

## Gençlerde Akıllı Telefon Kullanımı Ve Akıllı Telefon Bağımlılığı Sorunsalı: “Akıllı Telefon(Kolik)” Üniversite Gençliği

**Mihalis KUYUCU**

Radyo TV Sinema Bölümü, İletişim Fakültesi

Aydın Üniversitesi

İstanbul

### Özet:

Bu çalışma, üniversite öğrencilerinin akıllı telefon bağımlılık düzeylerini betimlemek amacıyla gerçekleştirilmiştir. Çalışmanın birinci bölümünde Türkiye’de akıllı telefon kullanımı ile ilgili kavramsal ve istatistiksel bilgiler verilmiş akıllı telefon bağımlılığı ile ilgili dünyada ve Türkiye’de yapılan araştırmalar tartışılmıştır. Çalışmada İstanbul il sınırları içinde yaşayan 620 üniversite öğrencisine bir anket uygulanmıştır. Hazırlanan ankette Kwon vd (2013) geliştirdiği “Akıllı telefon bağımlılık ölçeği” kullanılmış ve ölçek üniversite öğrencilerine uygulanmıştır. Yapılan araştırmadan elde edilen bulgulara göre katılımcıların cinsiyetleri, yaşları ve cep telefonu kullanım özellikleri ile bağımlılık düzeyleri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişkinin olmadığı görülmüştür. Ancak bağımlılık ölçeğinin alt faktörlerine yönelik analizlerde pozitif beklentiler alt boyutuna yönelik görüşlerde 21-23 yaş grubundakilerin 27 yaş ve üzerinelere göre daha fazla cep telefonlarına olumlu anlam yükledikleri görülmüştür. Dolayısıyla pozitif beklentiler alt boyutu bakımından 21-23 yaş aralığında olan üniversite öğrencilerinin 27 yaş aralığında olanlara göre akıllı telefonlarına daha fazla bağlı olduklarını görülmüştür. Benzer bir sonuç, gelir düzeyi ile pozitif beklentiler arasında da bulunmuştur. Ailesinin geliri 1500 TL’nin altında olanlar, ailesinin geliri 1501-2500 TL ve 2501-3500 TL aralığındakilere göre akıllı telefonlarına daha az sayıda olumlu anlamlar yüklemektedir. Gelir düzeyine bağlı olarak kullanıcıların sahip olduğu akıllı telefonun kalitesine bağlı olarak değişen bir bağımlılık söz konusudur. Orta ya da alt segment akıllı telefon kullanıcılarının akıllı telefonlarını performanslı olarak kullanamamaları ve akıllı telefon kullanımından keyif almamalarından dolayı daha bu cihazlara az bağımlı olmaktadır. Akıllı telefon teknolojisinin sürekli bir gelişim içinde olması ve beraberinde fiyatlarının da ucuzlaması tüketicilerde akıllı telefon kullanımının yaygınlaşmasına neden olmaktadır Bu durum akıllı telefon bağımlılığı konusunun gelecekte toplumun psikolojik ve fiziksel gelişimine daha fazla etki edeceğini öngörüsünü ortaya çıkartmaktadır. Bu durum gelecekte bağımlılık araştırması yapan sağlık bilimine sigara tiryakisi, alkolik gibi kavramlara ek olarak “teknolojikolik” ve “akıllı telefonkolik” gibi kavramların da girmesine ve bu bağımlılık tartışmalarının artmasına neden olacaktır.

**Anahtar Kelimeler:** Cep Telefonu, Akıllı telefon, Mobil Telefon, Akıllı Telefon Bağımlılığı, Bağımlılık.

## Use Of Smart Phone And Problematic Of Smart Phone Addiction In Young People: "Smart Phone (Colic)" University Youth

### Abstract:

This study was conducted to determine the smart phone addiction levels of university students. In the first section of the study, conceptual and statistical information about smart phone use in Turkey was provided and the research studies conducted regarding smart phone addiction in the world and Turkey were discussed. In the study, a survey was implemented to 620 university students living within the borders of İstanbul province. The "smart phone addiction scale" developed by Kwon et al (2013) was used in the prepared survey and the scale was implemented to the university students. According to the findings of the research no significant relationship was observed statistically between gender, age, mobile phone usage characteristics and addiction levels of participants. However, it was observed that the ones in 21-23 age group attributed more positive meaning to mobile phones compared to the ones in 27 and over age group regarding the opinions towards sub dimension of positive expectations under the analysis for lower factor in addiction level. Therefore, it was observed that the university students within the range of 21-23 ages were more addicted to their smart phones compared to the ones within the range of 27 age in terms of positive expectations sub dimension. A similar result was found between positive expectations and the level of income. The ones whose families had income less than 1500 TL, attributed less positive meaning to their mobile phones compared to the ones whose families had income between 1501-2500 TL and 2501-3500 TL. There is an addiction varying depending on the income level and the quality of smart phone owned by the users. The users having middle or lower segment of smart phones are less dependent on these devices since they are unable to use their smart phones with the desired performance and they are unable to enjoy the use of smart phones. The facts that smart phone technology is in a constant development and the price also falls continuously cause the use of smart phones become widespread. This elicits a prediction that the issue of smart phone addiction would influence more on psychological and physical development of society in the future. This situation will cause the concepts such as "technology-colic" and "smart phone-colic" to be involved in the science of health conducting research regarding addiction in addition to the concepts of heavy smoker, alcoholic and to increase disputes of these addictions.

**Keywords:** Cell Phone, Smart Phone, Mobile Phone, Smart Phone Addiction, Addiction.

### Giriş

Enformasyon ve iletişim teknolojilerinde yaşanan gelişmeler, sosyal hayatı derinden etkilediği gibi toplumların enformasyona erişimi diğer bir deyişle ulusal ve uluslararası arenada gerçekleşen olaylar hakkında enformasyon sahibi olma yollarında da gözlemlenebilir farklılıklar meydana getirmiştir. Çağımızın en önemli iletişim aracı olan İnternet'in kısa bir zaman dilimi içerisinde radyo, televizyon ve gazetenin gerçekleştiremediğini yaparak küresel ölçekte hızlı bir şekilde yaygınlaşması, geleneksel medyanın toplumlar içerisindeki konumunu derinden sarsmıştır. Hatta geleneksel medyada çok önemli bir dönüşüm meydana

getirerek, mecralar arasındaki kalın duvarları yıkmıştır (Aktaş, 2012:2). Bu durum internet ile mecraların birbirine daha da yakınlaşmasının önünü açmıştır.

20. yüzyılın son çeyreğinden, yaklaşık olarak 1970'lerden itibaren, gerçekleşen bu teknolojik gelişmeler yeni medyanın ortaya çıkmasını mümkün kılmıştır. Bu dönemde, elektronik iletişim teknolojileri ile bilgisayarların iletişim alanında yaygın olarak kullanılmasıyla birbirinden çok kesin çizgiler ile ayrılan iletişim sistemleri arasındaki sınırlar geçerliliğini yitirmeğe başlamıştır. Bir zamanlar birbirlerinden farklı olarak nitelendirilen ve ayrı olan kitle iletişim araçları, telekomünikasyon ve bilgisayar sistemleri (veri iletişimi) iç içe geçerek yöneşme içerisine girmişlerdir (Uğur, 2003: 95). Artık tek bir iletişim sisteminden bahsetmek mümkün değildir. Yaşanan yöneşme bütünleşik bir iletişim sisteminin ortaya çıkmasına neden olmuştur. Günümüzde yeni medyanın en önemli örneği olarak kabul edilen İnternet ise yöneşme ilkesi sayesinde aynı kanal üzerinden ses, görüntü, metin ve diğer unsurlar ile çeşitlendirilmiş medya içeriğini kullanıcılarına hiçbir sınırlama olmaksızın sunabilmektedir (Karakaş, 2002: 77-78). Geleneksel medyanın aksine bu yeni içerik sunumunda işitsel ve görsel bileşenler bir arada kullanılmakta ve yeni bir içerik biçiminin ortaya çıkmasına neden olmaktadır.

İletişim teknolojilerinde yaşanan bu gelişmeler akıllı telefonların kapasitelerini ve dolayısıyla kullanım alanlarının sınırını da geliştirmektedir. Bu durum akıllı telefonların gündelik yaşam içinde daha fazla yer bulmasına neden olmaktadır. 2002 yılında mobil teknolojileri ana akım medya ile bütünleşmeye başlamıştır. 2G ve 3G ile beraber bilgiye hızlı ulaşma dönemi başlamıştır. Özellikle 3G teknolojisinde yaşanan gelişmeler yeni medyada çok büyük değişimlerin yaşanmasına neden olmuştur. 3G teknolojisi ile birlikte insanlar bilgiye akıllı telefonları ile daha rahat ulaşmaya başlamış bu durum akıllı telefonların bireylerin yaşamlarının bir parçası haline dönüşmesine neden olmuştur (Akçay, 2013: 59). Kullanıcılar akıllı telefonları ile öylesine bütünleşmiştir ki akıllı telefonlarını kıyafetleri ile neredeyse aynı oranda kullanmaya başlamışlardır.

Cep telefonları mobil cihazların en pratik ve en çok tercih edilenidir. Cep telefonlarına taşınabilir küçük cep bilgisayarlarının özelliklerinin eklenmesiyle de akıllı telefonlar üretilmiştir. Akıllı telefonlar, normal bir cep telefonundan daha fazla özelliğe sahiptir. Akıllı telefonların özelliklerinin kullanılabilir olması için yüksek işlemci performansına ihtiyaç duyulmaktadır. Bu bağlamda akıllı telefonlarda bilgisayarlarda kullanılanlara benzer mobil işletim sistemleri bulunmaktadır (en yaygın kullanılan işletim sistemleri; Microsoft Windows, Mac OS X, Linux, Android ve iOS). Özellikleri doğrultusunda mobil işletim sistemlerinin satış payları artarken mobil cihazlarda çalışan daha fazla uygulamanın geliştirilmesine

çalışılmaktadır. Ayrıca akıllı telefonlarda grafik işlemciler ve donanımsal özellikler de bulunmaktadır. Bu sayede akıllı telefonlar, konuşma ve mesajlaşmanın dışında, internette gezinmek, alışveriş yapmak, bilgiye ulaşmak, müzik dinlemek, basit tasarımlar yapmak ve oyun oynamak gibi birçok avantaja sahiptir. Aslında akıllı telefonların tüm bu işlevleri gerçekleştirmesini sağlayan en temel özelliği internete bağlanabiliyor olmalarıdır. Akıllı telefonlar, WAP teknolojisi sayesinde Kablosuz ağ ve/veya GPRS bağlantısı (GPRS, 3G, 3,5 G (HSPA) ve 4G (LTE veya Wimax standartlarından biri ile)) ile internete bağlanabilmektedir. Bu işletim sistemleri sayesinde akıllı telefonlar birçok farklı amaç için tercih edilmektedir (Özkoçak, 2016: 108). Bu işletim sistemi sayesinde akıllı telefonlar bir telefon olmaktan çıkıp taşınabilir bir küçük cep bilgisayarına dönüşmüştür.

Akıllı telefonların gündelik hayatın bir parçası olması beraberinde birtakım problemlere de neden olmaktadır. Henüz psikiyatri dünyasında net bir tanımı yapılmasa da akıllı telefon bağımlılığı, akıllı telefon kullanım sıklığına bağlı olarak gelişen bir bağımlılık türü olarak önemli bir araştırma ve tartışma konusu olmuştur.

Yapılan araştırmalar akıllı telefon bağımlılığının hem fiziksel hem de ruhsal problemlere neden olabildiği konusuna odaklanmış ve bu konunun özellikle gençlerin ruhsal gelişimlerine olan etkisi üzerine odaklanmıştır. Bu sorunsaldan hareket ederek bu çalışmada akıllı telefon bağımlılığı kavramının üniversitelerde eğitim gören gençlerde ki etkileri araştırılmıştır.

Bu kapsamda çalışmada önce akıllı telefon kullanımının gelişimi ve akıllı telefon bağımlılığı ile ilgili önceden yapılan akademik ve sektörel araştırmalara verilmiş, sonrasında akıllı telefon kullanımı ile ilgili yapılmış çalışmaların bulguları derlenmiştir. Çalışmanın son bölümünde ise akıllı telefon bağımlılığı ile ilgili olarak İstanbul'da eğitim gören üniversite öğrencilerinin özelinde gerçekleştirilen akıllı telefon bağımlılığı araştırmasının bulguları analiz edilmiştir.

### **Akıllı Telefon Kavramı ve Akıllı Telefon Bağımlılığı**

Gelişen teknolojinin bir ürünü olarak cep telefonları gündelik hayatın önemli bir parçası olarak hayatımıza girmiştir. Başlangıçta iletişim kolaylığı, mobil olma, iletişimi her an mümkün kılabilme gibi özellikleri ile ön plana çıkan cep telefonları, günümüzde bilişim teknolojilerinin de gelişmesi ile birlikte birçok farklı özelliği barındıran akıllı telefonlara evrilmiştir (Karaarslan ve Budak, 2012: 4549). Akıllı telefonların gelişimi çok hızlı olmuş ve bir anda eski telefonların pazardan çekilmesine neden olmuştur. Bir dönemler çok popüler olan Nokia akıllı telefon pazarına adapte olamayınca pazardan çekilmek zorunda kalmıştır.

İnternete bağlanabilen ve hem telefon hem de bilgisayar özellikleri gösteren, bir ekran klavyesi ya da harici klavyenin de bağlanabildiği akıllı telefonların cep telefonlarının içindeki payı, aralarında İngiltere ve ABD'nin de yer aldığı birçok ülkede yarıdan fazlaya ulaşmıştır. Genç kullanıcıların daha hızlı bir şekilde adapte olduğu akıllı telefonların işletim sistemleri, üreticisine göre farklılık gösterebilmektedir (Mac Sithigh, 2012: 1).

Sıradan mobil telefonlara göre çok daha üst düzeyde bilgi işlem kabiliyeti olan akıllı telefonlar, kullanıcılarına çeşitli uygulamalar yardımıyla bir bilgisayarda yapabilecekleri neredeyse her işi (eposta gönderip almak, ofis dokümanlarına erişim sağlamak ve düzenlemek, oyun oynamak, video / film izlemek vs.) yapmalarını sağlayarak geniş bir yelpazede kullanım olanağı sağlamaktadır. Akıllı telefonlar, dokunmatik ara yüzleri ile birden fazla uygulamayı aynı anda çalıştırma, dahili ya da eklenebilir hafızası yardımıyla görüntü ve / veya ses kaydı yapabilme gibi özellikleri ile günümüz kullanıcılarının hemen her ihtiyacına cevap verir niteliktedir (Ada ve Tatlı, 2012: 3). Kullanıcılar bugün bankacılık, yeme – içme, mesajlaşma, video ve fotoğraf çekme ve pek çok işi bu akıllı telefonlar aracılığı ile yapabilmektedir.

Her ne kadar herhangi yaştan herhangi biri akıllı telefon kullanıcısı olabilirse de akıllı telefon kullanımına en çok uyum sağlayanlar Y ve Z kuşağında yer alan bireylerdir. 1977-1994 arası doğanlar Y Nesli olarak adlandırılırken, bu kuşakta yer alan bireyler oldukça entelektüel ve teknolojiye yatkın niteliktedir. 1995 sonrası doğanlardan oluşan Z nesli ise oldukça komplike medya ve bilgisayar çevresinde yetişmiş, interneti daha fazla kavramış ve içselleştirmiş ve Y nesline göre daha uzman niteliktedir. Bu iki kuşak akıllı telefon kullanımında öne çıkmaktadır (Choudhary, 2014: 10-11). X kuşağı daha geleneksel kalsa da o kuşakta da akıllı telefon kullanımını artmaya başlamış ve akıllı telefonlar her geçen gün neredeyse tüm kuşakların gözde kullanım aracı haline dönüşmüştür.

Akıllı telefon kullanımı genellikle cep telefonu kullanımı içinde değerlendirilmekteyse de cep telefonu ile akıllı telefonu ayırmakta fayda vardır. Basit cep telefonları sesli iletişim ve kısa mesaj servisinin kullanımına imkan sağlarken, akıllı telefonlar Windows Phone, iOS, Symbian OS, Android, Linux gibi çok farklı işletim sistemiyle çalışarak internete erişim, konum bulma ve paylaşma, sosyalleşme gibi faydalar sağlamaktadır (Çakır, Demir, 2014: 215). Günümüzde üretilen akıllı telefonların tamamı bu işletim sistemlerinden birini kullanarak kullanıcılarına hizmetler vermektedir.

Bugün yalnızca iletişim amaçlı değil, multimedya, bankacılık, oyun, sağlıklı yaşam takibi vb. uygulamalar ile cepte taşınan bilgisayar haline gelen akıllı telefonların miladı 2007 yılında ilk kez piyasaya sürülen dokunmatik ekranlı iPhone kabul edilmektedir (De Prato,

Feijo, Simon, 2014: 20). İlk çıktığı günlerden bu yana ülkemizde ciddi bir pazar payı edinen cep telefonu ve akıllı telefonlar sayesinde GSM operatörlerine olan abonelik sayısı da sürekli artış göstermektedir. Bu süreçte sabit hat abone sayısı dramatik bir şekilde düşerken, cep telefonu abone sayısı ve internet abone sayısı ise hızlı bir şekilde artış göstermektedir.

**Tablo 1.** Abone Sayıları (TÜİK, 2015)

Yıl	Sabit telefon abone sayısı	Cep telefonu abone sayısı	İnternet abone sayısı
2007	18 201 006	61 975 807	4 842 798
2008	17 502 205	65 824 110	5 804 923
2009	16 534 356	62 779 554	8 849 779
2010	16 201 466	61 769 635	14 443 644
2011	15 210 846	65 321 745	22 371 441
2012	13 859 672	67 680 547	27 649 055
2013	13 551 705	69 661 108	32 613 930
2014	12 528 865	71 888 416	41 272 940
2015	11 493 057	73 639 261	48 617 291

Tablo 1’den görüldüğü üzere akıllı telefonların hayatımıza giriş yaptığı 2007 yılından bu yana sabit hat abone sayısı 18,2 milyondan 11,5 milyona gerilemiştir. Cep telefonu abone sayısı ise 62 milyondan 73,6 milyona çıkmıştır. Aynı dönemde internet abonelerinin sayısı da 4,8 milyondan 48,6 milyona yükselmiştir.

Türkiye’de MOBİSAD verilerine göre 2016 yılının ikinci çeyreğinde 3.87 milyon cep telefonu satılmıştır. Bu 2015 yılına göre yüzde 5’lik bir artışın varlığını göstermiştir. Türkiye’de 2016 yılının ikinci çeyreğinde satılan cep telefonlarının neredeyse tamamı akıllı telefon olmuştur. Satılan telefonlar içinde yüzde 22’lik bir pazar payı ile Samsung birinci sırada yer alırken 12,9’luk pazar payı ile Apple ikinci sırada yer almış, yüzde 8,9 ‘luk pay ile Huawei üçüncü sırada yer almıştır (Mobisad,2016). Çin’de üretilen Huawei’nin kısa bir süre içinde Türkiye’deki akıllı telefon pazarında üçüncülüğe çıkması bu pazardaki hareketliliğin de önemli bir göstergesi olmuştur.

Dorinsight’ın gerçekleştirdiği “Teknoloji Araştırması” sonuçlarına göre Türkiye’de akıllı telefonların değiştirilme sıklığı ortalama 2,5 yılda birdir. Bulgulara göre Türkiye’de akıllı telefon kullanıcılarının yüzde 39’u akıllı telefonlarını her iki yılda bir değiştirmektedir. Geriye kalanların yüzde 44’ü üç yılda bir telefonlarını değiştirirken, yüzde 11’lik kesim her yıl akıllı telefonunu değiştirmektedir (The Brand Age, 2016:73).

Yapılan tüm araştırmalardan elde edilen verilerden de görüldüğü gibi Türkiye’de mobil abonelik sayısı hızla yükselmektedir. Bu denli hızlı artış gösteren akıllı telefon

kullanımının bir cazibe unsuru olduğu açıktır. Ancak akıllı telefonların cazibesi yalnızca bağımlılık ya da yalnızca arz-talep ile açıklanabilecek bir konu değildir. Genel itibariyle tüketiciler, ihtiyaçlarının ne şekilde karşılanacağını değil, kimliğini en iyi nasıl destekleyeceği ve en iyi zevki nasıl alacağı ile ilgilenebilmektedir (İlhan, 2012: 447-448). Dolayısıyla akıllı telefonlar bir ihtiyaçtan çok bir statü göstergesi ve kimliğini oluşturma ve destekleme aracı olarak kullanılabilir.

Akıllı telefonların kullanım yaygınlığı ve kullanıcılar üzerindeki etkilerini araştıran çalışmalar çoğunlukla satış ve pazarlamaya yönelik olmasına rağmen, konu psikiyatrik ve psikolojik boyutu ile de ele alınmalıdır. Günlük yaşam ve kişiler arası ilişkilerdeki işlevselliği bozan yineleyici davranış bozuklukları, bağımlılık olarak alınmalıdır. Belli bir davranışa fazla uğraş, gerçek dünyadan uzaklaşarak haz veren davranışa devam etmek, davranışlar tekrarladıkça tolerans geliştirmek, davranışları kontrol etmede zorluk ve davranışın yinelenmesinin engellenmesi durumunda oluşan huzursuzluk gibi belirtiler, bağımlılık kapsamında değerlendirilmektedir (Noyan vd. 2015: 74).

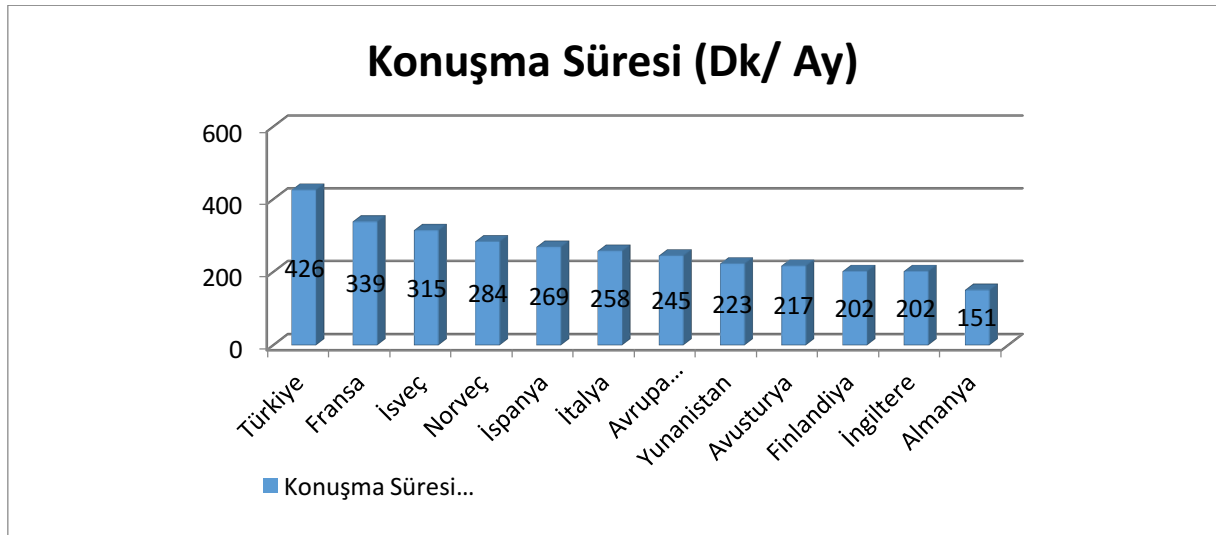
Bağımlılık, insanda heyecan oluşturulan her şeydir. Akıllı telefonlar da bireylerde heyecan uyandırdığı ölçüde bağımlılığa neden olmaktadır. Davranışçı yaklaşıma göre bir davranış sonucunda doyuma ulaşıyorsa ya da olumsuz bir durumdan bir davranış yolu ile çıkılabiliyorsa, ileride de bireyler bu davranışı yaparak doyuma ulaşma ya da olumsuzluktan kurtulmayı seçebilmektedir. Dolayısıyla akıllı telefonlar da bu özelliği ile bağımlılık yapıcı bir unsur olmaktadır (Ünal, 2015: 9).

Akıllı telefonlar, gündelik yaşamı kolaylaştırmasının yanında birtakım problemleri de beraberinde getirebilmektedir. Doğru kullanıldığı zaman son derece yararlı ve kolaylık sağlayan özellikleri olan akıllı telefonların, bilinçsizce ve aşırı şekilde kullanımı durumunda ise ciddi fiziksel ve psikolojik olumsuz etkileri olabilmektedir. Akıllı telefonların kullanımı ile ortaya çıkan başlıca fiziksel ve psikolojik rahatsızlıkları Ünal (2015: 8) şöyle maddeleştirmiştir:

- Sürekli ekrana bakmak nedeniyle baş ağrısı, göz sulanması, göz yorgunluğu gibi fiziksel sağlık sorunlarına neden olması,
- Sosyal medya ve mesajlaşma uygulamalarının yaygınlaşması ile gerçek hayatta görüşmektense akıllı telefon üzerinden görüşmeye bağlı olarak asosyalliğe neden olması,
- Sürekli cep telefonunu kontrol etmek nedeniyle konsantre kaybına neden olması,
- Herkesle kolayca iletişim kurulabilmesi nedeniyle sağlıklı ve yasal olmayan ortamlara çekilebilme riski,
- Casus yazılımlar ile insanların özel hayatına müdahale edilebilmesi.

Akıllı telefon bağımlılığı, henüz net olarak tanımlanmamışsa da çoğunlukla telefondan uzak kalamama, sık sık telefonu kontrol etme, aşırı akıllı telefon kullanımı nedeniyle uykusuzluk ve uyku kalitesinin bozulması gibi belirtilerle ortaya çıkmaktadır. Akıllı telefon bağımlılığının altında yatan en temel unsurlardan biri, akıllı telefon aracılığı ile internete bağlanabilmektir. Mobil olmanın getirdiği avantaj ile her yerden internete erişim kolaylığı sağlaması, bağımlılığı arttırıcı bir unsur olarak karşımıza çıkmaktadır (Sevgi, 2013). İnternet arttıkça akıllı telefonlara olan bağımlılıkta da artış gözlemlenmektedir. Bir başka deyişle internet bağımlılığı akıllı telefonlara da yansımış ve akıllı telefonların bağımlılığına etki etmiştir.

İnternet hızında yaşanan artış akıllı telefon kullanımının artışı tetiklemiştir. Türkiye’de 1 Nisan 2016 tarihinde kullanıma açılan 4,5 G ile birlikte 2016 yılının ikinci çeyreğinde mobil geniş bant internet abonelerinin aylık ortalama internet kullanımı yaklaşık 2 kat artarak 1,9 gigabayt’tan 3,4 gigabayt’a çıkmıştır. Bu dönem içinde 38,6 milyon abone 4.5G’ye geçmiştir. Türkiye 2016 yılının ikinci çeyreğinde 426 dakika ile ortalama aylık mobil kullanım süresiyle daha önceki dönemler de olduğu gibi Avrupa ülkeleri arasında ilk sırada yer almıştır (Habertürk, 2016: 10). Grafik 1’de yer alan AB ve Türkiye’deki mobil abone başına ortalama konuşma süresi incelendiğinde de Türk insanının akıllı telefonla oldukça yüksek bir etkileşim içinde olduğu görülmektedir.



**Grafik 1.** AB Ülkeleri ve Türkiye’de Mobil Abone Başına Düşen Ortalama Konuşma Süresi

DORInsight tarafından yapılan “Mobil Alışveriş Araştırması”nda elde edilen verilere göre cep telefonu kullananların yüzde 97’si akıllı telefon kullanmaktadır. Aynı araştırmada



bilgisayar kullananların oranı yüzde 89, tablet kullananların oranı yüzde 56 olarak çıkmıştır. Araştırmaya katılanların tamamı akıllı telefonları aracılığı ile internete girdiklerini belirtmişlerdir. Akıllı telefonları internete girenlerin yüzde 59'u her gün akıllı telefonları ile internete girdiklerini belirtmişlerdir (Marketing Türkiye, 2016: 124-125). Akıllı telefon kullanımında yaşanan artış internet kullanımının da masa üstü bilgisayardan akıllı telefona doğru kaymasına neden olmuştur. Türkiye'de de tıpkı dünyada olduğu gibi internet her geçen gün daha fazla akıllı telefonlar aracılığı ile kullanılmaya başlanmıştır.

Deloitte'nin aralarında Türkiye'nin de bulunduğu 30 ülkeden 49 bin katılımcıya uyguladığı Global Mobil Kullanıcı Araştırması verilerine göre Türkiye genç ve dinamik nüfusu nedeniyle akıllı telefon bağımlılığının en yüksek olduğu ülkelerden biri olarak dikkat çekmektedir. Türkiye'de ki akıllı telefon kullanıcılar günde ortalama 70 kez cep telefonlarını kontrol ediyorlar, bu da bir akıllı telefon kullanıcısının her gün yaklaşık 15 dakikada bir ekran yüzü gördüğü anlamına gelmektedir (Digitalage, 2016: 92).

Alikaşifoğlu, (2012), akıllı telefon bağımlılığının dikkat eksikliği, hiperaktivite, depresyon, anksiyete, sosyal fobi gibi psikolojik rahatsızlıklara neden olduğunu belirtmiştir. Akıllı telefon kullanımı nedeniyle dış dünya ile ilişimi keserek içine kapanan kişiler, asosyallik sorunuyla baş başa kalabilmektedir. Sosyal hayata ilgi azalarak yüz yüze iletişim en aza indirgenmektedir (Alikaşifoğlu, 2012). Bu tabii ki sosyalleşmenin sanallaşmasına neden olduğu gibi toplumları yalnızlaştırmaktadır. Akıllı telefonlara yüklenen Whatsapp ve sosyal medya araçları ile iletişim kuran insanlar birbirlerinin sesini unutacak kadar birbirlerinden uzaklaşmakta ve akıllı telefonların esiri olmaktadır.

Akıllı telefon bağımlılığının ruhsal olduğu kadar fiziksel sorunlara yol açtığı da bilinmektedir. Bu fiziksel problemleri şu şekilde sıralamak mümkündür (Aslan ve Aylaz, 2014: 14-15):

***El Bileği Sendromu:*** Özellikle bilgisayar bağımlılarında daha fazla görülen bu sendromda elde uyuşukluk, başparmakta ve küçük parmakta yapısal bozulmalar, ağrı, sıkma gücünde azalma gibi fiziksel belirtiler görülmektedir.

***Boyun Kaslarında Tutulma:*** Akıllı telefon kullanımına bağlı olarak aynı pozisyonda sürekli aşağı yönde bakarak durmak, boyun kaslarının kasılmasına, sertleşmesine, uzun süreli kullanımda uyuşmaya neden olabilmektedir.

***Uyku Saatlerinde Azalma:*** Sürekli olarak akıllı telefon kullanımına bağlı olarak geç saatlere kadar uyanık kalmak uykusuzluğa neden olabilmektedir. Ayrıca gün içerisinde ekrandan yayılan mavi ışığa sürekli olarak maruz kalmak, uyku kalitesini bozmakta, iş ve okul başarısında düşüş yaşatmaktadır.

**Gözlerde Yorgunluk:** Aşırı akıllı telefon kullanımı, sürekli ekrana bakmaya bağlı olarak gözlerde yorgunluğa neden olmaktadır. Göz yorgunluğu, kızarıklık, gözlerde yanma ve sulanma gibi belirtiler görülebilmektedir.

Aşırı kullanım nedeniyle oluşan akıllı telefon bağımlılığına yönelik olarak 2015 yılında Bank of America tarafından gerçekleştirilen bir araştırmada, 18 yaş üstü akıllı telefon kullanıcılarının yüzde 52'sinin akıllı telefonlarını 5 ile 10 dakikada bir kontrol ettikleri ortaya konulmuştur. Yine yüzde 37'lik kesim yemek esnasında dahi akıllı telefonları ile ilgilenirken, yüzde 32'lik bir kesim ise önemli bir görüşmelerinde dahi akıllı telefonlarını kontrol ettiklerini belirtmiştir. Yüzde 25'lik bir kesim akıllı telefonlarını kullanırken uyuya kaldıklarını belirtmiştir (Bank of America, 2015). Bu veri akıllı telefon kullanımının yarattığı bağımlılığa önemli bir delil olarak gösterilebilir.

2015 yılında eMarketers tarafından yapılan başka bir araştırmaya göre ortalama bir kullanıcı kişisel bilgisayarlarında 142 dakika vakit geçirirken, akıllı telefonları ile 171 dakika geçirmektedir. Ancak bu sürenin yalnızca yüzde 13'ü telefon konuşmalarına ayrılmaktadır (Akt. Evans, 2016: 11).

Akıllı telefon bağımlılığına yönelik araştırmalar arasında Cheever ve diğerlerinin 2014 yılında gerçekleştirdikleri çalışma önem taşımaktadır. Çalışmadan elde edilen bulgulara göre akıllı telefonlarından ayrı kalma, üniversite öğrencilerinde kaygı belirtileri göstermeye neden olmaktadır. Öyle ki, akıllı telefondan ayrı kalmanın, ayrılık kaygısı ile eşdeğer olduğu ortaya konulmuştur. Akıllı telefonlarını daha fazla kullananların, daha az kullananlara göre bu belirtileri daha fazla gösterdiği de araştırmadan elde edilen sonuçlar arasındadır (Cheever vd. 2014).

Doğan ve Tosun'un (2016) lise öğrencilerinin problemleri akıllı telefon kullanımları ile sosyal kaygı ve sosyal ağ kullanımına yönelik çalışmasında lise öğrencisi kızların, erkeklere göre daha problemleri akıllı telefon kullandıkları ve daha fazla sosyal kaygı yaşadıkları görülmüştür. Lise öğrencilerinin sosyal kaygı düzeyleri arttıkça sosyal ağ kullanımının ve problemleri akıllı telefon kullanımının arttığı çalışmada ortaya konulmuştur (Doğan, Tosun, 2016: 99).

Akıllı telefon bağımlılığı ile ilgili olarak yapılan bir diğer çalışmada ise dışa dönük kişilik özelliğine sahip bireylerin, içe dönük kişilik özelliğine sahip bireylere göre daha fazla akıllı telefon bağımlılığı riski taşıdıkları gözlemlenmiştir. Yine nevroitik kişilik özelliğine sahip bireylerin de akıllı telefon bağımlılığı riski altında olduğu görülmüştür. Akıllı telefon bağımlılığı ile ilişkili olarak sosyal medya sitelerini çok sık kullanan bireyler ile narsistik kişilik arasında ilişki olduğu da çalışmada ortaya konulmuştur. Ayrıca akıllı telefon kullanım

sıklığının artması ile depresyon, stres ve kaygının da artış gösterdiği görülmüştür (Karaaziz, Keskindağ, 2015: 78). Akıllı telefon bağımlılığının artması o aracı insanların bir parçası gibi görmesine neden olmakta ve o aracın yokluğunda panik ve stres içine girmelerine neden olmaktadır. Telefonunun şarjının bitmesi kullanıcıyı bir anda paniğe itebilmekte ve onu çok değerli bir varlıktan yoksunmuş gibi hissetmesine neden olabilmektedir.

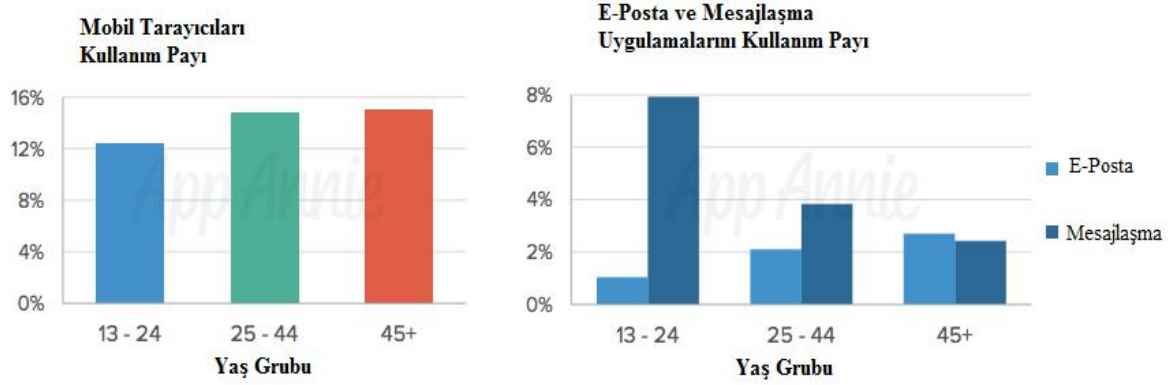
### **Akıllı Telefon Kullanımı ile İlgili Dünyada Yapılmış Araştırmalar**

ABD ve İngiltere’de yüzde 80’e ulaşan akıllı telefonların pazardaki payı, Türkiye’de 2015’te yüzde 57 olmuştur (Öncel, 2016). Bu denli yüksek kullanım oranına sahip akıllı telefonlar ile ilgili olarak çeşitli analiz şirketleri tarafından birçok araştırma yapılmaktadır. Bu araştırmalardan biri de Avrupalı Mobil Analiz şirketi Ajdust’ın mobil uygulamalara ilişkin olarak Türkiye’yi de dahil ederek yaptığı araştırmadır.

Z kuşağının akıllı telefon kullanım alışkanlığı ile ilgili bir başka çalışma ise ABD’de AppAnnie adlı kuruluş tarafından gerçekleştirilmiştir. 3 farklı yaş grubunun akıllı telefon kullanım alışkanlıklarını belirlemeye yönelik bu araştırmada uygulamalarda geçirilen günlük sürenin 2014 - 2015 yılları arasında yüzde 40 artış gösterdiği ortaya konulmuştur. Ayrıca aynı zaman diliminde günlük ortalama uygulamaları açma sayısı yüzde 30, oturum süresi uzunluğu ise yüzde 10 civarı artış göstermiştir. Veri tüketimi de yüzde 85 civarında artmıştır. (Demirel, 2016)

Rapora göre 13-24 yaş arasındaki kullanıcıların e-posta uygulamalarını kullanım süresi yüzde 1 civarındadır. Buna karşılık mobil mesajlaşma uygulamalarının kullanımı yüzde 8 düzeyindedir. 25-44 yaş aralığında bu oranlar eposta için yüzde 2, mobil mesajlaşma uygulamaları için yüzde 4 olarak gerçekleşirken, 45 yaş üzeri kitle için ise eposta kullanımı yüzde 3, mobil mesajlaşma uygulamaları için ise yüzde 2 civarında gerçekleşmiştir (Grafik 2) (Demirel, 2016)

Aynı araştırmada benzer durum, X-Y ve Z Kuşaklarının tarayıcı kullanımı konusunda da göze çarpmaktadır. 45 yaş üstü kitle tarayıcıyı en fazla kullanan kesimken (yüzde 13’ün biraz üzerinde), 13-24 yaş arasındaki kesim ise yüzde 12 düzeyinde mobil tarayıcı kullanmaktadır. Özetle, X ve Y kuşağının internet kullanım amacı olarak görülebilen eposta ve tarayıcı kullanımı, Z kuşağı açısından ilgi çekici durumda değildir (Demirel, 2016)



**Grafik 2.** AppAnnie-Uygulama Kullanım Yüzdesi

2015 itibariyle mobil cihaz sayısı dünya çapında 3,7 milyar adedi geçmiştir. Bu da dünya nüfusunun yarısı kadar mobil cihazın bulunduğunu göstermektedir. Küresel çapta 2015 itibariyle mobil ticaret hacmi 100 milyar dolar seviyesine ulaşmıştır. Online perakendecilik sektöründe mobilin payı yüzde 35'lere kadar ulaşmıştır. 2018'e kadar 700 milyar dolara kadar ulaşması tahmin edilmektedir (Öncel, 2016). Bu veriler mobil medya kullanımının kat ve kat artacağını da sinyallerini vermektedir.

Boulos (2011) ise akıllı telefon kullanımını sağlık açısından ele almıştır. eCAALYX adlı uygulamanın giyilebilir teknolojiler yolu ile bireylerin nabız ve tansiyon gibi sağlık durumunu toplaması ve akıllı telefonda bu bilgilerin geçmişini saklaması, GPS yardımıyla acil durumlarda yerini bilgilendirebilmesi, bu bilgilerin sağlık personeli tarafından kullanılması temelinde akıllı telefonların faydalı olabileceğini belirtmiştir (Boulos, 2011: 10). Akıllı telefonların sağlık hizmetinde ki bu kullanımı eleştiri konusu olan bu cihazların faydalarına da işaret etmektedir.

Malviya, Saluja ve Thakur (2013), Hindistan'da akıllı telefon satın alım kararlarına etkileyen faktörleri ortaya koymak amacıyla gerçekleştirdikleri çalışmada Hindistan'daki tüm cep telefonlarının yüzde 9'una tekabül eden toplam 27 milyon akıllı telefonun kullanımda olduğunu belirtmiştir. Bu akıllı telefonların ise fiyatına bakılmaksızın satın alındığını, markanın, sosyal olarak ifade ettiği simgenin ve statünün, teknolojik yapısının ve dayanıklılığının satın alım kararını en çok etkileyen faktörler olduğu ortaya konulmuştur (Malviya, Saluja, Thakur, 2013: 20).

Park ve Lee (2014), Koreli üniversite öğrencilerinin kullandıkları uygulamalar ve sosyal ilişkilere yönelik akıllı telefon kullanımının cinsiyete yönelik olarak değişip değişmediğini araştırmıştır. 226 Koreli üniversite öğrencisinin katıldığı araştırma sonucunda kadınların erkeklere göre daha fazla telefonun kamerasını kullandıkları, buna karşılık

erkeklerin ise kadınlara göre daha fazla konuştukları gözlemlenmiştir. Yine çalışmadan elde edilen sonuçlara göre kadınlar, mevcut sıkı arkadaşlarıyla daha fazla görüşüp aradaki bağı daha da kuvvetlendirirken, erkekler ise zayıf sosyal ilişki içinde oldukları ile konuşmaktansa yazışarak bağlantıya geçmeyi ve mevcut ilişkilerini geliştirmeyi seçmektedir (Park, Lee, 2014: 1).

### **Türkiye’de Akıllı Telefon Kullanımı**

Adjust’ın araştırmasına göre Türkiye’deki mobil cihaz kullanıcılarının yüzde 90’ından fazlası, indirdiği uygulamaları ikinci hafta itibariyle kullanmayı bırakmaktadır. Bu iki haftalık süre içerisinde ise bir uygulama ortalama 1,8 gün kadar kullanılmaktadır. Bir uygulamanın kullanım süresi Türkiye’de ortalama 65 saniye iken, Avrupa ortalaması 81 saniyedir. Türk kullanıcılar, uygulamayı indirdikten sonraki iki hafta içinde uygulamayı açma oranı açısından da yüzde 6,9 ile Avrupa’nın çok gerisindedir (Demirel, 2016).

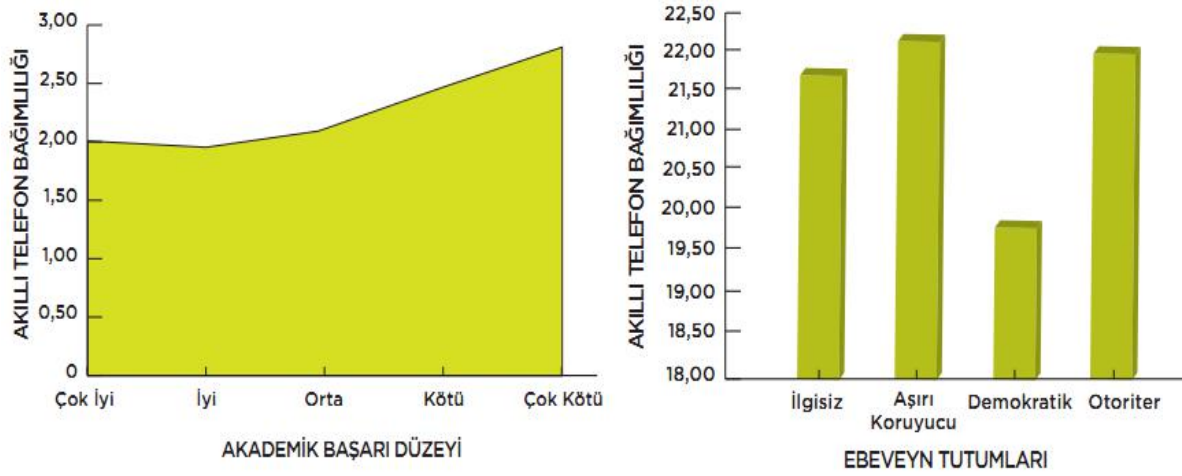
“We Are Social”ın global ölçekte hazırladığı dijital dünya araştırmasından elde edilen sonuçlara göre Ocak 2015’ten günümüze Türkiye’deki aktif abonelik sayısı yaklaşık yüzde 10 artış gösterirken, sosyal medya kullanıcıları da yaklaşık olarak yüzde 5 artmıştır. Mobil operatör abonelikleri ise yüzde 2’lik artış göstermiştir. Akıllı telefonlardan sosyal ağlara erişim ise 2014 yılına göre yüzde 13 artmıştır Aynı araştırmadan elde edilen bulgulara göre (We Are Social, 2016):

- Türkiye’de akıllı telefonların pazar payı yüzde 56 olarak gerçekleşmiştir.
- Akıllı telefonundan internete erişen 40,5 milyon aktif abone bulunmaktadır.
- Akıllı telefonlardan internete erişim günlük ortalama 2 saat 35 dakikadır.
- Akıllı telefonlardan web sitelerine erişim yüzde 46 düzeyinde olup bir önceki yıla göre yüzde 55 artış göstermiştir.
- Türkiye’deki mobil aboneliklerin yüzde 55’i ön ödemeli iken, yüzde 45’i faturalıdır.
- Mobil bağlantılarda 3G ya da 4,5G kullanan abonelerin toplam içerisindeki oranı ise yüzde 39’dur.
- Yüzde 32 ile Facebook en sık kullanılan sosyal ağıdır. Facebook’u yüzde 24 ile Whatsapp, yüzde 20 ile Facebook Messenger, yüzde 17 ile Twitter, yüzde 16 ile Instagram ve yüzde 15 ile Skype takip etmektedir.

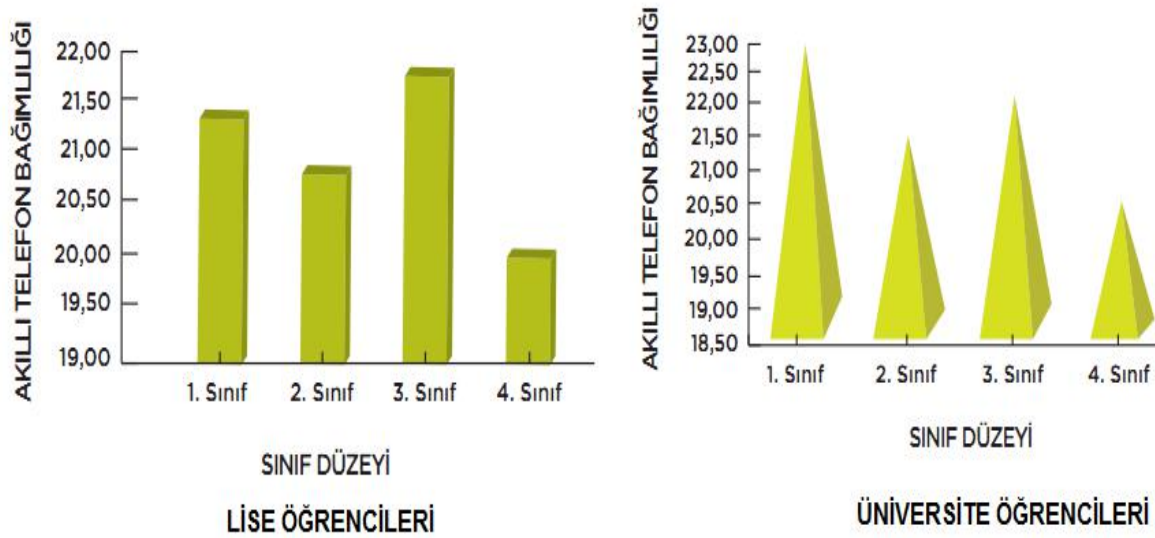
PewInternet’in 2012 yılında gerçekleştirdiği “Gençler, Akıllı Telefonlar ve Mesajlaşma” araştırmasından elde edilen bulgulara göre, 12-17 yaş aralığındaki Amerikan gençlerinin yüzde 23’ünün akıllı telefonu bulunmaktadır. Yine aynı yaş grubunda akıllı

telefonu olan gençlerin yüzde 30'u akıllı telefonlarının yanı sıra tablet bilgisayara sahip olup tablet bilgisayar üzerinden internete erişim sağlamıştır (Lenhart, 2012: 2-3).

İnsani ve Sosyal Araştırmalar Merkezi'nin "Teknoloji Kullanımı ve Bağımlılığı Açısından Türkiye Gençliğinin Fotoğrafi" adlı araştırmadan elde edilen bulgulara göre akıllı telefon bağımlılığı düzeyinin ve akıllı telefon kullanımı süresinin artmasının akademik başarı düzeyini düşürdüğü saptanmıştır. Ayrıca sağlıklı bir aile ortamı ve belli bir hedefe yönelik konsantrasyona sahip olmanın akıllı telefon bağımlılığını azalttığı gözlemlenmiştir (İHH, 2015: 20). Lise öğrencileri ile ilgili bulgular Grafik 4'de, üniversite öğrencilerine ilişkin bulgular ise Grafik 5'te sunulmuştur.



**Grafik 3.** Lise Öğrencilerinin Akıllı Telefon Bağımlılığı (İHH, 2015: 21-22)



**Grafik 4.** Hedefe Yönelik Sınavlara (LGS, KPSS) Hazırlanma ile Akıllı Telefon Bağımlılığı İlişkisi

Cep telefonu ve akıllı telefon ile ilgili olarak gerçekleştirilen akademik çalışmalar da son zamanlarda artış göstermiştir. Ünal ve Arslan (2013), devlet ve vakıf üniversiteleri eğitim fakültesi öğrencilerinin cep telefonu kullanım sıklıklarının ve marka tercihlerinin karşılaştırılması amacıyla gerçekleştirdikleri çalışmalarında, eğitim fakültesi öğrencilerinin cep telefonlarını yoğun bir şekilde kullandıkları ve günde 1 saatten fazla kullananların oranının olduğu bulunmuştur. Ortalama 20'den fazla kez günlük arama yapılırken, Turkcell en sık tercih edilen operatör olmuştur. Ünal ve Arslan, üniversite öğrencilerinin çoğunlukla şehir dışından olmaları nedeniyle aileleri ile sıklıkla konuşmaları nedeniyle bu sonuca erişilmiş olabileceğini öne sürmüştür, ayrıca zaman yönetimi konusunda üniversite öğrencilerine bir konferans verilebileceğini belirtmiştir (Ünal, Arslan, 2013: 1).

Elmas ve diğerlerinin (2015) teknolojik cihaz kullanım alışkanlıklarının okul başarı üzerine etkisini araştırdıkları çalışmalarında bilgisayarda oyun oynamanın okul başarısını düşürdüğünü, ancak akıllı telefon kullanımı ile okul başarısı arasında ilişki olmadığını belirtmişlerdir. Ancak hangi yöntemle bağlanırsa bağlansın, internette vakit geçirmenin okul başarısını olumsuz yönde etkilediği de çalışmadan elde edilen bulgular arasındadır (Elmas vd., 2015: 49).

İlhan (2012), yeni iletişim teknolojilerindeki yeniliklerin gündelik hayattaki yerini ortaya koymak için gerçekleştirdiği çalışmada iş dünyası ve akademik çevreden iPhone ve iPad kullanımının sebebine odaklanmıştır. Çalışmadan elde edilen bulgulara göre katılımcıların iPhone ve iPad cihazları, yalnızca imaj amacıyla değil işlevsel şekilde de kullandıklarını, ancak her iki durumda da kullanmak zorunda hissettiklerini ortaya koymuştur. İş hayatında iPhone ve iPad'in sunduğu yeni deneyimler ve uygulamalar ile artı değer sağladığı için sahip olmak durumunda hissettiklerini, ayrıca bu cihazlara sahip olmanın getirdiği prestij nedeniyle kullanmak konusunda baskı hissettikleri ortaya konulmuştur (İlhan, 2012: 443).

### **Uygulama**

Çalışmanın bu bölümünde üniversite öğrencilerine uygulanan araştırmanın yöntem ve analizi hakkında bilgiler sunulmuştur.

### **Araştırmanın Amacı ve Yöntemi**

Türkiye'de tüm cep telefonları içinde yüzde 56'lık paya ulaşan akıllı telefonlar her geçen gün daha fazla gündelik hayatta yer almaya başlamıştır. Sahip olduğu özellikleri ile gündelik hayatı kolaylaştırmasının yanı sıra, bilinçsizce kullanılması halinde bağımlılığa

kadar giden ölçüde hem fiziksel hem de psikolojik problemlere neden olmaktadır. Akıllı telefonların kullanım sıklığının artması ile birlikte fiziksel olarak el ve bilek ağrıları, boyun ağrıları, göz yorgunluğu, konsantre kaybı gibi fiziksel belirtilere neden olabileceği gibi, kaygı, stres, depresyon, yoksunluk halinde sinirlilik gibi psikolojik problemleri de beraberinde getirmektedir. Bu durum araştırmancının sorunsalını oluşturmuştur. Dolayısıyla bu araştırma, üniversite öğrencilerinin akıllı telefon bağımlılıklarını ortaya koymak amacıyla gerçekleştirilmiştir. Bu kapsamda araştırma aşağıdaki soruların cevabını aramaktadır:

S1: Akıllı telefon bağımlılık düzeyi cinsiyete ve yaşa göre farklılık gösterir mi?

S3: Akıllı telefon bağımlılık düzeyi cep telefonu değişim sıklığına ve cep telefonu tercih sebebine göre farklılık gösterir mi?

S5: Akıllı telefon bağımlılık düzeyi ailenin gelir düzeyine ve kullanım süresine göre farklılık gösterir mi?

S8: Akıllı telefon bağımlılık düzeyi kullanılan hat türüne, operatöre ve cep telefonu markasına göre farklılık gösterir mi?

Üniversite öğrencilerinin akıllı telefon bağımlılığını betimlemek için hazırlanan bu araştırmada anket (survey) tekniği kullanılmıştır. Orijini 19. Yüzyıla kadar giden anket araştırmasının ilk olarak 1912 yılında İngiltere’de Browley tarafından kullanılmıştır. Modern anket (survey) metotlarının kökleri, anket sürecinin üç temel kökünün geliştirildiği ve rafine edildiği 1930’larda atılmıştır. Bu üç temel kök örnekleme teknikleri, veri toplama teknikleri ve veri analizi için istatistikî metotlar olmuştur (Heer vd, 1999: 32). Anket tekniği, sosyal bilime ilişkin pozitivist yaklaşım içinde geliştirilmiştir. Anketler, sosyal dünya hakkında nicel enformasyon üretir ve insanların ya da sosyal dünyanın görünümünü betimler. Aynı zamanda açıklama ve keşfetme için de kullanılır. Anketler, cevaplayıcılar olarak adlandırılan çok sayıda insana inançları, fikirleri karakteristikleri ve geçmiş ya da şimdiki davranışları hakkında sorular sorar (Kuş,2012:44).

Araştırma için 49 sorudan oluşan bir anket hazırlanmıştır. Araştırmada kullanılan ankette, 5’li Likert tipi ölçek kullanılmıştır. Likert tipi ölçekleme, ölçekleme yöntemleri arasında en çok kullanılan bir ölçekleme tekniğidir. Kuruluşu ve güvenilirliği açısından diğer ölçeklere göre daha kolay ve güvenilir olandır (Aziz, 2014: 98). Araştırmada 1 “Kesinlikle Katılmıyorum” ve 5 “Kesinlikle Katılıyorum” aralığında Likert tipi hazırlanan toplam 33 ifadeden oluşan “Akıllı Telefon Bağımlılık Ölçeği”nden faydalanılmıştır. Anketin 16 soruluk bölümünde 3 tane demografik soru yer alırken on üç tane akıllı telefon kullanımını ölçen soru yer almıştır. Ankette kullanılan ölçekten alınan puan ortalamasının artması daha yüksek bağımlılık düzeyini ifade etmektedir. Araştırmada kullanılan bu ölçek ilk olarak Kwon vd



(2013) tarafından hazırlanmış ve uygulanmıştır. Uygulanan ilk ölçeğin güvenilirlik katsayısı 0,967 olarak gerçekleşmiştir. İlgili ölçeğin Türkçe formunun geçerlilik ve güvenilirlik çalışması ise Demirci vd. (2014) tarafından uygulanmış ve güvenilirlik katsayısı 0,947 olarak bulunmuştur.

Araştırmada evrendeki birey ve objelerin örnekleme çekilmesinde “olasılık” yöntemlerinin kullanılmadığı durumlarda başvurulan olasılık yönteminin tam tersi olan olasılıksız (ihtimali olmayan) yöntem kullanılmıştır. Olasılıksız yöntemde, örnekleme çıkacak her birey ve objeye eşit şans tanıma yerine, birey ve objelerin belirli özellikleri dikkate alınarak örnekleme alınması ya da alınmaması temel ilkesi vardır. Olasılıksız yöntemde , uygulamalarda değişik ölçütlerin alınmasından ötürü, farklı türler vardır. Bunlarda biri de uygun örneklemedir. Uygun örnekleme yönteminde, örneklem, araştırmacının çevresinde yakınında bulunan tanıdık, bildik çevreden çekilir (Aziz, 2014: 54). Araştırma İstanbul ilinde gerçekleştirilmiştir. Uygun örnekleme yönteminin kullanıldığı araştırma için hazırlanan anket İstanbul’da eğitim gören 620 üniversite öğrencisine uygulanmıştır.

Anketin planlama evresinden sonra araştırmacı veri toplamaya başlar. Bu aşama planlama evresine göre daha kısadır. Bu aşamada anket, yüz yüze ya da telefonla görüşme gibi biçimlerde uygulanmaya başlar. Cevaplayıcılara soru formu ya da görüşmeyi tamamlamaya ilgili talimatlar ve enformasyon verilir. Araştırmacı cevapları anında ya da cevapların hemen ardından kaydeder. Tüm cevaplayıcıların soru formunu tamamlamasından sonra araştırmacı verileri organize eder ve istatistiksel analiz için hazırlar (Neuman, 1997: 232).

Uygulanan anket üniversite öğrencilerine 01-30 Haziran 2016 tarihinde görüşme tekniği ile uygulanmıştır. Anket önce 20-25 Mayıs 2016 tarihleri arasında 30 kişilik (toplam örneklemin yaklaşık yüzde beşi) bir ön gruba uygulanmış ve bir ön testten geçirilmiştir. Yapılan ön uygulamada ankette yer alan tüm ifadelerin denekler tarafından anlaşıldığı, ankette anlam bozukluğu içeren veya anlaşılmayan bir ifadenin olmadığı görülmüştür. Yapılan test uygulamadan sonra anket toplam 655 üniversite öğrencisine uygulanmıştır. Anketin kalite ve kontrol uygulaması Frey ve Oishi’nin önerdiği kriterlere göre yapılmıştır.

Frey ve Oishi (1995: 14)’ye göre idare, kalite ve kontrole temel katkıyı yapar ve veri toplama sürecinde hatayı azaltır. Frey ve Oishi’ye göre anketin uygulanmasında dikkat edilmesi gereken bir diğer konu da görüşmecinin etkisidir. Görüşmeciler bazı durumlarda görüşme sırasında bazı etkilerde bulunma potansiyelini taşıyabilir. Örneğin görüşmeci cevaplayıcının cevaplarına ön yargılı olabilir. Görüşmeciler kendi düşüncelerini görüşme sırasında araya sokabilirler, cevaplara katılıp katılmadıklarını yüz ifadeleri ile ya da ses

tonlarıyla belli edebilir ya da soruları değiştirerek kendi kelimeleri ile sorabilirler. Görüşmeci sırasında ortaya çıkabilecek bu tarz olumsuz etkilere “görüşmeci etkisi” adı verilir. Görüşmeciler soru formu cevaplarının geçerlilik ve güvenilirliğini pozitif ya da negatif yönde etkileyebilirler. Soru formunun standardize olması ve görüşmecilerin iyi eğitilmesi gerekir (Frey ve Oishi, 1995: 28). Araştırmada “görüşmeci etkisi” ni minimuma indirmek amacıyla anket formunun standardizasyonuna özen gösterilmiş ve anketi uygulayan görüşmecinin yoruma neden olabilecek herhangi bir mimik veya konuşmadan kaçınarak cevaplayıcının sadece anket sorularına konsantre olması amaçlanmıştır. Yapılan kalite kontrolünün ardından eksik veya yanlış doldurulduğu tespit edilen 35 anket formu iptal edilmiş ve analizler 620 deneğin doldurduğu anket formları üzerinden yapılmıştır.

Araştırmanın analizinde öncelikle katılımcıların anket formunun kişisel bilgiler bölümünde yer alan sorulara verdikleri yanıtlar frekans ve yüzde dağılımları alınarak yapılmıştır. Anket formunun ikinci bölümünde ise Akıllı Telefon Bağımlılığı Ölçeği kullanılarak katılımcıların akıllı telefon bağımlılık düzeyi betimsel olarak ortaya konulmuştur. Ardından toplanan verilerin çözümlenmesinde istatistiksel analizlerden parametrik testler kullanılmıştır. Buna göre iki gruplu seçenekleri bulunan değişkenler için bağımsız örneklem t testi, ikiden fazla gruplu seçenekleri bulunan değişkenler için ise ANOVA analizinden faydalanılmıştır. Yapılan tüm analizler, SPSS for Windows 23.0 paket programı ile gerçekleştirilmiştir.

### **Araştırmanın Geçerlilik ve Güvenilirlik Analizi**

Güvenilirlik değeri, tekrar tekrar yapılan ölçümlerde aynı sonuca ulaşılma derecesinin bir göstergesidir. Bu nedenle anket soruları, güvenilirlik analizine tabi tutulmaktadır. Güvenilirlik analizinde Cronbach's Alfa katsayısından yararlanılmaktadır. İlgili katsayı 0 ile 1 arasında bir değer alır ve 1'e yaklaştıkça anketin güvenilirliği artar. Katsayının 0,70'in üzerinde olduğu durumlarda anketin güvenilir bir anket olduğu yorumu yapılmaktadır (Cihangiroğlu ve Cankul, 2011: 85). Yapılan Güvenilirlik Analizi sonucunda, çalışmada kullanılan anket formunun güvenilirlik değeri 0,70'in çok üzerinde bulunmuştur. Dolayısıyla çalışmada kullanılan ölçek, son derece güvenilir sonuçlar vermektedir.

**Tablo 2.** Güvenilirlik Analizi

Cronbach's Alpha	N
,921	33

Çalışmada Kullanılan “Akıllı Telefon Bağımlılık Ölçeği”nin geçerlilik ve güvenilirlik çalışması Demirci vd. (2014) tarafından gerçekleştirilmiştir. Çalışmadan elde edilen bulgular eşliğinde ölçekte yer alan ifadeler 7 faktör altında toplanmıştır. Bu ifadelerin numaraları ve faktörlerin isimleri tablo 3’te sunulmuştur:

**Tablo 3.** Faktörlerin İsimleri

	İfadeler							
Günlük Yaşamı Engelleme ve Tolerans	1	2	5	29	30	31	32	
Yoksunluk Belirtileri	10	11	12	13	14	15	16	
Pozitif Beklentiler			6	7	8	9	20	
Sanal Odaklı İlişkiler				21	22	23	26	
Aşırı Kullanım				17	18	19	28	
Sosyal Ağ Bağımlılığı						24	25	
Fiziksel Belirtiler					3	4	27	

### Bulgular

Bu kısımda araştırmanın bulgularına yer verilecektir.

#### Kişisel Özellikler

Araştırmaya katılanların yüzde 62,9’u erkek, yüzde 37,1’i ise kadındır. Araştırmaya katılanların yüzde 64,5’i 21 ile 23 yaş aralığında, yüzde 20,2’si 24 ile 26 yaş aralığında, yüzde 9,7’si 18 ile 20 yaş aralığında ve yüzde 5,6’sı ise 27 yaş ve üzerindedir. Yüzde 52,4’ünün ailesinin geliri aylık 3500 TL’nin üzerindedir. Yüzde 27,4’ünün ailesinin geliri 2501 TL ile 3500 TL arasında, yüzde 16,9’unun geliri 1501 TL ile 2500 TL arasında ve yüzde 3,2’sinin geliri ise 1500 TL’nin altındadır.

**Tablo 4.** Araştırmaya Katılanların Kişisel Özellikleri

Cinsiyet	N	%	Yaş	N	%
Erkek	390	62,9	18-20	50	9,7
Kadın	230	37,1	21-23	480	64,5
Toplam	620	100	24-26	125	20,2
Ailenizin Geliri	N	%	27 ve Üzeri	35	5,6
1500 TL altı	20	3,2	Toplam	620	100
1501 - 2500 TL	105	16,9			
2501 - 3500 TL	170	27,4			
3501 TL ve Üzeri	325	52,4			
Toplam	620	100			

Araştırmaya katılanların yüzde 49,2'sinin aylık kişisel harcaması 1000 TL ve altında iken, yüzde 29'unun 1001 TL ile 1500 TL arasında, yüzde 14,5'inin 1501 TL ile 2500 TL arasında ve yüzde 7,3'ünün kişisel harcaması ise aylık 2500 TL'nin üzerindedir.

**Tablo 5.** Araştırmaya Katılanların Aylık Kişisel Harcama Tutarlarına Göre Dağılımı

Kişisel Harcama Tutarı (Aylık)	N	%
1000 TL ve altı	305	49,2
1001-1500 TL	180	29,0
1501-2000 TL	90	14,5
2001 TL ve Üzeri	45	7,3
Toplam	620	100,0

Araştırmaya katılanların yüzde 33,9'unun aylık cep telefonu harcaması 50 TL'nin üzerindedir. Yüzde 22,6'sının 21-30 TL arası, yüzde 21,8'inin 41-50 TL'nin yüzde 16,9'unun 31-40 TL ve yüzde 4,8'inin ise 20 TL ve altındadır.

**Tablo 6.** Araştırmaya Katılanların Akıllı Telefon Kullanma Özellikleri

Aylık Cep Telefonu Fatura / TL Kullanımınız	n	%
20 TL ve Altı	30	4,8
21- 30 TL	140	22,6
31- 40 TL	105	16,9
41- 50 TL	135	21,8
51 TL ve Üzeri	210	33,9
<b>Total</b>	<b>620</b>	<b>100</b>
Cep Telefonu Değişim Sıklığınız	n	%
1 Yıldan Kısa	20	3,2
1-2 Yıl	185	29,8
2-3 Yıl	215	34,7
3 Yıldan Fazla	200	32,3
<b>Total</b>	<b>620</b>	<b>100</b>
Cep Telefonu Tercih Sebebiniz	n	%
Görünüş	75	12,1
Fonksiyonellik	495	79,8
Statü Sembolü Olması	50	8,1
<b>Total</b>	<b>620</b>	<b>100</b>
Akıllı Telefon Kullanım Süresi	n	%
1-2 Yıl	25	4
2-3 Yıl	80	12,9

3 Yıldan Fazla	515	83,1
<b>Toplam</b>	<b>620</b>	<b>100</b>
<b>Kullandığınız Hat Türü</b>	<b>n</b>	<b>%</b>
Faturalı	425	68,5
Ön Ödemeli	195	31,5
<b>Toplam</b>	<b>620</b>	<b>100</b>
<b>Kullanılan GSM Operatör</b>	<b>n</b>	<b>%</b>
Turkcell	385	62,1
Türk Telekom	190	30,6
Vodafone	45	7,3
<b>Toplam</b>	<b>620</b>	<b>100</b>
<b>Telefonunuzun Markası</b>	<b>n</b>	<b>%</b>
iPhone	310	50
Samsung	215	34,7
Diğer	95	15,3
<b>Toplam</b>	<b>620</b>	<b>100</b>

Araştırmaya katılanların yüzde 34,7'si cep telefonlarını 2-3 yılda bir, yüzde 32,3'ü 3 yıldan fazla sürede bir, yüzde 29,8'i 1-2 yılda bir ve yüzde 3,2'si ise 1 yıldan kısa sürede bir değiştirmektedir. Katılımcıların yüzde 79,8'i cep telefonlarını fonksiyonelliği nedeniyle tercih ettiğini belirtirken, yüzde 12,1'lik kesim görünüşü için, yüzde 8,1'i ise statü sembolü olması nedeniyle tercih ettiğini belirtmiştir. Yüzde 83,1'i 3 yıldan fazla süredir akıllı telefon kullandığını belirtmiştir. Yüzde 12,9'u 2-3 yıldır, yüzde 4'ü ise 1-2 yıldır akıllı telefon kullandığını belirtmiştir. Katılımcıların yüzde 68,5'i faturalı hat, yüzde 31,5'i ise ön ödemeli hat kullanmaktadır. Yüzde 35,5'i bağımlılık yapan herhangi bir uyarıcı kullanmadığını belirtirken, yüzde 30,6'sı hem alkol hem de sigara kullandığını, yüzde 16,1'i yalnızca sigara kullandığını, yüzde 17,7'si ise yalnızca alkol kullandığını belirtmiştir. Yüzde 62,1'i Turkcell, yüzde 30,6'sı Türk Telekom ve yüzde 7,3'ü ise Vodafone abonesidir. Araştırmaya katılanların yüzde 50'sinin telefonu Apple iPhone, yüzde 34,7'sinin Samsung ve yüzde 15,3'ünün ise diğer marka telefonu bulunmaktadır.

Katılımcılara akıllı telefonlarından kullandıkları sosyal ağ uygulamalarının neler olduğu sorulmuş ve birden fazla yanıt verebilme serbestisi sağlanmıştır. Bu nedenle verilen yanıtların toplam sayısı, toplam katılımcı sayısından fazladır. Buna göre katılımcılar, akıllı telefonlarından en çok Instagram'a bağlanmaktadır. Sonrasında ise Twitter ve Facebook gelmektedir.

**Tablo 7.** Araştırmaya Katılanların Akıllı Telefonlarından Bağlandıkları Sosyal Ağların Dağılımı

	N	%
Instagram	520	29,97
Twitter	395	22,77
Facebook	360	20,75
Snapchat	240	13,83
Whatsapp	60	3,46
Youtube	55	3,17
Diğer	50	2,88
Swarm	30	1,73
Tumblr	15	0,86
Spotify	10	0,58
	1735	100

### İstatistiksel Analizler

Bu kısımda istatistiksel analizlere yer verilecektir.

### Betimsel İstatistikler

Akıllı telefon bağımlılık ölçeğinde yer alan faktörlerin betimsel istatistiklerine bakıldığında, en yüksek puan ortalamasına sahip faktörün “pozitif beklentiler” faktörü olduğu görülmektedir (Ortalama 2,8129 ve St. Sapma 0,84073). Sanal odaklı ilişkiler boyutu ise en düşük puan ortalamasına sahip faktördür (Ortalama 1,7601 ve St. Sapma 0,98226).

**Tablo 8.** Betimsel İstatistikler

	Ortalama	St. Sapma
<b>Günlük Yaşamı Engelleme ve Tolerans</b>	2,5196	,78718
<b>Yoksunluk Belirtileri</b>	2,1014	,90750
<b>Pozitif Beklentiler</b>	2,8129	,84073
<b>Sanal Odaklı İlişkiler</b>	1,7601	,98226
<b>Aşırı Kullanım</b>	2,7056	,92945
<b>Sosyal Ağ Bağımlılığı</b>	2,7782	1,16922
<b>Fiziksel Belirtiler</b>	2,5672	,84902

Araştırmaya katılan üniversite öğrencilerinin akıllı telefon bağımlılık ölçeğinde yer alan ifadelerle yönelik görüşleri incelendiğinde en yüksek puan ortalamasına sahip ifadenin, 28. ifade olan “akıllı telefonumun bataryası tam doluyken bile bir gün gitmez” olduğu görülmüştür (Ortalama 3,38 ve St. Sapma 1,359). Buna karşılık en düşük puan ortalamasına sahip ifade ise 26. İfade olan “Akıllı telefondaki arkadaşlarımla zaman geçirmeyi gerçek

yaşamdaki arkadaşlarımla ya da diğer aile bireyleriyle zaman geçirmeye tercih ediyorum” ifadesidir (Ortalama 1,57 ve St. Sapma 1,037).

**Tablo 9.** Frekans Analizleri

	Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum	Ortalama	St. Sapma		Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum	Ortalama	St. Sapma
<b>B28</b>	11,3	20,2	13,7	29,0	25,8	<b>3,38</b>	1,359	<b>B5</b>	27,4	37,1	12,1	15,3	8,1	<b>2,40</b>	1,261
<b>B27</b>	8,9	19,4	16,1	43,5	12,1	<b>3,31</b>	1,177	<b>B33</b>	34,7	30,6	11,3	13,7	9,7	<b>2,33</b>	1,336
<b>B29</b>	8,9	21,8	15,3	40,3	13,7	<b>3,28</b>	1,207	<b>B18</b>	31,5	40,3	12,1	11,3	4,8	<b>2,18</b>	1,141
<b>B9</b>	12,9	19,4	25,0	33,1	9,7	<b>3,07</b>	1,197	<b>B31</b>	33,9	33,9	17,7	11,3	3,2	<b>2,16</b>	1,114
<b>B25</b>	12,9	29,8	9,7	33,1	14,5	<b>3,06</b>	1,317	<b>B15</b>	36,3	34,7	16,1	6,5	6,5	<b>2,12</b>	1,166
<b>B7</b>	9,7	26,6	25,8	29,0	8,9	<b>3,01</b>	1,144	<b>B10</b>	40,3	32,3	12,1	11,3	4,0	<b>2,06</b>	1,160
<b>B20</b>	16,9	30,6	20,2	20,2	12,1	<b>2,80</b>	1,281	<b>B11</b>	43,5	25,8	16,9	8,9	4,8	<b>2,06</b>	1,185
<b>B6</b>	13,7	29,0	28,2	24,2	4,8	<b>2,77</b>	1,110	<b>B16</b>	37,1	38,7	9,7	10,5	4,0	<b>2,06</b>	1,121
<b>B19</b>	29,0	25,8	4,8	24,2	16,1	<b>2,73</b>	1,500	<b>B1</b>	39,5	37,1	8,9	11,3	3,2	<b>2,02</b>	1,112
<b>B30</b>	15,3	37,1	20,2	21,8	5,6	<b>2,65</b>	1,148	<b>B3</b>	44,4	33,1	9,7	7,3	5,6	<b>1,97</b>	1,161
<b>B32</b>	23,4	34,7	10,5	24,2	7,3	<b>2,57</b>	1,283	<b>B12</b>	43,5	33,9	8,1	11,3	3,2	<b>1,97</b>	1,126
<b>B2</b>	23,4	33,1	14,5	22,6	6,5	<b>2,56</b>	1,251	<b>B21</b>	46,8	30,6	11,3	4,8	6,5	<b>1,94</b>	1,167
<b>B17</b>	26,6	29,0	13,7	25,0	5,6	<b>2,54</b>	1,278	<b>B13</b>	49,2	28,2	9,7	8,9	4,0	<b>1,90</b>	1,144
<b>B14</b>	25,8	22,6	29,0	16,9	5,6	<b>2,54</b>	1,206	<b>B23</b>	55,6	25,0	5,6	7,3	6,5	<b>1,84</b>	1,212
<b>B24</b>	28,2	29,0	15,3	20,2	7,3	<b>2,49</b>	1,291	<b>B22</b>	62,9	20,2	7,3	4,0	5,6	<b>1,69</b>	1,135
<b>B4</b>	30,6	32,3	8,9	20,2	8,1	<b>2,43</b>	1,326	<b>B26</b>	66,1	23,4	2,4	3,2	4,8	<b>1,57</b>	1,037
<b>B8</b>	26,6	33,9	17,7	15,3	6,5	<b>2,41</b>	1,216								

### Bağımlılık Faktörlerine İlişkin Analizler

Katılımcıların akıllı telefon bağımlılık ölçeğinin faktörlerine yönelik görüşlerinin cinsiyetlerine göre farklılık gösterip göstermediğinin belirlenmesi için bağımsız örneklem T testinden faydalanılmıştır. Yapılan analiz sonucunda katılımcıların görüşlerinin cinsiyetlerine göre hiçbir faktör için değişiklik göstermediği görülmüştür (Tüm faktörlere ilişkin p değerleri, 0,05 uç değerden büyüktür).

**Tablo 10.** Akıllı Telefon Bağımlılığı Faktörleri / Cinsiyet T Testleri

		N	Ortalama	St. Sapma	t	p
<b>Günlük Yaşamı Engelleme ve Tolerans</b>	Erkek	390	2,5861	,81452	1,261	<b>,210</b>
	Kadın	230	2,4068	,73338		

<b>Yoksunluk Belirtileri</b>	Erkek	390	2,1117	,92486	,166	<b>,868</b>
	Kadın	230	2,0839	,88708		
<b>Pozitif Beklentiler</b>	Erkek	390	2,8179	,82568	,085	<b>,932</b>
	Kadın	230	2,8043	,87482		
<b>Sanal Odaklı İlişkiler</b>	Erkek	390	1,8301	1,01089	1,057	<b>,293</b>
	Kadın	230	1,6413	,93043		
<b>Aşırı Kullanım</b>	Erkek	390	2,7596	,93232	,842	<b>,402</b>
	Kadın	230	2,6141	,92752		
<b>Sosyal Ağ Bağımlılığı</b>	Erkek	390	2,8141	1,23559	,462	<b>,645</b>
	Kadın	230	2,7174	1,05752		
<b>Fiziksel Belirtiler</b>	Erkek	390	2,5684	,87140	,020	<b>,984</b>
	Kadın	230	2,5652	,81912		

Katılımcıların akıllı telefon bağımlılık ölçeğinin faktörlerine ilişkin görüşlerinin yaşlarına göre farklılık gösterip göstermediğinin belirlenmesi için ANOVA analizinden faydalanılmıştır. Buna göre pozitif beklentiler faktörüne yönelik görüşler, cinsiyete göre farklılık göstermektedir ( $p=0,044 < 0,05$ ). Bu farklılığının kaynağının tespit edilmesi için gerçekleştirilen Tukey Çözümlemesi sonucunda ise farklılığın 21-23 yaş grubundakiler ile 27 yaş üzerindekiiler arasında olduğu görülmüştür. Buna göre 21-23 yaş grubundakiler, 27 yaş ve üzerinelere göre akıllı telefonlarına daha pozitif anlamlar yüklemektedir. Dolayısıyla 21-23 yaş grubundakilerin, 27 yaş üzerinelere göre cep telefonlarına daha bağlı olduğunu söylemek mümkündür.

**Tablo 11.** Akıllı Telefon Bağımlılığı Faktörleri / Yaş ANOVA Analizleri

		Ortalama	St. Sapma	F	p	Fark
<b>Günlük Yaşamı Engelleme ve Tolerans</b>	18-20	2,6786	,83327	,201	,895	
	21-23	2,5036	,78311			
	24-26	2,4800	,76251			
	27 ve Üzeri	2,5714	,98285			
	Total	2,5196	,78718			
<b>Yoksunluk Belirtileri</b>	18-20	2,0833	,75460	,026	,994	
	21-23	2,1179	,95108			
	24-26	2,0629	,87684			
	27 ve Üzeri	2,0816	,91791			
	Total	2,1014	,90750			
<b>Pozitif Beklentiler</b>	18-20	2,8667	,81054	2,773	<b>,044</b>	<b>2-4</b>
	<b>21-23</b>	2,8725	,85284			
	24-26	2,8400	,77244			
	<b>27 ve Üzeri</b>	1,9429	,61875			
	Total	2,8129	,84073			
<b>Sanal Odaklı İlişkiler</b>	18-20	1,4375	,40064	,634	,595	
	21-23	1,8344	1,09656			



	24-26	1,6800	,70534			
	27 ve Üzeri	1,7500	1,16369			
	Total	1,7601	,98226			
<b>Aşırı Kullanım</b>	18-20	2,9583	,99335	,723	,540	
	21-23	2,7281	,93473			
	24-26	2,6100	,91879			
	27 ve Üzeri	2,3571	,83986			
	Total	2,7056	,92945			
<b>Sosyal Ağ Bağımlılığı</b>	18-20	3,2500	1,15798	,866	,461	
	21-23	2,6813	1,18600			
	24-26	2,8400	1,20520			
	27 ve Üzeri	2,8571	,80178			
	Total	2,7782	1,16922			
<b>Fiziksel Belirtiler</b>	18-20	2,6389	,75823	1,810	,149	
	21-23	2,4458	,84850			
	24-26	2,8800	,82147			
	27 ve Üzeri	2,7143	,95119			
	Total	2,5672	,84902			

Araştırmaya katılan akıllı telefon kullanan üniversite öğrencilerinin akıllı telefon bağımlılık ölçeğinin faktörlerine ilişkin görüşlerinin ailelerinin gelirlerine göre farklılık gösterip göstermediğinin belirlenmesi için ANOVA analizinden faydalanılmıştır. Buna göre pozitif beklentiler faktörüne yönelik görüşler, ailelerinin gelirlerine göre farklılık göstermektedir ( $p=0,008 < 0,05$ ). Bu farklılığın kaynağının tespit edilmesi için gerçekleştirilen Tukey Çözümlemesi sonucunda ise farklılığın 1500 TL'nin altında gelire sahip olanlar ile 1501-2500 TL ve 2501-3500 TL arasında olanlar arasında olduğu görülmüştür. Buna göre ailesinin geliri 1500 TL'nin altında olanlar, akıllı telefonlarına daha az anlam yüklerken, ailenin geliri arttıkça cep telefonuna daha fazla anlam yüklenmektedir. Bu durum gelir düzeyine bağlı olarak kişinin sahip olduğu akıllı telefona, akıllı telefonun kalitesine bağlı olabilir. Akıllı telefonun kalitesine bağlı olarak yapabileceklerinin alternatifinin olması ve bunların takılmadan seri bir şekilde yapılabilmesi bağımlılığı arttırıcı unsur olabilir. Orta ya da alt segment akıllı telefon kullanıcılarının akıllı telefonlarını performanslı olarak kullanamamaları akıllı telefon kullanımından keyif almamalarına, nedenle daha az bağlanmalarına neden olabilir.

Katılımcıların akıllı telefon bağımlılık ölçeğinin faktörlerine ilişkin görüşlerinin kişisel harcamaya göre farklılık gösterip göstermediğinin belirlenmesi için ANOVA analizinden faydalanılmıştır. Buna göre hiçbir faktöre ilişkin görüşler, katılımcıların aylık harcama düzeylerine göre farklılık göstermemektedir. Tüm p değerleri, uç değer olan 0,05'ten büyüktür.

Katılımcıların akıllı telefon bağımlılık ölçeğinin faktörlerine ilişkin görüşlerinin cep telefonu değişim sıklığına göre farklılık gösterip göstermediğinin belirlenmesi için ANOVA analizinden faydalanılmıştır. Buna göre hiçbir faktöre ilişkin görüşler, katılımcıların cep telefonu değişim sıklığına göre farklılık göstermemektedir. Tüm p değerleri, uç değer olan 0,05'ten büyüktür.

Katılımcıların akıllı telefon bağımlılık ölçeğinin faktörlerine ilişkin görüşlerinin cep telefonu tercih sebebine göre farklılık gösterip göstermediğinin belirlenmesi için ANOVA analizinden faydalanılmıştır. Buna göre hiçbir faktöre ilişkin görüşler, katılımcıların cep telefonu tercih sebebine göre farklılık göstermemektedir. Tüm p değerleri, uç değer olan 0,05'ten büyüktür.

Katılımcıların akıllı telefon bağımlılık ölçeğinin faktörlerine ilişkin görüşlerinin cep telefonu kullanım süresine göre farklılık gösterip göstermediğinin belirlenmesi için ANOVA analizinden faydalanılmıştır. Buna göre hiçbir faktöre ilişkin görüşler, katılımcıların cep telefonu kullanım süresine göre farklılık göstermemektedir. Tüm p değerleri, uç değer olan 0,05'ten büyüktür.

Katılımcıların akıllı telefon bağımlılık ölçeğinin faktörlerine yönelik görüşlerinin kullandıkları hat türüne göre farklılık gösterip göstermediğinin belirlenmesi için bağımsız örneklem T testinden faydalanılmıştır. Yapılan analiz sonucunda katılımcıların görüşlerinin kullandıkları hat türüne göre hiçbir faktör için değişiklik göstermediği görülmüştür (Tüm faktörlere ilişkin p değerleri, 0,05 uç değerden büyüktür.

Katılımcıların akıllı telefon bağımlılık ölçeğinin faktörlerine ilişkin görüşlerinin aylık cep telefonu harcaması tutarına göre farklılık gösterip göstermediğinin belirlenmesi için ANOVA analizinden faydalanılmıştır. Buna göre hiçbir faktöre ilişkin görüşler, katılımcıların aylık cep telefonu harcaması tutarına göre farklılık göstermemektedir. Tüm p değerleri, uç değer olan 0,05'ten büyüktür. Ankete katılanların akıllı telefon bağımlılık ölçeğinin faktörlerine ilişkin görüşlerinin aylık cep telefonu harcaması tutarına göre farklılık gösterip göstermediğinin belirlenmesi için ANOVA analizinden faydalanılmıştır. Buna göre hiçbir faktöre ilişkin görüşler, katılımcıların aylık cep telefonu harcaması tutarına göre farklılık göstermemektedir. Tüm p değerleri, uç değer olan 0,05'ten büyüktür.

### **Bağımlılık Ölçeğine İlişkin Analizler**

Akıllı Telefon Bağımlılık Ölçeğinin tamamından alınan puan ortalamalarının cinsiyete ve kullanılan hat türüne göre değişiklik gösterip göstermediğinin belirlenmesi için bağımsız örneklem t testinden faydalanılmıştır. Yapılan analiz sonucunda tüm ölçeğe ilişkin puan

ortalamaları, cinsiyete ve hat türüne göre farklılık göstermemektedir ( $p=0,439$  ve  $p= 0,741 > 0,05$ ).

**Tablo 12.** Tüm Ölçeğe İlişkin T Testleri

		N	Ortalama	St. Sapma	t	p
<b>Cinsiyet</b>	Erkek	390	2,4983	,66759	,777	,439
	Kadın	230	2,4047	,61213		
<b>Hat Türü</b>	Faturalı	425	2,4767	,67856	,332	,741
	Ön Ödemeli	195	2,4351	,57831		

Akıllı telefon bağımlılık ölçeğinin tamamından alınan puan ortalamalarının yaşa, ailenin gelir düzeyine, kişisel harcamaya, cep telefonu değişim sıklığına, cep telefonu tercih sebebine, akıllı telefon kullanım süresine ve aylık cep telefonu harcamasına göre değişiklik gösterip göstermediğinin belirlenmesi için ANOVA analizlerinden faydalanılmıştır. Yapılan analiz sonucunda ölçeğin tamamından alınan puan ortalamasının, tüm değişkenlere göre farklılık göstermediği görülmüştür (Tüm değişkenlere ilişkin p değerleri, uç değer 0,05'ten büyüktür).

### Sonuç

Akıllı telefonlar insan yaşamına sağladığı kolaylıkların artması ile birlikte gündelik yaşamın ayrılmaz bir parçası olmuştur. Ancak sağladığı bu kolaylıkların yanında aşırı ve bilinçsiz kullanıma bağlı olarak gelişebilen akıllı telefon bağımlılığı, tıpkı alkol, sigara, uyuşturucu madde bağımlılığı gibi üzerinde ciddiyle durulması gereken bir konu olarak karşımıza çıkmaktadır. Akıllı telefon bağımlılığı, akıllı telefonda mahrum kalma / yoksun bırakılma durumlarında bu tip maddelere karşı vücudun gösterdiği belirtilere yakın belirtilere neden olmaktadır.

Bu çalışmada akıllı telefon bağımlılığı, üniversite öğrencileri örneğinde betimlenmiştir. Üniversite öğrencilerinin akıllı telefon kullanımı yönelik yapılan araştırma sonucunda akıllı telefon bağımlılığının cinsiyet, yaş ve cep telefonu kullanım özelliklerine göre farklılaşmadığı gözlemlenmiştir. Ancak alt faktörlere ilişkin analizlerde, yaş arttıkça akıllı telefonda beklentilerin azaldığı ve dolayısıyla daha düşük bir bağımlılığın olduğu görülmüştür. Ayrıca ailenin gelir düzeyi azaldıkça da akıllı telefon bağımlılığı azalmaktadır.

Çalışmada Kwon vd. (2013)'nin geliştirdiği “Akıllı telefon bağımlılık ölçeği” kullanılmış ve ölçek üniversite öğrencilerine uygulanmıştır. Ölçekte yer alan “Günlük Yaşamı Engelleme ve Tolerans”, “Yoksunluk Belirtileri”, “Pozitif Beklentiler”, “Sanal Odaklı İlişkiler”, “Aşırı Kullanım”, “Sosyal Ağ Bağımlılığı”, “Fiziksel Belirtiler” adlı faktörler incelenmiş ve “Akıllı telefon bağımlılık” ölçeğinde yer alan faktörlerin betimleyici istatistiklerine bakıldığında, en yüksek puan ortalamasına sahip olan faktörün “pozitif beklentiler” faktörü olduğu görülmüştür. “Sanal odaklı ilişkiler boyutu” faktörü ise en düşük puan ortalamasına sahip faktör olmuştur. Güvenilir sonuçlar veren ölçekte Türkiye’deki üniversite öğrencilerinin Kwon’un geliştirdiği akıllı telefon ölçeğini kabul ettiği görülmüştür. Yapılan bu ve benzer araştırmalar akıllı telefon kullanımının bağımlılığa dönüşmesi tehdidinin her geçen gün arttığını göstermektedir. Söz konusu ölçekte yer alan “Akıllı telefondaki arkadaşlarımla zaman geçirmeyi gerçek yaşamdaki arkadaşlarımla ya da diğer aile bireyleriyle zaman geçirmeye tercih ediyorum” ifadesi en düşük puan ortalamasına sahip ifade olmuştur. Bu ifadenin puanın düşük olması akıllı telefon bağımlılığının boyutunun henüz klinik boyutlara varmadığının da bir göstergesi olmuştur.

Araştırma kapsamında yapılan analizlerde katılımcıların ölçeğe yönelik görüşlerinin cinsiyetlerine göre değişiklik göstermediği görülmüştür. Ancak pozitif beklentiler faktörüne yönelik görüşler, cinsiyete göre farklılık göstermektedir. Buna göre 21-23 yaş aralığındaki akıllı telefon kullanıcıları, 27 yaş üzerindeki akıllı telefon kullanıcılarına göre cep telefonlarına daha bağlı olduğu ortaya çıkmıştır. Bu bulgu özellikle gençlerin akıllı telefon kullanma konusundaki isteklerinin nasıl da bağımlılığa dönüştüğünü göstermektedir. Yaş düştükçe akıllı telefonlara olan bağımlılık artmaktadır. Yapılan Anova analizinde pozitif beklentiler faktörüne yönelik görüşlerin ailelerin gelirlerine göre farklılık gösterdiğini göstermiştir. Buna göre ailesinin geliri 1.500 TL nin altında olanlar akıllı telefonlarına daha az anlam yüklerken, ailenin geliri arttıkça akıllı telefonlara yüklenen anlamlarda da artış olmaktadır. Buradan hareketle sosyo – ekonomik statüsü yüksek olan gençlerin akıllı telefonları bir statü simgesi olarak gördükleri söylenebilir.

Hiçbir faktöre yönelik görüş aylık harcama düzeyine, cep telefonu değişim sıklığına, cep telefonu kullanım süresine, aylık cep telefonu harcama tutarı ve kullanılan hat türüne göre farklılık göstermemektedir. Bu bulgu akıllı telefonun bağımlılığında telefonun kendi varlığının diğer etkenlere göre daha ağır bastığını göstermektedir.

Bu araştırma yeni nesillerin akıllı telefon bağımlılığı tehdidi ile karşı karşıya kalma olasılıklarının yüksek olduğu görülmüştür. Akıllı telefon bağımlılığının psikolojik olarak sağlıklı nesillerin yetişmesine tehdit edici yönünün incelenmesi ve akıllı telefon

bağımlılığının toplumsal bazda sigara ve alkol bağımlılığı seviyesine gelmeden giderilmesinin önüne geçilmelidir. Aksi halde “alkolik” “sigarakolik” gibi kavramların yanında “akıllı telefonkolik” kavramı yaygınlaşacak ve toplum sağlığını tehdit ederek sağlıklı nesillerin yetişmesine engel olacaktır.

### Kaynakça

- Ada, S., Tatlı, H. (2012). *Akıllı telefon kullanımını etkileyen faktörler üzerine bir araştırma*, Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi, İ.İ.B.F., İşletme Bölümü, Kahramanmaraş.
- Akçay, D. (2013). *The effects of interaction design in mobile publishing: Research on Newspaper Webpages Compality to Mobile Devices*. Yayınlanmamış Doktora Tezi, Yeditepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Aktaş, C. (2012). Hızlı yanıt veren kod aracılığı ile geleneksel gazete ile yeni medyanın yakınsaması. *Global Media Journal TR Edition*, Güz 2012, s.1-18.
- Alikaşifoğlu, M. (2012). *İnternet kullanımı ve çocuk ve ergen sağlığı Türk pediatri kurumu TBMM Sunusu*, 22 Nisan 2016 tarihinde <https://www.tbmm.gov.tr> adresinden alındı
- Aslan, S. & Aylaz , R. (2014). Akademisyenlerin internet bağımlılık düzeyleri ve buna bağlı oluşabilecek sağlık sorunların değerlendirilmesi. *İnönü Üniversitesi Sağlık Bilimleri Dergisi* 2014; 3 (2): 14-19 .
- Aziz, A. (2014). *Sosyal bilimlerde araştırma yöntemleri ve teknikleri geliştirilmiş ve gözden geçirilmiş* 9. Basım. Ankara: Nobel Yayınları.
- Bank of America, (2015). *Trends in Consumer Mobility Report*, [http://newsroom.bankofamerica.com/files/doc\\_library/additional/2015\\_BAC\\_Trends\\_in\\_Consumer\\_Mobility\\_Report.pdf](http://newsroom.bankofamerica.com/files/doc_library/additional/2015_BAC_Trends_in_Consumer_Mobility_Report.pdf) (Erişim Tarihi: 29.08.2016).
- Boulos, M. N. (2011). How smartphones are changing the face of mobile and participatory healthcare: an overview with example from eCAALYX, *Biomedical Engineering OnLine*, 10-24
- Cheever, N.A. & Larry, D.R. & Alex, F.L. (2014). *Causes, effects, and practicalities of everyday multitasking*. *Developmental Review*, Volume 35, March 2015, Pages 64–78.
- Choudhary, A. (2014). Smartphones and their impact on net income per employee for selected U.S. Firms, *Review of Business and Finance Studies*, Volume: 5, Number: 2.
- Cihangiroğlu N. ve Cankul, İ. (2011). Kararlara katılım ile örgütsel adalet algıları arasındaki ilişkinin analizi: doktorlar üzerinde bir araştırma, *III. Uluslararası Sağlıkta Performans ve Kalite Kongresi, Poster Bildirileri Kitabı*, Ankara.
- Çakır, F & Demir, BN. (2014). Üniversite öğrencilerinin akıllı telefon satın alma tercihlerini belirlemeye yönelik bir araştırma. *Dokuz Eylül Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, Cilt: 29 Sayı:1, s.213-243.
- De Prato, G. Feijoo, C., Simon, J. P. (2014). Innovations in the video game industry: changing global markets, *Digiworld Economic Journal*, No: 94, 2<sup>nd</sup> Q., 17-38.
- Demirci, K. ; Orhan, H. ; Demirdaş, A. ; Akpınar, A. ; Sert, H. (2014). Validity and reliability of the Turkish version of the smartphone addiction scale in a younger population, *Klinik Psikofarmakoloji Bülteni*, Cilt: 24, Sayı: 3, 226-234.
- Demirel, F. (2016). *Adjust: Türkiye’de indirilen her 10 mobil uygulamanın 9’u iki hafta sonra çöpe gidiyor*, <http://webrazzi.com/2016/05/18/adjust-turkiyede-indirilen-her-10-mobil-uygulamanin-9u-iki-hafta-sonra-cope-gidiyor/> (Erişim Tarihi: 18.08.2016).
- Digitalage (2016). GMCS akıllı telefon kullanım alışkanlıkları ortaya koyuyor. *Digitalage Dergisi*, Haziran 2016, s.92.
- Doğan, U.; Tosun, N. İ. (2016). Lise öğrencilerinde problemlili akıllı telefon kullanımının sosyal kaygı ve sosyal ağların kullanımına aracılık etkisi, *Adıyaman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Yıl: 8, Sayı: 22, Nisan, 99-128.
- Elmas, O. ; Kete, S. ; Hızlısoy, S. ; Kumral, N. (2015). Teknolojik cihaz kullanım alışkanlıklarının okul başarısı üzerine etkisi, *SDÜ Sağlık Bilimleri Enstitüsü Dergisi*, Cilt: 6, Sayı: 2.

- Evans, D. S. (2016). *Mobile advertising: economics, evolution and policy*, [http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract\\_id=2786123](http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2786123) (Erişim Tarihi: 29.08.2016).
- Frey, J. & Oishi, S.M. (1995). *How to conduct interviews by telephone and in person*. Thousand Oaks: Sage Publications.
- Habertürk (2016). *4,5G ile cepten internet kullanımı 2'ye katlandı*. Habertürk Gazetesi 10 Eylül 2016,s.10
- Heer, W. ; Leeuw, E.D. ; Zouwen, J. (1999). *Methodological issues in survey research: a historical review*. BMS, Vol.64, s.25-48.
- İHH (2015). *Teknoloji kullanımı ve bağımlılığı açısından Türkiye gençliğinin fotoğrafı*. İnsani Sosyal Araştırmalar Merkezi, <http://insanhaklarimerkezi.bilgi.edu.tr/tr/> Erişim Tarihi: 02.08.2016
- İlhan, V. (2012). Yeni iletişim teknolojilerindeki yeniliklerin gündelik hayattaki tahakkümü: iPhone ve iPad Örneği, *Yeni İletişim Teknolojileri ve Toplumsal Dönüşüm*, Kırgızistan – Türkiye Manas Üniversitesi Yayınları: 157, Kongreler ve Sempozyumlar Dizisi: 25, 443-461.
- Karaarslan, İ. A., Budak, L. (2012). Üniversite öğrencilerinin cep telefonu özelliklerini kullanımlarının ve gündelik iletişimlerine etkisinin araştırılması, *Journal of Yaşar University*, 26 (7), 4548-4571.
- Karaaziz, M., Keskindağ, B. (2015). I love my smartphone: a review study of smartphone addiction and related psychological risk factors, *Bağımlılık Dergisi*, Cilt: 16, Sayı: 2, 78-85.
- Karakaş, R. (2002). *Hürriyet deneyimi. İnternet Çağında Gazetecilik* (ss. 76–78). Serhan Yedig ve Haşim Akman (haz.) içinde. İstanbul: Metis Yayınları.
- Kuş, E. (2012). *Nicel - nitel araştırma teknikleri*. 4. Baskı. Ankara: Anı Yayıncılık.
- Lenhart, A. (2012). *Teens, smartphones & texting: a project of the PewResearchCenter*, <http://pewinternet.org/Reports/2012/Teens-and-smartphones.aspx> (Erişim Tarihi: 29.08.2016).
- Mac Sithigh, D. (2012). *App law within: rights and regulation in the smartphone age*, Edinburgh University School of Law Research Paper, No: 2012/22.
- Malviya, S., Saluja, M. S., Thakur, A. S. (2013). A study on the factors influencing consumers' purchase decision towards smartphones in India, *International Journal of Advance Research in Computer Science and Management Studies*, Volume: 1, Issue: 6, November.
- Marketing Türkiye (2016). Akıllı telefon kullanıcıları için mobil alışveriş daha pratik. *Marketing Türkiye Dergisi*, Haziran 2016,s.124-125.
- Mobisad (2016). <https://www.mobisad.net/> Erişim Tarihi: 15.01.2016
- Neuman, W. (1997). *Social research methods: qualitative and quantitative approaches*. Boston: Allyn & Bacon Publications.
- Noyan, C. O. ; Darçın, E.A. ; Nurmedov, S. ; Yılmaz , O. ; Dilbaz, N. (2015). Akıllı telefon bağımlılığı ölçeğinin kısa formunun üniversite öğrencilerinde Türkçe geçerlilik ve güvenilirlik Çalışması, *Anadolu Psikiyatri Dergisi*, 16 (Özel Sayı. 1), 73-81.
- Öncel, Ü. (2016). *Türkiye, dünyadaki en yüksek mobil bankacılık kullanım oranına sahip*, <http://webrazzi.com/2016/04/20/turkiye-dunyadaki-en-yuksekmobil-bankacilik-kullanim-oranina-sahip/> (Erişim Tarihi: 18.08.2016).
- Özkocak, Y. (2016). Türkiye’de akıllı telefon kullanıcılarının oyalanma amaçlı tercih ettikleri mobil uygulamalar. *Global Media Journal TR Edition* 6(12), Bahar 2016, s.106-130.

- Park, N. Lee, H. (2014). Gender difference in social networking on smartphones: a case Study of Korean College student smartphone users, *International Telecommunications Policy Review*, Vol: 21, No: 2, June, 1-18.
- Sevgi, L. (2013). *Teknoloji, toplum ve sağlık: cep telefonları ve elektromanyetik kirlilik tartışmaları*, [http://www.emo.org.tr/ekler/e73a9a0d37efb96\\_ek.pdf](http://www.emo.org.tr/ekler/e73a9a0d37efb96_ek.pdf) (Erişim Tarihi: 29.08.2016).
- The Brand Age (2016). *2,5 yılda bir telefon deđiřtiriyoruz*. Haziran 2016.
- Uğur, A. (2003). *Kültür kıtası atlası*. İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- Ünal, A. T., Arslan, A. (2013). Devlet ve vakıf üniversiteleri eğitim fakültesi öğrencilerinin cep telefonu kullanım sıklıklarını ve marka tercihlerinin karşılaştırılması, *Gaziantep University Journal of Social Sciences*, 12 (1).
- We Are Social (2016). *Digital in 2016*, <http://wearesocial.com/uk/special-reports/digital-in-2016> (Erişim Tarihi: 27.08.2016).