

# II. BİLSEL ULUSLARARASI SUR BİLİMSEL ARAŞTIRMALAR KONGRESİ



15-16 HAZİRAN 2024

DİYARBAKIR  
KONGRE KİTABI

<https://bilselkongreleri.com>

Sur



2. BİLSEL INTERNATIONAL SUR SCIENTIFIC RESEARCHES CONGRESS, 15-16 JUNE, 2024, DİYARBAKIR/ TÜRKİYE

**CONGRESS ID**  
**CONGRESS TITLE**

**2. BİLSEL INTERNATIONAL SUR SCIENTIFIC RESEARCHES CONGRESS**

**DATE and PLACE**

**15-16 JUNE, 2024**

**DİYARBAKIR/ TÜRKİYE**

**GENERAL COORDINATOR**

**Dr. Bahar ALTUNOK**

**EDITOR**

**Doç. Dr. Mehmet Veysi BABAYİĞİT**

**ORGANIZING COMMITTEE**

**Chairman of the Organizing Committee**

**Doç. Dr. Mehmet Veysi BABAYİĞİT**

**University Academician Representative**

**Prof. Dr. Aitkul MAKHAYEVA/Abai Kazakh National Pedagogical University**

**Doç. Dr. Adem DOĞAN/Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi**

**Doç. Dr. Fatih KOÇYİĞİT/Dicle Üniversitesi**

**Doç. Dr. Semra AY/Manisa Celal Bayar Üniversitesi**

**Dr. Ayten CANTAŞ BAĞDAŞ/Pamukkale Üniversitesi**

**Dr. Derya KARATAŞ/Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi-Türkiye**

**Dr. İbrahim PINARCI/Bilecik Şeyh Edebali Üniversitesi**

**Dr. Merdin DANIŞMAZ/Kırşehir Ahi Evran Üniversitesi, Türkiye**

**Dr. Şermin KOÇYİĞİT/Dicle Üniversitesi**

**Members**

**Prof. Dr. Arinova Olga**

**Prof. Dr. Hassan ZARİOUH**

**Prof. Dr. Orhan KAVAK**

**Prof. Dr. Vatan KAVAK**

**Doç. Dr. Emine DAĞTEKİN**

**Doç. Dr. İlyas ERPAY**

**Doç. Dr. Mehmet İLKİM**

**Doç. Dr. Murat DÜZGÜN**

**Doç. Dr. Sinan KOPUZLU**

**Doç. Dr. Tamer TURGUT**

**Doç. Dr. Yavuz Selim Kafkasyalı**

**Dr. Ayesha Malik**

**Dr. S. Serdar PAZARLIOĞLU**

**Öğr. Gör. Murat ÇELİK**

**PARTICIPANTS COUNTRY**

**Algeria/Azerbaijan/Brazil/Bulgaria/Georgia/Hungary/India/Indonesia**

**Iran/Kosovo/Malaysia/Morocco/Nigeria/Pakistan/Romania/Slovakia/Vietnam/Moldova**

**ORGANIZATION**

**BİLSEL**

<https://bilselkongreleri.com>

All rights of this book belong to ASTANA PUBLICATIONS. Authors are responsible both ethically and juridically

Release Date: 28 JUNE 2024

Bu kitabın tüm hakları ASTANA YAYINLARI yayınevine aittir. Kitap ticari bir kar amacı gütmemektedir.

Yayın Tarihi: 28 HAZİRAN 2024

**ISBN: 978-625-6501-87-4**



## **SCIENTIFIC COMMITTEE**

*Prof. Dr. Hassan ZARIOUH*  
*Mohammed I University, Oujda Morocco*  
*Prof. Dr. Kiril Postolov*  
*University Ss. "Cyril and Methdoius", Macedonia*  
*Prof. Dr. Manole Cojocar*  
*Titu Maiorescu University, Romania*  
*Prof. Dr. Orhan KAVAK*  
*Dicle Üniversitesi, Türkiye*  
*Prof. Dr. Özgür ALPARSLAN*  
*Gaziosmanpaşa Üniversitesi, Türkiye*  
*Prof. Dr. Vatan KAVAK*  
*Dicle Üniversitesi, Türkiye*  
*Prof. Dr. Venelin TERZIEV*  
*Russian Academy of Natural History, Moscow, Russia*  
*Prof. Dr. Zariouh Hassan*  
*Mohamed I University, Maroc*  
*Doç. Dr. Adem DOĞAN*  
*Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi, Türkiye*  
*Doç. Dr. Ali AROUS*  
*Djilali Bounaama University, Algeria*  
*Associate Professor Daniela Matušiková*  
*University of Prešov, Slovakia*  
*Doç. Dr. Emine DAGTEKİN*  
*Dicle Üniversitesi, Türkiye*  
*Doç. Dr. Fatih KOÇYİĞİT*  
*Dicle Üniversitesi, Türkiye*  
*Doç. Dr. Fuat LEBE*  
*Osmaniye Korkut Ata Üniversitesi*  
*Assoc. Prof. Gergana Gozanska*  
*Plovdiv University Paisii Hilendarski, Bulgaria*  
*Doç. Dr. Halil İbrahim CEYLAN*  
*Atatürk Üniversitesi, Türkiye*  
*Doç. Dr. Hüseyin BOZ*  
*Atatürk Üniversitesi- Türkiye*  
*Doç. Dr. Ihor Ponomarenko*  
*State University of Trade and Economics, Ukrayna*  
*Associate professor Irina Manolescu*  
*Alexandru Ioan Cuza University of Iasi, Romania*  
*Doç. Dr. Kadir DELİGÖZ*  
*Atatürk Üniversitesi, Türkiye*  
*Doç. Dr. Mehmet İLKİM*  
*İnönü Üniversitesi-Türkiye*  
*Doç. Dr. Murat DÜZGÜN*  
*İstanbul Medipol Üniversitesi-Türkiye*  
*Associate Professor Naseem Akhter*  
*Shaheed Benazir Bhutto Women University, Pakistan*  
*Doç. Dr. Recep BÜYÜKTOLU*  
*Çankırı Karatekin Üniversitesi, Türkiye*  
*Doç. Dr. Rozina Khattak*  
*Shaheed Benazir Bhutto Women University, Pakistan*

*Associate Profesor Šambronská Kristína*  
*University of Presov, Slovak Republic*  
*Doç. Dr. Semra AY*  
*Manisa Celal Bayar Üniversitesi, Türkiye*  
*Doç. Dr. Uğur DURAN*  
*İskenderun Teknik Üniversitesi, Türkiye*  
*Doç. Dr. Yonca ALTINDAL*  
*Balıkesir Üniversitesi, Türkiye*  
*Prof. Ass. Dr. Venet SHALA*  
*University of Prishtina "Hasan Prishtina", Kosova*  
*Doç. Dr. Yavuz Selim Kafkasyalı*  
*Kafkas Üniversitesi-Türkiye*  
*Dr. Ananda Majumdar*  
*Antarctic Institute of Canada, Canada*  
*Dr. Andrea Imperia*  
*Sapienza University of Roma, Italy*  
*Dr. Anita Nezir*  
*University of Tirana, Albania*  
*Dr. Anitha Rajasekaran*  
*Bharathi womens College, India*  
*Dr. Ayesha Malik*  
*Government College University Faisalabad, Pakistan*  
*Dr. Ayten CANTAŞ BAĞDAŞ*  
*Pamukkale Üniversitesi, Türkiye*  
*Dr. Cansın CEYLAN*  
*Kırklareli Üniversitesi, Türkiye*  
*Dr. Chems Eddine Boukhedımi*  
*University of Tizi Ouzou, Algeria*  
*Dr. Çağdaş Salih MERİÇ*  
*Gaziantep Üniversitesi, Türkiye*  
*Dr. Derya KARATAŞ*  
*Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi-Türkiye*  
*Dr. Ghanshyam Barman*  
*Uka Tarsadia University, India*  
*Dr. George Triantafyllou*  
*Hellenic Mediterranean University, Greece*  
*Dr. Hamid GADOURI*  
*University of Djillali Bounaama-Khemis Miliana,*  
*Algerie*  
*Dr. Hasbi KIZILHAN*  
*Süleyman Demirel Üniversitesi, Türkiye*  
*Dr. Ivan Pavlovic*  
*Scientific Institute of Veterinary Medicine of Serbia,*  
*Serbia*  
*Dr. İbrahim PINARCI*  
*Bilecik Şeyh Edebali Üniversitesi, Türkiye*  
*Dr. K.R. Padma*  
*Sri Padmavati Mahila Visvavidyalayam (Women's)*  
*University Tirupati, India*  
*Dr. Le Thi Minh*

**2. BİLSEL INTERNATIONAL SUR SCIENTIFIC RESEARCHES CONGRESS, 15-16 JUNE, 2024, DİYARBAKIR/ TÜRKİYE**

*Thu Dau Mot University, Vietnam*

*Dr. Merdin DANIŞMAZ*

*Kırşehir Ahi Evran Üniversitesi, Türkiye*

*Dr. Mehmet Senan YILMAZ*

*Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi, Türkiye*

*Dr. Muhammad Faisal*

*Allama Iqbal Open University, Pakistan*

*Dr. Muhammad Umar Bello*

*Abubakar Tafawa Balewa University, Nigeria*

*Dr. Muhammet Yasin ELİTOK*

*Çankırı Emniyet Müdürlüğü*

*Dr. Nabila Sher Mohammad*

*Khyber Girls Medical College, Pakistan*

*Dr. Niyazova Gulzhan*

*Khoja Akhmet Yassawi International Kazakh-Turkish*

*University, Kazakhstan*

*Dr. Nurten Ebru ÖZDEMİR*

*Bitlis Eren Üniversitesi, Türkiye*

*Dr. Pius Nyatırımoh Ezekiel*

*Federal University Wukari Taraba State, Nigeria*

*Dr. Samira Boumous*

*Souk ahras university, Algeria*

*Dr. S. Serdar PAZARLIOĞLU*

*Marmara Üniversitesi, Türkiye*

*Dr. Şermin KOÇYİĞİT*

*Dicle Üniversitesi, Türkiye*

*Dr. Vo Trung Hau*

*HUTECH University, Vietnam*

*Dr. Yasmına Kellouche*

*Djilali Bounaama University, Algeria*





2. BİLSEL INTERNATIONAL SUR SCIENTIFIC RESEARCHES CONGRESS, 15-16 JUNE, 2024, DİYARBAKIR/ TÜRKİYE

# 2. BİLSEL INTERNATIONAL SUR SCIENTIFIC RESEARCHES CONGRESS

*15-16 JUNE, 2024  
DİYARBAKIR/ TÜRKİYE*

## CONGRESS PROGRAM

Join Zoom Meeting ID: **852 0019 0681**

Passcode: **432804**

Join Zoom Meeting

<https://us06web.zoom.us/j/85200190681?pwd=xoUHgbWiBkji0VyXHv4WSDjqwXW7BF.1>

### PARTICIPATING COUNTRIES

Algeria/Azerbaijan/Brazil/Bulgaria/Georgia/Hungary/India/Indonesia  
Iran/Kosovo/Malaysia/Morocco/Nigeria/Pakistan/Romania/Slovakia/Vietnam/Moldova

**NUMBER OF INTERNATIONAL PARTICIPANTS: 105**  
**NUMBER OF TURKEY PARTICIPANTS: 96**  
**TOTAL NUMBER: 201**

Before you login to Zoom indicate hall number and your surname  
Zoom'a girişte sırayla salon numarasını ve ad soyadınızı yazınız  
(Örnek: **Session-1, Hall-1, Azat KALİ**)



2. BİLSEL INTERNATIONAL SUR SCIENTIFIC RESEARCHES CONGRESS, 15-16 JUNE, 2024, DİYARBAKIR/ TÜRKİYE

15.06.2024  
TÜRKİYE Local Time: 09:30-11:00

**HEAD OF SESSION: Dr. Öğr. Üyesi Adem Demirsoy**

**SESSION-1 HALL-8**

<b>AUTHORS</b>	<b>AFFILIATION</b>	<b>TOPIC TITLE</b>
<i>Alper TUNABOYLU Assoc. Prof. Dr. Ceren CUBUKCU CERASI</i>	<i>Gebze Technical University,</i>	<i>DIGITAL LEADERSHIP CAPABILITY OF WHITE COLLAR EMPLOYEES IN TURKEY</i>
<i>Doç. Dr. Fikret YAZICI Mehmet APAK</i>	<i>Erciyes Üniversitesi,</i>	<i>TRT ÇOCUK KANALINDA YAYINLANAN YERLİ YAPIM ÇİZGİ FİLMERDE AİLE TEMSİLİ</i>
<i>Gürcan POLAT Doç. Dr. Esra ÇİZMECİ ÜMİT</i>	<i>Yalova Üniversitesi,</i>	<i>SERBEST ZAMANDA TIKTOK TÜKETİMİ BAĞLAMINDA DİJİTAL OBEZİTE</i>
<i>Yusuf Aygün Dr. Öğr. Üyesi, Tahsin Eren Sayar</i>	<i>Yalova Üniversitesi,</i>	<i>MOBİL OYUN SEKTÖRÜNDE PARA KAZANMA YÖNTEMLERİ ANALİZİ</i>
<i>Doç. Dr. Hakan Gökhan GÜNDOĞDU Merve Esra ÖZER Sevde Nur ÖNSÜR Süleyman ŞEKER</i>	<i>Anadolu Üniversitesi,</i>	<i>ANADOLU ÜNİVERSİTESİ ÖĞRENCİLERİNİN MEDYAYA YÖNELİK ALGILARININ DEĞERLENDİRİLMESİ</i>
<i>Dr. Öğr. Üyesi Adem Demirsoy</i>	<i>Selçuk Üniversitesi,</i>	<i>YEREL MEDYANIN KURTULUŞU İÇİN KOOPERATİF MODELİ</i>

**İÇİNDEKİLER // CONTENTS**

<b>SÜT İŞLETMELERİNİN PAZARLAMA STRATEJİLERİ VE İŞLETME YÖNETİCİLERİNİN ÖRGÜTSEL DAVRANIŞLARI ÜZERİNE BİR ALAN ARAŞTIRMASI.....</b>	<b>11</b>
<b>DÖNER KULAKLI PULLUKLARDA HİDROLİK KATLANMA OLANAĞI.....</b>	<b>25</b>
<b>ET VE ET ÜRÜNLERİNDE PAH VE HAA OLUŞUMU: SAĞLIK RİSKLERİ VE AZALTMA STRATEJİLERİ .....</b>	<b>46</b>
<b>FORMATION OF PAH AND HAA IN MEAT AND MEAT PRODUCTS: HEALTH RISKS AND MITIGATION STRATEGIES .....</b>	<b>47</b>
<b>BAHÇE BİTKİLERİNDE CRISPR-Cas9 KULLANIMI.....</b>	<b>62</b>
<b>USE OF CRISPR-Cas9 IN HORTICULTURE .....</b>	<b>63</b>
<b>ESKİŞEHİR- SARICAKAYA VE MİHALGAZİ İLÇELERİNDE BULUNAN BAZI YABANI VE YEREL ZEYTİN GENOTİPLERİNİN POMOLOJİK VE BİYOKİMYASAL İÇERİĞİNİN BELİRLENMESİ .....</b>	<b>64</b>
<b>OBEZ ERİŞKİNLERDE GÜNDÜZ AŞIRI UYKULULUĞUN DEĞERLENDİRİLMESİ .....</b>	<b>69</b>
<b>GENETİKTE SİTOGENETİK İNCELEMELER .....</b>	<b>71</b>
<b>OXIDATIVE STRESS (OS) AND SPERM DNA FRAGMENTATION IN PATIENTS WITH VARICOCELE .....</b>	<b>76</b>
<b>TEK BACAK AMPUTASYONU OLAN BİR HASTADA MİNİMAL İNVAZİV DOĞRUDAN KORONER ARTER BAYPASI VE MİTRAL KAPAK ONARIMININ KOMBİNASYONU İÇİN BİLATERAL MİNİ TORAKOTOMİ .....</b>	<b>85</b>
<b>İDİYOPATİK HİPEREZOZİNOFİLİK SENDROMLU HASTADA MİTRAL KAPAK DEĞİŞİMİ, TRİKÜSPİT ANNÜLOPLASTİ VE SOL ATRİYAL PLİKASYON OPERASYONU YÖNETİMİ.....</b>	<b>91</b>
<b>MERSİN- ERDEMLİ EKOLOJİK KOŞULLARINDA FARKLI DİKENLİ İNCİR GENOTİPLERİNİN PERFORMANSLARININ BELİRLENMESİ.....</b>	<b>101</b>
<b>MERSİN İLİNDE DİKENLİ İNCİR YETİŞTİRİCİLİĞİ VE SORUNLARI.....</b>	<b>107</b>
<b>MERSİN İLİNDE NAR YETİŞTİRİCİLİĞİ VE SORUNLARI.....</b>	<b>112</b>
<b>ORTA SAKARYA HAVZASINDA YETİŞTİRİLEN BAZI NAR ÇEŞİT VE YEREL GENOTİPLERİNİN FİZİKO-KİMYASAL VE BİYOAKTİF BİLEŞENLERİNİN BELİRLENMESİ</b>	<b>117</b>
<b>SYNTHESIS OF PEPINO SEED EXTRACT CU(II) HYBRID NANOFLOWERS AND EVALUATION OF THEIR ANTICANCER EFFECTIVENESS ON MCF7 CELL LINE .....</b>	<b>123</b>
<b>DETERMINATION OF SOME PHYSICOCHEMICAL PROPERTIES OF DECANOL AND.....</b>	<b>n-</b>
<b>PENTANOL ALCOHOL BLENDS OF BLENDS CAMELINA BODIESEL</b>	<b>124</b>
<b>PROSTAT HİPERPLAZİLERİNDE APELİNİN ÖNEMİ VE 5 ALFA REDÜKTAZİN BU MEKANİZMAYA ETKİSİ.....</b>	<b>132</b>
<b>OVER TORSİYONLARINDA APOPTOZUN FOLLİKÜLERDE GÖSTERDİĞİ DEĞİŞİKLİKLER .....</b>	<b>135</b>
<b>RENAL EKSTRAKORPÖREAL ŞOK DALGA TEDAVİSİ SONRASINDA OVERLERDEKİ</b>	

İNDİREKT ETKİLERİN IGF-1 DÜZEYLERİNE ETKİSİ .....	138
KRONİK BÖBREK YETMEZLİKLİ HASTALARA PATOLOG, ÜROLOG, NEFROLOG GÖZÜYLE .....	142
MULTİPLE SKLEROZ'DA TEKNOLOJİ TABANLI REHABİLİTATİF YAKLAŞIMLARIN İNCELENMESİ .....	146
EXAMINATION OF TECHNOLOGY-BASED REHABILITATIVE APPROACHES IN MULTIPLE SCLEROSIS .....	147
KAPSAMLI KİNEZYOFOBİ DEĞERLENDİRME ÖLÇEĞİ'NİN YAKINSAMA GEÇERLİLİĞİNİN İNCELENMESİ .....	154
EXAMINING THE CONVERGENCE VALIDITY OF THE COMPREHENSIVE KINESIOPHOBIA ASSESSMENT SCALE.....	155
EBEVEYN- BEBEK BAĞLANMASI VE GÜNCEL YAKLAŞIMLAR .....	156
ADÖLESANLARDA CİNSEL SAĞLIK EĞİTİMİNİN ÖNEMİ VE GÜNCEL YAKLAŞIMLAR .....	170
TÜRKİYE'DE OBSTETRİK ŞİDDETİN DURUMU: LİSANSÜSTÜ TEZLERİN SİSTEMATİK İNCELEMESİ .....	181
KADIN SAĞLIĞI VE HASTALIKLARI HEMŞİRELİĞİ KAPSAMINDA SİMÜLASYON KULLANIMININ DEĞERLENDİRİLMESİ: LİSANSÜSTÜ TEZLERİN SİSTEMATİK İNCELEMESİ .....	189
POZİTİFLİĞİN PSİKOLOJİK SAĞLAMLIĞA (PS) ETKİSİNDE TRAVMA SONRASI (TS) BİLİŞLERİN ARACI ETKİSİNDE İLKEL SAVUNMA BİÇİMLERİNİN ROLÜ.....	197
DEPREM MAĞDURLARINDA YAS TEPKİLERİNİ ETKİLEYEN VARSAYIMSAL DÜNYA GÖRÜŞLERİ.....	199
ALGI YÖNETİMİ ve SOSYAL MEDYADA ALGI YÖNETİMİ TEKNİKLERİ .....	216
GÖÇ YÖNETİMİNE YERELDEN BAKIŞ .....	228
HUZUREVİNDE KALMAKTA OLAN ESKİ HÜKÜMLÜLERİN HUZUREVİNDE KALMALARI İLE SUÇ GEÇMİŞLERİ ARASINDAKİ İLİŞKİNİN İNCELENMESİ .....	239
ANAYASA HUKUKUNDA CUMHURBAŞKANI YARDIMCILIĞI VE CUMHURBAŞKANINA VEKALET.....	251
TÜKETİCİLERİN KULLANDIKLARI OTOMOBİLLERE GÖRE MARKA DENKLİK ALGISI .....	260
MARKA ÖZGÜNLÜK ALGISININ DEMOGRAFİK ÖZELLİKLERE GÖRE İNCELENMESİ .....	275
LOJİSTİK SEKTÖRÜNDE DİJİTALLEŞMENİN FİRMA PERFORMANSINA ETKİLERİ .....	286
THE EFFECTS OF DIGITALIZATION ON FIRM PERFORMANCE IN LOGISTICS SECTOR.....	287
SANAYİ ÜRETİMİ KORONAVİRÜS KRİZİNDEN EN ÇOK NE ZAMAN ETKİLENDİ: BİR ÜRETİM İŞLETMESİ ÖRNEĞİ .....	297
TURİZM SEKTÖRÜNDE DİJİTAL PAZARLAMA ETKİNLİĞİNİN DEĞERLENDİRİLMESİ .....	298
YALIN ÜRETİM ANLAYIŞININ KOBİLERDE UYGULANABİLİRLİĞİNİN İNCELENMESİ .....	312



DIGITAL LEADERSHIP CAPABILITY OF WHITE COLLAR EMPLOYEES IN TURKEY.....	326
TÜRKİYE’DEKİ BEYAZ YAKA ÇALIŞANLARIN DİJİTAL LİDERLİK YETENEĞİ .....	327
TRT ÇOCUK KANALINDA YAYINLANAN YERLİ YAPIM ÇİZGİ FİLMLERDE AİLE TEMSİLİ	340
SERBEST ZAMANDA TIKTOK TÜKETİMİ BAĞLAMINDA DİJİTAL OBEZİTE .....	351
MOBİL OYUN SEKTÖRÜNDE PARA KAZANMA YÖNTEMLERİ ANALİZİ.....	359
ANADOLU ÜNİVERSİTESİ ÖĞRENCİLERİNİN MEDYAYA YÖNELİK ALGILARININ DEĞERLENDİRİLMESİ .....	384
YEREL MEDYANIN KURTULUŞU İÇİN KOOPERATİF MODELİ.....	401
MODERN EV CEPHELERİNİN GÖRSEL ALGI YÖNTEMİYLE ANALİZİ; SİİRT ÖRNEĞİ.....	412
SİİRT ESKİ HÜKÜMET KONAĞI’NIN BENZER YAPILARLA KARŞILAŞTIRILMASI .....	439
ÇAĞDAŞ TASARIMDA ESNEK MEKANLAR.....	459
TASARIMDA DÖNÜŞÜM VE PARAMETRİK MİMARLIK.....	475
BURSA SULTANIYE (YEŞİL) MEDRESESİ GEOMETRİK DESEN ANALİZLERİ ÜZERİNE BİR DEĞERLENDİRME .....	496
KONYA SIRÇALI MEDRESE GEOMETRİK SÜSLEMELERİNİN ANALİZİ .....	498
OYUN KARAKTERLERİ İÇİN KOSTÜM TASARIM SÜRECİ: MORTAL KOMBAT ÖRNEĞİ .....	500
COSTUME DESIGN PROCESS for GAME CHARACTERS: AN EXAMPLE of MORTAL KOMBAT .....	502
İSTANBUL BEŞİKTAŞ İLÇESİNİN TARİHİ KENTSEL PEYZAJ YAKLAŞIMI BAĞLAMINDA İNCELENMESİ .....	504
EVALUATION OF BESİKTAS DİSTRİCT IN CONTEXT OF HISTORIC URBAN LANDSCAPE ...	505
MOD AYRIŞTIRMA YÖNTEMLERİNİN ELEKTRİK TÜKETİM TAHMİNİ UYGULAMASININ BAŞARISINA ETKİLERİNİN İNCELENMESİ .....	506
DEĞİŞKEN MOD AYRIŞTIRMA VE DERİN ÖĞRENME TABANLI KISA DÖNEM ELEKTRİK TÜKETİM TAHMİNİ UYGULAMASI.....	515
MAKİNE ÖĞRENİMİ İLE İŞ YÜKÜ TAHMİNİ: FİNANS SEKTÖRÜNDE KARAR DESTEK SİSTEMİ UYGULAMASI.....	524
ENDÜSTRİ 4.0 PERSPEKTİFİNDE YAPAY GÖRME VE OTOMASYON SİSTEMLERİ ÜZERİNDE ÖRNEK ÇALIŞMALAR.....	537
INCONEL 718’İN İŞLENMESİNDE ELDE EDİLEN KESME KUVVETLERİNİN FAKTÖRİYEL TASARIM İLE ANALİZİ.....	545
INVESTIGATION OF TREATED AND NON-TREATED RECYCLED CONCRETE AGGREGATE (RCA) AS A POTENTIAL REPLACEMENT TO NATURAL AGGREGATES (NA) TO ACHIEVE SUSTAINABLE DEVELOPMENT .....	558
NUMERICAL INVESTIGATION OF WIND AND EARTHQUAKE EFFECT IN TALL BUILDINGS .....	573

## ANADOLU ÜNİVERSİTESİ ÖĞRENCİLERİNİN MEDYAYA YÖNELİK ALGILARININ DEĞERLENDİRİLMESİ<sup>1</sup>

**Doç. Dr. Hakan Gökhan Gündoğdu**  
**ORCID: 0000-0002-0656-4152**  
**[hakangokhangundogdu@anadolu.edu.tr](mailto:hakangokhangundogdu@anadolu.edu.tr)**

**Merve Esra Özer**  
**ORCID: 0009-0008-0777-1250**  
**[merveesraozer@anadolu.edu.tr](mailto:merveesraozer@anadolu.edu.tr)**

**Sevde Nur Önsür**  
**ORCID: 0009-0004-8151-7737**  
**[sevdenuronsur@anadolu.edu.tr](mailto:sevdenuronsur@anadolu.edu.tr)**

**Süleyman Şeker**  
**ORCID: 0009-0001-5971-6447**  
**[suleymanseker@anadolu.edu.tr](mailto:suleymanseker@anadolu.edu.tr)**

**Anadolu Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Siyaset Bilimi ve Kamu Yönetimi Bölümü, Eskişehir/Türkiye**

### Özet

Sanayi devriminden bilgi toplumuna geçiş sürecinde bilgi önemli bir değişim sürecinden geçerek; toplumlar tarafından üretilmiş, işlenmiş ve tüketilmiştir. Bilgi toplumu, bilginin üretiminin merkezinde olduğu, bilgi sermayesi ve nitelikli insan kaynaklarının öne çıktığı, eğitimin giderek artan bir öneme sahip olduğu ve iletişim teknolojilerinin hızla geliştiği bir toplum modeli olarak nitelendirilmiştir. Bilginin yayılmasında önemli bir unsur olan medya, zamanla önemli bir dönüşüm yaşamıştır. Çoğunlukla kitap, dergi ve gazete gibi basılı yayın mecraları ile gelişen medya sonrasında dijitalleşmenin etkisiyle e-postalar, videolar, web siteleri, mobil uygulamalar, e-kitaplar ve sosyal medya platformları (podcastler vb.) gibi dijital medya uygulamalarına yönelmiştir. Bilgi ve iletişim teknolojileri ilerledikçe hem kamu da hem de özel sektörde dijitalleşmenin önem düzeyi artmaktadır. Bu doğrultuda güvenilir bilgiye doğrudan erişim hızlı bir şekilde yaygınlık kazanmaktadır.

Literatürdeki araştırmalar, gençlerin dijital ve yazılı medyayı kullanma eğilimlerinin, amaçlarına ve bilgi seviyelerine bağlı olarak çeşitli etkenlere göre değiştiğini ortaya koymuştur. Bu araştırma ise üniversite öğrencilerinin basılı medya ve dijital medyaya yönelik algılarını değerlendirmektedir. Araştırmanın odak noktası, Anadolu Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi (İİBF) öğrencilerinin farklı amaçlar doğrultusunda yazılı ve dijital medya araçlarını ne ölçüde tercih ettiklerini ve bunları etkileyen faktörleri incelemektedir. Bu araştırma ilgili bölümlere göre öğrencilerin lisans eğitimlerine bağlı olarak en çok kullandıkları basılı ve dijital araçları ortaya koymasından özgündür. Araştırmada; Siyaset Bilimi ve Kamu

<sup>1</sup> Bu araştırma, TÜBİTAK 2209-A kapsamında desteklenen 11919B012311648 numaralı “Üniversite Öğrencilerinin Basılı Medya ve Dijital Medyaya Yönelik Algıları: Anadolu Üniversitesi Örneği” isimli projenin bir ürünüdür.

Yönetimi, İşletme, İktisat, Maliye, Çalışma Ekonomisi ve Endüstri İlişkileri olmak üzere İİBF’de öğrenim gören 500 öğrenciye anket uygulaması gerçekleştirilmiştir. Bu kapsamda hipotezleri test etmek için istatistiksel analizler kullanılmıştır. Elde edilen bulgular literatür eşliğinde değerlendirilmekte, stratejik hedef ve öneriler ortaya konulmaktadır.

**Anahtar Kelimeler:** Yazılı Medya, Dijital Medya, Algı, Üniversite Öğrencileri

## EVALUATION OF ANADOLU UNIVERSITY STUDENTS’ PERCEPTIONS OF THE MEDIA\*\*

### Abstract

Throughout the transition from the Industrial Revolution to the Information Society, information has undergone a significant transformation, being produced, processed, and consumed by societies. The Information Society is characterized as a societal model where the production of information is central, information capital and skilled human resources are emphasized, education increasingly gains importance, and communication technologies rapidly advance. Media, a crucial element in the dissemination of information, has experienced substantial evolution over time. Initially developed through printed publications such as books, magazines, and newspapers, media has later shifted towards digital media applications influenced by digitalization, including emails, videos, websites, mobile applications, e-books, and social media platforms (e.g., podcasts). As information and communication technologies progress, the significance of digitalization in both the public and private sectors has escalated, leading to the rapid proliferation of direct access to reliable information.

Research in the literature has shown that young people's tendencies to use digital and print media vary according to various factors, depending on their purposes and levels of information. This study evaluates the perceptions of university students toward print and digital media. The focal point of the study is to examine the extent to which students of the Faculty of Economics and Administrative Sciences (FEAS) at Anadolu University prefer print and digital media tools for different purposes and the factors influencing these preferences. The study is unique in highlighting the most frequently used print and digital tools by students based on their undergraduate education in respective departments. A survey was conducted with 500 students from departments such as Political Science and Public Administration, Business Administration, Economics, Finance, and Labor Economics and Industrial Relations within the FEAS. Statistical analyses were utilized to test the hypotheses within this scope. The findings are evaluated in the light of the literature and strategic goals and recommendations are put forward.

\*\* This research is a product of the project named “University Students' Perceptions Towards Printed Media and Digital Media: The Case of Anadolu University” numbered 11919B012311648 supported within the scope of TÜBİTAK 2209-A.

**Keywords:** Print Media, Digital Media, Perception, University Students

## GİRİŞ

Toplumun endüstriyel modele doğru kaymasıyla birlikte kişisel yaşamda bilginin önemi de ciddi oranda artmaya başladı. Bilgi toplumu sürecinde özellikle bilgiyi edinme, bilgiye erişim sağlama ve bu kapsamda gelişen bilgi ve iletişim teknolojilerine adapte olma önemli bir hal almıştır. Bilgi toplumu; bilgi üretiminin ön planda olduğu, bilgi sermayesinin ve nitelikli insan unsurunun önem kazandığı, eğitimin değerinin arttığı, iletişim teknolojilerinde ilerlemelerin sağlandığı bir toplumsal çerçeveyi ifade etmektedir (Ünal, 2009; Parlar, 2012). Ayrıca bilginin üretilmesinde, işlenmesinde, depolanmasında ve ağlar aracılığıyla aktarımında bilgi ve iletişim teknolojilerinin etkisi artmış (Vural ve Sabuncuoğlu, 2008) bu teknolojiler yoluyla özel ve kamusal hizmetlerin görülmesi kolaylaşmıştır (Gençkaya vd., 2021; Gündoğdu, 2021). Bilginin önemi giderek arttıkça ve bilgiye ulaşma kolaylığı önem kazandıkça, bilgi stratejik amaçlar için önemli bir kaynak haline gelmiştir (Yalçinkaya, 2010). Bilgi ve toplum arasındaki ilişkinin temel aracı olan medya da değişime uğramış, bilgi ve iletişim teknolojilerinin ilerlemesiyle dijital medya öncü bir güç haline gelmiştir (Yücel, 1997).

Medyadaki gelişmelerin toplumda önemli bir rol oynayan gençler üzerindeki etkisine ilişkin gözlemler yapılabilir. Bu çerçevede GoStudent Türkiye platformu tarafından yapılan bir araştırma, genç okuyucuların %89'unun e-kitap yerine fiziksel kitapları tercih ettiğini, yalnızca %3'ünün dijital versiyonu tercih ettiğini göstermektedir (Anadolu Ajansı, 2022a). RTÜK'ün yapmış olduğu bir araştırmada ise Türkiye'deki gençlerin güncel haberleri takip etmek için %71'i sosyal medyayı, %18'i basılı medyayı kullandığı görülmektedir (Anadolu Ajansı, 2022b). Dolayısıyla, Türkiye'de gençlerin dijital ve yazılı medyayı kullanım amaçlarına göre tercih etme oranları değişmektedir. Benzer şekilde, Avrupa genelinde basılı ve dijital medyanın kullanım oranları da yıllar içinde dalgalanmalar göstermiştir. Bu bağlamda, Tablo 1'de Avrupa'da yazılı medya okuyanların oranı hakkında bilgiler sunulmaktadır.

**Tablo 1.** Avrupa'da her gün yazılı basını okuyanların yıllara göre oranı

Yıllar	Yazılı Basını Okuyanların Oranı	Yıllar	Yazılı Basını Okuyanların Oranı
2011	%36	2017	%28
2012	%37	2018	%26
2013	%33	2019	%26
2014	%33	2021	%25
2015	%31	2022	%21
2016	%29		

**Kaynak:** Statista, (2022).

Tablo 1, Avrupa'da yazılı medyayı okuyan bireylerin yüzdesinin 2012'den bu yana istikrarlı bir şekilde düştüğünü göstermektedir. Aşağıdaki Tablo 2, Avrupa'da dijital platformlar aracılığıyla haberlere erişen kişilerin sayısında zaman içinde bir artış olduğunu göstermektedir. Avrupa İstatistik Ofisi'nin (Eurostat) verileri, gazete ve dergilerin dijital takip oranının Almanya'da %62, Fransa'da %63, Türkiye'de %66 ve İsviçre'de %80 olduğunu gösteriyor (Eurostat, 2022). Bu rakamlar İspanya, Finlandiya, Norveç'te sırasıyla %82, %93 ve %95'e çıkmıştır (Eurostat, 2022). Medya tüketim kalıplarındaki bu değişim, gelişen medya manzarasının ve bunun bireysel tercihler üzerindeki etkisinin bir yansıması olarak kabul edilebilir.

**Tablo 2.** Avrupa'da dijital medyadan haber okuyanların yıllara göre oranı

Yıllar	Dijital Medyadan Haber Okuyanların Oranı
2013	%46,84
2014	%51,44
2015	%52,72
2016	%56,32
2017	%59,50
2019	%61,80
2020	%65,50
2021	%64,27
2022	%63,62

**Kaynak:** Eurostat, (2022); Statista, (2023).

TÜİK tarafından yapılan bir araştırmada, yayımlanan toplam gazete ve dergi sayısının 2020'de %13,5; 2021'de ise %6 azaldığı ortaya konulmuştur (TÜİK, 2022). Bu durum hem Türkiye'de hem de dünyada medya ortamında önemli bir değişime işaret ediyor. Bu değişimin genç nüfusu da etkilediği açıktır. Öte yandan, Singapur'daki altı ortaokuldaki 12 ila 18 yaş arasındaki öğrencilerin okuma alışkanlıkları incelendiğinde, bu öğrencilerin başlangıçta okuma içerikleri için fiziksel basılı medyayı tercih ettikleri ortaya çıkmakta ancak yaşlandıkça dijital okuma platformlarına doğru net bir geçiş yaşadıkları ortaya konulmaktadır (Loh ve Sun, 2019).

Bu araştırma, Anadolu Üniversitesi İİBF öğrencilerinin amaçlarına göre hangi yazılı ve dijital medyayı tercih ettiklerini ortaya koymaktadır. Diğer bir ifadeyle, bu araştırma Anadolu Üniversitesi İİBF öğrencilerinin farklı amaçlar ile basılı ve dijital medyayı kullanmayı ne kadar tercih ettiklerini ve seçimlerini nelerin etkilediğini incelemektedir. Araştırma öğrencilerin akademik düzeylerine ve okudukları bölümlere göre en sık kullanılan basılı ve dijital medyayı ortaya çıkarması nedeniyle öne çıkmaktadır. Devam eden kısımlarda literatürde öne çıkan çalışmalara, araştırmanın yöntemine, bulgulara ve sonuç kısmına yer verilecektir.



## LİTERATÜR ÖZETİ

Konu ile alakalı yapılan literatür araştırmaları incelendiğinde Sepetçi ve Mencet (2017) Akdeniz Üniversitesi öğrencilerinin ve akademisyenlerinin interneti eğitim odaklı olarak ne oranda kullandıklarını ortaya koymaya çalışmış ve akademisyenlerin de öğrencilerin de sosyal medyayı eğitim odaklı olarak yeterli kullanmadıkları sonucuna varmışlardır. Dağıtmaç (2015) araştırmasında, sosyal medya tercihlerinin hangi faktörlere bağlı olduğunu araştırmıştır. Yaş, cinsiyet, sosyal statü gibi faktörler baz alındığında; sosyo ekonomik statü düştükçe sosyal medya kullanımının azaldığı, 14-24 yaş grubunun sosyal medyayı en çok kullanan yaş grubu olduğu ve erkeklerin daha çok sosyal medya kullandığı sonucuna varmıştır. Kıran ve Eryılmaz (2017) ise Sinop Üniversite öğrencileri üzerinde medya araçlarının amacını, kullanım sıklığını ve kitap okuma düzeylerini ele alan bir anket çalışmasıyla internet tabanlı medya kullanımının arttığı sonucuna varmıştır. Kurt, Aktaş ve Turan (2019) çalışmasında üniversite öğrencilerinin sosyal medya kullanım amacını, süresini ve türünü tespit etmeye çalışmış, sonuç itibariyle Instagram, Youtube ve Twitter'ın haberdar olma amacıyla en sık kullanılan sosyal medya platformu olduğunu tespit etmişlerdir. Ayrıca ortalama günlük kullanım süresinin dört saat olduğu sonucuna varmışlardır. Erten (2019) ise araştırmasında farklı liselerdeki öğrencilerin dijital medyaya yönelik tutumlarının belirli faktörlere göre nasıl değiştiğini tespit etmeye çalışmış, nihayetinde cinsiyetlerin tutumda etkili olmadığı ama aile gelir düzeylerinin ve eğitim seviyelerinin bu noktada bir faktör olabileceğini tespit etmiştir. Ratnasingam ve Ellis (2012) ise araştırmasında Asya ülkelerinde medya araçlarının kullanımının cinsiyet faktörüne göre ne oranda değiştiğini göstermeyi hedeflemiştir. Bu noktada sonucun farklı kıtalardaki ülkelerle benzerlik gösterdiği, müzik ve dizi izleme noktasında cinsiyetlerin farklılaştığı sonucunu belirtmişlerdir. Aşağıda kullanıcıların sosyal medya, dijital okuryazarlık ve yeni medya araçlarını ne ölçüde algıladıklarına yönelik çalışmaların öne çıkan kısımları yer almaktadır.

İrem Erdem Aydın (2016) tarafından hazırlanan “Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Medya Kullanımları Üzerine Bir Araştırma: Anadolu Üniversitesi Örneği” adlı araştırma, Anadolu Üniversitesi Açıköğretim Fakültesi öğrencilerinin sosyal medya alışkanlıklarının betimsel tarama yöntemi ve anket uygulaması ile belirlenmeye çalışmıştır. Bu çerçevede, araştırmada öğrencilerin tercih ettikleri iletişim ortamlarında, internet araçlarını kullanımları ve internet kullanım sıklıklarında cinsiyete göre dikkate değer farklılıklar olup olmadığı incelenmiştir. Araştırma bulguları içerisinde tipik İnternet kullanıcısı demografisinin çoğu, "dijital yerliler" olarak adlandırılan 16 ila 24 yaş aralığına girmektedir. Öte yandan, kullanıcıların interneti kullanma sıklığının esas olarak günde beş ila altı saat arasında yoğunlaştığı görülmüş ve interneti kullanma sıklığı ile sosyal medya platformlarıyla etkileşimi arasında dikkate değer bir bağlantı keşfedilmiştir. Ayrıca katılımcıların çoğunluğunun

arkadaşları ile sohbet etmek için telefonlarını kullanmayı tercih ettikleri ve bu amaçla e-postayı kullanmadıkları belirlenmiştir. Bunun yanı sıra, internet kullanma yeterliliklerinde her iki cinsiyetin de kendilerini oldukça yetenekli buldukları ortaya çıkmıştır. Sonuç olarak veriler, ankete katılanların yaklaşık yüzde 65'inin arkadaşları ile iletişimde kalmak için sosyal medya platformlarını kullandığını göstermektedir. Daha sonra katılımcıların, yeni bilgiler edinmek ve araştırma yapmak için sosyal medya ağlarını kullandıkları belirlenmiştir.

Sibel Onursoy (2018) tarafından gerçekleştirilen “Üniversite Gençliğinin Dijital Okuryazarlık Düzeyleri: Anadolu Üniversitesi Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma” adlı araştırmanın amacı, üniversite öğrencilerinin çeşitli çevrimiçi platformlarda sosyal başarılarına ilişkin dijital medya okuryazarlığı becerilerini ortaya çıkarmaktır. Online etkinlikler, etkileşim ağlarının boyutları, sosyal ağ çeşitliliği, güvenilirlik, bilgi kaynağı, gizlilik, içerik üretme ve yönetme vb. gibi aktiviteler zaman ve sıklık boyutunda dijital okuryazarlık ilişkisi açısından değerlendirilmiştir. Araştırmada, veri toplama tekniği olarak yüz yüze anket kullanılmıştır. Araştırmaya 127 kadın ve 99 erkek öğrenci olmak üzere toplam 226 öğrenci katılmış, katılımcıların büyük çoğunluğunu 19-25 yaş aralığı oluşturmuştur. Araştırma, teknoloji kullanımı ve dijital ortamda gezinme yeteneğinin benzer düzeyde olmasına rağmen dijital okuryazarlığın eksik olduğuna dikkat çekmektedir. Teknolojiyi kullanmada usta olmak ve çevrimiçi olarak daha fazla zaman geçirmek, onu akıllıca kullanmak anlamına gelmemekte, bilgi ve haberlerin çevrimiçi ortamda ne kadar hızlı yayılabileceği göz önüne alındığında, bilginin nasıl yönetildiğine ve çoğu zaman orijinal kaynağından ne kadar kopuk hale geldiğine ilişkin bir sorun olduğu ifade edilmiştir. Ayrıca kişinin kullandığı araçları kişiselleştirmemesinin amaçsız bir zaman kaybı oluşturduğu vurgulanmaktadır. Son olarak, gençlerin dijital okuryazarlık becerilerinin yetersiz olduğu; çünkü onların dijital becerilerinin boyutları ile eleştirel düşünme yeteneklerinin yetersiz düzeyde kaldığı belirtilmiştir.

Mustafa İnce ve Mevlut Can Koçak (2017) tarafından yapılan “Üniversite öğrencilerinin sosyal medya kullanım alışkanlıkları: Necmettin Erbakan Üniversitesi örneği” adlı araştırma, Necmettin Erbakan Üniversitesi'nin çeşitli fakülte ve meslek yüksekokullarında eğitim gören öğrenciler üzerinde yürütülmüştür. Araştırmada, üniversite öğrencilerinin sosyal medya kullanım amaçlarını, sosyal medyaya duyulan güven ve bağımlılık düzeylerini tespit etmektedir. Elde edilen bulgulara göre, üniversitelerin sosyal medyayı yoğun kullandıkları fakat kullanıcıların sosyal medyaya olan güven ve bağımlılık düzeylerinin farklılık gösterdiği belirlenmiştir. Bu kapsamda yüz yüze anket tekniği ile 520 kişiye ulaşılmıştır. Araştırmanın bulgularına göre cinsiyet, yaş ve gelir gibi unsurlar dikkate alındığında en yaygın kullanılan kitle iletişim araçlarının internet olduğu daha sonra ise sırasıyla televizyon, sosyal medya, radyo ve dergilerin geldiği tespit edilmiştir.

Araştırmada katılımcıların çoğunluğunun sosyal medyaya akıllı telefonlarından eriştiği belirlenmiştir. Ayrıca, üniversite öğrencilerinin günlük aktiviteleri sırasında sosyal medyada geçirdikleri ortalama sürenin 47,41 dakika olduğu ve kadınların erkeklere göre sosyal medyada daha fazla vakit geçirdikleri gözlemlenmiştir. Üniversite öğrencilerinin sosyal medyada geçirdikleri süre arttıkça sosyal medyaya olan güven ve bağımlılık düzeyleri de artmıştır. Bu doğrultuda, sosyal medyaya erkekler daha az güven gösterirken kadınlarda bu güvenin daha yüksek olduğu vurgulanmaktadır. Ek olarak, sosyal medyayı kullanmanın eğlence ve rahatlama arayışı, arkadaşlarla iletişimde kalmak ve çeşitli konular hakkında bilgi sahibi olmak gibi çeşitli temel nedenlerinin olduğu belirtilmiştir.

Şahika Eroğlu ve Tolga Çakmak (2020) tarafından ele alınan “Post-Truth Dönemini Anlamak: Hacettepe Üniversitesi Bilgi ve Belge Yönetimi Bölümü Öğrencilerinin Yeni Medya Araçları Kapsamında Bilgi Bozuklukları ve Doğrulama Algılarının Değerlendirilmesi” adlı araştırmada, Hacettepe Üniversitesi Bilgi Yönetimi Bölümü öğrencilerinin bilgi bozuklukları konusunu post-truth (hakikat sonrası) bağlamında nasıl algıladıklarını araştırmaktadır. Bu doğrultuda, toplam 85 öğrenci anketi tamamlanarak öğrencilerin sosyal medya ve günlük bilgi tüketimine ilişkin davranışları ve bakış açıları hakkında fikir sahibi olunmuştur. Sonuçlar öğrencilerin genel olarak bilgi bozukluklarını anlama konusunda olumlu görüşe sahip olduklarını göstermiştir. Ayrıca araştırma, öğrencilerin bilgi okuryazarlığı, eleştirel düşünme becerileri ve bilgi kaynaklarının şeffaflığı üzerine yapılan araştırmaların bu sorunların çözümünde faydalı olabileceğine inandıklarını ortaya koymuştur. Araştırmanın sonucu, öğrencilerin farkındalığını ve post-truth (hakikat sonrası) çağın ve bilgi bozukluklarının ortaya çıkardığı zorluklarla başa çıkma becerilerini sürdürmede bilgi okuryazarlığının ve bilgiyi doğrulamaya yönelik uygulamaların kullanımının önemini vurgulamaktadır.

Kadir Kurt ve diğerleri (2019) tarafından yayımlanan “Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Medya Kullanım Tercihlerinin İncelenmesi” adlı araştırma, üniversite öğrencilerinin sosyal medya kullanım tercihlerini keşfetmeyi amaçlamaktadır. Bu araştırmada, 115'i erkek, 95'i kadın olmak üzere toplam 210 üniversite öğrencisine anket uygulanmıştır. Katılımcıların sosyal medya kullanım düzeylerini ölçmek amacıyla “Sosyal Medya Aracı Kullanım Sıklığı Ölçeği” kullanılmıştır. Elde edilen bulgulara göre, öğrenciler arasında en popüler üç sosyal medya platformunun sırasıyla “Instagram”, “YouTube” ve “Twitter” olduğu ve katılımlarının temel nedeninin bilgi paylaşma ve bilgi arama arzusu olduğu belirlenmiştir. Katılımcıların çoğunluğunun sosyal medyaya akıllı telefonlarından eriştiği ve katılımcıların günde yaklaşık dört saatini sosyal medya faaliyetlerine harcadıkları tespit edilmiştir.

İrem Ebru Yıldırım Şen (2019) tarafından yazılan “Z kuşağının Sosyal medyayı kullanmaya yönelik tutumlarının sosyal medya okuryazarlığı bağlamında değerlendirilmesi: Eskişehir ölçekli bir araştırma” adlı yüksek lisans tezi, internet ve sosyal medyanın gelişimini ve medya okuryazarlığının önemini ele almıştır. Araştırmanın odak noktası, Eskişehir okullarında öğrenim gören 11-18 yaş grubu (Z Kuşağı) öğrencilerin sosyal medya okuryazarlığı anlayışlarını da dikkate alarak sosyal medya kullanımına ilişkin alışkanlıklarını, beğenilerini ve görüşlerini değerlendirmektir. Araştırmada elde edilen bulgulara göre insanların sosyal medyayı öncelikle arkadaşları ile sohbet etmek için kullandıkları, Z kuşağında çevrimiçi etkileşimin yüz yüze etkileşimden daha fazla tercih edildiğini göstermiştir. Sosyal medyada çok sayıda arkadaşının bulunması, paylaşımlarının ve fotoğraflarının olumlu karşılanması, trend konuların tercihleri ve yaşam tarzları üzerindeki etkisinin kız öğrenciler için erkeklere göre daha anlamlı olduğu tespit edilmiştir. Z kuşağının her iki cinsiyetinde de sosyal medyaya çok fazla vakit ayırma kaygısı taşınmadığı, sosyal medyanın yokluğunun kendilerini boşlukta ve tatminsiz hissettireceği belirlenmiştir.

Şebnem Uslu (2019) tarafından ortaya konulan “Lise öğrencilerinin internet bağımlılığı, dijital oyun bağımlılığı ve sosyal medyaya yönelik tutumları arasındaki ilişkinin incelenmesi” adlı yüksek lisans tezinde orta öğretim kurumlarındaki öğrencilerin internet, dijital oyun ve sosyal medya tutumları arasındaki ilişki ele alınmıştır. Bu doğrultuda, 2016-2017 yılında İzmir’in Bornova ilçesinde bulunan MEB’e bağlı 7 ortaöğretim okulu örneklem içerisinde yer almıştır. Elde edilen bulgulara göre katılımcıların en sık kullandıkları platformlar sırasıyla YouTube, Instagram, Snapchat ve Facebook olmuştur. Öğrencilerin çoğunluğu interneti eğlence, iletişim, sosyal medyada gezinme ve içerik paylaşma amacıyla kullanmaktadır. Dijital ortamda oyun oynayanların yaklaşık %41’i sosyal medya profili gerektirmeyen aktivitelere katılmakta, geri kalan %59’u ise oyun aktivitelerine katılmamaktadır. Lise öğrencilerinin sosyal medyaya bakış açıları genel olarak olumludur. Sosyal medyaya yönelik tutumlarda kızlar, dokuzuncu sınıf ve Anadolu lisesi öğrencileri olumlu anlamda farklılaşmaktadır. Çevrimiçi olarak geçirilen süre arttıkça sosyal medya, internet bağımlılığı ve dijital oyun bağımlılığına yönelik olumlu tutumlar da artmıştır. Araştırma, internet bağımlılığı ile sosyal medya tutumları arasında ve ayrıca internet bağımlılığı ile oyun bağımlılığı arasında minimal düzeyde bir ilişki olduğunu ortaya koymuştur.

Yukarıda literatürde yer alan araştırmalarda vurgulandığı gibi dijital medya kullanımında son dönemlerde artış olduğu gözlemlenmiştir. Bu gelişmeler paralelinde üniversite öğrencilerinin amaçlara göre hangi medya araçlarına yönelecekleri ve ne tür eğilimler gösterecekleri bu araştırmanın konusu olmuştur. Yapılan literatür araştırmalarında aşağıdaki önemli bulgulara ulaşılmıştır:

- Geleneksel medya ile dijital medya arasındaki farklar ve bu farkların sosyal medya ve üniversite öğrencileri üzerindeki etkisi gözlemlenmiştir.
- Literatürde sıklıkla rastlanılan konu ise üniversitelerin kurumsal kimlik için dijital medyaya başvurduğudur. Sosyal medyanın gündelik kullanımının dışında da kurumlar ve şirketler, kurumsal kimliklerinin güçlenmesini sağlamak amacıyla sık sık dijital medyaya başvurduğu görülmektedir (Bingöl ve Tahtaloğlu, 2017).
- Literatürde yeni medya, eleştirel ve eleştirel olmayan medya ve iletişim çalışmaları kapsamında tartışılmaktadır (Polat, 2018).

## ARAŞTIRMANIN AMACI, KAPSAMI VE YÖNTEMİ

### Amaç ve Kapsam

İİBF öğrencileri, finans gazeteleri, iş dergileri, akademik kitaplar, blog okumaları, iş olanakları, yeni insanlarla tanışmak, yeni kültürleri görmek, okunan bölümün farklı ülkelerdeki ders içeriklerine erişebilmek gibi amaçlarla medya kaynaklarını kullanabilmektedir. Bu kaynaklar, İİBF bölümlerde okuyan öğrenciler için finans haberlerini, iş bloglarını, akademik veri tabanları gibi birçok içeriği barındırmaktadır. Örneğin, dijital kamu politika ve hizmetlerinin gelişimiyle birlikte e-katılım üzerinden yapılan araştırmalar özellikle Siyaset Bilimi ve Kamu Yönetimi Bölümü öğrencilerini etkilemiş, kamu alanındaki stratejileri ve eğilimleri geliştirmiştir. Diğer taraftan, medya tüm öğrencilere geniş bir bilgi yelpazesine ulaşma fırsatı vermektedir. Genç kullanıcılar öğrenimleri sırasında dijital platformlarda araştırma yapar, akademik makalelere ve ders materyallerine ulaşmak için farklı medya araçları kullanırlar. Ayrıca, sosyal medya platformlarında sektördeki gelişmeleri takip edebilirler. Gelişen teknoloji ile İİBF öğrencilerinin medya ile ilgilenirken hangi amaçla hangi sosyal medya platformlarını (Twitter, Instagram, Google, Tik Tok, Facebook, LinkedIn, YouTube, ChatGPT gibi) kullandıkları gibi spesifik ve detaylı bilgi sunma, alandaki boşluğu doldurma hedefi bu araştırmanın özgün amacını oluşturmaktadır.

Araştırmada, İİBF öğrencilerinin basılı ve dijital medyaya yönelik eğilimleri ve onları nasıl kullandıklarını anlamak için istatistiksel analizlerden faydalanılacaktır. Bu, öğrencilerin medya kaynaklarını kullanma düzeyi, bilgi güvenliği düzeyi, bilgi edinme alışkanlıkları ve içeriklerini nasıl değerlendirdikleri gibi konular üzerinden anket yapılacaktır. Bununla birlikte, dijital medyaya yönelik öğrenci tercih ve eğilimlerinde artış olduğu bilinmektedir. Bu kapsamda, güncel koşullar içerisinde üniversite gençlerinin hangi amaçlarla hangi platformları kullandıklarının tespit edilmesi, bu araştırmanın özgün yanını ve sınırlılığını oluşturmaktadır.



Araştırmanın temelini oluşturan araştırma soruları ise şunlardır:

- Üniversite öğrencilerinin basılı medya ve dijital kullanma amaçları nelerdir?
- Üniversite öğrencilerinin en sık kullandıkları basılı medya ve dijital medya platformları nelerdir?
- Hangi nedenlerle ilgili platformu daha çok kullanmaktadır?
- Öğrencilerin en çok tercih ettikleri basılı medya materyali ve dijital platformu nedir?
- Gelişen bilgi ve iletişim teknolojileri, öğrencilerin basılı medyadan dijital medyaya geçişini ne ölçüde etkilemektedir?
- Üniversite öğrencilerinin öğrenim gördükleri bölüm ile medya tercihleri arasında bir ilişki var mıdır?
- Medya kaynaklarına erişirken hangi faktörleri göz önünde bulunduruyorsunuz? (Güvenilirlik, doğruluk, tarafsızlık, popülerlik, hedefe yönelik olması vb.)

Araştırmanın genel amacı basılı ve dijital medya kaynaklarının neden fazla veya az ilgi gördüğüne atıf yapılarak bu alanda araştırma yapan kişilere katkıda bulunmaktır. Araştırmanın özel amacı ise Anadolu Üniversitesi İİBF öğrencilerinin farklı amaçlar doğrultusunda yazılı ve dijital medya araçlarını ne ölçüde tercih ettiklerini ve bunları etkileyen faktörleri incelemektir. Araştırma, öğrencilerin medya kaynaklarını kullanma düzeyi, bilgi güvenliği düzeyi, bilgi edinme alışkanlıkları ve içeriklerini nasıl değerlendirdikleri gibi konuları incelemektedir. Araştırmada, Anadolu Üniversitesi İİBF öğrencilerinin; araştırma, bilgi edinme, güncel gelişmeleri takip etme, eğlenme, boş vakitlerini değerlendirme ve eğitim görme gibi amaçlarını yerine getirirken yazılı ve dijital basın ve yayın araçlarını ne oranda tercih ettiklerinin ortaya koyulmaktadır. Ayrıca, bu öğrencilerin tercih düzeylerini etkileyen faktörler araştırılmakta, öğrencilerin okudukları bölüm ve ilgilendikleri alanlarla ilgili ilişki incelenmiştir. Bu araştırmada, aşağıda sunulan unsurların tespit edilmesi öngörülmüştür;

- İİBF öğrencilerinin hangi basılı medya araçlarını kullandıklarının belirlenmesi
- İİBF öğrencilerinin hangi dijital medya araçlarını kullandıklarının belirlenmesi
- Anket tekniği kullanılarak basılı medya ve dijital medya araçlarının kullanım sıklıklarının 500 öğrenci üzerinden belirlenmesi
- Ankete katılan öğrencileri hangi kullanım amacıyla hangi medya türünü tercih ettiğinin saptanması
- Öğrencilerin cinsiyet ve gelir durumları, uzmanlık eğilimlerine yönelik medya tercihleri ile olan bağlantılarının ortaya çıkarılması
- Üniversite öğrencilerinin yaptıkları medya tercihlerinin arkasındaki nedenlerin sıralanması

- Yapılan dijital medya veya basılı medya tercihlerine göre en çok kullanılan materyal ve platformları saptama
- Günümüz dünyasında hızla değişim gösteren dijital medyadaki gelişmelerin öğrencilerin medya tercihlerinde ne yönde bir etki oluşturduğunun ortaya konulması

İlgili hipotezler doğrultusunda İİBF öğrencilerinin amaçlarına göre medya kullanımları sınıflandırılarak kariyer hedeflerine göre medya eğilimleri araştırılmıştır. Ayrıca araştırmada, İİBF öğrencilerinin medyaya yönelik eğilimleri ve onu nasıl kullandıklarını anlamak için istatistiksel analizlerden faydalanılmış, öğrencilerin medya kaynaklarına güven düzeyi, bilgi edinme alışkanlıkları ve medya içeriğini nasıl değerlendirdikleri gibi konular üzerinden anket çalışması yapılmıştır.

## YÖNTEM

### Verilerin Toplanması ve Analizi

Araştırma verilerinin toplanması için Anadolu Üniversitesi Sosyal ve Beşerî Bilimler Yayın Araştırması Etik Kurulu'ndan "Etik Kurul Onay Belgesi" izni alınmıştır. Anket soruları İİBF’de kayıtlı ve farklı bölümlerde okuyan 500 öğrenciye uygulanmıştır. Anket soruları uygulanmadan önce ilgili öğrencilere tanıtılmış ve gönüllü bir şekilde katılım sağlamaları sağlanmıştır. Anket soruları yanıtlanırken katılımcıların cevapları gizli tutularak istedikleri zaman anket araştırmasından çekilebilecekleri belirtilmiş olup ankete kişisel bilgilerini belirtmemeleri ve anketteki soruların doğru veya yanlış bir cevabının bulunmadığı hatırlatılmıştır.

Anket verilerinin toplanması sonrasında analiz öncesinde ilk olarak verilerin normallik, uç-değer ve kayıp veri olup-olmama durumu incelenmiştir. Araştırma soruları için ortalama değer ve standart sapma değeri hesaplanmıştır. Öte yandan, Anadolu Üniversitesinde yüksek okul, lisans ve lisansüstü örgün öğretim programlarında 2023-2024 bahar döneminde kayıtlı öğrencisi sayısı toplam 24.485’tir. 500 öğrenciyi içeren örneklem, bu evrenin %2’sini oluşturmaktadır. Ancak araştırma toplam 4.300 öğrencisi olan İİBF’deki öğrencilere uygulandığı için örneklem bu araştırma evreninin yaklaşık %12’sini oluşturmaktadır. Ayrıca, İİBF’deki her bölümden 25 öğrenciye anket uygulanarak eşit ve dengeli bir örneklem dağılımı sağlanmıştır.

Anket uygulaması sırasında medya tercihleri “seçeneklerle”, kullanım düzeyleri ve dezenformasyona yönelik algıları “5’li likert ölçeğiyle” ve ortaya konan varsayımlar ve medya yetkinlikleri ise “evet-hayır” testi ile ölçülmüştür. Analiz yöntemi adına anketlere verilen cevapların geçerliliğini test etmek için “çapraz doğrulama” olanağı sunan sorular da eklenmiştir. Saha araştırması sonucu toplanan veriler IBM SPSS 26 sürüm programı kullanılarak analiz edilmiştir.

## BULGULAR

Araştırmada anket uygulaması 304'ü kadın, 196'sı erkek; iktisat, işletme, maliye, çalışma ekonomisi ve endüstri ilişkileri, siyaset bilimi ve kamu yönetimi bölümlerinden eşit sayıda 100'er öğrenci olmak üzere toplamda 500 öğrenciye uygulanmıştır. İlk olarak öğrencilerin basılı ve dijital medya kullanım sıklıklarına bakıldığında öğrencilerin %58'inin basılı medyayı günde 1-2 saat kullandığı, dijital medyayı ise günde 3 saatten fazla kullananların oranının %79,2 olduğu görülmüştür. Öğrencilerin en çok kullandıkları basılı medya aracının kitap olduğu; gazete, dergi ve broşür kullanımlarının oldukça düşük düzeyde olduğu saptanmıştır. Dijital medya araçlarından ise en fazla kullanılanın %79,6 ile telefon olmasının yanı sıra bilgisayar kullandığını söyleyenlerin oranı da %52,8'dir.

En çok kullanılan dijital medya aracı olan telefon içerisinde en çok tercih edilen uygulamalar sırasıyla; Whatsapp, Youtube, Instagram, Twitter'dır. Tablo 3'te dijital medya araçlarını kullanım amaçlarına yönelik veriler sunulmaktadır.

**Tablo 3.** Dijital Medya Araçlarını Kullanım Amaçları

Kullanım Amaçları	Cinsiyet	Kullanım Oranı (0-5)
Dijital Medya Araçlarını İletişim İçin Kullananlar	Kadın	<b>4.260</b>
	Erkek	3.969
Dijital Medya Araçlarını Hobi/Eğlence İçin Kullananlar	Kadın	<b>4.247</b>
	Erkek	4.041
Dijital Medya Araçlarını Haber Okumak İçin Kullananlar	Kadın	3.503
	Erkek	<b>3.607</b>

Cinsiyet-amaç ilişkisi göz önünde bulundurulduğunda kadın öğrencilerin dijital medyayı daha çok iletişim ve hobi amaçlı kullandığı görülürken erkeklerin haber okuma amacıyla dijital medyayı daha fazla kullandığı ortaya konulmuştur. Tüm öğrenciler birlikte ele alındığında ise öğrenciler dijital medyayı en fazla hobi/eğlence amacıyla kullanmaktadır.

**Tablo 4.** Kullanıcıların Medya Tercihleri

Amaçlar	Siyaset Bilimi ve Kamu Yönetimi	Çalışma Ekonomisi ve Endüstri İlişkileri	Maliye	İktisat	İşletme
İletişim Kurmak	<b>4.26</b>	4.10	4.17	<b>3.97</b>	4.23
Haber Okumak	<b>3.87</b>	3.51	3.48	<b>3.38</b>	3.47
Hobi ve Eğlence	4.16	<b>4.28</b>	<b>4.05</b>	4.08	4.24

Tablo 4'te bölüm-medya tercihlerindeki amaç ilişkisi ortaya konulmuştur. Görülmüştür ki haber okuma ve iletişim kurma amacıyla en fazla dijital medyayı kullananlar siyaset bilimi ve kamu yönetimi öğrencileridir.

Hobi/eğlence amacıyla dijital medyayı en çok kullanan öğrenci grubu ise çalışma ekonomisi ve endüstri ilişkileri öğrencileridir.

E-gazete kullandığını söyleyen öğrencilerin oranı %13,4 iken; basılı gazete kullandığını söyleyen öğrencilerin oranı %9,4'tür. Ayrıca, öğrencilerin %75,6'sı dijital medyayı günceli takip etmek için kullandığını ifade etmiştir. Dijital medyayı günceli takip etmek için kullanan öğrencilerin en çok tercih ettikleri haber türü ise teknoloji ve siyaset olmuştur.

**Tablo 5.** Aile Gelir Düzeyi ve Dijital Medya Kullanım Oranı İlişkisi

Aile Gelir Düzeyleri	Kullanım Oranı (0-5)
8000₺-12000₺	3.98
12000₺-20000₺	4.08
4000₺ ve altı	4.08
20000₺ ve üzeri	4.21
4000₺-8000₺	<b>4.30</b>

Tablo 5 dikkate alındığında üniversite öğrencilerinin aile gelir düzeyi ve dijital medya kullanım oranları arasındaki ilişki incelenmektedir. Buna göre, aile gelir düzeyi ile dijital medya kullanımları arasında herhangi bir doğru veya ters orantılı bir ilişki söz konusu değildir. Dijital medyayı en çok kullandığını ifade eden grubun, aile gelir düzeyi 4000-8000₺ arasında olan öğrencilerdir. Bu durum, dijital medyanın toplumda geniş gruplara yayıldığını ve kullanımının alt gelir grubundaki insanlarda dahi yaygınlaştığını göstermektedir. Benzer biçimde, öğrencilerin anne ve babalarının eğitim düzeyleri kullanım amaçlarını ve düzeylerini etki eden bir faktör olarak ortaya çıkmaktadır.

**Tablo 6.** Basılı Medya ve Dijital Medyaya Güven Oranları

Basılı Medyayı Güvenli Bulanların Oranı	Dijital Medyayı Güvenli Bulanların Oranı
%40,6	%20,2

Tablo 6 göz önünde bulundurulduğunda, üniversite öğrencilerin hem basılı hem de dijital medyaya olan güvenlerinin %50 altında kaldığını özellikle dijital medyaya daha az güven duyulduğu ortaya çıkmaktadır. Öğrencilerin %65,4'ü hem basılı hem de dijital medyada dezenformasyonun yaygın olarak yaşandığını düşünmektedir. Öte yandan, öğrencilerin dijital medyayı daha çok kullanmalarına rağmen basılı medyayı güvenilir bulma oranları daha yüksektir. Dijital medyayı hiç kullanmadığını ifade eden öğrencilerin oranı %3,4, dijital medyayı bilgi almak için kullananların oranı ise %79'dur. Dolayısıyla, dijital medya yoluyla bilgi edinme amacı yüksek düzeydedir. Bununla birlikte, üniversite öğrencileri açısından dijital medyadaki en büyük iki

problemin gizlilik ve dezenformasyon olduğu ortaya çıkmıştır. Ayrıca, öğrencilerin dijital medya kullanım oranları yüksek, dijital medya yetkinlikleri ise oldukça yüksektir. Son olarak, birçok öğrencinin Google Drive, Zoom, Skype, Microsoft Team gibi uygulamaları kullanabildiği tespit edilmiştir.

## TARTIŞMA

Bu araştırma, Anadolu Üniversitesi öğrencilerinin medya kullanım alışkanlıkları ve medyaya yönelik algılarını incelemiş ve önemli bulgular sunulmuştur. Araştırma sonuçları, literatürdeki diğer çalışmalarla karşılaştırılarak tartışıldığında, benzerlikler ve farklılıklar ortaya çıkmaktadır. Medya kullanım sıklıkları ve tercihleri dikkate alındığında araştırmada, öğrencilerin dijital medyayı basılı medyadan daha fazla kullandıkları ve dijital medya araçları arasında telefonun en çok tercih edilen araç olduğu görülmüştür. Bu bulgu, dünya genelinde yapılan birçok çalışma ile uyumludur. Örneğin, Anderson ve Jiang (2018) tarafından yapılan bir araştırmada, gençlerin büyük çoğunluğunun dijital medyayı, özellikle akıllı telefonları, yoğun bir şekilde kullandıkları ortaya konulmuştur. Aynı şekilde, Türkiye'de yapılan araştırmalarda (İnce ve Koçak, 2017; Kurt vd, 2019) da benzer bir sonuç elde edilmiştir.

Dijital medya kullanım amaçları ve cinsiyet farklılıkları göz önünde bulundurulduğunda, kadın öğrencilerin dijital medyayı daha çok iletişim ve hobi amaçlı, erkek öğrencilerin ise haber okuma amacıyla kullandığı bulunmuştur. Bu bulgu, cinsiyet farklılıklarının dijital medya kullanım amaçlarında etkili olduğunu gösteren diğer çalışmalarla uyumludur. Örneğin, Tufekci (2008) tarafından yapılan bir araştırma, kadınların sosyal medya platformlarını daha çok sosyal bağlantılar kurmak için, erkeklerin ise bilgi edinmek için kullandığını belirtmektedir. Öte yandan medya güvenilirliği ve dezenformasyon kapsamında ortaya çıkan araştırma sonuçları, öğrencilerin hem basılı hem de dijital medyaya olan güvenlerinin düşük olduğunu, ancak basılı medyayı daha güvenilir bulduklarını göstermektedir. Ayrıca, öğrenciler dijital medyada yaygın olarak dezenformasyon yaşadıklarını düşünmektedirler. Bu bulgular, literatürdeki diğer çalışmalarla da desteklenmektedir. Tsfti ve Cappella (2003) tarafından yapılan bir araştırma, insanların basılı medyaya dijital medyadan daha fazla güvendiğini ve dijital medyada dezenformasyonun yaygın olduğunu ortaya koymaktadır.

Dijital medya ve sosyoekonomik faktörler ile ilgili bulgularda, dijital medya kullanımı ile aile gelir düzeyi arasında belirgin bir ilişki bulunmamıştır. Bu durum, dijital medyanın geniş toplum kesimleri tarafından benimsendiğini ve sosyoekonomik farklılıkların dijital medya kullanımını etkilemediğini göstermektedir. Literatürde de benzer bulgular mevcuttur. Örneğin, Van Deursen ve Van Dijk (2014) tarafından yapılan bir çalışma, dijital medya kullanımının sosyoekonomik statüden bağımsız olarak geniş kitleler tarafından benimsendiğini belirtmektedir.



Dijital medya yetkinlikleri ve eğitim konusunda öğrencilerin dijital medya yetkinliklerinin yüksek olduğu ve birçok dijital aracı kullanabildikleri görülmüştür. Bu bulgu, gençlerin dijital becerilerinin yüksek olduğunu ve dijital araçları etkin bir şekilde kullanabildiklerini gösteren literatürle uyumludur. Örneğin, Hargittai (2010) tarafından yapılan bir araştırma, gençlerin dijital medya araçlarını kullanma yetkinliklerinin yüksek olduğunu ortaya koymaktadır. Dolayısıyla bu araştırmanın bulguları, dijital medya kullanımının ve güvenilirlik algılarının, gençler arasında benzer eğilimler gösterdiğini ve sosyoekonomik faktörlerden bağımsız olarak geniş kitleler tarafından benimsendiğini göstermektedir. Ancak, dijital medya kullanımında karşılaşılan dezenformasyon ve gizlilik sorunları, medya okuryazarlığı eğitimlerinin önemini vurgulamaktadır.

## SONUÇ

Bu araştırma, Anadolu Üniversitesi öğrencilerinin medya alışkanlıklarına ve görüşlerine dair önemli bilgiler ortaya koymaktadır. Araştırma sonucunda elde edilen veriler, öğrencilerin dijital medyayı yoğun bir şekilde kullandığını, ancak güven düzeylerinin düşük olduğunu göstermektedir. Her ne kadar bilgi ve eğlenceye erişim için dijital medya yaygın olarak seçilse de araştırma bulguları geleneksel yazılı medyanın daha güvenilir olarak algılandığını belirlemiştir.

Araştırma, öğrencilerin dijital medyayı kullanma nedenlerinin cinsiyete ve öğrenim gördükleri alana göre farklılık gösterdiğini ortaya koymuştur. Kız öğrenciler dijital medyayı öncelikle sohbet ve boş zaman etkinlikleri için kullanma eğilimindeyken, erkek öğrenciler bunu güncel olaylardan haberdar olmak için daha fazla kullanma eğilimindedir. İİBF’de öğrenim gören öğrencilerin bölümleri dikkate alındığında, siyaset bilimi ve kamu yönetimi bölümünde okuyanların bilgi sahibi olmak ve başkalarıyla bağlantı kurmak için dijital medyaya daha fazla güvendiği ortaya çıkmıştır. Buna karşılık, çalışma ekonomisi ve endüstriyel ilişkiler bölümünde okuyan öğrencilerin dijital medyayı daha çok hobi ve eğlence amaçlı kullandıkları tespit edilmiştir. Ayrıca, aile gelir düzeyi ile dijital medya kullanımı arasında belirgin bir ilişki bulunmaması, dijital medyanın toplumun geniş kesimleri tarafından benimsendiğini göstermektedir. Ancak, dijital medyada yaygın olarak yaşanan dezenformasyon ve gizlilik problemleri öğrenciler tarafından en büyük sorunlar olarak belirtilmiştir.

## KAYNAKÇA

- Anadolu Ajansı (2022a). “Türkiye’de gençler yılda ortalama 25 kitap okuyor”. <https://www.aa.com.tr/tr/sirkethaberleri/egitim/turkiyede-gencler-yilda-ortalama-25-kitap-okuyor/672990> , (Erişim Tarihi: 01.05.2023).
- Anadolu Ajansı (2022b). “Gençlerin internette geçirdiği zaman televizyon izleme süresini 3’e katladı”. <https://www.aa.com.tr/tr/bilim-teknoloji/genclerin-internette-gecirdigi-zaman-televizyon-izleme-suresini-yaklasik-3e-katladı/2743829> , (Erişim Tarihi: 01.05.2023).
- Anderson, M., & Jiang, J. (2018). Teens, social media and technology 2018. Pew Research Center. URL: <https://www.pewresearch.org/internet/2018/05/31/teens-social-media-technology-2018/> (Erişim Tarihi 30.05.2024).
- Aydın, İ. E. (2016). Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Medya Kullanımları Üzerine Bir Araştırma: Anadolu Üniversitesi Örneği. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (35), 373-386.
- Bingöl, E., & Tahtaloğlu, H. (2017). Türkiye’de Üniversitelerin Sosyal Medya Kullanımı: Gazi Üniversitesi Örneği. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 22 (Kayfor 15 Özel Sayısı), 2405-2423.
- Dağıtmaç, M. (2015). Sosyal Medya Tercihlerinde Kullanıcıyı Etkileyen Faktörler. *Yayınlanmamış Doktora Tezi*. İstanbul: Yıldız Teknik Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Erten, P. (2019). Z Kuşağının Dijital Teknolojiye Yönelik Tutumları. *Gümüşhane Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 10(1), 190-202
- Eroğlu, Ş. ve Çakmak, T. (2020). Post-Truth Dönemini Anlamak: Hacettepe Üniversitesi Bilgi ve Belge Yönetimi Bölümü Öğrencilerinin Yeni Medya Araçları Kapsamında Bilgi Bozuklukları ve Doğrulama Algılarının Değerlendirilmesi. *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 39, 307-325.
- Eurostat (2022). “Consumption of online news rises in popularity”, <https://ec.europa.eu/eurostat/web/products-eurostat-news/-/ddn-20220824-1> , (Erişim Tarihi: 01.05.2023).
- Gençkaya, Ö., Gündoğdu, H. G. & Aytekin, A. (2021). Büyükşehir Belediyeleri Web Sitelerinin Yönetişim İlkeleri Açısından Değerlendirilmesi. *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 16(3), 705-726.
- Gündoğdu, H.G. (2021). Web Sitelerinin E-Katılım Düzeyleri Üzerine Bir Araştırma: Türkiye Büyükşehir Belediyeleri Örneği. *Iğdır Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, (28), 338-367.
- Hargittai, E. (2010). Digital Na(t)ives? Variation in Internet Skills and Uses among Members of the “Net Generation”. *Sociological Inquiry*, 80(1), 92-113.
- İnce, M., & Koçak, M. C. (2017). Üniversite öğrencilerinin sosyal medya kullanım alışkanlıkları: Necmettin Erbakan Üniversitesi örneği. *Karabük Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 7(2), 736-749.
- Kıran, Ö., & Eryılmaz, Ç. (2017). Üniversite Öğrencilerinde Medya Araçlarını Kullanım Alışkanlıkları: Sinop Üniversitesi Örneği. *Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 62(5), 87-102.
- Kurt, K., Aktaş, B., & Turan, A. H. (2019). Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Medya Kullanım Tercihlerinin İncelenmesi. *Yönetim Bilişim Sistemleri Dergisi*, 5(1), 1-15.
- Loh, C. E., & Sun, B. (2019). I'd Still Prefer to Read the Hard Copy: Adolescents' Print and Digital Reading Habits. *Journal of Adolescent & Adult Literacy*, 62(6), 663-672.

- Onursoy, S. (2018). Üniversite gençliğinin dijital okuryazarlık düzeyleri: Anadolu üniversitesi öğrencileri üzerine bir araştırma. *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, 6(2), 989-1013.
- Parlar, H. (2012). Bilgi Toplumu, Değişim ve Yeni Eğitim Paradigması. *Yalova Sosyal Bilimler Dergisi*, 2(4), 193-209.
- Polat, H. (2018). Geleneksel Medyada Temsil Sorunu: Alternatif Bir Mecra Olarak Yeni Medya. *Karadeniz Uluslararası Bilimsel Dergi*, (38), 45-60.
- Ratnasingam, M., & Ellis, L. (2012). Sex differences in mass media preferences across four Asian countries. *Journal of Media Psychology*. 23(4), 186-191.
- Sepetçi, T., & Mencet, M. S. (2017). Üniversite Öğrencilerinin Medya Kullanım Alışkanlıkları ve Eğitim Amaçlı Medyayı Kullanım Bilinci. *Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi SBE Dergisi*, 7(2), 192-218.
- Statista, (2022). "Share of respondents who read the written press every day or almost every day in the European Union from 2011 to 2022". <https://www.statista.com/statistics/452430/europe-daily-newspaper-consumption/>, (Erişim Tarihi: 01.05.2023).
- Statista, (2023). "Share of individuals in the European Union (EU-27) reading news online from 2013 to 2022". <https://www.statista.com/statistics/1237728/european-union-internet-users-reading-online-news/>, (Erişim Tarihi: 01.05.2023).
- Tsfati, Y., & Cappella, J. N. (2003). Do People Watch What They Do Not Trust? Exploring the Association Between News Media Skepticism and Exposure. *Communication Research*, 30(5), 504-529.
- Tufekci, Z. (2008). Gender, Social Capital and Social Network(ing) Sites: Women Bonding, Men Searching. *The Annual Meeting of the American Sociological Association*, Boston, MA.
- TÜİK (2022). Yazılı Medya ve Uluslararası Standart Kitap Numarası İstatistikleri, <https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Yazili-Medya-ve-Uluslararası-Standart-Kitap-Numarası-İstatistikleri-2021-45833>, (Erişim Tarihi: 01.05.2023).
- Uslu, Ş. (2019). Lise öğrencilerinin internet bağımlılığı, dijital oyun bağımlılığı ve sosyal medyaya yönelik tutumları arasındaki ilişkinin incelenmesi. *Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi*, İzmir: Ege Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü.
- Ünal, Y. (2009). Bilgi Toplumunun Tarihçesi. *Tarih Okulu Dergisi*, V, 123-144.
- Van Deursen, A. J., & Van Dijk, J. A. (2014). The digital divide shifts to differences in usage. *New Media & Society*, 16(3), 507-526.
- Vural, B. A., & Sabuncuoğlu, A. (2008). Bilgi İletişim Teknolojileri ve Ütopyan Bakış Açısı. *Selçuk İletişim*, 5(3), 5-19.
- Yalçınkaya, Y. (2010). Bilginin Farkındalık ve Farklılığında Organizasyonların Gelecek Alanı: İnovasyon. *Türk Kütüphaneciliği*, 24(3), 373-403.
- Yıldırım Şen, İ. E. (2019). Z kuşağının Sosyal medyayı Kullanmaya yönelik tutumlarının Sosyal Medya okuryazarlığı bağlamında değerlendirilmesi: Eskişehir ölçekli Bir araştırma. *Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü*.
- Yücel, İ. H. (1997). *Bilim Teknoloji Politikaları ve 21.Yüzyılın Toplumu*. Ankara: Devlet Planlama Teşkilatı Başkanlığı Yayını.