

Examining the Relationship Between University Students' Social Media Usage Purposes and Social Media Addiction Levels

Bayram Gökbulut^a 

^a Assoc. Prof. Dr., Zonguldak Bülent Ecevit University, Zonguldak, Türkiye, bayramgokbulut@hotmail.com

ABSTRACT

The widespread integration of social media platforms into daily life has led to increased attention on both the purposes of their use and the potential for addiction resulting from prolonged usage. This study investigates the relationship between university students' purposes for using social media and their levels of social media addiction. Conducted at a state university in the Western Black Sea Region during the 2022–2023 academic year, the study included 440 university students. Data were collected using two measurement tools. The study aimed to examine differences in students' social media usage purposes and addiction levels based on variables such as gender, grade, and daily internet usage. Findings revealed that students used social media sometimes for academic preparation and frequently for interpersonal interaction. Their overall level of social media addiction was also within the sometimes range. No significant gender differences were found in terms of academic preparation and social media addiction, but a significant difference was observed in interpersonal interaction. Similarly, no significant differences emerged between grade and academic preparation, whereas a significant positive difference was found for interpersonal interaction. First-year students exhibited lower levels of social media addiction compared to students in higher grades. While time spent on the internet did not significantly affect the academic preparation factor, it did show a significant relationship with both interpersonal interaction and social media addiction. A positive correlation was identified between interpersonal communication and academic preparation purposes, and between interpersonal communication and social media addiction. However, no significant relationship was found between social media addiction and academic preparation.

Article Type
Research

Article Background
Received:
05.04.2025
Accepted:
16.07.2025

Keywords
Social Media Addiction,
Purpose of Social Media
Use,
Interaction

To cite this article: Gökbulut, B. (2025). Examining the relationship between university students' social media usage purposes and social media addiction levels. *International Journal of Turkish Education Sciences*, 13 (3), 1418-1446. <https://doi.org/10.46778/goputeb.1670429>

Corresponding Author: Bayram Gökbulut, e-mail: bayramgokbulut@hotmail.com

Introduction

In the 21st century, with the acceleration of digital transformation, the use of social media platforms, which have become an integral part of our lives along with internet technology, is increasing day by day. Globally, internet usage has reached 66%, while the number of social media users has surpassed 5 billion, accounting for 62.3% of the population. On average, people worldwide spend 2 hours and 23 minutes per day on social media platforms (We Are Social, 2024). In Turkey, as of 2024, the internet usage rate has risen to 88.8%, while the percentage of people using social media and messaging applications has reached 86.2% (Turkish Statistical Institute [TÜİK], 2024). Social media platforms, which were first used by individuals for communication purposes in the 2000s, have evolved over time into digital platforms where people not only communicate but also share news, socialize, and share their daily life practices (Boyd & Ellison, 2007). Social media platforms have become more prevalent among young people in particular. According to a report published by the World Health Organization on young people's social media usage rates, 36% of young people use social media as a means of communication with their friends (Boniel-Nissim et al., 2024). Social media platforms such as Facebook, Instagram, Twitter, TikTok, and others offer users attractive options for communication, entertainment, information gathering, and social interaction. Within these attractive options, users spend excessive amounts of time without realizing how time passes. Excessive use of social media platforms brings with it problems defined as social media addiction. Excessive and uncontrolled use of social media platforms leads to behavioral addiction, referred to as social media addiction (Andreassen, 2015). Social media addiction shares similarities with the impulsive addiction type defined in the DSM-5 under the category of "Internet Gaming Disorder" (American Psychiatric Association [APA], 2013). Social media addiction is characterized by the individual losing control over their social media use, an increasing amount of time spent on social media, and this situation disrupting the individual's psychological, social, and physiological functioning (Andreassen & Pallesen, 2014; Hussain & Griffiths, 2018). Like other behavioral addictions, social media addiction affects the dopamine system, creating a tendency to repeatedly turn to social media content, which triggers dopamine release in the brain and eventually turns into a kind of reward expectation and habit cycle (Montag et al., 2019; Turel et al., 2014). Additionally, the fear of missing out (FOMO), which is the feeling of missing out on developments when not using social media, is an important psychological factor that fuels the addiction to constantly checking social media (Przybylski et al., 2013). Social media addiction can lead to psychological, social, and even physiological consequences in individuals, causing various problems such as academic failure, social isolation, sleep disorders, attention deficit, low self-esteem, anxiety, and depression (Andreassen et al., 2012; Kuss & Griffiths, 2017; Lin et al., 2016; Vannucci et al., 2017). In addition to these problems, virtual relationships established through social media can lead to a weakening of face-to-face communication skills and disconnections in real-life social relationships (Elphinston & Noller, 2011; Turkle, 2011). Another important issue is the negative effects that social comparisons made through social media can have on individuals' self-esteem and psychological well-being. Social media users often share the most positive and idealized aspects of their lives, which creates an unrealistic perception of life for other users. Such comparisons can lead to feelings of inadequacy, envy, and worthlessness in individuals (Chou & Edge, 2012). Young people are more affected by this situation and may experience psychological problems (Bányai et al., 2017).

Social media has two main motivational sources: the need for belonging and the need for self-presentation or validation. Individuals with a high need for belonging tend to use social media more

intensively and are at risk of developing addiction (Nadkarni & Hofmann, 2012). From the perspective of self-determination theory, social media provides relational satisfaction, but excessive use can increase feelings of loneliness (Ryan et al., 2014). Among the problematic behaviors found on social media platforms is the constant sharing of images of a perfect life (Andreassen et al., 2017). The negative consequences of excessive social media use include digital narcissism and self-esteem issues (Andreassen et al., 2017; Twenge & Campbell, 2018). Another problem is the need for likes on social media posts. The need for likes triggers dopamine release in individuals, which leads to social media addiction (Sheldon & Bryant, 2016). Excessive use of social media negatively affects students' study time and causes negative behaviors such as distraction (Chen & Jang, 2010; Kirschner & Karpinski, 2010), academic procrastination, and test anxiety (Meier et al., 2016; Rouis et al., 2011). Excessive use of social media disrupts people's sleep patterns. In particular, young people spending time on social media late into the night reduces sleep quality, and insomnia negatively affects academic performance (Junco, 2012; Woods & Scott, 2016) and leads to a decline in academic achievement (Twenge et al., 2018). Using social media before bedtime reduces melatonin secretion, which prolongs the time it takes to fall asleep (Exelmans & Van den Bulck, 2017).

It cannot be said that social media use has entirely negative effects on individuals. What is important here is the conscious and beneficial use of social media. The educational use of social media (e.g., participation in academic groups, sharing course materials) is known to have positive effects on the learning process (Manca & Ranieri, 2016). Online discussions conducted with groups via social media platforms contribute to students' critical thinking skills (Wang et al., 2012). Social media provides opportunities for students to develop collaborative learning processes. Platforms such as Facebook and Twitter are used as communication tools for academic groups and scientific discussions (Manca & Ranieri, 2016; Tess, 2013). In particular, students sharing course materials, participating in online discussions, and exchanging ideas on academic topics make the learning process more interactive and efficient (Tess, 2013). Social media platforms offer significant advantages in terms of creating group projects, course discussions, and online learning communities (Dabbagh & Kitsantas, 2012). Additionally, the instant communication and interaction provided through social media accelerates students' academic collaboration processes, offering a more effective learning experience (Al-Rahmi & Othman, 2013). Social media can also play an important role in increasing students' academic motivation. Students can follow current developments in academic fields they are interested in through social media platforms, thereby developing greater interest and commitment to learning (Junco, 2012). Professional networks such as LinkedIn and ResearchGate, in particular, contribute to students' long-term success by supporting their academic and career development (Veletsianos & Kimmons, 2012). It is clear that young people's conscious use of social media will contribute positively to their academic development.

While conscious use of social media does not create social media addiction, unconscious use, such as spending time on it, can lead to addiction (Çömlekci & Başaol, 2019). The relationship between the frequency of social media use and its underlying purposes is particularly complex among young individuals. When used intentionally, social media can offer numerous benefits to students, including enhanced critical thinking, collaborative learning opportunities, academic cooperation, career development, and real-time communication and interaction. However, unconscious and excessive use can have detrimental effects on students' academic performance. Identifying the purposes of social media use, recognizing the conditions that contribute to addiction, and proposing effective solutions are essential steps in promoting conscious use among young people and supporting their ability to lead healthier and more balanced lives in the future.

- This study sought to reveal the relationship between university students' social media addiction levels and their social media usage purposes. To this end, answers were sought to the following questions.
- What are university students' social media usage purposes and social media addiction levels?
- Are there any significant differences between university students' social media usage purposes and social media addiction levels, and the variables of gender, grade, and time spent on the internet?
- Is there a relationship between university students' social media usage purposes and social media addiction levels?

Method

Research Design

This study aimed to examine the relationship between university students' purposes for using social media and their levels of social media addiction. For this purpose, a descriptive and correlational survey design was employed (Fraenkel & Wallen, 2006). The descriptive survey design was used to identify and describe students' social media usage purposes and addiction levels. In contrast, the correlational survey design, which is used to examine relationships between two or more variables (Karasar, 2017), was applied to investigate the relationships between students' usage purposes and addiction levels and demographic variables such as gender, grade, and daily internet usage. The Pearson Correlation Coefficient (r) was used to analyze the strength and direction of the relationship between students' social media usage purposes and their levels of addiction.

Population and Sample

The target population of the study comprised 2,002 teacher candidates enrolled in the faculty of education at a public university located in the Western Black Sea Region of Türkiye. The study employed a census approach, aiming to include the entire population rather than selecting a sample. Ultimately, 440 university students voluntarily participated in the study. The demographic characteristics of the participants are presented in Table 1.

Table 1

Demographic Information of University Students Participating in the Study

		N	%
Gender	Female	249	56.6
	Male	191	43.4
Grade	1st grade	118	29.8
	2st grade	185	42.0
	3st grade	63	14.3
	4st grade	74	16.8
Total		440	100

Table 1 shows that 43.4% of university students participating in the study are male, while 56.6% are female. Of those participating in the study, 29.8% are in their first year, 42.0% are in their second

year, 14.3% are in their third year, and 16.8% are in their fourth year.

Data Collection Tools

Two measurement tools were used as data collection tools in the study: the Social Media Usage Scale and the Bergen Social Media Addiction Scale.

Social Media Usage Scale: Developed by Eren (2014), the scale consists of 12 items and 2 factors. The scale, which has a 5-point Likert structure, consists of 7 items in the Interpersonal Interaction factor and 5 items in the Lesson Preparation factor. The lowest possible score in the Interpersonal Interaction factor is 7, and the highest possible score is 35, while the lowest possible score in the Lesson Preparation factor is 5, and the highest possible score is 25. The Cronbach's alpha internal consistency coefficient for the Interpersonal Interaction factor of the scale is .88, while the Cronbach's alpha internal consistency coefficient for the Lesson Preparation factor is .80. The Cronbach's alpha internal consistency coefficient obtained in the study is .77 for the Interpersonal Interaction factor, .83 for the Lesson Preparation factor, and .81 for the scale as a whole.

Bergen Social Media Addiction Scale: The scale developed by Andreassen et al. (2016) was adapted into Turkish by Demirci (2019). The scale consists of six items, each of which addresses six basic criteria of addiction: mental preoccupation, mood modification, tolerance, withdrawal, conflict, and attempts to quit. The scale has a 5-point Likert structure ranging from "Very rarely (1)" to "Very often (5)". The lowest possible score on the scale is 6, and the highest is 30. The internal consistency coefficient (Cronbach's Alpha) of the original scale is 0.88. The internal consistency coefficient obtained in the study is .80.

Data Analysis

In this study, descriptive statistics were used to determine university students' social media usage purposes and social media addiction levels. Before proceeding with the analysis, a normality test was performed on the data, and it was observed that the Kolmogorov-Smirnov test ($p < .05$) was significant for both measurement tools. To determine the normality of the data distribution, histograms, Q-Q plots, and skewness-kurtosis values were examined. The skewness and kurtosis values for both measurement tools were found to be between -1.5 and +1.5. If the skewness and kurtosis values are between -1.5 and +1.5, the data is considered to be normally distributed (Tabachnick & Fidell, 2013). Based on these results, it was assumed that the data were normally distributed, and parametric analyses were conducted. The Pearson Correlation Coefficient (r) was used to determine the relationship between university students' social media usage purposes and their levels of social media addiction. The data were analyzed using SPSS.21 statistical program.

Research Ethics

Zonguldak Bülent Ecevit University obtained an ethics permit from the Human Research and Publication Ethics Committee on May 26, 2022, with protocol numbers 171480 and 225.

Findings

Descriptive statistics regarding university students' social media usage purposes and social media addiction levels are presented in Table 2.

Table 2

Arithmetic Means of University Students' Social Media Usage Purposes and Social Media Addiction Levels

Scales	Factors	N	Min.	Mak.	$\bar{X}$	Ss	Level
Social Media	Lesson preparation	440	5	25	16.55	4.05	Sometimes
Use Purposes	Interpersonal Interaction	440	7	35	24.19	5.30	Offen
Social Media Addiction		440	6	30	18.05	5.42	Sometimes

When Table 2 is examined, it is seen that university students' social media usage purposes are above the average value of "Sometimes" ($\bar{X}=16.55$) in the lesson preparation factor and close to the high level with the average value of "Frequently" ($\bar{X}=24.19$) in the interpersonal interaction factor. The findings show that their social media addiction levels are at the "Sometimes" level with an arithmetic mean of ($\bar{X}=18.05$).

The t-test results regarding the difference between the sub-factors of university students' social media usage purposes and social media addiction levels and the gender variable are given in Table 3.

Table 3

t-Test Results for the Difference between the Means of University Students' Social Media Usage Purposes Sub-Factors and Social Media Addiction Levels and the Gender Variable

Scale	Factors	Gender	N	$\bar{X}$	Ss	Sd	t	p
Social Media Usege Purposes	Lesson preparation	Male	249	16.73	3.71	438	1.03	.30
		Female	191	16.31	4.46			
	Interpersonal interaction	Male	249	23.68	5.03	438	-2.36	.02*
		Female	191	24.86	5.58			
Social Media Addiction		Male	249	17.64	5.09	438	-1.86	.07
		Female	191	18.59	5.80			

*p<.05

Table 3 shows that there is no significant difference between university students' Social Media Usage Purposes sub-factor Lesson Preparation [$t(438)=1.05$; $p>.05$] levels and gender variables, while a significant difference was found in the Interpersonal Interaction factor [$t(438)=-2.36$; $p<.05$]. This difference favors male students. No significant difference was found between university students' Social Media Addiction levels [$t(468)=-1.79$; $p>.05$] and the gender variable.

A one-way analysis of variance (ANOVA) was conducted to determine the difference between the grade variable and the sub-factors of university students' social media usage purposes, namely, Lesson Preparation and Interpersonal Interaction. The analysis results are presented in Table 4.

Table 4

ANOVA Test Results Regarding the Difference Between the Sub-Factors of University Students' Social Media Usage Purposes, Lesson Preparation and Interpersonal Interaction, and the Grade Variable

Scale	Grade	N	$\bar{X}$	Source of Variance	Sum of Squares	Sd	Mean of Squares	F	p	Difference
Lesson preparation	1nd	118	16.19	Inter-groups	91.85	3	30.61	1.87	.13	--
	2nd	185	16.28	Intra-groups	7130.94	436	16.35			
	3nd	63	17.06	Total	72225.79	439				
	4nd	74	17.35							
Interpersonal interaction	1nd	118	22.90	Inter-groups	270.07	3	90.02	3.24	.02*	2>1
	2nd	185	24.73	Intra-groups	12093.11	436	27.73			
	3nd	63	24.52	Total	12363.19	439				
	4nd	74	24.62							

*p<.05

When Table 4 is examined, no significant difference was found between the sub-factor of university students' social media usage purposes, Lesson Preparation, and the grade variable [$F(3,436)=1.87$, $p>.05$]. A significant difference was found between the sub-factor of university students' social media usage purposes, "Interpersonal Interaction," and the grade variable [$F(3,436)=3.24$, $p<.05$]. To determine which grade showed this significant difference, the Scheffe test from the Post Hoc Tests was applied. According to the test results, the interpersonal interaction levels ($\bar{X}=24.73$) of university students in their second grade were found to be higher than the interaction levels ($\bar{X}=22.90$) of students in their first grade.

A one-way analysis of variance (ANOVA) was conducted to determine the difference between university students' social media addiction levels and the grade variable. The analysis results are presented in Table 5.

Table 5

Anova Test Results Regarding the Difference Between University Students' Social Media Addiction Levels and Class Variables

Scale	Grade	N	$\bar{X}$	Source of Variance	Sum of Squares	Sd	Mean of Squares	F	p	Difference
Social Media Addiction	1nd	118	16.00	Inter-groups	727.64	3	242.54	8.67	.02*	1<2,3,4
	2nd	185	18.67	Intra-groups	12190.82	436	27.96			
	3nd	63	19.55	Total	12918.46	439				
	4nd	74	18.54							

*p<.05

Table 5 shows that there is a significant difference between university students' social media addiction levels and the class variable [$F(3,436)=8.67$, $p<.05$]. The Scheffe test was applied from the Post Hoc Tests to determine which grade had a significant difference. According to the test results, it was observed that the social media addiction levels of university students in the 2nd, 3rd, and 4th grades were higher than those of students in the 1st grade.

To determine the difference between the sub-factors of university students' social media usage purposes, Lesson Preparation and Interpersonal Interaction, and the internet usage time variable, a one-way analysis of variance (ANOVA) was performed. The analysis results are presented in Table 6.

Table 6

ANOVA Test Results Regarding the Difference Between The Sub-Factors of University Students' Social Media Usage Purposes, Lesson Preparation and Interpersonal Interaction, and the Daily Internet Usage Time Variable

Scale	Grade	N	$\bar{X}$	Source of Variance	Sum of Squares	Sd	Mean of Squares	F	p	Difference
Lesson preparation	A)0-2 hours	34	16.38	Inter-groups	15.58	3	5.19	.31	.81	--
	B)3-4 hours	208	16.62	Intra-groups	7207.21	436	16.53			
	C)5-6 hours	158	16.37	Total	7222.79	439				
	D)7 and up	40	17.02							
Interpersonal interaction	A)0-2 hours	34	21.14	Inter-groups	961.48	3	320.49	12.56	.00*	A<B<C<D
	B)3-4 hours	208	23.25	Intra-groups	11401.70	436	26.15			
	C)5-6 hours	158	25.63	Total	12363.19	439				
	D)7 and up	40	26.00							

*p<.05

When Table 6 is examined, no significant difference was found between the sub-factor of university students' social media usage purposes, Lesson Preparation, and the internet usage time variable [$F(3,436)=.31$, $p>.05$]. A significant difference was found between the sub-factor of social media usage purposes among university students, "Interpersonal Interaction," and the variable of internet usage duration [$F(3,436)=12.56$, $p<.05$]. To determine the specific durations where this significant difference occurred, the Scheffe test from the Post Hoc Tests was applied. According to the test results, the interpersonal interaction levels of those who used the internet for 7 hours or more ($\bar{X}=26.00$) were higher than those who used the internet for 5-6 hours ($\bar{X}=25.63$), and the interpersonal interaction levels of those who used the internet for 5-6 hours ($\bar{X}=25.63$) were higher than those of individuals who used the internet for 3-4 hours ($\bar{X}=23.25$), and the interpersonal interaction levels of individuals who used the internet for 3-4 hours ($\bar{X}=23.25$) were higher than those of individuals who used the internet for 0-2 hours ($\bar{X}=21.14$).

A one-way analysis of variance (ANOVA) was conducted to determine the difference between university students' social media addiction levels and the internet usage time variable. The analysis results are presented in Table 7.

Table 7

Anova Test Results Regarding the Difference Between University Students' Social Media Addiction Levels and the Internet Usage Time Variable

Scale	Time	N	$\bar{X}$	Source of Variance	Sum of Squares	Sd	Mean of Squares	F	p	Difference
Social Media Addiction	A)0-2 hours	34	13.38	Inter-groups	1555.24	3	518.41	19.89	.00*	A<B<C<D
	B)3-4 hours	208	17.14	Intra-groups	11363.22	436	26.06			
	C)5-6 hours	158	19.65	Total	12918.46	439				
	D)7 and up	40	20.47							

*p<.05

When Table 7 is examined, a significant difference was found between university students' social media addiction levels and the internet usage time variable [$F(3,436)=19.89$, $p<.05$]. The Scheffe test from the Post Hoc Tests was applied to determine the time periods in which the significant difference occurred. According to the test results, the addiction levels of those who used social media for 7 hours or more ($\bar{X}=20.47$) were higher than those who used social media for 5-6 hours ($\bar{X}=19.65$), and the social media addiction levels of those who used social media for 5-6 hours ($\bar{X}=19.65$) were higher than those who used social media for 3-4 hours ($\bar{X}=17.14$), and the social media addiction levels of those who used social media for 3-4 hours ($\bar{X}=17.14$) were higher than those who used social media for 0-2 hours ($\bar{X}=13.38$).

In the study, Pearson Correlation Coefficients analysis was performed to determine whether there was a significant relationship between university students' social media usage purposes sub-factors, Lesson Preparation and Interpersonal Interaction, and Social Media Addiction levels. The results of the analysis are presented in Table 8.

Table 8

Pearson Correlation Coefficient Results Regarding the Relationship Between University Students' Social Media Usage Purposes Sub-Factors, Lesson Preparation, Interpersonal Interaction, and Social Media Addiction Levels

	1	2	3
Lesson preparation	1		
Interpersonal Interaction	.352**	1	
Social Media Addiction Levels	.004	.359**	1

**p<.001

Table 8 shows that there is a moderate positive correlation between university students' interpersonal communication and lesson preparation ($r=.352$, $p<.001$). A positive moderate relationship was observed between Social Media Addiction and Interpersonal Communication ($r=.359$, $p<.001$). No significant difference was found between Social Media Addiction and Class Preparation ($r=.004$, $p>.05$).

Discussion, Results, and Recommendations

This study sought to identify differences between university students' social media usage purposes and social media addiction levels and variables such as gender, grade, and daily use of the internet. In addition, the relationships between students' social media usage purposes and social media

addiction levels were examined.

The research concluded that university students use social media at a moderate level of “Sometimes” in terms of the sub-factor of preparing for class, while they use it at a level close to the upper value of “Frequently” in terms of interpersonal interaction. Based on this result, we can say that university students use social media more to interact with people and less to prepare for lessons. Yavuz (2020) states in his study with theology faculty students that students use social media for educational purposes the least. Başoğlu and Yanar (2017) state that students use social media for research and communication purposes, Güleriyüz et al. (2020) state that students are highly aware of their purposes for using social media, and Baz (2018) states that their levels of social media addiction are low. Young people use social media more for entertainment, communication, and following current events, and less for personal presentation and information sharing (Çömlekçi & Başol, 2019; Yıldız & Demir, 2016). Based on these results, it can be said that social media users primarily use social media for entertainment and communication purposes and use it less for education, scientific research, or academic achievement.

The study found that university students' social media addiction levels were at the “Sometimes” level, which is an average value. While studies supporting the research findings can be found in the literature (Gökbulut & Bilen, 2024), the addiction level is low in the studies (Çiftçi, 2018). The study in which the addiction level was found to be low is from 2018. The research findings and findings from other studies are from more recent studies. Based on these results, it can be interpreted that there has been an increase in students' social media addiction levels compared to previous years, and that these rates will continue to increase in the future. The reasons for this may be the increasing number of social media platform users each day and the use of attractive methods by social media platforms to retain users.

As a result of the research, no significant difference was found between genders in terms of university students' social media usage purposes for lesson preparation, but a significant difference was found in terms of interpersonal interaction. The reason for the lack of a significant difference between genders in terms of university students' lesson preparation may be that the rates of men and women using social media are almost equal. Another reason may be that during the COVID-19 pandemic, all students used digital platforms without any gender distinction and completed their lessons, assignments, and exams through digital platforms. Another result of the study is that male university students use social media more frequently than female university students for the purpose of communicating with others. Eren (2014) obtained results that support the findings of this study in his work with university students. In another study, no significant difference was found between gender and the purpose of social media use (Yıldız & Demir, 2016). These differences may be due to the differences in the study groups and the years in which they were conducted.

The study found no significant difference between the social media addiction levels of male and female university students. Based on this result, we can say that male and female university students have similar levels of social media addiction. This may be due to the fact that the number of male and female social media users is very close (We Are Social, 2024). There are studies in the literature that support the research finding that there is no difference between male and female university students' levels of social media addiction (Altın & Kivrak, 2018; Baz, 2018; Çömlekci & Başaol, 2019; Gökbulut & Bilen, 2024; Gündüz, 2017; Şahin et al., 2022; Tuğlu, 2017). In addition to this finding, studies have shown that women have higher levels of social media addiction than men (Anjum et

al., 2024; Burén et al., 2021; Güleriyüz et al., 2020; Gazi et al., 2017; Korkmaz, 2021; Uslu, 2021), while studies indicating that men's social media addiction is higher than women's are also found in the literature (Demirel & Tapan, 2023; Güleriyüz et al., 2020; Yap & Che Amat, 2021). The reasons for the similarities or differences between the research findings and the findings in the literature may stem from differences in social media usage between men and women, age, educational status, cultural differences, and the years in which the studies were conducted.

In the study, no significant difference was found between university students' use of social media for lesson preparation and the grade variable. Based on this result, it can be said that university students use social media for lesson preparation at the same level regardless of their grade level. This may be because all of these students received distance education during the COVID-19 pandemic and used digital platforms continuously. In his study, Eren (2014) stated that the use of social media for lesson preparation increases with age, but found no significant difference between age and interpersonal interaction.

The study found a significant difference between university students' use of social media for interpersonal interaction and the grade variable they are studying. According to this result, it can be said that university students in their second year use social media more for interpersonal interaction than university students in their first year. University students in their second year may spend more time in school and dormitory environments, have a wider circle of friends, and have more social interactions than students in their first year. First-year university students may have fewer friends, fewer opportunities to socialize, and more limited interpersonal interactions. Tuğlu (2017) noted in his study with middle school students that eighth-grade students used social media less frequently than fifth- and sixth-grade students.

The study found a significant difference between university students' social media addiction levels and the grade variable. University students in their second, third, and fourth years were found to have higher social media addiction levels than university students in their first year. This may be due to upperclassmen being exposed to social media earlier than freshmen and spending more time on social media. Another reason may be that freshmen have lower levels of socialization, fewer friends, and less interaction on social media than upperclassmen. Çiftçi (2018) supports this finding in his study, stating that second-year students have higher levels of addiction than first-year students. Gökbulut (2022) found no significant difference between the class variable and nomophobia, while Baz (2018) found that university students' social media addiction levels did not change with age.

The study found no significant correlation between university students' use of social media for lesson preparation and the amount of time they spent online. Based on this finding, it can be said that university students do not spend time online for lesson preparation. Eren's (2014) study is consistent with the findings of this research. The study found a significant relationship between university students' use of social media for interpersonal interaction and the amount of time they spend online. As the amount of time university students spend online increases, we can say that their level of interaction with others through social media also increases. Students interact with their friends through social media, which can be said to be the reason for the increase in the time they spend on the internet. Eren (2014) conducted a study that parallels the research findings. Another finding obtained in the study is that as the time university students spend on the internet increases, their level of social media addiction also increases. We can say that as the time spent on the internet increases, the risk of addiction also increases. There are studies in the literature that support this

research finding (Bilgin, 2018; Çiftçi, 2018; Çömlekçi & Başol, 2019; Gökbulut, 2024; Uslu, 2021). Akbaş and Gökbulut (2022) concluded in their study with high school students that internet addiction increases as the time spent on the internet increases.

The study found a moderate positive relationship between university students' use of social media for the purposes of preparing for lessons and interpersonal interaction. We can say that one reason university students use social media for interpersonal interaction is to share information related to their lesson preparation. Conversely, we can say that they use social media to prepare for lessons while sharing information with their friends, working on joint assignments and projects, and exchanging ideas. While no significant difference was found between university students' social media addiction levels and their use of social media for lesson preparation purposes, a moderate positive relationship was found with interpersonal communication. Based on this result, we can say that university students' use of social media for interpersonal communication increases their addiction levels. There is a positive relationship between social media usage purposes and social media addiction (Güleryüz et al., 2020). Gökbulut and Bilen (2024) state in their study that as social media addiction increases, university students' levels of depression, anxiety, and stress also increase. Similarly, as social media addiction increases, life satisfaction and physical activity decrease, while gaming addiction increases (Anjum et al., 2024; Yap & Che Amat, 2021). There is a positive relationship between social media use and spending free time, getting to know people better, exchanging ideas, entertainment, presentations, information sharing, and messaging (Çömlekçi & Başol, 2019).

The study revealed that university students use social media intensively for interpersonal communication but less so for education and lesson preparation. Their intensive use for communication purposes increases the risk of addiction. University students can be educated on how to use social media consciously and for educational purposes. In this way, students can reduce the risk of addiction by limiting their social media use. The research is limited to quantitative data. By supporting the research with qualitative data, it is possible to determine which social media tools are used for which purposes and to produce solutions for their educational use. Social media can be turned into a tool that supports academic and social development rather than a threat. By organizing professional development programs for teachers and academics on the educational use of social media, it is possible to include social media in the educational process.

Ethics Committee Approval: Zonguldak Bülent Ecevit University Human Research Ethics Committee 26.05.2022-225

Author Contributions: The contribution rate of the first author is 100%.

Conflict of Interest: There is no conflict of interest.

Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Medya Kullanım Amaçları ve Sosyal Medya Bağımlılık Düzeyleri Arasındaki İlişkinin İncelenmesi

Bayram Gökbulut^a 

^a Doç. Dr., Zonguldak Bülent Ecevit Üniversitesi, Zonguldak, Türkiye, bayramgokbulut@hotmail.com

ÖZET

Günlük yaşamın bir parçası haline gelen sosyal medya platformlarının kullanım amaçları ve bu platformlarda geçirilen sürenin bağımlılık yaratma potansiyeli sorgulanır hale gelmiştir. Yapılan bu çalışma ile üniversite öğrencilerinin sosyal medyanın kullanım amaçları ile sosyal medya bağımlılığı arasındaki ilişki araştırılmıştır. Araştırma Batı Karadeniz Bölgesinde bir devlet üniversitesinde, 2022-2023 akademik yılında, 440 üniversite öğrencisi ile gerçekleştirilmiştir. Verilerin toplanmasında iki adet ölçme aracı kullanılmıştır. Araştırmada üniversite öğrencilerinin sosyal medya kullanım amaçları ve sosyal medya bağımlılık düzeyleri ile cinsiyet, sınıf ve günlük internet kullanım değişkenleri ile aralarındaki farklar belirlenmeye çalışılmıştır. Araştırma neticesinde öğrencilerin sosyal medya kullanım amaçları alt faktörü derse hazırlık boyutunda “Bazen”, kişilerarası etkileşim boyutunda “Sıklıkla” aralığında olduğu görülmüştür. Sosyal medya bağımlılık düzeyinde ise “Bazen” aralığında olduğu görülmüştür. Sosyal medya kullanım amaçları alt faktörü derse hazırlık faktörü ve sosyal medya bağımlılığı ile cinsiyete dair anlamlı farka rastlanmazken, kişilerarası etkileşim faktöründe anlamlı farka rastlanmıştır. Sınıf düzeyi ile derse hazırlık faktörü arasında anlamlı farka rastlanmazken, kişilerarası etkileşim faktöründe pozitif yönlü anlamlı farka rastlanmıştır. Araştırmada birinci sınıf öğrencilerinin sosyal medya bağımlılık düzeyleri diğer sınıflarda öğrenim görenlerden daha düşük olduğu görülmüştür. Sosyal medya kullanım amaçları alt faktörü derse hazırlık boyutu ile internette geçirilen süre değişkeni arasında anlamlı farka rastlanmazken, kişilerarası etkileşim faktörü ve sosyal medya bağımlılık düzeyleri arasında anlamlı farka rastlanmıştır. Üniversite öğrencilerinin kişilerarası iletişim ile derse hazırlık faktörleri arasında pozitif yönlü, sosyal medya bağımlılık ile kişilerarası iletişim arasında pozitif yönlü bir ilişkiye rastlanırken, sosyal medya bağımlılık ile derse hazırlık faktörü arasında bir ilişkiye rastlanmamıştır.

MAKALE BİLGİSİ

Makale Türü
Araştırma

Makale Geçmişi
Gönderim tarihi:
05.04.2025
Kabul tarihi:
16.07.2025

Anahtar Kelimeler
Sosyal Medya Bağımlılık,
Sosyal Medya Kullanım
Amacı,
Etkileşim

Atıf Bilgisi: Gökbulut, B. (2025). Üniversite öğrencilerinin sosyal medya kullanım amaçları ve sosyal medya bağımlılık düzeyleri arasındaki ilişkinin incelenmesi. *Uluslararası Türk Eğitim Bilimleri Dergisi*, 13 (3), 1418-1446. <https://doi.org/10.46778/goputeb.1670429>

Sorumlu yazar: Bayram Gökbulut, e-posta: bayramgokbulut@hotmail.com

Giriş

Dijital dönüşümün hız kazandığı 21. Yüzyılda, internet teknolojisi ile birlikte hayatımızın ayrılmaz bir parçası haline gelen sosyal medya platformlarının kullanımı her geçen gün artmaktadır. Tüm dünyada internet kullanım oranı %66'ya, sosyal medya kullanıcı sayısı ise 5 milyarı geçerek %62.3'e ulaşmıştır. Dünya genelinde bir kişinin günde sosyal medya platformlarında geçirdiği süre 2 saat 23 dakikaya ulaşmıştır (We Are Social, 2024). Türkiye'de 2024 yılı itibarıyla internet kullanım oranı %88.8'e yükselirken, sosyal medya ve mesajlaşma uygulamalarını kullananların oranı %86,2'yı bulmuştur (Türkiye İstatistik Kurumu [TÜİK], 2024). İlk olarak 2000'li yıllarda kişilerin iletişim amacıyla kullandıkları sosyal medya platformları, zaman içerisinde yalnızca iletişim kurmak amacıyla değil, haberleşme, sosyalleşme ve gündelik yaşam pratiklerini paylaşıldığı dijital platformlar haline gelmiştir (Boyd ve Ellison, 2007). Sosyal medya platformları özellikle gençler arasında kullanımı daha yaygın hale gelmiştir. Gençlerin sosyal medya kullanım oranları ile ilgili Dünya Sağlık Örgütü'nün yayınladığı rapora göre gençlerin %36'sının sosyal medyayı arkadaşlarıyla iletişim aracı olarak kullandıkları belirtilmektedir (Boniel-Nissim ve diğerleri, 2024). Facebook, Instagram, Twitter, TikTok ve benzeri sosyal medya platformları, iletişim, eğlence, bilgi edinme ve sosyal etkileşim gibi kullanıcılarına cazip seçenekler sunmaktadır. Bu cazip seçenekler içerisinde kullanıcılar zamanın nasıl geçtiğinin farkına varmayarak çok fazla zaman geçirmektedirler. Sosyal medya platformlarının aşırı kullanımı sosyal medya bağımlılığı olarak tanımlanan problemleri de beraberinde getirmektedir. Sosyal medya platformların aşırı ve kontrolsüz kullanımı, sosyal medya bağımlılığı olarak adlandırılan davranışsal bağımlılığa neden olmaktadır (Andreassen, 2014). Sosyal medya bağımlılığı, DSM-5'te "İnternet Oyun Bağımlılığı" kategorisinde tanımlanan dürtüsel bağımlılık türü ile benzerlikler göstermektedir (American Psychiatric Association [APA], 2013). Sosyal medya bağımlılığı, bireyin sosyal medya kullanımı üzerindeki kontrolünü kaybetmesi, kullanım süresinin giderek artması ve bu durumun kişinin psikolojik, sosyal ve fizyolojik işlevselliklerini bozmasıdır (Andreassen ve Pallesen, 2014; Hussain ve Griffiths, 2018). Sosyal medya bağımlılığı, diğer davranışsal bağımlılıklar gibi dopamin sistemini etkileyerek kişide tekrar tekrar sosyal medya içeriklerine yönelme eğilimi yaratmakta, bu da beyinde dopamin salınımını tetikleyerek zamanla bir tür ödül beklentisi ve alışkanlık döngüsüne dönüşmektedir (Montag ve diğerleri, 2019; Turel ve diğerleri, 2014). Ayrıca sosyal medya kullanımında Nomofobi olarak adlandırılan gelişmeleri kaçırma duygusu, sosyal medyanın sürekli kontrol edilmesi bağımlılığı besleyen önemli bir psikolojik faktördür (Przybylski ve diğerleri, 2013). Sosyal medya bağımlılığı kişilerde, psikolojik, sosyal ve hatta fizyolojik sonuçlar doğurabilmekte; akademik başarısızlık, sosyal izolasyon, uyku bozuklukları, dikkat dağınıklığı, özsaygı, anksiyete ve depresyon gibi çeşitli sorunlara yol açabilmektedir (Andreassen ve diğerleri, 2012; Kuss ve Griffiths, 2017; Lin ve diğerleri, 2016; Vannucci ve diğerleri, 2017). Bu problemlerin yanı sıra, sosyal medya üzerinden kurulan sanal ilişkiler, yüz yüze iletişim becerilerinin zayıflamasına ve gerçek hayattaki sosyal ilişkilerde kopukluklara neden olabilmektedir (Elphinston ve Noller, 2011; Turkle, 2011). Bir diğer önemli husus ise sosyal medya aracılığıyla yapılan sosyal karşılaştırmaların bireylerin özsaygı ve psikolojik iyi oluş düzeyleri üzerinde yaratabileceği olumsuz etkilerdir. Sosyal medya kullanıcıları genellikle yaşamlarının en olumlu ve idealize edilmiş kesitlerini paylaşmakta, bu da diğer kullanıcılar açısından gerçek dışı bir yaşam algısı oluşturmaktadır. Bu tür karşılaştırmalar, bireylerde yetersizlik hissi, kıskançlık ve değersizlik duygularına yol açmasına neden olabilmektedir (Chou ve Edge, 2012). Bu durumdan gençler daha fazla etkilenmekte ve psikolojik sorunlar yaşayabilmektedir (Bányai ve diğerleri, 2017).

Sosyal medyanın aidiyet ihtiyacı ve kendini sunma ya da onaylanma olmak üzere iki temel motivasyon kaynağı bulunmaktadır. Aidiyet ihtiyacı yüksek olan bireyler, sosyal medyayı daha yoğun kullanmakta olup, bu kişiler bağımlılık geliştirme riski taşımaktadır (Nadkarni ve Hofmann, 2012). Öz-belirleme kuramı çerçevesinden bakıldığında, sosyal medyanın ilişkisel tatmin sağladığını, ancak aşırı kullanımın yalnızlık duygusunu artırabileceği görülmektedir (Ryan ve diğerleri, 2014). Sosyal medya platformlarında yer alan problemli davranışlar arasında sürekli mükemmel yaşama dair görseller paylaşılmaktadır (Andreassen ve diğerleri, 2017). Sosyal medyanın aşırı kullanımının yarattığı olumsuz durum ise dijital narsisizm ve benlik saygısı problemleridir (Andreassen ve diğerleri, 2017; Twenge ve Campbell, 2018). Diğer bir problem ise sosyal medya paylaşımlarının beğeni alma durumudur. Beğeni alma ihtiyacı kişilerin dopamin salınımını tetiklemekte, bu da sosyal medya bağımlılığına neden olmaktadır (Sheldon ve Bryant, 2016). Sosyal medyada aşırı kullanımı öğrencilerin ders çalışma sürelerini olumsuz etkilemekte, dikkat dağınıklığı (Chen ve Jang, 2010; Kirschner ve Karpinski, 2010), akademik erteleme ve sınav kaygısı gibi olumsuz davranışlara neden olmaktadır (Meier ve diğerleri, 2016; Rouis ve diğerleri, 2011). Sosyal medyanın aşırı kullanımı kişilerin uyku düzenlerini bozmasıdır. Özellikle gençlerin gece geç saatlere kadar sosyal medyada vakit geçirmeleri uyku kalitesinin düşmesine, uykusuzluk ise ders performanslarının olumsuz etkileyerek (Junco, 2012; Woods ve Scott, 2016) akademik başarılarının düşmesine neden olmaktadır (Twenge ve diğerleri, 2018). Uyku öncesi sosyal medya kullanımı melatonin salınımını azaltmakta, bu da uykuya dalma süresini uzatmaktadır (Exelmans ve Van den Bulck, 2017).

Sosyal medya kullanımının bireyler üzerinde bütünüyle olumsuz etkilerinin bulunduğu söylenemez. Burada önemli olan sosyal medyanın bilinçli ve faydalı kullanılmasıdır. Sosyal medyanın eğitim amaçlı kullanımı (örneğin, akademik gruplara katılım, ders materyallerinin paylaşılması) öğrenme süreci üzerine olumlu etkileri bulunduğu bilinmektedir (Manca ve Ranieri, 2016). Sosyal medya platformları üzerinden gruplarla gerçekleştirilen çevrimiçi tartışmalar öğrencilerin eleştirel düşünme becerilerine katkı sunmaktadır (Wang ve diğerleri, 2012). Sosyal medya öğrencilerin işbirlikçi öğrenme süreçlerini geliştirmelerine fırsat tanımaktadır. Facebook ve Twitter gibi platformlar, akademik gruplar ve bilimsel tartışmalar için birer iletişim aracı olarak kullanılmaktadır (Manca ve Ranieri, 2016; Tess, 2013). Özellikle, öğrencilerin ders materyallerini paylaşması, çevrimiçi tartışmalara katılması ve akademik konularda fikir alışverişinde bulunması, öğrenme sürecini daha etkileşimli ve verimli hale getirmektedir (Tess, 2013). Sosyal medya platformları, grup projeleri, ders tartışmaları ve çevrimiçi öğrenme toplulukları oluşturma açısından önemli avantajlar sunmaktadır (Dabbagh ve Kitsantas, 2012). Ayrıca, sosyal medya üzerinden sağlanan anlık iletişim ve etkileşim, öğrencilerin akademik yardımlaşma süreçlerini hızlandırarak daha etkili bir öğrenme deneyimi sunmaktadır (Al-Rahmi ve Othman, 2013). Sosyal medya, öğrencilerin akademik motivasyonlarını artırmada da önemli bir rol oynayabilmektedir. Öğrenciler, ilgi duydukları akademik alanlarla ilgili güncel gelişmeleri sosyal medya platformları aracılığıyla takip edebilmekte ve bu sayede öğrenmeye karşı daha fazla ilgi ve bağlılık geliştirebilmektedir (Junco, 2012). Özellikle LinkedIn ve ResearchGate gibi profesyonel ağlar, öğrencilerin akademik ve kariyer gelişimlerini destekleyerek uzun vadede daha başarılı olmalarına katkıda bulunmaktadır (Veletsianos ve Kimmons, 2012). Gençler sosyal medyayı bilinçli kullanmaları akademik gelişimlerine olumlu katkılar sağlayacağı açıktır.

Sosyal medyanın bilinçli kullanımı sosyal medya bağımlılığı yaratmazken, vakit geçirmek gibi bilinçsiz kullanımı bağımlılığa neden olmaktadır (Çömlekci ve Başaol, 2019). Sosyal medyanın aşırı kullanımı ve sosyal medyanın kullanım amacı arasındaki ilişki, özellikle gençler arasında karmaşık

bir sorun olarak karşımıza çıkmaktadır. Sosyal medya bilinçli kullanıldığında öğrencilerin eleştirel düşünme, işbirlikçi öğrenme, akademik yardımlaşma, kariyer gelişimi, anlık iletişim ve etkileşim gibi olumlu etkiler sağlarken, bilinçsiz ve aşırı kullanımı akademik performanslarını olumsuz etkilemektedir. Sosyal medyanın kullanım amaçlarının belirlenmesi, bağımlılığa neden olan durumların ortaya konularak çözüm önerilerinin sunulması gençlerin gelecekte sosyal medyayı bilinçli bir şekilde kullanarak, sağlıklı bir yaşam sürmelerine katkı sağlayacaktır.

Yapılan bu çalışma ile üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılık düzeyleri ile sosyal medya kullanım amaçları arasındaki ilişki ortaya konulmaya çalışılmıştır. Bu amaç doğrultusunda aşağıdaki sorulara yanıtlar aranmıştır.

- Üniversite öğrencilerinin sosyal medya kullanım amaçları ve sosyal medya bağımlılık düzeyleri nedir?
- Üniversite öğrencilerinin sosyal medya kullanım amaçları ve sosyal medya bağımlılık düzeyleri ile cinsiyet, sınıf, internette geçirilen süre değişkenleri arasında anlamlı fark var mıdır?
- Üniversite öğrencilerinin sosyal medya kullanım amaçları ve sosyal medya bağımlılık düzeyleri arasında ilişki var mıdır?

Yöntem

Araştırmanın Modeli

Araştırmada, üniversite öğrencilerinin sosyal medya kullanım amaçları ve sosyal medya bağımlılık düzeyleri arasındaki ilişkilerin ortaya konulması amaçlanmıştır. Bu amaç doğrultusunda betimleyici ve ilişkisel tarama modeli kullanılmıştır (Fraenkel ve Wallen, 2006). Tarama modeli evren hakkında genel bir yargıya varmak amacıyla kullanılan modeldir. Tekil tarama modeli ile üniversite öğrencilerinin sosyal medya kullanım amaçları ve sosyal medya bağımlılık düzeyleri betimlenmiştir. İlişkisel tarama modelleri iki ve daha fazla değişken arasındaki değişimin belirlenmesi amacıyla kullanılan modellerdir (Karasar, 2017). Araştırmada, ilişkisel tarama modeli ile üniversite öğrencilerinin sosyal medya kullanım amaçları ve sosyal medya bağımlılık düzeyleri ile cinsiyet, öğrenim gördükleri sınıf ve günlük internet kullanım süre değişkenlerine göre aralarındaki farklar incelenmiştir. Pearson Korelasyon Katsayısı (r) ile üniversite öğrencilerinin sosyal medya kullanım amaçları ve sosyal medya bağımlılık düzeyleri arasındaki ilişki incelenmiştir.

Evren ve Örneklem

Araştırmanın evrenini, Batı Karadeniz Bölgesinde kamuya bağlı bir üniversitenin eğitim fakültesinde öğrenim gören 2002 öğretmen adayı oluşturmaktadır. Araştırmada örneklem alma yoluna gidilmemiş ve evrenin tamamına ulaşılmaya çalışılmıştır. Araştırmaya gönüllü olarak 440 üniversite öğrencisi katılmıştır. Araştırmaya katılan öğrencilerin demografik bilgileri Tablo 1’de verilmiştir.

Tablo 1

Araştırmaya Katılan Üniversite Öğrencilerin Demografik Bilgileri

		N	%
Cinsiyet	Kadın	249	56.6
	Erkek	191	43.4
Sınıf	1. Sınıf	118	29.8
	2. Sınıf	185	42.0
	3. Sınıf	63	14.3
	4. Sınıf	74	16.8
Toplam		440	100

Tablo 1 incelendiğinde, araştırmaya katılan üniversite öğrencilerinin %43.4'ü Erkek, %56.6'sının ise kadın öğrenciler oluşturmaktadır. Araştırmaya katılanların %29.8'i 1.sınıf, %42.0'ı 2.sınıf, %14.3'ü 3.sınıf ve %16.8'i ise 4.sınıfta öğrenim görmektedir.

Veri Toplama Araçları

Araştırmada veri toplama aracı olarak Sosyal Medya Kullanım Amaçları Ölçeği ve Bergen Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği olmak üzere iki adet ölçme aracı kullanılmıştır.

Sosyal Medya Kullanım Amaçları Ölçeği: Eren (2014) tarafından geliştirilen ölçek 12 madde ve 2 faktörden oluşmaktadır. 5'li likert yapıya sahip olan ölçeğin Kişilerarası Etkileşim faktörü 7 madde, Ders Hazırlığı faktöründe ise 5 madde yer almaktadır. Kişiler Arası Etkileşim faktöründen alınabilecek en düşük değer 7, en yüksek değer 35'dir iken Ders Hazırlığı faktöründe alınabilecek en düşük puan 5, en yüksek değer 25'dir. Ölçeğin Kişiler Arası Etkileşim faktörüne ait Cronbach Alfa iç tutarlılık katsayısı .88', Ders Hazırlığı faktöründe ise Cronbach Alfa iç tutarlılık katsayısı .80'dir. Araştırmada elde edilen Cronbach Alfa iç tutarlılık katsayısı Kişiler Arası Etkileşim faktörüne .77, Ders Hazırlığı faktöründe .83, ölçek genelinde ise .81'dir.

Bergen Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği: Andreassen ve diğerleri (2016) tarafından geliştirilen ölçeğin Türkçe'ye uyarlaması Demirci (2019) tarafından yapılmıştır. Ölçek altı maddeden oluşmakta olup, her bir madde zihinsel uğraş, duygu durum değişikliği, tolerans, yoksunluk, çatışma ve başarısız bırakma girişimi olmak üzere altı temel bağımlılık ölçütünü karşılamaktadır. Ölçek "Çok nadir (1)" ile "Çok sık (5)" değeri arasında 5'li Likert yapıya sahiptir. Ölçekten en düşük 6 puan, en yüksek ise 30 puan alınabilmektedir. Ölçeğin orijinal halinde iç tutarlılık katsayısı (Cronbach's Alpha) 0.88 olup, araştırmada elde edilen iç tutarlılık katsayısı .80'dir.

Verilerin Analizi

Araştırmada, üniversite öğrencilerinin Sosyal medya kullanım amaçları ve sosyal medya bağımlılık düzeylerinin belirlenmesinde betimsel istatistiklerden faydalanılmıştır. Analizlere geçmeden önce verilerin normallik testi gerçekleştirilmiş, her iki ölçme aracı için Kolmogorow-Smirnov ($p < .05$) olduğu görülmüştür. Verilerin normallik dağılımına karar vermek için histogram, Q-Q plot grafikleri ile basıklık-çarpıklık (Skewness-Kurtosis) değerleri incelenmiştir. İki ölçme aracının da basıklık ve çarpıklık değerleri -1.5 ile +1.5 arasında olduğu görülmüştür. Basıklık ve çarpıklık değerleri -1.5 ile +1.5 arasında ise verilerin normal dağılıma uygun olduğu kabul edilir (Tabachnick ve Fidell, 2013). Bu sonuçlara göre verilerin normal dağıldığı kabul edilerek parametrik analizler gerçekleştirilmiştir. Üniversite öğrencilerinin sosyal medya kullanım amaçları ve sosyal medya bağımlılık düzeyleri arasındaki ilişkinin belirlenmesinde Pearson Korelasyon Katsayısı'ndan (r)

yararlanılmıştır. Veriler SPSS.21 istatistik programı ile analiz edilmiştir.

Araştırma Etiği

Zonguldak Bülent Ecevit Üniversitesi “İnsan Araştırmaları ve Yayın Etiği Kurulu’ndan” 26/05/2022 tarih, 171480 sayılı ve 225 protokol numarası ile etik izin belgesi alınmıştır.

Bulgular

Üniversite öğrencilerinin sosyal medya kullanım amaçları ve sosyal medya bağımlılık düzeylerine ait betimleyici istatistikler Tablo 2’de verilmiştir.

Tablo 2

Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Medya Kullanım Amaçları ve Sosyal Medya Bağımlılık Düzeylerine Ait Aritmetik Ortalamaları

Ölçekler	Faktörler	N	Min.	Mak.	$\bar{X}$	Ss	Düzye
Sosyal Medya	Ders hazırlığı	440	5	25	16.55	4.05	Bazen
Kullanım Amaçları	Kişilerarası etkileşim	440	7	35	24.19	5.30	Sıklıkla
Sosyal Medya Bağımlılık		440	6	30	18.05	5.42	Bazen

Tablo 2 incelendiğinde üniversite öğrencilerin sosyal medya kullanım amaçlarından ders hazırlık faktöründe “Bazen” ($\bar{X}$ =16.55) ortalama değer üzerinde, kişilerarası etkileşim faktöründe “Sıklıkla” ($\bar{X}$ =24.19) ortalama değeri ile yüksek düzeye yakın olduğu görülmüştür. Sosyal medya bağımlılık düzeylerinin ise ($\bar{X}$ =18.05) aritmetik ortalama ile “Bazen” düzeyinde olduğu bulgusu elde edilmiştir.

Üniversite öğrencilerinin sosyal medya kullanım amaçları alt faktörleri ve sosyal medya bağımlılık düzeyleri ile cinsiyet değişkeni arasındaki farka dair t-Testi sonuçları Tablo 3’te verilmiştir.

Tablo 3

Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Medya Kullanım Amaçları Alt Faktörleri ve Sosyal Medya Bağımlılık Düzeyleri ile Cinsiyet Değişkeni Ortalamaları Arasındaki Farka Dair t-Testi Sonuçları

Ölçekler	Faktörler	Cinsiyet	N	$\bar{X}$	Ss	Sd	t	p
Sosyal Medya	Ders	Kadın	249	16.73	3.71	438	1.03	.30
Kullanım	hazırlığı	Erkek	191	16.31	4.46			
Amaçları	Kişilerarası	Kadın	249	23.68	5.03	438	-2.36	.02*
	etkileşim	Erkek	191	24.86	5.58			
Sosyal Medya		Kadın	249	17.64	5.09	438	-1.86	.07
Bağımlılık		Erkek	191	18.59	5.80			

*p<.05

Tablo 3 incelendiğinde üniversite öğrencilerinin Sosyal Medya Kullanım Amaçları alt faktörü Ders Hazırlığı [$t(438)=1.05$; $p>.05$] düzeyleri ile cinsiyet değişkenleri arasında anlamlı farka rastlanmazken, Kişilerarası Etkileşim faktöründe [$t(438)=-2.36$; $p<.05$] anlamlı farka rastlanmıştır. Bu fark erkek öğrencilerin lehinedir. Üniversite öğrencilerinin Sosyal Medya Bağımlılık [$t(468)=-1.79$; $p>.05$]düzeyleri ile cinsiyet değişkeni arasında da anlamlı farka rastlanmamıştır.

Üniversite öğrencilerinin sosyal medya kullanım amaçları alt faktörleri Ders Hazırlığı ve Kişilerarası Etkileşim ile sınıf değişkeni arasındaki farkın belirlenmesi amacıyla tek yönlü varyans analizi

(ANOVA) yapılmıştır. Analiz sonuçları Tablo 4’de verilmiştir.

Tablo 4

Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Medya Kullanım Amaçları Alt Faktörleri Ders Hazırlığı ve Kişilerarası Etkileşim ile Sınıf Değişkeni Arasındaki Farka Dair Anova Testi Sonuçları

Ölçekler	Sınıf	N	$\bar{X}$	Varyansın Kaynağı	Kareler Toplamı	Sd	Kareler Ortalaması	F	p	Fark
Ders Hazırlığı	1.Sınıf	118	16.19	Gruplararası	91.85	3	30.61	1.87	.13	--
	2.Sınıf	185	16.28	Gruplariçi	7130.94	436	16.35			
	3.Sınıf	63	17.06	Toplam	72225.79	439				
	4.Sınıf	74	17.35							
Kişilerarası Etkileşim	1.Sınıf	118	22.90	Gruplararası	270.07	3	90.02	3.24	.02*	2>1
	2.Sınıf	185	24.73	Gruplariçi	12093.11	436	27.73			
	3.Sınıf	63	24.52	Toplam	12363.19	439				
	4.Sınıf	74	24.62							

*p<.05

Tablo 4 incelendiğinde üniversite öğrencilerinin sosyal medya kullanım amaçları alt faktörü Ders Hazırlık ile sınıf değişkeni [$F(3,436)=1.87, p>.05$] arasında anlamlı farka rastlanmamıştır. Üniversite öğrencilerinin sosyal medya kullanım amaçları alt faktörü kişilerarası Etkileşim ile sınıf değişkeni [$F(3,436)=3.24, p<.05$] arasında anlamlı farka rastlanmıştır. Anlamlı farkın hangi sınıflar arasında olduğunu belirlenmesi amacıyla Post Hoc Tests’lerinden Scheffe testi uygulanmıştır. Test sonuçlarına göre 2.sınıfta öğrenim gören üniversite öğrencilerinin Kişilerarası Etkileşim düzeyleri ($\bar{X}=24.73$) aritmetik ortalama ile 1.sınıfta öğrenim gören öğrencilerin etkileşim düzeylerinden ($\bar{X}=22.90$) daha yüksek olduğu görülmüştür.

Üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılık düzeyleri ile sınıf değişkeni arasındaki farkın belirlenmesi amacıyla tek yönlü varyans analizi (ANOVA) yapılmıştır. Analiz sonuçları Tablo 5’de verilmiştir.

Tablo 5

Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Medya Bağımlılık Düzeyleri ile Sınıf Değişkeni Arasındaki Farka Dair Anova Testi Sonuçları

Ölçekler	Sınıf	N	$\bar{X}$	Varyansın Kaynağı	Kareler Toplamı	sd	Kareler Ortalaması	F	p	Fark
Sosyal Medya Bağımlılık	1.Sınıf	118	16.00	Gruplararası	727.64	3	242.54	8.67	.02*	1<2,3,4
	2.Sınıf	185	18.67	Gruplariçi	12190.82	436	27.96			
	3.Sınıf	63	19.55	Toplam	12918.46	439				
	4.Sınıf	74	18.54							

*p<.05

Tablo 5 incelendiğinde üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılık düzeyleri ile sınıf değişkeni [$F(3,436)=8.67, p<.05$] arasında anlamlı farka rastlanmıştır. Anlamlı farkın hangi sınıflar arasında olduğunu belirlenmesi amacıyla Post Hoc Tests’lerinden Scheffe testi uygulanmıştır. Test sonuçlarına göre 2., 3., ve 4. sınıfta öğrenim gören üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılık

düzeyleri 1. sınıfta öğrenim gören öğrencilerin bağımlılık düzeylerinden daha yüksek olduğu görülmüştür.

Üniversite öğrencilerinin sosyal medya kullanım amaçları alt faktörleri Ders Hazırlığı ve Kişilerarası Etkileşim ile internet kullanım süre değişkeni arasındaki farkın belirlenmesi amacıyla tek yönlü varyans analizi (ANOVA) yapılmıştır. Analiz sonuçları Tablo 6'da verilmiştir.

Tablo 6

Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Medya Kullanım Amaçları Alt Faktörleri Ders Hazırlığı ve Kişilerarası Etkileşim ile İnternet Kullanım Süre Değişkeni Arasındaki Farka Dair Anova Testi Sonuçları

Ölçekler	Süre	N	$\bar{X}$	Varyansın Kaynağı	Kareler Toplamı	sd	Kareler Ortalaması	F	p	Fark
Ders Hazırlığı	A)0-2 Saat	34	16.38	Gruplararası	15.58	3	5.19	.31	.81	--
	B)3-4 Saat	208	16.62	Gruplariçi	7207.21	436	16.53			
	C)5-6 Saat	158	16.37	Toplam	7222.79	439				
	D)7 ve üzeri	40	17.02							
Kişilerarası Etkileşim	A)0-2 Saat	34	21.14	Gruplararası	961.48	3	320.49	12.56	.00*	A<B<C<D
	B)3-4 Saat	208	23.25	Gruplariçi	11401.70	436	26.15			
	C)5-6 Saat	158	25.63	Toplam	12363.19	439				
	D)7 ve üzeri	40	26.00							

*p<.05

Tablo 6 incelendiğinde üniversite öğrencilerinin sosyal medya kullanım amaçları alt faktörü Ders Hazırlık ile internet kullanım süre değişkeni [$F(3,436)=.31$, $p>.05$] arasında anlamlı farka rastlanmamıştır. Üniversite öğrencilerinin sosyal medya kullanım amaçları alt faktörü kişilerarası Etkileşim ile internet kullanım süre değişkeni [$F(3,436)=12.56$, $p<.05$] arasında anlamlı farka rastlanmıştır. Anlamlı farkın hangi süreler arasında olduğunu belirlemek amacıyla Post Hoc Tests'lerinden Scheffe testi uygulanmıştır. Test sonuçlarına göre 7 saat ve üzeri internet kullananların kişilerarası etkileşim düzeyleri ($\bar{X}=26.00$), 5-6 saat internet kullananlardan ($\bar{X}=25.63$) daha yüksek, 5-6 saat internet kullananların kişilerarası etkileşim düzeyleri ($\bar{X}=25.63$), 3-4 saat arası internet kullananlardan ($\bar{X}=23.25$) daha yüksek, 3-4 saat arası internet kullananların kişilerarası etkileşim düzeyleri ($\bar{X}=23.25$), 0-2 saat internet kullananlardan ($\bar{X}=21.14$) daha yüksek olduğu görülmüştür.

Üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılık düzeyleri ile internet kullanım süre değişkeni arasındaki farkın belirlenmesi amacıyla tek yönlü varyans analizi (ANOVA) yapılmıştır. Analiz sonuçları Tablo 7'de verilmiştir.

Tablo 7

Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Medya Bağımlılık Düzeyleri ile İnternet Kullanım Süre Değişkeni Arasındaki Farka Dair Anova Testi Sonuçları

Ölçekler	Süre	N	$\bar{X}$	Varyansın Kaynağı	Kareler Toplamı	sd	Kareler Ortalaması	F	p	Fark
Sosyal Medya	A)0-2 Saat	34	13.38	Gruplararası	1555.24	3	518.41	19.89	.00*	A<B<C<D
Bağımlılık	B)3-4 Saat	208	17.14	Gruplarıçi	11363.22	436	26.06			
	C)5-6 Saat	158	19.65	Toplam	12918.46	439				
	D)7 ve üzeri	40	20.47							

*p<.05

Tablo 7 incelendiğinde üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılık düzeyleri ile internet kullanım süre değişkeni [$F(3,436)=19.89$, $p<.05$] arasında anlamlı farka rastlanmıştır. Anlamlı farkın hangi süreler arasında olduğunu belirlenmesi amacıyla Post Hoc Tests'lerinden Scheffe testi uygulanmıştır. Test sonuçlarına göre 7 saat ve üzeri sosyal medya kullananların bağımlılık düzeyleri ($\bar{X}=20.47$), 5-6 saat sosyal medya kullananlardan ($\bar{X}=19.65$) daha yüksek, 5-6 saat sosyal medya kullananların sosyal medya bağımlılık düzeyleri ($\bar{X}=19.65$), 3-4 saat arası kullananlardan ($\bar{X}=17.14$) daha yüksek, 3-4 saat arası sosyal medya kullananların sosyal medya bağımlılık düzeyleri ($\bar{X}=17.14$), 0-2 saat kullananlardan ($\bar{X}=13.38$) daha yüksek olduğu görülmüştür.

Araştırmada üniversite öğrencilerinin sosyal medya kullanım amaçları alt faktörleri Ders Hazırlığı ve Kişilerarası Etkileşim ve Sosyal Medya Bağımlılık düzeylerine arasında anlamlı ilişki olup olmadığını belirlemek amacıyla Pearson Korelasyon Katsayıları analizi gerçekleştirilmiştir. Gerçekleştirilen analiz sonuçları Tablo 8'de verilmiştir.

Tablo 8

Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Medya Kullanım Amaçları Alt Faktörleri Ders Hazırlığı ve Kişilerarası Etkileşim ve Sosyal Medya Bağımlılık Düzeyleri Arasındaki İlişkiye Dair Pearson Korelasyon Katsayısı Sonuçları

	1	2	3
Derse Hazırlık	1		
Kişilerarası Etkileşim	.352**	1	
Sosyal Medya Bağımlılık	.004	.359**	1

**p<.001

Tablo 8 incelendiğinde üniversite öğrencilerinin Kişilerarası İletişim ile Derse Hazırlık arasında ($r=.352$, $p<.001$) pozitif yönlü Orta düzey ilişki olduğu görülmüştür. Sosyal Medya Bağımlılık ile Kişilerarası İletişim arasında ($r=.359$, $p<.001$) pozitif yönlü Orta düzey ilişki olduğu görülmüştür. Sosyal Medya Bağımlılık ile Derse Hazırlık arasında ($r=.004$, $p>.05$) anlamlı farka rastlanmamıştır.

Tartışma Sonuç ve Öneriler

Yapılan çalışmada üniversite öğrencilerinin sosyal medya kullanım amaçları ve sosyal medya bağımlılık düzeyleri ile cinsiyet, öğrenim gördükleri sınıf ve günlük internette geçirdikleri süre değişkenleri arasındaki farklar ortaya konulmaya çalışılmıştır. Bunların yanında öğrencilerinin sosyal medya kullanım amaçları ve sosyal medya bağımlılık düzeyleri arasındaki ilişkiler incelenmiştir.

Araştırma üniversite öğrencilerin sosyal medya kullanım amaçları alt faktörlerinden derse hazırlık boyutunda orta değer olan “Bazen” düzeyinde kullanırken, kişilerarası etkileşim boyutunda üst değere yakın “Sıklıkla” kullandıkları sonucuna ulaşılmıştır. Bu sonuca göre üniversite öğrencilerinin sosyal medyayı kişiler ile etkileşime girmek için daha fazla kullandıklarını, derse hazırlanma konusunda daha az kullandıklarını söyleyebiliriz. Yavuz (2020) ilahiyat fakültesi öğrencileri ile yapmış olduğu çalışmada öğrencilerin sosyal medyayı en düşük eğitim amaçlı kullandıklarını belirtmektedir. Başoğlu ve Yanar (2017) öğrencilerin sosyal medyayı araştırma yapmak ve iletişim amacıyla kullandıklarını, Güleriyüz ve diğerleri, (2020) öğrencilerin sosyal medyayı kullanım amaçları konusunda farkındalıklarının yüksek olduğunu, Baz (2018) sosyal medya bağımlılık düzeylerinin düşük olduğunu belirtmektedir. Gençler sosyal medyayı daha çok eğlence, iletişim ve gündemi takip etme amacıyla kullanırken, en az kişisel sunum ve bilgi paylaşmak amacıyla kullanmaktadır (Çömlekçi ve Başol, 2019; Yıldız ve Demir, 2016). Bu sonuçlara göre sosyal medya kullanıcıları ağırlıklı olarak eğlence ve iletişim amaçlı sosyal medyayı kullandıklarını, eğitim, bilimsel araştırma ya da akademik başarılarını artırıcı yönde daha az kullandıklarını söylenebilir.

Yapılan araştırmada üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılık düzeylerini orta değer olan “Bazen” düzeyinde olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Araştırma bulgusunu destekleyen çalışmalara literatürde rastlanırken (Gökbulut ve Bilen, 2024), bağımlılık düzeyinin düşük olduğu çalışmalarda yer almaktadır (Çiftçi, 2018). Bağımlılık düzeyinin düşük olarak bulunduğu çalışma 2018 yılına aittir. Araştırma bulgusu ve diğer çalışmaya ait bulgular daha güncel çalışmalara aittir. Bu sonuçlara göre öğrencilerin geçmiş yıllara göre sosyal medya bağımlılık düzeylerinde bir artış olduğu, gelecekte de bu oranların daha da artacağı şeklinde yorumlanabilir. Bunun nedenleri ise sosyal medya platform kullanıcı sayısının her geçen gün artması ve sosyal medya platformlarının kullanıcıları daha fazla tutmak için cazip yöntemler kullanması olabilir.

Araştırma neticesinde, üniversite öğrencilerin sosyal medya kullanım amaçlarından derse hazırlık boyutunda cinsiyete göre anlamlı farka rastlanmazken, kişilerarası etkileşim boyutunda anlamlı farka rastlanmıştır. Üniversite öğrencilerinin derse hazırlık boyutunda cinsiyete göre anlamlı fark çıkmamasının nedeni sosyal medya kullanan erkek ve kadın oranlarının neredeyse birbirine eşit oranlarda olması olabilir. Bir diğer nedeni ise bu öğrenciler COVID 19 pandemi süresinde herhangi bir cinsiyet ayrımı söz konusu olmadan tamamı dijital platformları kullanmış olmaları, ders, ödev ve sınavlarını dijital platformlar üzerinden gerçekleştirmiş olmalarından kaynaklanıyor olabilir. Araştırmanın diğer bir sonucu ise erkek üniversite öğrencilerinin kişiler ile iletişim kurmak amacıyla sosyal medyayı kadın üniversite öğrencilerinden daha sık kullandıklarıdır. Eren (2014) üniversite öğrencileri ile yapmış olduğu çalışmasında araştırma bulgularını destekler yönde sonuçlar elde etmiştir. Diğer bir çalışmada ise sosyal medya kullanım amacı ile cinsiyet arasında anlamlı farka rastlanmamıştır (Yıldız ve Demir, 2016). Bu farklılıkların nedeni çalışma gruplarının farklılığı ve yapıldığı yıllardan kaynaklanıyor olabilir.

Araştırmada üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılık düzeyleri ile cinsiyet değişkeni arasında anlamlı farka rastlanılmamıştır. Bu sonuca göre erkek ve kadın üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılık düzeylerinin benzer olduğunu söyleyebiliriz. Bunun nedeni erkek ve kadın sosyal medya kullanıcı sayılarının birbirine çok yakın olmasından kaynaklanıyor olabilir (We Are Social, 2024). Erkek ve kadın üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılık düzeyleri ile aralarında farkın bulunmadığı, araştırma bulgusunu destekleyen çalışmalara literatürde rastlanılmaktadır (Altın ve Kivrak, 2018; Baz, 2018; Çömlekçi ve Başol, 2019; Gökbulut ve Bilen, 2024; Gündüz, 2017; Şahin ve diğerleri, 2022; Tuğlu, 2017). Bu bulgunun haricinde kadınların sosyal

medya bağımlılık düzeylerinin erkeklerden yüksek olduğu çalışmalar (Anjum ve diğerleri, 2024; Burén ve diğerleri, 2021; Güleriyüz ve diğerleri, 2020; Gazi ve diğerleri, 2017; Korkmaz, 2021; Uslu 2021) yer alırken, erkeklerin sosyal medya bağımlılığının kadınlardan yüksek olduğu çalışmalara da literatürde rastlanılmaktadır (Demirel ve Tapan, 2023; Güleriyüz ve diğerleri, 2020; Yap ve Che Amat, 2021). Araştırma bulgusu ile literatürdeki bulguların benzerlikleri ya da farklılıklarının nedeni; erkek ve kadınların farklı sosyal medya kullanımları, yaş, mezuniyet durumu, kültürel farklılıklar ve çalışmaların yapıldığı yıllar arasındaki farklılıklardan kaynaklanıyor olabilir.

Araştırmada, üniversite öğrencilerinin sosyal medyayı derse hazırlık amacıyla kullanımları ile sınıf değişkeni arasında anlamlı farka rastlanmamıştır. Bu sonuca göre üniversite öğrencileri hangi sınıfta düzeyinde olursa olsun derse hazırlık amacıyla sosyal medyayı kullanma düzeylerinin aynı olduğu söylenebilir. Bunun nedeni ise bu öğrencilerin tamamının COVID-19 pandemi sürecinde uzaktan eğitim almaları ve dijital platformları sürekli kullanmalarından kaynaklanıyor olabilir. Eren (2014) yapmış olduğu çalışmada yaş büyüdükçe sosyal medyanın derse hazırlık açısından kullanımının arttığını belirtirken, yaş ile kişilerarası etkileşim arasında anlamlı farkın bulunmadığı sonucuna ulaşmıştır.

Araştırmada üniversite öğrencilerinin sosyal medyayı kişilerarası etkileşim amacıyla öğrenim gördükleri sınıf değişkeni arasında anlamlı farka rastlanmıştır. Bu sonuca göre ikinci sınıfta öğrenim gören üniversite öğrencileri, birinci sınıfta öğrenim gören üniversite öğrencilerinden daha çok sosyal medyayı kişilerarası etkileşim amacıyla kullandıkları söylenebilir. İkinci sınıfta öğrenim gören üniversite öğrencileri, birinci sınıfta okuyan öğrencilere göre gerek okul ortamında, gerek yurt ortamında daha fazla bulunmaları, daha fazla geniş arkadaş çevresi edinmeleri ve sosyal etkileşimlerinin daha fazla olmasından kaynaklanıyor olabilir. Birinci sınıfta öğrenim gören üniversite öğrencileri daha sınırlı düzeyde arkadaşlarının bulunması, sosyalleşme fırsatlarının daha az olması, kişilerarası etkileşim düzeylerinin de sınırlı olmasına neden olmuş olabilir. Tuğlu (2017) ortaokul öğrencileri ile yapmış olduğu çalışmada sekizinci sınıfta öğrenim gören öğrencilerin sosyal medya kullanım sıklıklarının beşinci ve altıncı sınıfta öğrenim görenlere göre daha düşük olduğunu belirtmektedir.

Araştırmada üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılık düzeyleri ile sınıf değişkeni arasında anlamlı farka rastlanmıştır. Üniversite ikinci, üçüncü ve dördüncü sınıfta öğrenim gören üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılık düzeyleri birinci sınıfta öğrenim gören üniversite öğrencilerinden daha yüksek olduğu görülmüştür. Üst sınıfta öğrenim gören öğrencilerin yıl olarak birinci sınıfta öğrenim görenlere göre sosyal medya ile daha erken tanışmaları ve sosyal medyada daha fazla vakit geçirmelerinden kaynaklanıyor olabilir. Bir diğer nedeni ise birinci sınıfta öğrenim gören üniversite öğrencileri, üst sınıfta öğrenim gören öğrencilere göre sosyalleşme düzeylerinin daha düşük olması, daha az arkadaş edinmeleri ve sosyal medyada etkileşimlerinin az olmasından kaynaklanıyor olabilir. Çiftçi (2018) yaptığı çalışmada araştırma bulgusunu destekler yönde ikinci sınıfta öğrenim gören öğrencilerin bağımlılık düzeylerinin, birinci sınıfta öğrenim görenlere göre daha yüksek olduğunu belirtmektedir. Gökbulut (2022) sınıf değişkeni ile Nomofobi arasında anlamlı fark bulunmadığını, Baz (2018) ise üniversite öğrencilerinin yaşa göre sosyal medya bağımlılık düzeylerinin değişmediği bulgusunu elde etmiştir.

Araştırmada üniversite öğrencilerinin sosyal medyayı derse hazırlık amacıyla kullanımları ile internette geçirdikleri süre arasında anlamlı ilişkiye rastlanmamıştır. Bu sonuca göre üniversite öğrencilerinin derse hazırlık amacıyla internette vakit geçirmediği söylenebilir. Eren (2014) yapmış olduğu çalışma araştırma bulgusu ile paralellik göstermektedir. Araştırmada üniversite

öğrencilerinin sosyal medyayı kişilerarası etkileşim amacıyla kullanımları ile internette geçirdikleri süre arasında anlamlı ilişkiye bulunmuştur. Üniversite öğrencilerinin internette geçirdikleri süreler arttıkça sosyal medya üzerinden kişilerle etkileşim düzeylerinin arttığını söyleyebiliriz. Öğrenciler arkadaşlarıyla etkileşimlerinin sosyal medya üzerinden gerçekleştirmekte, bunun da internette geçirdikleri sürenin artmasına neden olduğunu söylenebilir. Eren (2014) yapmış olduğu çalışma araştırma bulgusu ile paralellik göstermektedir. Araştırmada elde edilen bir diğer bulgu ise üniversite öğrencilerinin internette geçirdikleri süreler arttıkça sosyal medya bağımlılık düzeylerinin de arttığı görülmüştür. İnternette geçirilen süreler arttıkça bağımlılık riskinin de arttığını söyleyebiliriz. Literatürde araştırma bulgusunu destekleyen çalışmalara rastlanılmaktadır (Bilgin, 2018; Çiftçi, 2018; Çömlekçi ve Başol, 2019; Gökbulut, 2024; Uslu 2021). Akbaş ve Gökbulut (2022) lise öğrencileri ile yapmış oldukları çalışmada internette geçirilen süre arttıkça internet bağımlılığının arttığı sonucuna ulaşmışlardır.

Araştırmada üniversite öğrencilerinin sosyal medyayı kullanım amaçları olan derse hazırlık ve kişilerarası etkileşim boyutlarında orta düzey pozitif yönlü bir ilişkiye rastlanmıştır. Üniversite öğrencilerinin sosyal medyayı kişilerarası etkileşim amacıyla kullanmalarının bir nedeni derslerle ilgili bilgi paylaşımlarından kaynaklandığını söyleyebiliriz. Ya da tam tersi sosyal medyayı derse hazırlık amacıyla kullanırken diğer arkadaşlarıyla birlikte bilgi paylaştıkları, ortak ödev, proje ve fikir alışverişi yapmalarından kaynaklandığını söyleyebiliriz. Araştırmada üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılık düzeyleri ile derse hazırlık amacıyla sosyal medya kullanımları arasında anlamlı farka rastlanmazken, kişilerarası iletişim ile orta düzey pozitif yönlü bir ilişkiye rastlanmıştır. Bu sonuca göre üniversite öğrencilerinin kişilerarası iletişim kurmak amacıyla sosyal medyayı kullanmaları, bağımlılık düzeylerini artırdığını söyleyebiliriz. Sosyal medya kullanım amaçları ile sosyal medya bağımlılığı arasında pozitif yönlü bir ilişki bulunmaktadır (Güleryüz ve diğerleri, 2020). Gökbulut ve Bilen (2024) yapmış oldukları çalışmada, sosyal medya bağımlılığı arttıkça üniversite öğrencilerinin depresyon, anksiyete ve stres düzeylerinin arttığını belirtmektedir. Benzer şekilde sosyal medya bağımlılığı arttıkça yaşam doyumu ve fiziksel aktivite azalmakta oyun bağımlılığı artmaktadır (Anjum ve diğerleri, 2024; Yap ve Che Amat, 2021). Sosyal medya kullanımı ile boş zaman geçirme, insanları daha iyi tanıma, fikir alışverişi yapma, eğlence, sunum, bilgi paylaşımı ve mesajlaşma arasında pozitif yönlü ilişki bulunmaktadır (Çömlekçi ve Başol, 2019).

Araştırmada üniversite öğrencilerinin sosyal medyayı kişilerarası iletişim boyutunda yoğun kullandıklarını, ancak eğitim ve derse hazırlık konularında daha az kullandıklarını ortaya koymuştur. İletişim amaçlı yoğun kullanmaları ise bağımlılık riskini artırmaktadır. Üniversite öğrencilerine sosyal medyanın bilinçli ve eğitim amaçlı nasıl kullanılması gerektiğine yönelik eğitimler verilebilir. Böylece öğrenciler sosyal medya kullanımlarına sınırlama getirerek bağımlılık riskini azaltabilirler. Araştırma nicel verilerle sınırlıdır. Araştırma nitel veriler ile desteklenerek hangi sosyal medya araçlarının hangi amaçlarla kullanıldığı belirlenerek, eğitim amaçlı kullanımlarına yönelik çözümler üretilebilir. Sosyal medyanın bir tehdit değil, akademik ve sosyal gelişimi destekleyen bir araç haline getirilmesi sağlanabilir. Öğretmenlere ve akademisyenlere sosyal medyanın eğitim amaçlı kullanımına yönelik mesleki gelişim programları düzenerek eğitim süreçlerine sosyal medyanın dahil edilmesi sağlanabilir.

Etik Kurul Onayı: Zonguldak Bülent Ecevit Üniversitesi İnsan Araştırmaları Etik kurulu 26.05.2022-225

Araştırmacıların Katkı Oranı: Birinci yazarın katkı oranı %100'dür.

Çatışma Beyanı: Çıkar çatışması bulunmamaktadır.

References

- Akbaş, S. A., & Gökbulut, B. (2022). Lise öğrencilerinin internet bağımlılığı, okula yabancılaşma ve mutluluk düzeyleri arasındaki ilişki [The relationship between high school students' internet addiction, alienation from school, and happiness levels]. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 22(87), 741-762.
- Al-Rahmi, W. M., & Othman, M. S. (2013). The impact of social media use on academic performance among university students: A pilot study. *Journal of Information Systems Research and Innovation*, 4, 1-10.
- Altın, M., & Kivrak, A. O. (2018). The social media addiction among Turkish university students. *Journal of Education and Training Studies*, 6(12), 13-20.
- American Psychiatric Association. (2013). *Diagnostic and statistical manual of mental disorders* (5th ed.). <https://doi.org/10.1176/appi.books.9780890425596>
- Andreassen, C. S. (2015). Online social network site addiction: A comprehensive review. *Current Addiction Reports*, 2(2), 175-184. <https://doi.org/10.1007/s40429-015-0056-9>
- Andreassen, C. S., Billieux, J., Griffiths, M. D., Kuss, D. J., Demetrovics, Z., Mazzoni, E., & Pallesen, S. (2016). The relationship between addictive use of social media and video games and symptoms of psychiatric disorders: A large-scale cross-sectional study. *Psychology of Addictive Behaviors*, 30(2), 252-262. <https://doi.org/10.1037/adb0000160>
- Andreassen, C. S., Pallesen, S., & Griffiths, M. D. (2017). The relationship between addictive social media use and narcissism: A large-scale study. *PLOS ONE*, 12(8), <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0183559>
- Andreassen, C. S., & Pallesen, S. (2014). Social network site addiction: An overview. *Current Pharmaceutical Design*, 20(25), 4053-4061. <https://doi.org/10.2174/13816128113199990616>
- Andreassen, C. S., Torsheim, T., Brunborg, G. S., & Pallesen, S. (2012). Development of a Facebook Addiction Scale. *Psychological Reports*, 110(2), 501-517. <https://doi.org/10.2466/02.09.18.PR0.110.2.501-517>
- Anjum, Z., Ali, A., Ahmed, F., & Azam, M. (2024). Social media addiction is the risk for lower physical activity, raised body image concerns and increasing BMI among female university students. *International Journal of Health & Rehabilitation*, 2(2), 59-64. <https://doi.org/10.71000/ijhr82>
- Bányai, F., Zsila, Á., Király, O., Maraz, A., Elekes, Z., Griffiths, M. D., & Demetrovics, Z. (2017). Problematic social media use: Results from a large-scale nationally representative adolescent sample. *PLOS ONE*, 12(1). <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0169839>
- Başoğlu, U. D., & Yanar, Ş. (2017). Üniversite öğrencilerinin sosyal medya kullanım amaçları ve alışkanlıklarının belirlenmesi [Determining university students' social media usage purposes and habits]. *Kilis 7 Aralık Üniversitesi Beden Eğitimi ve Spor Bilimleri Dergisi*, 1(2), 6-13.
- Baz, F. Ç. (2018). Sosyal medya bağımlılığı: Üniversite öğrencileri üzerine çalışma [Social media addiction: A study on university students]. *OPUS International Journal of Society Researches*, 9(16), 276-295. <https://doi.org/10.26466/opus.412601>
- Bilgin, M. (2018). Ergenlerde sosyal medya bağımlılığı ve psikolojik bozukluklar arasındaki ilişki [The relationship between social media addiction and psychological disorders in adolescents]. *The Journal of International Scientific Researches*, 3(3), 237-247. <https://doi.org/10.21733/ibad.424368>
- Boniell-Nissim, M., Marino, C., Galeotti, T., Blinka, L., Ozoliņa, K., & et al. (2024). *A focus on adolescent social media use and gaming in Europe, central Asia and Canada: Health Behaviour in School-aged*

Children international report from the 2021/2022 survey. World Health Organization. Regional Office for Europe.

- Boyd, D. M., & Ellison, N. B. (2007). Social network sites: Definition, history, and scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13(1), 210–230. <https://doi.org/10.1111/j.1083-6101.2007.00393.x>
- Burén, J., Nutley, S. B., Sandberg, D., Ström Wiman, J., & Thorell, L. B. (2021). Gaming and social media addiction in university students: Sex differences, suitability of symptoms, and association with psychosocial difficulties. *Frontiers in Psychiatry*, 12, 740867. <https://doi.org/10.3389/fpsy.2021.740867>
- Chen, K. C., & Jang, S. J. (2010). Motivation in online learning: Testing a model of self-determination theory. *Computers in Human Behavior*, 26(4), 741–752. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2010.01.011>
- Chou, H. T. G., & Edge, N. (2012). They are happier and having better lives than I am: The impact of using Facebook on perceptions of others' lives. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 15(2), 117–121. <https://doi.org/10.1089/cyber.2011.0324>
- Çiftçi, H. (2018). Üniversite öğrencilerinde sosyal medya bağımlılığı [Social media addiction among university students]. *MANAS Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 7(4), 417–434. <https://doi.org/10.33206/mjss.476588>
- Çömlekçi, M. F., & Başol, O. (2019). Gençlerin sosyal medya kullanım amaçları ile sosyal medya bağımlılığı ilişkisinin incelenmesi [Examining the relationship between young people's social media usage purposes and social media addiction]. *Manisa Celal Bayar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 17(4), 173–188. <https://doi.org/10.18026/cbayarsos.525776>
- Dabbagh, N., & Kitsantas, A. (2012). Personal learning environments, social media, and self-regulated learning: A natural formula for connecting formal and informal learning. *The Internet and Higher Education*, 15(1), 3–8. <https://doi.org/10.1016/j.iheduc.2011.06.002>
- Demirci, İ. (2019). Bergen sosyal medya bağımlılığı ölçeğinin Türkçeye uyarlanması, depresyon ve anksiyete belirtileriyle ilişkisinin değerlendirilmesi [Adaptation of the Bergen Social Media Addiction Scale into Turkish and evaluation of its relationship with symptoms of depression and anxiety]. *Anadolu Psikiyatri Dergisi*, 20(1), 15–22. <https://doi.org/10.5455/apd.4151>
- Demirel, A. C., & Tapan, M. G. (2023). Üniversite öğrencilerinin sosyal medya ve kompulsif çevrimiçi alışveriş bağımlılığı arasındaki ilişkinin incelenmesi [Examining the relationship between university students' social media and compulsive online shopping addiction]. *İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Dergisi*, 12(1), 60–78. <https://doi.org/10.15869/itobiad.1182728>
- Elphinston, R. A., & Noller, P. (2011). Time to face it! Facebook intrusion and the implications for romantic jealousy and relationship satisfaction. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 14(11), 631–635. <https://doi.org/10.1089/cyber.2010.0318>
- Eren, E. Ş. (2014). Sosyal medya kullanım amaçları ölçeğinin geliştirilmesi ve bazı kişisel değişkenlere göre incelenmesi [Development of a social media usage scale and its examination according to certain personal variables]. *Hacettepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 29(4), 230–243. <https://doi.org/10.16986/HUJE.2015014259>
- Exelmans, L., & Van den Bulck, J. (2017). Bedtime mobile phone use and sleep in adults. *Social Science & Medicine*, 148, 93–101. <https://doi.org/10.1016/j.socscimed.2015.11.037>
- Fraenkel R.J., & Wallen E.N. (2006). *How to Design and Evaluate Research in Education*. McGraw-Hill, New York.
- Gazi, M. A., Çetin, M., & Çakı, C. (2017). The research of the level of social media addiction of university students. *International Journal of Social Sciences and Education Research*, 3(2), 549–559. <https://doi.org/10.24289/ijsser.283598>

- Gökbulut, B. (2022). An analysis of university students' fear of mobile phone deprivation (Nomophobia) and levels of happiness. *Kastamonu Education Journal*, 30(2), 331-340. <https://doi.org/10.24106/kefdergi.796530>
- Gökbulut, B., & Bilen, H. (2024). Üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılığı ile depresyon, anksiyete ve stres arasındaki ilişkinin incelenmesi [Examining the relationship between social media addiction and depression, anxiety, and stress among university students]. *Yükseköğretim ve Bilim Dergisi*, 14(1), 66-75. <https://doi.org/10.5961/higheredusci.1216682>
- Güleryüz, S., Esentaş, M., Yıldız, K., & Güzel, P. (2020). Sosyal izolasyon sürecindeki bireylerin serbest zaman değerlendirme biçimleri: Sosyal medya kullanım amaçları ile sosyal medya bağımlılığı ilişkisinin incelenmesi [How individuals in social isolation spend their free time: Examining the relationship between social media usage purposes and social media addiction]. *FOCUSS Spor Yönetimi Araştırmaları Dergisi*, 1(1), 31-45. <https://doi.org/10.5505/focuss.2020.64338>
- Gündüz, Ş. (2017). Relationship between social networks adoption and social intelligence. *European Journal of Education Studies*, 3(6), 199-214
- Hussain, Z., & Griffiths, M. D. (2018). Problematic social networking site use and comorbid psychiatric disorders: A systematic review of recent large-scale studies. *Frontiers in Psychiatry*, 9, 686. <https://doi.org/10.3389/fpsy.2018.00686>
- Junco, R. (2012). The relationship between frequency of Facebook use, participation in Facebook activities, and student engagement. *Computers & Education*, 58(1), 162-171. <https://doi.org/10.1016/j.compedu.2011.08.004>
- Karasar, N. (2017). *Bilimsel araştırma yöntemi* (32. baskı) [Scientific research method (32nd edition)]. Nobel Akademik Yayıncılık.
- Kirschner, P. A., & Karpinski, A. C. (2010). Facebook and academic performance. *Computers in Human Behavior*, 26(6), 1237-1245. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2010.03.024>
- Korkmaz, S. (2021). Olumlu ve olumsuz dini başa çıkma, sosyal medya bağımlılığı ve yalnızlık ilişkisi [The relationship between positive and negative coping strategies, social media addiction, and loneliness]. *Tasavvur Tekirdağ İlahiyat Dergisi*, 7(1), 237-271. <https://doi.org/10.47424/tasavvur.883693>
- Kuss, D. J., & Griffiths, M. D. (2017). Social networking sites and addiction: Ten lessons learned. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 14(3), 311. <https://doi.org/10.3390/ijerph14030311>
- Lin, L. Y., Sidani, J. E., Shensa, A., Radovic, A., Miller, E., Colditz, J. B., Hoffman, B. L., Giles, L. M., & Primack, B. A. (2016). Association between social media use and depression among U.S. young adults. *Depression and Anxiety*, 33(4), 323-331. <https://doi.org/10.1002/da.22466>
- Manca, S., & Ranieri, M. (2016). Facebook and the others. Potentials and obstacles of social media for teaching in higher education. *Computers & Education*, 95, 216-230. <https://doi.org/10.1016/j.compedu.2016.01.012>
- Meier, A., Reinecke, L., & Meltzer, C. E. (2016). "Facebocrastination"? Predictors of using Facebook for procrastination and its effects on students' well-being. *Computers in Human Behavior*, 64, 65-76. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2016.06.011>
- Montag, C., Bey, K., Sha, P., Li, M., Chen, Y. F., Liu, W. Y., Zhu, Y. K., Li, C. B., Markett, S., Keiper, J., & Reuter, M. (2019). Is it meaningful to distinguish between generalized and specific Internet addiction? Evidence from a cross-cultural study from Germany, Sweden, Taiwan and China. *Asia-Pacific Psychiatry*, 7(1), 20-26. <https://doi.org/10.1111/appy.12122>

- Nadkarni, A., & Hofmann, S. G. (2012). Why do people use Facebook? *Personality and Individual Differences*, 52(3), 243-249. <https://doi.org/10.1016/j.paid.2011.11.007>
- Przybylski, A. K., Murayama, K., DeHaan, C. R., & Gladwell, V. (2013). Motivational, emotional, and behavioral correlates of fear of missing out. *Computers in Human Behavior*, 29(4), 1841-1848. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2013.02.014>
- Rouis, S., Limayem, M., & Salehi-Sangari, E. (2011). Impact of Facebook usage on students' academic achievement: Role of self-regulation and trust. *Electronic Journal of Research in Educational Psychology*, 9(3), 961-994. <https://doi.org/10.25115/ejrep.v9i25.1465>
- Ryan, R. M., Rigby, C. S., & Przybylski, A. (2014). The motivational pull of video games: A self-determination theory approach. *Motivation and Emotion*, 38(6), 834-844. <https://doi.org/10.1007/s11031-014-9442-1>
- Şahin, E., Fulya, T., & Hamamcı, Z. (2022). The relationship between coping attitudes of depression, anxiety and stress experienced during Covid-19 pandemic and social media addiction. *Journal of Erciyes Communication*, 9(1), 165-186. <https://doi.org/10.17680/erciyesiletisim.1011760>
- Sheldon, P., & Bryant, K. (2016). Instagram: Motives for its use and relationship to narcissism and contextual age. *Computers in Human Behavior*, 58, 89-97. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2015.12.059>
- Tabachnick, B. G., & Fidell, L. S. (2013). *Using multivariate statistics* (6th ed.). Pearson.
- Tess, P. A. (2013). The role of social media in higher education classes (real and virtual) – A literature review. *Computers in Human Behavior*, 29(5), A60-A68. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2012.12.032>
- Tuğlu, B. (2017). Ortaokul öğrencilerinin sosyal medyayı kullanım amaçları ve sosyal medya kullanımlarına ilişkin tutumları [Middle school students' purposes for using social media and their attitudes toward social media use] [Master's Thesis]. Sakarya University.
- Turkle, S. (2011). *Alone together: Why we expect more from technology and less from each other*. Basic Books.
- Turel, O., He, Q., & Xue, G. (2014). Examining neural systems underpinning internet addiction: Evidence from fMRI studies. *Addictive Behaviors*, 39(3), 749-754. <https://doi.org/10.1016/j.addbeh.2013.11.019>
- TÜİK (2024). Hanehalkı Bilişim Teknolojileri (BT) Kullanım Araştırması, 2024 [Household Information Technology (IT) Usage Survey]. Erişim tarihi: 05.04.2025 [https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Hanehalki-Bilisim-Teknolojileri-\(BT\)-Kullanim-Arastirmasi-2024-53492](https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Hanehalki-Bilisim-Teknolojileri-(BT)-Kullanim-Arastirmasi-2024-53492)
- Twenge, J. M., Joiner, T. E., Rogers, M. L., & Martin, G. N. (2018). Increases in depressive symptoms, suicide-related outcomes, and suicide rates among U.S. adolescents after 2010 and links to increased new media screen time. *Clinical Psychological Science*, 6(1), 3-17. <https://doi.org/10.1177/2167702617723376>
- Uslu, M. (2021). Türkiye'de sosyal medya bağımlılığı ve kullanımı araştırması [Research on social media addiction and usage in Turkey]. *Turkish Academic Research Review*, 6(2), 370-396. <https://doi.org/10.30622/tarr.934724>
- Vannucci, A., Flannery, K. M., & Ohannessian, C. M. (2017). Social media use and anxiety in emerging adults. *Journal of Affective Disorders*, 207, 163-166. <https://doi.org/10.1016/j.jad.2016.08.040>
- Veletsianos, G., & Kimmons, R. (2012). Networked participatory scholarship: Emergent technological pressures toward open and digital scholarship in online networks. *Computers & Education*, 58(2), 766-774. <https://doi.org/10.1016/j.compedu.2011.10.001>

- Wang, Q., Chen, W., & Liang, Y. (2012). The effects of social media on college students. *Journal of Educational Computing Research*, 45(1), 95-122. <https://doi.org/10.2190/EC.45.1.e>
- We Are Social. (2024). *Digital 2024: 5 billion social media users*. <https://wearesocial.com/uk/blog/2024/01/digital-2024-5-billion-social-media-users/>
- Woods, H. C., & Scott, H. (2016). #Sleepyteens: Social media use in adolescence is associated with poor sleep quality, anxiety, depression and low self-esteem. *Journal of Adolescence*, 51, 41-49. <https://doi.org/10.1016/j.adolescence.2016.05.008>
- Yap, J. X., & Che Amat, M. A. (2021). The gender differences in the relationships between self-esteem and life satisfaction with social media addiction among university students. *Asian Social Science*, 17(11), 48. <https://doi.org/10.5539/ass.v17n11p48>
- Yavuz, S. (2020). Sosyal medya kullanım amaçları üzerine bir araştırma: İlahiyat fakültesi öğrencileri örneği [A study on the purposes of social media use: The case of theology faculty students]. *Bozok Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, 17(17), 99-132. <https://doi.org/10.51553/bozifder.742872>
- Yıldız, A., & Demir, F. M. (2016). Üniversite öğrencilerinin internet ve sosyal medya kullanım amaçlarının belirlenmesine yönelik bir araştırma: Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi örneği [A study on determining the purposes of university students' use of the internet and social media: The example of Muğla Sıtkı Koçman University]. *Sosyal ve Beşeri Bilimler Araştırmaları Dergisi*, 17(37), 18-36. <https://doi.org/10.35460/sbbd.454521>