



ISSN  
2547-989X

Sinop Üniversitesi  
Sosyal Bilimler Dergisi

Araştırma Makalesi

Sinop Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 4 (1), 165-186

Geliş Tarihi: 10.03.2020 Kabul Tarihi: 24.06.2020

Yayın: Ocak-Haziran 2020 Yayın Tarihi: 30.06.2020

<https://doi.org/10.30561/sinopusd.698683>

<https://dergipark.org.tr/sinopusd>

## ÜNİVERSİTE ÖĞRENCİLERİNİN SOSYAL AĞ SİTELERİNİ KULLANIM AMAÇLARININ İNCELENMESİ

**Murat SAĞLAM \***

**Mesut ARDIÇ \***

**Abdullah BALCI \***

### Öz

Bu çalışmanın amacı üniversite öğrencilerinin sosyal ağ sitelerini kullanım nedenlerini belirlemektir. Araştırmanın çalışma grubunu 2016-2017 eğitim öğretim yılı bahar döneminde Tokat Gaziosmanpaşa Üniversitesi Erbaa Meslek Yüksekokulu ve Erbaa Sağlık Hizmetleri Meslek Yüksekokulunda farklı programlarda öğrenim gören 319 öğrenci oluşturmaktadır. Araştırma verileri Karal ve Kokoç (2010) tarafından geliştirilen *Sosyal Ağ Siteleri Kullanım Amacı Ölçeği* ile toplanmıştır. Katılımcıların sosyal ağ sitelerini en çok hangi amaçlar için kullandıkları; cinsiyet, öğrenim görülen sınıf, öğrenim görülen programın yer aldığı bilim dalı (Sosyal, Teknik ve Sağlık Bilimleri), sosyal ağ sitelerini kullanım yılı ve sosyal ağ sitelerinde günlük ortalama geçirilen zaman değişkenine göre farklılık gösterip göstermediği in-

---

\* Bu araştırmanın verileri 2016-2017 eğitim öğretim yılında toplanmıştır.

\* Dr. Öğr.Üyesi, Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi, Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu Yeni Medya Bölümü, murat4081@hotmail.com, <https://orcid.org/0000-0001-8036-7942>.

\* Öğr. Gör. Tokat GOP Üniversitesi Erbaa Sağlık Hizmetleri MYO Tıbbi Hizmetler ve Teknikler Bölümü, mesutrdc@hotmail.com, <https://orcid.org/0000-0002-6630-0669>.

\* Öğr. Gör., Tokat GOP Üniversitesi, Erbaa MYO Bilgisayar Teknolojileri Bölümü, Abdullah.balci@gop.edu.tr, <https://orcid.org/0000-0002-3205-0067>.

celenmiştir. Araştırmadan elde edilen bulgular, katılımcıların öncelikli olarak sosyal ağ uygulamalarını sosyal etkileşim-iletişim kurmak amacıyla kullandıkları yönündedir. Ayrıca katılımcıların sosyal ağ siteleri kullanım amaçlarının cinsiyet, bölüm, kullanım yılı ve sosyal ağ sitelerinde günlük ortalama geçirilen zamana göre anlamlı bir farklılık gösterirken, sınıf değişkenine göre anlamlı bir farklılık göstermediği ortaya konmuştur.

**Anahtar Kelimeler:** *Sosyal ağ siteleri, Sosyal ağ kullanımı, Sosyal ağ sitelerinin kullanım amacı.*

## **Investigation of University Students' Purpose of Use of Social Networking Sites**

### **Abstract**

The aim of this study is to determine the reasons why university students use social networking sites. The study group of the research consists of 319 students studying in different programs in Erbaa Vocational School of Gaziosmanpaşa University and Erbaa Vocational School of Health Services in the spring term of 2016-2017 academic year. The data of the study were collected with the purpose of Social Network Sites Use Scale developed by Karal and Kokoç (2010). The purpose of the study was examined whether the participants used social networking sites according to the gender, the variables of the program(Social, Technical and Health Sciences), time of use of social networking sites and daily average time spent on social networking sites. The findings of the study indicate that the participants primarily use social networking applications for social interaction-communication. In addition, while the purpose of social networking sites of the participants showed a significant difference according to gender, department, year of use and daily average time spent on social networking sites, it was revealed that they did not show a significant difference according to class variable.

**Keywords:** Social networking sites, Social networking, Intended use of social networking sites.

### **Giriş**

21. yüzyılın başından itibaren özellikle bilgi iletişim teknolojilerinin gelişimiyle birlikte dünyada ve Türkiye’de sosyal ağları kullanmak gündelik yaşamın

önemli bir pratiği haline gelmiştir. Kişiler, iletişim, eğlence, enformasyon, satın alma ve boş zaman değerlendirme gibi nedenlerle bu ağlara katılım sağlamaktadır (Karacelik, 2019). Sosyal ağlar, bireyi ve bireyin bütün hayatını çevreleyen, bireylerin günlük yaşamını etkin bir şekilde biçimlendiren iletişim ortamları ve ona etki eden sistemler (Alışır, 2012) bütününe dönüşmüştür.

Sosyal ağ kavramı kısaca, bireylerin var olduklarını göstermek ve kendilerini ifade etmek amacıyla içeriğini kendilerinin oluşturduğu, yayınladığı, paylaşım yaptığı her türlü online platformun genel adıdır (Ellison, Steinfield ve Lampe 2007). Ancak tam olarak sosyal ağ uygulamalarını, sosyal ağ'dır veya değildir diye tanımlamak kolay bir görev değildir. Çünkü modern dünyada birçok sosyal ağ kurallarına uygun uygulamalar ve uygun olmayan uygulamalar ortaya çıkmıştır. Aynı şekilde sosyal ağların birçok özelliğine sahip ama sosyal ağ olarak kabul edilmeyen internet siteleri de bulunmaktadır (Sağlam, 2019: 37; Klieber, 2009). Bundan dolayı bir web sitesi veya bir internet uygulamasının sosyal ağ olarak tanımlanabilmesi için yayıncıdan bağımsız kullanıcıları veya üyelerinin olması, zaman ve mekân sınırlaması olmaması, kullanıcı kaynaklı içeriğe imkân vermesi, kullanıcılar arasında karşılıklı etkileşimin sağlanması gerekmektedir (Ying, 2012: 10). Boyd ve Ellison (2007)'e göre sosyal ağ,

*“Bireylerin sınırlı bir sistem içerisinde halka açık veya yarı açık profil oluşturmalarını, bağlantı paylaşımı, diğer kullanıcıların profilindeki etkinlikleri ve kişileri görüntüleyebilmeleri, bu kişilerle etkileşim oluşturarak sistem içerisinde yer alan diğer bireylerinde bu eylemleri gerçekleştirebilmelerini mümkün kılan web tabanlı hizmetler bütünü olarak”* (Boyd ve Ellison, 2007: 211) tanımlamaktadır.

Vural ve Bat (2010) araştırmasında bireylerin, sanal dünya içerisinde kurdukları yeni bir dünya içerisinde yaşadıkları, kurdukları bu dünyada daha fazla zaman harcadıkları ve temel yaşam ihtiyaçlarını bu sanal gerçeklik içerisinde karşıladıklarını, dolayısıyla bazen gerçek dünyada mı yoksa sanal dünyada mı daha mutlu

olduklarının ayırt edilemediğini belirtmiştir (Vural ve Bat, 2010: 3349). Çünkü sosyal ağ toplulukları (örneğin Youtube), sosyal paylaşım siteleri ve bloglar (örneğin Facebook ve Google blog) ve ortak projeler (örneğin Wikipedia ve Google kişisel ve kurumsal web siteleri veya web siteleri) gibi pek çok biçimde olabilir (Kaplan ve Haenlein, 2009:564-565). Bireylerin içeriğini bizzat kendilerinin oluşturduğu ve düzenlediği bu sosyal medya ağları günümüzde, kişilerin gerek yakın çevresiyle gerekse de hiç tanımadığı insanlarla duygularını, düşüncelerini, tecrübelerini, ya da belirli bir zamandaki ruh hallerini (Instagram, Facebook ve WhatsApp'da hikaye/durum paylaşımı) duygu ve düşüncelerini yansıtan; müzik, resim ya da katıldıkları çeşitli etkinliklere (gezi, yemek, spor gibi) ilişkin durumları paylaşabildikleri ve üyelerin birbirleriyle iletişim kurmak amacıyla buldukları çevrimiçi sanal bir dünyadır. Dahası bu sanal dünyaya, bireyler her geçen gün daha fazla bağımlı olmakta ve daha fazla zaman ayırmaktadır. Kullanıcılar çeşitli organizasyonlara katılmakta, yeni arkadaş ve çevre edinip ilgi alanlarına giren sosyal, kültürel ve güncel olaylara ilişkin fikir paylaşmaktadırlar. Boş vakitlerinde tanımadığı diğer insanlarla vakit geçirme, sanal oyun oynadıkları ve hatta sosyal ağlarda tanıştıkları insanlarla evlenme gibi ciddi karar aldıkları da bilinmektedir (Sağlam, 2018: 126). Bundan dolayı günümüzde sosyal ağlar, kişi içi iletişimden kişilerarası iletişime, kişilerarası iletişimden gruplar arası iletişime, yardım çağrılarında seçim kampanyalarına, işverenlerden işçilere, eski arkadaş/tanıdıklarıyla iletişim kurmaktan çeşitli aktiviteler için oluşturan gruplara kadar kişinin ilgisini ve beklentilerini karşılayabilen ortamların bütünü olarak tanımlamak mümkündür (Öztürk ve Akgün, 2012: 50).

Karaçelik (2019: İ) çalışmasında sosyal ağların birey için önemini şu şekilde ifade etmiştir.

*“Yeni iletişim mecraları olarak sosyal medya ağları, günümüzün başat iletişim araçları haline gelmiştir. Etkileşimli iletişimin yanı sıra; eğlenme, sosyalleşme, haber alma, satın alma gibi pek çok etkinlik artık sosyal medya ağlarıyla sağlanmaktadır. Günümüzde kitlelerin bir araya geldikleri zeminler de sosyal medya ağlarıdır. İnternette birlikte ortaya çıkan bu yeni iletişim ortamlarının*

*kimisi zamanla popülerliğini yitirse de kimi ağlar gün geçtikçe daha kitlesel kullanımın merkezi haline gelmektedir. Sosyal medya ağları düşüncenin üretilip aktarılması için kullanıcılara yeni ortamlar sağlamanın dışında düşünme süreçlerini de hızla etkilemeye başlamışlardır”.*

Bunun nedeni günümüzde sosyal ağların bireylerin eğlenme, sosyalleşme, haber alma/verme, boş zaman değerlendirme noktasında, bireyin günlük yaşamının merkezinde yer almasıdır. Kırık’a göre bu sosyal ağlar; kullanıcıların diğer kullanıcılarla çevrimiçi haber, fotoğraf, video, metin vb. içerik paylaşımını sağlayan web sitelerine verilen ortak isimdir (Kırık, 2013: 74). Yani sosyal ağlar, görsel kültürün üretildiği ve tüketildiği alanlar olup, süreç içerisinde birey, sosyal ağların hem üreticisi hem de tüketicisi konumundadır. Bundan dolayı Youtube, Facebook, Instagram gibi sosyal ağ uygulamalarında içerik üretimi, özellikle video ve fotoğraf sunumu, sosyal ağ uygulamalarını etkin hale getirmiş olup, bireylerin duygu, düşünce ve öznel iyi oluşlarını şekillendirmiştir (Karaçelik, 2019: 12-13). Örneğin, bir sosyal ağ hizmeti olarak, kullanıcılar kendilerinin bazı yönlerini sosyal ağlarda ifşa edebilir ve kişisel bilgilerini güncelleyebilir (Siibak, 2009; Krämer ve Winter, 2008) ve bu güncellemeler kullanıcının takipçisi veya sosyal ağlardaki tanıdıklar tarafından daha kolayca fark edilebilir. Dolayısıyla, sosyal ağlar, bir kullanıcının diğerlerini daha kolay etkileyebileceği ve diğerleriyle etkileşim sağlayabildiği bir platform haline dönüşür (Lee ve Jang, 2019: 890-904). Diğer taraftan Dunbar ve Goffman’a göre, sosyal ağlar toplumsal gerçekliğin inşasında nesneleşen birer öge haline gelmişlerdir. Bireylerin sosyal ağlarda varoluş biçimleri, şekilleri vardır. Bunlardan bazıları örgütlenmek, teşhir etmek, sanal bedenler oluşturmak, gözetlemek-gözetlenmek, profil oluşturmak, performans sergilemek, kimlik temsili ve sanal uzamda eylem/kampanya yapmak gibi etkinliklerdir (Dunbar ve Goffman, aktaran İşman, Buluş ve Yüzüncüyıl, 2016: 613).

### **1. Bireylerin Sosyal Ağları Kullanma Nedenleri**

Ulusal ve uluslararası araştırma işletmeleri tarafından yayınlanan sosyal medya kullanım raporları ve literatürde yer alan araştırma sonuçlarından da açıkça

görüldüğü üzere bireylerin sosyal medya kullanım nedenleri ile sosyalleşmeleri arasında anlamlı bir ilişki vardır (Vural ve Bat, 2010; Sağlam ve Topsümer, 2019). Bireylerin sosyal medya uygulamalarında yaptıkları sohbetler, oynadıkları dijital oyunlar, yorumlar, gezi ve yemek paylaşımları, yer bildirimleri aktif olarak üye oldukları gruplar, sordukları sorular ve aldıkları cevaplarla birlikte diğer etkinliklere ilişkin analiz sonuçları ve raporlar, bireylerin sosyal ağ kullanım amaçlarının çeşitlendiğini göstermektedir. Özellikle öğrenciler arasında sıklıkla kullanılan sosyal medya uygulamalarının bireylerin günlük yaşamlarının merkezi haline geldiği çeşitli araştırmalarda (Örneğin, Boyd ve Ellison, 2007; Köseoğlu, 2012; Tosun, 2016; Sağlam, 2018; Vural ve Bat, 2010; Krause, Baum, Bauman ve Krosnova, 2019) sıklıkla vurgulanmıştır. Çünkü içerisinde bulunduğumuz yüzyılda bireyin günlük hayatının bir parçası olan ve bireyin hayatını şekillendiren teknolojik araçlardan birisi de sosyal ağlardır. Bireyler sosyal ağlar vasıtasıyla ortak ilgi alanlarına sahip, bağlantılı oldukları diğer bireyler ve gruplarla iletişim kurabilmekte, bilgi, deneyim ve tecrübelerini paylaşabilmektedir (Öztürk ve Akgün, 2012: 50). Bu dinamik izleme ve değerlendirme süreci modern literatürde “özgüven güncellemesi” olarak ifade edilmektedir. Çünkü bireyler gerçek ortamda gerçekleştiremeyecekleri birçok etkinliği bu sanal dünyada gerçekleştirmektedir.

Literatürde sosyal ağların öğrenciler tarafından hangi amaçla kullanıldıklarına ilişkin yapılan araştırmada şu sonuçlar elde edilmiştir. Özellikle (Ellison, Steinfield ve Lampe, 2007) yaptıkları araştırmada öğrencilerin sosyal ağ kullanım nedeninin öncelikle arkadaşlarıyla iletişim kurmak olduğunu ortaya koymuştur. Köseoğlu'nun (2012) kullanımlar ve doyumlar yaklaşımını esas alarak üniversite öğrencilerinin sosyal ağ kullanmaya neden olan güdeleri belirlemek için yaptığı araştırmada, katılımcıların sosyal ağlar vasıtasıyla altı farklı doyuma ulaştığı bulgusuna ulaşmıştır. Bunlar kullanım kolaylığı, magazin konuları, fotoğraf/video, topluluk gündemini yakalama, sosyal bağlantılar ve kullanım tercihlerdir. Tosun ise (2016) araştırmasında 206 katılımcıya “*sosyal ağları hangi amaçla kullandıklarını*” sormuş ve katılımcıların %75,24'ü fotoğraf paylaşmak, %73,79'u eski arkadaşlarını bulmak

ve %61,17'si yeni arkadaş edinmek amacıyla sosyal ağları kullandıkları bulgusuna ulaşmıştır. Balman ve Karataş (2012) araştırmasında ise katılımcıların sosyal ağları eski-yeni arkadaş bulma, paylaşım “resim, müzik, haber video” ve yorum yapma (dedikodu) amacıyla kullandıklarını belirtmişlerdir. Öztürk ve Akgün (2012) ise bireylerin sosyal ağ uygulamaları vasıtasıyla duygu ve düşüncelerini açık veya gizli bir biçimde hedef kitlelerine ilettikleri, böylece aile yapısına benzer biçimde arkadaşlık ilişkileri kurarak, kullanıcılar arasında sosyal iletişimi ve ilişkileri geliştirdiklerine vurgu yapmıştır. Karal ve Kokoç (2010) araştırmasında bireylerin sosyal ağ kullanım amaçlarını, sosyal etkileşim ve iletişim, tanıma ve tanınmayla birlikte bilgi edinme ve eğitim amacıyla amaçlı kullandıklarını ifade etmiştir.

## **2. Araştırmanın Amacı**

İnsan davranışlarının sebeplerini öğrenmenin bir yolu da onları bu davranışa iten nedenlere bakmaktır (Sağlam, 2018: 136). Sosyal ağ uygulamaları konusundaki gelişmeler göstermektedir ki, dünyada beş milyara yakın birey sosyal ağ uygulamalarını çeşitli amaçlarla kullanmaktadır. Bununla birlikte günümüzde neredeyse her kurum (kamu-özel) çeşitli amaçlarla birçok sosyal ağ uygulamaları kullanmaktadır. Sosyal ağ uygulamalarının hem gerçek kişiler (bireyler) hem de tüzel kişiler (kurum-kuruluşlar) tarafından kullanılıyor olması sosyal ağların çeşitli bilim dalları tarafından incelenmesine vesile olmuştur.

Sosyal ağ uygulamaları kullanmanın potansiyel olumlu sonuçlarına odaklanan araştırmalar (Köseoğlu, 2012; Kneidinger, 2010; Karal ve Kokoç, 2010; Ellison, Steinfield ve Lampe, 2007) sosyal ağ kullanıcıları için öznel ve psikolojik doyum noktasında olumlu duygularla bağ kurmuşlardır. Orta derecede sosyal ağ uygulamaları kullanan bireylerin etkileşim sağlama, tanıma ve tanınmayla birlikte bilgi edinme ve eğitim amacıyla da sosyal ağ uygulamalarını kullandıkları görülmüştür. Buna ek olarak, sosyal medyanın bireylerin yaşam doyumunu artırma ve duygusal rahatsızlıkların azaltma, kişisel rahatlatma ve stres azaltma aracı olarak kullanıldığını göstermiştir (Kneidinger, 2010; Otrar ve Aydın, 2014; Öztürk ve Akgün, 2012). Çünkü

sosyal ağ uygulamaları kendi içerisinde pozitif ve negatif duygular, bağlantılı ilişkiler, bilgilenme, etkileşim ve başarının bütün yönlerini içinde barındırmakta, desteklemekte ve kolay bir erişime imkân vermektedir. Bu durum sosyal ağ kullanıcılarının tercih sebebi olmasına ve eğlenceli vakit geçirmesine, haz vermesine, merak ögesini içerisinde barındırarak etkileşim kurmasına vb. birçok ihtiyacını hızlıca karşılamasından dolayı sosyal ağ kullanıcılarının ruh sağlığı üzerinde pozitif bir etkiye sahip olabileceğini düşündürmektedir. Dolayısıyla sosyal ağlar günümüzde bireylerin birbirleriyle etkileşim sağladıkları platformlara dönüşmüştür.

Bu araştırmada da sosyal ağ kullanıcılarının sosyal ağ kullanım amaçları incelenmektedir. Araştırmada, sosyal ağ uygulamalarını kullanan Gaziosmanpaşa Üniversitesi Erbaa Meslek Yüksekokulu ve Erbaa Sağlık Hizmetleri Meslek Yüksekokulu öğrencilerinin sosyal ağ ortamlarında bulunmalarının nedenlerini belirlemesi amaçlanmıştır. Öğrenciler günümüzde sosyal ağ ortamlarını etkin bir iletişim aracı olarak kullanmaktadır. Dolayısıyla iletişimin temelini oluşturan ortak düşünce ve duygu paylaşımı günümüzde sosyal ağlar vasıtasıyla gerçekleşmektedir. Sosyal ağ uygulamaları en yaygın biçimde yeni nesil bireyler, yani günümüz gençleri tarafından kullanılmaktadır. Çünkü sosyal ağ ortamında yetişen yeni neslin hem cinsleri hem de karşı cinsleri ile yakın ilişkiler kurmak, beğenilmek amacıyla sosyal ağ uygulamalarını yaygın bir şekilde kullandığı, boş vakitlerini sosyal ağ ortamlarında (sohbet, oyun oynama, müzik dinleme, video izleme...) değerlendirdikleri düşünüldüğünde, sosyal ağlar yeni nesil için önemli bir anlam ifade etmektedir.

### **3. Veri Toplama Araçları**

Araştırma verileri Karal ve Kokoç (2010) tarafından geliştirilen “*Sosyal Ağ Siteleri Kullanım Amacı Ölçeği-SASKAÖ*” ile toplanmıştır. Araştırmada kullanılan “*Sosyal Ağ Siteleri Kullanım Amacı Ölçeği-SASKAÖ*” 14 madde ve “sosyal etkileşim-iletişim”, “tanıma ve tanınma”, “bilgi edinme ve eğitim” olmak üzere üç alt boyuttan oluşmaktadır. 5’li likert tipindeki ölçeğin Cronbach Alfa güvenirlik katsayısı ölçek genelinde 0.830, “sosyal etkileşim-iletişim amaçlı kullanım” alt faktöründe



0.808, “tanıma ve tanınma amaçlı kullanım” alt faktöründe 0.742 ve “bilgi edinme ve eğitim amaçlı kullanım” alt boyutlarında ise 0,661 olarak hesaplanmıştır (Karal ve Kokoç, 2010: 258). Araştırmada katılımcıların sosyal ağ sitelerini hangi amaçlar için kullandıkları; cinsiyet, öğrenim görülen sınıf, öğrenim görülen programın yer aldığı bilim (Sosyal, Teknik ve Sağlık Bilimleri), sosyal ağ sitelerini kullanım yılı ve sosyal ağ sitelerinde günlük ortalama geçirilen zaman değişkenine göre farklılık gösterip göstermediği incelenmiştir.

#### 4. Çalışma Grubu

Araştırmanın çalışma grubunu, 2016-2017 eğitim öğretim yılında Tokat Gaziosmanpaşa Üniversitesi Erbaa yerleşkesinde yer alan Erbaa Meslek Yüksekokulu ve Erbaa Sağlık Hizmetleri Yüksekokulunda öğrenim gören öğrenciler oluşturmaktadır. Çalışma gruba ait demografik bilgiler Tablo 1’de yer almaktadır.

Tablo 1: *Çalışma Grubuna Ait Demografik Bilgiler*

Değişken	Kategori	N	%
Cinsiyet	Erkek	124	38,9
	Kadın	195	61,1
Sınıf	1. Sınıf	174	54,5
	2. Sınıf	145	45,5
Öğrenim Görülen Programın Yer Aldığı Bilim	Sosyal Bilimler	146	45,8
	Teknik Bilimler	109	34,2
	Sağlık Bilimler	64	20,1
Sosyal Ağ Siteleri Kullanım Yılı	0-2 yıl	55	17,2
	3-4 yıl	72	22,6
	5 yıl ve üzeri	192	60,2
Sosyal Ağ Sitelerinde Günlük Ortalama Geçirilen Zaman	30 dakikadan az	75	23,5
	30 dakika- 1 saat	94	29,5
	1-2 saat	87	27,3
	3-4 saat	63	19,7
Toplam		319	100

## 5. Verilerin Analizi

Verilerin analizinde tanımlayıcı istatistiklerden faydalanılmıştır. Ayrıca verilerin normal dağılım göstermesi nedeniyle gruplar arasındaki farklılıkları belirlemek için Bağımsız Örneklem T testi ve Varyans analizi (ANOVA) kullanılmıştır. Araştırma eğer normal dağılım göstermeseydi parametrik test yöntemleri olan bağımsız örneklem T testi, Bağımlı örneklem için T testi, Bağımsız örneklem için tek Yönlü ANOVA, yinelenen ölçümler için tek yönlü Anova ve Pearson bağıntısı analizlerinin yapılması uygun olmazdı. O yüzden araştırma ölçeğinin normal dağılım gösterip göstermediği incelenmiştir. Araştırmada yapılan analizlerde anlamlılık düzeylerinde hata payı  $p = (+) (-) 0,05$  olarak alınmış ve elde edilen bulgular aşağıda tablo halinde sıralanmıştır.

Tablo 2: Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Ağ Siteleri Kullanım Amaçlarına İlişkin Betimsel İstatistikler

Faktör	N	Minimum	Maksimum	$\bar{X}$	SS
Sosyal Etkileşim-İletişim	319	1,00	5,00	3,35	0,67
Tanıma ve Tanınma	319	1,00	5,00	2,38	0,80
Bilgi Edinme ve Eğitim	319	1,00	5,00	3,21	0,68

Üniversite öğrencilerinin sosyal ağ siteleri kullanma amaçlarına ilişkin betimsel istatistik sonuçları incelendiğinde katılımcıların sosyal ağ sitelerini en çok sosyal ( $\bar{X}=3,35$  Sosyal Etkileşim-İletişim) amaca yönelik kullandıkları görülmüştür. İkinci sırada ise bilgi edinme ve eğitim ( $\bar{X}=3,21$  Bilgi Edinme ve Eğitim) amacıyla kullanıldığı bulgusudur. Üçüncü ve son sırada ise ( $\bar{X}=2,38$  Tanıma ve Tanınma) amacıyla kullandıkları bulgusu ön plana çıkmıştır.

## 6. Araştırmanın Bulguları

Verilerin analizi için SPSS programı kullanılmıştır. Araştırma ölçeğinin normal dağılım göstermesi sebebiyle bağımsız örneklem T testi ve One Way Anova yapılan değerlendirmeler aşağıda sunulmuştur.

Tablo 3: Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Ağ Siteleri Kullanım Amaçlarının Cinsiyet Değişkenine Göre İncelenmesi

Faktör	Cinsiyet	N	$\bar{X}$	SS	t	sd	p
Sosyal Etkileşim-İletişim	Erkek	124	3,28	0,68	-1,361	317	0,175
	Kadın	195	3,39	0,67			
Tanıma ve Tanınma	Erkek	124	2,62	0,80	4,425	317	<b>0,000</b>
	Kadın	195	2,22	0,76			
Bilgi Edinme ve Eğitim	Erkek	124	3,13	0,65	-1,619	317	0,107
	Kadın	195	3,26	0,69			

Katılımcıların sosyal ağ siteleri kullanım amaçlarının cinsiyet değişkenine göre farklılığının anlamlı olup olmadığını belirlemek için bağımsız örneklem T-testi analizi yapılmıştır. Katılımcıların sadece “tanıma ve tanınma” alt boyutunun cinsiyet değişkenine göre farklılığı istatistiksel olarak %95 güven düzeyinde anlamlı olduğu [ $t(317) = -4,425, p < 0.05, p = 0.000$ ] belirlenmiştir. Erkek ( $\bar{X} = 2,62$ ) katılımcıların tanıma ve tanınma düzeylerinin kadın ( $\bar{X} = 2,22$ ) katılımcılara göre daha yüksek olduğu ortaya çıkmıştır.

Tablo 4: Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Ağ Siteleri Kullanım Amaçlarının Sınıf Değişkenine Göre İncelenmesi

Faktör	Sınıf	N	$\bar{X}$	SS	t	sd	p
Sosyal Etkileşim-İletişim	1. Sınıf	174	3,29	0,69	-1,663	317	0,097
	2. Sınıf	145	3,42	0,64			
Tanıma ve Tanınma	1. Sınıf	174	2,41	0,82	0,743	317	0,458
	2. Sınıf	145	2,34	0,77			
Bilgi Edinme ve Eğitim	1. Sınıf	174	3,19	0,69	-0,682	317	0,495
	2. Sınıf	145	3,24	0,66			

Katılımcıların sosyal ağ siteleri kullanım amaçlarının sınıf değişkenine göre farklılığının anlamlı olup olmadığını belirlemek için Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA) testi yapılmıştır. Katılımcıların sosyal ağ kullanım nedenleri ve alt boyut düzeylerinin sınıf değişkenine göre farklılığı istatistiksel olarak %95 güven düzeyinde anlamlı olmadığı görülmüştür [ $p > 0.05$ ].

Tablo 5: Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Ağ Siteleri Kullanım Amaçlarının Öğrenim Görülen Programın Yer Aldığı Bilim Değişkenine Göre İncelenmesi

Faktör	Bilim	N	$\bar{X}$	SS	F	p	Fark
Sosyal Etkileşim-İletişim	Sosyal <sup>a</sup>	146	3,26	0,71	5,632	0,004	c>a c>b
	Teknik <sup>b</sup>	109	3,32	0,66			
	Sağlık <sup>c</sup>	64	3,59	0,55			
Tanıma ve Tanınma	Sosyal <sup>a</sup>	146	2,34	0,76	0,311	0,733	
	Teknik <sup>b</sup>	109	2,40	0,83			
	Sağlık <sup>c</sup>	64	2,43	0,83			
Bilgi Edinme ve Eğitim	Sosyal <sup>a</sup>	146	3,17	0,69	0,678	0,508	
	Teknik <sup>b</sup>	109	3,22	0,68			
	Sağlık <sup>c</sup>	64	3,29	0,63			

Katılımcıların sosyal ağ siteleri kullanım amaçlarının öğrenim görülen bilim dalı değişkenine göre farklılığının anlamlı olup olmadığını belirlemek için Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA) testi yapılmıştır. Katılımcıların sosyal ağ kullanım nedenleri genel düzeylerinin ve alt boyutlarından tanıma ve tanınma ile bilgi edinme ve eğitim düzeylerinin öğrenim görülen bilim dalı değişkenine göre farklılığı istatistiksel olarak %95 güven düzeyinde anlamlı olmadığı görülmüştür [ $p>0.05$ ]. Katılımcıların sosyal etkileşim ve iletişim düzeyinin öğrenim görülen bilim dalı değişkenine göre farklılığı istatistiksel olarak %95 güven düzeyinde anlamlı olduğu ortaya çıkmıştır ( $p<0.05$ ,  $p=0.004$ ). Sağlık alanında öğrenim gören ( $\bar{X}=3,59$ ) katılımcıların sosyal etkileşim ve iletişim düzeyinin teknik ( $\bar{X}=3,32$ ) ve sosyal alanlarda ( $\bar{X}=3,26$ ) daha yüksek olduğu belirlenmiştir.

Tablo 6: Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Ağ Siteleri Kullanım Amaçlarının Kullanım Yılı Değişkenine Göre İncelenmesi

Faktör	Bilim	N	$\bar{X}$	SS	F	p	Fark
Sosyal Etkileşim-İletişim	0-2 yıl <sup>a</sup>	55	3,01	0,77	11,270	0,000	c>a
	3-4 yıl <sup>b</sup>	72	3,27	0,67			
	5 yıl ve üzeri <sup>c</sup>	192	3,47	0,61			
Tanıma ve Tanınma	0-2 yıl <sup>a</sup>	55	2,22	0,84	1,978	0,140	
	3-4 yıl <sup>b</sup>	72	2,31	0,70			
	5 yıl ve üzeri <sup>c</sup>	192	2,44	0,82			

<b>Bilgi Edinme ve Eğitim</b>	0-2 yıl <sup>a</sup>	55	3,07	0,78	1,597	0,204	
	3-4 yıl <sup>b</sup>	72	3,20	0,60			
	5 yıl ve üzeri <sup>c</sup>	192	3,26	0,67			

Katılımcıların sosyal ağ siteleri kullanım amaçlarının kullanım yılı değişkenine göre farklılığının anlamlı olup olmadığını belirlemek için Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA) testi yapılmıştır. Katılımcıların sosyal ağ kullanım nedenleri genel düzeylerinin ve alt boyutlarından tanıma ve tanınma ile bilgi edinme ve eğitim düzeylerinin kullanım yılı değişkenine göre farklılığı istatistiksel olarak %95 güven düzeyinde anlamlı olmadığı görülmüştür [ $p>0.05$ ]. Katılımcıların sosyal etkileşim ve iletişim düzeyinin öğrenim görülen bilim dalı değişkenine göre farklılığı istatistiksel olarak %95 güven düzeyinde anlamlı olduğu ortaya çıkmıştır ( $p<0.05$ ,  $p=0.000$ ). 5 yıl ve üzeri sosyal ağ kullanan ( $\bar{X}=3,47$ ) katılımcıların sosyal etkileşim ve iletişim düzeyinin 3-4 yıl arasında ( $\bar{X}=3,27$ ) ve 0-2 yıl arasında sosyal ağ kullanan katılımcılara göre ( $\bar{X}=3,26$ ) daha yüksek olduğu görülmüştür.

Tablo 7: Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Ağ Siteleri Kullanım Amaçlarının Günlük Ortalama Geçirilen Süre Değişkenine Göre İncelenmesi

<b>Faktör</b>	<b>Bilim</b>	<b>N</b>	<b><math>\bar{X}</math></b>	<b>SS</b>	<b>F</b>	<b>p</b>	<b>Fark</b>
<b>Sosyal Etkileşim-İletişim</b>	30 dk. az <sup>a</sup>	75	3,15	0,66	3,28 3	<b>0,02 1</b>	d>a
	30 dk.- 1 saat <sup>b</sup>	94	3,41	0,65			
	1-2 saat <sup>c</sup>	87	3,37	0,64			
	3-4 saat <sup>d</sup>	63	3,47	0,72			
<b>Tanım ve Tanınma</b>	30 dk. az <sup>a</sup>	75	2,24	0,75	2,15 8	0,09 3	
	30 dk.- 1 saat <sup>b</sup>	94	2,29	0,81			
	1-2 saat <sup>c</sup>	87	2,48	0,75			
	3-4 saat <sup>d</sup>	63	2,51	0,87			
<b>Bilgi Edinme ve Eğitim</b>	30 dk. az <sup>a</sup>	75	3,11	0,60	1,26 2	0,28 7	
	30 dk.- 1 saat <sup>b</sup>	94	3,29	0,72			
	1-2 saat <sup>c</sup>	87	3,26	0,61			
	3-4 saat <sup>d</sup>	63	3,15	0,76			

Katılımcıların sosyal ağ siteleri kullanım amaçlarının günlük ortalama geçirilen süre değişkenine göre farklılığının anlamlı olup olmadığını belirlemek için Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA) testi yapılmıştır. Katılımcıların sosyal ağ kullanım nedenleri genel düzeylerinin ve alt boyutlarından tanıma ve tanınma ile bilgi edinme ve eğitim düzeylerinin günlük kullanım değişkenine göre farklılığı istatistiksel olarak %95 güven düzeyinde anlamlı olmadığı görülmüştür [ $p>0.05$ ]. Katılımcıların sosyal etkileşim ve iletişim düzeyinin günlük kullanım değişkenine göre farklılığı istatistiksel olarak %95 güven düzeyinde anlamlı olduğu ortaya çıkmıştır ( $p<0.05$ ,  $p=0.021$ ). Günlük 3-4 saat arasında sosyal ağ kullanan ( $\bar{X}=3,47$ ) katılımcıların günlük 0,30-1 saat arasında ( $\bar{X}=3,41$ ), 1-2 saat arasında ( $\bar{X}=3,37$ ) ve 0-30 dakika arasında ( $\bar{X}=3,15$ ) sosyal ağ kullanan katılımcılara göre daha yüksek olduğu belirlenmiştir.

## 7. Tartışma

Üniversite öğrencilerinin sosyal ağ kullanım amaçlarının belirlenmesi için yapılan bu çalışmada, üç tema ön plana çıkmıştır ve bireylerin sosyal ağ kullanımının en önemli nedeninin “sosyal etkileşim-iletişim” olduğu temellendirilmiştir. Araştırmada sosyal etkileşim-iletişim, bilgi edinme ve eğitim alt boyut ortalamaları birbirine çok yakın olmasına rağmen tanıma ve tanınma alt boyut ortalamasının ise en düşük olduğu tablo 2’de görülmektedir. Bu konuda (Kang ve Lee, 2010; Lin ve Bhattacharjee, 2008) araştırmalarında bireylerin sosyal ağları kullanmasıyla elde ettiği haz ve eğlencenin sosyal ağları kullanmaya devam etme niyeti üzerinde pozitif yönlü güçlü bir etkisinin olduğunu ortaya koymuştur. Sonuç birçok araştırmacının çalışmalarıyla tutarlı olmuştur (Sağlam 2019; Kang ve Lee, 2010; Lin ve Bhattacharjee, 2008). Eğlence odaklı bir bilgi sistemi bağlamında sosyal ağlar bireylerin haz elde etmesini sağlar ve bu bireylerin sosyal ağlarda bulunma nedenidir. İkincisi ise özellikle üniversite öğrencileri bağlamında sosyal ağlarda gerçekleştirilen etkinlikler ve oynanan oyunlar aracılığıyla gerçek arkadaşlarla eğlenme, iyi vakit geçirme, bilgi verme ve bilgilenmeyle birlikte sosyalleşme ortamını içerisinde barındırması, özellikle eski tanıdık ve arkadaşlarla bağlantı kurma, onları takip etme (Ellison, Steinfield

ve Lampe 2007) ve onlar hakkında bilgilenme noktasında sosyal ağlar uygun bir ortam oluşturmaktadır. Ayrıca bireylerin kişilik özelliklerine bağlı olarak sanal arkadaşlık kurmaları, sanal arkadaşlarla oyun oynamaları ve diğer birçok etkinlik düzenlemeleri ve katılım sağlamaları (Pempek ve Diğ. 2009) noktasında elde ettiği hazzı gerçek dünya arkadaşlarıyla elde edememesi nedeniyle bu hazlara daha fazla erişim sağlamak için sosyal ağ uygulamalarında kalmaya devam etmektedirler. Bu noktada özellikle (Baker ve White, 2010)'ın ifadesiyle gerçek dünyada yalnız olan veya kendileriyle uyumlu bir arkadaş ortamı bulamayan bireylerin sosyal ağ uygulamalarında daha fazla arkadaş beklentisi bireylerin sosyal ağ ortamlarında bulunma nedeniyle doğru orantılı görünmektedir. Son olarak sosyal ağ uygulamalarının kullanışlı olması, erişiminin kolay olması, zaman ve yer mefhumunun olmaması nedeniyle bireyler sosyal ağ uygulamalarında bulunmakta ve onu kullanmaya devam etmesinde olumlu bu etkenler etkili olmaktadır. Bireyler sosyal ağ uygulamalarında bilgi paylaşmakta ve başkalarıyla bağlantı kurması, verimliliğini arttırarak daha fazla insan tanınmasını sağlamaktadır. Onlarla etkileşim kurma, sosyal ağ ortamlarında mutlu olma ve çeşitli etkinliklerde bulunma gibi amaçlardan dolayı sosyal ağ ortamlarında bulunma ve kullanmaya devam ettikleri söylenebilir. (Karal ve Kokoç, 2010; Kwon ve Wen, 2010). Ayrıca bireylerin sosyal ağlarda bulunma nedeni (örneğin daha fazla arkadaş çevresi ve sosyal etkileşim, bilgi edinme ve haz) derecesinden dolayı doğal olarak daha yüksektir. Benzer biçimde üniversite öğrencileri arasında akran sayısı, öznel ve psikolojik iyi oluşu, bireylerin öz yeterliliğinin gelişimini ifade etmektedir. Çünkü dünya genelinde ve Türkiye özelinde çeşitli nedenlerden dolayı çocukluktan itibaren bireylerin çevresi sıklıkla değişmektedir. Özellikle cumhuriyet Türkiye'sinde çocukların gelişim döneminde eğitim mazeretine bağlı olarak arkadaş çevrelerinin sıklıkla değiştiği/değiştirildiği bilinmektedir. Üniversite eğitimi döneminde bireyler tamamen eski çevresinden kopmakta, yeni bir şehir, yeni bir ortam ve yeni bir arkadaş çevresine dahil olmaktadır. Ancak bireyler yeni ortamlarına uyum gösterene kadar eski arkadaşlarıyla konuşmakta, görüşmekte ve bu arkadaşlarıyla sosyal ağlarda çeşitli etkinlikler düzenlemektedir (Balman ve Karataş, 2012; Boyd ve Ellison, 2008).

Literatürde bireylerin sosyal ağlarda bulunma nedeninin öncelik olarak var olma ve sosyal etkileşim-iletişim (Vural ve Bat, 2012; Pembek ve diğerleri, 2009; Brandtzæg ve Heim 2009) olduğu ortaya çıkmaktadır. İkinci olarak ise tanıma ve tanınma (Sezgin ve diğerleri 2011, Filiz ve diğerleri, 2014; Tosun, 2016) olduğu ortaya çıkmaktadır. Üçüncü olarak sosyal medya kullanıcılarının sosyal medyayı eğitim (Tosun, 2016; Gökçearslan ve Alper, 2015; Masic ve Sivic, 2011; Oradini ve Saunders, 2008; Horzum ve diğerleri, 2008) amacıyla kullandıklarını ortaya koymuştur. Bireylerin diğer sosyal ağ kullanım nedenleri ise öznel iyi oluş yani mutluluk (Malakoç 2011; Türkdoğan, 2010; Diener 2009; Tuzgöl-Dost, 2004), Örgütlenme (Sepeççi, 2017), topluluğun ya da sosyal ağın diğer üyelerinin faaliyetlerini yakından izleme/gözetleme şeklinde sıralanabilir (Krause, Baum, Bauman ve Krosnova, 2019, Alemdar, İşbilen, Demirel ve Telli, 2017; Karagülle, 2015). Ayrıca bireylerin sosyal ağ kullanım nedenlerini belirlemeye yönelik çalışmalar (Otrar ve Aydın, 2014), sosyal ağlara ilişkin kültürel çalışmalar (Gosling vd. 2011; Tosun, 2016) sosyal ağ alanında dikkat çeken araştırmalardan bazılarıdır.

### **Sonuç**

Araştırma neticesinde üniversite öğrencilerinin sosyal ağ kullanma nedenleriyle ilgili çeşitli çıkarımlarda bulunulabilir. İlk olarak bireylerin sosyal ağları kullanma nedeni, öğrencilerin sosyal ağları kullanmasından keyif almalarıdır (Balman ve Karataş, 2012; Sledgianowski ve Kulviat, 2009). Öğrencilerin fotoğraf, film, videoları yayınlamaları, profil sayfalarını geliştirmeleri ve dikkat çekici paylaşım yapmaları sayesinde diğer bireylerin ve arkadaşlarının ilgi ve dikkatini çekme ve onların eğlenmesini sağlayarak (Powell, 2009) toplumda var olma ve sosyal ortamlarda kabul almasıyla mutluluk elde etmektedir. Buna ek olarak, sosyal ağ sitelerini kullanmanın zevkli etkilerini güçlendirmek için çeşitli etkinlikler düzenlemek, mutluluk veren uygulamalar buldurmak, küçük oyunlarla sosyal ağ profil sayfalarını geliştirmeye devam etmelidir.

Yapılan araştırmada benzer sonuçlar ortaya konulmuş olup, katılımcıların cinsiyet değişkenine göre sosyal ağ kullanım amaçlarının farklılık gösterip göster-



mediği araştırılmıştır. Elde edilen bulgulara göre, cinsiyet değişkenine göre üniversite öğrencilerinin sosyal ağ kullanma nedenlerinden “tanıma ve tanınma” amaçlı kullanımında kadınlar ve erkekler arasında anlamlı bir ilişki bulunurken diğer boyutlarda (bilgi edinme ve eğitim ve sosyal etkileşim-iletişim) anlamlı bir ilişki bulunmamıştır. Bu araştırmanın bulguları (Vural ve Bat, 2012; Otrar ve Aydın, 2014; Alemdar, İşbilen, Demirel ve Telli, 2017) araştırmalarının sonuçları ile kadın ve erkek katılımcıların sosyal ağ kullanım amaçlarının farklı olduğuna işaret etmektedir. Görüldüğü üzere literatürde de sosyal ağ kullanım amaçlarıyla ilgili cinsiyete göre değişkenlik olup olmadığına ilişkin farklı bulgular vardır. Sosyal ağ kullanım amaçları açısından cinsiyetler arasında fark olduğunu gösteren araştırmaların sonuçları bazen kadınlar bazen de erkekler lehine olan bulgulara işaret etmektedir.

Elde edilen üçüncü bulgu ise sınıf değişkenine göre üniversite öğrencilerinin sosyal ağ kullanım nedenlerini belirlemek için bağımsız örneklem T testi yapılmış ve anlamlı bir ilişki bulunamamıştır. Elde edilen bulgular, “bilgi edinme ve eğitim” ve “sosyal etkileşim-iletişim” alt boyutunda ikinci sınıf öğrencilerin ortalama değeri yüksekken, “tanıma ve tanınma” alt boyutunda birinci sınıf öğrencilerinin ortalama değeri daha yüksektir.

Elde edilen dördüncü bulgu ise öğrenim görülen program değişkenine göre sosyal ağ sitelerinin kullanım amaçlarını belirlemek için Tek Yönlü Varyans Analizi (Anova) testi yapılmış ve katılımcıların “sosyal etkileşim-iletişim” alt boyutunda anlamlı bir ilişki varken diğer alt boyutlar “bilgi edinme ve eğitim” ve “tanıma-tanınma” arasında anlamlı bir ilişkinin olmadığı ortaya konmuştur. Elde edilen bulgu sağlık bölümünde eğitim alan öğrencilerin sosyal ağ kullanma amaçları sosyal ve teknik bölümde eğitim alan öğrencilere göre daha yüksektir.

Araştırma kapsamında ayrıca sosyal ağ kullanım yılı ile sosyal ağ kullanım amaçları arasında anlamlı bir farklılık olup olmadığı da incelenmiştir. Elde edilen bulgular katılımcıların “sosyal etkileşim-iletişim” alt boyutunda anlamlı bir ilişki varken, diğer alt boyutlar “bilgi edinme ve eğitim” ve “tanıma-tanınma” arasında anlamlı bir ilişkinin olmadığını ortaya koymuştur. Elde edilen bulgu 5 yıldan daha

fazla sosyal ağ kullanan katılımcıların 0-2 yıl arasında sosyal ağ kullanan katılımcılara göre daha yüksek olduğu bulgusu Öztürk ve Akgün (2012) araştırmasıyla benzerlik göstermektedir. Öztürk ve Akgün (2012) araştırmasında üniversite öğrencilerinin sosyal ağ uygulamalarını ortalama 4 yıldan uzun bir süredir kullandıklarını ve çoğunluğu her gün olmak üzere yoğun bir şekilde kullandıklarını ifade etmiştir. Araştırmada katılımcılar yeni arkadaşlıklar ve gruplara katılmaktan ziyade, eski arkadaşlıklarını sürdürmek, haber, bilgi ve kaynak paylaşmak, yenilikleri takip etmek olduğu bulgusuna ulaşmıştır.

Araştırmada katılımcıların sosyal ağ kullanım amaçlarıyla günlük ortalama geçirilen süre arasında anlamlı bir farklılık gösterip göstermediği araştırılmıştır. Elde edilen bulgulara göre katılımcıların “sosyal etkileşim-iletişim” alt boyutunda anlamlı bir ilişki varken diğer alt boyutlar “bilgi edinme ve eğitim” ve “tanıma-tanınma” arasında anlamlı bir ilişkinin olmadığı ortaya konmuştur. Elde edilen bulgular 3-4 saat arasında sosyal ağ kullanan katılımcıların 0-30 dakika arasından sosyal ağ kullanan katılımcılara göre daha yüksek olduğu sonucu elde edilmiştir. Bu araştırmanın bulguları (Vural ve Bat, 2012; Brandtzæg ve Heim 2009; Otrar ve Aydın, 2014) araştırmasının sonuçlarını desteklemektedir. Bununla birlikte günlük ortalama geçirilen süre ile sosyal ağ kullanım amaçları arasında olumlu bir ilişkinin var olduğunu gösteren araştırmalarda mevcuttur. Elde edilen bulgular günlük ortalama geçirilen sürenin artışıyla birlikte sosyal ağ kullanımlarında arttığı yönündedir. Bunun nedeni bireyin sosyal ağ uygulamalarından daha fazla haz elde etmesi, sosyal ağ uygulamalarına erişimin kolay olması ve istediği içerik ve sosyal ortamlara hızlı bir şekilde erişim sağlaması, mutlu olması olabilir. Ancak burada dikkat edilmesi gereken nokta elde edilen bu hazzın sosyal ağ ve uygulamalarına yönelik bağımlılık oluşturup oluşturmadığı noktasıdır (Sağlam, 2018). Burası da ayrı bir çalışmanın konusudur.

Sonuç olarak, katılımcıların sosyal ağ siteleri kullanım amaçlarının cinsiyet, bölüm, kullanım yılı ve sosyal ağ sitelerinde günlük ortalama geçirilen zamana göre anlamlı bir farklılık gösterirken, sınıf değişkenine göre anlamlı bir farklılık göstermediği ortaya konmuştur. Yapılan araştırma sonucunda üniversite öğrencilerinin hepsi internet kullanmakta olup, öğrenciler internette en fazla sosyal ağ uygulamalarında

vakit geçirmekte olduğu ve ilgilerinin sosyal ağlarda yoğunlaştığı sonucuna ulaşılmıştır. Öğrencilerin sosyalleşme kavramından anladıkları sosyal ağ uygulamalarını yoğun olarak kullanmak ve sosyal ağlarda olabildiğince vakit geçirmektir. Bu durum günümüzde özellikle pandemi (Covid 19) döneminde öğrencilerin sosyal ağlarda eğlenme, boş zaman değerlendirme, paylaşım yapma, yorumlama, bilgilenme ve bilgilendirme, sanal alemde tanınır-bilinir olma ve sosyal etkileşim ortamı oluşturarak stresten kurtulma, pozitif duygular, bağlantılı ilişkiler vasıtasıyla bireylerin psikolojik ve öznel sağlığı üzerinde olumlu bir etki uyandırmaktadır.

### **Kaynakça**

- Alemdar, M. Y., İşbilen, D., Demirel, K. ve Telli, N.G. (2017). Özçekim davranışı narsisizm göstergesi olabilir mi? özçekim ve narsisizm arasındaki ilişkiyi tanımlamaya yönelik nitel bir araştırma. *Global Media Journal*, 8 (15), 71-97.
- Alışır, A. (2012). Genetiği bozulmuş imgeler. <http://www.fotografdergisi.com/genetigi-bozulmus-imgeler>, 13 Aralık 2019.
- Baker, R. K. and White, K. M. (2010). Predicting adolescents' use of social networking sites from an extended theory of planned behaviour perspective. *Computers in Human Behavior*, 26, 1591-1597.
- Balman, F. ve Karataş, A. (2012). Lise öğrencilerinin internet ortamında sosyal paylaşım sitelerini kullanım amaçları ve sosyal paylaşım unsurları. *Batman Üniversitesi Yaşam Bilimleri Dergisi*, 1 (1), 498-504.
- Boyd, D. M. ve Ellison, N. B. (2007). Social network sites: definition, history and scholarship. *Journal of Computer Mediated Communication*. 13, 210-230.
- Brandtzæg, P.B. ve Heim, J. (2009). Why people use social networking sites. In A. A. Ozok ve P. Zaphiris (Ed.). *Online Communities*. 143-152.
- Diener, E. (2009). Subjective well-being, the science of well-being. *Social Indicators Research Series*, 37, 11-58.
- Ellison, N. B.; Steinfield, C. and Lampe, C. (2007). The benefits of facebook "friends": social capital and college students' use of online social network sites. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 12, 1143-1168.
- Filiz, O., Erol, O., Dönmez F. İ. ve Kurt, A. A. (2014). BÖTE bölümü öğrencilerinin sosyal ağ siteleri kullanım amaçları ile internet bağımlılıkları arasındaki ilişkinin incelenmesi. *Journal of Instructional Technologies and Teacher Education*, 3 (2), 17-28.

- Gosling, S.D., A. A. Augustine, Vazire, S., Holtzman, N. ve Gaddis, S. (2011). Manifestations of personality in online social network: self-reported facebook-related behaviors and observable profile information. *Cyberpsychology. Behavior and Social Networking*, 14 (9), 483-488.
- Gökçearslan, Ş. ve Alper, A. (2015). The effect of locus of control on learners' sense of community and academic success in the context of online learning communities. *The Internet and Higher Education*, 27, 64-73.
- Horzum, M. B., Ayas, M. ve Çakır Balta, Ö. (2008). Çocuklar için bilgisayar oyun bağımlılığı ölçeği. *Türk Psikolojik Danışma ve Rehberlik Dergisi*, 3 (30), 76-88.
- İşman, A., Buluş, B. ve Yüzüncüyıl, K. B. (2016). Sosyalleşmenin dijital dönüşümü ve dijital benliğin sunumu. *TRT Akademi Hakemli Dergi*, 1 (2), 608-619.
- Kang, Y. S. and Lee, H. (2010). Understanding the role of an IT artifact in online service continuance: an extended perspective of user satisfaction *Computers in Human Behavior* 26(3), 353-364.
- Kaplan A. M. ve Haenlein, M. (2009). The fairyländ of second life: about virtual social worlds and how to use them. *Bus Horiz*, 52 (6), 563-572.
- Karaçelik, Y. (2019). *Sosyal medya ağlarında makro ve mikro şöhretler üzerinden fotoğraf paylaşımlarının eleştirel incelenmesi: instagram örneği*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. İstanbul: Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Karagülle, A.E. (2015). *Günümüzde değişen mahremiyet algısının sosyal ağlar bağlamında incelenmesi*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. İstanbul: İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Karal, H.ve Kokoç, M. (2010). Üniversite öğrencilerinin sosyal ağ siteleri kullanım amaçlarını belirlemeye yönelik bir ölçek geliştirme çalışması. *Türk Bilgisayar ve Matematik Eğitimi Dergisi*, 1 (3), 251-263.
- Kırık, A. M. (2013). Gelişen Web Teknolojileri ve Sosyal Medya Bağımlılığı. Büyükaslan, A ve. Kırık, A.M. (Ed.). *Sosyalleşen Birey: Sosyal Medya*. Konya: Çizgi Yay.
- Klieber, P. (2009). Document classification through data mining social media networks. <https://digital.archives.stetson.edu/digital/collection/Research/id/2062>, Stethan University, Florida, 14 Aralık 2019.
- Kneidinger, B. (2010). Facebook und co: eine soziologische analyse von interaktions formen in online social networks (1. aufl). vs research. Wiesbaden: vs Verlag für Sozialwissenschaften.

- Köseoğlu, Ö. (2012). Sosyal ağ sitesi kullanıcılarının motivasyonları: facebook üzerinde bir araştırma. *Selçuk İletişim Dergisi*, 7 (2), 58-81.
- Krämer, N. C. ve Winter, S. (2008). Impression management 2.0: the relationship of self-esteem, extraversion, self-efficacy, and self-presentation within social networking sites. *Journal of Media Psychology*, 20, 106-116.
- Krause, H.V., Baum, K. ve Baumann, A. (2019). Unifying the detrimental and beneficial effects of social network site use on self-esteem: a systematic literature review. *Media Psychology*. 1-38.
- Kwon, O. and Wen, Y. (2010). An empirical study of the factors affecting social network service use. *Computer in Human Behavior*. 26, 254-263.
- Lee, S. Y. ve Jang, K. (2019). Antecedents of impression management motivations on social network sites and their link to social anxiety. *Media Psychology*, 22 (6), 890-904.
- Lin, C. P. and Bhattacharjee, A. (2008). Elucidating *Individual Intention to Use Interactive Information Technologies: The Role of Network Externalities*. *International Journal of Electronic Commerce*, 13, 85-108.
- Malkoç, A. (2011). *Öznel iyi oluş müdahale programının üniversite öğrencilerinin öznel iyi oluş düzeylerine etkisi*. Yayınlanmamış Doktora Tezi. İstanbul: Marmara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü.
- Masic, I. ve Sivic, S. (2011). Social networks in education of health professionals in bosnia and herzegovina—the role of pubmed/medline in improvement of medical sciences. *Acta Informatica Medica*, 19 (4), 196-202.
- Oradini, F. ve Saunders, G. (2008). The use of social networking by students and staff in higher education. <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.520.772&rep=rep1&type=pdf>, 12 Aralık 2019.
- Otrar, M. ve Argın, F.S. (2014). Öğrencilerin sosyal medyaya ilişkin tutumlarının kullanım alışkanlıkları bağlamında incelenmesi. *Eğitim ve Öğretim Araştırmaları Dergisi*, 3 (3), 1-13.
- Öztürk, M. ve Akgün, Ö. E. (2012), Üniversite öğrencilerinin sosyal paylaşım sitelerini kullanma amaçları ve bu sitelerin eğitimlerinde kullanılması ile ilgili görüşleri. *Sakarya University Journal of Education*, 2 (3), 49-67.
- Pawell, J. (2009). *33 Million people in the room: how to create, influence, and run a successful business with social networking*. FT Press. NJ.
- Pempek, T. A., Yermolayeva, Y. A. ve Calvert, S. L. (2009). College students' social networking experiences on facebook. *Journal of Applied Developmental Psychology*, 30 (3), 227-238.

- Sağlam, M. (2018). Üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılıklarının incelenmesi, muğla meslek yüksekokulu öğrencileri üzerinde bir araştırma. *Uluslararası Türk Bilim Dergisi*, 25 (2), 126-149.
- Sağlam, M. (2019). Medya ve tüketici davranışları; üniversite öğrencileri üzerinde bir nitel araştırma. *Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal Bilimler Araştırma Dergisi*, 2 (1), 35-61.
- Sağlam, M. ve Topsümer, F. (2019). Üniversite öğrencilerinin dijital oyun oynama nedenlerine ilişkin nitel bir çalışma. *Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 32, 485-504.
- Sepetci, T. (2017). *Dijital oyunlar, dijital oyuncular: karşı hegemonya pratikleri ve sosyal etkileşim*. Yayınlanmamış Doktora Tezi. Antalya: Akdeniz Üniversitesi SBE.
- Sezgin, S., Erol, O., Dulkadir, N. ve Karakaş, A. (2011). Bilgisayar ve öğretim teknolojileri (böte) öğrencilerinin facebook kullanım amaçları ve eğitsel bağlamda kullanımı ile ilgili görüşleri: makü örneği. 11th International Educational Technology Conference.
- Siibak, A. (2009). Constructing The self through the photo selection - visual impression management on social networking websites. *Journal of Psychosocial Research on Cyberspace. Cyberpsychology* 3, 1-9 <https://cyberpsychology.eu/article/view/4218>, 12 Aralık 2019.
- Sledgianowski, d. and Kulviwat, S. (2009). Using social network sites: the effects of playfulness, critical mass and trust in a hedonic context. *Journal of Computer Information Systems*, 49, 74-83.
- Tosun, N. (2016). Meslek lisesi öğrencilerinin sosyal ağ kullanma alışkanlıkları ve sosyal ağ kullanımına ilişkin görüşleri. *Açıköğretim Uygulamaları ve Araştırmaları Dergisi*, 2 (2), 114-149.
- Tuzgöl Dost, M. (2004). *Üniversite öğrencilerinin öznel iyi oluş düzeyleri*. Yayınlanmamış Doktora Tezi. Ankara: Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Türkdoğan, T. (2010). *Üniversite öğrencilerinde temel ihtiyaçların karşılanma düzeyinin öznel iyi oluş düzeyini yordamadaki rolü*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Denizli: Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Vural, B. ve Bat, M. (2010). Yeni bir iletişim ortamı olarak sosyal medya: ege üniversitesi iletişim fakültesine yönelik bir araştırma. *Journal of Yaşar University*, 5 (20), 3348-3382.
- Ying, M. (2012). *Sosyal medya platformları üzerinden pazarlama ve bu mecrayı etkin kullanan sektörler*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. İstanbul: Kadir Has Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.