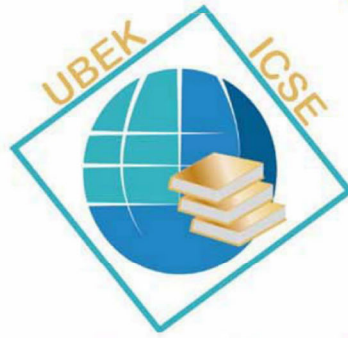


**UBEK  
ICSE**



**II. International  
Congress on Science and Education**

**▼ Proceedings ▲**

**28-30 September 2018  
Sandıklı, Afyonkarahisar,  
Turkey**

# Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Ağları Kullanım Amaçlarının Çeşitli Değişkenler Açısından İncelenmesi

Fatma Gizem KARAOĞLAN YILMAZ

Bartın Üniversitesi, Eğitim Fakültesi, Bartın/Türkiye, gkaraoglanyilmaz@gmail.com

Ramazan YILMAZ

Bartın Üniversitesi, Eğitim Fakültesi, Bartın/Türkiye, ramazanyilmaz067@gmail.com

## Öz

Bu çalışmanın amacı üniversite öğrencilerinin sosyal ağları kullanım amaçlarını belirlemektir. Bu nedenle tarama modeli kullanılmıştır. Araştırmanın katılımcıları; 2016-2017 akademik yılı bahar döneminde bir devlet üniversitesinde öğrenim gören ve sosyal ağları kullanan 299 öğrencidir. Öğrencilerin yaşları 17-25 arasında değişmektedir. Bu çalışmada, üniversite öğrencilerinin sosyal ağların kullanım amaçlarını belirleyebilmek için Sosyal Ağların Kullanım Amaçları Ölçeği kullanılmıştır. Katılımcıların sosyal ağların kullanım amaçlarına ilişkin puanlarının normallik dağılımı çarpıklık ve basıklık testleri ile sınanmıştır. Bulgular neticesinde sosyal ağların kullanım amaçları ölçeğinden elde edilen verilerin normal dağılım gösterdiği saptanmıştır. Bu sebeple analizde parametrik testlerden t-testi ve ANOVA yöntemleri uygulanmıştır. Güvenirlik düzeyi olarak .05 esas kullanılmıştır. Genel olarak ölçeğin tümünden elde edilen puanlara dayalı olarak bireysel farklılıklardan olan cinsiyet, düzenli internet erişimi, sınıf düzeyine ve yaş değişkeninin üniversite öğrencilerinin sosyal medya kullanım amaçlarına etki etmediği görülürken; sosyal ağ profilini ziyaret etme sıklığına göre ise farklılık gösterdiği belirlenmiştir. Sosyal ağ profilini sıklıkla ziyaret edenlerin sosyal medya kullanım amaçlarının özellikleri; iletişim kurma, iletişimi sürdürme, içerik paylaşma ve eğlence olduğu görülmektedir.

**Anahtar Kelimeler:** sosyal ağlar, sosyal medya, sosyal ağların kullanım amaçları, üniversite öğrencileri

## Abstract

The purpose of this study is to determine the intended use of social networks of university students. For this reason, the scanning model is used. Participants of the study; the 2016-2017 academic year is 299 students who are studying at a state university and using social networks during the spring semester. The age of the students varies between 17-25. In this research, Social Network Usage Scale was used to determine the purpose of university students' use of social networks. The normality distribution of participants' social networking points was tested with skewness and kurtosis tests. As a result of the findings, it was determined that the data obtained from the scale of use of social networks showed a normal distribution. For this reason, t-test and ANOVA methods were applied in parametric tests. The reliability level was .05. In general, gender, regular internet access, class level and age variable did not affect the students' use of social media according to the scores obtained from the whole scale. According to the frequency of visits to the social network profile. Especially for those who visit social network profile frequently, communication, communication, content sharing and entertainment.

**Keywords:** social networks, social media, use of social networks, university students

## Giriş

Sosyal medya, Web 2.0 teknolojilerindeki gelişmelere dayalı olarak inşa edilmiş, kullanıcı merkezli, kullanıcılarının içerik oluşturulmalarına ve değiştirmelerine olanak sağlayan İnternet tabanlı uygulamalar/platformlar olarak tanımlanmaktadır (O'Reilly, 2007). İlk olarak 1990'ların sonunda ortaya çıkan sosyal medya kavramı, 2003 yılında Facebook, Twitter gibi çok sayıda sosyal medya web sitesinin açılmasıyla birlikte kullanımları yaygınlaşmaya başlamıştır (Liu, 2016). Sosyal ağ siteleri, kullanıcıların genel bir profil oluşturmasına ve web sitesindeki diğer kullanıcılarla etkileşimde bulunmasına izin veren ortamlardır. Günümüzde kullanımları hızlı yaygınlaşan sosyal ağlar, çoğu üniversite öğrencisinin kişisel günlük iletişim süreçlerini sağlama, eğitim-öğretim faaliyetlerine katılma, eğlenceye olanak tanıma, alışveriş ve ticaret yapma, bireyin öz statü arayışına girmesine olanak oluşturma ve bilgi alışverişini yapmasına olanak tanıma gibi

nedenlerden ötürü birçok kişinin hayatına hakim olmuştur. Bu büyük kullanım ve memnuniyet faktörleri ile birlikte, bu platformlar bağımlılık potansiyeline sahiptir ve internet bağımlılığının bir alt türü olarak kabul edilen sosyal medya bağımlılığı gibi olumsuz psikolojik etkileri olabilir (Liu, 2016; Karaoglan Yılmaz, Yılmaz, Teker, & Keser, 2014).

Araştırmacılar, bireysel farklılıklar ile bireylerin sosyal medya kullanımları arasındaki ilişkiye dikkati çekmektedir. Sosyal medya kullanım sorunlarına odaklanan birçok çalışma, yaş, cinsiyet, ilişki durumu gibi değişkenlerin önemli olabileceğine vurgu yapmaktadır. Pew Research Center’da yayınlanan bir rapora göre, genç yetişkinlerin (18-29 yaşları arasındaki) yaşlı yetişkinlerin sosyal medyayı kullanmasından daha muhtemel olduğunu belirtmiştir (Duggan ve Brenner, 2013). Cinsiyet ve ırk söz konusu olduğunda sonuçlar, kadınların, Afrikalı-Amerikalıların ve Latinlerin Twitter, Instagram ve Pinterest gibi sitelere yüksek ilgi gösterdiğini göstermektedir (Duggan ve Brenner, 2013). Bu sonuçlar genç bireylerin sosyal medya kullanım amaçları üzerinde bireysel farklılıkların önemli olabileceğine işaret etmektedir. Ülkemizdeki bireylerin sosyo-kültürel koşulları göz önünde bulundurulduğunda, günümüz üniversite öğrencilerinin sosyal medya kullanım amaçları üzerine etki eden değişkenleri belirlemenin, sosyal medya kullanımının yönetilmesi ve bu konuda gençlere rehberlik etmede önemli olabileceğine işaret etmektedir. Buradan hareketle gerçekleştirilen bu araştırmanın amacı üniversite öğrencilerinin sosyal ağların kullanım amaçlarını çeşitli değişkenlere göre incelemektir. Bu kapsamda aşağıdaki araştırma sorularına yanıt aranmıştır.

1. Üniversite öğrencilerinin cinsiyetlerine göre sosyal ağların kullanım amaçları anlamlı farklılık var mıdır?
2. Üniversite öğrencilerinin düzenli internet erişimi olup olmadığına göre sosyal ağların kullanım amaçları anlamlı farklılık var mıdır?
3. Üniversite öğrencilerinin sınıf düzeyine göre sosyal ağların kullanım amaçları anlamlı farklılık var mıdır?
4. Üniversite öğrencilerinin yaşlarına göre sosyal ağların kullanım amaçları anlamlı farklılık var mıdır?
5. Üniversite öğrencilerinin profil ziyaret sıklığına göre sosyal ağların kullanım amaçları anlamlı farklılık var mıdır?

## Yöntem

### Araştırmanın Modeli

Bu çalışmanın amacı üniversite öğrencilerinin sosyal ağları kullanım amaçlarını belirlemektir. Bu nedenle tarama modeli kullanılmıştır. Bu model, bir durum ya da olayı mevcut şekliyle tanımlamayı esas almaktadır. Mevcut durum ya da olay, mevcut koşullar altında olduğu şekliyle ortaya konulur (Karasar, 2003) (Karasar, 2003).

### Katılımcılar ve Veri Toplama Araçları

Araştırmanın katılımcıları; 2016-2017 akademik yılı bahar döneminde bir devlet üniversitesinde öğrenim gören ve sosyal ağları kullanan 299 öğrencidir. Öğrencilerin yaşları 17-25 arasında değişmektedir.

Bu çalışmada, üniversite öğrencilerinin sosyal ağların kullanım amaçlarını belirleyebilmek için Koçak-Usluel, Demir ve Çınar (2014) tarafından geliştirilen Sosyal Ağların Kullanım Amaçları Ölçeği kullanılmıştır. Geçerlik ve güvenilirlik çalışmaları sosyal ağ kullanıcıları üzerinde gerçekleştirilen 26 maddeden oluşmaktadır. Ölçek; araştırma, işbirliği, iletişimi başlatma, iletişim kurma, iletişimi sürdürme, içerik paylaşma ve eğlenme olmak üzere yedi faktörlü bir yapıya sahiptir. Ölçek maddeleri, yedili likert tipinde olup “Kesinlikle katılıyorum (7)”- “Kesinlikle katılmıyorum (1)” şeklindedir. Ölçeğin tamamı için güvenilirlik katsayısı .92’dir. Alt boyutlar için güvenilirlik katsayıları sırasıyla araştırma için .78, işbirliği için .86, iletişimi başlatma için .67, iletişim kurma için .87, iletişimi sürdürme .82, içerik paylaşma için .87 ve eğlenme için .81’dir.

**Verilerin Çözülmesi**

Katılımcıların sosyal ağların kullanım amaçlarına ilişkin puanlarının normallik dağılımı çarpıklık ve basıklık testleri ile sınanmıştır. Bulgular neticesinde sosyal ağların kullanım amaçları ölçeğinden elde edilen verilerin normal dağılım gösterdiği saptanmıştır (-1 ile +1 aralığında). Bu sebeple analizde parametrik testlerden t-testi ve ANOVA yöntemleri uygulanmıştır. Güvenirlik düzeyi olarak .05 esas kullanılmıştır.

**Bulgular**

Araştırmanın kapsamında cinsiyet, düzenli internet erişimi olup olmaması, sınıf düzeyi, yaş ve profil ziyaret sıklığına ilişkin bulgular ve yorumları aşağıda verilmiştir.

Araştırmanın birinci alt amacı doğrultusunda, üniversite öğrencilerinin sosyal ağların kullanım amaçlarının cinsiyet açısından anlamlılık durumunu görmek için kullanılan t-testi Tablo 1’de gösterilmiştir.

**Tablo 1.** Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Ağların Kullanım Amaçlarının Cinsiyete Göre t-testi Sonuçları

Cinsiyet		N	$\bar{x}$	ss	sd	t	p
Araştırma	Kadın	222	17.39	3.61	297	.712	.477
	Erkek	77	17.04	3.96			
İşbirliği	Kadın	222	29.05	8.79	297	-1.152	.250
	Erkek	77	30.32	7.13			
İletişimi başlatma	Kadın	222	9.27	5.20	297	-2.904	.004
	Erkek	77	11.22	4.67			
İletişim kurma	Kadın	222	11.56	2.89	297	1.637	.103
	Erkek	77	10.95	2.62			
İletişimi sürdürme	Kadın	222	20.08	6.25	297	-.944	.346
	Erkek	77	20.84	5.70			
İçerik paylaşma	Kadın	222	20.01	8.06	297	-.259	.796
	Erkek	77	20.29	7.61			
Eğlence	Kadın	222	13.53	4.97	297	-.129	.897
	Erkek	77	13.61	4.61			
Sosyal ağların kullanım amaçları ölçeği	Kadın	222	120.89	28.95	297	-.916	.361
	Erkek	77	124.27	24.86			

Tablo 1 incelendiğinde, cinsiyet değişkenine göre üniversite öğrencilerinin sosyal ağların kullanım amaçları

ölçeğinden aldıkları puanlar açısından anlamlı farkın olmadığı belirlenmiştir [ $t(297) = -.916, p > .05$ ]. Ayrıca, araştırma [ $t(297) = .712, p > .05$ ], işbirliği [ $t(297) = -1.152, p > .05$ ], iletişim kurma [ $t(297) = 1.637, p > .05$ ], iletişimi sürdürme [ $t(297) = -.944, p > .05$ ], içerik paylaşma [ $t(297) = -.259, p > .05$ ] ve eğlence [ $t(297) = -.129, p > .05$ ] alt boyutlarının cinsiyet değişkeni açısından incelendiğinde anlamlı farklılık belirlenmemiştir. İletişimi başlatma alt boyutunun ise cinsiyet değişkeni açısından anlamlı farklılık göstermiştir [ $t(297) = -2.904, p < .05$ ]. Bu bulgudan yola çıkarak erkek öğrencilerin kadınlara göre iletişimi başlatma alt boyutunda anlamlı bir şekilde farklılaştığı söylenebilir.

Araştırmanın ikinci alt amacı doğrultusunda, üniversite öğrencilerinin sosyal ağların kullanım amaçlarının düzenli internet erişimi olup olmadığına göre anlamlı farklılığı görmek amacıyla kullanılan t-testi Tablo 2’de sunulmuştur.

**Tablo 2.** Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Ağların Kullanım Amaçlarının Düzenli İnternet Erişimi Olup Olmadığına Göre t-testi Sonuçları

Düzenli İnternet Erişimi Olması	N	$\bar{x}$	ss	sd	t	p	
Araştırma	Var	265	17.40	3.69	297	1.288	.199
	Yok	34	16.53	3.74			
İşbirliği	Var	265	29.54	8.58	297	.948	.344
	Yok	34	28.09	6.82			
İletişimi başlatma	Var	265	9.82	5.12	297	.439	.661
	Yok	34	9.41	5.29			
İletişim kurma	Var	265	11.53	2.85	297	2.181	.030
	Yok	34	10.41	2.48			
İletişimi sürdürme	Var	265	20.58	5.95	297	2.418	.016
	Yok	34	17.91	6.87			
İçerik paylaşma	Var	265	20.42	7.86	297	2.028	.043
	Yok	34	17.50	8.12			
Eğlence	Var	265	13.59	4.89	297	.398	.691
	Yok	34	13.24	4.79			
Sosyal ağların kullanım amaçları ölçeği	Var	265	122.87	27.79	297	1.930	.055
	Yok	34	113.09	28.04			

Tablo 2 incelendiğinde, düzenli internet erişimi olup olmadığına göre üniversite öğrencilerinin sosyal ağların kullanım amaçları ölçeğinden aldıkları puanlar açısından anlamlı farkın olmadığı belirlenmiştir [ $t(297) = 1.930,$

$p > .05$ ]. Öte yandan araştırma [ $t(297) = 1.288, p > .05$ ], işbirliği [ $t(297) = .948, p > .05$ ], iletişimi başlatma [ $t(297) = .439, p > .05$ ] ve eğlence [ $t(297) = .398, p > .05$ ] alt boyutlarının düzenli internet erişimi olup olmadığı açısından incelendiğinde anlamlı bir farklılık belirlenmemiştir. İletişim kurma [ $t(297) = 2.181, p < .05$ ], iletişimi sürdürme [ $t(297) = 2.418, p < .05$ ] ve içerik paylaşma [ $t(297) = 2.028, p < .05$ ] alt boyutlarının ise düzenli internet erişimi olup olmadığı açısından anlamlı bir farklılık gösterdiği belirlenmiştir. Bu bulgudan yola çıkarak düzenli internet erişimi olanların olmayanlara göre iletişim kurma, iletişimi sürdürme ve içerik paylaşma alt boyutlarında anlamlı bir şekilde farklılaştığı söylenebilir.

Araştırmanın üçüncü alt amacı doğrultusunda, üniversite öğrencilerinin sosyal ağların kullanım amaçlarının sınıf düzeyi açısından anlamlı farklılığı inceleyebilmek amacıyla kullanılan t-testi Tablo 3'te sunulmuştur.

**Tablo 3.** Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Ağların Kullanım Amaçlarının Sınıf Düzeyine Göre t-testi Sonuçları

Sınıf Düzeyi		N	$\bar{x}$	ss	sd	t	p
Araştırma	1.00	174	17.26	3.83	297	-.215	.830
	4.00	125	17.35	3.53			
İşbirliği	1.00	174	28.11	8.84	297	-3.117	.002
	4.00	125	31.14	7.43			
İletişimi başlatma	1.00	174	9.63	5.30	297	-.594	.553
	4.00	125	9.98	4.90			
İletişim kurma	1.00	174	11.82	2.76	297	3.033	.003
	4.00	125	10.82	2.83			
İletişimi sürdürme	1.00	174	20.74	6.23	297	1.552	.122
	4.00	125	19.63	5.90			
İçerik paylaşma	1.00	174	19.36	8.20	297	-1.863	.063
	4.00	125	21.09	7.46			
Eğlence	1.00	174	13.59	5.13	297	.182	.856
	4.00	125	13.49	4.51			
Sosyal ağların kullanım amaçları ölçeği	1.00	174	120.51	29.31	297	-.915	.361
	4.00	125	123.50	25.95			

Tablo 3 incelendiğinde, sınıf düzeyine göre üniversite öğrencilerinin sosyal ağların kullanım amaçları ölçeğinden aldıkları puanlar arasında anlamlı farkın olmadığı görülmüştür [ $t(297) = -.915, p > .05$ ]. Öte yandan

araştırma [ $t(297) = -.215, p > .05$ ], iletişimi başlatma [ $t(297) = -.594, p > .05$ ], iletişimi sürdürme [ $t(297) = 1.552, p > .05$ ], içerik paylaşma [ $t(297) = -1.863, p > .05$ ] ve eğlence [ $t(297) = .182, p > .05$ ] alt boyutlarının sınıf düzeyi açısından incelendiğinde anlamlı farklılık belirlenmemiştir. İşbirliği [ $t(297) = -3.117, p < .05$ ] ve iletişim kurma [ $t(297) = 3.033, p < .05$ ] alt boyutlarının ise sınıf düzeyi açısından anlamlı farklılık gösterdiği belirlenmiştir. Buradan yola çıkarak dördüncü sınıf öğrencilerinin birinci sınıflara göre işbirliği alt boyutunda daha yüksek puanlar aldığı ve birinci sınıf öğrencilerinin dördüncü sınıflara göre iletişim kurma alt boyutunda daha yüksek puanlar aldığı söylenebilir.

Araştırmanın dördüncü alt amacı doğrultusunda, üniversite öğrencilerinin sosyal ağların kullanım amaçlarının yaşları açısından anlamlı farklılık olup olmadığını inceleyebilmek için kullanılan ANOVA Tablo 4'te sunulmuştur.

**Tablo 4.** Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Ağların Kullanım Amaçlarının Yaş Değişkenine Göre ANOVA Sonuçları

	Yaş	Kareler toplamı	sd	Kareler Ortalaması	F	p	Anlamlı farklılık
Araştırma	Gruplarası	17.20	3	5.732	.417	.741	
	Gruplariçi	4059.31	295	13.760			
	Toplam	4076.51	298				
İşbirliği	Gruplarası	460.02	3	153.340	2.198	.088	
	Gruplariçi	20582.03	295	69.770			
	Toplam	21042.05	298				
İletişimi başlatma	Gruplarası	4.84	3	1.614	.061	.980	
	Gruplariçi	7837.15	295	26.567			
	Toplam	7841.99	298				
İletişim kurma	Gruplarası	143.96	3	47.987	6.320	.000	17-19 ile 20-22 yaş
	Gruplariçi	2239.88	295	7.593			17-19 ile 25 ve üstü yaş
	Toplam	2383.84	298				
İletişimi sürdürme	Gruplarası	254.24	3	84.745	2.300	.077	
	Gruplariçi	10867.73	295	36.840			
	Toplam	11121.96	298				
İçerik paylaşma	Gruplarası	259.87	3	86.625	1.382	.248	
	Gruplariçi						
	Toplam						

	Gruplariçi	18495.04	295	62.695		
	Toplam	18754.91	298			
Eğlence	Gruplariçi	40.57	3	13.522	.567	.637
	Gruplariçi	7031.48	295	23.836		
	Toplam	7072.05	298			
Sosyal ağların kullanım amaçları ölçeği	Gruplariçi	2519.89	3	839.963	1.076	.359
	Gruplariçi	230266.77	295	780.565		
	Toplam	232786.66	298			

Tablo 4 incelendiğinde, yaş değişkenine göre üniversite öğrencilerinin sosyal ağların kullanım amaçları ölçeğinden aldıkları puanlar arasında anlamlı bir farkın olmadığı görülmektedir [F(3, 295)= 1.076, p>.05]. Ayrıca araştırma [F(3, 295)= .417, p>.05], işbirliği [F(3, 295)= 2.198, p>.05], iletişimi başlatma [F(3, 295)= .061, p>.05], iletişimi sürdürme [F(3, 295)= 2.300, p>.05], içerik paylaşma [F(3, 295)= 1.382, p>.05] ve eğlence [F(3, 295)= .567, p>.05] alt boyutlarının yaşa göre incelendiğinde anlamlı farklılık belirlenmemiştir. İletişim kurma [F(3, 295)= 6.320, p<.05] alt boyutunun yaşa göre anlamlı farklılık göstermiştir. Bu bulgudan yola çıkarak anlamlı farkın görüldüğü grupların 17-19 ile 20-22 yaşları ve 17-19 ile 25 ve üstü yaşları arasında olduğu belirlenmiştir. Bu farklılaşma incelendiğinde 17-19 yaş arasındaki üniversite öğrencilerinin iletişim kurma alt boyutundan aldıkları puanların daha yüksek olmasından kaynaklandığı söylenebilir.

Araştırmanın beşinci alt amacı doğrultusunda, üniversite öğrencilerinin sosyal ağların kullanım amaçlarının profil ziyaret sıklığına göre anlamlı farklılığı görmek amacıyla kullanılan ANOVA Tablo 5'te sunulmuştur.

**Tablo 5.** Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Ağların Kullanım Amaçlarının Profil Ziyaret Sıklığına Göre ANOVA Sonuçları

	Yaş	Kareler toplamı	sd	Kareler Ortalaması	F	p	Anlamlı farklılık
Araştırma	Gruplariçi	102.93	4	25.732	1.904	.110	
	Gruplariçi	3973.58	294	13.516			
	Toplam	4076.51	298				
İşbirliği	Gruplariçi	468.48	4	117.120	1.674	.156	
	Gruplariçi	20573.57	294	69.978			
	Toplam	21042.05	298				
İletişimi	Gruplariçi	123.89	4	30.973	1.180	.320	
	Gruplariçi						



başlatma	Grupları	7718.10	294	26.252			
	Toplam	7841.99	298				
İletişim kurma	Grupları	190.78	4	47.695	6.394	.000	Her gün ziyaret etmiyorum ile 11-20 kez
	Grupları	2193.06	294	7.459			Her gün ziyaret etmiyorum ile her zaman
	Toplam	2383.84	298				3-5 kez ile her zaman
İletişimi sürdürme	Grupları	756.07	4	189.018	5.361	.000	Her gün ziyaret etmiyorum ile 6-10 kez
	Grupları	10365.89	294	35.258			Her gün ziyaret etmiyorum ile 11-20 kez
	Toplam	11121.96	298				Her gün ziyaret etmiyorum ile her zaman
İçerik paylaşma	Grupları	2182.40	4	545.600	9.679	.000	Her gün ziyaret etmiyorum ile 3-5 kez
	Grupları	16572.51	294	56.369			Her gün ziyaret etmiyorum ile 6-10 kez
	Toplam	18754.91	298				Her gün ziyaret etmiyorum ile 11-20 kez
Eğlence	Grupları	415.59	4	103.897	4.589	.001	Her gün ziyaret etmiyorum ile 3-5 kez
	Grupları	6656.46	294	22.641			Her gün ziyaret etmiyorum ile 6-10 kez
	Toplam	7072.05	298				Her gün ziyaret etmiyorum ile 11-20 kez
Sosyal ağların kullanım amaçları ölçeği	Grupları	20787.83	4	5196.958	7.207	.000	Her gün ziyaret etmiyorum ile 3-5 kez
							Her gün ziyaret etmiyorum ile 6-10 kez

Grupları	211998.83	294	721.084	Her gün ziyaret etmiyorum ile 11-20 kez
Toplam	232786.66	298		Her gün ziyaret etmiyorum ile her zaman

Tablo 5 incelendiğinde, profil ziyaret sıklığına göre üniversite öğrencilerinin sosyal ağların kullanım amaçları ölçeğinden aldıkları puanlar arasında anlamlı farkın olduğu görülmüştür [F(4, 294)= 7.207, p<.05]. Bu farklılaşma incelendiğinde “Her gün ziyaret etmiyorum” diyen üniversite öğrencileri ile profilini ziyaret eden öğrenciler arasında olduğu ve Her gün ziyaret etmiyorum diyenlerin ölçekten elde ettikleri puanların düşük olmasından kaynaklandığı belirlenmiştir. Ayrıca araştırma [F(4, 294)= 1.904, p>.05], işbirliği [F(4, 294)= 1.674, p>.05] ve iletişimi başlatma [F(4, 294)= 1.180, p>.05] alt boyutlarının profil ziyaret sıklığına göre incelendiğinde anlamlı bir farklılık belirlenmemiştir. İletişim kurma [F(4, 294)= 6.394, p<.05], iletişimi sürdürme [F(4, 294)= 5.361, p<.05], içerik paylaşma [F(4, 294)= 9.679, p<.05] ve eğlence [F(4, 294)= 4.589, p<.05] alt boyutunun profil ziyaret sıklığına göre anlamlı bir farklılık göstermiştir. Bu bulgudan yola çıkarak anlamlı farkın görüldüğü gruplar Tablo 5’te verilmiştir. Bu farklılaşma incelendiğinde genel olarak profilini her gün ziyaret etmeyen öğrencilerin elde ettikleri puanların daha düşük olduğu görülmüştür.

### Tartışma ve Sonuç

Bu çalışmada üniversite öğrencilerinin sosyal medya kullanım amaçları cinsiyet, düzenli internet erişimi olup olmadığı, sınıf düzeyi, yaş ve profil ziyaret sıklığı değişkenleri açısından incelenmiştir. Tarama modeline göre yürütülen araştırma 299 üniversite öğrencisi üzerinde gerçekleştirilmiştir. Araştırmadan elde edilen sonuçlar ve bunlara ilişkin öneriler sırasıyla sunulmaktadır.

Araştırmanın birinci alt amacında üniversite öğrencilerinin sosyal ağları kullanım amaçları cinsiyet değişkenine göre incelendiğinde, üniversite öğrencilerinin sosyal ağların kullanım amaçları ölçeğinden aldıkları puanlar arasında anlamlı bir farkın olmadığı görülmüştür. Ayrıca ölçeğin; araştırma, işbirliği, iletişimi kurma, iletişimi sürdürme, içerik paylaşma ve eğlence alt boyutlarının cinsiyet açısından incelendiğinde anlamlı farklılık belirlenmemiştir. İletişimi başlatma alt boyutunun ise cinsiyet açısından anlamlı farklılık gösterdiği belirlenmiştir. Bu bulgudan yola çıkarak erkek öğrencilerin kadınlara göre iletişimi başlatma alt boyutunda anlamlı bir şekilde farklılaştığı söylenebilir. Karaoğlan Yılmaz’ın (2016) lise öğrencilerinin sosyal medya kullanım amaçlarını belirlemeye yönelik yaptığı çalışmasında ise cinsiyet değişkeni açısından anlamlı farklılık görülmemiştir.

Araştırmanın ikinci alt amacında üniversite öğrencilerinin düzenli internet erişimi olup olmadığına göre sosyal ağların kullanım amaçları ölçeğinden aldıkları puanlar arasında anlamlı bir farkın olmadığı görülmüştür. Ayrıca ölçeğin; araştırma, işbirliği, iletişimi başlatma ve eğlence alt boyutlarının düzenli internet erişimi olup olmadığı açısından incelendiğinde anlamlı bir farklılık belirlenmemiştir. İletişim kurma, iletişimi sürdürme ve içerik paylaşma alt boyutlarının ise düzenli internet erişimi olup olmadığı açısından anlamlı bir farklılık gösterdiği belirlenmiştir. Bu bulgudan yola çıkarak düzenli internet erişimi olanların olmayanlara göre iletişim kurma, iletişimi sürdürme ve içerik paylaşma alt boyutlarında anlamlı bir şekilde farklılaştığı söylenebilir.

Araştırmanın üçüncü alt amacında üniversite öğrencilerinin sınıf düzeyine göre sosyal ağların kullanım amaçları ölçeğinden aldıkları puanlar arasında anlamlı farkın olmadığı görülmüştür. Ayrıca araştırma, iletişimi başlatma, iletişimi sürdürme, içerik paylaşma ve eğlence alt boyutlarının sınıf düzeyi açısından incelendiğinde anlamlı farklılık belirlenmemiştir. İşbirliği ve iletişim kurma alt boyutlarının ise sınıf düzeyi açısından anlamlı farklılık göstermiştir. Bu bulgudan yola çıkarak dördüncü sınıf öğrencilerinin birinci sınıflara göre işbirliği alt boyutunda daha yüksek puanlar aldığı ve birinci sınıf öğrencilerinin dördüncü sınıflara göre iletişim kurma alt boyutunda daha yüksek puanlar aldığı söylenebilir.

Araştırmanın dördüncü alt amacında üniversite öğrencilerinin yaş değişkenine göre sosyal ağların kullanım amaçları ölçeğinden aldıkları puanlar arasında anlamlı bir farkın olmadığı görülmektedir. Ayrıca ölçeğin; araştırma, işbirliği, iletişimi başlatma, iletişimi sürdürme, içerik paylaşma ve eğlence alt boyutlarının yaşa göre incelendiğinde anlamlı farklılık belirlenmemiştir. İletişim kurma alt boyutunun yaşa göre anlamlı farklılık göstermiştir. Bu bulgudan yola çıkarak anlamlı farkın görüldüğü grupların 17-19 ile 20-22 yaşları ve 17-19 ile 25 ve üstü yaşları arasında olduğu belirlenmiştir. Bu farklılaşma incelendiğinde 17-19 yaş arasındaki üniversite öğrencilerinin iletişim kurma alt boyutundan aldıkları puanların daha yüksek olmasından kaynaklandığı söylenebilir.

Araştırmanın beşinci alt amacında üniversite öğrencilerinin sosyal ağ profil ziyaret sıklığına göre sosyal ağların kullanım amaçları ölçeğinden aldıkları puanlar arasında anlamlı bir farkın olduğu görülmektedir. Bu farklılaşma incelendiğinde “Her gün ziyaret etmiyorum” diyen üniversite öğrencileri ile profilini ziyaret eden öğrenciler arasında olduğu ve “Her gün ziyaret etmiyorum” diyenlerin ölçekten elde ettikleri puanların düşük olmasından kaynaklandığı belirlenmiştir. Ayrıca ölçeğin; araştırma, işbirliği ve iletişimi başlatma alt boyutlarının profil ziyaret sıklığına göre incelendiğinde anlamlı bir farklılık belirlenmemiştir. İletişim kurma, iletişimi sürdürme, içerik paylaşma ve eğlence alt boyutunun profil ziyaret sıklığına göre anlamlı bir farklılık göstermiştir. Bu farklılaşma incelendiğinde genel olarak profilini her gün ziyaret etmeyen öğrencilerin elde ettikleri puanların daha düşük olduğu görülmüştür.

Genel olarak ölçeğin tümünden elde edilen puanlara dayalı olarak bireysel farklılıklardan olan cinsiyet, düzenli internet erişimi, sınıf düzeyine ve yaş değişkeninin üniversite öğrencilerinin sosyal medya kullanım amaçlarına etki etmediği görülürken; sosyal ağ profilini ziyaret etme sıklığına göre ise farklılık gösterdiği belirlenmiştir. Sosyal ağ profilini sıklıkla ziyaret edenlerin sosyal medya kullanım amaçlarının özellikle; iletişim kurma, iletişimi sürdürme, içerik paylaşma ve eğlence olduğu görülmektedir. Söz konusu bu alt boyutlardan ötürü de zamanla sosyal ağ bağımlılığı gibi istenmeyen davranışların gelişebileceği düşünülmektedir. Gelecek araştırmalarda bu alt boyutlardaki farklılığın nedenlerini belirlemeye yönelik nitel araştırmalar gerçekleştirilerek, ayrıntılı analizler yapılabilir. Yine gelecek araştırmalarda cinsiyet, düzenli internet erişimi, sınıf düzeyi, yaş ve sosyal ağ profil ziyaret sıklığı dışındaki değişkenler incelenebilir. Benzer şekilde araştırma lise, ortaokul öğrencileri, yetişkin öğrenenler gibi farklı gruplar üzerinde tekrarlanarak, benzerlik ve farklılıklar incelenebilir.

### Kaynakça

- Duggan, M., & Brenner, J. (2013). The demographics of social media users, 2012 (Vol. 14). Washington, DC: Pew Research Center's Internet & American Life Project. <http://pewinternet.org/Reports/2013/Social-media-users.aspx> adresinden 10 Ağustos 2018 tarihinde alınmıştır.
- Karaoğlan Yılmaz, F. G. (2016). *Lise öğrencilerinin sosyal medya kullanım amaçlarının incelenmesi* [Öz]. 10th International Computer & Instructional Technologies Symposium (ICITS) sempozyumunda sunulan bildiri, Rize, Türkiye.
- Karaoğlan Yılmaz, F. G., Yılmaz, R., Teker, N., & Keser, H. (2014). Prediction of internet addiction of university students based on various variables. *World Journal on Educational Technology*, 6(1), 75-87.
- Karasar, N. (2003). *Bilimsel araştırma yöntemi*. Nobel Yayınları, Ankara.
- Koçak-Usluel, Y., Demir, Ö., & Çınar, M. (2014). Sosyal ağların kullanım amaçları ölçeği. *Eğitim Teknolojileri Araştırma Dergisi*, 5(2), 1-18.
- Liu, Y. (2016). From social media uses and gratifications to social media addiction: a study of the abuse of social media among college students. Master Thesis. University of Kansas.
- O'Reilly, T. (2005). What is Web 2.0: Design patterns and business models for the next generation of software. 30 Haziran 2018'de <http://www.oreillynet.com/lpt/a/6228> adresinden erişilmiştir.