyin gücünün yerine ikame edebileceği buluşlar yapmaya başlamıştır. Teknolojinin hızlı ilerlemesi ve gündelik yaşamımızda yer bulmasıyla bilgi çağına olan katkı artmıştır. Bu gelişmeler ışığında teknoloji ucuzlayarak herkesin ulaşabileceği bir düzleme gelmiştir. Bilginin güç kaynağı olduğu bu dönemde, sanal ortamlarda inşa edilen iletişim ağları sayesinde herkesin bilgiye kolaylıkla erişmesi ve bilgiyi paylaşması sağlanmıştır.

1965’lerde ortaya çıkan ve günümüze kadar oldukça geliştirilen İnternet Teknolojisi ise, yaşadığımız yüzyılının insanlarını ve bilgiyi buluşturan büyük bir sinerji kaynağı, modern bir iletişim sistemi olarak hızla yaşamımıza girmiştir. Teknolojik ilerlemeler sayesinde, şimdi her türlü bilgiye anında ve çabucak ulaşılabilen; ekonomik gelişmelerle, yeni global ekonomiler biçimlenmekte; sosyal değişimlerle de, her bir sosyal sistem, yeni iletişim biçimleri ve yeni sosyal etkileşimler oluşturacak biçimde değişikliğe uğramaktadır[3]. Bilgisayar ortamında üretilen bilginin hedef kitlelere ulaştırılmasıyla yeni medya kavramı da kelime dağarcığımızdaki yerini almıştır. Sınırların olmadığı, ortak dilin ve kültürün üretildiği küresel bir ağ ve toplum yaratılmıştır.

Teknik açıdan incelediğimizde, bu yeni değerlerin yaratılmasındaki en önemli etken ise WEB 2.0 teknolojisi olmuştur. WEB 2.0 platformunun toplumsal yaşamdaki yansımaları ise kullanıcıların kendi ürettikleri içerikleri tüm dünya ile paylaşabilmeleri ve birbirleri ile özgürce iletişim kurabilmeleri şeklinde ortaya çıkmıştır.

Gerçek dünyada yer ve zaman arasına sıkışan insanların olanaksızlıklarını ortadan kaldıran Web 2.0, sosyal medya olarak tanımladığımız farklı uygulamalarında temelini oluşturmaktadır. Facebook, Twitter, FeedFriend, Wikiler gibi çok farklı uygulamaları ile yüksek sayılarda kullanıcı yığınlarına hitap etmektedir. Bu uygulamalarla, insanlar düşüncelerini yazmakta, bunlar üzerine tartışabilmekte ve yeni fikirler ortaya koyabilmektedirler. Ayrıca kişisel bilgilerinin yanında çeşitli fotoğraflar, videolar paylaşabilmekte ve WEB 2.0 platformunun imkan verdiği ölçüde hayal ettiği uygulamaları sanal ortama aktarabilmektedir. Bu tarz sanal ortamlarda sosyal iletişim kurmaya yarayan ağlar “sosyal ağlar” olarak adlandırılmaktadır. İçinde bulunduğumuz 21. yüzyılda sosyal ağlar gün geçtikçe yaygınlaşmış ve kullanımı kişiler için zaruri hale gelmiştir. Son zamanlarda bazı isyanların, iç savaşların ve tepkisel sokak hareketliliklerinin vb.. olayların sosyal ağlar üzerinden örgütlendiği ve kitleselleştiği görülmektedir. Yaşananlar, sosyal ağların sanal dünyanın sınırsız ve özgürlükçü anlayışının da temelini oluşturduğunu ve ortaya çıkan bu düşüncelerin yaşamda bir karşılığının olduğunu göstermiştir. Sosyal ağlar üzerinden yaşanan bu toplumsal olayların gelişim süreçlerinin aldığı zaman düşünülürse, insanların sosyal medyada önemli ölçüde zaman harcadıkları görülmektedir.

Her dönüşüm sürecinde olduğu gibi burada da çeşitli toplumsal sorunlar beraberinde gelmektedir. Artık günlük yaşantımızın her alanında, ekonomi, hukuk, bürokrasi, politika, eğlence, eğitim, vb., yer alan sosyal ağlar ve toplumsal yaşamda ortaya çıkarttıkları olumsuzluklar akademik araştırmalara konu olmaya başlamıştır.

WEB 2.0’ı da, Bilgi çağının Rönesans’ı olarak tanımlarsak, sosyal ağ bağımlılığının bu süreçte önemli bir sorun olduğunu söyleyebiliriz. Her tür bağımlılıkta olduğu gibi, sosyal ağ bağımlılığında da insanın yaşam kalitesi düşmekte, çeşitli psikolojik ve toplumsal sorunlar da beraberinde gelmektedir. Kliniklerde tedavi birimleri kurulan, bazı boşanma davalarına konu olan, sigorta şirketlerinin internet bağımlılığı danışmanlığı için ödenek ayırmasının gündemde olduğu bu toplumsal sorun yaşam biçimimiz haline gelmeden içinde bulunduğumuz süreçte çözülmesi gereken önemli bir problemdir. Bu tezde, öncelikle Sosyal Medya’nın kavramsal çerçevesi ortaya

konarak, sosyal ağların toplumsal yaşamımızda ne kadar zamanımızı aldığı, seğtiğimiz
örneklem grubu üzerinden ölçülerek bir durum tespiti yapılması amaçlanmaktadır.

2. İLETİŞİM TEKNOLOJİLERİNİN GELİŞİMİ SONUCU DOĞAN YENİ MEDYA ORTAMI OLARAK SOSYAL MEDYA

Bu bölümde bilgi çağının tetikleyicisi olan yeni iletişim teknolojilerinde yaşanan ve ArpaNET'den İnternete kadar uzanan süreç ile WEB 2.0 platformuyla ortaya çıkan sosyal medya, sosyal medya uygulamaları ve sosyal ağlar incelenecek ve yeni medyanın tarihsel ve anlamsal boyutu ele alınacaktır.

2.1. Yeni Medyanın Kavramsal Gelişimi

Günümüzde, yeni iletişim ortamlarının tamamı yeni medya olarak ifade edilmektedir. Yeni medya kavramı 1970'lerde, bilgi ve iletişim tabanlı araştırmalarda, sosyal, psikolojik, ekonomik, politik ve kültürel çalışmalar yapan araştırmacılar tarafından ortaya atılmış bir kavramdır. Ancak 70'lerde değinilen anlam, 90'larda müthiş bir ivme kazanan bilgisayar ve internet teknolojisi ile birlikte genişlemiş ve farklı boyutlara ulaşmıştır[4]. Başka bir tanıma göre yeni medya, bütün bilinen farklı ortamları bir araya toplama yetisine sahip bir özelliktir. Buna "multi-medya" ya da çoklu ortam denilmektedir. Metin, durağan görüntü, hareketli görüntü, ses gibi ortamların birliktelikleri bu özelliği meydana getirmektedir[5]. Thompson'a[6] göre ise yeni medya, bilgi-işlem teknolojisi yardımıyla yetenekleri genişlemiş, kullanımı kolaylaşmış ya da olası genişletilebilirlik potansiyeli bünyesinde taşıyan iletişim araçları olarak tanımlanmıştır.

Negroponte, yeni medyayı eskisinden ayıran en önemli unsurun fiziksel atomların yerine sayısal bitlerin iletimi olduğunu belirtmektedir; Pavlik, ise medya tüketicisi için yeni ve eski medya arasındaki temel farkın kullanıcı için daha fazla kontrol ve seçim olduğunu vurgulamaktadır[7].

Günümüzde giderek gündelik yaşamın her alanında yaygın kullanım pratikleri bulan, gündelik yaşam pratiklerini -farkında olmasak da- köklü bir şekilde dönüştüren, toplumsal yaşamın birtakım gerekleri nedeniyle kullanım yoğunluğu giderek artan, beden bir uzantısı/parçası haline gelen bilgisayar, internet ortamı, cep telefonları,

oyun konsolları, ipod veya avuç içi veri bankası kayıtcılayıcıları ve iletişimcileri, diğer bir deyişle tüm bu dijital teknolojiler yeni medya başlığı altında toplanabilir[8].

Medyanın yeni medya olarak ele alınması iletişim ve bilişim sektöründeki teknolojik gelişmelerle doğrudan alakalıdır[9]. Bilgisayar ve telekomünikasyon ağları, dünyayı çevreleyen yeni ve yapay bir iletişim atmosferi oluşturmuştur. Radyo linklerinden, uydu bağlantılarından ve kablo şebekelerinden oluşan bu yapay atmosfer, bütüncül ve dünyayı saran bir doku gibi, bir yerden başka bir yere sürekli sesli, görüntülü ve yazılı bilgi iletmektedir. Bu büyük bilgi akışına rağmen, donanım, yazılım ve endüstriyel tasarım, dilbilimi ve bilişim alanlarında çalışan uzmanlar, daha çok miktarda enformasyonun hareket edebileceği, daha kolay kullanılabilen aygıtlar geliştirmek için çalışmalar yapmaktadır[10]. Amaç, televizyon kadar basit olan, ancak anında dijital dünyaya bağlanabilen yeni iletişim ve teknolojileri üretmektir[11].

Günümüzde yeni iletişim teknolojileri, alışılmış radyo ve televizyon yayınlarının güçlerini aşan boyutlara ulaşmış durumdadır. Yeni iletişim teknolojilerinden ilk akla gelenler; videotext, teletext, kablolu televizyon, veri iletişim, elektronik mektup, iletişim uyduları, çoklu ortam ve internet sistemleri vb. gösterilmektedir[12].

Dijitalleşme ve teknik ilerlemeler, yeni iletişim teknolojilerine yönelik doğrudan etkilere sahip olmaktadır. Özellikle[13]:

- Bilgisayar kapasitesi, iletişim ağları ve bilgi depoları ve düzeltme sistemleri geçmişteki bilgi teknolojilerinden daha hızlı ve görece küçük giderler için standart ekipmanlarla muazzam bir şekilde artmaktadır.
- Telekomünikasyon fiyatlarındaki önemli azalmaya paralel olarak dijital dönüşüm ve bilgisayar ekipmanlarının değeri giderek azalmaktadır.
- Yeni iletişim teknolojileri tarafından sağlanan servislerdeki düzenleme hızlı bir şekilde genişlemektedir. Faks, cep telefonu, e-posta ve masaüstü bilgisayarlardaki sürekli güncellenen yazılımlar için iletişimde sanal kişisel ağlar ve bilgisayar ağları örnek olarak verilebilir.

- Yukarıda belirtilen yeni iletişim teknolojilerinden biri olan internet, hem bilgiye ulaşmakta hem de genel nedenlerle yeni iletişim teknolojilerinin kapasitesinin dönüşümünü sağlamaktadır.

Tüm bunlardan yola çıkarak yeni medyanın temelini oluşturan interneti mercek altına alacak olursak, internet kavramsal olarak International Network kelimesinin birleşiminden ortaya çıkmıştır. Kısaca "ağların küresel ağı" (global networks of networks) olarak tanımlanan internet, dünya çapında milyonlarca bilgisayarı birbirine bağlayan bir sistemdir[14]. İnternet, özellikle de web, iş ve yaşam alanımızın her noktasına bilgiyi gönderme ve erişirme özelliği bakımından bir iletişim devrimi gerçekleştirmiştir[15]. Bu devrimle beraber, veri değişimi ve analizinin kolaylaşması söz konusu olmakta ve küresel iş döngüsü hızlanmaktadır [16].

Türkiye'de, internet teknolojisi ilk olarak, 1987 yılında Ege Üniversitesi'nin öncülüğünde kurulan, Türkiye Üniversite ve Araştırma Kurumları Ağı ile kullanıma açılmıştır. İlk internet bağlantısı ise 1993 yılında ODTÜ'den gerçekleştirilmiş, ardından 1994 yılında Ege, 1995 yılında Bilkent ve Boğaziçi Üniversiteleri, 1996 yılında ise İTÜ takip etmiştir[17]. 1996 yılında TURNET çalışmalarına başlamış ve internet ile ilgili oluşumları geliştirerek birçok sitenin kurulmasını sağlamıştır. Özellikle 2000'li yılların başından itibaren yaşamsal parçamız haline dönüşen internet günden güne kullanıcılar için kamusal ve özel tüm alanlar içerisinde zamansal ve mekansal sınırları ortadan kaldıran, 7/24 erişim olanağı tanıyan, günlük yaşamın parçası haline dönüşüm göstermiştir[18].

2.2. Web 2.0 Teknolojisi Olarak Sosyal Medya

İnternet kullanıcıları, WEB 2.0'la, internet tabanlı uygulamalar aracılığı ile ulaşabildiği içeriği sadece okuyabilen pasif tüketici rolünden (WEB 1.0), herhangi bir teknik bilgi birikimine sahip olmadan kendi içeriğini üretebilen, ürettiği içeriği paylaşabilen, üretilen bir içeriğe katkıda bulunulabilen aktif üretici rolüne geçmiştir. Web 1.0 ile Web 2.0 teknolojileri arasındaki değişim aşağıdaki Tablo 2.1'de örneklendirilmiştir.

Şekil 1. Web 1.0 - Web 2.0 değişimi [19]

	Web 1.0	Web 2.0
Reklam	DoubleClick	Google AdSense
Fotoğraf	Ofoto	Flickr
İçerik	Akamai	BitTorrent
Müzik	Mp3.com	Napster
Ansiklopedi	Britannica Online	Wikipedia
Web sayfaları	Kişisel web siteleri	Bloglar
Etkinlik Duyurusu	Evite	upcoming.org and EVDB
Erişim	Domain ismi spekülasyonu	Arama motoru optimizasyonu
Metrikler	Sayfa görme	Tıklama başına maliyet
Uygulamalar	Statik sayfalar	Aktif sayfalar
Rol	Yayınlama	Katılım, işbirliği
Portallar	İçerik yönetim sistemleri	Wikiler
Bilgi	Taksonomi - klasörler	Folksonomi - etiketler
Kaynaklar	URL'ler	Sindikasyon, RSS

Web 2.0 terimi ilk olarak, teknolojik ticari sergi ve konferans üreticileri tarafından 2004 sonbaharında, ticari konferansların bir serisi için, bir isim olarak kullanılmıştır. Bu yeni dalga için verimli pazar, isme ve fikre uyarlanmıştır[20]. Özellikle O'Reilly Medya tarafından 2004'de kullanılmaya başlayan bu sözcük, ikinci nesil internet hizmetlerini, toplumsal iletişim sitelerini, wikileri, iletişim araçlarını, yani internet kullanıcılarının ortaklaşa ve paylaşarak yarattığı sistemi, tanımlar. Kelimenin tam anlamı ise tartışmaya açıktır[21].

WEB 2.0, aşağıdaki maddelerin bir sonucudur[22]:

- İnternetin gelişiminin son 10 yılda çok hızlı düzeylere ulaşması,
- Dünya üzerinde bir milyar insanın internet kullanması,
- Yazılım sektörlerinin, 2001 sonbaharında dot com (.com)'dan sonra yeni bir pozitif kavrayış oluşturmaya başlaması.

WEB 2.0 için farklı örneklerin olduğu diğer teknolojilerden bazıları aşağıdaki gibi sıralanmaktadır[23]:

Blog (web log)- Kronik bir düzende yerleri değiştirilerek topluca sergilenen ve aynı düzende yazıların girildiği web sitesidir[24]. Bloglar, bloggerlar arasındaki etkileşimin oluşması açısından önem taşımaktadır[25].

Wiki, herhangi bir kişi tarafından doğrudan yazılabilen, işbirliğinin söz konusu olduğu web siteleri olarak tanımlanmaktadır[26]. Wikilerin en popüler uygulaması Wikipedia, insanlara içerik için birlikte çalışma ve bilgiyi üretme, önceden kesinliği belli olan yerel statik ansiklopedilere karşın güncelleme fırsatı sunar[27].

RSS (Really Simple Syndication) insanların favori web sitelerini otomatik olarak saklamalarını mümkün kılar[28].

Podcast, Radyo yayını ya da benzer bir programın internetten çekilebilir ve kişisel ses cihazlarından dinlenebilir hale gelmesini sağlayan sayısal kayıt anlamına gelmektedir[29].

WEB 2.0'ın başarısı, kullanıcıları sürekli bağlayan yaratıcı uygulamalarından ileri gelmektedir[30].

Web ve insan etkileşimi olarak ifade edebileceğimiz Web 2.0, kullanıcılarına çevrimiçi işbirliği ve paylaşım imkanları sağlayarak insanlar arasındaki iletişim olanaklarını en üst düzeye taşımış bulunmaktadır[31]. Facebook, Twitter, LinkedIn, Ning, Wetpaint, PBWiki, Flickr, PhotoBucket vb. gibi yüksek kullanıcı sayısına sahip uygulamaların geliştirildiği platform olarak WEB 2.0 teknolojisi internette yapısal bir gelişim göstererek, sanal dünya ile gerçek dünya arasında bir yakınsama sağlamıştır. Görüldüğü üzere WEB 2.0'ın başarısı, kullanıcıları sürekli bağlayan yaratıcı uygulamalarından ileri gelmektedir[32]. Bundan dolayı Web 2.0 teknolojisi üzerine kurulu olarak etkileşim ve içerik paylaşımını sağlayan online uygulamalar ve platformlar sosyal medya olarak tanımlanmaktadır."[33] Başka bir tanıma göre Sosyal medya, kullanıcılara enformasyon, düşünce, ilgi ve bilgi paylaşım imkanı tanıyarak karşılıklı etkileşim yaratan çevrimiçi araçlar ve web siteleri için ortak kullanılan bir terimdir[34]. Mayfield' e göre, kullanıcıların bloglar, sosyal ağlar, wikiler, forumlar

ve sanal dünyalardaki içeriklere kolayca katılabildikleri, paylaşp, yaratabildikleri medya[35].

Günümüzde İnsanların vazgeçilmezleri arasında yerini alan sosyal medya, zamandan ve mekandan bağımsız, üretken katılımcılığın temel olduğu online tabanlı uygulamaları sayesinde tüm dünyayı etkisi altınalan bir akım yarattı. Bundan dolayı sosyal medyadan sonra insan hayatında birçok şey değışmeye başladı. Sosyal medyada var olan içerik kullanıcı tarafından oluşturulduğundan yaratıcılık önem kazanmaya başladı ve katılım çağı doğdu[36].

Bu çağın özelliğı olarak insanlar, kurumlarını tanıtırlar, arkadaş ilişkileri kurarlar, ürün servis, fikir ve nesnelere ilişkin bağıllık gösterirler[37]. Sosyal medya en yüksek derecede paylaşımın gerçekleştiğı, online medyanın yeni bir türü olarak fırsatlar sunduğı en yeni fikirlerden biridir ve aşğıdaki özellikleri içerir[38]:

Katılımcılar: Sosyal medya katılımcıları cesaretlendirir ve ilgili olan her bir kullanıcıdan geri bildirim alır.

Açıklık: En çok sosyal medya servisleri geribildirime ve katılımcılara açıktır. Bu servisler oylama, yorum ve bilgi paylaşımı gibi konularda cesaret aşırlar. Bunlar çok nadir ulaşımaya yönelik engeller koyarlar.

Konuşma: Geleneksel medya yayına ilişkin iken (içerik aktarımı ya da dinleyiciye bilgi ulaşımı), sosyal medya iki yönlü konuşmaya olanak tanınması bakımından daha iyidir.

Toplum: Sosyal medya topluluklara çabuk ve etkili bir oluşum için izin verir. Topluluklar da böylece sevdikleri fotoğraf, politik değerler, favori TV şovları gibi ilgili oldukları şeyleri paylaşırlar.

Bağılantılılık: Sosyal medyanın çoğı türü, bağlantılı işler gerçekleştirir; diğere siteler, araştırmalar ve insanların ilgili oldukları herhangi bir konuda link verilmesine olanak

tanır.

Sosyal medyanın bu özellikler çerçevesinde geleneksel medyadan farkı ise şöyle sıralanmaktadır[39]:

Erişim: Hem geleneksel medya hem de sosyal medya teknolojileri herkesin genel bir kitleye erişebilmesine olanak tanır.

Erişilebilirlik: Geleneksel medya için üretim yapmak genellikle özel şirketlerin ve hükümetlerin sahipliğindedir; sosyal medya araçları genel olarak herkes tarafından az veya sıfır maliyetle kullanılabilir.

Kullanılabilirlik: Geleneksel medya üretimi, çoğunlukla uzmanlaşmış yetenekler ve eğitim gerektirmektedir. Çoğu sosyal medya için bu geçerli değildir, yani herkes üretimde bulunabilir.

Yenilik: Geleneksel medya iletişimlerinde meydana gelen zaman farkı (günler, haftalar, hatta aylar) anında etki ve tepkisi olan sosyal medya ile kıyaslandığında uzun olabilmektedir. (Tepkilerin zaman aralığına katılımcılar karar verir). Geleneksel medya da sosyal medya araçlarına adapte olmaktadır.

Kalıcılık: Geleneksel medya yaratıldıktan sonra değiştirilemez (bir dergi makalesi basıldıktan ve dağıtıldıktan sonra aynı makale üzerinde değişiklik yapılamaz); oysa sosyal medya yorumlar veya yeniden düzenlemeyle anında değiştirilebilir.

Sosyal medya özellikle toplumun davranışlarını etkilemesi bakımından önemlidir[40]. Öte yandan internet veya sosyal medya da harcanan zamanın aşırı olması kullanıcının zaman algısını yitirerek yaşam kalitesini de olumsuz etkilemektedir. Bu nedensiz aşırı internet veya sosyal medya kullanımı internet bağımlılığı olarak tanımlanmaktadır. İnternet Bağımlılığı Merkezi'ne göre İnternet bağımlıları depresyon ve kaygı bağlantılı rahatsızlıklar yaşamakta ve hoş olmayan düşünce ve stres yaratan durumlardan kaçmak amacıyla İnternet'in düşlemsel öğelerini kullanmaktadırlar[41].

2.3. Gelişen Sosyal Medya Ve Anlamsal Ağ

Mevcut web alt yapısında sunulan içeriğin bilgisayarca okunur ve bilgisayarca anlaşılabilir olması zordur fakat bunun sağlanabilmesi için de yeni bir modele gereksinim duyulmuştur. Bu yeni web modeli de “anlamsal ağ” dır[42]. MIT (Massachusetts Institute of Technology) ve CERN (the European Organization for Nuclear Research) bünyesinde kurulmuş olan dünya çapında standart belirleyen örgüt W3C (World Wide Web Consortium) ‘e göre, var olan ağ yapısının devamı olarak gelişen yeni bir eklenti olarak tanımlanmıştır[43].Kimileri tarafından Web 2.1, Web 2.0++ ya da Web 3.0 şeklinde kısaltılmaktadır. Günümüzde anlamsal web için kullanılan en yaygın kısaltma Web 3.0 ’dır[44].

W3C örgütünün Kurucusu Tim-Benners-Lee Anlamsal Web’in vizyonunu şu şekilde ifade etmiştir[45]:

"Web için bir hayalim var, öyle ki bilgisayarlar web üzerindeki bütün veriyi, içerikler, linkler ve insanlarla bilgisayarlar arasındaki bütün işlemler gibi, analiz etmeye muktedir olacaklar. Henüz ortaya çıkmamış olsa da, ortaya çıktığı zaman anlamsal ağ ticaretin günlük mekanizmaları, bürokrasi ve günlük yaşamlarımız birbiri ile konuşan makinalar tarafından yürütülecek. İnsanlığın asırlardır konuşup durduğu "akıllı ajanlar" nihayet gerçekleşecek."

Anlamsal ağ olarak karşımıza çıkan yapay zeka temelli mimarinin gelecekte ön görülen eklentilerin bitmesiyle Sosyal Medya kavramı yeni bir boyut kazanmaya başlanmaktadır. İnternet kullanıcı sayısının artması ve verilerin anlamlı hale getirilme gereksinimi özünde anlamsal ağ’ın ortaya çıkış nedenidir. Sosyal medya, anlamsal ağ’ların uygulama alanı bulmasıyla daha eğlenceli ve keyifli ortamlar haline gelecektir.

2.4 Sosyal Medya Bağlamında Sosyal Ağlar

Sosyal ağ teorisi, 1930’larda gerçekleşen grup dinamikleri ve sosyometrinin oluşması çalışmalarına dayanmaktadır[46]. İnsan ilişkilerinde kişilerarası uygulamalara dönük

sosyometri, özellikle insanların seçim yaparken farklı görev ve farklı durumlarda nasıl birbirinden farklı davrandığını ölçer[47]. Bir sosyal ağ teorisi sosyal ağ analizi olarak da adlandırılır ve ağın yapısının kullanıcıları nasıl etkilediğini araştırır[48]. Sosyal ağ teorisine göre, sosyal ağ çalışmaları, sosyoloji, antropoloji, psikoloji ve örgütsel çalışmaları içeren aynı zamanda çoğu alanda yararlı bulunan teknikleri geliştirmiş[49] ve daha uygulanabilir kılmıştır. Sosyal ağ teorisi, ilişkilerdeki yapıları ve çıkarımları, özel davranış ilkeleri çerçevesinde açıklayarak ifade etmektedir.[50]

İnsanlık bugün, örgütsel bilgi, kişisel yaratıcılık ve öğrenme kapasitesinin, değer kaynakları olarak ve sermaye ve işçiliği bir yana iten bir ağ toplumunda yaşamaktadır [51]. Bu ağ toplumunun, yeni iletişim teknolojilerini beraberinde getirmesinin yanı sıra insanlığın bu sanal ortamlarda hızlı bir şekilde gelişen iletişim metotlarına çabuk adapte olduğunu söylemek mümkündür. Kullanıcı sayısını hızla arttırabildiği için bu adaptasyon özellikle sosyal ağlarda kendini daha çabuk göstermektedir. Bu ağlar, hem topluluklar hem de bireyler arasında bağlantı kurmak için sistemde zorunlu bulunan profilin paylaşılmasına imkan sağlayan, bir bağlantıyı paylaşanlarla diğer kullanıcıların listesinin birbirine eklenmesi, paylaşımlarına yorum eklenebilmesi ve aynı zamanda sistemde bulunan her bir kişinin birbirilerini görüp kolayca iletişime geçebilmesini sağlayan web tabanlı servisler olarak tanımlanmaktadır. Ayrıca, bir sosyal ağ bir dizi insanın, kurumun ya da arkadaşlık, çalışma ya da bilgi değişimine ilişkin diğer sosyal ilişkide bulunan gruplar ve uzmanlığı, kaynakları ve bilgiyi paylaşarak, arzu edilen sonuçları başarmak için etkileşimler olarak tanımlanmaktadır[52].

Web tabanlı servis olarak sosyal ağ siteleri, zorunlu bir sistem aracılığıyla genel bir profil oluşturmak için kişisel çalışmalara izin verir, diğer kullanıcıların bir listesini oluşturur ve bağlantıda olan kişilerin birbirleriyle paylaşımına olanak tanır ayrıca sistem sayesinde diğerleri tarafından yapılanları ve listedeki diğer insanların birbirlerini görmesini sınırlandırabilecek olanakları da tanır. Bu bağlantıların içeriği siteden siteye değişebilir[53]. Sosyal ağlar birbiriyle ilgili ya da değişik bilgileri içinde bulunduran değişik etkilerin söz konusu olduğu bir gurubu ifade etmektedir. Sosyal ağ, bilginin ağa üye kişiler arasında paylaşılmasını ve üyeler arasında yayılmasını

sağlamaktadır[54]. Bu ağlar genellikle, facebook, twitter, friendfeed, myspace gibi sosyal siteleri, flicker, Photopockets, instagram gibi fotoğraf paylaşım sitelerini, youtube, dailymotion gibi video paylaşım sitelerini, LinkedIn, Xing, Doostang gibi profesyonel ağ sitelerini, blogger.com, wordpress gibi blog sitelerini, webpaint gibi wiki sitelerini ve Merlot, Drupal, Joomla gibi içerik etiketleme sitelerini içermektedir. Genellikle, sosyal ağ sitelerindeki kullanıcılar, biyografileri, fotoğrafları, aktiviteleri ve bazı diğer kişisel bilgilerinin yer aldığı alanlarla, kişisel profil sayfasına sahiptirler.

Sosyal ağ siteleri, depolanmış kullanıcı profillerindeki veriler aracılığıyla insanları birbirine bağlar. Bu kullanıcı profilleri, diğer kullanıcılar için bir tanımlama oluşturmaktadır. Çeşitli siteler arasındaki en önemli ayırt edici faktör, profil bilgilerindeki bilgi oranı ve düzenidir[55].

Online sosyal ağlar popüler web siteleri içerisinde üst sıralarda yer almaktadır. Teknolojik gelişmelerle, daha çok uygulama, daha çok birbirine bağlı hale gelmektedir. Bu durum aynı zamanda sosyal ağların, yerel ve örgütsel bilginin yanı sıra, kişisel ve ticari online etkileşimde de önemli bir rol oynadığını göstermektedir[56].

Küçük homojen ağlar, geleneksel çalışma grupları ve kasaba türündeki yerlerde yaşayan insanların oluşturdukları ağlardır. Bunlar var olma sebeplerini korumada iyidirler. Geniş sosyal gruplar ise daha karmaşık ve ağ üyelerinin özellikleri bakımından daha heterojen bir özellik göstermektedir[57]. Ayrıca, sosyal ağlar, katılımcılarına, sosyal destek bulma, yeni sosyal ve iş olanaklarını da değerlendirme fırsatları sunmaktadır[58] Profesyonel ve sosyal hayat, sosyal ağlar aracılığıyla gittikçe daha fazla rapor edilir, araştırılır, paylaşılır ve öğrenilir olmaktadır[59].

3. YÖNTEM

Bu bölümde, Türkiye’de 9 Devlet üniversitesinde çalışan idari ve akademik personelin anlık web erişim kayıtlarının elde edilmesi sürecinde kullanılan veri toplama araçları, yazılım araçları, verilerin toplanması ve analizine dayanarak tanımlayıcı olarak yapılmıştır.

3.1. Araştırmanın Amacı

Üniversite personellerinin, internet üzerinde harcadıkları toplam zaman ve bu zaman içinde sadece sosyal medya ve sadece eğitim için harcadıkları zaman incelenerek aşağıdaki soruların cevapları aranmıştır.

3.2. Araştırmanın Soruları ve Hipotezler

1) Üniversite personellerinin doğum yerlerinin bulunduğu coğrafi bölgelere göre unvanları arasında istatistiki olarak anlamlı bir fark var mıdır?

H₀: Üniversite personellerinin doğum yerlerinin bulunduğu coğrafi bölgelere göre unvanları arasında istatistiki olarak anlamlı bir fark yoktur.

H₁: Üniversite personellerinin doğum yerlerinin bulunduğu coğrafi bölgelere göre unvanları arasında istatistiki olarak anlamlı bir fark vardır.

2) Üniversite personellerinin cinsiyetlerine göre unvanları arasında istatistiki olarak anlamlı bir fark var mıdır?

H₀: Üniversite personellerinin cinsiyetlerine göre unvanları arasında istatistiki olarak anlamlı bir fark yoktur.

H₁: Üniversite personellerinin cinsiyetlerine göre unvanları arasında istatistiki olarak anlamlı bir fark vardır.

3) Üniversite personellerinin internet üzerinde geçirdikleri toplam zamana göre unvanları arasında istatistiki olarak anlamlı bir fark var mıdır?

H₀: Üniversite personellerinin internet üzerinde geçirdikleri toplam zamana göre unvanları arasında istatistiki olarak anlamlı bir fark yoktur.

H₁: Üniversite personellerinin internet üzerinde geçirdikleri toplam zamana göre unvanları arasında istatistikî olarak anlamlı bir fark vardır.

4) Üniversite personellerinin internet üzerinde geçirdikleri toplam zamana göre cinsiyetleri arasında istatistiki olarak anlamlı bir fark var mıdır?

H₀: Üniversite personellerinin internet üzerinde geçirdikleri toplam zamana göre cinsiyetleri arasında istatistiki olarak anlamlı bir fark yoktur.

H₁: Üniversite personellerinin internet üzerinde geçirdikleri toplam zamana göre cinsiyetleri arasında istatistiki olarak anlamlı bir fark vardır.

5) Üniversite personellerinin internet üzerinde geçirdikleri toplam zamana göre doğum yerlerinin bulunduğu coğrafi bölgeler arasında istatistiki olarak anlamlı bir fark var mıdır?

H₀: Üniversite personellerinin internet üzerinde geçirdikleri toplam zamana göre doğum yerlerinin bulunduğu coğrafi bölgeler arasında istatistiki olarak anlamlı bir fark yoktur.

H₁: Üniversite personellerinin internet üzerinde geçirdikleri toplam zamana göre doğum yerlerinin bulunduğu coğrafi bölgeler arasında istatistiki olarak anlamlı bir fark vardır.

6) Üniversite personellerinin internet üzerinde geçirdikleri toplam zamana göre çalıştıkları üniversitelerin bulunduğu coğrafi bölgeler arasında istatistiki olarak anlamlı bir fark var mıdır?

H₀: Üniversite personellerinin internet üzerinde geçirdikleri toplam zamana göre çalıştıkları üniversitelerin bulunduğu coğrafi bölgeler arasında istatistiki olarak anlamlı bir fark yoktur.

H₁: Üniversite personellerinin internet üzerinde geçirdikleri toplam zamana göre çalıştıkları üniversitelerin bulunduğu coğrafi bölgeler arasında istatistiki olarak anlamlı bir fark vardır.

7) Üniversite personellerinin internet üzerinde geçirdikleri toplam zamana göre çalıştıkları üniversiteler arasında istatistiki olarak anlamlı bir fark var mıdır?

H₀: Üniversite personellerinin internet üzerinde geçirdikleri toplam zamana göre çalıştıkları üniversiteler arasında istatistiki olarak anlamlı bir fark yoktur.

H₁: Üniversite personellerinin internet üzerinde geçirdikleri toplam zamana göre çalıştıkları üniversiteler arasında istatistiki olarak anlamlı bir fark vardır.

8) Üniversite personellerinin, internet üzerinde geçirdikleri toplam zamana göre yaşları arasında istatistiki olarak anlamlı bir fark var mıdır?

H₀: Üniversite personellerinin, internet üzerinde geçirdikleri toplam zamana göre yaşları arasında istatistiki olarak anlamlı bir fark yoktur.

H₁: Üniversite personellerinin, internet üzerinde geçirdikleri toplam zamana göre yaşları arasında istatistiki olarak anlamlı bir fark vardır.

9) Üniversite personellerinin, sosyal medya üzerinde geçirdikleri toplam zamana göre unvanları arasında istatistiki olarak anlamlı bir fark var mıdır?

H₀: Üniversite personellerinin, sosyal medya üzerinde geçirdikleri toplam zamana göre unvanları arasında istatistiki olarak anlamlı bir fark yoktur.

H₁: Üniversite personellerinin, sosyal medya üzerinde geçirdikleri toplam zamana göre unvanları arasında istatistiki olarak anlamlı bir fark vardır.

10) Üniversite personellerinin, sosyal medya üzerinde geçirdikleri toplam zamana göre cinsiyetleri arasında istatistiki olarak anlamlı bir fark var mıdır?

H₀: Üniversite personellerinin, sosyal medya üzerinde geçirdikleri toplam zamana göre cinsiyetleri arasında istatistiki olarak anlamlı bir fark yoktur.

H₁: Üniversite personellerinin, sosyal medya üzerinde geçirdikleri toplam zamana göre cinsiyetleri arasında istatistiki olarak anlamlı bir fark vardır.

11) Üniversite personellerinin, sosyal medya üzerinde geçirdikleri toplam zamana göre çalıştıkları üniversiteler arasında istatistiki olarak anlamlı bir fark var mıdır?

H₀: Üniversite personellerinin, sosyal medya üzerinde geçirdikleri toplam zamana göre çalıştıkları üniversiteler arasında istatistiki olarak anlamlı bir fark yoktur.

H₁: Üniversite personellerinin, sosyal medya üzerinde geçirdikleri toplam zamana göre çalıştıkları üniversiteler arasında istatistiki olarak anlamlı bir fark vardır.

12) Üniversite personellerinin, sosyal medya üzerinde geçirdikleri toplam zamana göre doğum yerlerinin bulunduğu coğrafi bölgeler arasında istatistiki olarak anlamlı bir fark var mıdır?

H₀: Üniversite personellerinin, sosyal medya üzerinde geçirdikleri toplam zamana göre doğum yerlerinin bulunduğu coğrafi bölgeler arasında istatistiki olarak anlamlı bir fark yoktur.

H₁: Üniversite personellerinin, sosyal medya üzerinde geçirdikleri toplam zamana göre doğum yerlerinin bulunduğu coğrafi bölgeler arasında istatistiki olarak anlamlı bir fark vardır.

13) Üniversite personellerinin, sosyal medya üzerinde geçirdikleri toplam zamana göre çalıştıkları üniversitelerin bulunduğu coğrafi bölgeler arasında istatistiki olarak anlamlı bir fark var mıdır?

H₀: Üniversite personellerinin, sosyal medya üzerinde geçirdikleri toplam zamana göre çalıştıkları üniversitelerin bulunduğu coğrafi bölgeler arasında istatistiki olarak anlamlı bir fark yoktur.

H₁: Üniversite personellerinin, sosyal medya üzerinde geçirdikleri toplam zamana göre çalıştıkları üniversitelerin bulunduğu coğrafi bölgeler arasında istatistiki olarak anlamlı bir fark vardır.

14) Üniversite personellerinin, sosyal medya üzerinde geçirdikleri toplam zamana göre yaşları arasında istatistiki olarak anlamlı bir fark var mıdır?

H₀: Üniversite personellerinin, sosyal medya üzerinde geçirdikleri toplam zamana göre yaşları arasında istatistiki olarak anlamlı bir fark yoktur.

H₁: Üniversite personellerinin, sosyal medya üzerinde geçirdikleri toplam zamana göre yaşları arasında istatistiki olarak anlamlı bir fark vardır.

15) Üniversite personellerinin, sosyal medya üzerinde geçirdikleri toplam zamana göre yaşları arasında istatistiki olarak anlamlı bir fark var mıdır?

H₀: Üniversite personellerinin, sosyal medya üzerinde geçirdikleri toplam zamana göre yaşları arasında istatistiki olarak anlamlı bir fark yoktur.

H₁: Üniversite personellerinin, sosyal medya üzerinde geçirdikleri toplam zamana göre yaşları arasında istatistiki olarak anlamlı bir fark vardır.

16) Üniversite personellerinin, internet üzerinde geçirdikleri toplam zaman ile sosyal medya üzerinde geçirdikleri toplam zaman arasında istatistiki olarak anlamlı bir ilişki var mıdır?

H₀: Üniversite personellerinin, internet üzerinde geçirdikleri toplam zaman ile sosyal medya üzerinde geçirdikleri toplam zaman arasında istatistiki olarak anlamlı bir ilişki yoktur.

H₁: Üniversite personellerinin, internet üzerinde geçirdikleri toplam zaman ile sosyal medya üzerinde geçirdikleri toplam zaman arasında istatistiki olarak anlamlı bir ilişki vardır.

17) Üniversite personellerinin, internet üzerinde geçirdikleri toplam zaman ile eğitim için harcadıkları toplam zaman arasında istatistiki olarak anlamlı bir ilişki var mıdır?

H₀: Üniversite personellerinin, internet üzerinde geçirdikleri toplam zaman ile eğitim için harcadıkları toplam zaman arasında istatistiki olarak anlamlı bir ilişki yoktur.

H₁: Üniversite personellerinin, internet üzerinde geçirdikleri toplam zaman ile eğitim için harcadıkları toplam zaman arasında istatistiki olarak anlamlı bir ilişki vardır.

18) Üniversite personellerinin, sosyal medya üzerinde geçirdikleri toplam zaman ile eğitim için harcadıkları toplam zaman arasında istatistiki olarak anlamlı bir ilişki var mıdır?

H₀: Üniversite personellerinin, sosyal medya üzerinde geçirdikleri toplam zaman ile eğitim için harcadıkları toplam zaman arasında istatistiki olarak anlamlı bir ilişki yoktur.

H₁: Üniversite personellerinin, sosyal medya üzerinde geçirdikleri toplam zaman ile eğitim için harcadıkları toplam zaman arasında istatistiki olarak anlamlı bir ilişki vardır.

3.3. Çalışma Grubu

Araştırma evreni Türkiye'deki üniversitelerin tamamıdır, aralarından tüm anlık web erişim kayıtlarına ulaşabildiğimiz Üniversite1 (Doğu Anadolu Bölgesi) , Üniversite2 (Güneydoğu Anadolu Bölgesi), Üniversite3 (Doğu Anadolu Bölgesi), Üniversite4 (Doğu Anadolu Bölgesi), Üniversite5 (Güneydoğu Anadolu Bölgesi), Üniversite6 (İç Anadolu Bölgesi), Üniversite7 (Güneydoğu Anadolu Bölgesi), Üniversite8 (Marmara Bölgesi), Üniversite9 (İç Anadolu Bölgesi) örneklemimizi oluşturmaktadır. Bu araştırma kapsamında veriler 2011-2012 Bahar Dönemi süresince üniversitelerin Bilgi İşlem Daire Başkanlıklarına bağlı sistemlerin anlık web erişim kayıtları alınmıştır. Anlık web erişim kayıtlarından istatistiki olarak çıkarılacak sonuçların üniversiteleri olumsuz olarak etkilemeleri için isimleri yerine coğrafi bölge özellikleri kullanılmıştır.

3.4. Verilerin Toplanması

3.4.1. Anlık web erişim kayıtlarının tutulmasını ve işlenmesini sağlayan sunucu, yazılım ve işletim sistemleri

Açık kaynak Kodlu, x86 Uyumlu, AMD64, IA-64, PC-98 ve UltraSPARC® mimarileri için ileri seviye bir işletim sistemi olan FreeBSD altında çalışan Squid Proxy Sunucu, Apache 2.2.22 HTTP Sunucu, MySQL 5.5.24 Veri Tabanı Yönetim

Sistemi, PHP 5.3.13 Programlama dili, PhpMyadmin 3.4.10.1 Veritabanı Yönetim Paneli kullanılarak veriler analize hazır hale getirildi.

Kullanıcıların 2011-2012 Bahar Dönemi süresince istemde buldukları web sayfalarının erişim kayıtları, bir data hattını ortak kullanarak, birden fazla kişinin internet hizmetinden güvenli, hızlı ve kontrollü yararlanmasını sağlayan Squid Proxy (Vekil) Sunucular tarafından tutulmuştur. Squid Proxy sunucu yazılımı özellikle UNIX ve Türevi İşletim sistemli makineler üzerinde çalışmak için dizayn edilmiş, açık kaynak kodlu, Yüksek Hızlı, Güvenilir, HTTP, SSL,FTP,GOPHER standartlarını destekleyen ve istemcilerin isteklerine kontrollü olarak cevap veren bir sunucu olmasından dolayı tercih edilmektedir. FreeBSD işletim sistemi içerisinde /usr/local/squid/log dizinin altında cache.log, access.log, store.log dosyalarının altında gerekli olan erişim kayıtları tutulmuştur. Tutulan erişim kayıtlarının işlenmemiş hali Tablo 3.1 de görülmektedir.

Üniversitelerden alınan erişim kayıtları açık kaynak kodlu bir sunucu yazılımı olan MySQL ve PHP ile uyumlu çalışan Apache 2.2.22 sunucu yazılımının alt klasörlerine kopyalanarak diğer servislerle ulaşılabilecek bir ortam yaratılmıştır. Çok Büyük boyutlarda olan Squid Proxy Log dosyalarını işleyebilecek, çoklu iş parçacıklı (multi-threaded), çok kullanıcı (multi-user), hızlı ve sağlam (robust) bir veri tabanı yönetim sistemi olan MySQL [60] tercih edilmiştir. Bu işlemlerden sonra Log dosyalarının içerikleri pars edilerek veri tabanına aktarılması işlemi, genel ağ için yaratılmış, sunucu taraflı, çok geniş kullanımlı, genel amaçlı, HTML içerisine gömülebilen betik ve programlama dili PHP (Hypertext Preprocessor)[61] kullanılmıştır. Açık kaynak kodlu, hızlı, ücretsiz ve FreeBSD işletim sistemine uyumlu olmasında tercih edilmesinde önemli rol oynamıştır. Tablo 1 deki işlenmemiş veriler PHP yardımıyla Tablo 2 deki veriler haline getirilmiştir. Tablo 2 de MYSQL veri tablosu SQL Sorgulama cümlecikleriyle 2011-2012 bahar dönemi içerisindeki tüm süreleri toplanıp kullanıcı bilgileri ile birleştirilerek tek bir Tablo 3 deki haline getirilmiştir.

Şekil 2. Squid sunucu analiz raporu

SITE	BAGLANTI	BYTE	%BYTE	ICERI-CACHE-DISARI	HARCANAN ZAMAN	%ZAMAN	
fsd.movshare.net	2	1.99G	87.78%	0.00%	100.00%	01:16:40	67.62%
au.download.windowsupdate.com	193	82.21M	3.61%	13.30%	86.70%	00:02:21	2.09%
o-o-preferred.google-vie1.v7.lscache8.c.youtube.com	2	38.46M	1.69%	0.00%	100.00%	00:01:04	0.95%
v19.nonxt2.c.youtube.com	1	35.34M	1.55%	0.00%	100.00%	00:01:14	1.10%
tc.v17.cache7.c.youtube.com	1	16.67M	0.73%	0.00%	100.00%	00:00:44	0.65%
o-o-preferred.google-vie1.v16.lscache7.c.youtube.com	1	14.87M	0.65%	0.00%	100.00%	00:02:56	2.59%
v17.nonxt5.c.youtube.com	1	12.21M	0.54%	0.00%	100.00%	00:00:31	0.47%
ciner.mncdn.net	5	9.09M	0.40%	0.00%	100.00%	00:00:12	0.19%
toolbar.avg.com	11	8.75M	0.38%	0.00%	100.00%	00:00:14	0.21%
cdneu.solvefile.com.s3-external-3.amazonaws.com	67	7.73M	0.34%	0.00%	100.00%	00:00:48	0.71%
o-o-preferred.google-vie1.v2.lscache8.c.youtube.com	1	7.71M	0.34%	0.00%	100.00%	00:01:08	1.01%
www.milliyet.com.tr	375	5.09M	0.22%	0.00%	100.00%	00:00:58	0.86%
v13.nonxt1.c.youtube.com	1	5.01M	0.22%	0.00%	100.00%	00:00:18	0.26%
i.milliyet.com.tr	363	4.59M	0.20%	0.00%	100.00%	00:03:30	3.09%
cdnus.solvefile.com	36	3.92M	0.17%	0.00%	100.00%	00:00:48	0.71%
o-o-preferred.google-vie1.v23.lscache8.c.youtube.com	1	3.55M	0.16%	0.00%	100.00%	00:00:37	0.56%
o-o-preferred.google-vie1.v20.lscache5.c.youtube.com	1	2.13M	0.09%	0.00%	100.00%	00:00:04	0.06%
download.yandex.ru	2	1.36M	0.06%	0.00%	100.00%	00:00:21	0.31%
www.sinemadevri.com	29	1.35M	0.06%	0.00%	100.00%	00:00:03	0.05%

Şekil 3. PHP programlama dili kullanılarak oluşturulan MySQL tablosu

kayidintarihi	ipler	website	byte	bagsay	byteperc	harczaman	zamanp
21Jun2011	10.0.160.40	http://www.milliyet.com.tr	3.19M	35	47.78%	00:00:11	5.02%
21Jun2011	10.0.160.40	http://i.milliyet.com.tr	1.26M	59	18.97%	00:00:08	3.54%
21Jun2011	10.0.160.40	http://img.medyanet.cubec	814.05K	19	12.18%	00:00:01	0.75%
21Jun2011	10.0.160.40	http://www.sporx.com	582.69K	37	8.72%	00:00:16	7.32%
21Jun2011	10.0.160.40	http://img.adnet.com.tr	356.89K	32	5.34%	00:00:04	1.77%
21Jun2011	10.0.160.40	http://res.reklamport.com	138.53K	6	2.07%	00:00:40	17.58%
21Jun2011	10.0.160.40	http://ad.e-kolay.net	70.24K	120	1.05%	00:00:20	8.95%
21Jun2011	10.0.160.40	http://adonline.e-kolay.net	48.91K	15	0.73%	00:00:01	0.73%
21Jun2011	10.0.160.40	http://blog.milliyet.com.tr	39.83K	7	0.60%	00:00:00	0.27%
21Jun2011	10.0.160.40	http://ds.serving-sys.com	34.95K	2	0.52%	00:00:00	0.13%

Şekil 4. SQL sorgu cümlecikleri kullanılarak oluşturulan analize hazır tablo

DENEK	UNVAN	İL	DOGUM TARİHİ	YAS	CINSİYET	ÜNİVERSİTE_DENEK	COGRAFI_BOLGE	TOPLAMZAMAN	SOSYALMEDYAZAMAN
DENEK1	Okutman	Kırşehir	10.04.1985	27	Kadın	ÜNİVERSİTE1	DOĞU ANADOLU BÖLGESİ	1737723	1707160
DENEK2	İdari	Ardahan	14.12.1958	54	Erkek	ÜNİVERSİTE1	DOĞU ANADOLU BÖLGESİ	449681	414036
DENEK3	İdari	Erzincan	10.01.1985	27	Erkek	ÜNİVERSİTE1	DOĞU ANADOLU BÖLGESİ	190031	98755
DENEK4	Yrd. Doc. Dr.	Elazığ	25.02.1973	39	Erkek	ÜNİVERSİTE1	DOĞU ANADOLU BÖLGESİ	327196	292186
DENEK5	Okutman	Ardahan	28.11.1975	37	Erkek	ÜNİVERSİTE1	DOĞU ANADOLU BÖLGESİ	707932	661408
DENEK6	Öğr. Gör.	Konya	06.02.1985	27	Kadın	ÜNİVERSİTE1	DOĞU ANADOLU BÖLGESİ	926009	880884
DENEK7	Öğr. Gör.	Bursa	12.03.1979	33	Erkek	ÜNİVERSİTE1	DOĞU ANADOLU BÖLGESİ	2687615	2600047
DENEK8	Öğr. Gör.	Kars	23.10.1970	42	Erkek	ÜNİVERSİTE1	DOĞU ANADOLU BÖLGESİ	176275	175799
DENEK9	Öğr. Gör.	Erzurum	18.03.1986	26	Erkek	ÜNİVERSİTE1	DOĞU ANADOLU BÖLGESİ	257	250
DENEK10	Öğr. Gör.	Ardahan	20.04.1983	29	Kadın	ÜNİVERSİTE1	DOĞU ANADOLU BÖLGESİ	1070787	1026765
DENEK11	Öğr. Gör.	Konya	09.10.1983	29	Erkek	ÜNİVERSİTE1	DOĞU ANADOLU BÖLGESİ	1632	834
DENEK12	Okutman	Burdur	20.06.1983	29	Erkek	ÜNİVERSİTE1	DOĞU ANADOLU BÖLGESİ	9341	5292
DENEK13	İdari	Erzurum	20.03.1978	34	Erkek	ÜNİVERSİTE1	DOĞU ANADOLU BÖLGESİ	202210	201236
DENEK14	Öğr. Gör.	Trabzon	16.12.1983	29	Erkek	ÜNİVERSİTE1	DOĞU ANADOLU BÖLGESİ	318121	295159
DENEK15	Arş. Gör.	Niğde	01.01.1987	25	Erkek	ÜNİVERSİTE1	DOĞU ANADOLU BÖLGESİ	814734	778927

3.5. Verilerin Analizi

Veri toplama araçlarından elde edilen Tablo 3 deki verilerin analizinin yapılabilmesi için SPSS for Windows 16.0 istatistik paket yazılımı kullanılmıştır. Değerlendirme yapılırken Frekans Dağılımları, Çapraz Tablolar, T testi, Korelasyon analizi ve Kruskal-Wallis testi kullanılmıştır.

4. BULGULAR

Çalışmaya katılan deneklerin incelenecek demografik özellikleri frekans tabloları yardımıyla aşağıda gösterilmiştir.

Çizelge 4.1. Deneklerin unvanlarına göre frekans dağılımı

UNVAN	FREKANS	YÜZDE	KÜMÜLATİF YÜZDE
Prof.Dr.	113	5,7	5,7
Doç. Dr.	78	3,9	9,7
Yrd. Doç. Dr.	344	17,4	27,0
Öğr. Gör.	250	12,6	39,7
Okutman	88	4,4	44,1
Araş. Gör.	263	13,3	57,4
İdari	843	42,6	100,0
TOPLAM	1979	100,0	

Çalışmada ele alınan deneklerin unvanlarına göre frekans dağılımı yukarıdaki gibidir. Toplam 1979 denek içerisinde 843'ü, %42,6'lık oranla idari personeldir. Akademik personel ele alındığında ise en yüksek oran deneklerin %17,4'ünü oluşturan 344 kişilik Yrd. Doç. Dr. grubunun olduğu belirlenmiştir. En düşük yüzdeye sahip grup deneklerin %3,9'unu oluşturan 78 kişilik Doç. Dr. grubudur.

Çizelge 4.2. Deneklerin cinsiyet dağılımı

Cinsiyet	FREKANS	YÜZDE	KÜMÜLATİF YÜZDE
Erkek	1446	73,1	73,1
Kadın	533	26,9	100,0
Toplam	1979	100,0	

Çizelge 4.3. Çalışmaya katılan üniversitelerin dağılımı

ÜNİVERSİTE	FREKANS	YÜZDE	KÜMÜLATİF YÜZDE
Üniversite 1	240	12,1	12,1
Üniversite 2	340	17,2	29,3
Üniversite 3	134	6,8	36,1
Üniversite 4	190	9,6	45,7
Üniversite 5	210	10,6	56,3
Üniversite 6	233	11,8	68,1
Üniversite 7	228	11,5	79,6
Üniversite 8	171	8,6	88,2
Üniversite 9	233	11,8	100,0
Toplam	1979	100,0	

Çizelge 4.4. Üniversitelerin bulunduğu coğrafi bölgeler

COĞRAFİ BÖLGELER	FREKANS	YÜZDE	KÜMÜLATİF YÜZDE
Doğu Anadolu Bölgesi	564	28,5	28,5
Marmara Bölgesi	171	8,6	37,1
Güney Doğu Anadolu Bölgesi	778	39,3	76,5
İç Anadolu Bölgesi	466	23,5	100,0
Toplam	1979	100,0	

Çalışmaya katılan üniversitelerin bulunduğu dört coğrafi bölge vardır. 778 kişinin oluşturduğu Güney Doğu Anadolu bölgesi %39,3 ile en yüksek orana sahiptir. %8.6'lık oranıyla 171 kişinin oluşturduğu Marmara bölgesi en düşük orana sahip bölge olarak belirlenmiştir. Çalışmaya katılan deneklerin üniversiteler bazında homojen dağılım gösterdiği belirlenmiştir.

Çizelge 4.5. Doğum yerine göre coğrafi bölge ile unvan çapraz tablosu

UNVAN		DYGCB						TOPLAM	
		AB	DAB	EB	GDAB	İAB	MB		KB
Prof.Dr.	Count	20	27	8	17	18	10	13	113
	% within UNVAN	17,7%	23,9%	7,1%	15,0%	15,9%	8,8%	11,5%	100,0%
	% within DYGCB	8,7%	5,6%	9,5%	3,4%	4,5%	13,7%	6,3%	5,7%
	% of Total	1,0%	1,4%	,4%	,9%	,9%	,5%	,7%	5,7%
Doç. Dr.	Count	11	19	8	14	17	2	7	78
	% within UNVAN	14,1%	24,4%	10,3%	17,9%	21,8%	2,6%	9,0%	100,0%
	% within DYGCB	4,8%	3,9%	9,5%	2,8%	4,2%	2,7%	3,4%	3,9%
	% of Total	,6%	1,0%	,4%	,7%	,9%	,1%	,4%	3,9%
Yrd.Doç. Dr.	Count	49	82	13	75	70	15	40	344
	% within UNVAN	14,2%	23,8%	3,8%	21,8%	20,3%	4,4%	11,6%	100,0%
	% within DYGCB	21,2%	16,9%	15,5%	15,2%	17,4%	20,5%	19,3%	17,4%
	% of Total	2,5%	4,1%	,7%	3,8%	3,5%	,8%	2,0%	17,4%
Öğr. Gör.	Count	23	62	9	50	65	6	35	250
	% within UNVAN	9,2%	24,8%	3,6%	20,0%	26,0%	2,4%	14,0%	100,0%
	% within DYGCB	10,0%	12,8%	10,7%	10,1%	16,1%	8,2%	16,9%	12,6%
	% of Total	1,2%	3,1%	,5%	2,5%	3,3%	,3%	1,8%	12,6%
Okutman	Count	14	22	6	17	11	8	10	88
	% within UNVAN	15,9%	25,0%	6,8%	19,3%	12,5%	9,1%	11,4%	100,0%
	% within DYGCB	6,1%	4,5%	7,1%	3,4%	2,7%	11,0%	4,8%	4,4%
	% of Total	,7%	1,1%	,3%	,9%	,6%	,4%	,5%	4,4%
Araş. Gör.	Count	28	69	13	57	54	9	33	263
	% within UNVAN	10,6%	26,2%	4,9%	21,7%	20,5%	3,4%	12,5%	100,0%
	% within DYGCB	12,1%	14,2%	15,5%	11,5%	13,4%	12,3%	15,9%	13,3%
	% of Total	1,4%	3,5%	,7%	2,9%	2,7%	,5%	1,7%	13,3%
İdari	Count	86	205	27	265	168	23	69	843
	% within UNVAN	10,2%	24,3%	3,2%	31,4%	19,9%	2,7%	8,2%	100,0%
	% within DYGCB	37,2%	42,2%	32,1%	53,5%	41,7%	31,5%	33,3%	42,6%
	% of Total	4,3%	10,4%	1,4%	13,4%	8,5%	1,2%	3,5%	42,6%
Toplam	Count	231	486	84	495	403	73	207	1979
	% within UNVAN	11,7%	24,6%	4,2%	25,0%	20,4%	3,7%	10,5%	100,0%
	% within DYGCB	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
	% of Total	11,7%	24,6%	4,2%	25,0%	20,4%	3,7%	10,5%	100,0%

Ki-Kare Testi

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	85,953 ^a	36	,000
Likelihood Ratio	79,545	36	,000
Linear-by-Linear Association	,000	1	,990
N of Valid Cases	1979		

a. 6 cells (12,2%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 2,88.

Çalışmaya katılan deneklerin doğdukları coğrafi bölgelere göre unvanları incelendiğinde Ki-kare analizi ile $P=,000 < 0.05$ olduğundan aralarında %95 güven düzeyinde istatistiki olarak anlamlı bir fark olduğu belirlenmiştir. Çalışmaya katılan üniversite personellerinin en yüksek oranlar ele alındığında %24,6'sının doğum yeri Doğu Anadolu bölgesinde, %25'inin doğum yerinin güneydoğu Anadolu bölgesinde,%20,4'ünün doğum yerinin İç Anadolu Bölgesinde, en düşük oranlar ele alındığında %3,7'sinin doğum yerinin Marmara Bölgesinde ve %4,2'sinin doğum yerinin Ege Bölgesinde olduğu belirlenmiştir. Unvanların dağılımının da aynı bölgelerde yoğunlaştığı görülmektedir. Deneklerin seçildiği üniversitelerin bulunduğu coğrafi bölge ile deneklerin doğum yerlerinin bulunduğu coğrafi bölgenin örtüşmesi beraberinde bölgeler arasındaki kültür kaynaşmasının yetersizliğini belgeler nitelikte görülebilir. Her bir üniversitede, doğum yeri üniversitenin bulunduğu coğrafi bölgede olan çalışanların yoğun olduğu açıktır. Bu durumun olumlu olumsuz etkileri incelenebilir.

Çizelge 4.6. Deneklerin cinsiyet ile unvan çapraz tablosu

CİNSİYET	UNVAN							Toplam	
	Prof.Dr.	Doc.Dr.	Yrd.Doc.Dr.	Öğr.Gör.	Okut.	Araş.Gör.	İdari		
Erkek	Count	103	67	275	177	57	159	608	1446
	% within CİNSİYET	7,1%	4,6%	19,0%	12,2%	3,9%	11,0%	42,0%	100,0%
	% within UNVAN	91,2%	85,9%	79,9%	70,8%	64,8%	60,5%	72,1%	73,1%
	% of Total	5,2%	3,4%	13,9%	8,9%	2,9%	8,0%	30,7%	73,1%
Kadın	Count	10	11	69	73	31	104	235	533
	% within CİNSİYET	1,9%	2,1%	12,9%	13,7%	5,8%	19,5%	44,1%	100,0%
	% within UNVAN	8,8%	14,1%	20,1%	29,2%	35,2%	39,5%	27,9%	26,9%
	% of Total	,5%	,6%	3,5%	3,7%	1,6%	5,3%	11,9%	26,9%
Toplam	Count	113	78	344	250	88	263	843	1979
	% within CİNSİYET	5,7%	3,9%	17,4%	12,6%	4,4%	13,3%	42,6%	100,0%
	% within UNVAN	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
	% of Total	5,7%	3,9%	17,4%	12,6%	4,4%	13,3%	42,6%	100,0%

Ki-Kare Testi

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	58,929 ^a	6	,000
Likelihood Ratio	63,091	6	,000
Linear-by-Linear Association	26,978	1	,000
N of Valid Cases	1979		

a. 0 cells (.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 21,01.

Çalışmaya katılan deneklerin cinsiyetlerine göre unvanları incelendiğinde Ki-kare analizi ile $P=,000 < 0.05$ olduğundan aralarında %95 güven düzeyinde istatistiki olarak

anlamli bir fark olduğu belirlenmiştir. Çalışmaya katılan deneklerin %73,1'i erkek, %26,9'u kadındır. Unvan değişkeninin tđm dđzeylerinde de çok benzer oranların olduğu tabloda açıktır.

Çalışmaya katılan deneklerin internet izerinde geçirdikleri toplam zamanın, deneklerin unvanlarına gđre farklılık gđsterip gđstermedięinin belirlenmesi amacıyla yapılan işlemler aşağıdadır.

Çizelge 4.7. Normallik testi

UNVAN	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Statistic	df	Sig.	Statistic	df	Sig.
THS Prof.Dr.	,322	113	,000	,468	113	,000
Doc.Dr.	,354	78	,000	,365	78	,000
Yrd.Doc.Dr.	,338	344	,000	,431	344	,000
Öğr.Gör.	,339	250	,000	,447	250	,000
Okutman	,297	88	,000	,615	88	,000
Araş.Gör.	,296	263	,000	,565	263	,000
İdari	,294	843	,000	,563	843	,000

a. Lilliefors Significance Correction

Çalışmaya katılan deneklerin internete harcadıkları toplam zamanın unvanlarına gđre farklılık gđsterip gđstermedięinin belirlenmesi için kullanılacak analiz yđnteminin, parametrik mi yoksa parametrik olmayan bir yđntem mi olacağına karar vermek için normal dağılıma uygunluk analizi yapılmıştır. Bağımsız değişkenin her bir dđzeyinin dağılımını ayrı ayrı kontrol edilmiştir. rnek hacmi bđyđk olduğundan dolayı Lilliefors anlamlılık dđzeltmesi yapılmış Kolmogorov-Smirov uyum iyiliği testi kullanılmış ve $P=,000 < 0,05$ olduğundan verinin dağılımının normal dağılıma uygunluk gđstermedięi %95 gđven dđzeyinde belirlenmiştir. Bu yzden parametrik olmayan yđntemlerden birisi kullanılmıştır. Bağımsız değişkenin dđzey sayısı 7 olduğundan Kruskal-Wallis H Testini kullanılmıştır.

Çizelge 4.8. Kruskal-Wallis H testi sonuçları

	UNVAN	N	Mean Rank
THS	Prof. Dr.	113	689,42
	Doç. Dr.	78	940,41
	Yrd. Doç. Dr.	344	853,64
	Öğr. Gör.	250	840,70
	Okutman	88	874,02
	Araş. Gör.	263	990,89
	İdari	843	1146,63
	Toplam	1979	

THS: Toplam internette harcanan süre

Test İstatistikleri^{a,b,c}

	THS
Chi-Square	135,554
Df	6
Asymp. Sig.	,000

a. Kruskal Wallis Test

b. Grouping Variable: UNVAN

Kruskal-Wallis Testi için $p=0,000 < 0,05$ olduğundan dolayı çalışmaya katılan deneklerin internette harcadıkları süre bakımından, unvanları arasında istatistikî olarak anlamlı bir farkın olduğunu % 95 güven düzeyinde belirlenmiştir.

Çalışmaya katılan deneklerin internet üzerinde geçirdikleri toplam zamanın, deneklerin cinsiyetlerine göre farklılık gösterip göstermediğinin belirlenmesi amacıyla yapılan işlemler aşağıdadır.

Çizelge 4.9. Normallik testi

CİNSİYET	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Statistic	df	Sig.	Statistic	df	Sig.
THS Erkek	,321	1446	,000	,490	1446	,000
Kadın	,316	533	,000	,501	533	,000

a. Lilliefors Significance Correction

Çalışmaya katılan deneklerin internete harcadıkları toplam zamanın cinsiyetlerine göre farklılık gösterip göstermediğinin belirlenmesi için kullanılacak analiz yönteminin, parametrik mi yoksa parametrik olmayan bir yöntem mi olacağına karar vermek için normal dağılıma uygunluk analizi yapılmıştır. Bağımsız değişkenin her bir düzeyinin dağılımı ayrı ayrı kontrol edilmiştir. Örnek hacmi büyük olduğundan dolayı Lilliefors anlamlılık düzeltmesi yapılmış Kolmogorov-Smirnov uyum iyiliği testi kullanılmış ve $P=,000 < 0,05$ olduğundan verinin dağılımının normal dağılıma uygunluk göstermediği %95 güven düzeyinde belirlenmiştir. Bu yüzden parametrik olmayan yöntemlerden birisi kullanılmıştır. Bağımsız değişkenin düzey sayısı 2 olduğundan Mann-Whitney U Testi kullanılmalıdır, Ancak örnek çapının büyük olduğu durumlarda bağımsız iki örneklem T testi kullanmak daha uygundur. Bu sebeple bağımsız iki örneklem T testi kullanılmıştır.

Çizelge 4.10. Bağımsız İki Örneklem T testi

Grup İstatistikleri					
CİNSİYET		N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
THS	Erkek	1446	3,69E5	793552,774	20868,521
	Kadın	533	4,93E5	1029693,954	44600,996

Bağımsız Örneklem T Testi

	Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means							
	F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference		
								Lower	Upper	
THS	Eşit varyans	14,62	,000	-2,83	1977	,005	-124144,7	43754,5	-209954,5	-38334,8
	Eşit olmayan varyans			-2,52	776,7	,012	-124144,7	49241,6	-220807,2	-27482,1

Homojen varyans varsayımının sağlanıp sağlanmaması hipotezinin testi için yapılan Levene testi sonucunda $P=.000 < 0.05$ olduğundan, %95 güven düzeyinde varyansların homojen olmadığını belirlenmiştir. Varyansların homojen olmadığı durumdaki Bağımsız iki örneklem T testi sonucunda, $P=0.012 < 0.05$ olduğundan, çalışmaya katılan deneklerin internete harcadıkları toplam zamanın cinsiyetlerine göre farklılık gösterdiği %95 güven düzeyinde belirlenmiştir.

Çalışmaya katılan deneklerin internet üzerinde geçirdikleri toplam zamanın, deneklerin doğum yerlerinin bulunduğu coğrafi bölgelere göre farklılık gösterip göstermediğinin belirlenmesi amacıyla yapılan işlemler aşağıdadır.

Çizelge 4.11. Normallik testi

DYGCB	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Statistic	df	Sig.	Statistic	df	Sig.
THS Akdeniz B.	,319	231	,000	,502	231	,000
Doğu Anadolu B.	,321	486	,000	,467	486	,000
Ege B.	,354	84	,000	,401	84	,000
Güneydogu A.B.	,307	495	,000	,540	495	,000
İç Anadolu B.	,294	403	,000	,580	403	,000
Marmara B.	,356	73	,000	,424	73	,000
Karadeniz B.	,321	207	,000	,500	207	,000

a. Lilliefors Significance Correction

Çalışmaya katılan deneklerin internete harcadıkları toplam zamanın doğum yerlerinin bulunduğu bölgelere göre farklılık gösterip göstermediğinin belirlenmesi için kullanılacak analiz yönteminin, parametrik mi yoksa parametrik olmayan bir yöntem mi olacağına karar vermek için normal dağılıma uygunluk analizi yapılmıştır. Bağımsız değişkenin her bir düzeyinin dağılımı ayrı ayrı kontrol edilmiştir. Örnek hacmi büyük olduğundan dolayı Lilliefors anlamlılık düzeltmesi yapılmış Kolmogorov-Smirnov uyum iyiliği testi kullanılmış ve $P=,000 < 0,05$ olduğundan verinin dağılımının normal dağılıma uygunluk göstermediği %95 güven düzeyinde belirlenmiştir. Bu yüzden parametrik olmayan yöntemlerden birisi kullanılmıştır. Bağımsız değişkenin düzey sayısı 7 olduğundan Kruskal-Wallis H Testini kullanılmıştır.

Çizelge 4.12. Kruskal-Wallis testi sonuçları

Ranks		
DYGCB	N	Mean Rank
THS Akdeniz Böl.	231	1011,40
Doğu Anadolu Böl.	486	1000,64
Ege Böl.	84	938,80
Güneydoğu A.B.	495	1011,66
İç Anadolu Böl.	403	967,37
Marmara Böl.	73	827,51
Karadeniz Böl.	207	1011,47
Toplam	1979	

Test Statistics ^{a,b,c}	
	THS
Chi-Square	8,711
Df	6
Asymp. Sig.	,190

a. Kruskal Wallis Test

b. Grouping Variable:

Kruskal-Wallis Test istatistiği değeri $P=0.190>0.05$ olduğundan dolayı çalışmaya katılan deneklerin internette harcadıkları süre bakımından, doğum yerlerinin bulunduğu coğrafi bölgeye göre aralarında istatistikî olarak anlamlı bir farkın olmadığı %95 güven düzeyinde belirlenmiştir.

Çalışmaya katılan deneklerin internet üzerinde geçirdikleri toplam zamanın, deneklerin çalıştıkları üniversitelerin bulunduğu coğrafi bölgelere göre farklılık gösterip göstermediğinin belirlenmesi amacıyla yapılan işlemler aşağıdadır.

Çizelge 4.13. Normallik testi

COGRAFI BÖLGELER		Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
		Statistic	df	Sig.	Statistic	df	Sig.
THS	Doğu Anadolu Bölgesi	,303	564	,000	,550	564	,000
	Marmara Bölgesi	,365	171	,000	,259	171	,000
	Güney Doğu Anadolu Bölgesi	,311	778	,000	,521	778	,000
	İç Anadolu Bölgesi	,316	466	,000	,487	466	,000

a. Lilliefors Significance Correction

Çalışmaya katılan deneklerin internette harcadıkları zamanın çalıştıkları üniversitenin bulunduğu coğrafi bölgelerine göre farklılık gösterip göstermediğinin belirlenmesi için kullanılacak analiz yönteminin, parametrik mi yoksa parametrik olmayan bir yöntem mi olacağına karar vermek için normal dağılıma uygunluk analizi yapılmıştır. Bağımsız değişkenin her bir düzeyinin dağılımı ayrı ayrı kontrol edilmiştir. Örnek hacmi büyük olduğundan dolayı Lilliefors anlamlılık düzeltmesi yapılmış Kolmogorov-Smirnov uyum iyiliği testi kullanılmış ve $P=,000 < 0,05$ olduğundan verinin dağılımının normal dağılıma uygunluk göstermediği %95 güven düzeyinde belirlenmiştir. Bu yüzden parametrik olmayan yöntemlerden birisi kullanılmıştır. Bağımsız değişkenin düzey sayısı 7 olduğundan Kruskal-Wallis H Testini kullanılmıştır.

Çizelge 4.14. Kruskal-Wallis testi sonuçları

Ranks		
COĞRAFI BÖLGELER	N	Mean Rank
Doğu Anadolu Bölgesi	564	1084,98
Marmara Bölgesi	171	818,40
THS Güney Doğu Anadolu Bölgesi	778	996,10
İç Anadolu Bölgesi	466	927,84
Toplam	1979	

Test İstatistikleri ^{a,b,c}	
	THS
Chi-Square	36,627
Df	3
Asymp. Sig.	,000

a. Kruskal Wallis Test

b. Grouping Variable:

Kruskal-Wallis Test istatistiği değeri $P=0.000 < 0.05$ olduğundan dolayı çalışmaya katılan deneklerin internette harcadıkları süre bakımından, çalıştıkları üniversitenin bulunduğu coğrafi bölgeye göre aralarında istatistikî olarak anlamlı bir farkın olduğu %95 güven düzeyinde belirlenmiştir.

Çalışmaya katılan deneklerin internet üzerinde geçirdikleri toplam zamanın, deneklerin çalıştıkları üniversitelere göre farklılık gösterip göstermediğinin belirlenmesi amacıyla yapılan işlemler aşağıdadır.

Çizelge 4.15. Normallik testi

ÜNİVERSİTE	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Statistic	df	Sig.	Statistic	df	Sig.
top1 Üniversite 1	,234	240	,000	,719	240	,000
Üniversite 2	,268	340	,000	,651	340	,000
Üniversite 3	,221	134	,000	,768	134	,000
Üniversite 4	,272	190	,000	,634	190	,000
Üniversite 5	,258	210	,000	,687	210	,000
Üniversite 6	,301	233	,000	,524	233	,000
Üniversite 7	,248	228	,000	,689	228	,000
Üniversite 8	,365	171	,000	,259	171	,000
Üniversite 9	,317	233	,000	,494	233	,000

a. Lilliefors Significance Correction

Çalışmaya katılan deneklerin internete harcadıkları zamanın çalıştıkları üniversiteye göre farklılık gösterip göstermediğinin belirlenmesi için kullanılacak analiz yönteminin, parametrik mi yoksa parametrik olmayan bir yöntem mi olacağına karar vermek için normal dağılıma uygunluk analizi yapılmıştır. Bağımsız değişkenin her bir düzeyinin dağılımı ayrı ayrı kontrol edilmiştir. Örnek hacmi büyük olduğundan dolayı Lilliefors anlamlılık düzeltmesi yapılmış Kolmogorov-Smirov uyum iyiliği testi kullanılmış ve $P=,000 < 0,05$ olduğundan verinin dağılımının normal dağılıma uygunluk göstermediği %95 güven düzeyinde belirlenmiştir. Bu yüzden parametrik olmayan yöntemlerden birisi kullanılmıştır. Bağımsız değişkenin düzey sayısı 9 olduğundan Kruskal-Wallis H Testini kullanılmıştır.

Çizelge 4.16. Kruskal-Wallis testi sonuçları

Ranks			
ÜNİVERSİTE	N	Mean Rank	
THS	Üniversite 1	240	1371,40
	Üniversite 2	340	1169,46
	Üniversite 3	134	1056,31
	Üniversite 4	190	743,39
	Üniversite 5	210	885,04
	Üniversite 6	233	925,56
	Üniversite 7	228	839,86
	Üniversite 8	171	818,40
	Üniversite 9	233	930,13
TOPLAM	1979		

Test Statistics	
	THS
Chi-Square	221,560
Df	8
Asymp. Sig.	,000

a. Kruskal Wallis Test

b. Grouping Variable:

Kruskal-Wallis Test istatistiği değeri $P=0.000 < 0.05$ olduğundan dolayı çalışmaya katılan deneklerin internette harcadıkları süre bakımından, çalıştıkları üniversitelere göre aralarında istatistikî olarak anlamlı bir farkın olduğunu %95 güven düzeyinde söyleyebiliriz.

Çalışmaya katılan deneklerin internet üzerinde geçirdikleri toplam zamanın, deneklerin yaşlarına göre farklılık gösterip göstermediğinin belirlenmesi amacıyla yapılan işlemler aşağıdadır.

Çizelge 4.17. Normallik testi

YAŞ	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Statistic	df	Sig.	Statistic	df	Sig.
25 -	,340	160	,000	,414	160	,000
26-32	,300	731	,000	,557	731	,000
33-39	,323	402	,000	,476	402	,000
THS 40-46	,332	366	,000	,457	366	,000
47-53	,337	222	,000	,414	222	,000
54-60	,360	66	,000	,487	66	,000
61 +	,333	32	,000	,661	32	,000

a. Lilliefors Significance Correction

Çalışmaya katılan deneklerin internete harcadıkları toplam zamanın yaşlarına göre farklılık gösterip göstermediğinin belirlenmesi için kullanılacak analiz yönteminin, parametrik mi yoksa parametrik olmayan bir yöntem mi olacağına karar vermek için normal dağılıma uygunluk analizi yapılmıştır. Bağımsız değişkenin her bir düzeyinin dağılımı ayrı ayrı kontrol edilmiştir. Örnek hacmi büyük olduğundan dolayı Lilliefors anlamlılık düzeltmesi yapılmış Kolmogorov-Smirov uyum iyiliği testi kullanılmış ve $P=,000 < 0,05$ olduğundan verinin dağılımının normal dağılıma uygunluk göstermediği %95 güven düzeyinde belirlenmiştir. Bu yüzden parametrik olmayan yöntemlerden birisi kullanılmıştır. Bağımsız değişkenin düzey sayısı 7 olduğundan Kruskal-Wallis H Testini kullanılmıştır.

Çizelge 4.18. Kruskal-Wallis testi sonuçları

Ranks		
YAŞ	N	Mean Rank
25 -	160	977,62
26-32	731	1079,88
33-39	402	970,19
THS 40-46	366	913,35
47-53	222	951,50
54-60	66	844,61
61 +	32	691,31
Toplam	1979	

Test İstatistikleri ^{a,b,c}	
	THS
Chi-Square	39,277
Df	6
Asymp. Sig.	,000

a. Kruskal Wallis Test

b. Grouping Variable: yas

Kruskal-Wallis Test istatistiği değeri $P=0.000 < 0.05$ olduğundan dolayı çalışmaya katılan deneklerin internette harcadıkları süre bakımından, yaşlarına göre aralarında istatistikî olarak anlamlı bir farkın olduğunu % 95 güven düzeyinde söyleyebiliriz.

Çalışmaya katılan deneklerin sosyal medyada geçirdikleri toplam zamanın, deneklerin unvanlarına göre farklılık gösterip göstermediğinin belirlenmesi amacıyla yapılan işlemler aşağıdadır.

Çizelge 4.19. Normallik testi

UNVAN	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Statistic	df	Sig.	Statistic	df	Sig.
Prof.Dr.	,331	113	,000	,437	113	,000
Doc.Dr.	,360	78	,000	,355	78	,000
Yrd.Doc.Dr.	,345	344	,000	,408	344	,000
SMHZ Öğr.Gör.	,342	250	,000	,438	250	,000
Okutman	,308	88	,000	,616	88	,000
Araş.Gör.	,302	263	,000	,551	263	,000
İdari	,297	843	,000	,555	843	,000

a. Lilliefors Significance Correction

Çalışmaya katılan deneklerin sosyal medyada harcadıkları zamanın unvanlarına göre farklılık gösterip göstermediğinin belirlenmesi için kullanılacak analiz yönteminin, parametrik mi yoksa parametrik olmayan bir yöntem mi olacağına karar vermek için normal dağılıma uygunluk analizi yapılmıştır. Bağımsız değişkenin her bir düzeyinin dağılımı ayrı ayrı kontrol edilmiştir. Örnek hacmi büyük olduğundan dolayı Lilliefors anlamlılık düzeltmesi yapılmış Kolmogorov-Smirov uyum iyiliği testi kullanılmış ve $P=,000 < 0,05$ olduğundan verinin dağılımının normal dağılıma uygunluk göstermediği %95 güven düzeyinde belirlenmiştir. Bu yüzden parametrik olmayan yöntemlerden birisi kullanılmıştır. Bağımsız değişkenin düzey sayısı 7 olduğundan Kruskal-Wallis H Testini kullanılmıştır.

Çizelge 4.20. Kruskal-Wallis testi sonuçları

Ranks		
UNVAN	N	Mean Rank
Prof.Dr.	113	690,05
Doc.Dr.	78	930,41
Yrd.Doc.Dr.	344	852,15
SMHZ Öğr.Gör.	250	843,44
Okutman	88	875,39
Araş.Gör.	263	986,99
İdari	843	1148,34
Toplam	1979	

Test Statistics ^{a,b,c}	
	sos1
Chi-Square	136,843
Df	6
Asymp. Sig.	,000

a. Kruskal Wallis Test

b. Grouping Variable: UNVAN

Kruskal-Wallis Testi sonucu $P=0.000 < 0.05$ olduğundan dolayı çalışmaya katılan deneklerin sosyal medyada harcadıkları süre bakımından, unvanlarına göre aralarında istatistikî olarak anlamlı bir farkın olduğunu %95 güven düzeyinde belirlenmiştir.

Çalışmaya katılan deneklerin sosyal medyada geçirdikleri toplam zamanın, deneklerin cinsiyetlerine göre farklılık gösterip göstermediğinin belirlenmesi amacıyla yapılan işlemler aşağıdadır.

Çizelge 4.21. Normallik testi

CİNSİYET	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Statistic	df	Sig.	Statistic	df	Sig.
SMHS Erkek	,326	1446	,000	,478	1446	,000
Kadın	,320	533	,000	,493	533	,000

a. Lilliefors Significance Correction

Çalışmaya katılan deneklerin sosyal medyada harcadıkları zamanın cinsiyetlerine göre farklılık gösterip göstermediğinin belirlenmesi için kullanılacak analiz yönteminin, parametrik mi yoksa parametrik olmayan bir yöntem mi olacağına karar vermek için normal dağılıma uygunluk analizi yapılmıştır. Bağımsız değişkenin her bir düzeyinin dağılımı ayrı ayrı kontrol edilmiştir. Örnek hacmi büyük olduğundan dolayı Lilliefors anlamlılık düzeltmesi yapılmış Kolmogorov-Smirov uyum iyiliği testi kullanılmış ve $P=,000 < 0,05$ olduğundan verinin dağılımının normal dağılıma uygunluk göstermediği %95 güven düzeyinde belirlenmiştir. Bu yüzden parametrik olmayan yöntemlerden birisi kullanılmıştır. Bağımsız değişkenin düzey sayısı 2 olduğundan Mann-Whitney U Testi kullanılmalıdır, ancak örnek çapının büyük olduğu durumlarda bağımsız iki örneklem T Testi kullanmak daha uygundur. Bu nedenle bağımsız iki örneklem T testi kullanılmıştır.

Çizelge 4.22. Grup istatistikleri

CİNSİYET		N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
SMHS	Erkek	1446	3,44E5	761056,862	20013,957
	Kadın	533	4,64E5	989907,017	42877,633

Bağımsız Örneklem T Testi

	Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means						
	F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
								Lower	Upper
SMHS Equal variances assumed	14,927	,000	-2,855	1977	,004	-119931,286	42001,509	202303,160	-37559,412
SMHS Equal variances not assumed			-2,535	775,518	,011	-119931,286	47318,599	212819,004	-27043,567

Homojen varyans varsayımının sağlanıp sağlanmadığı hipotezinin testi için yapılan Levene testi sonucunda $P=.000 < 0.05$ olduğundan, %95 güven düzeyinde varyansların homojen olmadığını belirlenmiştir. Varyansların homojen olmadığı durumdaki Bağımsız iki örneklem T testi sonucunda, $P=0.011 < 0.05$ olduğundan, çalışmaya katılan deneklerin sosyal medyada harcadıkları toplam zamanın cinsiyetlerine göre farklılık gösterdiği %95 güven düzeyinde belirlenmiştir. Kadınların erkeklere oranla sosyal medyada harcadığı ortalama zamanın daha yüksek olduğu belirlenmiştir.

Çalışmaya katılan deneklerin sosyal medyada geçirdikleri toplam zamanın, deneklerin çalıştıkları üniversitelere göre farklılık gösterip göstermediğinin belirlenmesi amacıyla yapılan işlemler aşağıdadır.

Çizelge 4.23. Normallik testi

ÜNİVERSİTE	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Statistic	df	Sig.	Statistic	df	Sig.
SMHS Üniversite 1	,239	240	,000	,708	240	,000
Üniversite 2	,273	340	,000	,637	340	,000
Üniversite 3	,225	134	,000	,761	134	,000
Üniversite 4	,282	190	,000	,608	190	,000
Üniversite 5	,265	210	,000	,673	210	,000
Üniversite 6	,309	233	,000	,504	233	,000
Üniversite 7	,254	228	,000	,676	228	,000
Üniversite 8	,371	171	,000	,249	171	,000
Üniversite 9	,323	233	,000	,481	233	,000

a. Lilliefors Significance Correction

Çalışmaya katılan deneklerin sosyal medyada harcadıkları zamanın çalıştıkları üniversitelere göre farklılık gösterip göstermediğinin belirlenmesi için kullanılacak analiz yönteminin, parametrik mi yoksa parametrik olmayan bir yöntem mi olacağına karar vermek için normal dağılıma uygunluk analizi yapılmıştır. Bağımsız değişkenin her bir düzeyinin dağılımı ayrı ayrı kontrol edilmiştir. Örnek hacmi büyük olduğundan dolayı Lilliefors anlamlılık düzeltmesi yapılmış Kolmogorov-Smirov uyum iyiliği testi kullanılmış ve $P=,000 < 0,05$ olduğundan verinin dağılımının normal dağılıma uygunluk göstermediği %95 güven düzeyinde belirlenmiştir. Bu yüzden parametrik olmayan yöntemlerden birisi kullanılmıştır. Bağımsız değişkenin düzey sayısı 7 olduğundan Kruskal-Wallis H Testini kullanılmıştır.

Çizelge 4.24. Kruskal-Wallis testi sonuçları

Ranks		
ÜNİVERSİTE	N	Mean Rank
Üniversite 1	240	1368,24
Üniversite 2	340	1173,10
Üniversite 3	134	1050,91
Üniversite 4	190	738,49
SMHS Üniversite 5	210	881,74
Üniversite 6	233	920,40
Üniversite 7	228	844,96
Üniversite 8	171	828,60
Üniversite 9	233	930,83
TOPLAM	1979	

Test İstatistikleri ^{a,b}	
	sos1
Chi-Square	220,411
Df	8
Asymp. Sig.	,000

a. Kruskal Wallis Test

b. Grouping Variable: ÜNİVERSİTE

Kruskal-Wallis Test istatistiği değeri $P=0.000 < 0.05$ olduğundan dolayı çalışmaya katılan deneklerin sosyal medyada harcadıkları süre bakımından, çalıştıkları üniversitelere göre aralarında istatistikî olarak anlamlı bir farkın olduğunu %95 güven düzeyinde belirlenmiştir.

Çalışmaya katılan deneklerin sosyal medyada geçirdikleri toplam zamanın, deneklerin doğum yerlerinin bulunduğu coğrafi bölgelere göre farklılık gösterip göstermediğinin belirlenmesi amacıyla yapılan işlemler aşağıdadır.

Çizelge 4.25. Normallik testi

DYGCB	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Statistic	df	Sig.	Statistic	df	Sig.
Akdeniz Böl.	,325	231	,000	,484	231	,000
Doğu Anadolu Böl.	,326	486	,000	,457	486	,000
Ege Böl.	,356	84	,000	,399	84	,000
Güneydoğu Anadolu Böl.	,311	495	,000	,530	495	,000
SMHS İç Anadolu Böl.	,299	403	,000	,568	403	,000
Marmara Böl.	,367	73	,000	,410	73	,000
Karadeniz Böl.	,325	207	,000	,487	207	,000

a. Lilliefors Significance Correction

Çalışmaya katılan deneklerin sosyal medyada harcadıkları zamanın doğum yerlerinin bulunduğu coğrafi bölgeye göre farklılık gösterip göstermediğinin belirlenmesi için kullanılacak analiz yönteminin, parametrik mi yoksa parametrik olmayan bir yöntem mi olacağına karar vermek için normal dağılıma uygunluk analizi yapılmıştır. Bağımsız değişkenin her bir düzeyinin dağılımı ayrı ayrı kontrol edilmiştir. Örnek hacmi büyük olduğundan dolayı Lilliefors anlamlılık düzeltmesi yapılmış Kolmogorov-Smirov uyum iyiliği testi kullanılmış ve $P=,000 < 0,05$ olduğundan verinin dağılımının normal dağılıma uygunluk göstermediği %95 güven düzeyinde belirlenmiştir. Bu yüzden parametrik olmayan yöntemlerden birisi kullanılmıştır. Bağımsız değişkenin düzey sayısı 7 olduğundan Kruskal-Wallis H Testini kullanılmıştır.

Çizelge 4.26. Kruskal-Wallis testi sonuçları

		Ranks	
	DYGCB	N	Mean Rank
SMHS	Akdeniz Böl.	231	1011,57
	Doğu Anadolu Böl.	486	999,30
	Ege Böl.	84	941,46
	Güneydoğu Anadolu Böl.	495	1013,88
	İç Anadolu Böl.	403	965,12
	Marmara Böl.	73	836,62
	Karadeniz Böl.	207	1009,22
	Toplam	1979	

		Test İstatistikleri ^{a,b}	
		sos1	
Chi-Square		8,193	
Df		6	
Asymp. Sig.		,224	

a. Kruskal Wallis Test

b. Grouping Variable: VAR00006

Kruskal-Wallis Test istatistiği değeri $P=0.224 > 0.05$ olduğundan dolayı çalışmaya katılan deneklerin sosyal medyada harcadıkları süre bakımından, doğum yerlerinin bulunduğu coğrafi bölgeye göre aralarında istatistikî olarak anlamlı bir farkın olmadığını %95 güven düzeyinde belirlenmiştir.

Çalışmaya katılan deneklerin sosyal medyada geçirdikleri toplam zamanın, deneklerin çalıştıkları üniversitelerin bulunduğu coğrafi bölgeye göre farklılık gösterip göstermediğinin belirlenmesi amacıyla yapılan işlemler aşağıdadır.

Çizelge 4.27. Normallik testi

COGRAFI BOLGE	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Statistic	df	Sig.	Statistic	df	Sig.
SMHS Doğu Anadolu Bölgesi	,308	564	,000	,538	564	,000
Marmara Bölgesi	,371	171	,000	,249	171	,000
Güneydoğu Anadolu Bölgesi	,316	778	,000	,507	778	,000
İç Anadolu Bölgesi	,323	466	,000	,471	466	,000

a. Lilliefors Significance Correction

Çalışmaya katılan deneklerin sosyal medyada harcadıkları zamanın çalıştıkları üniversitenin bulunduğu coğrafi bölgelere göre farklılık gösterip göstermediğinin belirlenmesi için kullanılacak analiz yönteminin, parametrik mi yoksa parametrik olmayan bir yöntem mi olacağına karar vermek için normal dağılıma uygunluk analizi yapılmıştır. Bağımsız değişkenin her bir düzeyinin dağılımı ayrı ayrı kontrol edilmiştir. Örnek hacmi büyük olduğundan dolayı Lilliefors anlamlılık düzeltmesi yapılmış Kolmogorov-Smirnov uyum iyiliği testi kullanılmış ve $P=,000 < 0,05$ olduğundan verinin dağılımının normal dağılıma uygunluk göstermediği %95 güven düzeyinde belirlenmiştir. Bu yüzden parametrik olmayan yöntemlerden birisi kullanılmıştır. Bağımsız değişkenin düzey sayısı 4 olduğundan Kruskal-Wallis H Testini kullanılmıştır.

Çizelge 4.28. Kruskal-Wallis testi sonuçları

Ranks		
COGRAFI BOLGE	N	Mean Rank
SMHS Doğu Anadolu Bölgesi	564	1080,69
Marmara Bölgesi	171	828,60
Güneydoğu Anadolu Bölgesi	778	998,29
İç Anadolu Bölgesi	466	925,61
Toplam	1979	

Test Statistics ^{a,b,c}	
	sos1
Chi-Square	33,959
Df	3
Asymp. Sig.	,000

a. Kruskal Wallis Test

b. Grouping Variable: COGRAFI_BOLGE

c. Some or all exact significances cannot be computed because there is insufficient memory.

Kruskal-Wallis Testi sonucunda $P=0,000 > 0.05$ olduğundan dolayı çalışmaya katılan deneklerin sosyal medyada harcadıkları süre bakımından, çalıştıkları üniversitenin bulunduğu coğrafi bölgeye göre aralarında istatistikî olarak anlamlı bir farkın olduğunu %95 güven düzeyinde söyleyebiliriz.

Çalışmaya katılan deneklerin sosyal medyada geçirdikleri toplam zamanın, deneklerin yaşlarına göre farklılık gösterip göstermediğinin belirlenmesi amacıyla yapılan işlemler aşağıdadır.

Çizelge 4.29. Normallik testi

YAŞ	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Statistic	df	Sig.	Statistic	Df	Sig.
25 -	,343	160	,000	,406	160	,000
26-32	,304	731	,000	,545	731	,000
33-39	,328	402	,000	,462	402	,000
40-46	,338	366	,000	,442	366	,000
SMHS 47-53	,342	222	,000	,404	222	,000
54-60	,357	66	,000	,489	66	,000
61 +	,349	32	,000	,639	32	,000

a. Lilliefors Significance Correction

Çalışmaya katılan deneklerin sosyal medyada harcadıkları zamanın yaşlarına göre farklılık gösterip göstermediğinin belirlenmesi için kullanılacak analiz yönteminin, parametrik mi yoksa parametrik olmayan bir yöntem mi olacağına karar vermek için normal dağılıma uygunluk analizi yapılmıştır. Bağımsız değişkenin her bir düzeyinin dağılımı ayrı ayrı kontrol edilmiştir. Örnek hacmi büyük olduğundan dolayı Lilliefors anlamlılık düzeltmesi yapılmış Kolmogorov-Smirov uyum iyiliği testi kullanılmış ve $P=,000 < 0,05$ olduğundan verinin dağılımının normal dağılıma uygunluk göstermediği %95 güven düzeyinde belirlenmiştir. Bu yüzden parametrik olmayan yöntemlerden birisi kullanılmıştır. Bağımsız değişkenin düzey sayısı 7 olduğundan Kruskal-Wallis H Testini kullanılmıştır.

Çizelge 4.30. Kruskal-Wallis testi sonuçları

		Ranks	
YAŞ	N	Mean Rank	
SMHS 25 -	160	979,55	
26-32	731	1079,57	
33-39	402	971,94	
40-46	366	909,50	
47-53	222	952,07	
54-60	66	853,06	
61 +	32	689,39	
Toplam	1979		

Test İstatistikleri^{a,b}

	sos1
Chi-Square	39,337
Df	6
Asymp. Sig.	,000

a. Kruskal Wallis Test

b. Grouping Variable: yassonn

Kruskal-Wallis Test istatistiği değeri $P=0,000 > 0.05$ olduğundan dolayı çalışmaya katılan deneklerin sosyal medyada harcadıkları süre bakımından, yaşlarına göre aralarında istatistikî olarak anlamlı bir farkın olduğunu %95 güven düzeyinde söyleyebiliriz. Üniversitelerde sosyal medyada harcanan zaman 26-30 arası kişilerde en yüksek oran gözlenmiştir. Buna karşın en düşük oran 54 yaş üstü kişilerde gözlenmiştir.

Çalışmaya katılan deneklerin internette harcadıkları toplam süre, sosyal medyada harcadıkları toplam süre ve internet üzerinden eğitim için harcanan toplam süre arasında nasıl bir ilişki olduğunu belirlemek için frekans ve yüzdeleri ayrıca ikili olarak aralarındaki korelasyonlar aşağıda belirlenmiştir.

Toplam Süre	Eğitim Süre	Sosyal Medya Süre
795831834 %100	51286331 %6,44	744545503 %93,56

KORELASYONLAR

	N	Correlation	Sig.
THZ & SMHZ	1979	,998	,000

	N	Correlation	Sig.
EHZ & THZ	1911	,553	,000

	N	Correlation	Sig.
SMHZ & EHZ	1911	,497	,000

Çalışmaya katılan deneklerin internette harcadıkları zaman ile sosyal medyada harcadıkları süre arasında 0,998 gibi çok yüksek korelasyon olması dikkat çekicidir. Buna karşın internette harcadıkları zaman ile internette sadece eğitim için harcadıkları süre arasındaki korelasyonun (0,553) düşük olması ve internette sadece eğitim için harcanan süre ile internette sadece sosyal medyada harcanan süre arasındaki düşük korelasyon da (0,497) dikkat çekicidir. Çalışmaya katılan deneklerin internette harcadıkları zamanın %93,56'sının sadece sosyal medyada geçirildiği belirlenmiştir. ULAKBİM'in abone olduğu uluslararası elektronik veri tabanları ve ULAKBİM Türkçe veri tabanları üzerinden konu, kaynak ve atıf tarama hizmetleri, edu ve gov uzantılı sitelerin içeriğini oluşturduğu Eğitim için harcanan süre değişkeninin toplam internette harcanan zamanın sadece %6,44'ünü oluşturması dikkat çekicidir.

5. SONUÇ VE ÖNERİLER

Ülkelerin bilgi çağını yakalamada rolü olan en önemli aktörlerinden biri üniversitelerdir. Üniversitelerde internet kullanımının genel olarak akademik ve araştırma faaliyetlerine yönelik olarak tahsis edildiğini kabul ettiğimizde, kullanım alanları eğitim, bilimsel araştırma, teknik gelişme, teknoloji transferi, bilimsel, teknik ve kültürel bilginin yayılması şeklinde sıralanabilir.

Bu bağlamda ULAKBİM'in abone olduğu uluslararası elektronik veri tabanları ve ULAKBİM Türkçe veri tabanları üzerinden konu, kaynak ve atıf tarama hizmetleri, edu ve gov uzantılı sitelerde geçirilen süreler bu çalışmada eğitim için harcanan süre olarak tanımlanmıştır.

Üniversitelerde eğitim amaçlı internet kullanımının toplam kullanım içinde yüksek oranlarda olması beklenirken analiz bulguları bize, toplam internet kullanımının sadece %6,44'ünün eğitim için harcandığını göstermiştir ki bu dikkat çekici bir sonuçtur.

Bunun aksine toplam internet kullanımının %93,56 gibi çok yüksek oranının içeriğinin sosyal medya olması düşündürücüdür.

Sosyal medya hayatımıza bu derece yerleşmişken, hangi kriterlere göre farklılık gösterdiğinin belirlenmesi de yorum yapmak için yardımcı olmuştur. Örneğin çalışmaya katılan deneklerin çalıştıkları üniversitenin bulunduğu coğrafi bölge ile doğdukları coğrafi bölgenin örtüşmesiyle üniversitenin kente getireceği kültür kaynaşmasının istenilen düzeyde gerçekleştirilemediği şeklinde bir sonuç çıkarılabilir. İçinde buldukları kapalı toplum yapısını aşabilmek için dış dünyaya olan ihtiyaçlarını sosyal medyayı daha aktif kullanarak gidermeye çalıştıkları söylenebilir.

Ayrıca, özellikle idari personelin iş akış sürecinde iletişim kurmak için kampüs yerel ağlarını kullanıyor olması sosyal medya kullanım oranının toplam kullanım içinde yüksek çıkmasına sebep olmaktadır.

Bütün evrak ve öğrenci işleri sistemlerinin otomasyonlaştığı ve her üniversitenin bu yazılımları sistemlerine kolayca entegre edebildiği günümüzde her türlü kaynağın yerel ağda bulunan otomasyon sistemleri içerisinde yer aldığı bilinmektedir. İdari personelin iş yükünün büyük bir çoğunluğunu bu otomasyon sistemlerine ayırması gerekirken, mesai saatlerinin büyük bölümünü sosyal medyada geçirmesi hem iş gücü kaybına neden olmakta hem de maliyetleri de arttırmaktadır.

Genel internet ve sosyal medya kullanımında kadınların erkeklere oranla daha fazla zaman harcadıkları da tespit edilmiştir.

Sosyal medya kullanım süreleri dikkate alındığında en fazla kullanım süresi coğrafi bölge olarak sırasıyla Doğu Anadolu Bölgesi, Güney Doğu Anadolu Bölgesi, İç Anadolu Bölgesi ve Marmara Bölgesi olarak belirlenmiştir. Bu durum sosyal olanakların az olduğu bölgelerde toplumun sosyalleşme ihtiyacını sosyal medya ağları üzerinden giderdiği şeklinde yorumlanabilir.

Nedensiz sosyal medya kullanımı bireylerde depresyon ve kaygı bağlantılı rahatsızlıkların ortaya çıkmasına neden olmakla beraber, şiddet, pornografi gibi uç eğilimlerden, kişilik parçalanmasına kadar birçok olumsuz sonucu da doğurabilmektedir. Bu durumda kişilik çözünmesi, zaman algısı yitimi ve anlık zevk gibi bozukluklara yakalanma riskleri artmaktadır.

Üniversitelerde, eğitim ve araştırmaya yönelik olarak internet kullanımına ihtiyacı çok az düzeylerde olan idari personelin, zamanını toplam içinde en yüksek oranda sosyal medyada geçirmesi nedensiz kullanım şeklinde açıkça yorumlanabilir. Bu yüzden idari personelin sosyal medya kullanımını azaltmak konusunda mesai saati içerisinde sadece belli zaman dilimlerinde erişime izin vermek şeklinde çözüm yolu önerilebilir.

Akademik personelin ise görsel ve işitsel medyaya hem yeni bakış açılarını görmek öğrencilerine aktarmak hem de öğrencilerin isteklerine daha fazla yanıt verebilmek için istediği her an ulaşabilmesi gerekliliğinden, bu personelin internet ve sosyal medya kullanımını nedensiz kullanım olarak nitelendirememekteyiz.

KAYNAKÇA

1. Holand, J., "Modern Catholic Social Teaching The Popes Confront The Industrial Age 1740-1958", **Library of Congress Cataloging in Publisher New Jersey**, s.3, (2003)
2. Parlak, Z., "Sanayi Ötesi Toplum Teorilerinin Eleştirel Bir Değerlendirmesi" **Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi**, s.104, Sayı: 2/ 95-125,(2004)
3. Çalık, T., ve S. Feridun, "Küreselleşme, Bilgi Toplumu ve Eğitim" **Kastamonu Eğitim Dergisi**, s. 59, Cilt:13 No:1/55-66 (2005)
4. Dilmen, N. E., "Yeni Medya Kavramı Çerçevesinde İnternet Günlükleri-Bloglar ve Gazeteciliğe Yansımaları", **Marmara İletişim Dergisi.**, 12:114 (2007)
5. Dilmen, N. E., "Yeni Medya Kavramı Çerçevesinde İnternet Günlükleri-Bloglar ve Gazeteciliğe Yansımaları", **Marmara İletişim Dergisi.**, 12:115 (2007)
6. Thompson, B. J., "The Media and Modernity", **T. Jordan & S. Pile (Ed.), Social Change**. Cambridge, England: Polity Press., ,23-25 (1995)
7. Macmillan, J. S., "Eploring Models of Interactivity from Multiple Research Traditions Users Documents and Systems, **Handbook of New Media: Socail Shaping and Social Consequences of ICT's**, (2006). Beril Z., Akıncı V. B, Bat M, "Yeni Bir İletişim Ortamı Olarak Sosyal Medya" Ege Üniversitesi İletişim Fakültesine Yönelik Bir Araştırma, **Journal of Yaşar University**, 20:5 3348-3382,3350.(2010)
8. Binark, M., "Yeni Medya Çalışmalarında Yeni Sorular ve Yöntem Sorunu", **Yeni Medya Çalışmaları**, (drl.) Ankara: Dipnot Yayınları, 21 (2007)
9. Beril, Z., Akıncı V. B, Bat M, "Yeni Bir İletişim Ortamı Olarak Sosyal Medya" Ege Üniversitesi İletişim Fakültesine Yönelik Bir Araştırma, **Journal of Yaşar University**, 3350 (2010)
10. Baştan, S., "Yeni İletişim Teknolojilerine Örgüt Yapısı İçinde Uyum Sorunu", **Ege Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Halkla İlişkiler ve Tanıtım Anabilim Dalı, Yayınlanmamış Doktora Tezi**, İzmir, (2000)

11. Sager, I. R., Judge, P., R., “The Information Appliance”, Bussines Week, International Edition”, June 24, 42(1996),; Baştan S, “Yeni İletişim Teknolojilerine Örgüt Yapısı İçinde Uyum Sorunu”, **Ege Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Halkla İlişkiler ve Tanıtım Anabilim Dalı, Yayınlanmamış Doktora Tezi**, İzmir, (2000)
12. İnternet: “İletişim Teknolojisindeki Gelişmeler”,
http://www.msxlabs.org/forum/iletisim_bilimleri=79046_bilgi_ve_iletisim_teknolojileri.html, (02.02.2010)
13. Souter, D., “The Role of Information and Communication Technologies in Democratic Development”, **Comford**, 1:(5), (1999)
14. Geray, H., “İletişim ve Teknoloji: Uluslararası Birikim Düzeninde Yeni Medya Politikaları” Ütopya Yayınevi, Ankara, 24, (2003)
15. Neuman, M. Hogan D., “Semantic Social Network Portal for Collaborative Online Communities”, **Journal of European Industrial Training**, 29 (6): 472, (2005)
16. Mohamed, M. S., “Knowledge Management Technologies The Triad Of Paradigms in Globalization, Ict, And Knowledge Management Interplay”, **The Journal of Information and Knowledge Management Systems** 37 (2):103 , (2007)
17. Yücedoğan, G., “İnternet Haberciliği”, **İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi**, 14 :143-158-144, (2002)
18. Yurttaş, Ö. U., “ Sosyal Medya Ortamı Olarak Second Life’da Yayınlanan Reklamların Marka Bilinirliğindeki Rolü”, **Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Halkla İlişkiler ve Tanıtım Anabilim Dalı, Yayınlanmamış Doktora Tezi**, İstanbul, (2011)
19. O'Reilly, T., “What is Web 2.0: Design Patternes and Business Models for the Next Generation of Software”, **Communication & Strategies**, 65:17-18-37, (2007)
20. Levy, M., “WEB 2.0 Implications on Knowledge Management”, **Journal of Knowledge Management**,13(1):121, (2009)
21. Erkul, R. E., “Sosyal Medya Aralarının (Web 2.0) Kamu Hizmetleri ve Uygulamalarında Kullanılabilirliği”, **Türkiye Bilişim Derneği**, Aralık,

- 116:2, (2009)
22. Levy, M., “WEB 2.0 Implications on Knowledge Management”, **Journal of Knowledge Management**,13(1):121, (2009)
 23. Gross, J. L. L., “TwentyTthree Steps to Learning Web 2.0 Technologies in an Academic Library”, **The Electronic Library**, 26(6):791, (2008)
 24. Thelwal, M., “Blog searching: the first general-purpose source of retrospective public opinion in the social sciences?”, **Online Information Review**, 31(3):278, (2007)
 25. Anklam, P.,” Ten years of net work”, **The Learning Organization**, 16(6): 420, (2009)
 26. Harinaranaya, N. S., Raju, N. V., “Web 2.0 Features in University Library Web Sites”, **The Electronic Library**, 28 (1):77, (2010)
 27. Paroutis, S., Saleh, A. A., “Determinants of Knowledge Sharing Using Web 2.0 Technologies”, **Journal of Knowledge Management**, 13(4), (2009)
 28. Wusteman, J., “RSS: The latest feed”, **Library Hi Tech**, 22(4):404, (2004)
 29. Barnes, N., “Using Podcasts to Promote Government Documents Collections”, **Library Hi Tech**, 25(2): 221, (2007)
 30. Kesselman, M., “Web 2.0 Expo in New York: Building Online Communities”, **Library Hi Tech News**, 9: 5 (2008)
 31. İnternet: Genç Z., “Web 2.0 Yeniliklerinin Eğitimde Kullanımı: Bir Facebook Eğitim Uygulama Örneği”, <http://ab.org.tr/ab10/bildiri/180.doc>, (2012)
 32. Kesselman, M., “Web 2.0 Expo in New York: Building Online Communities”, **Library Hi Tech News**, 9: 5 (2008)
 33. Tosun N. B., “İletişim Temelli Marka Yönetimi”, **Beta Yayınları**, İstanbul, 388, (2010)
 34. Sayımer, İ., “Sanal Ortamda Stratejik Halkla İlişkiler Yönetimi” **Beta Yayınları**, İstanbul,123, (2009)
 35. Mayfield, M.,”What is Social Media”, **iCrossing, e-book**, 35
 36. İnternet: “Sosyal Medya”, http://tr.wikipedia.org/wiki/Sosyal_medya, (2012.)
 37. İnternet: Solis, B., “The Essential Guide to Social Media”, <http://www.onecaribbean.org/content/files/essentialGuidetoSocialMedia>,

- pdf, 6, (2012.)
38. İnternet: Mayfield, A., “What is Social Media”, **iCrossing, e-book**, 6 http://www.icrossing.co.uk/fileadmin/uploads/eBooks/What_is_Social_Media_iCrossing_ebook.pdf, (2012.)
 39. İnternet: “Sosyal Medya”, http://tr.wikipedia.org/wiki/Sosyal_medya, (2012.)
 40. Kirschenbaum, A., “Generic Sources of Disaster Communities: A Social Network Approach”, **International Journal of Sociology and Social Policy**, 24(10/11): 99, (2004)
 41. İnternet: “İnternet bağımlılığı sendromu”, http://tr.wikipedia.org/wiki/İnternet_bağımlılığı_sendromu, (2012)
 42. Berners-Lee, T., Hendler, J., Lassila, O., “The semantic web” **Scientific American**, 184(5):34-43, (2001)
 43. İnternet: “Sıkça Sorulan Sorular” , <http://www.w3c.org/RDF/FAQ>, (2012)
 44. Bektaş, G. A., “İnternet Tabanlı Eğitim Sistemlerinde Web 3.0 Teknolojisinin Kullanılması Üzerine Bir Çalışma”, **Gazi Üniversitesi Bilişim Enstitüsü Bilgisayar Eğitimi Anabilim Dalı, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi**, Ankara, (2012)
 45. Berners-Lee, T., Fischetti, M., “Weaving the Web”, **HarperSanFrancisco**, 12,(1999).
 46. Moreno, J. L., “Who Shall Survive?”, **Beacon Press**, New York, NY, 35, (1934)
 47. Blumberg, H., Hare, H., Paul, A., “Sociometry Applied to Organizational Analysis: a Review”, **Action Methods**, 52(1):17, (1999)
 48. Kenan, A., Şırı, A., “Sociability and Social Interaction on Social Networking Websites”, **Library Review**, 58(6):439, (2009)
 49. Finn, T., Ding L., Zhou L., Joshi A., “Social Networking on the Semantic Web”, **The Learning Organization**, 12(5):418, (2005)
 50. Jones, B. S.,” Examining Information Behavior Through Social Networks An Interdisciplinary Review”, **Journal of Documentation** 65(4):594, (2009)
 51. Taatila P. V., Suomala, J., Sirtala, R., Keskinen, S., “Framework to Study the Social Innovation Networks”, **European Journal of Innovation**

- Management**, 9(3), (2006)
52. O’Murcuhu, I., Breslin, J. G., Decker, S., “Online Social and Business Networking Communities”, **DERI Technical Report**, Washington, DC. (2004)
 53. Boyd, D. M., Ellison N. B., “Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship”, **Journal of Computer-Mediated Communication**, 13(1), (2007)
 54. Phillips, D. M., Phillips, J. K., “A social Network Analysis of Business Logistics and Transportation”, **International Journal of Physical Distribution & Logistics Management**, 28(5), (1998)
 55. Neuman, M. Hogan D., “Semantic Social Network Portal for Collaborative Online Communities”, **Journal of European Industrial Training**, 29 (6): 472, (2005)
 56. Mislove, A., Marcon, M.,- Gummadi, K. P., Druschel, P., Bhattacharjee, B., “Measurement and Analysis of Online Social Networks”, **IMC’07: Proceedings of the 7th ACM SIGCOMM Conference on Internet Measurement, October 24-26, San Diego, California, USA**, (2007)
 57. Lea, B. R., YU, W., B., MAGULURU N., Nichols, M.,(2006), Enhancing Business Networks Using Social Network Based Virtual Communities, *Industrial Management & Data Systems*, Vol. 106, No. 1.
 58. Hogg, T., Adamic, L., “Enhancing Reputation Mechanisms via Online Social Networks”, **Proceedings of the 5th ACM Conference on Electronic Commerce, EC’04, ACM Press**, New York, NY, 17-20 May. (2004)
 59. Eijkman, H., “Web 2.0 as a Non-foundational Network-centric Learning Space”, **Campus-Wide Information Systems**, 25(2), (2008)
 60. İnternet: “MySQL Nedir?”, <http://www.mysql.com.tr/tr/KonuDetay.php? =1>, (2012)
 61. İnternet: “What is PHP?”, <http://tr.php.net/>, (2012)

ÖZGEÇMİŞ

Kişisel Bilgiler

Soyadı, ad : GÜZEL Murat
Uyruğu : T.C.
Doğum tarihi ve yeri : 18.04.1980 Sarız
Medeni Hali : Bekar
Telefon :0 (386) 280 33 33
Faks :
e-mail : murat.guzel@ahievran.edu.tr

Eğitim

Derece	Eğitim Birimi	Mezuniyet Tarihi
Yüksek lisans	Gazi Üniversitesi / Bilgisayar Eğitimi	2013
Lisans	Mersin Üniversitesi / Bilgisayar Mühendisliği	2003
Lise	Tevfik Sırrı Gür Lisesi	1997

İşDeneyimi

Yıl	Yer	Görev
2010 – 2013	Ahi Evran Üniversitesi	Öğretim Görevlisi

Yabancı Dil

İngilizce

Hobiler

Bilgisayar teknolojileri