

Subject Area
Social Sciences, Media

Year: 2022
Vol: 8
Issue: 94
PP: 352-359

Arrival
20 December 2021
Published
31 January 2022
Article ID Number
3817
Article Serial Number
14

Doi Number
<http://dx.doi.org/10.26449/ss.j.3817>

How to Cite This Article

Koçak, M.C.; Küçük, O. & Toprak, Ö. (2022). "Zaman Kullanımı Bağlamında İnternet Ve Kitap Okuma Alışkanlığı Üzerine Bir Araştırma" International Social Sciences Studies Journal, (e-ISSN:2587-1587) Vol:8, Issue:94; pp:352-359



Social Sciences Studies Journal is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License.

Zaman Kullanımı Bağlamında İnternet Ve Kitap Okuma Alışkanlığı Üzerine Bir Araştırma

A Study on Internet and Book Reading Habits in the Context of Time Use

Mevlüt Can KOÇAK¹  Olgun KÜÇÜK²  Özden TOPRAK³ 

¹ Dr. Öğr. Üyesi Karabük Üniversitesi, Türkler İnanoglu İletişim Fakültesi, Radyo Televizyon ve Sinema Bölümü, Karabük, Türkiye

² Öğr. Gör. Karabük Üniversitesi, Safranbolu Şefik Yılmaz Dizdar MYO, Radyo TV Programcılığı, Karabük, Türkiye

³ Dr. Öğr. Üyesi Hatay Mustafa Kemal Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Radyo Televizyon ve Sinema Bölümü, Hatay, Türkiye

ÖZET

Teknolojinin gelişmesiyle birlikte yeni medyanın yaygınlık kazanmış olması bireyin zaman değerlendirmedeki tercihlerinin değişmesine yol açmıştır. Geçmişte işten artan zamanlarda kitap, gazete gibi geleneksel araçlara yönelen kişiler artık daha çok dijital araçlarda vakit geçirmeye başlamışlardır. Bu çalışmada insanların internet ve sosyal medya kullanımları ile kitap okuma alışkanlıkları tespit edilmeye çalışılmıştır. Saha araştırması yönteminin kullandığı araştırmaya toplam 410 kişi katılmıştır. Araştırmaların verileri internet, sosyal medya, telefon ve yüz yüze görüşme yoluyla elde edilmiştir. Araştırmanın sonuçları göre; insanlar boş zamanlarının önemli bir kısmını internet ve sosyal medya karşısında geçirdiği görülmektedir. Yine internet ve sosyal medya kullanımı az da olsa kitap okuma alışkanlığını negatif anlamda etkilemektedir.

Anahtar Kelimeler: Zaman Kullanımı, İnternet Kullanımı, Kitap Okuma Alışkanlığı

ABSTRACT

With the development of technology, the prevalence of new media has led to a change in the preferences of the individual in the evaluation of time. In the past, people who turned to traditional tools such as books and newspapers when they were out of work have now started to spend more time in digital tools. In this study, it was tried to determine people's internet and social media usage and reading habits. A total of 410 people participated in the research, in which the field research method was used. The data of the studies were obtained through internet, social media, telephone and face-to-face interviews. According to the results of the research; It is seen that people spend a significant part of their free time in front of the internet and social media. Again, the use of the internet and social media negatively affects the habit of reading, albeit slightly.

Keywords: Time Usage, Internet Use, Reading Habits

1. GİRİŞ

Toplum denilince bir arada yaşayan çok sayıda insandan daha fazlası ifade edilmektedir. Toplumdan kasıt nicelikten çok onun nitelik tarafıdır. Bu olgu bir bakıma etkileşim halindeki bireyleri ifade etmektedir. Bundan dolayıdır ki toplumu ifade eden biçimsel kategoriler sonu itibarıyla insanlar arasındaki ilişkilerin şekli ve niteliğine dayandırılarak oluşturulmuştur. Bu ilişkinin içeriğinin ne olduğu ve nasıl yürüdüğünü ele alınırken dikkat edilmesi gereken ana unsurlardan biri de kişiler arasındaki ilişkinin tarihsel süreç içinde değişen yaşam koşullarına da bağlı olarak kurulmasını sağlamış olan iletişim araçlarıdır (Törenli, 2005,7).

İletişim, araçlar sayesinde kitlesel bir duruma gelmiştir. Araç aynı zamanda zaman ve mekân sorununu ortadan kaldırmıştır. Teknoloji sayesinde birbirinden bağımsız kitleye aynı anda ulaşma durumu zaman kavramını da tartışılır hale getirmiştir.

Gelişen teknoloji zaman kullanımını niteliksel anlamda değiştirmiştir. En ucuz eğlence araçları içerisinde gösterilen kitap, gazete, derginin yerini günümüzde televizyonunun yanında özellikle internet ve sosyal medya gibi kitle iletişim araçları almıştır. Bu iletişim araçları insanların var olan davranış ve alışkanlıkları değiştirmiş olduğundan kullanıcıya yeni tutumlar kazandırabilmektedir (Aksaçlıoğlu ve Yılmaz, 2007, 5). Bu tutum ve davranışlar sosyolojik açıdan da önem arz eder durumdadır çünkü okul ve çalışma hayatı dışında kalan zaman diliminde kitlelerin nasıl zaman geçirdiği bu zaman dilimi içerisinde hangi iletişim araçlarını tercih ettiği ve bu araçların kitlelerin başta okuma alışkanlığını etkileyip etkilemediğine yönelik pek çok araştırma yapılmıştır (Yusufoğlu, 2017, 24-31).

İnsanlar geleneksel araçlarla kıyaslandığında internette çok daha uzun zaman geçirmektedir. En önemli boş zaman uğraşı olarak interneti saymak artık mümkündür. Geçmişte işten artan zamanlarında gazete okuyan, radyo dinleyen, sinemaya giden hatta kitap okuya bireyler artık bu faaliyetlerin tamamını internet ortamından karşılayabilmektedir.

Arkadaş buluşmak ve sosyalleşmenin yerini de sanal sosyalleşme almıştır. Sanal arkadaşlıklar gerçek arkadaşlıklara tercih edilmektedir. Bundan dolayı iletişim araştırmacıları geleneksel medyadan çok yeni medya ortamlarına odaklanmaya başlamıştır (Balcı ve Ayhan, 2007, 192).

İşte, internet kullanımı ile kitap okuma alışkanlığı arasındaki ilişkiyi temel almak suretiyle internet kullanıcıları üzerinde yürütülen bu çalışmada, internet kullanımının kitap okuma alışkanlığına etkisini tespit etmeyi, zaman kullanımı ve medya ilişkisi ortaya koymayı amaçlamaktadır. Yine araştırmada internet kullanıcılarının kendilerini ve ailelerini kültürlü görme düzeyleri de tespit edilmeye çalışılacaktır.

2. ZAMAN KULLANIMI

Yetişkinlerin çoğunluğu günlük yaşamlarının belli kısmını çalışarak geçirirler. İşten arta kalan zamanlarda ise hobilerine ve sevdikleri insanlara zaman ayırırlar. Bu uğraşlar genellikle kişinin hoşuna giden şeylerdir. Bireylerin yaşamında iş dışında geçirilen zamanlar bu nedenlerden ötürü önemli sayılmaktadır (Kuş Şahin ve ark, 2009, 62).

Boş zaman zorlamadan, disiplinden kurtulma ve rahatlama anlamı taşır insan için. Birey kendini daha rahat ve özgür hisseder. Bu zaman aralığındaki faaliyetler bireyin kendi iradesiyle gerçekleşmektedir. Denetimden sıyrılmış ve özgürlüğü ifade eder. Boş zaman kavramı tercih, kaçış, anı yaşama ve özgürleşme ile yakın bağ içindedir. İş dünyasının gerginliğinden ferahlayıp gevşeme, kendini rahatlığa ve keyfe bırakmadır (Hibbins, 1996: 23, akt. Aytaç, 2016: 28). İsteyken insan kendisiyle mücadele halindedir ve gerilim içindedir. Yegâne umudu molalar ve iş dışındaki boş zamanlardır. İnsan hayatın cebri olmasa aylıklığı tercih edebilir.

Boş zaman için hayatın gerekliliklerinden arta kalan an olarak bakanlar da vardır. Zaman dışında faaliyet kavramı önde tutulursa boş zamanlar boyunca yapılan olumlu faaliyetler anlatılmak istemektedir. Ruhsal durumun öne çıkarıldığı başka bir tanımlamada boş zaman çalışma yaşamının dışına çıkmayı, kişiyi tazeleyen, hayat veren güçlere ulaşabilmek kapasitesi şeklinde aktarılmıştır. Boş zaman zihinsel ve ruhsal tutumu ifade eder. Sakinlik, iç huzuru, dinginlik, rahatlık, ferahlık gibi duyguların açılımdır (Karaküçük, 2014, 34-35).

Günlük yaşamda iş dışındaki hayata gerekli yer verilmesi kişinin üretkenliğini olumlu etkileyebilir. Bundan daha da kritik olan, iş dışı zamanlar toplumsal bireyin gelişimine ve kültürüne katkı sağlaması, ihtiyaçlarına gerekli zamanı ayırabilmesi ve her zamankinden daha çok kültürlenme oluşumunu sağlar. Marx, “toplumsal insanın tüm niteliklerinin geliştirilmesi, aynısının ihtiyaçlar bakımından da olabildiğince zengin bir biçimde üretimi, çünkü nitelikler ve ilişkilerden yana zenginlik pek çok açıdan doyum elde etmek üzere bu varlığın olabildiğince en genel ve evrensel biçimde toplumsal üretim için, onun da aynı biçimde birçok zevkle, dolayısıyla da yüksek bir kültür düzeyine haiz olması gerekir- sermayeye dayalı üretimin bir koşuludur” demektedir (akt. Manzerollex & Kjoson, 2014, 238).

Üretim koşulu tek bir alanda sınırlandırılmaz. Üretim için zihinsel ve vücutsal bir süreç gerekir. Bu yüzden üretim iş yerinde ve ofislerde olabileceği gibi boş zamanlarda ve eğlence de olabilir (Marcuse, 2013, 85). Diğer bir deyişle iyi kullanılan iş dışı zaman üretime de katkı sağlar. Ama medya eğlence/boş zaman endüstrisi, moda, turizm, yaşlılar, hegemonik yapı, siyasal ideoloji gibi bireyin ve de toplumun kültürü üzerinde baskılayıcı ve yönlendirici bir tesir oluşturmakta, bu tesir uzun vadede bireyin bilincini şekillendirdiği için kararlarındaki bağımsızlığa zarar vermektedir. Bireyin kendi kararına bırakılması gereken serbest zaman kullanımı medya gibi dış etkenler tarafından manipüle edildiği için onun alternatif değer ev pratikleri üretmesi kesintiye uğramaktadır. Diğer bir anlatımla zamanın total aygıtlar tarafından adeta bir tahakküm sahası gibi görülmesi, bireyin inisiyatifine darbe vurmaktadır (Aytaç, 2005,7). İnsanlar üretim dışı zamanlarda bile üretim birliğine uydurulmuştur. Zaman kullanımı öznenin elinden alınmış endüstrinin eline verilmiştir. Dolaysız verilerle kitlesel akılları oluşturulmuştur (Bernstein, 2011, 53). Kitlesel akıllar yaşamın her alanına sirayet etmiştir. Boş zaman uğraşı kılığında iken dahi yaşamın bütünü kontrol ve baskı altına alan, kışkıracıdan kaçmanın neredeyse mümkün olmadığı bir kodla birlikte düzenlenip süregiden bir meşguliyet şeklini bürünmüştür. İnsanlar yaşadıkları her yerde, okul olsun, işyeri olsun, hatta televizyonun karşısında olsun hangi türden bir programı takip ederse etsin kitlesel akıl tarafından sıkboğaz edilmektedir (Baudrillard, 2008, 25).

Birey oyalanmak için farklı meşguliyetlere yönelebilir. Kendisine meşgale oluşturabilir. Her ne kadar iş saatleri dışında kendisine bırakılan zamanları çeşitli eğlence ve oyunlarla geçirse de harcadığı bu zaman rasyonelleştirilmiş zaman olarak düşünülmelidir. Böyle rasyonelleştirilen zaman içinde kişi emeğinden ve üretiminden yabancılaşmakta, gerçek anlamda bir iş dışı zaman kullanımı deneyimi yaşayamamaktadır (Mills, 2007, 278-279).

Erich Fromm zaman kullanımındaki yabancılaşmayı ilgili olarak şu ifadeleri kullanır: “Tüketim konusunda böyle yabancılaşmış olmamız yalnızca tüketim maddelerini nasıl elde edeceğimizi değil, bundan da öte, boş zamanlarımızı nasıl değerlendireceğimizi de belirler. Ne bekleyebiliriz? Bir insan yaptığı işle somut bir ilişki kurmadan çalışıyorsa, nesnelere soyutlaştırılmış, yabancılaşmış bir biçimde satın alıyor ve tüketiyorsa, boş

zamanlarını etkin, anlamlı bir biçimde değerlendirebilir mi? Edilgen, yabancılaşmış bir tüketici olarak kalacaktır o insan her zaman. Top oyunlarını, filmleri, gazetelerle dergileri, kitapları, konuşmaları, doğa görünümünü, eğlence toplantılarını da satın aldığı malları tükettiği o yabancılaşmış soyutlaştırılmış yolla tüketir. Hiçbir şeye etkin bir biçimde katılmaz” (Fromm, 1990, 150).

2.1. Zaman Kullanımı Üzerine Yapılan Araştırmalar

1990’lardan sonra internet çok hızlı bir şekilde sivilleşmeye başlamıştır. Aynı zamanda bu tarihlerdeki bilgi toplumunun popülerleşmesi çeşitli gelişmeler ile de ilişkilidir. Bireysel bilgisayarlarının maliyetinin düşmesi ve güçlenmesi hem yerel hem de bölgesel çeşitli ağların kurulması bilgisayar kullanıcılarının internet destekli bir ağ oluşturmasını sağlamıştır (Geray, 2003, 132). Bilgisayar teknolojisindeki bu çarpıcı iyileşme ve kullanıcı sayısındaki artış geleneksel bilgi kaynaklarının işlevlerini yeniden tanımlayacak hatta tümüyle bu kaynakları ortadan kaldıracak gelişmelere yol açmıştır. Bununla birlikte bilgisayarın yaygınlaşmasıyla tüm kitapların ve geleneksel kaynakların ortadan kalkacağını düşünmek çok doğru değildir. Tüm kalkmasa da bazı kitap türleri bilişim teknolojisine yenik düşüp müzeye kaldırılacaktır (Avcı, 2000, 79-79). Günümüzde telefon rehberi gibi bazı kitapların ortadan kaybolduğuna tanık olunmaktadır.

Bireyin özgün tercihlerinin devre dışı kalmasıyla internet, televizyon ve sosyal medya haz ve keyif veren araçlara dönüşür. Bu araçlar insanın zamanını doldurma konusunda oldukça aktif olsa da zaman zaman boş zamanı tüketim zamanı haline getirdiği yönünde eleştirilebilmektedir (Aksoy, 2019, 620). Jacob Torfing’in belirttiği gibi kitle iletişim araçları modern çağda insanların boş zamanlarını inşa ederek, toplumsal ilişkilere dahi etki eder duruma gelmiştir (akt. Hebblewhite, 2014, 211). Bu nedenler kitle iletişim araçları ve internetin gelişi ile zaman kullanımı kavramı her geçen gün tartışılır duruma gelmiştir. Çünkü literatürde yapılan pek çok çalışma özellikle internetin gelişiminin kitap okuma alışkanlığı üzerinde oldukça baskın olduğu yönündedir. Bu araştırmalardan birisi de Aksaçoğlu ve Yılmaz (2007, 23) tarafından Ankara il merkezinde bulunan Özel Bilkent ilköğretim okulu ile Çankaya ilköğretim okullarında yapılmıştır. Araştırmada öğrenciler zorunlu aktiviteler dışındaki zamanlarda televizyon izlemeyi ve bilgisayar kullanmayı tercih ederken kitap okumak üçüncü sırada yer almaktadır.

Toruk (2008, 479) tarafından 205 üniversite öğrencisi üzerinde gerçekleştirilen başka bir araştırmada öğrenciler okuldan artan zamanda en fazla internet kullanmaktadır. Diğer taraftan bu zamanlarda kitap okuyan öğrenci sayısı ise katılımcıların yüzde 6.3’ü oluşturmaktadır.

Yukarıdaki araştırmadan farklı olarak başka bir araştırmada üniversite öğrencilerinin sosyal medya kullanımı ile serbest zaman tatmini arasındaki ilişki belirlenmeye çalışılmıştır. Karoğlu ve Atasoy (2018, 832) tarafından Türkiye’deki çeşitli üniversitelerde Bilgisayar ve Öğretim Teknolojileri Eğitim Bölümü’nde öğrenim gören öğrenciler üzerinde gerçekleştirilmiştir. Bu araştırmanın sonuçlarına göre üniversite öğrencilerinin sosyal medya kullanım süresi ile serbest zaman durumu arasında düşük düzeyde olsa da pozitif, anlamlı bir ilişki vardır. Diğer bir deyişle sosyal medya kullanım süresi arttıkça serbest zamandan tatmin olma düzeyi de artış göstermektedir.

Yine başka bir çalışma Balcı ve Ayhan (2013, 194) tarafından Konya’da Selçuk Üniversitesi’nde eğitim gören 487 üniversite öğrencileri üzerinde gerçekleştirilmiştir. Bu araştırma sonucuna göre internet kullanımını kitap okuma alışkanlığı üzerinde bir değişiklik yapmadığı sonucuna varılmıştır.

Yılmaz ve arkadaşlarının (2009, 46) Ankara’da Hacettepe Üniversitesi ile Bilkent Üniversitesi’nde eğitim gören öğrenciler üzerinde gerçekleştirdikleri araştırmada öğrencilerin televizyon izlemeleri ve bilgisayar kullanmalarının okuma alışkanlıklarını azalttığı sonucuna varılmıştır.

Yöntem olarak yukarıdaki araştırmalardan farklı olarak Ateş ve Şahin (2014, 12) tarafından Abant İzzet Baysal Üniversitesinden eğitim gören yüksek lisans öğrenci üzerinde bir araştırma yapılmıştır. Katılımcılar internet kullanmalarının kitap okuma alışkanlığını etkilediği belirtmiştir. Fakat internet kullanımı kitap okuma alışkanlığına olumsuz ve olumlu etki yaptı diyen öğrenci sayıları eşit düzeydedir.

Kuş ve Türkyılmaz (2010, 17) tarafından 577 üniversite öğrencisi üzerinde gerçekleştirilen araştırmada öğrencilerin yarısına yakını az kitap okumamalarının nedeni sınavlarına hazırlanma ve işlerinin yoğun olmasıdır. Bu araştırmada ortaya çıkan bir başka sonuç ise öğrencilerin yüzde 17’si az kitap okumalarını bilgisayar kullanmalarına ve televizyon izlemelerine bağlamaktadır.

Ergün ve Meriç (2020, 235-236) tarafından üniversite öğrencileri üzerinde yapılan araştırmada katılımcıların yüzde 49.3’ü kitap okumadığı belirtirken yüzde 94.3’ü internetle ilgilendiğini belirtmiştir.

3. YÖNTEM

Bu çalışmada genel tarama modeli kullanılmıştır. Araştırmada ayrıca bağımlı ve bağımsız değişkenler arasındaki ilişkiler de tespit edilmeye çalışılmıştır.

3.1. Araştırmanın Uygulanması ve Örneklem Seçimi

Anket verileri 15 Kasım ile 12 Aralık 2021 tarihleri arasında yüz yüz, telefon, internet ve sosyal medya üzerinden elde edilmiştir. Araştırmanın evrenini Türkiye’de yaşayan kişiler oluştururken örneklemini ise yine Türkiye’de yaşayan 410 kişi ile sınırlandırılmıştır. Çalışmada rastlantısal örneklem tekniği kullanılmıştır. Anket verileri ise SPSS 20.0 paket programı vasıtasıyla elektronik ortama aktarılmıştır.

3.2. Veri Toplama Araçları

Anket formunun ilk kısmında 6 sorudan oluşan 5’li Likert tipi bir ölçek kullanılmıştır. Bu ölçek vasıtasıyla katılımcıların hangi iletişim aracını daha fazla kullandığı tespit edilmeye çalışılmıştır. Araştırmada katılımcıların boş zamanlarında hangi etkinliklere daha fazla önem verdiğini tespit etmek için yine 5’li Likert ölçeği kullanılmışlardır.

R. Likert tarafından geliştirilmiş olan Likert (5’li Eşit Aralık’ta Sosyal Uzaklık) ölçeğinin en kayda değer özelliği şikâyetler arasındaki sosyal uzaklık aralığının eşit olmasıdır. 1930’lu yıllardan beri kullanılmaktadır. Likert ölçek türünde zayıf önermelerden daha çok güçlü önermeler üzerinde durulmaktadır. Likert tipi ölçeğin güvenilirliği onun ölçekleme yöntemleri arasında en fazla tercih edilen ölçek haline getirmiştir (Aziz, 2010, 98-99).

Çalışmanın ikinci bölümünde ise katılımcıların internet bağımlılık düzeylerini tespit edilmeye çalışılmıştır. Bu bağlamda 1 ile 10 arasında puan vermeye yönelik bir ölçek (1= Hiç bağımlı değilim 5= Biraz Bağımlıyım, 10= Çok bağımlıyım) kullanılmıştır. Yine aynı ölçek üzerinden katılımcıların kendilerini ve ailelerini kültürlü görme düzeylerinde tespit edilmeye çalışılmıştır. Katılımcıların yılda kaç kitap okudukları ise çoktan seçmeli soru ile araştırılmıştır.

3.3. Bulgular ve Yorum

Çalışmanın ilk bölümünde araştırmaya katılanların sosyo-demografik özellikleri ortaya konulmuştur. Katılımcıların cinsiyetine göre yüzdeler dağılımları incelendiğinde yüzde 56,3’ü erkeklerden, yüzde 43,7’si kadınlardan oluşmaktadır. Her ne kadar erkek katılımcı sayısı kadın katılımcı sayısına göre fazlalık gösterse bu araştırmanın cinsiyeti açısından dengesizlik oluşturmamaktadır (bkz. Tablo 1).

Tablo 1. Katılımcıların cinsiyetine göre dağılımı

Cinsiyet	Sayı	Yüzde
Erkek	231	56.3
Kadın	179	43.7
Toplam	410	100.0

Yaş dağılımının betimleyici istatistikleri incelendiğinde en düşük 18 , en yüksek 67 yaşında katılımcı ile görüşülmüştür. Araştırmaya katılanların yaş ortalaması ise 28.7 olarak hesaplanmıştır (bkz. Tablo 2).

Tablo 2. Katılımcıların Yaş istatistiği

Katılımcı Sayısı	En Düşük	En Yüksek	Ortalama
410	18	67	28.7

Katılımcıların günlük internet ve sosyal medya kullanım sürelerinin betimleyici istatistik sonuçlarına bakıldığında en düşük 3 dakika, en yüksek kullanım süresi 830 dakika olarak bulgulanmıştır.

Tablo 3. Katılımcıların İnternet Kullanım Süreleri

Katılımcı Sayısı	En Düşük	En Yüksek	Ortalama
408	3 dk.	830 dk.	258 dk.

3.3.1. İletişim Araçlarına Verilen Önem

Araştırmanın bu bölümünde katılımcıların iletişim araçlarına verdikleri önem düzeyleri mercek altına alınmıştır. Bu bağlamda 6 maddeden oluşan 5’li Likert ölçeği (1= Hiç Önem Vermem, 3= Biraz Önem Veririm, 5= Çok Önem Veririm) kullanılmıştır. Aritmetik ortalama değeri bakımından en fazla önemsenen iletişim aracı 4.43 aritmetik ortalaması ile internet olurken bunu 3.22 aritmetik ortalaması ile sosyal medya izlemektedir. Kitap ise en fazla önemsenen üçüncü (\bar{x} = 3.22) iletişim aracıdır.

Diğer taraftan araştırmaya katılanların en az önem verdikleri iletişim aracı 2.06 aritmetik ortalaması ile radyo olurken bunu 2.10 aritmetik ortalaması ile radyo izlemektedir (bkz. Tablo 4).

Tablo 4. Katılımcıların İletişim Araçlarına Verdikleri Önem

	Katılımcı Sayısı	En Düşük	En Yüksek	Ortalama
İnternet	410	1	5	4.43
Sosyal Medya	410	1	5	4.24
Kitap	410	1	5	3.22
Televizyon	410	1	5	2.83
Gazete	410	1	5	2.10
Radyo	410	1	5	2.06

Katılımcıların cinsiyeti ile iletişim araçlarına verilen önem düzeyi arasında anlamlı farklılaşma “kitapta” kendini ($t=-2.597$; $p<.05$) göstermektedir. Araştırmaya katılan kadınlar, erkeklere oranla iletişim araçlarından kitaba daha fazla önem vermektedir. Katılımcıların cinsiyeti ile televizyon, gazete, radyo, internet ve sosyal medya araçlarına verilen önem düzeyi arasında anlamlı bir farklılaşma bulgulanamamıştır. Diğer bir deyişle araştırmaya dahil kadın katılımcılar ile erkek katılımcıların bu araçlara verdikleri önem düzeyleri benzerlik göstermektedir (bkz. Tablo 5)

Tablo 5. Cinsiyete Göre İletişim Araçlarına Verilen Önem Düzeyindeki Farklılık

	Cinsiyet		t	df	sig
	Erkek	Kadın			
Televizyon	2.79	2.89	-.871	408	.385
Gazete	2.08	2.12	-.415	408	.679
İnternet	4.38	4.49	-1.585	408	.114
Radyo	2.03	2.10	-.738	408	.461
Sosyal Medya	4.25	4.23	.209	408	.834
Kitap	3.12	3.35	-2.597	408	.010

Katılımcılara “Kitaba değer verir misiniz?” şeklinde bir soru yöneltilmiştir. 410 katılımcının verdiği yanıtlar incelendiğinde katılımcılar ortanın üzerinde yükseğe yakın oranda ($\bar{x}=7.00$) kitabın hayatlarında önemli olduğunu belirtmiştir (bkz. Tablo 6).

Tablo 6. “Kitaba değer verir misiniz?” Sorusunun Merkezi Eğilim İstatistikleri

Kitabın önem düzeyi	Katılımcı Sayısı	Hiç önemli değil	Çok Önemli	Ortalama
	410	1	10	7.00

Araştırmaya katılanların cinsiyeti ile kitaba önem verme düzeyi arasındaki ilişkiyi tespit etmek amacıyla bağımsız örneklem T-testi uygulanmıştır. Tablo 6’da da görüldüğü gibi kadınlar ($\bar{x}=7.33$), erkeklere ($\bar{x}=6.75$) oranla kitaba daha fazla önem vermektedir (Tablo 7).

Tablo 7. Cinsiyete göre katılımcıların Kitaba Değer Verme Düzeylerindeki Anlamlı Farklılık

Cinsiyet	Katılımcı Sayısı	Ortalama	T	Df	Sig.
Erkek	231	6.75	-3.089	408	.002
Kadın	179	7.33			

“Yılda ortalama kaç kitap okursunuz?” soruna katılımcıların yüzde 8.0’i “hiç okumam” yüzde 40.5’i 1 ile 5 arası okurum, yüzde 26.3’ü “6 ile 11 arası okurum” yüzde 13.9’ü “12 ile 17 arası okurum” yüzde 11.2’si “18 ve üstü okurum” yanıtını vermişlerdir (bkz. Tablo 8).

Tablo 8. “Yılda Ortalama Kaç Kitap Okursunuz?” Sorusunun Yüzdelerle Dağılımı

	Sayı	Yüzde
Hiç Okumam	33	8.0
1 ile 5 Arası Okurum	166	40.5
6 ile 11 Arası Okurum	108	26.3
12 ile 17 Arası Okurum	57	13.9
18 ve Üstü Okurum	46	11.2
Toplam	410	100.0

Katılımcılara “kendinizi kültürlü görüyor musunuz?” şeklinde bir soru yöneltilmiştir. 410 katılımcının verdiği yanıtlar incelendiğinde katılımcıların kendilerini ($\bar{x}=6.52$) orta düzeyde kültürlü görmektedir.

Tablo 9. Katılımcıların Kendini Kültürlü Görme Durumunun Merkezi Eğilim İstatistikleri

Kendini kültürlü görme durumu	Katılımcı Sayısı	Hiç görmüyorum	Çok kültürlü Görüyorum	Ortalama
	410	1	10	6.52

Araştırmaya katılanların cinsiyeti ile kitaba önem verme düzeyi arasındaki ilişkiyi tespit etmek amacıyla bağımsız örneklem T-testi uygulanmıştır. Tablo 7’de de görüldüğü gibi kadınlar ($\bar{x}=6.74$), erkeklere ($\bar{x}=6.35$) oranla kitaba daha fazla önem vermektedir (Tablo 10).

Tablo 10. Cinsiyete göre katılımcıların Kendini Kültürlü Görme Düzeylerinde Anlamlı Farklılık

Cinsiyet	Katılımcı Sayısı	Ortalama	T	Df	Sig.
Erkek	231	6.35	-2.136	408	.033
Kadın	179	6.74			

Başka bir anket sorusunda katılımcılara “ailenizi kültürlü görüyor musunuz” sorusu yöneltilmiştir. Bu soruya yanıt bulmak amacıyla 1 ile 10 arasında puan vermelerine yönelik bir skala (1= hiç kültürlü değil, 10= çok kültürlü) oluşturulmuştur. 410 yanıtlar incelendiğinde katılımcıların ailelerini ($x = 6.31$) orta düzeyde kültürlü gördüğü sonucuna ulaşılmıştır. Diğer taraftan katılımcılar genel olarak kendilerini ailelerinden daha kültürlü görmektedir (bkz. Tablo 11)

Tablo 11. Katılımcıların Ailelerini Kültürlü Görme Durumunun Merkezi Eğilim İstatistikleri

Katılımcıların ailelerini kültürlü görme durumu	Katılımcı Sayısı	Hiç Görmüyorum	Çok kültürlü Görüyorum	Ortalama
	410	1	10	6.31

Araştırmaya katılanlara “Ailenizin kitap okuma alışkanlığı var mı?” sorusu yöneltilmiştir. Katılımcıların yanıtları kategorileştirildiğinde; yüzde 48.0’i evet, var derken yüzde 52.0’si hayır, yok yanıtını vermiştir (bkz. Tablo 12).

Tablo 12. “Ailenizin kitap okuma alışkanlığı var mı?” Sorusunun Yüzdelerle Dağılımı

	Sayı	Yüzde
Evet, kitap okur	197	48.0
Hayır, kitap okumaz	213	52.0
Toplam	410	100.0

3.3.2. Katılımcıların Boş Zaman Etkinlikleri

Araştırmanın bu bölümünde katılımcıların boş zaman etkinlikleri mercek altına alınmıştır. Bu bağlamda 9 maddeden oluşan 5’li Likert ölçeği kullanılmıştır. Aritmetik ortalama değeri bakımından katılımcılar boş zamanlarında en fazla internet ve sosyal medyada ($\bar{x} = 4.10$) zaman geçirdiklerini belirtmişlerdir.

İkinci sırada ise 3.82 aritmetik ortalaması ile “arkadaşlarımla zaman geçirmek” şikkı yer alırken bunu 3.45 aritmetik ortalaması ile kitap okumak şikkı izlemektedir. Diğer taraftan araştırmaya katılanlar boş zamanlarında en az tiyatroya ($\bar{x} = 2.33$) gittiklerini belirtmişlerdir (bkz. Tablo 13).

Tablo 13. Katılımcıların Boş Zaman Etkinliklerinin Merkezi Eğilim İstatistikleri

	Katılımcı Sayısı	En Düşük	En Yüksek	Ortalama
İnternet ve Sosyal Medyada Zaman Geçirim	410	1	5	4.10
Arkadaşlarımla zaman geçirim	410	1	5	3.82
Kitap okurum	410	1	5	3.45
Telefonla konuşurum	410	1	5	3.34
Sinemaya giderim	410	1	5	3.24
Spor Yaparım	410	1	5	3.05
Spor Karşılaşmaları izlerim	410	1	5	2.90
TV izlerim	410	1	5	2.69
Tiyatroya giderim	410	1	5	2.33

Katılımcıların internet/sosyal medya kullanım sıklığı ile kitaba verdikleri önem düzeyi arasındaki ilişkiyi belirlemek için yapılan Korelasyon Analizi sonuçları incelendiğinde iki değişken arasında negatif yönde, yüksek düzeyde ve anlamlı bir ilişki vardır ($t = -.268$ $p < .001$). Diğer bir deyişle araştırmaya katılanların internet ve sosyal medya kullanım sıklığı arttıkça kitap okumaya verdikleri önem azalmaktadır (bkz. Tablo 14).

Tablo 14. Katılımcıların İnternet/Sosyal Medya Kullanımı ile Kitap Okuma Sıklığı Arasındaki İlişki

	İnternet ve Sosyal Medya Kullanım Sıklığı
Kitaba verilen Önem Düzeyi	-.268**
N	408

Katılımcıların kendini kültürlü görme düzeyi ile ailesini kültürlü görme düzeyi arasındaki ilişkiyi belirlemek için yapılan Korelasyon Analizi sonuçları incelendiğinde iki değişken arasında **pozitif yönde, orta düzeyde ve anlamlı bir ilişki vardır** ($t = .457$ $p < .001$). Diğer bir deyişle araştırmaya katılanların kendini kültürlü görme düzeyi arttıkça ailesini kültürlü görme düzeyi de artış göstermektedir.

Tablo 15. Katılımcıların Kendini Kültürlü Görme Durumu ile Aileyi Kültürlü Görme Durumu

	Ailesini kültürlü görme düzeyi
Kendini kültürlü görme düzeyi	.457**
N	410

4. SONUÇ

Katılımcılar önem verdikleri iletişim araçlarının başında internet ve sosyal medya gelmektedir. Bu iki iletişim aracını ise kitap ve televizyon takip etmektedir. Cinsiyet açısından bakıldığında ise kadınlar, erkeklere göre kitaba daha fazla önem vermektedir. Bu araştırma verilerinde televizyona olan ilginin çok sınırlı olduğu görülmektedir. Bir dönemin en önemli kitle iletişim araçlarından biri olan televizyona günümüzde çok az ilgi gösterilmektedir.

Yine bu çalışmada katılanlar yükseğe yakın oranda kitaba değer vermektedir. Özellikle kadınlar, erkeklere oranla kitaba daha fazla değer vermektedir. Katılımcılar kendilerini biraz kültürlü görmektedir. Erkeklere göre kitaba daha fazla değer veren kadınlar aynı zamanda erkeklere göre kendilerini daha kültürlü görmektedir. Yine katılımcıların kendini kültürlü görme oranı arttıkça ailesini de kültürlü görme oranı artış göstermektedir.

Araştırmada ortaya çıkan bir başka sonuç ise katılımcıların neredeyse yarıya yakın kısmının (yüzde 40.5) yılda sadece 1 ile 5 arası kitap okuyor olmasıdır. Buna hiç okumam diyenlerin (yüzde 8.8) sayısı da eklenince katılımcıların önemli bir kısmının yılda çok az kitap okumakta olduğu görülmektedir. Yine katılımcıların ailelerinin yarısından fazlasının kitap okuma alışkanlığı bulunmaktadır.

Araştırmada katılımcılar işve günlük aktivite dışındaki zamanlarını daha çok internet ve sosyal medya karşısında geçirdiklerini belirtmişlerdir. Bu sonuçlar çalışmada sorulan en çok önem verilen iletişim aracı sonucuyla da paralellik göstermektedir. Yine katılımcılar boş zamanlarının önemli bir kısmını arkadaşları aile zaman geçirerek harcadıklarını belirtmişlerdir. Katılımcılar arasında tiyatroya gitme oranı ise oldukça düşüktür.

Araştırmada ayrıca internet ve sosyal medya kullanım sıklığı arttıkça kitap okumaya verilen değer oranında azalma görülmektedir. Bu sonuçlar göstermektedir ki internet ve sosyal medya kitap okuma alışkanlığı üzerinde negatif bir etki oluşturabilmektedir.

KAYNAKÇA

- Aksaçlıoğlu, A. G. & Yılmaz, B. (2007). "Öğrencilerin Televizyon İzlemeleri ve Bilgisayar Kullanmalarının Okuma Alışkanlıkları Üzerine Etkisi", Türk Kütüphaneciliği, 21 (1) , 3-28.
- Ateş, V., & Şahin, S. (2014). "Yüksek Lisans Öğrencilerinin Okuma Alışkanlıklarına Bilgisayar Ve İnternet Teknolojilerinin Etkileri", Ahi Evran Üniversitesi Kırşehir Eğitim Fakültesi Dergisi (KEFAD), 15(2), 1-16.
- Avcı, N. (2000). Enformatik Cehalet, Kitapevi, İstanbul.
- Aytaç, Ö. (2005). "Kapitalizm ve Boş Zaman", Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 6 (1) , 1-22.
- Aytaç, Ö. (2006). "Tüketimcilik ve Metalaşma Kısacasında Boş Zaman", Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, (11) , 27-53.
- Balcı, Ş. & Ayhan, B. (2013). "Üniversite Öğrencilerinin İnternet Kullanım ve Doyumları Üzerine Bir Saha Araştırması", Selçuk İletişim, 5 (1) , 174-197.
- Baudrillard, J. (2008). Simgesel Değiş Tokuş ve Ölüm, (Çev. Oğuz Adanır), Boğaziçi Yayınları, İstanbul.
- Bernstein, J. M. (2011). Theodor W.Adorno Kültür Endüstrisi Kültür Yönetimi, (Çev. Nihat Ülner-Mustafa Tüzel-Elçin Gen), İletişim Yayınları, İstanbul.
- Ergün G., Meriç M. (2020). "Üniversite Öğrencilerinin İnternet Kullanımı ile Mutluluk Ve Yaşam Doyumu Düzeyleri Arasındaki İlişkinin İncelenmesi". Anadolu Hemşirelik ve Sağlık Bilimleri Dergisi, 23(2): 233-240.
- Fromm, E. (1990). Sağlıklı Toplum, (Çev. Yurdanur Salman-Zeynep Tanrıseven), Payel Yayınevi, İstanbul
- Geray, H. (2003). İletişim ve Teknoloji, Ütopya Yayınları, Ankara.
- Hebblewhite, J. and Henning, W. (2014). "Üretim Araçları Olarak İletişim Araçları". Marx Geri Döndü: Medya, Meta ve Sermaye Birikimi. Der: Vincent Mosco & Christian Fuchs, Tr. Derleyen: Funda Başaran. Notabene.
- Karaküçük, S. (2014). Rekreasyon: Boş Zamanları Değerlendirme, Gazi Kitapevi, Ankara.
- Kocaman Karoğlu, A. & Atasoy, B. (2018). "Sosyal Medya Kullanımı ile Serbest Zaman Tatmini Arasındaki İlişki", Mersin Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi , 14 (2) , 826-839.
- Kuş, Z. & Türkyılmaz, M. (2010). "Sosyal Bilgiler ve Türkçe Öğretmeni Adaylarının Okuma Durumları: İlgi, Alışkanlık ve Okuma Stratejilerini Kullanım Düzeyleri", Türk Kütüphaneciliği, 24 (1) , 11-32.

- Manzerolle, V. & Kjoson, M. (2014) Sermayenin İletişimi Sayısal Medya ve Hızlanmanın Mantığı, Marx Geri Döndü, (Der. Mosco, V. ve Fuchs, C.), (çev.) B. Durdağ, Ankara: Notabene, s. 217-253.
- Marcuse, H. (2013). Özgürlük Üzerine Bir Deneme, (Çev. Soner Soysal), Ayrıntı Yayınları, İstanbul.
- Mills, C. W. (2007). Toplumbilimsel Düşün. (Çev. Ünsal Oskay). Der Yayınlar, İstanbul.
- Şahin, C. K., Akten S, Erol U. E. (2009). “Eğirdir meslek yüksekokulu öğrencilerinin rekreasyon faaliyetlerine katılımlarının belirlenmesi üzerine bir çalışma”, Artvin Çoruh Üniversitesi, Orman Fakültesi Dergisi, 10(1), 62-71.
- Toruk, İ. (2008). “Üniversite Gençliğinin Medya Kullanma Alışkanlıkları Üzerine Bir Analiz”, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, (19), 475-488.
- Törenli, N. (2005). Bilişim Teknolojileri Temelinde Haber Medyasının Yeniden Biçimlenişi: Yeni Medya, Yeni İletişim Ortamı, Bilim Sanat Yayınları, Ankara.
- Yılmaz, B., Köse, E. & Korkut, Ş. (2009). “Hacettepe Üniversitesi ve Bilkent Üniversitesi Öğrencilerinin Okuma Alışkanlıkları Üzerine Bir Araştırma”, Türk Kütüphaneciliği, 23 (1), 22-51.
- Yusufoğlu, Ö. Ş. (2017). “Boş Zaman Faaliyeti Olarak Akıllı Telefonlar Ve Sosyal Yaşam Üzerine Etkileri: Üniversite Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma”, İnsan Ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Dergisi 6(5), 2414-2434.