



**ORTAÖĞRETİM KURUMLARINDAKİ ÖĞRETMEN VE
YÖNETİCİLERİN DİJİTAL BAĞIMLILIK DÜZEYLERİNİN
İNCELENMESİ: ANKARA İLİ ÇANKAYA İLÇESİ ÖRNEĞİ**

Betül Yılmaz

**YÜKSEK LİSANS TEZİ
BÜRO YÖNETİMİ EĞİTİMİ ANA BİLİM DALI**

**GAZİ ÜNİVERSİTESİ
EĞİTİM BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ**

EKİM, 2019

TELİF HAKKI VE TEZ FOTOKOPİ İZİN FORMU

Bu tezin tüm hakları saklıdır. Kaynak göstermek koşuluyla tezin teslim tarihinden itibaren(.....) ay sonra tezden fotokopi çekilebilir.

YAZARIN

Adı : Betül

Soyadı : YILMAZ

Bölümü : Büro Yönetimi Eğitimi

İmza :

Teslim tarihi :

TEZİN

Türkçe Adı: Ortaöğretim Kurumlarındaki Öğretmen ve Yöneticilerin Dijital Bağımlılık Düzeylerinin İncelenmesi: Ankara İli Çankaya İlçesi Örneği

İngilizce Adı: Investigation of Digital Dependence Levels of Teachers and Administrators in Secondary Education Institutions: City of Ankara, Sample of Çankaya County

ETİK İLKELERE UYGUNLUK BEYANI

Tez yazma sürecinde bilimsel ve etik ilkelere uyduğumu, yararlandığım tüm kaynakları kaynak gösterme ilkelerine uygun olarak kaynakçada belirttiğimi ve bu bölümler dışındaki tüm ifadelerin şahsıma ait olduğunu beyan ederim.

Yazar Adı Soyadı: Betül YILMAZ

İmza:

JÜRİ ONAY SAYFASI

Betül YILMAZ tarafından hazırlanan “Ortaöğretim Kurumlarındaki Öğretmen ve Yöneticilerin Dijital Bağımlılık Düzeylerinin İncelenmesi: Ankara İli Çankaya İlçesi Örneği” adlı tez çalışması aşağıdaki jüri tarafından oy birliği / oy çokluğu ile Gazi Üniversitesi Büro Yönetimi Eğitimi Anabilim Dalı’nda Yüksek Lisans tezi olarak kabul edilmiştir.

Danışman: Doç. Dr. Selami ERYILMAZ

(Bilgisayar ve Öğretim Teknolojileri Eğitimi, Gazi Üniversitesi)

Başkan: Doç. Dr. Hakan KOÇ

(Turizm İşletmeciliği, Hacı Bayram Veli Üniversitesi)

Üye: Doç. Öğr. Üyesi Ercan YAVUZ

(Turizm İşletmeciliği, Hacı Bayram Veli Üniversitesi)

Tez Savunma Tarihi: ..20./09../2019.....

Bu tezin Büro Yönetimi Eğitimi Anabilim Dalı’nda Yüksek Lisans tezi olması için şartları yerine getirdiğini onaylıyorum.

Prof. Dr. Selma YEL

Eğitim Bilimleri Enstitüsü Müdürü

TEŞEKKÜR

Tez çalışmam sırasında yardım ve desteğini esirgemeyen danışman hocam sayın Doç. Dr. Selami ERYILMAZ'a, anketlerin okullarda uygulanması konusunda katkı sağlayan arkadaşlarıma, tüm eğitim hayatımda manevi destekleriyle beni yalnız bırakmayan aileme, yazım aşamasında desteğini esirgemeyen kardeşime çok teşekkür ederim.

**ORTAÖĞRETİM KURUMLARINDAKİ ÖĞRETMEN VE
YÖNETİCİLERİN DİJİTAL BAĞIMLILIK DÜZEYLERİNİN
İNCELENMESİ: ANKARA İLİ ÇANKAYA İLÇESİ ÖRNEĞİ
(Yüksek Lisans Tezi)**

Betül Yılmaz
GAZİ ÜNİVERSİTESİ
EĞİTİM BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ

Ekim 2019

ÖZ

Bu araştırmanın amacı, ortaöğretim kurumlarındaki öğretmen ve yöneticilerin dijital bağımlılık düzeylerinin ortaya koymak ve bu bağlamda cinsiyet, yaş, eğitim düzeyi, günlük internet kullanım süresi gibi bağımsız değişkenlerinin öğretmen ve yöneticilerin dijital bağımlılıklarında anlamlı bir farklılığa neden olup olmadığını incelemektir. Genel tarama modeline göre gerçekleştirilen bu çalışmada, 541 kişiden elde edilen veriler kullanılmıştır. Kişisel Bilgi Formu ve Oyun Bağımlılığı, Sosyal Medya Bağımlılığı ve Günlük Hayata Etki isimli boyutları olan Dijital Bağımlılık Ölçeği ile veriler toplanmıştır. Araştırma sonuçlarına göre, öğretmenlerin Dijital Bağımlılık Ölçeği geneli ve alt boyutlarından Oyun Boyutu ve Sosyal Hayata Etki Boyutu cinsiyete göre anlamlı düzeyde farklılık göstermektedir. Dijital Bağımlılık Ölçeği geneli, Sosyal Hayata Olumsuz Etkisi Boyutu, Oyun Boyutu için erkeklerin bağımlılık düzeyi ortalaması, kadınların bağımlılık düzeyinden daha yüksektir. Öğretmenlerin Sosyal Medya boyutunda anlamlı bir farklılık bulunmamıştır. Yöneticilerin Dijital Bağımlılık Ölçeği Geneli, Oyun Boyutu, Sosyal Hayata Olumsuz Etki Boyutu ve Sosyal Medya Boyutunda anlamlı bir farklılık

görülmemiştir. Öğretmenlerin Dijital Bağımlılık Ölçeği alt boyutlarından Oyun Boyutu ve Sosyal Medya Boyutu yaşa göre anlamlı düzeyde farklılık gösterirken, öğretmenlerin Dijital Bağımlılık Ölçeği geneli ile Dijital Bağımlılık Ölçeği Sosyal Hayata Olumsuz Etki Boyutu anlamlı düzeyde bir farklılık göstermemektedir. Dijital Bağımlılık Ölçeği alt boyutlarından Oyun Boyutu ve Sosyal Medya Boyutu için, 26-30 yaş aralığındaki öğretmenlerin ortalaması diğer yaş gruplarının ortalamasından yüksektir. Yöneticilerin Dijital Bağımlılık Ölçeği Geneli, Sosyal Hayata Olumsuz Etki Boyutu ve Sosyal Medya Boyutunda anlamlı bir farklılık gözlenmezken, yöneticilerin Dijital Bağımlılık Ölçeği alt boyutlarından sadece oyun boyutunda anlamlı bir farklılık gözlenmiştir. Oyun Boyutu için, 31-35 yaş aralığındaki yöneticilerin ortalaması diğer yaş gruplarının ortalamasından yüksektir. Dijital Bağımlılık Ölçeği geneli ile alt boyutlardan hiçbirisi eğitim düzeyine göre anlamlı farklılık göstermemektedir. Öğretmenlerin Dijital Bağımlılık Ölçeği geneli ile alt ölçeklerin hepsi günlük internet kullanım süresine göre anlamlı düzeyde farklılık göstermektedir. Dijital Bağımlılık Ölçeği Oyun Boyutu için; günlük internet kullanım süresine göre 6 ve üzeri saat olan öğretmenlerin oyun boyutu bağımlılık düzeyi ortalama puanı anlamlı derecede daha yüksektir. Dijital Bağımlılık Ölçeği Sosyal Medya Boyutu için; günlük internet kullanım süresine göre 4-5 saat olan öğretmenlerin Sosyal Medya Boyutu bağımlılık düzeyi ortalama puanı anlamlı derecede daha yüksektir. Dijital Bağımlılık Ölçeği Sosyal Hayata Olumsuz Etki Boyutu için, günlük internet kullanım süresine göre 4-5 saat olan öğretmenlerin Sosyal Medya Boyutu bağımlılık düzeyi ortalama puanı anlamlı derecede daha yüksektir. Dijital Bağımlılık Ölçeği geneli için, günlük internet kullanım süresine göre 0-1 saat olan öğretmenlerin dijital bağımlılık düzeyi ortalama puanı anlamlı derecede daha düşük iken diğer gruplar arasında anlamlı derecede farklılık bulunmamaktadır. Yöneticilerin Dijital Bağımlılık Ölçeği Geneli, Sosyal Hayata Olumsuz Etki Boyutu ve Oyun Boyutunda anlamlı bir farklılık görülmezken, yöneticilerin Dijital Bağımlılık Ölçeği alt boyutlarından sadece Sosyal Medya Boyutunda anlamlı bir farklılık gözlenmiştir. Dijital Bağımlılık Ölçeği Sosyal Medya Boyutu için; günlük internet kullanım süresine göre 4-5 saat olan yöneticilerin Sosyal Medya Boyutu bağımlılık düzeyi ortalama puanı anlamlı derecede daha yüksektir.

Anahtar Kelimeler : Dijital Bağımlılık, Sosyal Medya Bağımlılığı, Dijital Oyun Bağımlılığı, İnternet Bağımlılığı, Cep Telefonu Bağımlılığı.

Sayfa Adedi :125

Tez Danışmanı : Doç. Dr. Selami ERYILMAZ

**INVESTIGATION OF DIGITAL DEPENCE LEVELS OF TEACHERS
AND ADMINISTRATORS IN SECONDARY EDUCATION
INSTITUTIONS: CITY OF ANKARA, SAMPLE OF ÇANKAYA
COUNTY
(Masters thesis)**

**Betül Yılmaz
GAZI UNIVERSITY
INSTITUTE OF EDUCATIONAL SCIENCES
October 2019**

ABSTRACT

The purpose of this study; to reveal the digital dependency levels of teachers and administrators in secondary education institutions and to examine whether independent variables such as gender, age, education level and daily internet usage period cause a significant difference in the digital dependence of teachers and administrators. Data from 541 people were used in this survey, which was conducted according to the general screening model. Data were collected with Personal Information Form and Digital Addiction Scale, which was named as Game Addiction, Social Media Addiction and Impact on Daily Life. According to the results of the research, among the general and sub-dimensions of the teachers' Digital Dependency Scale, Game Dimension and Impact Dimension on Social Life showed significant differences according to gender. The average of men's dependence level for Digital Addiction Scale, Negative Impact on Social Life, Game Size is higher than that of women. There was no significant difference in social media dimension of teachers. There was no significant difference in the Digital Dependence Scale of the Managers, Game Dimension, Negative Impact Dimension to Social Life and Social Media Dimension. While the Game Dimension and Social Media Dimension of the teachers 'Digital Dependency Scale sub-dimensions differ significantly according to age, the teachers' Digital Dependency Scale overall and the Digital Dependency Scale Negative Impact Dimension do not show a significant difference. For

the Digital Dependency Scale sub-dimensions, the Game Dimension and the Social Media Dimension, the average of teachers in the 26-30 age range is higher than the average of other age groups. While there was no significant difference in the Digital Dependency Scale of the Managers, Negative Impact on Social Life and Social Media Dimension, a significant difference was observed only in the game dimension of the Digital Dependency Scale of the managers. For Game Size, the average of the managers in the 31-35 age range is higher than the average of the other age groups. Digital Dependency Scale and none of the sub-dimensions show significant differences according to education level. Teachers' Digital Dependency Scale and all subscales differ significantly according to daily internet usage time. Digital Addiction Scale for Game Size; The average score of game dimension dependency level of the teachers who are 6 and more hours according to the daily internet usage period is significantly higher. Digital Addiction Scale for Social Media Dimension; The average score of Social Media Dimension addiction level of teachers who have 4-5 hours of daily internet usage is significantly higher. For the Digital Addiction Scale Negative Impact Dimension to Social Life, the average score of the Social Media Dimension addiction level of teachers who were 4-5 hours compared to the daily internet usage period was significantly higher. For the Digital Addiction Scale, the mean score of digital dependence of the teachers who were 0-1 hours compared to the daily internet usage time was significantly lower, but there was no significant difference between the other groups. While there was no significant difference in the Digital Dependence Scale of the Managers, Negative Impact Dimension on Social Life and Game Dimension, a significant difference was observed only on the Social Media Dimension of the managers' Digital Dependency Scale. Digital Addiction Scale for Social Media Dimension; The average score of Social Media Dimension dependency level of the administrators who are 4-5 hours compared to the daily internet usage period is significantly higher.

Key Words: Digital Addiction, Social Media Addiction, Digital Game Addiction, Internet Addiction, Cell Phone Addiction.

Number of pages: 125

Thesis Advisor: Associate Professor Selami ERYILMAZ

İÇİNDEKİLER

TELİF HAKKI ve TEZ FOTOKOPİ İZİN FORMU	1
ETİK İLKELERE UYGUNLUK BEYANI	ii
JÜRİ ONAY SAYFASI	iii
TEŞEKKÜR	iv
ÖZ	v
ABSTRACT	vii
TABLOLAR LİSTESİ	xii
ŞEKİLLER LİSTESİ	xiii
BÖLÜM I	1
GİRİŞ	1
1.1. Problem Durumu	1
1.2. Araştırmanın Amacı	2
1.3. Araştırmanın Önemi	3
1.4. Hipotezler	4
1.5. Sayıtlar	4
1.6. Sınırlılıklar	4
1.7. Tanımlar	4
BÖLÜM II	7
KAVRAMSAL ÇERÇEVE	7
2.1. Dijital Medya Kavramı ve Dijital Medya Kullanımının Tarihsel Süreci	7
2.1.1. Dijital Medya Kavramının Tanımı	7
2.1.2. Dijital Medya Kullanımının Tarihsel Süreci	8
2.1.3. Dijital Medya Araçları Kullanımının Avantajları ve Dezavantajları	12

2.2. Bağımlılık ve Dijital Bağımlılık Kavramının Tanımı ve Kapsamı.....	14
2.2.1. Bağımlılık Kavramı.....	14
2.2.2. Bağımlılığın Özellikleri.....	15
2.2.3. Bağımlılığın Belirtileri	16
2.2.4. Bağımlıların Kişilik Özellikleri.....	17
2.2.5. Dijital Bağımlılık Kavramının Tanımı.....	18
2.2.6. Dijital Bağımlılık Kavramının Kapsamı.....	19
2.2.7. Dijital Bağımlılığı Pekiştirici Unsurlar	20
2.2.4. Dijital Bağımlılık Türleri.....	28
2.2.5. Bireylerde Dijital Bağımlılık Sonucu Ortaya Çıkan Sorunlar	34
2.2.6. Dijital Medya Okuryazarlığı ve Dijital Vatandaşlık Kavramı	39
3.1. Teknoloji ve Teknoloji Bağımlılığı Kavramı, Kapsamı, Tarihsel Süreci ve Kuşakların Teknoloji İle İlişkisi.....	44
3.1.1. Teknoloji Kavramının Bilimsel Olarak Ortaya Çıkışı ve Teknoloji Kavramının Tanımı	44
3.1.2. Kuşaklar ve Teknoloji ile İlişkisi	45
3.1.3. Teknoloji Bağımlılığı Kavramı	53
3.1.4. Teknoloji Bağımlılığının Belirtileri.....	55
3.1.5. Teknoloji Bağımlılığı ve Dijital Bağımlılık Arasındaki Fark.....	56
BÖLÜM III	61
YÖNTEM.....	61
3.1. Araştırma Modeli.....	61
3.2. Evren ve Çalışma Grubu.....	61
3.3. Veri Toplama Araçları	63
3.3.1. Demografik Bilgi Formu.....	63
3.3.2. Dijital Bağımlılık Ölçeği	65
3.4. Veri Analizi.....	68
3.4.1. Güvenirlik Analizi.....	68
BÖLÜM IV	70
BULGULAR VE YORUM	70
4.1. Dijital Bağımlılık Ölçeği Oyun Boyutu Maddelerine İlişkin Bulgular ve Yorumları	70

4.2. Dijital Bağımlılık Ölçeği Sosyal Medya Boyutu Maddelerine İlişkin Bulgular ve Yorumlar	71
4.3. Dijital Bağımlılık Ölçeği Sosyal Hayata Olumsuz Etki Boyutu Maddelerine İlişkin Bulgular ve Yorumlar.....	74
4.4. Dijital Bağımlılık Ölçeğinin Genel ve Alt Boyutlarının Cinsiyete İlişkin Bulgular ve Yorumlar.....	76
4.5. Dijital Bağımlılık Ölçeğinin Genel ve Alt Boyutlarının Yaşa İlişkin Bulgular ve Yorumlar	77
4.6. Dijital Bağımlılık Ölçeğinin Genel ve Alt Boyutlarının Eğitim Düzeyine İlişkin Bulgular ve Yorumlar.....	78
4.7. Dijital Bağımlılık Ölçeğinin Genel ve Alt Boyutlarının Günlük İnternet Kullanım Süresine İlişkin Bulgular ve Yorumlar	79
4.8. Dijital Medya Araçlarını Kullanım Amacına İlişkin Bulgular ve Yorumlar.....	82
4.9. Sosyal Medya Hesabı Kullanım Durumuna İlişkin Bulgular ve Yorumlar	83
BÖLÜM V	84
SONUÇ VE ÖNERİLER.....	84
5.1.Sonuçlar	84
5.2. Öneriler	89
KAYNAKLAR.....	91
EKLER.....	105

TABLÖLAR LİSTESİ

Tablo 1. <i>Dijital Medya Okuryazarlığı Becerileri</i>	40
Tablo 2. <i>Dijital Kuşakların Dijital Vatandaşlıkla İlişkisi</i>	44
Tablo 3. <i>Kuşakların Kişisel Özellikleri</i>	51
Tablo 4. <i>Katılımcıların Demografik Özelliklerine İlişkin Frekans ve Yüzde Dağılımları</i> ...	64
Tablo 5. <i>KMO ve Bartlett's Test Sonuçları</i>	66
Tablo 6. <i>Dijital Bağımlılık Ölçeğinin Faktör Yapısı ve Maddelere Göre Faktör Yükleri</i> ...	67
Tablo 7. <i>Dijital Bağımlılık Ölçeğinin Alt Boyutları ve Geneline İlişkin Cronbach Alpha Güvenirlik Analizi Sonuçları</i>	68
Tablo 8. <i>Öğretmenlerin ve Yöneticilerin Dijital Bağımlılık Ölçeğinden Aldıkları Puanların Normalliğine İlişkin Çarpıklık ve Basıklık Değerleri</i>	69
Tablo 9. <i>Dijital Bağımlılık Ölçeği Oyun Boyutu Maddelerine Verilen Cevapların Dağılımı</i>	71
Tablo 10. <i>Dijital Bağımlılık Ölçeği Sosyal Medya Boyutu Maddelerine İlişkin Verilen Yanıtların Dağılımı</i>	73
Tablo 11. <i>Dijital Bağımlılık Ölçeği Sosyal Hayata Olumsuz Etki Boyutu Maddelerine İlişkin Yanıtların Dağılımı</i>	75
Tablo 12. <i>Cinsiyete Göre Dijital Bağımlılık Ölçeği ve Alt Boyutlarının Değişimi</i>	76
Tablo 13. <i>Yaşa Dijital Bağımlılık Ölçeği ve Alt Boyutlarının Değişimi</i>	77
Tablo 14. <i>Eğitim Düzeyine Göre Dijital Bağımlılık Ölçeği ve Alt Boyutlarının Değişimi</i> ..	79
Tablo 15. <i>Günlük İnternet Kullanım Süresine Göre Dijital Bağımlılık Ölçeği ve Alt Boyutlarının Değişimi</i>	80
Tablo 16. <i>Dijital Medya Araçlarını Kullanım Amaçlarına İlişkin Frekans ve Yüzde Dağılımları</i>	82
Tablo 17. <i>Sosyal Medya Hesabı Kullanım Durumuna İlişkin Frekans ve Yüzde Dağılımları</i>	83

ŞEKİLLER LİSTESİ

<i>Şekil 1.</i> Kanca (Hook) Modeli.	24
<i>Şekil 2.</i> Dijital nesiller.....	42

BÖLÜM I

GİRİŞ

Dijital medya araçları hayatımızın her alanını kapsamaktadır. Genç bireyler tarafından daha çok tercih edilen dijital medya araçları zamanla her yaştan bireyler tarafından tercih edilmekte ve yaşamın her alanında kendine geniş yer bulmaktadır. Özellikle bilgiye anında ulaşılması, bireyler arasındaki iletişimi kolaylaştırması ve sosyal medya ortamlarında bireylerin fikirlerini kolayca paylaşmaları dijital medya araçlarının ve uygulamalarının işlevselliğini ortaya koymaktadır. Dijital medya araçları bireyler tarafından bilinçsiz kullanıldığında psikolojik, sosyal ve fiziksel sorunlara neden olmaktadır. Kontrolsüz ve zararlarının farkında olarak Dijital medya araçlarının ve uygulamalarının bilinçsiz ve kontrolsüz kullanımı dijital bağımlılık olarak tanımlanmaktadır.

1.1. Problem Durumu

Küreselleşme ile birlikte gelişen internet, dijital bir dünyayı ve bu dünyada sanal etkinlikleri mümkün kılmıştır. Günümüz insanı dijital dünya ile bütünleşmiş ve onsuz bir hayat sürdüremeyecek düzeye gelmiştir. Dijital bağımlılık; teknolojik ve dijital araçlarla sosyal medya, internet, sohbet siteleri vs. fazla zaman geçirmek ve olumsuz ve zararlı etkilerinden muzdarip olma durumudur. Birçok kişinin hayatının merkezine oturmuş olan dijital medya araçları kişiyi gündelik hayat akışından ve sorumluluklarından uzaklaştırmaktadır. Bireyler sürekli çevresi ve arkadaşları ile dijital medya araçları aracılığıyla iletişime geçmeye çabalamaktadır. Bu çabası sırasında da hem iş hayatını hem de gündelik hayatını ertelemektedir. Dijital uzamdaki etkinlikler; e-posta göndermek, forum sayfalarında tartışmalara katılmak, internet oyunları oynamak, chat (sohbet)

yapmak, sosyal medya araçları üzerinden hesap açmak, başkalarını arkadaş listesine eklemek, paylaşımda bulunmak ve sanal iş bağlantıları kurmak gibi internet dolayımı ilişkiler şeklinde gerçekleşmektedir. Birey sosyal etkileşim ya da iletişimi sanal yollardan elde etmektedir. Ayrıca akıllı telefonların çıkması ile birlikte birey kendi hafıza ya da aklını kullanmak yerine tüm işlemlerini en hızlı şekilde akıllı telefonlar aracılığıyla yerine getirmektedirler. İnsanlar birbirileri ile yüz yüze iletişim kurmak yerine sosyal medya ya da dijital yollardan iletişim kurmayı tercih etmektedir. Artık birey hayatındaki önemli anları ailesi ya da yakın çevresi yerine sosyal medya aracı ile paylaşmaya önem vererek gerçek hayat yerine sanal bir dünyada yaşamaya başladı.

Bu yeni etkinlik biçimlerinin bireyselleşmeye neden olan karakter ile davranış ve alışkanlıkları değiştirmesi, interneti kullananlarla kullanmayanlar veya teknolojiyi takip edenlerle etmeyenler arasındaki iletişimi neredeyse tamamen yok etmektedir.

Sosyal medya kullanıcılarının sanal dünyada özgürce ve kuralsızca iletişimi, gerçek dışı oluşturulan kimlikler, mahremiyet algısındaki değişim, yönlendirme etkisi, gündem oluşturma etkisi, kısaca toplumsal olguların dijital uzamda deneyimlenmesi yeni kavramların ve süreçlerin ortaya çıkmasına yol açmıştır.

Doğal olarak sosyal medya da her alanda olduğu gibi toplumsal etkileri bakımından kimileri tarafından olumlu kimileri tarafından olumsuz değerlendirilmektedir. Tüm bu süreçler toplumdaki her insanı etkilediği gibi eğitim alanındaki öğretmen ve yöneticileri olumlu ve olumsuz yönde etkilemektedir. Gündemdeki haberleri, eğitim alanındaki yenilikleri, teknolojik gelişmeleri ya da arkadaş çevresini yakından takip etme isteği öğretmen ve yöneticilerin de hayatında önemli yer kaplamaktadır.

1.2.Araştırmanın Amacı

Bu çalışmada öğretmen ve yöneticilerin dijital bağımlılık düzeyini belirlemek ve bazı değişkenlere göre dijital bağımlılıkları arasında farklılık olup olmadığını ortaya çıkarmak amaçlanmıştır.

Bu amaç doğrultusunda aşağıda yer verilen sorulara cevap aranacaktır:

1. Öğretmenlerin ve yöneticilerin dijital bağımlılık düzeyleri nedir?

2. Öğretmenlerin ve yöneticilerin dijital bağımlılık düzeyleri ile cinsiyetleri arasında anlamlı bir farklılık var mıdır?
3. Öğretmenlerin ve yöneticilerin dijital bağımlılık düzeyleri ile yaşları arasında anlamlı bir farklılık var mıdır?
4. Öğretmenlerin ve yöneticilerin dijital bağımlılık düzeyleri ile eğitim düzeyleri arasında anlamlı bir farklılık var mıdır?
5. Öğretmenlerin ve yöneticilerin dijital bağımlılık düzeyleri ile internette geçirdikleri süre arasında anlamlı bir farklılık var mıdır?
6. Öğretmenlerin ve yöneticilerin dijital medya araçlarını kullanım amacına göre kullanma dağılımı nasıldır?

1.3. Araştırmanın Önemi

Bu araştırma ülkemizde ve dünyada yaşanmaya başlayan problemin önemini vurgulayarak bu konuda öğretmen ve yöneticilerin bağımlılık durumlarını fark etmelerini sağlamak için yapılmıştır. Araştırma bulgularına göre ortaya çıkan sonuçlar; bu konuda uzman psikolog, psikolojik danışman, doktor ve akademisyenlere fikir verebileceği gibi öğretmen ve yöneticilerimizin de dijital bağımlılık konusunda kendileri ile yüzleşmelerini ve bağımlılık durumlarının farkına varmalarını sağlayacaktır. Ayrıca, bağımlılığın ortaya çıkardığı sonuçlar ve çözüm önerileri konusunda öğretmen ve yöneticilerin bilinçlenmesini sağlayacağı düşünülmektedir. Günümüzde teknolojinin geldiği yeri göz önünde bulundurarak akıllı telefon, , internet ve sosyal medya araçlarının doğru ve bilinçli kullanılması gerektiği kaçınılmazdır.

Bu araştırmanın; dijital medya, bağımlılık ve dijital bağımlılık kavramlarını tanımlanması, ortaöğretim kurumlarındaki öğretmen ve yöneticilerin dijital bağımlılık düzeylerinin “Dijital Bağımlılık Ölçeği”nin “Oyun Boyutu”, “Sosyal Medya Boyutu” ve “Günlük Hayata Olumsuz Etkisi Boyutu” kapsamında belirlenmesi ve farklı değişkenler bağlamında incelenmesi doğrultusunda yapılacak olan araştırmalar ile bu konuya benzer diğer yapılacak araştırmalara yol göstererek katkıda bulunabileceği düşünülmektedir.

1.4. Hipotezler

Bu çalışmada aşağıdaki hipotezler sınanacaktır:

H1: Cinsiyet değişkeni açısından öğretmenlerin ve yöneticilerin dijital bağımlılık düzeylerinde farklılaşma vardır.

H2: Yaş değişkeni açısından öğretmenlerin ve yöneticilerin dijital bağımlılık düzeylerinde farklılaşma vardır.

H3: Öğretmenlerin ve yöneticilerin eğitim düzeyleri (lisans, yüksek lisans ve doktora) açısından dijital bağımlılık düzeylerinde farklılaşma vardır.

H4: İnternette geçirilen süre açısından öğretmenlerin ve yöneticilerin dijital bağımlılık düzeylerinde farklılaşma vardır.

1.5. Sayıtlar

Veri toplama sürecinde öğretmen ve yöneticilerin objektif bir biçimde çalışmaya dâhil oldukları ve içtenlikle cevap verdikleri varsayılmaktadır.

1.6. Sınırlılıklar

Araştırma, Ankara İl Milli Eğitim Müdürlüğü'ne bağlı resmi ortaöğretim eğitim kurumlarında görev yapan öğretmenler ve yöneticilerle sınırlıdır.

2017-2018 eğitim öğretim yılında II. Dönem görev yapan öğretmen ve yöneticiler ile sınırlıdır.

“Demografik Bilgi Formu” ve “Dijital Bağımlılık Ölçeği'nin” ölçtüğü niteliklerle sınırlıdır.

1.7. Tanımlar

Bu araştırmada geçen temel kavramlar aşağıda açıklanmıştır.

Bağımlılık: Bir madde ya da davranışı zararlarını fark ettiği halde bırakamaması, hatta davranış ya da madenin kullanımının artması şeklinde tanımlanmaktadır (Çavuşoğlu, 2009, s. 23).

Dijital Bağımlılık: Bireylerin dijital medya araçlarını kontrolsüz, amaçsız kullanması sonucunda bilişsel ve duygu durum bozuklukları ortaya çıkmasıdır (Caplan, 2002).

Patolojik İnternet Kullanımı/İnternet Bağımlılığı: İnternetin aşırı kullanılması ve internette geçirilen süre arttıkça daha fazla internete ihtiyaç duyulması, internete bağlı olmadan geçirilen zamanın kişi için bir anlam ifade etmemesi, yoksun kalındığında aşırı sinirlilik, gerginlik, huzursuzluk gibi hallerin ortaya çıkması ve kişinin iş, sosyal ve ailevi hayatının giderek bozulması olarak tanımlanabilir (Young, 2007, s. 672).

Sosyal Medya Bağımlılığı: Kişilerinin hayatlarındaki boşluğu doldurmak ya da mutsuzluğu gidermek için sosyal medya araçlarını kontrolsüz ve sık sık kullanmaları bağımlık için bir işaret olabilir. Sosyalleşmek amacıyla sosyal medyayı kullanan bireyler yüz yüze ilişkilerde beğenilmeyeceği ya da istenmeyeceği duygusuyla sosyal medya hesaplarında hayali bir kimlik yaratıp o kimliğe bağlanırlar. Bağımlı olan birey günün belirli saatlerinde sosyal medya araçlarını kullanma yoluna gitmektedir (Hazar, 2011, s. 165).

Dijital Oyun Bağımlılığı: Bilgisayar, telefon, tablet vb. cihazlar üzerinden kişinin uzun süre çevrimiçi ya da çevrimdışı oyun oynaması, oyun ile gerçek hayatı birbirine karıştırması, oyun oynamaktan dolayı sorumluluklarını yerine getirmemesi, oynamayı başka etkinliklere tercih etmesi gibi sonuçları doğuran bir durum olarak ifade edilmektedir (Horzum, 2011, s. 58).

Cep Telefonu Bağımlılığı: Telefonda yanında olmadığında huzursuz ya da eksik hissetme, sık sık telefonu kontrol etme, aşırı akıllı telefon kullanımı sonucu fiziksel rahatsızlıkların ya da uyku sorununun ortaya çıkmasıdır. Akıllı telefon bağımlılığının altında yatan en önemli neden internete erişimin her yerden ve her zaman sağlanabiliyor olmasıdır (Sevgi, 2013).

Televizyon Bağımlılığı: Televizyon bağımlılığı bir teknoloji bağımlılığı örneğidir. Televizyon (TV) bağımlılığı televizyondaki belirli bir şovun aksine, televizyon ortamına ilişkin kontrol dışı davranışları ifade eder (McIlwraith, Jacobvitz, Kubey ve Alexander, 1991).

Medya: Medya kavram olarak, çok kişiye ulaşabilen geniş bir iletişim araçları topluluğudur (Nalçaloğlu, H, 2003).

Dijital Medya: Kökeni dijital dile dayanan, zaman ve mekân sınırlaması olmadan çift taraflı iletişim ve etkileşime, alıcının da bilgi üretim ve tüketimine imkân tanıyan eş zamansız medya ortamlarıdır (İspir, 2013, s. 19).

Dijital Kültürleşme: Bu kavram, dijital medya araçlarının hemen her alanda kullanılmaya başlanması ve dijital dünyaya uyum sağlayabilmek amacıyla beceri ve bilgi düzeylerinin bu gelişimlere paralel olarak artırılması anlamındadır (Gülnar & Balcı, 2011).

Dijital İletişim: Bu kavram iletişim sözcüğü etrafında şekillenen üçüncü kişilere aktarılacak olan anlam ya da bilgilerin çağrı cihazları, telefon, bilgisayar, fiber optik kablolar, uydu antenleri, televizyonlar, faksler ile aktarılmasıdır (Sütçü, 2012).

Nomofobi: Bireyin mobil cihaza erişemediğı veya mobil cihaz ile iletişim ve etkileşim kuramadığı zaman yaşadığı, stres, korku ya da panik olma durumu olarak tanımlanmaktadır (King vd., 2014, s. 28).

Netlessfobia: Kişinin internetsiz ortamlarda kalamama ve bu durumdan yoğun endişe ve rahatsızlık duymasıdır ( zt rk, 2015, s. 633).

BÖLÜM II

KAVRAMSAL ÇERÇEVE

Bu bölümde araştırmanın temel kavramsal / kuramsal çerçevesi ile ilgili belirlemelere ve değerlendirmelere yer verilmektedir.

2.1. Dijital Medya Kavramı ve Dijital Medya Kullanımının Tarihsel Süreci

2.1.1. Dijital Medya Kavramının Tanımı

Medya kavramı olarak, çok kişiye ulaşabilen geniş bir iletişim araçları topluluğudur. Geleneksel ve yeni medya olarak da sınıflanmaktadır. Geleneksel medyayı; radyo, televizyon ve gazeteler, yeni medyayı ise internet, sosyal ağlar, bilgisayar oyunları, cep telefonu gibi teknolojik cihazlar oluşturmaktadır (Nalçaoğlu, 2003, s. 47).

Dijital medya kodlanmış müzik, fotoğraf, yazı, metin, video ve ses vb. içerikleri ifade eder. İnsanların elektronik olarak iletişim ve etkileşim kurdukları farklı platformlardır. Dijital dünyadaki herşey elektronik ortamda saklandığından birçok veri bulunmaktadır (Kelleci, 2008, s. 253).

Dijital medya, kökeni dijital dile dayanan, bireylere çift taraflı iletişim olanağı sunan, alıcının da bilgi üretim ve tüketimine imkân tanıyan eş zamansız medya ortamlarıdır. Dijital medyanın çoğu zaman mekan ya da zaman sınırlaması yoktur. Bu kavram çoğu kez “yeni medya” ya da “sosyal medya” olarak da kullanılmakta ve adlandırılmaktadır. Bu

teknoloji ile birey-birey etkileşimi, birey-kitle etkileşimi, birey-teknoloji etkileşimi ya da birey-toplum etkileşimi sağlanabilmektedir (İspir, 2013, s. 19).

Dijital medyanın modern dünyada teşkil ettiği ekonomik, sosyal ve kültürel önemi yadsınamaz. Zira artık dijital medya aracılığı ile büyük kâr ve istihdam rakamlarına ulaşılabilen, bireyler sahip oldukları bilgilerin birçoğunu dijital medya araçları vasıtasıyla elde edebilmekte ve bu araçlar sayesinde hemen hemen her alandaki düşüncelerin şekillendirilmesini sağlayan yeni fikirlere, imgelere ve hem gerçek hem de kurgusal simgelere ulaşılabilir (Özmen, 2012).

2.1.2. Dijital Medya Kullanımının Tarihsel Süreci

Dijital medya teknolojisi, yeni teknolojik cihazlar ve buluşlar sayesinde ilerlemekte ve toplumsallaşmaya katkı sağlamaktadır. Dijital medyanın gelişmesinde uyduların önemi yadsınamaz. Uyduların ilkinin 1957’de (Sputnik 1) Sovyet Rusya’nın, ABD’nin ise 1958’de Explorer 1’i, 1962’de ise Telstar uydusunun NASA tarafından fırlatılmış olması önemli bir bilgidir. İlk bilgisayarın 1941’de ABD’de üretildiği, 2000’lerde hem bilgisayarların kapladıkları alan ve işlev bakımından kullanışlı ve ekonomik olduğu kaçınılmazdır. Ayrıca 2000’lerden sonra bilgisayar ve internet dünyasında meydana gelen yenilikler şimdiki zamanın habercisi gibiydi. Bilgi ya da veriyi karşı tarafa iletmek için kullanılan ilk faks makinasının 1966’da icat edildiğini göz önünde bulundurduğumuzda, hızlı gelişmelerin 70’lerden sonra başladığını ve dijital medyanın günümüzdeki gelişmiş çoklu özelliklere kavuşmasının elli yıl aldığını söylemek mümkündür (Creeber & Royston, 2009, s. 170).

Teknolojinin her geçen gün yenilenmesi ve buna paralel olarak sürekli gelişim göstermesi toplumdaki bireyleri de yakından ilgilendirmektedir. Bu duruma paralel olarak dijital medya araçlarını kullananlar, dijital medya araçlarına uzak kalanlar ya da dijital medya araçlarını uzuvları gibi görüp kullananlar şeklinde gruplar oluşmuştur. Dünyayı algılama ve yaşamı yorumlama anlayışları birbirlerinden tamamen farklı üç nesil temelde teknolojik, sosyolojik, psikolojik, iletişim, pazarlama, politika vb. görüşleri açısından birbirlerinden ayrılmaktadırlar (Çetin & Özgiden, 2013).

Çalışmanın bu aşamasında, “Dijital Göçmenler Dönemi” , “Dijital Yerliler Dönemi” ve “Dijital Melezler Dönemi” üst başlıkları doğrultusunda konu ile ilgili ayrıntılı belirlemelere ve değerlendirmelere yer verilecektir.

2.1.2.1.Dijital Göçmenler Dönemi

“Dijital göçmenler dijital yerlilerin tam tersi olarak dijital dünyada doğmamış, dijital dünya ile ilgili bilgi sahibi olmayan ve dijital hayatta yaşamayan; ama dijital dünyada bir şekilde kendi yolunu bulan insanlardır” (Palfrey & Gasser, 2008, s. 296).

Dijital göçmenler, dijital dünyada doğmamış ve bu teknolojilerin kullanıldığı ortamlara uyum sağlamaya çalışan ve kendisini teknolojinin gelişimi ile yeni bir süreç içerisinde bulan bir kuşaktan oluşmaktadır” (Bilgiç, Duman ve Seferoğlu, 2011, s. 2).

Dijital göçmenlerin teknolojiyi kullanım ve bundan faydalanma amaçları genellikle belirli bir gereksinimden kaynaklanmaktadır; ancak son zamanlarda teknolojinin hızla yaygınlaşmasıyla onlar için de bilgi edinmenin dışında eğlence, sohbet etme gibi amaçlara da hizmet etmeye başlamıştır. Yine de dijital göçmenlerin öncelikleri bu kültürün getirdiği araçlardan faydalanmaktır. En temel fark ise dijital yerlilerin bu araçlardan faydalanmaktan ziyade, onların yaşam biçimlerinin bir parçası olmasıdır (Cao & Su, 2007).

Dijital göçmenler bilgi edinmek için öncelikle basılı materyalleri tercih ederler. Herhangi bir teknolojik ürünü ya da programı kullanabilmek için kullanma kılavuzuna başvurmayı tercih ederler (Prensky’ten aktaran Tonta, 2009). Prensky’e göre dijital göçmenler, dijital dili öğrenmeye çalışmakta fakat geçmiş alışkanlıklarının etkisinden kurtulamayarak bu dijital dili aksanlı olarak kullanmaktadırlar. Prensky, bu durumu “dijital göçmen aksanı” olarak adlandırmaktadır. Dijital göçmenlerin bir belgeyi basitçe ekranda düzeltmek yerine çıktısını alarak düzeltmeyi tercih etmeleri dijital göçmen aksanına örnek olarak gösterilebilir (Prensky, 2001).

Dijital göçmenler işgücü piyasaları açısından hem ekonominin hızlı büyüyen ve hem de azalan sektörlerde önemli yerlerini doldurmaktadır. Genç göçmenler emeklilik aşamasında gelenlerden daha iyi eğitilidirler. Göçmenler, özellikle Avrupa’da işgücü piyasasında esnek çalışmaya önemli katkılarda bulunmaktadır (Özkan, 2017, s. 69).

Dijital yerli ve göçmenlerin Twitter kullanımlarının araştırıldığı çalışmada, dijital yerli ve göçmenlerin takipçileri ve takip ettikleri kullanıcılarla olan ilişkisine bakılmıştır. Dijital yerlilerin takipçi olması için sadece tanışması, ilgilenmesi ya da aynı ortamda bulunmuş olmaları gibi kısa süreli ilişkiler yeterli iken, , dijital göçmenlerin ise daha uzun süreli bir ilişki kurdukları görülmektedir. Bu durum dijital göçmenlerin sanal ortamda bile insanlar arasında kurdukları iletişimsel bağını önemsediklerini, ilişkilerinde gerçek yaşamdaki gibi hareket ettikleri görülmektedir (Özgiden & Çetin 2013).

Dijital göçmen ve dijital yerliler arasındaki uçurum yaş farkı arttıkça büyümektedir. Prensky (2001) çalışmasında dijital yerliler ve dijital göçmenler arasındaki yaş farkına özellikle vurgu yapmaktadır. Dijital göçmenler bilgi ararken öncelikle fiziksel kütüphaneyi tercih ederken dijital yerliler dijital medya araçlarını kullanmayı tercih ederler (Tonta, 2009, s. 246).

2.1.2.2. Dijital Melezler Dönemi

Literatürde dijital melezler ile ilgili çok fazla bilgi bulunmamaktadır. Bazı kaynaklar dijital yerliler ile dijital göçmenler arasında bir geçiş dönemi olduğunu belirtmekte ve kendilerini yeni döneme hazırlamaya çalışan geçiş grubunu “dijital melezler” olarak adlandırmaktadır (Karabulut, 2015, s. 20). Dijital melezler, bütün dijital imkânlardan yararlanmalarına rağmen bu imkanları dijital yerliler kadar iyi kullanamamaktadırlar. Fakat dijital göçmenler gibi de dijital medya araçlarına karşı direnç göstermezler ve dijital dünyayı dijital yerliler gibi benimsemezler. Dijital dünyanın samimiyetten uzak sahte bir illüzyon olduğunu düşünürler. Dijital yerliler ve dijital göçmenler arasındaki uçurum Prensky (2009)’un da çalışmalarında ifade ettiği gibi büyüktür. Dijital medya ortamlarının değişkenlik göstermesi ile birlikte ortaya çıkan bu gruplar birçok konuda birbirlerinden ayrılmaktadır. Dijital göçmenler değişime direnç gösterirlerken dijital yerliler sorgulama yapmadan direkt teknolojik cihazlarla uyumlu davranış gösterirler. Dijital melezler aslında Türkiye’nin bilgisayarlaşma sürecinin başlangıcına ve ivme kazandığı döneme denk gelen kişilerdir.

Dijital melezler taşıdığı özellikler bakımından göçmenler ile yerlilerin tam ortasında yer alan gruptur. Dijital melezler bilgi edinmek için hem basılı kaynakları hem de dijital kaynakları kullanırlar. Ama çoğu zaman ilk batıkları yer Google’dır (Yıldız, 2012, s. 822).

Dijital yerliler için teknoloji bir fenomenken, dijital melezler yeni çağ ile eski geleneksel çağ arasında kalan eski alışkanlıklarını bırakmadan yeni gelişmelere açık olan ve kabul edebilen bireylerdir. Bu bağlamda her iki grupta yer alan teknolojiyle barışık insanların verilere ulaşmada hız ve kolaylık, derin analiz yapabilme yeteneği, farklı bakış açılarına erişim gibi çeşitli özellikleri barındıracağı ifade edilebilir (Gümüşoğlu, 2018, s. 563).

2.1.2.3. Dijital Yerliler Dönemi

Dijital yerliler, “Binyılın öğrencileri (millennials), internet nesli (Net Generation), oyun nesli (the gamer generation), yeni nesil (next generation, n-generation), siber çocuklar (cyber kids), zaplayan insan (homo zappiens), çekirge zihin (grasshopper mind)” (Pedro’dan aktaran Şahin, 2009, s. 56) gibi farklı isimlerle de anılmaktadır.

Dijital yerliler günümüz teknolojileri ile hayata başlamış, hayatının merkezine dijital medya araçlarını ve teknolojiyi koymuş, hayatını kolaylaştırmak için bilgiyi dijital medyadan alan ve günlük tüm işlerini teknoloji ile yerine getiren 21. yy çocuklarından ve gençlerinden oluşmaktadır (Bilgiç, vd., 2011, s. 2).

Prensky (2001) yaptığı çalışmada bilgisayar oyunlarının, internet’in, cep telefonlarının ve anlık mesajlaşmanın dijital yerlilerin hayatlarının büyük bir parçası olduğunu belirtmektedir.

Dijital yerlilerin özgürlük isteyen ve mekâna bağlı olmadan, süreçten çok sonuç odaklı çalışmayı isteyen bir grup olduğu düşünülebilir. Dijital yerliler, internet üzerinden araştırma yaparak fikirlerini paylaşp, akranların fikirlerin önem vermektedirler. Dijital yerliler, paylaştıkları mesajlarda geribildirim önem verirler. Ayrıca hız onlar için önemlidir ve yenilikçi bir yapıda güncel değişiklikleri yakından takip ederler (Yalçın, 2017, s. 569-570).

Dijital yerliler dijital dünyanın merkezinde doğdukları için teknolojiyi öğrenmek için çaba sarf etmezler. Literatürde genelde milenyum çocuklarının dijital yerli olduğu düşünülmektedir (Yıldız, 2012, s. 821).

2.1.3. Dijital Medya Araçları Kullanımının Avantajları ve Dezavantajları

Geleneksel medya araçları ile karşılaştırıldığında, dijital medya araçları kullanımının birtakım avantajlar ve dezavantajlar içerdiği görülmektedir. İki alt başlık altında dijital medya araçları kullanımının avantajları ve dezavantajları incelenecektir.

2.1.3.1. Dijital Medya Araçları Kullanımının Avantajları

Dijital medya araçları, geleneksel medya araçlarına göre birçok ciddi avantaj sağlamaktadır. Aşağıda yeni medya araçlarının avantajları sıralanmaktadır;

- Dijital medya araçları kapsamında gerçekleştirilecek yayınlar küçük rakamlarla karşılanabilmekte ve hatta bazı uygulamalar kullanılarak bu yayınlar hiçbir maliyet gerektirmeden karşılanmaktadır (Johnson, Pratarelli ve Browne, 1999).
- Yeni medya araçları, sosyal medya aracılığıyla yazılım ve donanım desteğiyle bireylere toplumda meydana gelen sorunlara anında tepki verme olanağı sağlayarak örgütlenmelerine imkân vermektedir (Şener, 2013, s. 255).
- Dijital medya ortamları, yeni dijital ortamlar ve arkadaşlıkların kurulmasına imkan verirken, mevcut arkadaşlarla da her zaman ve her yerde iletişim ve etkileşimde bulunma imkanı tanımaktadır (Çambay, 2015, s. 243).
- Dijital medya araçları aracılığıyla bireyler paylaşımlarda bulunurken bu paylaşımlardaki içerik ve mesajları istediği gibi düzenleyip değiştirerek paylaşabilirler (İnce & Koçak, 2017, s. 738).
- Yeni medyanın özellikle taşınabilir boyutta ve sınırsız özellikte olması bireylerin dijital medya araçlarını zaman ve mekân sınırlaması olmaksızın her yere götürmesine olanak sağlamaktadır (Çambay, 2015, s. 242).
- Dijital medya ortamında bireyler kendileri ifade edip, yeni arkadaşlar kurabilir ya da mevcut arkadaşları ile sürekli iletişim kurabilirler (Çalışır, 2015, s. 119).
- Dijital medya aynı zamanda tanımadığımız diğer kişilerle ilişkileri geliştirip, arkadaşlığın sürekli olmasını sağlamaktadır (Balcı & Koçak, 2017, s. 44).
- Dijital medya araçları; eşzamanlı kullanım olanağı sunması bakımından, tüm dünyanın bir olay ve/veya durumdan haberdar edilebilmesi için tek bir tuşa basılması yeterli olabilmektedir (Ghassemzadeh, Shahraray ve Moradi, 2008).

2.1.3.2. Dijital Medya Araçları Kullanımının Dezavantajları

Yeni medya araçları geleneksel medya araçlarına göre birçok avantaj sağladığı gibi birçok dezavantaj da içermektedir. Bunlar aşağıdaki gibi özetlenebilmektedir;

- Dijital medya araçlarından özellikle televizyon tek yönlü kitle ve iletişim aracı olduğundan zamanla kişideki algılama, düşünme ve sorgulama vb. bilişsel yeteneklerde bozulmalar meydana getirebilmektedir (Nalçaoğlu, 2003, s. 49).

- Dijital medya araçlarının aşırı kullanımı; bireylerde depresyon, mutsuzluk, isteksizlik, başarısızlık, sosyal iletişim becerisi eksikliği ve kendine güven ve saygıda düşük benlik algısı gibi psikososyal değişikliğe sebep olmaktadır (Siyez & Baş, 2013, s. 115).

- Dijital medya araçları bireylere gerçek hayatta ulaşamayacağı birçok fırsat sunmaktadır. Bunların başında pornografik siteler gelmektedir. Bu siteler özelliklere ergenlere ve yetişkinlere çekici gelmekte ve bireyde merak uyandırmaktadır. Bu tarz siteler internet bağımlılığının yanında cinsel bağımlılık ve cinsel suçlara yönelik eylemler ile sonuçlanabilmektedir (Henderson, 2001).

- Ailesiyle, çevresi ve arkadaşları ile birlikte yaptığı sosyal etkinlikten kopan yetişkinler, kişisel bakımlarını bile ihmal etmektedirler. Yemek yemeyen ya da çok hızlı ve sağlıksız beslenen kişiler zamanla bağımlı hale gelmektedir (Köksal, 2015, s. 19).

- Yeni medya araçlarındaki şiddet içerikli oyunlar, kişilerde öfke ve sinirlilik hissinin oluşmasına neden olduğu gibi bireylerde korku ve duyarsızlık hislerinin artışına neden olmaktadır (Shields & Behrman, 2000).

- Bireyin, insan olması ve biricik olma özelliğine istinaden özel hayatın gizliliğinin ve mahremiyetin engellenerek birey adına yapılan paylaşım ya da içeriklerin herkes tarafından görünür olması özel hayatın gizliliği ilkesine terstir (Toktaş Arslantaş vd. 2012).

- Yeni medya ortamlarında, internet sitelerinde ya da sosyal ağ sitelerinde reklam ya da çerezler sürekli kullanıcının karşısına çıkmakta ve bu reklamdaki kurtulmak mümkün olmadığı için kullanıcı satın almaya ve alıcı olmaya zorlanmaktadır (Binark, 2013, s. 58).

- Günümüz toplumunda ebeveyn ve eğitimcilerin en büyük kaygısı dijital oyunlara ve dijital medya araçlarına yönelik oluşan bağımlılıktır. Dijital oyunların şiddet içeriğine yönelik ilk tartışmalar 1976 yılında başlamış, 1980'li yıllarda itibaren video ve bilgisayar oyunları üzerine yapılan çalışmalarda önemli bir artış yaşanmıştır (Budak & Karaaslan, 2012).

2.2. Bağımlılık ve Dijital Bağımlılık Kavramının Tanımı ve Kapsamı

2.2.1. Bağımlılık Kavramı

Bağımlılık kavramı hem maddesel hem de davranışsal kökenli olabileceği için ile ilgili literatüre bakıldığı zaman birden fazla çok farklı tanımlarla karşılaşmamız kaçınılmazdır. İlgili literatür sonucunda Köknel (1998) madde Bağımlılığını, “bireyin bir besin ya da uyuşturucu madde karşısında bağımlı duruma gelmesi” olarak tanımlamaktadır.

Bağımlılık, bireyin herhangi bir madde veya alışkanlığa fiziksel ihtiyacı giderme ya da tedavi amacı olmadan aşırı şekilde eğilim göstermesi olarak ifade edilmektedir (Şahin, 2007). Köknel (1998) bağımlılığı; bireyin normalin dışındaki davranışlar göstermesine, fiziksel, ruhsal ve biyolojik işlevlerini tam olarak yerine getirmesine neden olan madde ya da davranışlar şeklinde ifade etmektedir. Bağımlı olunan maddenin kişinin bedeninde yaptığı tahribatlar kişi tarafından fark edilse bile kişi o maddeyi kullanmaktan vazgeçemez.

Bağımlılık, süreklilik taşıyan bir kavramdır. Bağımlılık, bireyin isteği ile başlamakta ancak süreç içinde bireyin özerkliğini ortadan kaldırılabilmektedir (Tansel, 2006). Bağımlılık, genelde bireyin kendisi tarafından fark edilmemekte ve bu nedenle diğer rahatsızlıklara oranla daha riskli olan durumlara dönüşebilmektedir (Günüç, 2009).

Günümüzde sürekli şiddet eğilimli oyunlar oynamaya, saplantılı ilişkilere, çeşitli dijital aletleri kullanmaya, sürekli alışveriş yapmaya ve sanal dünyada aşırı zaman geçirmeye, internette sürekli cinsel içerikli videolar izlemeye kadar çok farklı davranışları içermektedir (Köksal, 2015, s. 6). Bağımlılık bireyi bilişsel ve duygusal anlamda etkilemektedir. Bireyler o madde ya da davranışı olumsuz etkisine rağmen bırakmamakta hatta artan oranla o davranışı ya da madde kullanımını daha da fazla tekrarlamaktadır. Bandura'nın “Sosyal Öğrenme Kuramı”na dayanan bilişsel yaklaşım’a göre Thombs (1994), bağımlıların bağımlılık geliştirdiği madde ya da davranışı merkeze alan bir hayat biçimi tercih ettiğini ve bu yönüyle bağımlılık davranışının rastgele ya da öngörülemez olmadığını, aksine davranışların bilinçli olduğunu belirtmektedir.

Bağımlılığın gelişmesinde beynin ödül merkezi olarak bilinen ventral tegmental alan, beynin muhakeme, karar verme, dürtü denetimi gibi birçok fonksiyonlarından sorumlu

frontal korteks, duyguların yönetiminden sorumlu amigdala, öğrenme ile ilişkili Nucleus Accumbens ve Striatum gibi birçok beyin bölgesinin sorumlu olduğu bilinmektedir (Bilecik Rehberlik ve Araştırma Merkezi Müdürlüğü, 2018, s. 4).

Bağımlılığın her bir aşamasında beynin farklı bölgelerinde değişiklikler meydana gelmektedir. Madde kullanımı, ödül merkezinden yüksek miktarda dopamin salgılanmasına neden olur. Salgılanan bu dopamin kişinin yoğun haz almasına neden olur. Madde alımının tetiklediği dopamin salınımı, zaman içerisinde frontal korteksi etkileyerek yanlış karar alınmasına, seçilen eylemlerin madde kullanımı yönünde olmasına neden olmaktadır. Aynı zamanda dopamin, Nucleus Accumbens ve Striatum gibi beyin öğrenme ile ilgili bölgelerini de etkileyerek öğrenme yetisinin bozulmasına neden olur. Madde bağımlılığı gelişen kişilerde, yeni bilgiyi öğrenme, kaydetme ve hatırlama yetilerinde de bozukluk gelişmektedir. Bağımlılık yapan tüm uyuşturucular doğrudan ve dolaylı olarak beynin zevk alma hissini kontrol eden ve düzenleyen ağı etkilemektedir.

2.2.2. Bağımlılığın Özellikleri

Bağımlılık; fiziksel, ruhsal, davranışsal vb. olabilir. Birey herhangi bir maddeye ya da nesneye karşı bağımlılık gösterebileceği gibi herhangi bir kişiye ya da davranışa karşı da gösterebilir. Burada önemli nokta bireyin yaptığı davranışın yanlışlığının farkında olmasına rağmen devam ettirmesidir.

- Bağımlılığın özellikleri aşağıdaki gibi sıralanabilir (Enez Darçın, 2014).
- Bağımlılık tedavi edilebilir bir hastalıktır,
- Fiziksel, psikolojik ve davranışsal bağımlılık gibi türleri vardır,
- Kronik ve tekrarlayıcıdır,
- Özellikle ergenler ve genç yetişkinler risklidir,
- Bağımlılığı özendirici çevre ve arkadaş değişikliği,
- Değişken duygu durum bozukluğu,
- Sık sık duş alma ve temizlik ihtiyacı,
- Evde daha az vakit geçirme,
- Aile bireyleri ile daha az ilişki kurma,
- Yalnızlığı daha çok tercih etme,
- Aşırı ve gereksiz para israfı,

- Kişisel bakımın azalması,
- Okul veya iş başarısının azalması,
- Uyku düzensizliği ya da bozukluğu,
- Ciltte leke, yara ve enjeksiyon izleri,
- Dalgınlık, mutsuzluk, halsizlik, kaygı durum bozukluğu,
- Kilo kaybı ya da kilo alımı,
- Gözlerde kanlanma, göz bebeklerinde daralma ya da genişleme,
- Konuşma güçlüğü, peltek ya da mırıldanır gibi konuşma,
- Sarhoşluk hali.

2.2.3. Bağımlılığın Belirtileri

Bireyin bağımlısı olduğu madde ya da davranışa yönelik yapmaktan kendini alıkoyamadığı birtakım davranışlar göstermesi mümkündür. Birey gündelik işerini yerine getirmek yerine çoğu vaktini ve enerjisini bağımlı olduğu madde ya da davranışa yöneltmektedir. Bireylerin bağımlı olduğu gösteren belirtiler aşağıdaki gibidir (Dinç, 2015, s. 32-33).

- Kullanılan madde miktarının zamanla artması,
- Bağımlısı olunan davranışın sıklıkla tekrar edilmesi,
- Madde miktarının ya da davranış sıklığının azalması halinde kişide yorgunluk, öfke, kaygı, stres ve sinirlilik gibi yoksunluk belirtilerinin ortaya çıkması,
- Ruhsal, sosyal, adli ya da bedensel bir sorun oluşturmaya rağmen madde kullanmaya veya spesifik bir davranış göstermeye devam etmek,
- Kişinin madde veya spesifik davranış ile ilgili kontrolü kaybetmesi ve tasarladığından daha azla madde kullanması veya davranışta bulunması,
- Günün büyük çoğunluğunda bağımlısı olduğu maddeyi ya da davranışı düşünme,
- Maddenin veya spesifik davranışın kişisel ve toplumsal sorumluluklarını yerine getirmesini engellemesi (iş, okul, aile, bireysel temizlik gibi).

Bağımlılık fiziksel, ruhsal, davranışsal ya da psikolojik kökenli olmaktadır. Fiziksel bağımlılık, kullanılan maddeye karşı önlenemez bir arzu duyması ve bedeninde meydana gelen zararlara rağmen maddeyi kullanmaya devam etmesidir. Ruhsal bağımlılık ise kişinin duygusal ya da kişilik yapısı gereği, gereksinimlerini tatmin etme/giderme amacı ile o maddeye düşkünlüğüdür. Sonunda ödül olan her şey bağımlılık yapabilir. Davranış bağımlılıkları en az madde bağımlılıkları kadar yaşamı altüst edebilme gücüne sahiptir.

Buna ek olarak bilgisayar oyunları, internet bağımlılığı, sanal alışveriş bağımlılığı, yeme, spor, seks, nikotin, kumar, şans oyunları, teknoloji, ilişki, aşk, insan, sosyal medya bağımlılığı da tedavi edilmesi gereken diğer bağımlılık türlerini oluşturmaktadır. Bu tür bağımlılıklar, davranış bağımlılıkları olarak adlandırılır (Bilecik Rehberlik ve Araştırma Merkezi Müdürlüğü, 2018, s. 5). Bağımlılığın tedavisinde aile ve çevre desteği önemlidir. Bireyler aile desteği ve uzman desteği ile bağımlılığı kontrol altına alabilir.

2.2.4. Bağımlıların Kişilik Özellikleri

Bireyin herhangi bir madde kullanımını ya da herhangi bir davranışı mutlu olduğu ya da haz aldığı için dürtülerini kontrol etmeyip olumsuzluklara rağmen devam ettirmesi bağımlı bir kişilik yapısında olduğunu gösterir. Bağımlı birey; dijital dünya dışında sosyal bir yaşamı olmayan, gündelik hayatta yalnız arkadaşı olmayan, dijital dünyada oluşan ya da gelişen her türlü uygulamayı yakından takibe alan, oluşan her türlü teknolojik, dijital ya da mobil yenilikten haberdar olmak isteyen, arkadaşlarıyla ve çevresiyle sosyal medya üzerinden görüşme sağlayan kimselerdir. Bağımlı bireyler sosyal medyada ya da oyun sitelerinde hayali bir kimlik oluşturmakta ve o kimlik üzerinden iletişime geçmektedir. Mobil cihazların büyümesine kapılan bu kimseler emek veya sorumluluk olmadan, göz teması kurmadan oluşturdukları ilişkilerde ve sosyal yaşamda utangaç olsalar da mobil ortamda kendilerini ifade etme rahatlığı içerisinde yaşamaktadırlar (Yengin, 2019, s. 142). Bağımlı bireyler dijital dünya aracılığıyla sahte kimlik oluşturmakta ve ilişkilerini yüzeysel ve samimi olmayan biçimde devam ettirmektedir. Bağımlı kişiler bağımlı olduklarını her ne kadar kabul etmeseler de diğer bireylerden ayrı bir takım özelliklere sahiptir. Bağımlı bireylerin kişilik özellikleri aşağıdaki gibidir:

- Bağımlılar dürtülerini ve güdülerini kontrol etmede zorlanırlar.
- Diğer bireylerle sosyal ilişki ya da başarılı iletişim kurmakta zorlanırlar.
- Gerçek hayattaki sorunlarla yüzleşmek yerine sanalda sorunsuz yeni bir dünya yaratırlar.
- Başarısız olma korkusu ile sanal dünyada risksiz bir hayat kurar ve bu hayatta mutlu oldukça daha fazla zaman geçirir ve çevresindeki insanlarla sorun yaşamaya başlar.
- Bağımlı kişiler bu durumun sorun yarattığı fark edemez ve bağımlı olduklarını sürekli inkâr ederler.
- Gelecek ile ilgili bir düşünce, umut yoktur (Dinç, 2015).

2.2.5. Dijital Bağımlılık Kavramının Tanımı

Dijital bağımlılık kavramı ise teknolojinin gelişmesi ile hayatımızda önemli bir yer işgal etmektedir. Dijital medya araçlarının günümüzde her alanda karşımıza çıkması ve dijital medya araçlarını her yerde ve her zaman kullanma imkânı olması bağımlılık düzeyi ile ilgili doğrudan ilgilidir.

Dijital bağımlılık, dijital teknolojilerin çağımızdaki büyük yükselişi ve kitle iletişim araçlarının dijital teknolojilerle bütünleşmesi sonucu ortaya çıkmış ve giderek yaygınlık kazanmıştır.

Dünyada 7,6 milyar nüfusun yarısından fazlası internet kullanmaktadır. Yaklaşık 5 milyar bireyin mobil telefonu var ve mobil telefon üzerinden 2,5 milyardan fazlası internete girmektedir. Dolayısıyla dünya nüfusunun üçte biri mobil internet kullanıcısıdır. Dijital dönüşümün hızla gerçekleştiğini dijital iletişim sürecinin sürekli kullanımından rahatlıkla gözlemleyebiliyoruz. 1 dakika içerisinde Twitter 'da yaklaşık 360 bin Tweet atılmaktadır. Gündelik veri alışverişi artık dijital iletişimle gerçekleşmektedir. Dijital olarak kurulan iletişim boyutunda her bir işlem dijital veri olarak kayıt altına alınmaktadır. Bu da beraberinde bireylerin yaptığı her işlem için dijital ayak izlerini bırakmaları anlamına gelmektedir.

Sosyal medya toplumsal bir alışkanlık halini almıştır. Her yaştan dünya vatandaşının içinde yer aldığı sosyal medya; bireylerin ihtiyaç ve temel ilgi alanlarına göre kullanılmaktadır. Sanayi devrimi sonrası teknolojinin araçtan amaca dönüşmesinde büyük rol oynayan teknik, insan kontrolünde bu faaliyetini gerçekleştirmektedir. Ancak insan üretimi olan teknoloji her zaman olduğu gibi beraberinde bağımlılık sorunlarını da getirmektedir. Sosyal medyada; katılım, açıklık, karşılıklı konuşma, topluluk ve bağlantısallık özellikleri kullanımın artmasını sağlamaktadır. Bu noktada bağımlılık, iletişim çalışmalarında çoğunlukla kullanımlar ve doyumlar kuramıyla ilişkilendirilmektedir. Bireyin toplum içindeki huzursuzluğundan kaçışı sosyal medya kullanımıyla gerçekleşir. Bu noktada yeni medya olarak mobil telefonlar ve bu araçlarla kullanılan sosyal medya bireyin toplumdaki sıkıntılarından uzaklaşmasının en önemli yolu olmaktadır.

Türkiye’de dijital medya araçları ülkemizde de çok yaygın kullanılmaktadır. We Are Social ve Hootsuite’in yapmış olduğu “2019 Global Digital” çalışma raporuna göre Türkiye’de 82 milyon civarı nüfusun 76 milyon civarında (%93) mobil abonelik var. Aynı

zamanda sosyal medyada geçirilen zaman açısından dünyada üst sıralarda yer aldığı ve aktif sosyal medya kullanıcı sayısının ise 52 milyon olduğu saptanmıştır (We Are Social and Hootsuite, 2019).

Dijital medya kullanımı bireyin ruhsal ve bedensel sağlıklarına, sosyal yaşamlarına zarar vermesine rağmen bireyler engellenemez biçimde dijital medya kullanımını sürdürmektedir.

2.2.6. Dijital Bağımlılık Kavramının Kapsamı

Dijital bağımlılık kavramının kapsamı; dijital medya araçlarının karmaşıklaşması ve dijital medya bağımlılığının alt boyutlarının çoğalmasıyla kapsam olarak genişlemiş durumdadır. Günümüzde özellikle sosyal medya araçlarının yaygın kullanımı sosyal hayatı olumsuz etkilemektedir.

Temel olarak dijital araç ve uygulamalara yönelik bağımlılık olarak tanımlanan dijital bağımlılık; internet bağımlılığını, cep telefonu bağımlılığını, sosyal medya bağımlılığını, ekran bağımlılığını ve dijital oyun bağımlılığını ve türlü dijital medya aracına karşı konulamaz isteği ifade etmektedir. Dijital bağımlılığın tam olarak nerede başladığının tanımlanamayacağını ancak yaşanıldığı zaman fark edilebileceğini belirtilmektedir (Dilci, Arslan ve Ersoy, 2019, s. 125). Shaffer, Hall ve Bilt (2000) ise bağımlılığı tanımlayabilmek için kullanılabilecek üç temel kriter bulunduğunu söylemektedir. Bunlardan ilkinin istenilen şeye karşı çok güçlü bir isteğin olması, ikincisinin istenilen şeye karşı kontrolün kaybedilmesi, üçüncüsünün ise istenilen şeye ulaşmak için sınırları zorlayacak derecede ısrar etmek olduğu belirtilmektedir. Dijital bağımlılığın günümüzde çok yaygın olduğu ve her yaştan bireyin dijital bağımlılık kısılcasında olduğu görülmektedir. Parçalanmış aile yapısına sahip bireylerin diğerlerine göre dijital bağımlılık oranlarının daha yüksek olduğu belirtilmektedir. Ailedeki otorite boşluğu, kontrol mekanizmasının tam olarak işlememesi, ebeveyne duyulan ihtiyacın başka yollarla telafi edilmeye çalışılması gibi nedenler bu konuda etkili olmaktadır (Bayzan, 2011).

Teknolojik gelişmeyle paralel olarak bireylerin teknolojiye yönelik bağımlılıkları; internet bağımlılığı (Başköy, 2013; Gençer, 2011; Günüş, 2009), teknolojik bağımlılık (Konçak, 2016), bilgisayar oyun bağımlılığı (Bilgin, 2015; Veltri, Krasnova, Baumann ve Kalayamthanam, 2014), telefon bağımlılığı (Ünal, 2015), facebook bağımlılığı (Çam, 2012), sanal oyun bağımlılığı (İçen, 2018), sosyal medya bağımlılığı (Çelik, 2018;

Şişman, 2014), bilgisayar bağımlılığı (Aydiner, 2017), çevrimiçi oyun bağımlılığı (Koç, 2017), dijital oyun bağımlılığı (Köksal, 2015; Oral, 2018), dijital bağımlılık (Çukurluöz, 2016) vb. adlar altında farklı kategorilerde incelenmektedir.

Bağımlı bireyler boş zamanlarını sosyal aktivite yerine dijital ortamla gerçekleştirmektedir. Yeni medyanın dijital özelliği bireyler tarafından sürekli kullanılmakta ve birey çevrimiçi yaşayabilmektedir. Bireyin dijital medyada oluşturduğu dijital kimlik bir süre sonra onlar için gerçeklik yanılgısına düşürmektedir. Dolayısıyla birey elde ettiği dijital kimliğini daha çok sahiplenmektedir. Kitle televizyonculuğunda amaç tüketiciyi bir şekilde yakalayıp zaman trenine bindirmek ve orada mümkün olduğu kadar tutmaktır. Yeni yayın sistemlerinde, bu arada dijital platformlarda (ya da “çevrimiçi video akış” platformlarında) ve tabii Netflix’te ise amaç tüketiciyi cazip davetlerle yakalayıp mümkünse hiç bırakmamaktır (Şahin, 2019).

Bu belirlemeler doğrultusunda görülmektedir ki; dijital bağımlılık, oldukça geniş kapsamlı bir bağımlılık türüdür ve dijital medya araçlarının günden güne çeşitlenmesi, içerik ve uygulamaların zenginleştirilmesi doğrultusunda da kapsamı daha da genişlemektedir.

2.2.7. Dijital Bağımlılığı Pekiştirici Unsurlar

Ertemel ve Aydın’a (2018) göre bireylerin dijital dünyada daha fazla zaman geçirmesini sağlayan dört temel unsur vardır;

- Durma işaretinin olmayışı
- Gelişmeleri kaçırma korkusu (fear of missing out –FOMO)
- Değişken ödüller
- Alışkanlık Döngüsü

2.2.7.1. Durma İşaretinin Olmayışı

Dijital medya araçlarına bağımlı olmamızı sağlayan en önemli etken sürekli yenilenmesi ve dijital medya araçlarının bizim ihtiyaçlarımız doğrultusunda güncellenmesidir. Dijital dünyada her şey çok hızlı ve süreklilik arz edecek şekilde değişmekte ve gelişmektedir. Birçok aktivite ya da etkinlik belirli bir süre sonra son bulur. Örneğin sinemada keyifle izlenen film ya da keyifle okunan bir kitap bitişi bireyler için durma işareti anlamı taşır.

Özellikle sosyal medya hesaplarında ve popüler oyunlarda durma işaretinin olmayışı kişileri zamanla daha bağımlı hale getirmektedir.

Bilgisayar oyunlarının günümüzde sayısının ve çeşidinin artması bireylerde bağımlılık yaratmaktadır. Özellikle ödül sistemi kişilerdeki başarısızlık duygusunun üstünü örtmekte ve kişilerde fazla dopamin salgılanmasına neden olmaktadır.

2.2.7.2. Gelişmeleri Kaçırma Korkusu (fear of missing out –FOMO)

Günümüzde sosyal ağlar bireylere her yerde, her zaman durum güncelleme, resim ya da video vb. paylaşma imkanı sunmuştur. Bireyler dijital medya araçları sayesinde ülke gündeminden, hatta dünya gündeminden bile anında haberdar olmaktadır.

Sosyal ağlardan etkilenen ve bu sürekli güncelleme ve izleme davranışı tüm dünyada Fear of Missing Out (FOMO) olarak adlandırılan yeni bir kavramın doğmasına neden olmuştur (Hato, 2013). Bir sürecin parçası olduğu düşünülen bu fobi ya da korkunun bireylerin ihtiyaç ya da beklentilere dayandığı söylenebilir. Türkçeye gelişmeleri kaçırma korkusu olarak tanımlanan bu durum mobil cihaz kullanımı ile doğrudan ilgilidir.

Kişilerin çevreleri, arkadaşları, ilgilendikleri diğer kişiler ya da gündemdeki olaylarla ilgili bilgiye hızla erişme ve diğer kişilerden geride kalmama istemi ile sürekli mobil cihazlardan gündemin takip edilmesi ve sosyal medya hesabın sürekli aktif tutularak kontrol edilmesidir (Przybylski, Murayama, DeHaan ve Gladwell, 2013). Bireyler gündelik hayattan ya da insanlardan almaları gereken ilgi, doyum, sevgi, haz, heyecan vb. duygu ve davranışları dijital medya araçlarından ve sosyal ağlardan karşılamaya çalışmaktadırlar.

Fomo Hastalığı; Kişinin işini bitirir bitirmez ilgilendiği kişi ya da durumla ilgili eski yeni tüm paylaşımların taranarak öğrenilmesi ve paylaşımların görüldüğü takdirde kişide oluşan kaygı bozukluğunun sona ermesi olarak tanımlanmaktadır (Tekayak, Akpınar ve Kırdök, 2017, s. 31).

Fomo Hastalığı bireyin sahip olmak isteyip de olamadığı durum ya da olayların başkası tarafından gerçekleştirildiğini ya da sürekli hayalini kurduğu hayatın takip ettiği kişiler tarafından yaşandığını görmesi üzerine kişide meydana gelen korku ve kaygı bozukluğudur. Bir kişinin Fomo Hastası sayılabilmesi için aşağıdaki belirtilerden en az 3'ünü göstermesi gerekmektedir (Tekayak vd., 2017, s. 97).

- Sosyal medya platformlarında istenilen içeriğe ulaşamadığında oluşan gerginlik/ansiyete hissi,
- Sosyal medya platformlarındaki paylaşımlarının ve iletilerin sürekli kişi tarafından takip edilmesi,
- Sosyal medya platformlarındaki tüm bilgilerin geriye giderek taranarak takip edilen kişi ile ilgili her türlü bilginin öğrenilmesi,
- Sosyal medya platformlarındaki eski iletilerin görüldüğünde kişideki gerginlik hissini ya da kaygı durumunun azalması.

2.2.7.3. Değişken Ödüller

Ödül kavramı, birçok alanda ve birçok kurumda çalışan kişileri güdülemek için kullanılan bir unsurdur. Ödül unsuru, dijital bağımlılığın oluşmasında ortaya koyduğu özendirici ve pekiştirici unsurla çeşitli platform ve uygulamalarda kullanılmaktadır (Ertemel & Aydın, 2018, s. 672). Bireyin dijital medya araçları ile yaptığı her etkinlik ya da hareket sonrası kendini mutlu hissetmesi beyindeki ödüllendirme merkezinin artık belli bir aşamadan sonra sürekli oyunlarla veya teknolojiyle ödüllendiriliyor olması sonucunu doğuracaktır. Birey ödüle alıştığı takdirde sürekli ödül beklentisi içinde olacaktır. Ödüllendirme sistemini bilinçsiz ve aktif bir biçimde dijital medya üzerinden kullanan birey, belirli bir zaman sonra sosyal hayatta, aile hayatında ya da arkadaşlık ilişkilerinde huzursuz, mutsuz gergin olacaktır. Facebook ya da diğer sosyal medya hesaplarında en çok oynanan oyunların ödül sistemini başarılı şekilde kullandıkları görülmüştür. Oyunlarda oyuncu önceden belli olmayan aralıklarla özel ödüller kazanır. Bireyler ne kadar uzun oynarsa, ödül ihtimali o kadar artar. Bireyler her an, ödül zamanı geleceği umudunu besler ve bu yüzden sürekli oynamaya devam ederler. Söz konusu oyunlar, uzun süre oynamayı daha hızlı ilerleme imkanıyla ödüllendiriyor: örneğin oyundaki karakterin daha güçlü olmasını sağlayan tecrübe puanlarıyla ya da kazanılan para, alet veya hammaddele. Yani, oyuncu ne kadar uzun süre oynarsa o kadar çok “kazanıyor (Hazar, 2016, s. 69).

Bireyler sosyal medyada geçirdikleri süre içerisine birden fazla uyarıcıya maruz kalmaktadır. Örneğin herhangi bir sosyal medya hesabında gezinirken bazı alışveriş sitelerinin belirli bir harcama yapan tüketicilere indirim ya da puan vermeleri tüketicilerin alışveriş yapma isteğini artırmakta ve bireyleri bağımlı hale getirmektedir.

Bireylerin sosyal medyada yaptıkları paylaşımların kaç kişi tarafından ne oranda beğenileceğinin bilinmemesi ve her paylaşımın sonra beğeni sayısının artacağı düşüncesi ile kişi sürekli paylaşımda bulunma döngüsü içine girer. Beğeni sayısının bazen az bazen çok olması ödül unsurunun bilinmezliğinden ve değişkenliğinden kaynaklanmaktadır.

2.2.7.4. Alışkanlık Döngüsü

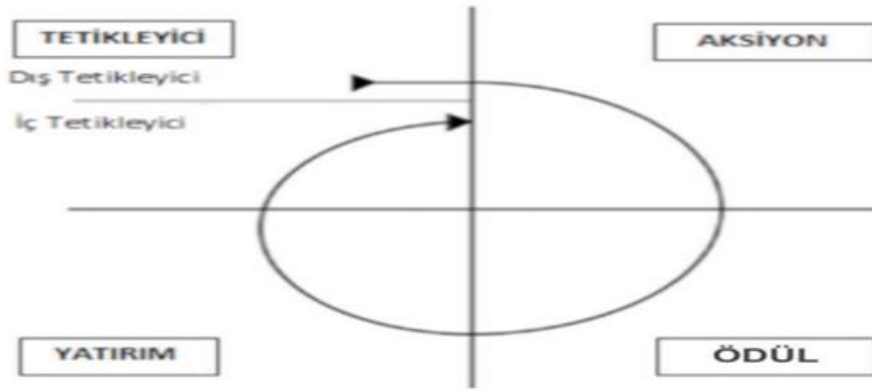
Alışkanlık, fiziki bağımlılık ve direnç artımı (tolerans) olmadan psikolojik olarak bir maddenin sürekli kullanılması ya da bir davranışın sürekli tekrarlanması durumudur.

Alışkanlıklar iyi davranışlara yol açabileceği gibi kötü davranışlara yol açabilmektedir. Alışkanlık belli bir süre sonra otomatik ve hiç düşünmeden yapılan davranışlardır.

Alışkanlık döngüsü, bir işaretin ya da ödülün beyni tetiklemesiyle başlar, ardından davranışın sık sık tekrar edilmesi, tekrarların sonunda beyin bir ödül sezmişse mutluluk hormonu salgılanır. Birey mutluluk hormonuna tekrar ulaşmak için bu süreci tekrarlar ve sonunda alışkanlık haline gelir (Ertemel & Aydın, 2018, s. 673).

Twitter, Instagram, Facebook, Whatshapp gibi sosyal medya ve mesaj uygulamaları insanların profil oluşturmalarına olanak sağlarken aynı zamanda yeni ya da sahte bir kimlik oluşturmalarını da mümkün kılar (Stone, 2009). İnsanların büyük bir çoğunluğu, zamanının büyük kısmını sosyal medya hesaplarında paylaşımda bulunarak, gündemi ya da paylaşımları takip ederek geçirmekte ve bu durumun bir alışkanlık haline geldiğini ifade etmektedir. Sosyal medya kullanıcılarının genelini oluşturan gruplarla ilgili araştırmalar incelendiğinde; yaş ve cinsiyet bakımından 30 yaş altı kullanıcılar ve kadınlar dikkat çekmektedir (Madden & Zickuhr, 2011).

Alışkanlıklar ve değişken ödüllerin gücünü çıkış noktası alan Eyal (2014), üç adımlı alışkanlık döngüsüne dördüncü bir unsur ekleyerek deneyimi alışkanlık hâline getirerek ve dolayısıyla bağımlılık yaratacak dijital ürün tasarlama yöntemini geliştirmiştir.



Şekil 1: Kanca (Hook) Modeli (Eyal, 2014), <https://blog.userspots.com/bir-yontem-olarak-oyunlastirma-7c8ea7f844f7> sayfasından erişilmiştir.

Kanca (Hook) adı verilen bu model dışardan gelen tetikleyici, aksiyon, (rutin), ödül (değişken) ve yatırım unsurlarından oluşur (Eyal'den aktaran Aydın ve Ertemel, 2018). Bu modeli Instagram ya da Facebook üzerinden açıklayıp örnek verecek olursak; Bireyin platforma (yatırım) fotoğraf yüklenmesinin nedeni genel itibari ile beğeni ya da yorum almak ve platformda popüler hale gelmektir. Sosyal medya uygulamaları içine girmeden bile yaptığımız paylaşımlarla ilgili gün içinde sürekli bildirim alırsınız, bu bildirimler sizde merak duygusu uyandırır ve uygulama ile ilgili motivasyonunuzu arkadaşlarınızdan gelen beğeni ve yorumlar (değişken ödüller) oluşturur. Sosyal medya uygulamaların asıl amacı bu döngüyü başlatan dışsal tetikleyiciden çok içsel tetikleyicinin zamanla kişi için etkili olmasıdır. Örneğin bireyin gerçek hayatta alamadığı iltifat, beğeni ya da yorumları sosyal medya uygulamalarından alması kişinin içsel olarak özgüven kazanması ya da kendini daha çok sevmesini sağlar. Bu içsel motivasyon uygulamayı zamanla daha çok kullanmanızı sağlar.

Konu ile ilgili araştırmalar doğrultusunda, dijital bağımlılığı pekiştirici diğer unsurlar aşağıda verildiği gibi sıralanmaktadır.

2.2.7.5. Dijital Medya Araçlarının Kolay Ulaşabilir Olması

Günümüzde gelişen teknoloji ile beraber insanlar dijital medya araçlarına her yerde ve her zaman ulaşma imkanı bulmuşlardır. İnternetin zamanla ucuzlaması ve akıllı telefonlarda mobil internet paketlerinin bulunması insanların istedikleri zamanda interneti kullanmalarına olanak sağlamıştır. İletişim teknolojilerinin dijitalleşmesi ve buna bağlı olarak mobilitenin gelişmesi mobil bireyler yaratmıştır. Bireylerin akıllı telefonlara,

tabletlere ve neredeyse her yerde internet erişimine sahip olması onu da “erişilebilir” yapmıştır. Bir mobil telefon markasının sloganı olan “connecting people” (erişilebilir insanlar) günümüzün sloganı haline dönüşmüştür. Bu durum dijital bağımlılığı dolaylı yollardan etkilemektedir. Günümüzde internet kafeler, akıllı telefonlar, tabletler, taşınabilir diğer cihazlar internete erişimi kolaylaştırmıştır. Ayrıca internete erişimin kolaylığı, erişimin ucuzluğu, İnternet’in yüksek hıza sahip olması gibi sebepler bireyleri internete bağımlı olamaya yöneltmektedir. Yapılan çalışmalarda, bağımlı bireylerin büyük oranda İnternet kafelere gittiği tespit edilmiştir (Günüç, 2009, s. 29). Her yerde, her zaman tüm bireylere ulaşma durumu bireylerin mahremiyet ya da özel hayatın gizliliği durumlarını ihlal etmektedir. Daha sonraki bölümlerde bu konu detaylı biçimde anlatılacaktır.

2.2.7.6. Sohbet Etme ve Sosyalleşme İmkânı

Bireyler özellikle sosyal medya hesaplarında ya da oyun odalarında her yerde ve her zaman arkadaşları ya da yabancı kişilerle sohbet etme olanağı bulmaktadır. Sanal dünyada sorunlarını tek tuşla çözen bireyler iletişimlerini sanal mecralarda kurup sürdürme eğilimi göstermektedir. Oyunların, her yaştan ve her kesimden bireye yönelik olarak farklılaşması daha çok insana hitap etmesine de yol açıyor. Bu kapsamda; facebook, msn, gibi sosyal iletişim araçlarından özellikle; akıllı telefonlara yönelik çoğalan sohbet erişimli oyunlar, iletişim ihtiyacını ve erişimi de kolaylaştırdığı için, bireyler tarafından daha çok ilgi görmektedirler. Günümüzde sohbet siteleri ya da arkadaşlık siteleri sayı olarak artmakta ve her geçen gün yenilenmekte ve özellik bakımından güncellenmektedir. Sosyal medya hesapları ya da mail hesapları aracılığıyla oyunlardaki sohbet ortamından yararlanan kullanıcılar arkadaş ekle seçeneğini kullanarak yeni arkadaşlıklar edinebilir.

Yapılan araştırmalarda özellikle gençlerin sosyal hayatla ilişkisinde, kişilik gelişimde ya da özgüven ve özsaygı becerisi kazanmasında, içinde bulunduğu sosyal çevre kadar sanal ortamda kurduğu iletişim ya da etkileşim de önemlidir.

Sosyal ağların öğrenciler üzerindeki etkilerini inceleyen Koç ve Karabatak (2011)’ın araştırmasına göre, öğrencilerin sosyal ağları kullanma amaçlarının başında sohbet sitelerinde ya da sohbet ağlarında sohbet etmek, eski arkadaşlarını sosyal medya aracılığıyla bulma ve yeni arkadaşlıklar edinme gösterilebilir. (Akyazı & Tutgun Ünal, 2013; Hazar, 2011; Kuss & Griffiths, 2011; Tutgun Ünal & Köroğlu, 2013).

Yapılan birçok araştırmaya göre internette ve sohbet sitelerinde geçirilen süre ile bağımlılık arasında doğru orantılı bir ilişki söz konusudur. Bireyler boş zamanlarını internette sohbet ederek, yeni arkadaşlar edinerek, sürekli mesajlar yazarak geçirmek istemektedirler. Bu sırada zamanın nasıl geçtiğini anlamayan birey bağımlı hale gelir.

2.2.7.7. Gerçek kimliğin gizlenebilir olması

Dijital dünyada bireyleri elle yoklamanın mümkün olmadığı için kullanıcılar ortadan kaybolup, gizlenme olasılığına sahiptir. Böylelikle hiç kimsenin ulaşamayacağı birisine dönüşebilmek mümkün olmaktadır. Yani tercih kullanıcınınındır; ister kimsenin göremediği olur, ister omnipresent. Bireylerin omnipresent oluşu onları daha ulaşılabilir ve onları daha ulaşılabilir kılmış olsa da bunun samimiyetten uzak bir ilişki biçimi olduğu açıktır. “Sanal yakınlığın yükselişi insani bağlantıları hem daha sık hem daha sığı, hem daha yoğun hem da kısa kılar” (Bauman, 2012, s. 93). İletişim Teknolojilerinin Dijitalleşme Dönemi’nde makine ile aracılendirilmiş iletişim olarak kavramsallaştırılan iletişim biçiminde kişilerarası iletişim kuran bireyler birbirleriyle bağlantı kurar.

Bağlantılar ‘sanal ilişkiler’dir. Eski tarz ilişkilerin tersine (taahhüt edilmiş ilişkilerden, hatta uzun vadeli bağlanmalardan hiç söz etmiyoruz), akışkan bir modern yaşam ortamına uygundur; bu ortamda, ‘romantik olasılıklar ’ın (ve yalnızca romantik olanların değil), gitgide hız kazanacağı, sayıca asla azalmayacağı, birbirlerini sahne dışına iteceği ve ‘daha hoşnut ve tatmin edici’ olma vaadiyle birbirleriyle yarışacağı umulur ve varsayılır. ‘Gerçek ilişkiler’in tersine ‘sanal ilişkiye’ girmek ve bu ilişkiden çıkmak kolaydır (Bauman, 2012, s. 13). Makinenin aracı olduğu iletişim biçimi alıcının müsait olup olmamasına göre başlar. Bir mesajı ya da arandığını gören birey iletişimi başlatma ya da başlatmama veya sonra başlatma konusunda kendini özgür hisseder. Bireyler arasındaki iletişim biçimi farklılaşmıştır, telefonu açmayıp meşgule verebilir ve bu aslında bir anlamda telefonun arayan kişinin yüzüne kapatılmasıdır ve daha öncesinde affedilemeyecek bir hakaret iken artık ne aranan ne de arayan bu şekilde düşünmemektedir. Hızlı olmaya yönelik bir eğilim söz konusudur. Mobil telefonlar ilk çıktığı zamanlarda SMS belirli bir karakter sayısı ile sınırlıydı, daha sonra birleşik SMS’ler ile bu karakter sayısı arttı. “Twitter gibi ortamlarda yazının yüz kırk karakterle sınırlandırılmış olması hızın egemen olduğu bir toplumda kendini hızlı ifade etmenin önem kazanmasının sonuçlarından biri olarak görülebilir”

(Özgül, 2015, s. 98). Bunlar elbette ki birer biyo-iktidar uygulamasıdır; çağ hızlı ve net olmayı istiyor ve bunu öğretiyor.

Postaya verilmek üzere kişisel bir mektup yazma gibi yavaş bir eylemin yerini neredeyse tamamıyla e-mail mesajlarının çabukluğu ve kısalığı aldı. Hayatımızdaki deneyim, alışkanlık, arkadaşlık ve dostluklarımızın yerini sosyal medyadaki yüzeysel arkadaşlıklar ile “Nasılsın” ve “Neredesin” gibi kısa mesaj ve paylaşımlarla kurulan ilişkiler almıştır (Hardt & Negri, 2003, s. 25). Artık insanlar arasındaki ilişkiler zayıflamaya başlıyor. Mail göndermek, mesaj yazmak ya da sosyal ağlarda bir iki cümle ile ‘sohbet’ etmek görüşmek anlamını taşımaya başlıyor. Dolayısıyla iletişim ihtiyacının tatmin olduğunu düşünen bireyler artık yüz yüze görüşmeye gerek kalmadığını düşünebilir hale geliyor. Daha erişebilir ve erişilebilir ilişkiler doğarken, samimiyetten ve paylaşımdan uzak bağlantılar kuruluyor. (Bauman (2012, s. 7), bunu “Hiçbir bağları olmadığından, birbirleriyle bağlantı kurmak zorundalar” şeklinde açıklıyor. Bireyler artık birbirleriyle bağlantılı ama bağlı değil, onları bir arada tutan bağlar artık uzak.

Sosyal ağlar artık o kadar çok şey sunuyor ki bireyler yüz yüze iletişim ihtiyacı duymayabiliyor. Bir eve misafirlğe gitmek yerine ekran başında görüntülü “sohbet” edebiliyorlar, çay ya da kahve yerine onun görüntüsel göstergesi gönderilebilir, aile albümlerine bakmaya ne gerek var zaten hepsi sosyal ağlarda, istenildiği zaman bakılabilir. Sosyal medyada aktif olan ve çok zaman geçiren bireyler günlük aktivite ve rutin işlerini yerine getirirken paylaşımda bulunup bunu sosyal medya aracılığıyla toplumdaki diğer bireylerle ulaştırma imkanı bulunurlar (Toprak vd., 2009, s. 159).

Benjamin, yıllar öncesinden seslenerek bizi uyarıyor: “Söyleşme özgürlüğü yitiriliyor. Geçmişte insanın sohbet ettiği kişiyle ilgilenmesi kendiliğinden veri kabul edilen bir şeydiyse, bugün bunun yerini onun ayakkabılarının ya da şemsiyesinin fiyatına duyulan merak almış durumda” (Benjamin, 2012, s. 59). Benjamin’in yazdığı dönemde söyleşme özgürlüğü yitirilmediyse de günümüzde yavaş yavaş elden kayıyor ve tutunmaya ihtiyaç duyuyor. Dijital ağlar üzerinden ‘sohbet’ etmek her ne kadar adı sohbet ise de değil. Uzamın iletişim üzerindeki etkileri göz önünde bulundurulduğunda bir çift ekran uzam paylaşımından bizleri uzak tutuyor. Paylaşılamayan uzam, aynı hisleri paylaşmayı zorluyor, tıpkı kişilerarası iletişimin “aura”sını yitirşi gibi sohbet etme de benliğini yitiriyor.

2.2.3.8. Kontrol mekanizmasının yetersizliği

Dijital medya araçları kullanılırken gençler, çocuklar, yetişkinler ya da aile üyeleri aynı evin içinde birbirinden habersiz yaşamaktadır. Dijital dünyanın sınırsızlığı ve büyüklüğü denetlenmesini zorlaştırmaktadır. Ayrıca bağımlı bireyler kendileri kontrol etmekte zorlandıkları için saatlerce dijital medyada zaman geçirip; sosyal, fiziksel, psikolojik birçok olumsuz problemle karşılaşabilirler.

Ailelerin birçok teknik tedbire rağmen çocuklarının dijital medya araçlarını kullanmalarına engel olamayıp dijital ortamdaki içeriklerin yasal güvence altına alınmaması en önemli sorunlardandır.

Bahsi edilen sorunlar dijital bağımlılığın getirdiği ve çözüm üretilmezse toplumsal kayıplara yol açan ciddi bir durumdur.

2.2.4. Dijital Bağımlılık Türleri

2.2.4.1. İnternet Bağımlılığı

Teknolojik bağımlılıklar; fiziksel, maddesel ya da kimyasal bağımlılıktan ziyade davranışsal bağımlılık kapsamında değerlendirilmektedir.

Sürekli televizyon izlemek ya da radyo dinlemek pasif ve etkileşimden uzak bir bağımlılık türü olarak ele alınırken bilgisayar ya da çevrimiçi oyun bağımlılıkları aktif ve çok yönlü bir bağımlılık olarak ele alınır. İnternet bağımlılığı da birçok araştırmacılar tarafından çok yönlü ve etkileşimin yoğun olduğu bir bağımlılık olarak görülmektedir. İnternet bağımlılığı diğer bağımlılıklara kıyasla toplumun her kesimi etkisi altına almıştır. İnternet bağımlılığı, bireylerde sürekli tekrarlama ihtiyacı duyulan, internete girilmediği takdirde bireyde yetersizlik, depresyon, sinirlilik hallerinin görüldüğu, aile ve sosyal ilişkilerin bozulması, içine kapanıklık, hoşgörü ve tahammül seviyesinin azalması gibi belirtileri olan bir bağımlılıktır (Odabaşıoğlu, Öztürk, Genç ve Pektaş, 2007).

İnternet bağımlılığı, dijital bağımlılık ya da teknoloji bağımlılığının türleri kapsamında değerlendirilmektedir. Dijital âlemde ya da internette fazla zaman geçirmek tek başına bireyin bağımlı olduğunu sonucunu doğurmaz. Araştırmalar neticesinde bağımlı kullanıcıların sanal âlemde uykusuz kalma ya da fiziksel sorunlara rağmen internette

zaman geçirmeye devam ettikleri görülmüştür. İnternet bağımlılığının anlaşılmasında ve tespit edilmesinde internette geçirilen süre kadar internetin hangi amaçla kullanıldığı da büyük önem arz etmektedir (Young, 1998, s. 29-33). Yapılan araştırmaların birçoğunda internet bağımlısı bireylerin interneti; film, müzik, dizi, oyun, video, sosyal ağ, sohbet, mesaj ya da cinsel içeriklere ulaşmak amacıyla kullandıkları görülmüştür. Bağımlı olmayan bireylerin interneti; eğitim, haber siteleri, e-alışveriş siteleri ya da diğer bilgi sitelerinin içeriklerine ulaşmak amacıyla kullandıkları görülmüştür (Günüç & Kayri, 2010, s. 221-222). İnternetin kullanım amacı ile internette geçirilen süre bağımlılıkla doğrudan ilgilidir.

Bilgisayar, internet ya da teknoloji alanında 2000’li yıllardan sonra meydana gelen yenilikler ve gelişmeler o dönemlerde interneti kullanan ya da o dönemlerde teknolojinin içine doğan bireylerin bağımlı olmaya daha yatkın olduğu görülmüştür (Köksal, 2015, s. 119). Yapılan birçok araştırmaya göre internet bağımlılığının kökeninde bireyin psikolojik sorunları ya da yaşadığı yalnızlık hissi ön plana çıkmaktadır. Kişinin bağımlı olduğuna dair belirtileri aşağıdaki şekilde sıralayabilmek mümkündür (Yen, Yen, Chen, Chen ve Ko, 2007).

- Bireyin sosyal fiziksel ve mesleki sorunlar yaşamasına rağmen interneti kullanmaya devam etmesi,
- Bireyin arkadaşları ya da çevresi ile yaptığı etkinlikler ve aktivitelerin yerini bireyin internet ortamında gerçekleştirilen aktivitelerin alması,
- Sanal ortamda geçirilen zamanın yeterli gelmemesi ve internette daha çok zaman geçirme isteğinin önüne geçememe,
- Bireyin internete girmediği zamanlarda korku, endişe, öfke, sinirlilik ya da kaygı sorunu gibi duygu durum bozuklukları yaşaması,
- Bireyin sosyal, mesleki ya da sorumluluklarını internette zaman geçirebilmek için aksatması ya da erteleme,
- Bireyin internet kullanımını kontrol edememesi.

Genç birey gündelik hayatın ya da aile hayatının sorunlarından kaçmak için interneti eğlence ve zevk amaçlı kullanma eğilimindedir. Kısa bir zaman için bile olsa sorunlarından uzaklaştığını ve mutlu olduğunu hissetmektedir (Günüç, 2009, s. 27). Fakat internetin

bireyi yalnızlaştırdığı, mutsuz ettiği ya da zamanla çevresinden, arkadaşlarından, sevgilisinden ya da eşinden uzaklaştırdığı yapılan bir takım çalışmalarda ortaya çıkmıştır. Son yıllarda dijital medya kullanım oranlarının arttığı da yapılan araştırmalarla görülmektedir. TÜİK (2018) tarafından Türkiye’de hanehalkı bilişim teknolojileri kullanımı üzerine bir araştırma sonucunda; 2018 yılına ait bilgisayar ve internet kullanımı 16-74 yaş grubunda sırasıyla %59, 6 ve % 72, 9 oldu. Bu oranlar 2017 yılında sırasıyla %56,6 ve %66,8 idi.

TÜİK (2018) tarafından yapılan diğer araştırmada 2018 Nisan ayında hanelerin %83,8’i evden internete erişim imkanına sahip oldu. Bu oran 2017 yılının aynı ayında %80,7 idi.

2.2.4.2. Sosyal Medya Bağımlılığı

İnternet teknolojisinin gelişim göstermesiyle birlikte günümüzde oldukça popüler olan ve kullanıcı sayısı milyonları bulan sosyal medya ya da sosyal ağ siteleri bağımlılık konusunu da gündeme getirmiştir. Genel bir ifadeyle sosyal medya; iletişimin mesajlarla, fotoğraflarla, ses ve videolarla sağlanmasıdır. Her yaştan ve her kesimden bireyleri kısa zamanda etkisi altına alan sosyal medya sunduğu imkânlar ve sağladığı doyum ve mutluluk hissi ile birçok bireyi bağımlı hale getirmeyi başarmıştır. Bireyi ön plana alan bir sisteme sahip olan sosyal medyada denetim ve kontrol bağımlı olunmadığı takdirde kullanıcıdır (Vural & Bat, 2010, s. 321).

Sadece Türkiye’de değil Dünya’da da çok fazla üyesi bulunan sosyal ağ siteleri (Facebook, Youtube, Instagram, Snapcat, Linkedin, Pinterest, Periscope) teknoloji ilerledikçe ve uygulamaları güncelledikçe kullanıcı sayısını arttırmaktadır.

Yüz yüze iletişimde başarılı olamayan, özgüvensiz ve muhabbet kurmakta zorluk çeken bireyler sosyal ve aktif bireylere oranla sosyal medya araçlarını daha fazla kullanırlar. Özel ve iş yaşamında mutsuz, stresli, başarısız ve doyumsuz olan bireyler dış dünyadan alamadıkları doyumunu sosyal medyadan almaya çalıştıkları için zamanla sosyal medya araçlarının hayatlarının en önemli ögesi konumuna getirerek bağımlı olma yolunda hızlı adımlarla ilerliyorlar (Batıgün & Hasta aktaran Kırık 2013, s. 92). Sosyal medya bağımlılığının kısa zamanda bu kadar artmasında mobil iletişim araçlarının varlığı ve önemi inkar edilemez. Akıllı telefonlar sayesinde birey istediği zaman ve istediği sosyal paylaşım ağlarına bağlanabilmekte ve paylaşım yapabilmektedir. Bireylerin içinde

bulundukları ruh hali ve kendi iç dünyalarındaki yetersizlik, özgüvensizlik, mutsuzluk, stres, üzüntü gibi duygusal nedenler sosyal medyaya yönelmelerinde en önemli sebeplerdendir (Günüç, 2009, s. 27). Bireyin toplum tarafından dışlanma, beğenilmeme, sevilme vb. korkularını bastırmak ve kendi kimliğini ortaya çıkarma, bir gruba ait olma, grup tarafından sevilip takdir görme ihtiyaçları, onların dijital dünyada daha çok zaman geçirmesine yol açmıştır. Bu durum sosyal medya bağımlılığını yakından etkilemekte ve tetiklemektedir.

İnternet kullanımının farklı zamanlara kaydırılması, belirli zaman için sosyal medya hesaplarının kapatılması ve akıllı telefonlar yerine eski yani klasik telefonların tercih edilmesi sosyal medya bağımlılığını önlemek için yapılabilecek uygulamalardandır. Ayrıca sosyal medyanın eğitim ve öğretim için de kullanılabileceğine ilişkin örnekler sunulmuştur (Arslan, 2015, s. 208-209). Bu tür örnekler uygulanıldığında ve başarılı sonuçlar alındığında kullanıcılar teşvik edilerek bağımlılığın önüne geçilebilir.

“Sosyal Medyadaki Gelişmeleri Kaçırma Korkusu” da son dönemde bağımlıların yaşadığı korkuların en başında gelmektedir. “Sosyal Medyadaki Gelişmeleri Kaçırma Korkusu” bağımlı olan bütün sosyal medya kullanıcılarını tehdit etmekte ve kullanıcıların bütün zamanını, gelişmeleri ya da paylaşımları kaçırma korkusuyla online yani çevrimiçi olmaya zorlamaktadır. Günün büyük çoğunluğunu sosyal medya hesaplarını kontrol ederek geçirme ya da paylaşılan gönderileri en eskiye dahi bulup takip etme, devamlı çevrimiçi olma Sosyal Medyadaki Gelişmeleri Kaçırma Korkusunun temel belirtileri arasındadır (Hacıfendioğlu, 2010).

Sosyal medyada paylaşılan fotoğraf ya da içeriklerin beğenilip, beğenilmemesi de bireyde sıkıntı oluşturmakta ve beğenilmeme durumunda depresyon, üzüntü, mutsuzluk, isteksizlik gibi durumların ortaya çıkmasına neden olmaktadır.

TÜİK (2018) tarafından Türkiye’de hanehalkı bilişim teknolojileri kullanımı üzerine bir araştırma sonucunda; sosyal medya uygulamalarından Instagram ve Facebook ilk sırada yer almaktadır.

2.2.4.3. Dijital Oyun Bağımlılığı

Teknolojinin gelişmesi ve dünya ve ülke genelinde yaygınlaşması ile dijital oyunlar, online oyunlar, bilgisayar oyunları da çeşitlenmiş ve her kesime hitap edebilecek düzeye

gelmiştir. Oyunların bir kısmı özellikle çocuklar için öğretici, zihinsel ve zekâ gelişimini destekleyici nitelikte olabilirken bir kısmı şiddet, küfür, kumar vb. alışkanlıklara zemin hazırlayabilir. Oyunlarının kapsamının gelişmesi ve cep telefonlarına kolaylıkla yüklenmesi, erişilmesi; bilgisayar, tablet ya da oyun konsolları dışında mekân ve zaman sınırlaması olmaksızın her zaman oynanabilmesi sadece çocuklar ve gençler için değil yetişkinler için de tehlikeli bir boyuta ulaşmıştır.

Dijital oyun bağımlılığı; Bireylerin sürekli ve sık sık oyun oynama arzusu duyması, oyun oynama isteğinden vazgeçememe, sorumluluklarını ihmal etmesi, planlarını erteleme ve aile, iş ve arkadaş çevresinden uzaklaşması ve yalnızlaşması biçiminde tanımlanmaktadır (Şahin & Tuğrul, 2012, s. 117). Birey oyun oynadıkça sosyal hayattan kopmakta ve sanal oyun ortamından daha çok keyif alıp gerçek hayatla sanal hayatı ilişkilendirip, iki hayatı birbirine karıştırmaktadır.

Şiddet içerikli, strateji, güç, savaş ve kazanma temalı oyunlar bireylerde zamanla vicdan duygusu köreltebilmektedir. Sürekli kazanma ve birinci olma arzusu bireyi hırslı, mutsuz ve stresli yapabilir.

Dijital oyun bağımlılığının sonuçları arasında dikkat eksikliği, kilo alımı, depresyon, öfke kontrol sorunu, sinirlilik hali, kaygı durum bozuklukları vb. yer almaktadır (Gürcan, Özhan ve Uslu, 2008, s. 8). Rekabetin her alanda ön plana alındığı bu günlerde kazanma hırsı dijital oyun bağımlılığını giderek yaygınlaşmaktadır.

Dijital oyun bağımlılığının yaşanmasının temelinde dijital oyuna yönelik yoğun isteğin görülmesi bulunmakla birlikte ana faktörler aşağıdaki gibi sıralanabilir (Horzum, Ayas ve Çakır, 2008):

- Kişilerin aile ya da iş yaşamındaki sorunlardan biraz olsun uzaklaşmak için başladıkları oyunlar ödül döngüsü ile birlikte bireylerde bağımlılık yaratabilir.
- Sosyal ve arkadaşlık ilişkisi kurmakta zorlanan bireyler sanal ortam aracılığıyla arkadaş edinerek düşsel hayali karakterler yaratıp bağımlılığa ilk adımı atmış olurlar.
- Gerçek hayattan biraz olsun uzaklaşabilmek, kişinin içinde bulunduğu içsel ve dışsal problemleri unutmak için başlayan süreç bağımlılığa dönüşür.
- Kişilerin eğlenmek ya da kafa dağıtmak için içine girdiği sanal dünya zamanla bağımlılık yapabilir ve bireyler bağımlı olabileceklerini kabul etmek istemezler.
- Bireyin uzun bir süre zarfında odaklanabileceği bir şey istemesi.

2.2.4.4. Akıllı Telefon Bağımlılığı

Bilgi ve iletişim teknolojilerindeki gelişmeler baş döndürücü bir şekilde değişmekte ve bu değişimin de çok hızlı bir biçimde ilerlediği ve dönüştüğü görülmektedir. Donanımsal ve yazılım açısından masaüstü ve kasası büyük olan bilgisayarların önce yerini laptoplara, diz üstü bilgisayarların avuç içi bilgisayarlara ve avuç içi bilgisayarların da akıllı dijital asistan adı verilen akıllı telefonlara bıraktığı anlaşılmaktadır (Eryılmaz, Uluyol, Demiralay ve Şahin, 2014). Cep telefonu teknolojisi 1990'lı yıllarda dikkat çekmeye başlamış ve 2000'li yıllarda dünyadaki en büyük pazarlardan biri haline gelme başarısı göstermiştir. Günümüzde diğer teknolojilere nazaran daha hızlı ilerlemekte ve boyut olarak her geçen gün daha da küçülmektedir (Karaaslan vd., 2012). İnternet alanındaki gelişmelere paralel olarak akıl telefonlardaki mobil paketler her yerde internete erişim imkanı sağlamıştır. Eskiden pahalı ve lüks bir iletişim aracı olan cep telefonu günümüzde sadece ekonomik düzeyi yüksek kişiler tarafından değil ekonomik durumu orta ve düşük olan kişiler tarafından da kullanılmaktadır.

Bazı araştırmacılara göre kimyasal, biyolojik ve fiziksel olmayan, davranışsal bağımlılıklarda mevcuttur (Comings, Blum ve Cull, 1994, s. 293-303). Bir yaklaşıma göre insanda heyecan ve adrenalin oluşturan her madde, etkinlik ya da davranışın bağımlılık yapma potansiyeli mevcuttur. Buna göre akıllı telefon birey tarafından her türlü amaç için kullanıldığından (sosyal ağlar, cinsel içerikli siteler, oyun siteleri vb.) bireyde heyecan duygusu oluşturarak bağımlılık yapmaktadır. Davranışçı yaklaşıma göre de, doyum, mutluluk ya da haz davranış sonucunda elde ediliyorsa ve bu haz, adrenalin ve mutluluk hissi kişiyi gerginlik ve sıkıntı gibi olumsuz bir davranıştan kurtarmaya yardımcı oluyorsa, kişi o davranışı yapmaya ve tekrarlamaya devam etmektedir (Cüceloğlu, 1993).

Özgüven ya da iletişim sorunu yaşayan bireyler yüz yüze iletişim kurmaktan kaçınmakta ve sosyal medya ya da cep telefonu aracılığıyla sohbet sitelerinden yazılı ve sözlü iletişim kurarak bağımlılığa ortam sağlamaktadır (Ertem, 2006).

Cep telefonlarındaki özelliklerin gün geçtikçe artması kişiyi bağımlı hale getirmektedir. Cep telefonlarının bugünkü fonksiyonlarının bu kadar fazla olması kullanım yaşının düşmesi ile birlikte birden fazla cihaz yerine (mp3, kamera, bilgisayar vb.) kullanılmasını da beraberinde getirmektedir. Bireyler cep telefonsuz tuvalete bile gidemeyecek kadar komik durumlara düşmektedir.

Bağımlı olan bireyler cep telefonunu kurcalayıp, çevrelerinde yaşanan ya da konuşulan konulara duyarsız kalırlar. Telefonları kayb olduğunda büyük bir eksiklik duygusu yaşayarak panik olurlar (Karaaslan & Budak 2012).

Bu bağımlılık türünün tedavi edilmemesi ve kullanımın günlük yaşamı esir altına alması sonucunda kişide birçok psikolojik ve fiziksel ve sosyal problemler yaşanmaktadır. Bununla birlikte bu bağımlılığa yakalanan bireyler cep telefonunun bir ihtiyaç olduğunu, cep telefonu ya da sosyal medya hesabı olmayanların asosyal olduklarını iddia etmektedirler (Aydın, 2017). Hatta cep telefonu bağımlılığı bireyi o kadar etkisi altına almaktadır ki birey sürekli yeni çıkan cep telefonu satın almak ve kullanmak istemektedir. Hatta olayı abartıp arkadaşlarına hava atma ya da özendirme amacıyla iki üç ayda bir cep telefonu değiştiren bireyler bulunmaktadır.

We Are Social ve Hootsuite'in yapmış olduğu "2019 Global Digital" çalışma raporuna göre Türkiye'deki vatandaşların internet ve cep telefonu kullanımının her geçen gün arttığı görülmektedir. 2000'li yılların başında cep telefonu kullanımı 15 milyon civarlarındayken, bu sayı 2019 yılına gelindiğinde 76 milyonun üzerine çıkmıştır. Ülkemizde 52 milyon aktif sosyal medya kullanıcısı bulunurken, 44 milyon mobil sosyal medya kullanıcısı vardır (We Are Social ve Hootsuite, 2019).

2.2.5. Bireylerde Dijital Bağımlılık Sonucu Ortaya Çıkan Sorunlar

2.2.5.1. Fiziksel Sorunlar

Günümüzde bilim ve teknoloji alanında yaşanan hızlı gelişmeler hayatımızın her karesinde kolaylaştırıcı bir unsur olmuştur. Dijital medya araçlarının kolaylaştırıcı pek çok özelliğinin yanında insan yaşamına verdiği ciddi zararlar da mevcuttur.

Uzun süre dijital medya araçlarını kullanan bireyler çeşitli fiziksel sorunlarla karşılaşmaktadırlar. Bireyin yaşadığı bu sorunlar aşağıdaki gibi açıklanmaktadır.

- Teknoloji bağımlılığı olan bireyler bağımlısı olduğu dijital medya aracı ile ortalama 40 saatten fazla zaman geçirdikleri düşünüldüğünde, bireyde uzun süreli olarak aynı bedensel pozisyonda oturma ile kas, eklem, sinir sistemi gibi birçok bedensel yapı olumsuz etkilenmektedir.

- Dijital bağımlılık, uzun süre dijital medya araçlarının kullanılması doğrultusunda epileptik nöbetler açısından risk oranının artmasına neden olabilmektedir (Tamer & Koç, 2010).
- Uzun süreli oturumlar neticesinde uyku düzeni bozulan bireylerin çeşitli uyarıcı maddeler aldığı ve uyanık kalmak için kafein ya da şekerli gıdalara yönelmesi nedeniyle birtakım sağlık sorunları yaşadığı görülmektedir.
- Dijital bozuklukları, göz bozukluklarının ortaya çıkmasına ya da mevcut bozuklukların derecesinin artmasına neden olabilmektedir (Park, Kim ve Cho, 2008).
- Dijital medya araçlarını yoğun kullanımı ile bireylerde uykusuzluk, uyuşukluk, el bileğinde ağrı, gözlerde sulanma şeklindeki problemlerin sık görüldüğünü belirtmiştir (Aslan, 2011).
- Uzun süre ekrana bakma sonucunda gözlerde yorulma ve yanma görülebilir.
- Dijital bağımlılık, fiziksel aktivitenin giderek azalmasına neden olmak bakımından obeziteyi gündeme getirebilmektedir (Balta & Horzum, 2008).
- Dijital bağımlılık, el bileğinde sinir sıkışması olarak nitelendirilen “karpal tünel sendromu” riskini gündeme getirebilmektedir (Işık, 2007).
- Dijital bağımlılık; bireylerin öz bakım düzeylerinde düşüş yaşanmasına, kişisel temizlikte eksiklikler görülmesine, dolayısıyla hastalığa yakalanma riskinin artmasına neden olabilmektedir (Soule, Shell ve Kleen, 2003).
- Dijital medya araçlarıyla mesajlaşmak için aynı hareketlerin sürekli tekrarlanması sonucu el ve kollardaki sinir, tendon, kas ve diğer yumuşak dokuların zedelendiği belirtilmiştir (Tekayak & Akpınar, 2017).

2.2.5.2. Psikolojik Sorunlar

Dijital bağımlılık, bireylerde fiziksel sorunlarla beraber psikolojik sorunların da yaşanmasına neden olabilmektedir. Bu bağlamda konu ile ilgili araştırmalar doğrultusunda, dijital bağımlılığın bireylerde yalnızlık, anksiyete, duygu durum bozukluğu, depresyon, karamsarlık, gerçek yaşamdan yalıtılmışlık hissi vb. oluşturduğu belirtilmiştir. Ayrıca dijital bağımlılığa yatkın olan ve problemli dijital medya kullanımı olan bireyin alt yapısında birtakım psikolojik sorunlarının olabileceği belirtilmiştir. Köroğlu ve arkadaşları da (2006) benzer ifadelerle internet bağımlılarında görülen ek psikiyatrik rahatsızlıkların

yüksek oranına dikkat çekmektedir. Bununla birlikte ek hastalıkların tedavi edilmesiyle internet bağımlılığı belirtilerinin de gerileyeceği ya da ortadan kalkacağını belirtmiştir.

Dijital bağımlılığın neden olduğu psikolojik sorunlar aşağıda belirtilmiştir.

- Sosyal paylaşım ağlarında uzun süre zaman geçiren bireyler; beğenilme, gözetleme, gözetme ve/veya gözetilme gibi değerleri gereğinden fazla önemseyerek, kendilerini sadece başkaları tarafından beğenilmeleri derecelerine göre değerlendirebilmektedirler (Tsai, Lin ve Tsai, 2001).

- Sosyal medya hesaplarına her türlü dijital medya aracılığıyla ulaşıldığı için bireyler hem kendi hesaplarını hem de başkalarını hesaplarını kontrol etme davranışlarını gösterirler.

Dijital Bağımlılık, narsist eğilimi olan ve kendini beğenmiş kişiler için olumsuz birçok sorun ortaya çıkarmaktadır.

- Dijital bağımlılık, bireylerin sanal ortamda istenen öğeye hızlı şekilde ulaşmaları bireylerdeki bekleme ve sabretme özelliklerinin de yıpranmasına neden olabilmektedir (Ögel, 2012, s. 93).

- Bireyler dijital medya araçları vasıtasıyla her bilgiye kolayca erişebileceklerini düşünmeleri, öğrenmeleri gereken konuları nasıl olsa internette bulurum anlayışı ile öğrenememelerine yol açabilmektedir (Jans, Hwang ve Choi, 2008).

- Sınırsız ve özgür olan sanal ortamla gerçek yaşamın sürekli karşılaştırılması sonucunda, dijital bağımlılığın ileri düzeylerinde intihar teşebbüsleri görülebilir.

- Bununla birlikte dijital bağımlılık, özde sadece gerçek yaşamın desteklenmesine yönelik olarak kullanılması gereken dijital medya araçlarının aşırı kullanılmasıyla bireyler sanal gerçeklik içerisinde kaybolmakta ve gerçekliklerden uzaklaşmaktadırlar (Lam, Peng ve Mai, 2009).

- Dijital dünyanın sınırsız olması bireyin istediği her bilgiye kolayca ulaşabilmesi, insanların sosyal medya hesaplarındaki mahrem bilgilere kolayca ulaşması günden güne bireylerin mahremiyet duygusunu azaltmakta ve kişilerin özel hayatının ihlalinin kolaylaştırmaktadır özel hayatı ihlal edilen kişiler kendilerini depresif hissedebilirler.

- Agresif ve sinirli davranışlar gösterme, şiddet eğilimi, yalnızlaşma, vicdan ve duygu yoksunluğu, yaratıcı düşünme eksikliği, isteksizlik, yorgunluk ve gerçeklerden hayattan uzaklaşma isteği ve hayal ve gerçek arasında karmaşa yaşama vb. davranışlar kişide olumsuz duygular uyandırır.

- Dijital medya araçlarının sayısının artması ile birlikte bireyler sanal dünyada başarılı oldukça ve doyum elde ettikçe dijital dünya haricindeki aktivitelere karşı isteksizlik ve tepki durumu oluşabilir (Dinç, 2015).
- Dijital Bağımlılık, belirli bir zaman sonra kişiyi toplumdan soyutlamaya ve çevresiyle olan ilişkilerinde zayıflama, sosyal etkinliklere katılmama sonucunda kişide yalnızlık ve depresyon oluşturur.

2.2.5.3. Sosyal Sorunlar

Genel anlamda dijital bağımlılık ve özel anlamda da internet bağımlılığı; bireylerin kontrol edemediği durumlarda sosyal hayatını olumsuz anlamda etkilemektedir. Her bireyin işine ve kişiliğine göre şekillendirdiği ve içinde yaşayıp iletişim kurduğu sosyal bir çevresi vardır. Sağlıklı iletişim kurmanın ön koşulu aktif bir zihin yapısı ve sosyal ilişki becerisidir. Teknolojinin kötüye kullanımı ile bireyler zihinlerini bağımlısı oldukları dijital araç ile meşgul edip iletişim kurmaya gerek görmemeye başlamaktadırlar. Bu durum sosyal ağlarda ve sosyal hesaplarda yüz yüze iletişim yerine sanal iletişim tarzını tercih etme eğilimde olduklarını göstermektedir. Sanal dünyada kıtalar arası sörf yaparken ya da dünyanın herhangi bir yerindeki bir bireyle konuşurken, komşumuzu tanımayabiliriz. Dijital dünyanın sosyalleşmek için önemli bir alternatif haline gelmesi, eş dost ve çevre ile buluşup sohbet etmek yerine yeni insanlarla karşılıklı oyun oynamayı ya da sohbet etmeyi tercih edilir duruma getirmiştir. Bu durum insanları gerçek hayattan koparıp yalnızlaştırmaktadır (Makas, 2008).

Dijital bağımlılığın neden olduğu sosyal sorunlar aşağıda belirtilmiştir.

- Günümüzün şehir hayatında kolay kolay kurulamayan sosyal bağlantıların, dijital medya araçları üzerinden kurabilmek adına sanal bir dünya ile iletişim içinde olabilmeleridir.
- Yabancı kişilerle dijital medya araçları aracılığıyla kolaylıkla ve risksiz olarak ilişkiye geçebilmek bireyin kendi sosyal çevresi ve aile hayatında sorunlara neden olmaktadır.
- Kendi davranış kalıplarını değil sanal dünyadaki davranış kalıplarını öğrenir ve kullanır (Ögel, 2012, s. 94).
- Birey toplumun örf, adet ve geleneklerine göre değil dijital dünyanın normatif beklentilerine göre hareket eder. Toplum normlarının dışında kalan birey toplum kurallarına göre hareket etmediği için toplum tarafından dışlanma sorunu yaşar.

- Kendilerini göstermek istedikleri yönlerini abartarak gösterebilmeleri ve sanal dünyada yaratılan sahte kimlikler aracılığıyla karşıdaki bireyin kendilerine inanmalarını sağlamaktadır. Belirli bir süre sonra sahte kimliği öğrenen bireyin diğer insanlara olan güveni zedelenmektedir.
- Bireylerin özellikle sosyal medya hesapları üzerindeki paylaşma ortamlarında ses çıkarmadan diğerlerini dikizleme olanağının olması kişilerin mahremiyet algısında değişikliğe neden olmaktadır.
- Dijital bağımlılığın türlerinden olan televizyon bağımlılığı bireyi pasifleştirmektedir. Pasifleşen bireyin sosyal zekâsı zamanla azalmakta ve kişiler arası sorunlara neden olmaktadır.
- Birey internet dışında kulüp, meslek grupları gibi farklı sosyalleşme kaynaklarını tanıyamaz (Ögel, 2012, s. 94).
- Teknoloji dünyasında toplumun getirdiği denetim kaybolur. İnsanlar kendi kendilerini dizginlemeden, özgürce düşüncelerini, duygularını ifade ederler. Bu da günümüzdeki bireyleri bilişim suçlarına itmektir.

2.2.5.4. E-Hastalıklar

Dijital medya araçlarının günümüzde her yerde kullanılabilir olması, bireylerin bağımlılığını arttırmaktadır. İnternete çeşitli dijital medya araçları aracılığıyla kolaylıkla ulaşan birey her konuda anında bilgilenmekte ve merakını gidermektedir.

Teknolojinin gelişmesi bireyleri pozitif anlamda etkilediği kadar olumsuz anlamda da etkilemektedir. Çağımızda insanların teknoloji ile bu kadar içli dışlı olması e-hastalıkların ortaya çıkmasına neden olmuştur. Bu bağlamda aşağıda toplumdaki bireylerde en fazla görülen e hastalıklar sıralanmış kısaca açıklanmıştır.

Ego Sörfü: Kişinin başta sosyal medya hesaplarında ve arama motorlarında olmak üzere kendi adını aratarak kendisi ile ilgili bilgilere ulaşmasıdır. Psikolojik hastalığın temelini oluşturan bu durum araştırmacılar tarafından ele alınmaktadır (Tekayak & Akpınar, 2017, s. 96).

Nomofobi: Tablet, cep telefonu, bilgisayar gibi sanal haberleşmenin yapıldığı akıllı cihazların yoksunluğundan kaynaklanan, endişe ve huzursuz olma durumuyla ortaya çıkan teknoloji çağının bir hastalığı olarak günümüzde sıklıkla karşımıza çıkmaktadır (King vd., 2014, s. 28). Akıllı telefonların sağladığı kolaylıklara alışmış olma durumu, bu

imkânlardan yoksun olma korkusunu da beraberinde getirmektedir (Erdem & Türen, 2017). Bu durum kişinin belirli bir maddeye ya da davranışa karşı hissettiği yoksun olma korkusundan farklıdır. Birey bağımlısı olduğu cihazın var olmasından bile endişelenmektedir.

Siberhondrik: İnsanların her türlü bilgiye internetten ulaşması nedeniyle hasta oldukları zaman doktora gitmeye üşenip internetten hastalığı hakkında bilgi alması ve araştırma yaparak kendi kendine tanı koymasıştır (Tekayak & Akpınar, 2017, s. 96). Tıp alanında herhangi bir uzmanlığı ve bilgisi olmayan birey bu durumu abartarak yakın çevresindeki kişilerin sağlıklarıyla ilgili olarak da dijital medya araçlarını kullanmaktadır.

2.2.6. Dijital Medya Okuryazarlığı ve Dijital Vatandaşlık Kavramı

2.2.6.1. Dijital Medya Okuryazarlığı Kavramı

Dijital medya okuryazarlığını incelemenden önce okuryazar kavramına kısaca göz atacak olursak; okuryazarlık, görsel, yazılı ve sesli sembollerini anlama, anlamlandırma bu nesneleri kullanarak yeni yaratıcı kavramlar ve nesneler ortaya çıkarma ve bireyin kendini anlatma biçimidir (Aşıcı, 2009, s. 11). Okuma, yazma ve okuryazarlık, kavramları anlamca benzer gözükseler de kavramsal olarak birbirlerinden farklı kavramlardır. Okuryazarlık kavramı medya okuryazarlığı, görsel okuryazarlık, dijital medya okuryazarlığı gibi kapsamlı bir kavramdır (Kurudayıoğlu & Tüzel, 2010, s. 285). Dijital medya okuryazarlığına birbirinin yerine kullanılan dijital okuryazarlık ve dijital medya okuryazarlığı kavramını ele almak gerekir. Dijital okuryazarlık dijital çağa yönelik okuryazarlık türüdür ve temel olarak medya'dan ziyade dijital dünyada bilgiye erişebilme, bilgiyi kullanabilme elde ettiği verileri kullanabilme ve diğer kanallara aktarabilmektir. Dijital medya okuryazarlığı ise dijital medyayı kullanarak bilgiye erişme, Dijital medya okuryazarlığı gelişen teknoloji ile birlikte dijital çağa ayak uydurmak için değişim ve dönüşüm gerçekleştirmek zorunda bırakılmıştır (Ulusoy, 2018, s. 71). Dijital medya daha çok bilginin diyalog içerisinde üretilmesine zemin hazırlayan etkileşimli ve üretime izin veren doğasıyla bilinmektedir (Park, 2012, s. 87). Dijital okuryazarlık iletişim kavramıyla bir bütündür ve ayrı düşünülemez. Dijital verinin her türüne erişim, analiz etme, veriyi değerlendirme ve gelen mesajları karşı tarafa doğru aktarabilme becerisidir. Dijital okuryazarın asıl amacı; dijital medyada aktarılan ya da verilen bilgilerin doğruluğunun

sorgulanmasından sonra verilerin doğru analiz edilmesi ve gerçek ile sahte mesajların farkına varılarak mesajların doğru çözümlenmesidir (Solmaz, Çimen ve Yüksel, 2017, s. 964). Günümüzde ABD, Kanada, gelişmiş Avrupa ülkelerinde sivil toplum kuruluşlarının, hükümetlerin desteği ile medya okuryazarlığı okutulmakta ve Amerika’da okutulan bu derslerin içeriğinin oluşmasına medya kuruluşları da destek vermektedir (Avşar, 2014).

Dijital medyanın toplumdaki etkisi her geçen gün artmaktadır. İnsanlar yüz yüze iletişim ya da sohbet etmek yerine sosyal medyadan ya da dijital medya araçları aracılığıyla iletişim kurmaktadır. İnsanlar aktif olarak dijital medyayı kullanır ve kendi yeteneklerine ya da ihtiyaçlarına göre etkileşimli içerik, oyun ya da haber kaynakları oluşturabilirler. Kişiler aradıkları bilgileri bulmak, sentezlemek, analiz etmek ya da yeni bir bilgi üretmek için teknolojiye faydalananarak yeni teknolojik araçlar keşfedebilirler. Dijital dünyanın daha da anlamlı ve yaratıcı içeriklerle donatılması için dijital medya okuryazarın sahip olması gereken özellikler Tablo 1’de açıklanmıştır.

Tablo 1.

Dijital Medya Okuryazarlığı Becerileri

	Araç Okuryazarlığı	İçerik Okuryazarlığı
Erişim	Gerekli araçlara ve hizmetlere donanıma yazılıma sahip olma	İlgili içeriği arama, bulma ve doğru ile yanlış bilgileri eleme becerisi
Anlama	Teknolojinin başlıca özelliklerini anlama ve teknolojiyi işlevsel kullanabilme	İçeriği anlama ve eleştirel olarak analiz edebilme
Üretme	Dijital teknolojileri kullanarak içerik üretme ve yeniden üretme	Fikir ve düşünce üretme ve dijital içeriğe dönüştürme becerisi, sosyal etki, siber etiket ve etik bilgisi

Kaynak: Park, S. (2011). Dimensions of Digital Media Literacy and the Relationship to Social Exclusion, *Media International Australia*, 142 (1), s. 90

İletilen mesaj ile alıcının iletişim ve etkileşimi gerçekleştirdiği alana arayüz denmektedir. Dijital medya âleminde bu ekran bu görevi üstlenmektedir. Eski ve analog medyaya oranla dijital medya ve araçlar daha zor ve kullanması zor ve karmaşıktır. Dijital medyayı doğru ve bilinçli kullanabilmek daha fazla beceri ve yetenek gerektirir. İçeriğe ulaşmak ve içeriğin içinde gezinmek amacıyla bireyin bilgisayarını açması, açtığı bilgisayardan doğru

uygulama ve yazılımı seçmesi ve seçtiği uygulama ya da programda bilmesi gerekir (Ulusoy, 2018, s. 72-73).

Eski medya ve kitle iletişim araçlarından televizyonu açarken ya da izlerken, radyo dinlerken daha az işlevsel beceri gerektirir. Bu becerilerin anlama, üretme ya da analiz etme becerile ile alakası yoktur. Bu kavramın daha kapsamlı incelenmesi ya da daha detaylı anlaşılması için kavramsal modele ihtiyaç vardır (Park, 2012, s. 4). Dijital medya geleneksel medyadan aktif olması, bireyler arası etkileşime olanak sağlaması bakımından farklıdır. Kitle iletişim ya da eski medya araçlarında işin uzmanları tarafından mesaj üretilir ve kullanıcı ile buluşturulur. Kullanıcının mesaj oluşturma ya da oluşturulan mesajı değiştirme yetkisi bulunmaz. Dijital medya ortamlarında çok yönlü iletişim ve etkileşim esastır ve birçok kullanıcı eriştiği bilgiyi yeniden şekillendirebilir, yeniden paylaşabilir ve süreçte aktif olarak bulunur.

2.2.6.2. Dijital Vatandaşlık Kavramı

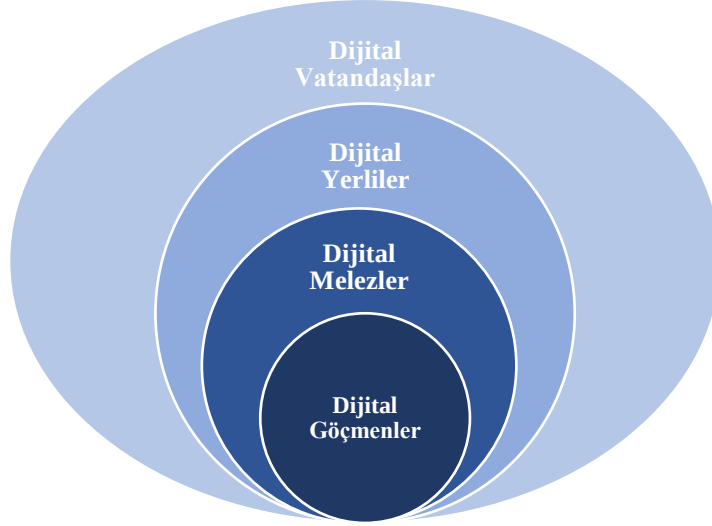
Dijital vatandaşlık kavramından önce vatandaşlık kavramına kısaca göz atmakta yarar var. Günümüzde her türlü verinin dijital ortama aktarılması sayesinde bireylerin ve toplumların yaşam biçimleri dijitalleşmeye başlamıştır. Vatandaş ise hukuk devletlerinde, ülkeye vatandaş bağı ile bağlı olan, sorumluluk ve haklarını yasalarda yer aldığı şekilde kullanan bireylerdir. Vatandaşlık doğumla başlar ve kimlik çıkarılması ile resmiyet kazanır. Diğer ülkelerde vatandaşlık almak için o ülkenin şartlarının yerin getirilmesi gerekir.

Dijital vatandaşlık kavramı, teknolojiyi doğru ve bilinçli kullanabilen, hak ve sorumlulukların farkında olarak davranış kalıpları geliştirebilen vatandaşlar için kullanılmaktadır (Çubukçu & Bayzan, 2013).

Dijital platformlardaki her türlü bilgi ya da veri, çevrimiçi uygulamalar, sosyal ağlar ve çevrimiçi oyunlar bireyleri teknolojiye bağımlı hale getirmiştir. Bu bağımlılığın önüne geçebilmek ya da bağımlı olmadan kontrol edebilmek adına dijital vatandaşlık kavramının önemi yadsınamaz bir gerçektir.

Dijital vatandaş; e-devlet uygulamalarını doğru kullanabilen, dijital iletişimi doğru ve bilinçli gerçekleştiren, dijital alışveriş ya da e-ticaret yapabilen, dijital ortamda yeni fikir ve ürün üretebilen ve dijital ortamı kullanırken etik, ahlaki ve hukuk ilkelerine uyan bireyler olarak tanımlanabilir. Kuşaklar arası farklılıklar nedeniyle bazı kuşakların dijital medyaya ve teknolojiye uzaklığı yadsınamaz bir gerçekliktir. Bu çerçevede dijital

vatandaşlık kavramının yaklaşım olarak, dijital yerlilerin, dijital melezlerin ve dijital göçmenlerin ihtiyaçlarını kuşak farklılıklarını gözetererek her kuşağın bilinçli dijital medya kullanımının önemini ele alması gerekmektedir. Dijital vatandaşlık kavramı Şekil 2’de yer almaktadır.



Şekil 2: Dijital nesiller

Dijital vatandaşlık kavramı ile doğrudan ilgili olan internet kullanımda 2010 yılından itibaren yüksek oranlarda artış meydana gelmiştir. Günümüzde bilgisayar ve internet fiyatlarının düşmesi her evde bilgisayar ve internetin olmasına olanak sağlamaktadır.

We Are Social ve Hootsuite’in (2019) yapmış olduğu “2019 Global Digital” çalışma raporuna göre Türkiye’deki vatandaşların internet ve cep telefonu kullanımının her geçen gün arttığı görülmektedir. 2000’li yılların başında cep telefonu kullanımı 15 milyon civarlarındayken, bu sayı 2019 yılına gelindiğinde 76 milyonun üzerine çıkmıştır. Ülkemizde 52 milyon aktif sosyal medya kullanıcısı bulunurken, 44 milyon mobil sosyal medya kullanıcısı vardır.

Eğitim yöneticileriyle beraber bu konuda uzman kişiler dijital medya araçlarının doğru, etik ve bilinçli kullanılması için uygulamalar, eğitimler ve hatta politikalar geliştirmelidir. Teknolojinin yanlış kullanımının doğurduğu olumsuz sonuçları önlemede ve ortaya çıkan problemlerin çözümünde dijital vatandaşlık kavramı önemli bir rol oynamaktadır.

Mike Ribble 2011 yılında yaptığı çalışmada dijital vatandaşlık kavramını 9 ana boyuta ele almıştır.

- *Dijital Erişim:* Toplumun her kesimindeki vatandaşların dijital teknolojiye ve internete her yerden en yüksek kalite ve hızla erişim sağlayabilmesi olarak tanımlanmaktadır (Semiz, 2015). Teknolojiyi doğru kullanan ve üretken vatandaşlar olabilmek için teknolojiden eşit olanaklarla yararlanmalıyız.
- *Dijital Ticaret:* Mal, eşya da hizmetlerin internet üzerinden satılması ya da alınması için gerekli bilgi, beceri ve donanıma sahip olmak şeklinde tanımlanmaktadır (Kaya & Kaya, 2014).
- *Dijital İletişim:* Dijital dünyada oluşan iletişim biçim ve yöntemlerinin değişikliğe uğrayarak elektronik araçlar yardımıyla yapıldığının farkında olmaktır. Örneğin, anlık mesajlaşma uygulamaları, cep telefonu, e-posta kullanıcıları için iletişim yolunda farklılığa neden olmuştur.
- *Dijital Okuryazarlık:* Öğrenme - öğretme sürecinin artık teknoloji kullanılarak da gerçekleştirildiğinin farkında olunmasıdır.
- *Dijital Etik:* Ribble ve Bailey'e (2007) göre sanal dünyada göstermiş olduğumuz davranışın ya da işin elektronik usul ve standardının olduğunun farkına vararak davranış göstermektir. Örneğin siber zorbalık, sanal küfürleşme ve sanal kavga vb. olumsuz davranışlardan uzak durma ve kaçınma.
- *Dijital Hukuk:* Bireylerin dijital dünyada yapılan işlerle ilgili sorumluluk aldığını ve kanuna aykırı yapılan her türlü ihmal ve suçun kanunlarla yaptırım altına alındığı ifade edilmektedir. Örneğin, telif haklarının ihlali, yasadışı uyuşturucu madde, sigara, alkol ve organ sanal dünyada yapılması kanunen yasaktır.
- *Dijital Güvenlik:* Sanal dünyadaki olumsuzluklardan ve yasa dışı eylemlerden kurumları, personeli, gençleri, öğrencileri, yetişkinleri korumak için alınması gereken önlemler (Akyeşilmen, 2018, s. 154).
- *Dijital Sağlık ve Zindelik:* Sanal dünyada fiziksel, sosyal ve psikolojik yönden olumsuz etmenlerin bulunduğunun farkına varmaktır.
- *Dijital Haklar ve Sorumluluklar:* Dijital dünyada herkesin fikrini özgürce ifade edecek haklara sahip olması şeklinde ifade edilmektedir (Alberta, 2012, s. 1).

Bireylerin yaşamını ve dolayısıyla toplumları etkileyen dijital vatandaşlık kavramı; öğretmenler, yöneticiler hatta toplumun en küçük yapı taşı olan aile içindeki anne-baba ve küçük çocuklar için önemlidir. Özellikle çocuklarını takip etmek için internet ortamına dâhil olan anne ve babaların ya da öğrencilerini takip etmek isteyen öğretmen ve

yöneticilerin, gözlemler ve deneyimler sonucu daha aktif olarak dijital dünyada kendilerine yer bulduklarına değinilen çalışmada X, Y, Z kuşaklarının dijital bağlamda incelenmesiyle Tablo 2’deki sonuçlara ulaşılmıştır (Banko & Babaoğlu, 2014, s. 14).

Tablo 2.
Dijital Kuşakların Dijital Vatandaşlıkla İlişkisi

Kuşak	Özelliği	Dijital vatandaşlıkla ilişkisi
X Kuşağı	1965-1979 yılları arasında doğan nesil	Sonradan dijital araçlarla tanışıp yavaş yavaş dijital vatandaşların dünyasını benimseme konusunda çaba sarf etmektedirler.
Y Kuşağı	1980-2000 yılları arasında doğan nesil	Çocukluk veya gençlik yıllarında dijital araçlarla tanışıp dijital vatandaşlık dünyasına zorlanmadan uyum sağlamışlardır.
Z Kuşağı	2000 yılından sonra doğan nesil	Doğduklarından itibaren dijital araçlarla iç içe olup doğuştan dijital vatandaşlardır.

Kaynak: Banko, M. ve Babaoğlu, A. R. (2014). Gezi parkı sürecine dijital vatandaşın etkisi, <http://www.geziparkikitabi.com/> sayfasından erişilmiştir.

3.1. Teknoloji ve Teknoloji Bağımlılığı Kavramı, Kapsamı, Tarihsel Süreci ve Kuşakların Teknoloji İle İlişkisi

3.1.1. Teknoloji Kavramının Bilimsel Olarak Ortaya Çıkışı ve Teknoloji Kavramının Tanımı

Bilim insanlık tarihi boyunca insanların ihtiyaç ve beklentilerine göre şekillenmiştir. İnsanlar doğayı ve ellerindeki kaynakları kullanarak araç gereçleri ve kullanma biçimlerini ihtiyaç doğrultusunda geliştirmekte ve değiştirmektedir. Bilim, deneyim ve eylemin birbiri ardına sıralanmasıyla sürekli gelişmeye devam etmektedir (Bernal, 2009, s. 59). Antik çağlardan beri bilim kesintisiz ilerlemiş ve giderek bugünkü halini almıştır. 15. Yüzyıldan itibaren deney ve hesaplama doğa bilimlerinin yöntemi haline gelmeye başlamıştır. Bilim ve teknik karşılıklı olarak birbirinin gelişmesini sağlamıştır. Bunun yanında ekonomik ve bilimsel devrimin gerçekleşmesi, sonuçları bakımından uygar toplumların bir belirtisi olan

tarımın keşfinden bile daha önemlidir; zira sonsuz ilerlemenin yolu artık böylece açılmıştır (Bernal, 2009, s. 325-326). Bilimin ilerlemesiyle aynı doğrultuda teknoloji de gelişmiştir.

21. yy bilgi çağı, bilgi toplumu, enformasyon toplumu gibi ifadelerle adlandırılmaktadır. Günümüzde bilgiye ulaşmanın en kolay yolu teknolojik gelişmelerden faydalanarak internet ve bilgisayar aracılığıyla bilgi almaktır. Geleneksel medyadan sonra yeni medya en önemli ürünlerinden biri olan internetin ortaya çıkışı tüm dünyayı derinden etkilemiştir. İnternette kullanıcının aktif olması, istediği içeriğe istediği anda ulaşabilmesi ve içeriği kendi ihtiyaçlarına göre şekillendirmesi kullanıcıya kendi hayal dünyasının sınırsız kapılarını açmaktadır.

3.1.2. Kuşaklar ve Teknoloji ile İlişkisi

Dünyada belirli zamanlarda meydana gelen önemli sosyal, kültürel ya da ekonomik olaylar ve gelişmeler birçok araştırmacı tarafından kuşak olarak ifade edilmektedir. İçinde bulunulan zamana, mekâna ve ortama göre kuşakların karakteristik özelliklerinde farklılıklar meydana gelmiştir. Biyolojik ve fiziksel açıdan 20-30 yıllık zaman dilimlerini kapsayan kuşak kavramı günümüzde teknolojik yeniliklerin de etkisiyle daha uzun değerlendirilmektedir. Günümüzde evlilik yaşı ile birlikte çocuk doğurma yaşının da artması kuşakların değerlendirilmesinde sosyolojik yönden değerlendirilmektedir (Keleş, 2011, s. 129).

Yüzyıllar boyunca aradaki yaş farkı ve yaşam tarzı farklılıklarından dolayı bireyler arası çatışmalar meydana gelmiştir. Kuşakların farklı zamanlarda doğması ve toplumsal düzen ve teknolojik gelişmeler kuşakların birbirini anlamasını zorlaştırmıştır.

Sosyologlara ya da araştırmacılara göre kuşaklar, doğdukları dönemde ülkede ya da dünyada meydana gelen kültürel, teknolojik ya da sosyal olaylardan etkilenmekte ve dönemi yansıtan karakteristik özelliklerden etkilenmektedir (Kuyucu, 2017, s. 847).

Kuşakları yıllara göre aşağıdaki şekilde sınıflandırabiliriz (Ardıç & Altun, 2017).

- Gelenekselciler Kuşağı (1900-1945 yılları arasında doğanlar)
- Bebek Patlaması Kuşağı (1945-1965 savaş sonrası doğanlar)
- X Kuşağı (1965-1977 yılları arasında doğanlar)
- Y Kuşağı (1977-1994 yılları arasında doğanlar)
- Milenyum Kuşağı (1994-2003 yılları arasında doğanlar)
- Z Kuşağı (2003 sonrası doğanlar)

3.1.2.1. Gelenekselciler Kuşağı (1900-1945 yılları arası doğanlar)

1990 ve 1945 yılları arasında doğan bireyleri tanımlamak için bu kavram kullanılır. Bu kavram birçok kaynakta erişkin (matures) kuşak sessiz kuşak olarak da ifade edilmektedir. Bu dönemde yaşanan olumsuz olaylar sebebiyle gelenekselciler bilinmeyen durum ya da olaylara karşı fazla tedbirli davranış gösterirler. Ayrıca bu kuşağın bireyleri risk almaktan kaçınırlar (Lehto, O’Leary, Jang ve Francis, 2006). Dünya genelinde yaşanan işsizlik ve sefalet gibi olumsuz durumlar bireyleri tutumlu olmaya itmiş ve sade bir yaşam sürmelerine neden olmuştur (Demirkaya, Akdemir, Karaman ve Atan, 2015, s. 188).

Şuan iş dünyasında sayıları çok az olan bu grup bugünkü iş yaşamının oluşmasına katkı sağlamışlardır. Bu kuşağın bireyleri sınırsız bilgi birikimine sahiptir ve bunu iş yaşamında kritik karar vermeleri gereken durumlarda kullanarak işverenlerini memnun etmektedir (Zempke, Raines ve Filipczak, 2013, s. 45-46). Türkiye açısından bakıldığında ise bir imparatorluğun çöküşünün yaşandığı dönemdir. 1850 sonrası doğan Osmanlı vatandaşları bu çöküşün etkilediği sosyolojik süreçlere tanık olmuş ve gelecekleri için endişe ederek yaşamışlardır. İnsanlar hayatta kalmanın ve varlığını sürdürmenin mücadelesini vermişlerdir (Yalçın, Sökmen ve Kulak, 2013, s. 140).

Bu kuşaktan sonra diğer kuşakların incelenmesi oldukça önemlidir. Çünkü dünyanın parçalara ayrıldığı ve büyük yıkım ve üzüntülerin yaşandığı “Soğuk Savaş” dönemi başlamıştır. Bu dönemde pop kültür, medyanın da desteğiyle etki alanını genişletmiştir. Bu dönemde konumlandırma kavramı doğmuştur. II. Dünya Savaşı’nı kazanan Batı’nın dünyayı konumlandırmaları ile bugünkü dünya şekillenmiştir. Bugünkü dünyayı ve sonrasını anlayabilmek için Soğuk Savaş Dönemi’ndeki kuşakların dikkatli incelenmesi gerekmektedir (Senbir, 2004, s. 22-23). Bu kuşak çağımızın en yaşlı üyeleridir. İşini her şeyin üstünde tutan, kendinden çok başkalarını düşünen, kendi menfaatinden ziyade kurum menfaatine önem veren bir kuşak olarak değerlendirilmektedir (Yelkikalan & Altın, 2010, s. 14).

3.1.2.2. Bebek Patlaması Kuşağı (1945-1965 savaş sonrası doğanlar)

1945-1965 yıllarında savaş sonrası doğan Soğuk Savaş dönemi çocuklarıdır. Sandviç Kuşağı olarak da adlandırılır. Savaş sonrası kuşak olduğu için büyümenin, mal ve hizmetin, refahın, üretiminin ve eğlencenin özlemini duyarak yetişmiştir. Bu kuşak eğlenceye, eğlenmeye, tüketime ve paraya düşkündür. Batılı ülkelerin bu dönemde talebi

karşılayamaması ve üretimin yetersiz olması yüzünden diğer ülkelerde üret-sat stratejini gündeme getirmiştir. Bu dönemde dünyadaki karmaşadan dolayı Komünist blokta batı karşıtı politikalar yürütülmüştür. Doğu-Batı zıtlaşmasının ortasına doğan bu kuşak 68 kuşağını yaratmıştır (Senbir, 2004, s. 23-24).

Bebek patlaması kuşağı ebeveynleri gibi sıkıntılarla karşılaşmamıştır. Büyük bir ekonomik büyüme ve refah döneminde büyümüşlerdir. Bu dönemde sivil hak hareketleri, kadın özgürlüğü, uzay programı, Soğuk Savaş ve Vietnam Savaşı meydana gelmiştir. Gençlik, sağlık, kişisel memnuniyet ve zenginliğe oldukça önem verirler (Clausing, Kurts, Prendeville ve Walt, 2003, s. 373). Bu kuşak çalışmaya istekli, işkolik bir kuşaktır. Bu kuşağın işçi sınıfı, fikir birliği oluşturma, danışmanlık yapma ve değişime katkıda bulunma gibi birçok yeteneğe sahiptir (Kupperschmidt, 2000, s. 68-69).

Türkiye’de de bu kuşak büyümeye, refaha, mal ve hizmete büyük özlem duymaktadır. Uzun yıllardır sıkıntı içinde yaşayan ve ayakta kalmaya çalışan bir milletin yeniden gelişmeye ve dünya ile etkileşime girmeye başladığı, çok partili hayata geçişin etkilerinin hissedildiği bir dönemdir. Tüm dünyada yaşamın kolaylaştığı, savaşların sona erdiği, üretimin arttığı ve teknolojinin gelişme gösterdiği bir dönem olduğu için nüfus oranında büyük bir artış medyana gelmiştir. Anadolu’nun kırsal kesiminde her ailenin ortalama 7-10 çocuğu olduğu bir dönemdir. Ayrıca bu dönemde Türkiye’ye ülke sınırları dışından göçmen girişinin yoğun olması nüfusu artıran diğer bir unsurdur. Bu dönemdeki diğer bir gelişme ise Türkiye’den Almanya’ya yoğun olarak göçlerin yapılmasıdır (Yalçın vd., 2013, s. 143-146).

Bu kuşak dışsal motivasyon aracı olarak öncelikli olarak maaşı tercih ederler. Takdir edilmekten hoşlanmazlar. Kendilerini motive edebilen, kararlı, işini her şeyin üstünde tutan, uzun ve zor çalışma şartlarına dayanabilen ve uzum dönemli işleri yapmaktan keyif alan bir kuşaktır. Bu kuşak aynı zamanda bencil ve işkolik olmak gibi birtakım olumsuz özelliklere sahiptir (Adıgüzel, Batur ve Ekşili, 2014, s. 172).

3.1.2.3. X Kuşağı (1965-1977 yılları arasında doğanlar)

1965-1977 yılları arasında doğan bireylerden oluşur. Dünyada bir belirsizliğin hâkim olduğu dönemde var olan X Kuşağı, birçok literatürde “Kayıp Kuşak”, “Geçiş Dönemi Çocukları” isimleri ile de ifade edilmektedir. Gelecek kaygısı ile yaşayan bu kuşak daha çok çalışmaya, kariyer yapmaya ve daha çok para kazanmaya odaklanmıştır. Türkiye’de

yapılan çalışmalar ve literatürde daha çok “Geçiş Dönemi Çocukları” ismi kullanılmaktadır. Dünyada sosyolojik, teknolojik ve psikolojik alanda çok fazla gelişmenin ve değişiminin yaşandığı sırada doğan bu kuşak insanları toplum bilinci ile hareket eden, ihanet etmeyen, güvenilir ve idealisttir (Altun & Ardıç, 2017, s. 15). Dünyada olduğu gibi Türkiye’de de bu dönemde birçok gelişmeler yaşanmış ve teknoloji bu dönemde başarılı bir ivme kazanmıştır. Teknolojinin gelişmesinde ve teknolojik ürünlerin üretilmesinde çok katkıda bulunup, emek veren bu kuşak, Teknoloji kullanma konusunda fazla istekli davranmamışlardır. Teknolojiye karşı sergiledikleri tutum ve isteksizlik yüzünden Y kuşağı kadar teknolojiyi kullanamamışlardır. Günümüz iş yaşamında Bebek Patlama Kuşağı bireyleri yaş ve tecrübe itibari ile üst kademelerde çalışırken, X Kuşağı üyeleri gibi Y Kuşağı üyeleri de birbirine kademe ve pozisyon olarak yakın, Patlama Kuşağı üyelerine nazaran daha alt kademelerde görev yapmaktadır. Nüfus sayısı bakımından Patlama Kuşağı ile Y Kuşağının gerisinde kaldığı için bu kuşak için arada kalan kuşak ifadesi kullanılmaktadır (Toruntay, 2011, s. 74). Bireysel iş yapma güçleri ve sorumluluk duyguları yüksektir. Sessiz Kuşak ve Bebek Patlaması kuşağının yetiştirdiği bu bireylerin aldığı eğitim ve eğiticilerin yaşadığı koşulların yansımaları ile sorumluluk üstlenmeyi ve bireysel olarak verimli çalışma becerilerinin geliştiği söylenebilir. X kuşağı sorunlardan kaçmak yerine çözüm üretmeyi ve sorumluluk almayı tercih ederler. Sorunlarla büyüyen kuşakların yetiştirdiği bu bireylerin problem çözme yetenekleri de kuvvetlidir. Hayata bakış açıları süreç değil, sonuç odaklıdır. Kuşağın bireyleri sorunları her koşulda sonuca bağlamaya önem verirler (Yalçın vd., 2013, s. 150).

İş yaşamındaki becerileri ve özellikleri ile ilgili literatür çalışması yoğunlukta olduğu için araştırmalar genelde bu yönde yapılmıştır. Aşağıda göze çarpan belirgin özellikler sıralanacaktır (Mitchell, 2014):

- Aynı anda birden fazla iş yapabilme ve görev üstlenebilme
- Çalışırken boş ve kaliteli zaman geçirmek ve işi çabuk bitirmek için gereğinden fazla çalışmaları
- Yaptığı işin sayısından çok kalitesine önem verme
- İş ve özel hayat ilişkisini dengede tutma
- Görev paylaşımı konusunda esnek davranma
- Çalışma saatleri konusunda katı bir tutum yerine esnek bir tutum sergileme
- Otorite ya da unvanlardan etkilenmeden rahat çalışması ve işini hakkıyla yapması

Watergate Skandalı ile Vietnam Savaşı bu dönemin önemli olayların başında gelir. Bu olaylar 1972-1974 yılları arasında meydana gelmiş ve hemen arkasından Başkan Richard Nixon görevinden ayrılmıştır. Diğer kuşaklar gibi savaşın içinde birebir bulunmamalarına rağmen sürekli bir savaş olabileceği korkusundan dolayı çevresindeki olaylara karşı güvensiz ve şüpheli davranmışlardır. Bu dönemin önemli gelişmeleri arasında AIDS, Motorlu Taşıt Vergisi ve bilgisayar oyunları gösterilebilir (Demirkaya vd., 2015, s. 192). 1965-1980 arası dönemde, Türkiye’de eğitim, sağlık ve nüfus alanında büyük gelişmeler yaşanmış ve hayat standartları önemli düzeyde iyileşmiştir. Yoğun bir genç nüfusa sahip Türkiye, Türk işçilerinin Almanya ağırlıklı olarak yurtdışında varlık oluşturması Türkiye’nin dünya ile ilişkilerini geliştirmiştir. Ülkede 1960 sonrası Devlet Planlama Teşkilatı, TRT, Milli Prodüktivite Merkezi, Anayasa Mahkemesi gibi birçok kurum ve kuruluş oluşturulmuştur. Bu yeni kurum ve kuruluşların etkilerini günümüze kadar sürdüren yapılar sisteme dâhil olmuştur. Dünyadaki değişimden etkilenen Türkiye’de televizyonun yaygınlaşması, renkli televizyona geçiş ve bilgisayarın ortaya çıkması gibi önemli olaylar meydana gelmiştir (Yalçın vd., 2013, s. 148-149).

3.1.2.4. Y Kuşağı (1977-1994 yılları arası doğanlar)

Lower (2008)’e göre Y kuşağı belirli parametrelerle sınırlandırılmamalı ve özellikle doğum yılları belirtilmemelidir (2008). Yapılan araştırmalar ve literatür incelemesinde bu kuşak birden fazla isimlerle anılmaktadır. Bunlar; Milenyum Kuşağı, Gelecek Kuşak, Dijital Kuşak’tır.

Bu kuşak daha önceki kuşaklara göre daha küreseldir. Teknoloji sayesinde dünya genelinde insanlarla iletişim kurmakta ve gezegeni, kültürel çeşitlilik açısından giderek küçülen bir yer olarak görürler. Bu iletişim ağının artması ile birlikte dünyaya yardım etmek için nasıl birlikte hareket edeceklerini görürler. Farklı kültürlerle karşı hoşgörülüdürler. Düşünce tarzları bilgisayarlardan etkilenmiştir. Geleneksel doğrusal düşünme -A noktasından B noktasına ve C noktasına- yerine mozaik modu içeren düşünce süreçlerini kullanırlar. Bu da bilginin daha hızlı ilerlemesine ve daha fazla emilmesine izin verir. Bu kuşağın düşünce tarzı eğitim süreçlerini geliştirme ve işgücü becerilerini artırmada fayda sağlar ancak toplum içerisinde diğer kuşaklarla uyum sorunu yaşamalarına da yol açabilir (Clausing vd., 2003, s. 374).

Teknolojiyi ve dijital araçları işlevsel kullanabilen Y Kuşağı üyeleri çevresindeki arkadaşlarına, dostlarına, aile üyelerine, merak ettiği ya da öğrenmek istedikleri bilgilere ve hatta eğlenceye bile günün her saatinde ulaşabilmektedirler. Bu kuşak üyeleri de diğer kuşak üyeleri gibi toplumsal anlamda ekonomik kriz gibi kötü olaylar yaşamış ve deneyimlemiştir. Fakat yine de olaylara ya da insanlara bakış açıları kötümser değil iyimserdir. İçinde bulundukları dönem itibari ile fazla ilgi odağı olmuşlardır. Bu Kuşak üyelerinin hayattan ve iş yaşamından beklentisi oldukça yüksektir. Bu nedenle hedeflerini net olarak ifade ederler ve ulaşmak için çaba gösterirler. Bu kuşak üyeleri genel itibari ile büyük ailede de değil çekirdek aile de yetişmiştir. Ebeveynlerinin dörtte biri üniversite mezunu iken, bu kuşak üyelerinin üçte birinin anne babası boşanmıştır. Diğer kuşaklara nazaran evlilik yaşı arttığından en yaşlı ebeveynlere sahip olan kuşaktır (Zempke vd., 2013, s. 120).

Bu çağın bireyleri doğdukları andan itibaren içinde bulundukları ve sahip oldukları için bilgisayar ve diğer elektronik aletleri teknoloji olarak görmezler. Telefonla konuşurken aynı anda bilgisayardan yazıyı ve müzik dinleyebildikleri için teknoloji onlara standart gelmektedir. Yükseköğretim masraflı bir şey olarak görülmektedir. Y kuşağı çalışanları kaliteli eğitim almış ve okuyan kişi sayısı fazla iş yerinde çalışırlar ancak düşük iletişim ve problem çözme becerilerine sahip kişilerdir (Crumpacker & Crumpacker, 2007, s. 354).

Y kuşağı bireyleri teknolojinin içinde doğmalarına ve büyümelerine rağmen her şeyin teknoloji ile kolaylaşacağı gelecekte, yaşamın mekanikleşme ve duygusuzlaşmanın artacağını düşünmekteler. “Aslında birtakım şeylerin zor olması insana farklı bir güç verir ve yaşamın tadı ancak o zaman çıkar.” görüşünü savunuyorlar (Senbir, 2004, s. 75). Bu kuşağın bireyleri özgürlüğe, yapaylıktan uzak doğallığa, samimiyete ve paylaşımına önem verdiklerini belirtirken, sanatın ve üretimin insan yaşamındaki en önemli öğe olduğunu belirtiyorlar (Altun & Ardıç, 2017, s. 17).

Türkiye’de Y Kuşağı, küresel gelişmeler eşliğinde dünya ile paralel bir gelişme göstermiştir. Dünyada olduğu gibi Türkiye’de de bu kuşağın bireyleri yeni şeyler deneme, başarı ve kazanç elde etme gibi unsurlara önem vermektedir. Çok yönlü olan bu kuşak, aile ve iş hayatında çok hızlı bir şekilde ön plana çıkmıştır. Bu kuşak teknoloji sayesinde bilgiyi ucuza ve zorlanmadan elde ederken, eğitimcilerin konumunu zorlaştırmıştır ve “bilgi kutsallığını kaybetmeye başlamıştır”. Eğitimcilerin rolü öğretenden ziyade yol

gösterene ve yönlendiren, liderlik yapan bir konuma dönüşmüştür (Yalçın vd., 2013, s. 153).

18-35 yaş arasındaki genç yetişkinden oluşan bu kuşak üyeleri nüfus içerisinde en fazla orana sahiptir. Türkiye genç nüfus bakımından diğer ülkelerden öndedir ve genç nüfus oranını en fazla y kuşağı oluşturmaktadır. Genç ve dinamik olmaları, dijital dünyaya bu kadar yakın olmaları onları diğer kuşak üyelerinden ayırmaktadır. 5-10 yıl sonrasında iş hayatında en çok paya ve söze sahip olacak kuşak olarak görülmektedir. X Kuşağı, Y Kuşağı ve Z Kuşağı günümüzde nüfus olarak birbirine yakındır. 18 milyon üzerinde nüfusa sahip olan Y Kuşağı üyeleri özgürlük düşkünü, uyumlu, çabuk pes eden, şartlara kolay uyum sağlayan, iyi eğitilmiş, teknoloji hayranı ve otoriteye meydan okumayı seven genç yetişkinler olarak ifade edilmektedir. Diğer kuşak üyelerine nazaran çok fazla maddi manevi imkana sahip olan bu genç kuşak üyeleri küreleşmenin ve kültürler arası iletişimin ve etkileşimin attığı dönemde yaşamışlardır (Toruntay, 2011).

Tablo 3’de kuşakların kişisel özellikleri ve bazı kavramlarla ilişkileri kısaca özetlenmiştir.

Tablo 3.
Kuşakların Kişisel Özellikleri

	Sessiz Kuşak	Patlama Kuşağı	X Kuşağı	Y Kuşağı
Öz Değerler	Otoriteye saygılı, İtaatkar, disiplinli	İyimser, bağlı (ilgili)	Şüpheli, eğlence düşkünü, formaliteye uymayan	Gerçekçi, kendine güvenen, aşırı eğlence düşkünü, sosyal
Aile	Geleneksel, çekirdek	Parçalanmış	Çalışan ebeveynlerden oluşan	Farklı etnik yapı ve kültürlerin evliliklerinden oluşan
Eğitim	Bir hayal	Yaşam hakkı	Hedefe ulaşmak için bir yol	İnanılmaz bir gider
İletişim	Kurmalı telefonlar, yüz yüze, kısa notlar	Tuşlu telefonlar, her zaman arar	Cep telefonları sadece isteyken arar	Görüntülü telefonlar, internet, e-posta
Para ile İlişkisi	Biriktirir, peşin öder	Şimdi alır sonra öder	Tedbirli, ölçülü, sakla	Harcamak için kazanır

<http://www.fdu.edu/newspubs/magazine/05ws/generations.htm> sayfasından erişilmiştir.

3.1.2.5. Milenyum Kuşağı (1994-2003 yılları arasında doğanlar)

1994-2003 yılları arasında doğan çocuklardır. İlk interaktif kuşaktır. Bu kuşağın ağabey ve ablaları olan Y kuşağı bile interaktif dünya ile çocukluk döneminin sonuna doğru tanışmışlardır. Türkiye’de “Dijital Kuşak” olarak adlandırılmaktadır (Ardıç ve Altun, 2017, s. 18). Milenyum Kuşağı da ara kuşak olarak ifade edilmektedir. Bu kuşak üyeleri radyo dinlemekten ve televizyon izlemekten hoşlanan, interneti teknolojiye ziyaden hayatlarının bir parçası olarak gören, aynı anda birden çok iş yürütebilen çok yönlü bireylerdir (Yelkikalan & Altın 2010, s. 15). Teknoloji ile iç içe olmalarının dışında teknolojik, bireysel, zor beğenen küresel dünya vatandaşlarıdır. Milenyum çocukları en çok oyun indirmek için internete bağlanmaktadır. Kendilerine ait, kısaltmalardan oluşan şifreli bir dil kullanılmaktadırlar ve bunu internette yazışmanın yarattığı düşünülmektedir. Milenyum çocukları yan yana otursalar bile konuşmak yerine yazışmayı tercih etmektedirler. Bu çocukların büyük bölümü doğa konusunda hassas ve doğaya zarar veren kurumların markalarına tepkisel yaklaşmaktadırlar. Z bebeklerinin ağabey ve ablaları olan Milenyum Kuşağı, bugüne kadar gelen en interaktif ve en uluslararası kuşaktır. Bu özellikleri kardeşlerini de etkilemiştir (Senbir, 2004, s. 58-59).

Günümüzde milenyum etkisi olduğu için bu kuşak üyeleri ekonomik, sosyal ve teknolojik her türlü gelişmeden birinci derecede etkilenmektedir. Gelecek yıllarda milenyum etkisi azalacak 21. yüzyılın etkileri Z kuşağına yansımaktadır. Yaşadığımız dönemin hedef kitlesi haline gelen bu kuşağın eğitimleri, yaşam tarzları, toplumdaki gelişmelerden etkilenmektedir (İzmirlioğlu, 2008, s. 49).

3.1.2.6. Z Kuşağı (2003 sonrası doğanlar)

2003 ve sonrası doğumlu bu bireyler 21. Yüzyılın ilk kuşağıdır (Senbir, 2004, s. 29). Ülkemizin en genç kesimini oluşturan bu kuşak üyeleri bilgi çağında her türlü imkânlardan en üst düzeyde yararlanma hakkına sahiptirler. Yapılan araştırmalara göre sosyal medyayı en çok kullanan ülkeler arasında olan Türkiye, geçmiş dönemlere göre dünyadaki gelişmelere çok daha yatkın bir kuşağın şartlarını hazırlamış gözükmektedir. Kullanıcı olmanın dışında geliştirmeye de olan ihtiyaç, bu kuşağın doğru yönlendirme ve eğitim ile çok diplomalı, uzman ve buluşçu bireyler olacağını göstermektedir (Yalçın vd., 2013, s. 157-158).

Yaşlarının küçük olmasından dolayı henüz iş hayatına atılmamışlardır. Atılanlar da yeni yeni iş hayatına alışmaya çalışan ya da stajyer olarak iş hayatında tecrübe kazanmaya çalışan üyelerdir. İş hayatına yeni yeni dâhil oldukları için literatürde çok fazla haklarında araştırma yapılmamıştır. Bu kuşak teknolojinin gelişme çağında doğdukları için teknolojiyi en yakın ve en açık şekilde kullanan üyelerdir. Bu kuşak teknoloji ile fazla haşır neşir oldukları için birçok ağda ve sitede üye olarak varlıklarını sürdürmektedirler. Teknolojiden en üst düzeyde yararlandıkları için bu kuşak için teknoloji hayatın en vazgeçilmez unsuru haline gelmiştir.

Z kuşağı internete olan bağlılığı oldukça fazla, teknolojik gelişmeleri yakından takip eden, sosyal paylaşım siteleri, tartışma forum ve siteleri, cep telefonları gibi çok farklı iletişim kanallarından iletişim kurdukları her türlü veriye, bilgiye ve imkâna sahiptirler. Bu kuşak üyeleri internete erişim sağlayamadıkları zaman kaygı yaşayabilirler. İnternete her zaman ve her yerden erişim sağladıkları için sürekli internete bağlı kalarak yaşamak istemektedirler. Z kuşağı bireyleri konuşma, öğrenme, düşünme, büyüme ve tüketme açısından oldukça hızlıdır. Bu bireylerin önceki kuşaklara göre IQ, özgüven ve birden fazla işi eşzamanlı olarak yürütebilme becerileri oldukça yüksektir. Dolayısıyla daha önceki kuşakların eğitim yöntemleri bu kuşağın bireylerine yetersiz gelmektedir. Diğer kuşak üyelerinden farklı olarak ödevini yapmadığında ya da sorumluluğunu yerine getirmekten kaçındığında internet bağlantım yoktu yapamadım gibi bahaneler öne sürerler (Altun & Ardıç, 2017, s. 18). Ayrıca olanak fazlalığının doğurduğu konsantrasyon eksikliği ve dikkatsizlik, diğer kuşaklara göre otorite kavramını önemsememeleri bu kuşağın bireyleri için farklı eğitim modelleri geliştirilmesi gerektiğini göstermektedir (Oyman, Turan ve Gök, s. 60-61).

3.1.3. Teknoloji Bağımlılığı Kavramı

Teknoloji bağımlılığı kavram olarak daha geniş kapsamlı bir kavramdır. Günümüzde gerek dijital dünyada dijital araçların kullanımında gerek bilgi teknolojilerinin kullanımında ortaya çıkan davranış kökenli sorunlar bireylerin davranışsal bağımlılık yaşabileceğini ortaya koymaktadır.

Griffiths (2000) bireylerin madde kullanımı ya da fiziksel bir etkiye maruz kalmadan makine ile etkileşimi sonucunda oluşan, bu etkileşim sırasında insanın denetim ve kontrolü sağlayamaması davranışsal bağımlılık olarak ifade edilir. Teknoloji bağımlılığını da

davranışsal bağımlılıkların bir türü olarak belirtmektedir. Griffiths (1997, 2000), Teknoloji Bağımlılığı kavramının altında teknoloji ve sanal alemle ilgili birçok kavramın bulunduğunu (e-alışveriş bağımlılığı, porno içerik bağımlılığı, cep telefonu bağımlılığı, oyun bağımlılığı, sosyal medya bağımlılığı, şans oyunları bağımlılığı) ve bu kavramın kavramının hepsini içine alarak bir çatı görevi üstlendiğini belirtmiştir.

Yapılan araştırmaların sonuçları gösteriyor ki teknolojik dünya; dijital teknoloji, mobil telefon, internet, aktif ve pasif oyunlar toplumdaki tüm bireylerin sosyal hayatını olumsuz etkilemiş ve toplumun en önemli ögesi haline gelmiştir. Günümüzde arkadaşlarımızla sohbet etmek için bile gittiğimiz kafede internet bağlantısının olmamasının, internetin erişiminin bazı nedenlerle engellenmesinin ya da cep telefonumuzda ya da bilgisayarımızda internet bağlantısının kopmasının bizde yarattığı hayal kırıklığı ve üzüntü bu teknolojinin bizim için ne kadar önemli olduğunu göstermektedir (İlhan, 2006).

Teknoloji; ucuz maliyeti, her yerde her zaman ulaşılabilir olması, denetim eksikliği, her yaşta bireyin kullanması, güçlü görsel ve sesli uyarıcıların yer alması, sınırsız içeriğe ulaşabilme ve değiştirebilme özgürlüğü nedenleriyle istismara açık bir ortam oluşturabilmektedir. Sürekli farklı uygulamaların ya da arayüzlerin piyasaya sürülmesi, uygulamaların sürekli güncellenmesi ya da yeni eklentilerin eklenmesi ile bireyin bu hızı takip etmesi zorlaşmaktadır. Bu değişim sınıflama ya da gruplama yaparken bireyin kafasının karışmasına neden olmuştur. Sosyal ağların ya da belirli internet sitelerinin (e-alışveriş siteleri, sosyal medya siteleri, sanal kumar ve şans oyunları siteleri, cinsel içerikli paylaşım yapan siteler, küfür ve şiddet içeren oyun siteleri vb.) problemli kullanımı nedeniyle ortaya çıkan bağımlılıkların hepsi teknoloji bağımlılığı kavramının türleri arasında değerlendirilir (Aydın, 2017, s. 35).

Günümüzde insanların ihtiyaçları doğrultusunda teknolojiye gelişmeler geçmiş zamana nazaran daha hızlı ve daha üst düzeyde meydana gelmektedir. Bilgisayar, cep telefonu, sosyal ağ uygulamaları insanların taleplerine göre anında değişmekte ve güncellenmektedir. Milenyum ve Z Kuşağı bireyleri sosyal ya da kendi çevrelerinden arkadaş edinmek yerine teknoloji aracılığıyla sosyal medyayı tercih etmektedir. Günümüzde hatta sadece Z Kuşağı ya da Milenyum Kuşağı değil tüm bireyler teknolojik cihazlar aracılığıyla arkadaşları ile iletişime geçmeyi daha zahmetsiz ve kolay olarak değerlendirmektedir.

3.1.4. Teknoloji Bağımlılığının Belirtileri

Birçok bağımlılıkta ya da hastalıkta olduğu gibi insan son noktaya çabuk ya da hemen gelmez, süreç içerisinde birtakım aşamalardan geçer ve önlem almazsa bağımlı ya da hastalık sahibi bir birey olur. Kişiler bu süreçte muhakkak bazı belirtiler gösterirler. Bu belirtileri genelde bireyin yakın çevresi daha hızlı fark eder. Kişiyi bağımlılığa sürükleyen bu adımları sıralayacak olursak; deneysel kullanım, sosyal kullanım, operasyonel kullanım ve bağımlı kullanımdır. Bu adımları kısaca aşağıdaki gibi özetlenmektedir (Dinç, 2015, s. 33-34).

Deneysel kullanım: Birey ilk aşamada dijital oyuna, siteye ya da uygulamaya merak duyar ve merakını giderir. Eğer birey diğer aşamalara geçmezse bir problem teşkil etmez.

Sosyal kullanım: İkinci aşamada ise birey o uygulamayı kullanan ya da o oyunu oynayan arkadaş grubu ve sosyal çevresi tarafından kabul görmek için kullanır ve devam eder.

Operasyonel kullanım: Birey gündelik hayatın koşturmasından bunaldığında ya da aile ve iş yaşamındaki stresi minimuma indirmek amacıyla en ucuz, eğlence ve güldürme konusunda alternatifi bol olan teknolojik araçları tercih ederler. İnsanların amacı genelde sosyal yaşamlarındaki problemlerinden kaçmak ya da kısa bir süre için bile olsa problemlerinden uzaklaşmaktır. Sosyal hayatta, iş hayatında ya da aile hayatında ilişki ve iletişim kurmakta zorlanan bireyler sanal iletişim kurarak muhabbet etmek ve kafa dağıtmak için teknolojik araçları kullanıyorlar. Yapacak işi ya da sorumluluğu olmayan boş vakti çok bulunan bireyler can sıkıntılarını gidermek amacıyla sosyal medya araçlarını ya da dijital medya araçlarına yöneliyorlar. Bu araçları kullandıkça can sıkıntılarını geçen ve kullanımdan dolayı keyif alan bireyler bir sonraki süreçte daha fazla zaman geçirme arzusu ile bağımlı hale gelebiliyorlar.

Bir diğer amaca yönelik kullanım; bireyin kendi iç dünyasında ya da dış dış çevreden kaynaklı çözemediği problemler gün yüzüne çıktığında, yüzleşmek zor geldiğinde sorunlarını bir süreliğine unutmak amacıyla teknolojik araçların kullanımına yönelirler. Bu durum kısa vadede sorunu çözüyor ya da rafa kaldırıyor gibi gözükse de uzun vadede diğer problemlerin de nedeni olacaktır.

Bağımlı kullanım: Bu sürece gelindiği takdirde bireyin yapabileceği bir şey kalmamıştır. Farkında olsun ya da olmasın, merak etsin ya da etmesin teknolojiyi kullanmak için bir

neden aramayacaktır. Hayatında problemler varsa da yeni bir problem daha ekleyerek teknolojiden bağımsız hareket edemeyecek konuma gelmiştir (Dinç, 2015, s. 34).

Yengin (2019) yaptığı çalışmada kişinin aşağıda belirtilen eylemlerden en az yarısını yapması bağımlı olduğunu göstermektedir. Belirtiler aşağıdaki gibi sıralanmaktadır (Yengin, 2019, s. 340):

- Gündelik işlerinizi çoğunlukla internetten halletmeye çalışıyorsanız
- Hobilerinizden iyice uzaklaştıysanız,
- Elinizden cep telefonunu düşüremiyorsanız,
- Yedek şarjlar taşıyorsanız,
- Sabah kalkar kalkmaz ilk iş olarak telefonunuza bakıyorsanız,
- Habersiz kalma korkunuz arttıysa,
- İşinizle ve/veya evinizle ilgili görev ve sorumluluklarınızı ihmal etmeye başladıysanız,
- Sosyal medyada vakit geçirmekten ötürü uykusuz kalıyorsanız,
- Arkadaşlarınızdan uzaklaştığınızı düşünüyorsanız,
- Teknolojiden ya da cep telefonundan uzaklaştığınızda öfke, endişe ve kaygı gibi olumsuz duygular hissediyorsanız,
- Sosyal, psikolojik, fiziksel ya da hukuksal bir sürü problem yaşamanıza rağmen teknoloji kullanımı bırakamıyorsanız.

Teknoloji bağımlılığı bireyler için sonuçtan ziyade süreç kapsamında ele alınmalıdır. Kişi farkına varamadan sinsi bir şekilde teknolojinin esiri olabilir. Bireyler özellikle psikolojik ya da fiziksel olarak kendilerini yetersiz hissettiğinde çevreden, arkadaşlardan, aileden kısaca insanlardan uzaklaşma eğilimi gösterirler. Yukarıdaki belirtilerin birkaçını bile kendinizde fark ettiyseniz hemen çözüm yolları aramalı ve otokontrolünüzü sağlamalısınız.

3.1.5. Teknoloji Bağımlılığı ve Dijital Bağımlılık Arasındaki Fark

Bağımlılık; “Bireyin fizyolojik ve psikolojik olarak sağlığına ya da sosyal yaşamına zarar vermesine rağmen, belirli bir eylemi tekrarlama yönünde önüne geçilemez bir istek duyma hali” olarak ifade edilmektedir (Koçak vd., 2015, s. 43). Günümüzde şiddet eğiliminden saplantılı ilişkilere, rüşvet almaktan çeşitli dijital aletleri kullanmaya, alışveriş yapmaya ve sanal dünyada aşırı zaman geçirmeye kadar çok farklı davranışları içermektedir (Kalkan ve Kaygusuz, 201, s. 3; Köksal, 2015, s. 6). Teknolojik gelişmeyle paralel olarak bireylerin teknolojiye yönelik bağımlılıkları; internet bağımlılığı (Başköy, 2013; Gençler, 2011;

Günüç, 2009), teknolojik bağımlılık (Konçak, 2016; Dinç, 2015), telefon bağımlılığı (Ünal, 2015), facebook bağımlılığı (Çam, 2012), sosyal medya bağımlılığı (Çelik, 2018; Şişman, 2014), bilgisayar bağımlılığı (Aydiner, 2017), bilgisayar oyun bağımlılığı (Bilgin, 2015), sanal oyun bağımlılığı (İçen, 2018), çevrimiçi oyun bağımlılığı (Koç, 2017), dijital oyun bağımlılığı (Köksal, 2015; Oral, 2018), dijital bağımlılık (Çukurluöz, 2016; Dilci, Arslan ve Ersoy, 2019) vb. adlar altında farklı kategorilerde incelenmektedir.

Yapılan araştırmaların birçoğunda iki kavramın birbirinin yerine kullanılmasında sakınca görülmemiştir. Bu iki kavramın çıkış noktasına, benzerliklerine, farklılıklarına ve bağımlılığa etkisine değinilecektir.

Teknoloji kavramı, insanın gereksinimlerine göre doğmuş, gelişmiş ve günümüzde de gelişimini sürdürmeye devam etmektedir. Doğaya karşı verilen yaşam mücadelesinde nesneler insanın en önemli araçları olmayı başarmıştır (Basalla, 2013, s. 18). Kullanılan araçların teknik seviyesinin artışıyla birlikte her nesne başka bir nesneye evrilmektedir. Teknolojik buluşlar, değişim geçiren ürünlerde her zamanda belirgin bir ilerlemeye yol açmaktadır. Teknoloji alanındaki bu gelişmeler, maddi, toplumsal, kültürel ve manevi hayatların iyileşmesine doğrudan katkıda bulunarak uygarlığın büyümesine hız kazandırır. Teknolojik değişimin kökeni, yönü ve etkisi tamamen insan kontrolü altındadır (Basalla, 2013, s. 324). Teknolojik gelişimi McLuhan (2001), incelemiş ve sonucunda medya teknolojilerinin toplumu ne şekilde biçimlendirdiğini ve aracın bir mesaj olduğunu açıklamıştır. Teknolojinin ürünü olan ve insanların iletişim sürecini azaltmak için geliştirmiş oldukları iletişim araçlarının sınıflandırılması gerektiğini ve bu sayede de araçların verdiği mesaj içeriğinin kolaylıkla anlaşılacağını belirtmiştir. Bu görüşe göre araçlar soğuk ve sıcak olmak üzere ikiye ayrılmıştır. Bireyin sadece tek bir duyusuna hitap eden araçlar sıcak (film, fotoğraf, radyo vb.), birden çok duyusuna hitap eden araçlar soğuk araçlar (televizyon, telefon, çizgi roman vb.) olarak nitelendirilmiştir. Bu bağlamda teknoloji insanın uzantısı olarak duyularına hitap edecek biçimde çalışarak bir yapı belirler. McLuhan, tekniğin belirleyici olduğu teknolojinin insanın hayatındaki yerini sorgulamış ve insanın teknolojiye ne denli muhtaç olduğu ve bu sürecin geri dönülemez bir noktaya geldiğini belirtmiştir. Aynı şekilde Beniger da (1989) Kontrol Devrimi adlı eserinde bilgi toplumunun teknolojik ve ekonomik kökenlerini ortaya koyarak teknolojideki gelişmelerin arka planında zekadan bahsederek gelişmelerin birbirini tetikleyen, takip eden, aşamalı ve sürekli olduğunu vurgular.

Teknoloji Bağımlılığı; kullanıcılar teknolojik araçları kullanımı sırasında belirli bir miktar mutluluk (dopamin) hormonu salgılaması sonucunda daha fazla mutlu olmak adına teknolojiyle daha fazla vakit geçirme isteği duymaktadırlar. Bu durumun kontrol altına alınmaması durumunda davranışsal bir bağımlılık olarak ortaya çıkmaktadır (Küçükvardar ve Tıngöy, 2018).

Dijital medya; Kullanıcı endeksli, dijital iletişim ve etkileşimli, sanal ağ ve bağlantılardan oluşarak bireyin yaşamında en önemli konuma gelmeyi başarmaktadır. Bu özellikler bizlere geleneksel ve yeni arasındaki ayrımın yol göstermektedir. Özellikle dijital kodlama, medyanın ‘yeni’ olarak ifade edilmesinde önemli bir nitelik olarak karşımıza çıkmaktadır. Bit’lerle başlayan verilerin kodlanmasıyla birlikte kısa zamanda ikinci bir uzam da ortaya çıkmaktadır (Yengin, 2019, s. 136). Yeni medya-insan bütünleşmesiyle gerçek olan her şeyin sanal temsilinin yaratılması ve sanal ortama transferini içermektedir. Bireylerin algıları, duyguları, değerleri de sanal dünya ile birlikte dönüşüme uğramaktadır. Bunu yaratan temel güç, yeni medyanın her öğeyi nesne olarak kullanmasıdır. Yaygın bilişim nesnesi olma durumu dijital medyayı eski medyalardan ayıran en önemli özelliklerin başında gelmektedir (Yanık, 2016, s. 900).

Dijital bağımlılık kavramı Lee ve Chae (2007, s. 34) tarafından şu şekilde değerlendirilmektedir; “Eğer her gün yaptığınız yemeğin fotoğrafını çekip internette paylaşmak için özen göstermekteyseniz, yaptığınız her şeyi sosyal medya aracılığı ile paylaşmak istiyorsanız ve sosyal medya sayesinde aslında çok az tanıdığınız kişiler hakkında çok daha fazla şey öğrenme olanağına sahip olduğunuza inanmaktaysanız siz dijital bağımlısiniz. Üstelik sosyal medyada paylaşılan tatiller, hediyeler ya da sürprizler sizde farkında olmadan kıskançlık duygularına neden olmaktaysa, dijital bağımlılığınız çok daha ciddi boyutlara ulaşmış demektir”. Bağımlı kullanıcılar diğer bireylere oranla interneti süre bakımından daha uzun sürelerde kullanmaktadır. İnternet bağımlılığı konusunda süre dışında, internetin hangi amaçlarla kullanıldığı konusu da önem taşımaktadır (Young, 1998, s. 29-33). Bağımlılık davranışı gösteren kullanıcılar internet üzerinde daha çok film, müzik, oyun siteleri ile sosyal ağları ziyaret ederken, bu araçlarla bağımlılığa varan bir ilişki kurmayan kullanıcılar sosyal ağlarda daha az zaman geçirmektedir (Günüç & Kayri, 2010, s. 221-222). Sosyal medya bağımlısı olan bireyler aile, arkadaş ve yakın çevreleriyle daha az zaman geçirmekte, bu kişilerle olan iletişimlerinde sorunlar yaşamaktadırlar (Kırık 2013, s. 92).

Dijital dünyada her kullanıcının kendi oluşturduğu hayal, ya da gerçek bir dijital kimliği vardır. Belki de dijital dünyanın bu kadar sevilmesinin ve talep görmesinin nedeni bireylerin yarattıkları kimliklerde sosyal medyada yer alması ve fikirlerini özgürce savunabilmesidir. Dijital medyanın sunduğu olanaklardan biri olan sosyal medya ağlarında birey istediği gönderiyi istediği an düzeltebilir ve ya da yeni gönderi oluşturabilir. Bu özelliklere bakılacak olursa dijitalleşmenin nedenlerinin neler olduğu açıkça vurgulanmıştır. Bireyler beğeni aldıkça kendilerini daha popüler, daha mutlu, daha ünlü ve daha önemli hissetmeye başlamışlardır. Bu da bireylerde zamanla bağımlılık haline dönmüştür. Bireylerin hepsi gerçek yaşamında mutlu, popüler, saygın ya da sevilen kişiler değildir ve bu eksik duygularını kapatmak için sosyal medyadan destek almaktadırlar.

Teknoloji bilginin işlenmesi olarak betimlense de amaç bilginin işlenmesi, araştırılması ve yaşam kalitesinin her anlamda iyileştirilmesidir. Teknolojik aletler günümüzde önemli bir yer tutmakta toplumun özellikle genç kesimi teknolojiden yüksek oranda faydalanmaktadır. Genellikle son zamanlarda akıllı telefon olarak hayatımızda yer alan teknolojik aletler bilgisayar, tv gibi tüm alanları kapsamaktadır. Teknolojinin kullanımında bağımlılığın oluşma durumu ise madde temelli olmayan ama bağımlılık bulguları içeren davranışsal bağımlılık içerisinde yer almaktadır. Kullanılan teknoloji grubuna göre (TV bağımlılığı, Akıllı telefon bağımlılığı gibi.) farklı isimlerle bağımlılık türleri tanımlanmıştır. Teknolojik aletlerin yanında bazı bağımlılık türlerinin tanımlanması bu oyun, uygulamalar (facebook bağımlılığı, candy crush saga bağımlılığı vb.) üzerinden yapılmıştır.

Teknolojinin gelişmesine paralel olarak bağımlılık türü de değişmektedir. Günümüzde bilgisayar ya da internet aracılığıyla popüler olan uygulamalar toplumdaki çocuk ya da genç kesimi değil her kesimi etkilemektedir. Hiç şüphesiz insan, özellikle teknoloji bağımlılığında, bağımlılık noktasına genellikle bir anda gelmez, süreç adım adım ve sinsi bir biçimde gelişir. Bu adımlar sırasıyla deneysel kullanım, sosyal kullanım, operasyonel kullanım ve bağımlı kullanımdır (Dinç, 2015, s. 33). Birey uygulamayı ya da oyunu merak eder, çevresinden ya da arkadaşlarından öğrenir ve sosyal ortamdan kopmamak için merak ettiği oyun ya da uygulamanın kullanımını devam ettirir. Eğer bu süreçte uygulamadan ya da oyundan zevk almadan kullanımı bırakırsa sıkıntı oluşmadan ortadan kalkar. Fakat birey oyun ya da uygulamayı kullanmaktan zevk alıp, sorunlardan kaçmak için teknolojinin büyümesine kapılıp kendini sürekli uygulamada ya da oyunda buluyorsa sorunlu kullanım

başlamış olur. Eğer bu süreçte kendini kontrol edemezse birey en son ki süreçte bağımlı bir kişi haline gelir. Teknoloji ya da dijital bağımlılığa yakalanmamak için dijital medya araçlarını bilinçli ve doğru kullanmaya özen gösterilmelidir. Dijital medya araçları kullanılırken zaman konusunda sınırlamalar ve kısıtlamalar getirilip dikkatli davranılarak bu bağımlılığın önüne geçme fırsatı yakalanabilir.

BÖLÜM III

YÖNTEM

Bu bölümde araştırmanın modeli, veri toplama araçları ve verilerin analizine yönelik bilgiler bulunmaktadır.

3.1. Araştırma Modeli

Bu çalışmada tarama (survey) modeli kullanılmıştır. Tarama modeli, bir grubun belirli özelliklerini test etmek için verilerin toplanması ile oluşturulan çalışmalara denmektedir (Büyüköztürk vd., 2015, s. 14). Araştırmaya konu olan nesne, durum, olay ya da birey kendi koşulları içinde değiştirilmeden olduğu gibi değerlendirilip tanımlanır. Ayrıca bu araştırmada tarama modellerinden ilişkisel tarama modeli kullanılmaktadır. En az iki değişken arasındaki ilişkileri ve bağlantıları inceleyen araştırma çoğunlukla ilişkisel tarama modeli olarak isimlendirilmektedir (Büyüköztürk vd., 2015, s. 23).

3.2. Evren ve Çalışma Grubu

Araştırma için evren (population, universe), araştırmacının sorularının yanıtlanması için gereksinim duyulan verilerin elde edildiği nesne, durum, olay ya da bireylerden oluşan büyük bir gruptur. Araştırma da evrenin geçerli olabilmesi için sınırlandırılmış bir parçasına uygulanmasına evren birimi denmektedir. Evrenin tamamına uygulanması zor olan bazı çalışmaların Araştırma sonuçlarının geçerli olacağı evrenin sınırlandırılmış bir parçasına evren birimi denir. Bir araştırmada iki tür evrenden söz edilebilir. Bunlar; hedef evren (target population) ve ulaşılabilir evren (accessible population) olmak üzere ikiye

ayrılır. Hedef evren, ulaşılması mümkün olmayan, hayali ya da ütöpik olan evrendir. Araştırmacı için ideal bir seçimdir. Ulaşılabilir evren ise, araştırmacının sorulanının cevabını bulabileceği ve ihtiyaç duyduğu sonuçlara ulaşabileceği gerçekçi bir evrendir. Araştırmada amaç, evren hakkında bilgi toplamaktır. Evren birimlerinin tümüne ulaşıldığı zaman örneklemeye ihtiyaç duyulmaz (Büyüköztürk, Kılıç-Çakmak, Akgün, Karadeniz ve Demirel, 2010 s. 80-81).

Ortaöğretim kurumundaki öğretmenlerin ve yöneticilerin yaş, cinsiyet, eğitim durumu gibi demografik özellikler, dijital medya araçlarının kullanımına ilişkin internet kullanım süresi, dijital medya aracını kullanım amacı gibi değişkenler ile dijital bağımlılık düzeyi arasındaki ilişkiyi belirlemeye yönelik küme biçiminde ve rastgele olacak şekilde örneklem yöntemi kullanılmıştır. Araştırma bulguları yurtiçinde ve yurt dışında, ilgili literatürün taranması ve anket ve ölçek uygulanması sonucunda elde edilen verilere dayanılarak oluşturulacaktır.

Araştırmanın evrenini Ankara ili Çankaya ilçesinde Milli Eğitim Bakanlığı'na bağlı ortaöğretim kurumlarında, 20017–2018 öğretim yılında görev yapan öğretmen ve yöneticiler oluşturmaktadır. Araştırmanın örneklemi, Çankaya ilçesinde bulunan Bahçelievler, Emek, Esat, Maltepe, Cebeci, Öveçler, 100. Yıl semtlerinde yer alan 2 ortaokul ve 5 lisede görev yapan 33 yönetici ve 522 öğretmen oluşturmaktadır. Çalışma örnekleminin oluşturulmasında ulaşılması gereken örneklem büyüklüğü Büyüköztürk vd. (2012) tarafından önerilen eşitlik ile hesaplanmıştır. Sürekli değişkenlerde örneklem büyüklüğü tahmini aşağıda gösterilmiştir:

$$n = \frac{n_0}{1 + \frac{n_0}{N}}$$

$n_0 = (t^2PQ)/d^2$ eşitliği ile hesaplanmakta ve p anlamlılık değeri 0,05 alındığında, $pq=0,25$ olacağından ve tabloda karşılık gelen t değeri 1,96 olduğundan 0,05 anlamlılık düzeyinde $n_0=384,16$ olarak hesaplanmaktadır (Büyüköztürk, Çakmak, Akgün, Karadeniz, Demirel, 2012, S. 93). Formülde örneklemini hesaplamak için n_0 yerine konulduğunda;

$$n = \frac{384,16}{1 + \frac{384,16}{14939}} = 374,52 = 375 \quad (\text{Örneklemdaki birey sayısı})$$

olarak hesaplanmıştır. Araştırma kapsamında kolaylıkla bulunabilen örneklem yöntemi ile belirlenen ortaöğretim kurumlarında görev yapan 509 öğretmen ve ortaöğretim

kurumlarında görev yapan 32 yöneticiye ulaşıldığı, ulaşılan örneklemin büyüklüğünün çalışma evrenini temsil edebilecek yeterlilikte olduğu görülmüştür.

3.3. Veri Toplama Araçları

Bu çalışmada veri toplama aracı olarak araştırmacıların geliştirdiği Dijital Bağımlılık Ölçeği ve Demografik Bilgi Formu kullanılmıştır. Aşağıda bu veri toplama araçları detaylıca irdelenmiştir.

3.3.1. Demografik Bilgi Formu

Bu çalışmada veri toplama aracı olarak kullanılan Demografik Bilgi Formu araştırmacılar tarafından literatürdeki çeşitli kişisel bilgi formlarından da esinlenilerek hazırlanmıştır. Katılımcılara ait cinsiyet, branş, görev yapılan eğitim kurumu, eğitim durumu, hizmet yılı gibi bağımsız değişkenleri tespit etmek amacıyla hazırlanmıştır.

Yapılan araştırmada belirlenen öğretmen ve yönetici örneklemine ait demografik özellikler Tablo 4’de görülmektedir.

Tablo 4.
Katılımcıların Demografik Özelliklerine İlişkin Frekans ve Yüzde Dağılımları

	Kategoriler	f	%
Cinsiyet	Kadın	302	55,8
	Erkek	239	44,2
Yaş	20-25	28	5,2
	26-30	171	31,6
	31-35	92	17
	36-40	83	15,3
	41-45	78	14,4
	46 Ve Üzeri	89	16,5
Okul	Ortaokul	206	38,1
	Lise	335	61,9
Öğrenim Durumu	Lisans	424	78,4
	Yüksek Lisans	116	21,4
	Doktora	1	0,2
Branş	Meslek Dersi Öğretmeni	143	26,4
	Kültür Dersi Öğretmeni	366	67,7
	Yönetici	32	5,9
Mesleki Kıdem	0-5	144	26,6
	6-10	150	27,7
	11-15	55	10,2
	16 Ve Üzeri	192	35,5
Toplam		541	100,0

Tablo 4'e bakıldığında katılımcıların demografik özelliklerine göre frekans ve yüzde dağılımlarının incelendiği görülmektedir. Öğretmen ve yöneticilerin cinsiyetlerine göre dağılımları incelendiğinde 302 (%55,8) kadın ve 239 (%44,2) erkek katılımcı bulunmuştur. Katılımcıların yaşlarına göre dağılımları incelendiğinde, 20-25 yaş aralığında olan 28 (%5,2) katılımcı, 26-30 yaş aralığında olan 171 (%31,6) katılımcı, 31-35 yaş aralığında olan 92 (%17) katılımcı, 36-40 yaş aralığında olan 83 (%15,3) katılımcı, 41-45 yaş aralığında olan 78 (14,4) katılımcı ve 46 ve üstü yaşa sahip olan 89 (%16,5) katılımcı bulunmaktadır. Katılımcıların görev yaptıkları öğretim kademesine göre dağılımlarına bakıldığında, ortaokulda görev yapan 206 (%38,1) katılımcı, lisede görev yapan 335 (%61,9) katılımcı bulunmaktadır. Katılımcıların öğrenim durumuna göre dağılımları incelendiğinde, lisans mezunu 424 (%78,4) katılımcı, yüksek lisans mezunu 116 (%21,4) ve doktora mezunu 1 (%0,2) katılımcı bulunmaktadır. Katılımcıların branşa göre dağılımları incelendiğinde, meslek dersi

öğretmeni olan 143 (%26,4) katılımcı, kültür dersi öğretmeni olan 366 (%67,7) katılımcı ve yönetici olarak görev yapan 32 (%5,9) katılımcı bulunmaktadır. Katılımcıların mesleki kıdeme göre dağılımları incelendiğinde, 0-5 aralığında mesleki kıdeme sahip olan 144 (%26,6) katılımcı, 6-10 aralığında mesleki kıdeme sahip olan 150 (%27,7) katılımcı, 11-15 aralığında mesleki kıdeme sahip olan 55 (%10,2) katılımcı ve 16 ve üzeri mesleki kıdeme sahip olan 192 (%35,5) katılımcı bulunmaktadır. Genel itibari ile araştırmaya katılan 541 (%100,0) katılımcı bulunmaktadır.

3.3.2. Dijital Bağımlılık Ölçeği

Arslan, Kırık, Karaman ve Çetinkaya (2015) tarafından geliştirilen ve “Lise ve Üniversite Öğrencilerinde Dijital Bağımlılık” başlıklı çalışmada kullanılan “Dijital Bağımlılık Ölçeği” kullanılmıştır. Arslan, vd. (2015) araştırmalarında, uygulama sonuçlarından elde ettikleri verilerle ilk olarak ölçeğin yapı geçerliliğine bakmışlar ve “Yamaç – Birikinti Grafiği” yardımıyla da ölçeğin üç faktörlü bir yapıya sahip olduğunu belirlemişlerdir. Yapılan faktör analizi sonrasında 21 madde faktör yük değerleri düşük olduğundan ya da birden fazla boyutta benzer yük değerine sahip olduğundan ölçekten çıkarılmıştır. Sonuç olarak 29 maddelik üç faktörlü bir yapıya sahip ölçek elde edilmiştir.

“Faktör – 1” altında toplanan maddelerin oyun ile ilişkili olduğu tespit edilerek “Oyun” olarak isimlendirilmiş ve bu faktör Madde – 1 ve Madde 11 arası maddeleri içermektedir. “Faktör – 2” sosyal medya ekseninde toplandığından “Sosyal Medya” olarak isimlendirilmiştir ve bu faktör Madde 12 ve Madde 23 maddelerini içermektedir. “Faktör – 3” ise içerdği maddeler gereği “Günlük Hayata Etkisi” olarak isimlendirilmiştir ve Madde 24 ve Madde 29 arası maddeleri içermektedir. Dijital Bağımlılık Ölçeği’nin Cronbach’s Alpha Güvenirlik Katsayısı’nı 0,89 olarak belirlemişlerdir. Arslan, vd. (2015) ölçeği lise ve üniversite öğrencileri üzerinde geliştirdiğinden veriler üzerinde doğrulanma işlemi yapılmış ve örneklem grubunda yer alan 32 yönetici ve 509 öğretmen üzerinde 3 faktörlü 29 maddelik yapısının doğrulayıcı faktör analizi yapılarak çalışıp çalışmadığı test edilmiştir. Faktör analizi, aynı yapıyı ölçen çok sayıda değişkenden, az miktarda ve tanımlanabilir nitelikte anlamlı değişkenle elde etmeye yönelik çok değişkenli bir istatistiktir (Büyüköztürk, 2001, s. 470). İstatistiksel analizler kapsamında ölçek aracılığıyla toplanmış olan veriler üzerinde, faktör analizinin geçerliliğini analiz etmek için

KMO testi yapılmıştır. Faktör modeli uygunluğu analizi için ana kütle büyüklüğünün analizini yapan ve Barlett tarafından geliştirilmiş küresellik analizi kullanılmıştır (Büyüköztürk, 2014, s. 136). Faktör analizi (DFA) ilişkin geçerlik analiz sonuçları Tablo 5’te görülmektedir.

Tablo 5.
KMO ve Bartlett's Test Sonuçları

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		,911
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	12814,792
	df	406
	Sig.	0,000

Sonuçlar incelendiğinde her iki test sonucu olan (KMO= 0,953; Sig=0,000)’da $p<0,05$ düzeyinde anlamlı bulunmuştur. Bu sonuç, Dijital Bağımlılık Ölçeğinin faktör analizi yapılabilmesi açısından uygun bir değer olduğunu ve yeterli örneklem sayısına sahip olduğunu göstermektedir.

Dijital bağımlılık ölçeği, faktör analizine tabi tutulduğunda yük değer sınırı 0,40 olarak kabul edilmiştir. Faktör yüklerinin 0,493’ün üzerinde yüklendikleri görülmektedir. Büyüköztürk (2002, s. 125), faktör örüntüsünün oluşturulmasında 0,40 faktör yükü alt kesme noktası olarak alınabileceğini ifade etmiştir. Ölçek maddelerinin faktör yüklerinin 0,493 ile 0,877 arasında değiştiği ve 29 maddenin toplam varyansın %60,665’ini oluşturduğu görülmüştür. Tablo 6’da ifadelerin faktör yükleri detaylı biçimde verilmiştir.

Tablo 6.

Dijital Bağımlılık Ölçeğinin Faktör Yapısı ve Maddelere Göre Faktör Yükleri

İfadeler	Faktör Yükleri		
	Oyun	Sosyal medya	Günlük hayata etkisi
1) Yeni çıkan oyunları arkadaşlarımdan önce oynayıp bitirmek isterim	,837		
2) Oyunda başarılı olmayı çok önemserim.	,737		
3) Oyun oynadığımda kendimi yalnız hissetmiyorum.	,808		
4) Oyunlarda en üst seviyeye ulaşmak önemlidir.	,721		
5) Oyunda hedefime ulaşmak için uyku saatimi ertelemişimdir.	,861		
6) Doğum günümde ailemden hediye olarak elbiseye nazaran teknolojik bir araç beklerim.	,626		
7) Bayramlarda akraba ziyaretine gitmektense internet-playstation kafe ya da sinemaya gitmeyi tercih ederim.	,781		
8) Dijital araçlarla oyun oynadığım için arkadaşlarım ile daha az vakit geçiriyorum	,860		
9) Oyun oynamayı arkadaşlarımla vakit geçirmeye tercih ederim.	,847		
10) Yemeğimi genelde bilgisayar başında yerim.	,771		
11) Kullandığım elektronik araçların yeni modellerinin ne zaman çıkacağını merakla beklerim.	,697		
12) Gün içerisinde telefonumla fazla vakit geçiririm.		,764	
13) Sosyal medya hesaplarımı sıklıkla kontrol ederim.		,792	
14) Arkadaşlarımla sosyal medya üzerinden iletişime geçerim.		,650	
15) Telefonum yanımda olmadığında bir eksiklik hissederim.		,723	
16) Gün içerisinde sosyal ağlarda fazla vakit geçiririm.		,828	
17) Günün büyük bir kısmını dijital araçlarla geçiririm.		,784	
18) Sabahları ilk iş olarak mesajlarımı, maillerimi kontrol ederim. ederim.		,652	
19) Gittiğim yerlerde Wi-Fi şifresini sorarım		,508	
20) Gün içerisinde mutlaka birkaç saat telefonumdan ya da müzik çalarımın bir şeyler dinlerim.		,569	
21) Çevremdeki insanlar teknolojik araçlarla çok fazla kullandığını söylüyor		,493	,374
22) İnternet nedeniyle gece geç vakitlere kadar oturup uykusuz kalırım.		,495	,317
23) Her ay SMS ve/veya internet paketi alırım.		,539	
24) Teknolojik araçlar aile hayatımı olumsuz etkiler.			,863
25) Teknolojik araçlar uyku düzenimi bozar.			,814
26) Teknolojik araçlar sosyal hayatımı olumsuz etkiler.			,877
27) Teknolojik araçlar dikkat düzeyimi etkiler.			,851
28) Teknolojik araçlarla fazla vakit geçirdiğim için sorumluluklarımı aksatırım.			,792
29) İnternette daha fazla zaman geçirebilmek için sık sık sorumluluklarımı aksatıyorum.			,777

3.4. Veri Analizi

3.4.1. Güvenirlik Analizi

Ölçek ve alt boyutlarının güvenirlilik düzeylerinin belirlenmesi için güvenirlilik analizi yapılmış ve Chronbach's Alfa katsayısı elde edilmiştir.

Tablo 7'deki analiz sonuçlarına göre; Dijital Bağımlılık Ölçeği'nin Cronbach's Alpha güvenirlilik düzeyinin 0,912 alt boyutların güvenirlilik düzeyinin ise 0,817 ile 0,938 arasında değiştiği görülmektedir. Bu doğrultuda Dijital Bağımlılık Ölçeği geneli ve alt boyutlarının güvenirlilikleri yeterli düzeydedir denilebilir. Araştırmanın kapsamına uygun olarak toplanan veriler Öğretmen ve yöneticilerin dijital bağımlılıklarına yönelik aritmetik ortalamalarının değerlendirme aralığı $(5-1)/5 = 0,80$ olarak belirlenmiştir (Kan, 2009, s. 407). Buna göre dijital bağımlılık ölçeğine ait bulguların yorumlanmasından aşağıdaki aralıklar esas alınmıştır: 1-1.80=Kesinlikle Katılmıyorum; 1.81-2.61=Katılmıyorum; 2.62-3.42=Kararsızım; 3.43-4.23=Katılıyorum; 4.24-5.00=Kesinlikle Katılıyorum

Tablo 7.

Dijital Bağımlılık Ölçeğinin Alt Boyutları ve Geneline İlişkin Cronbach Alpha Güvenirlilik Analizi Sonuçları

Faktör	Madde Sayısı	Cronbach Alpha
Dijital Bağımlılık Ölçeği	29	0.91
Dijital Bağımlılık Ölçeği Oyun Boyutu	11	0.93
Dijital Bağımlılık Ölçeği Sosyal Medya Boyutu	12	0.81
Dijital Bağımlılık Ölçeği Sosyal Hayata Etki	6	0.91

Araştırmanın amacına uygun olarak toplanan veriler SPSS-22 paket programına işlenmiştir. Araştırmada 522 öğretmenden 509 öğretmene, 33 yöneticiden de 32 yöneticiye ulaşılmıştır. Uç değerlere ya da kayıp veriye rastlanmamıştır. Alt ölçeklerden ve dijital bağımlılık ölçeğinin genelinden elde edilen ortalama puanların çarpıklık değerlerinin -1 ile +1 aralığında değiştiği görülmektedir. Öğretmenlerin ve yöneticilerin demografik özelliklerine göre ölçeklerden aldıkları ortalamalar arasındaki farklılığa bakmadan önce veri dağılımının parametrik veya nonparametrik olmadığına karar vermek için normallik ve Levene homojenlik testleri yapılmıştır. Normallik varsayımının sınanmasında kullanılan Kolmogorov-Smirnov testi parametrik olmayan bir yöntem olup örneklem dağılımı ile birim normal dağılımı karşılaştırır ve örneklem dağılımının normal olup olmadığı hakkında

hipotez testine dayalı olarak bilgi verir (Baykul & Güzeller, 2014, s. 491). Bu bağlamda normallik varsayımının sınanmasında Kolmogorov-Smirnov istatistiğine dayalı yorumları dikkate almanın dışında çarpıklık ve basıklık gibi verinin kendisini direkt olarak yansıtan istatistikleri dikkate almak gerekir. Tablo 8’de normallik varsayımının test edilmesi için incelenen çarpıklık ve basıklık değerlerinin -1 ile +1 arasında değiştiği görülmektedir. Normallik varsayımının bir ölçüsü olarak çarpıklık ve basıklık katsayılarının -1 ile +1 aralığında olmasının kabul edilebileceği ifade edilmektedir (Morgan, Leech, Gloeckner & Barrett, 2004, s. 50). Test varyanslarının homojenliği yani Levene homojenlik testine ait dağılım incelendiğinde Levene İstatistiği $p>,05$ ’e göre puan dağılımına ait test varyanslarının homojen dağıldığı yani homojenlik varsayımının sağlandığı sonucuna ulaşılmıştır. Ölçeklere ait elde edilen puan dağılımının sürekli veri olduğu ve eşit aralıklı ölçek düzeyinde olduğu görülmektedir. İki örneklemin (grup) birbirinden bağımsız olması, bağımlı değişkenlerin aralık veya oran ölçek düzeyinde ölçülmüş olması, normallik ve homojenlik varsayımlarının sağlanması parametrik test varsayımlarını karşılamaktadır. (Köklü, Büyüköztürk ve Bökeoğlu, 2007, s. 152-161).

Tablo 8.
Öğretmenlerin ve Yöneticilerin Dijital Bağımlılık Ölçeğinden Aldıkları Puanların Normalliğine İlişkin Çarpıklık ve Basıklık Değerleri

	Öğretmen		Yönetici	
N=541	Çarpıklık	Basıklık	Çarpıklık	Basıklık
Dijital Bağımlılık Ölçeği	,488	-,562	-,156	-,601
Dijital Bağımlılık Ölçeği Oyun Boyutu	,895	-,046	,609	-,892
Dijital Bağımlılık Ölçeği Sosyal Medya Boyutu	-,089	-,348	-,118	-,626
Dijital Bağımlılık Ölçeği Sosyal Hayata Etki Boyutu	,686	-,693	-,065	-,466
Dijital Bağımlılık Ölçeği	-,725	-,562	-,156	-,601

BÖLÜM IV

BULGULAR VE YORUM

Bu bölümde, öğretmen ve yöneticilerin dijital bağımlılık düzeyleri araştırmanın alt problemleri doğrultusunda açıklanmıştır. Ayrıca dijital bağımlılık ölçeğinin alt boyutlarına ilişkin ortalamalara yer verilmiştir.

4.1. Dijital Bağımlılık Ölçeği Oyun Boyutu Maddelerine İlişkin Bulgular ve Yorumları

Tablo 9'a bakıldığında öğretmen ve yöneticilerden toplanan verilere göre Dijital Bağımlılık Ölçeği'nin alt boyutlarından 11 maddelik oyun boyutunun frekans ve ortalamalarına bakıldığında en yüksek ortalamanın "6) Doğum günümde ailemden hediye olarak elbiseye nazaran teknolojik bir araç beklerim." Maddesine yönelik olduğu görülmüştür ($X=2,77$). Dijital bağımlılık düzeylerinin kritik değer ile karşılaştırıldığında orta düzeyde olduğu (Kritik Değer: 2.62-3.42) ve frekans dağılımlarına göre dağılım sıklıklarının kararsızım düzeyinde olduğu görülmektedir. Öğretmen ve yöneticilerden toplanan verilere göre Dijital Bağımlılık Ölçeği'nin alt boyutlarından 11 maddelik oyun boyutunun frekans ve ortalamalarına bakıldığında en düşük ortalamanın "10) Yemeğimi genelde bilgisayar başında yerim." Maddesine yönelik olduğu görülmüştür ($X =1,73$). Dijital bağımlılık düzeylerinin kritik değeri ile karşılaştırıldığında düşük düzeyde olduğu (Kritik Değer: 1.81-2.61) ve frekans dağılımlarına göre dağılım sıklıklarının katılmıyorum düzeyinde olduğu görülmektedir. Öğretmen ve yöneticilerden toplanan verilere göre oyun boyutundaki diğer maddelerin ortalamalarının 2,68 ile 1,78 aralığında değiştiği yani

katılımcıların oyun boyutunda bulunan maddelere katılmıyorum ile kararsızım arasında cevap verdiği ve dağılımın bu şekilde gerçekleştiği görülmüştür.

Tablo 9.

Dijital Bağımlılık Ölçeği Oyun Boyutu Maddelerine Verilen Cevapların Dağılımı

	Hiç Katılmıyorum		Katılmıyorum		Kararsızım		Katılıyorum		Kesinlikle Katılıyorum		Ortalama	Standart Sapma
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	$\bar{X}$	S
1) Yeni çıkan oyunları arkadaşlarımdan önce oynayıp bitirmek isterim	309	57,1	107	19,8	51	9,4	57	10,5	17	3,1	1,82	1,15
2) Oyunda başarılı olmayı çok önemserim.	180	33,3	160	29,6	30	5,5	146	27,0	25	4,6	2,40	1,31
3) Oyun oynadığımda kendimi yalnız hissetmiyorum.	237	43,8	156	28,8	55	10,2	76	14,0	17	3,1	2,03	1,17
4) Oyunlarda en üst seviyeye ulaşmak önemlidir.	186	34,4	141	26,1	38	7,0	157	29,0	19	3,5	2,41	1,31
5) Oyunda hedefime ulaşmak için uyku saatimi ertelemişimdir.	248	45,0	166	30,7	39	7,2	67	12,4	21	3,9	1,97	1,17
6) Doğum günümde ailemden hediye olarak elbiseye nazaran teknolojik bir araç beklerim.	154	28,5	105	19,2	55	10,2	163	30,1	64	11,8	2,77	1,43
7) Bayramlarda akraba ziyaretine gitmektense internet-playstation kafe ya da sinemaya gitmeyi tercih ederim.	254	47,0	188	34,8	66	12,2	29	5,4	4	0,7	1,78	0,90
8) Dijital araçlarla oyun oynadığım için arkadaşlarım ile daha az vakit geçiriyorum	274	50,6	167	30,9	34	6,3	48	8,9	18	3,3	1,83	1,09
9) Oyun oynamayı arkadaşlarımla vakit geçirmeye tercih ederim.	283	52,3	165	30,5	32	5,9	37	6,8	24	4,4	1,80	1,10
10) Yemeğimi genelde bilgisayar başında yerim.	271	50,1	185	34,2	45	8,3	35	6,5	5	0,9	1,73	0,92
11) Kullandığım elektronik araçların yeni modellerinin ne zaman çıkacağını merakla beklerim.	177	32,7	79	14,6	68	12,6	172	31,8	45	8,3	2,68	1,41

4.2. Dijital Bağımlılık Ölçeği Sosyal Medya Boyutu Maddelerine İlişkin Bulgular ve Yorumlar

Tablo 10'a bakıldığında öğretmen ve yöneticilerden toplanan verilere göre Dijital Bağımlılık Ölçeğinin alt boyutlarından Sosyal Medya Boyutu 12 maddeden oluşmuştur. Sosyal Medya Boyutundaki 12 maddeye ilişkin frekans ve ortalamalara bakıldığında en yüksek ortalamaya sahip maddenin "3) Arkadaşlarımla sosyal medya üzerinden iletişime geçerim." Maddesine yönelik olduğu görülmüştür ($\bar{X} = 3,42$). Sosyal Medya Boyutuna

ilişkin dijital bağımlılık düzeylerinin kritik değer ile karşılaştırıldığında orta düzeyde olduğu (Kritik Değer: 2.62-3.42) ve frekans dağılımlarına göre dağılım sıklıklarının kararsızım düzeyinde olduğu görülmektedir. Öğretmen ve yöneticilerden toplanan verilere göre Dijital Bağımlılık Ölçeğinin alt boyutlarından Sosyal Medya Boyutunda en düşük dijital bağımlılığa sahip olduğu madde; X =2,11 ortalama ile “2) İnternet nedeniyle gece geç vakitlere kadar oturup uykusuz kalırım.” Maddesine yönelik Sosyal Medya boyutuna ilişkin dijital bağımlılık düzeylerinin kritik değer ile karşılaştırıldığında orta düzeyde olduğu (Kritik Değer: 2.62-3.42) ve frekans dağılımlarına göre dağılım sıklıklarının kararsızım düzeyinde olduğu görülmektedir. Medya boyutundaki diğer maddelerin ortalamalarının 3,42 ile 2,11 aralığında değiştiği yani katılımcılar Sosyal Medya Boyutunda bulunan maddelere kararsızım ile katılıyorum arasında dağıldığı sonucuna ulaşılmaktadır.

Tablo 10.

Dijital Bağımlılık Ölçeği Sosyal Medya Boyutu Maddelerine İlişkin Verilen Yanıtların Dağılımı

	Hiç Katılmıyorum		Katılmıyorum		Kararsızım		Katılıyorum		Kesinlikle Katılıyorum		Ortalama	Standart Sapma
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	$\bar{X}$	S
12) Gün içerisinde telefonumla fazla vakit geçiririm	91	16,8	89	16,5	88	16,3	244	45,1	29	5,4	3,05	1,22
13) Sosyal medya hesaplarımı sıklıkla kontrol ederim.	61	11,3	61	11,3	77	14,2	323	59,7	19	3,5	3,32	1,09
14) Arkadaşlarımla sosyal medya üzerinden iletişime geçerim.	50	9,2	69	12,8	64	11,8	315	58,2	43	7,9	3,42	1,10
15) Telefonum yanımda olmadığında bir eksiklik hissedirim.	43	7,9	101	18,7	62	11,5	282	52,1	53	9,8	3,37	1,13
16) Gün içerisinde sosyal ağlarda fazla vakit geçiririm.	87	16,1	86	15,9	81	15,0	264	48,8	23	4,3	3,09	1,20
17) Günün büyük bir kısmını dijital araçlarla geçiririm.	83	15,3	117	21,6	84	15,5	241	44,5	16	3,0	2,98	1,18
18) Sabahları ilk iş olarak mesajlarımı, maillerimi kontrol ederim. ederim.	92	17,0	148	27,4	61	11,3	201	37,2	39	7,2	2,90	1,26
19) Gittiğim yerlerde Wi-Fi şifresini sorarım	166	30,7	188	34,8	39	7,2	138	25,5	10	1,8	2,33	1,20
20) Gün içerisinde mutlaka birkaç saat telefonumdan ya da müzik çalarımın bir şeyler dinlerim.	154	26,8	152	28,1	37	6,8	161	29,8	46	8,5	2,65	1,36
21) Çevremdeki insanlar teknolojik araçlarla çok fazla kullandığını söylüyor	172	31,8	213	39,4	48	8,9	101	18,7	7	1,3	2,18	1,11
22) İnternet nedeniyle gece geç vakitlere kadar oturup uykusuz kalırım.	218	40,3	156	28,8	54	10,0	111	20,5	2	0,4	2,11	1,15
23) Her ay SMS ve/veya internet paketi alırım.	177	32,7	100	18,5	14	2,6	197	36,4	53	9,8	2,72	1,47

4.3. Dijital Bağımlılık Ölçeği Sosyal Hayata Olumsuz Etki Boyutu Maddelerine İlişkin Bulgular ve Yorumlar

Tablo 11'e bakıldığında öğretmen ve yöneticilerden toplanan verilere göre Dijital Bağımlılık Ölçeğinin alt boyutlarından Sosyal Hayata Olumsuz Etki Boyutunu oluşturan 6 maddeye ilişkin frekans ve yüzdelere dayalı ortalamalarının incelendiği görülmektedir. Öğretmenlerin ve yöneticilerin Sosyal Hayata Olumsuz Etki Boyutunda en yüksek dijital bağımlılığa sahip olduğu madde; X =2,39 ortalama ile “25) Teknolojik araçlar uyku düzenimi bozar.” Maddesine yönelik olduğu görülmüştür. Sosyal Hayata Olumsuz Etki Boyutuna ilişkin dijital bağımlılık düzeylerinin kritik değer ile karşılaştırıldığında düşük düzeyde olduğu (Kritik Değer: 1.81-2,61) ve frekans dağılımlarına göre dağılım sıklıklarının katılmıyorum düzeyinde olduğu görülmektedir. Öğretmen ve yöneticilerden toplanan verilere göre Dijital Bağımlılık Ölçeğinin alt boyutlarından Sosyal Hayata Olumsuz Etki Boyutunda en düşük dijital bağımlılığa sahip olduğu madde; X =1,90 ortalama ile ortalama ile “29) İnternette daha fazla zaman geçirebilmek için sık sık sorumluluklarımı aksatıyorum.” Maddesine yönelik Sosyal Medya boyutuna ilişkin dijital bağımlılık düzeylerinin kritik değer ile karşılaştırıldığında düşük düzeyde (Kritik Değer: 1.81-2.61) ve frekans dağılımlarına göre dağılım sıklıklarının katılmıyorum düzeyinde olduğu görülmektedir. Sosyal hayata olumsuz etki boyutundaki diğer maddelerin ortalamalarının 2,39 ile 1,95 aralığında değiştiği yani katılımcıların sosyal hayata olumsuz etki alt boyutunda bulunan maddelere kararsızım ile katılmıyorum arasında dağıldığı sonucuna ulaşılmaktadır.

Tablo 11.

Dijital Bağımlılık Ölçeği Sosyal Hayata Olumsuz Etki Boyutu Maddelerine İlişkin Yanıtların Dağılımı

	Hiç katılmıyorum		Katılmıyorum		Kararsızım		Katılıyorum		Kesinlikle Katılıyorum		Ortalama	Standart Sapma
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	$\bar{x}$	S
24) Teknolojik araçlar aile hayatımı olumsuz etkiler.	188	34,8	141	26,1	70	12,9	104	19,2	38	7,0	2,37	1,31
25) Teknolojik araçlar uyku düzenimi bozar.	176	32,5	143	26,4	82	15,2	113	20,9	27	5,0	2,393	1,26
26) Teknolojik araçlar sosyal hayatımı olumsuz etkiler.	185	34,2	155	28,7	90	16,6	88	16,3	23	4,3	2,27	1,21
27) Teknolojik araçlar dikkat düzeyimi etkiler.	188	34,8	128	23,7	95	17,6	86	15,9	44	8,1	2,390	1,31
28) Teknolojik araçlarla fazla vakit geçirdiğim için sorumluluklarımı aksatırım.	240	44,4	165	30,5	78	14,4	39	7,2	19	3,5	1,95	1,09
29) İnternette daha fazla zaman geçirebilmek için sık sık sorumluluklarımı aksatıyorum.	243	44,9	177	32,7	67	12,4	35	6,5	19	3,5	1,90	1,06

4.4. Dijital Bağımlılık Ölçeğinin Genel ve Alt Boyutlarının Cinsiyete İlişkin Bulgular ve Yorumlar

Dijital Bağımlılık Ölçeği geneli ve alt boyutlarının cinsiyete göre ortalamaları ve bu ortalamalar arasındaki farkın anlamlı olup olmadığının tespiti için yapılan Bağımsız Gruplarda t – Testi sonuçları Tablo 12’de verilmiştir.

Tablo 12.

Cinsiyete Göre Dijital Bağımlılık Ölçeği ve Alt Boyutlarının Değişimi

	Cinsiyet	Öğretmen					Yönetici				
		N	$\bar{x}$	Std. Sapma	t	p	N	$\bar{x}$	Std. Sapma	t	p
Oyun Boyutu	Erkek	227	2,04	1,02	3,72	0,00*	13	2,37	1,15	-0,62	0,54
	Kadın	282	1,73	0,86	3,65	0,00*	19	2,61	1,02	-0,61	0,55
Sosyal Medya Boyutu	Erkek	227	2,87	0,95	0,11	0,99	13	2,87	0,86	0,96	0,35
	Kadın	282	2,87	0,76	0,11	0,99	19	2,61	0,62	0,90	0,38
Sosyal Hayata Etki Boyutu	Erkek	227	2,11	0,95	2,41	0,01*	13	1,87	0,65	1,70	0,10
	Kadın	282	1,91	0,91	2,40	0,01*	19	1,45	0,72	1,73	0,09
Dijital Bağımlılık Ölçeği	Erkek	227	2,40	0,76	2,60	0,01*	13	2,47	0,57	0,55	0,58
	Kadın	282	2,24	0,62	2,55	0,01*	19	2,37	0,45	0,53	0,60

* p < 0,05

Öğretmenlerin Dijital Bağımlılık Ölçeği geneli ve alt boyutlarından Sosyal Hayata Olumsuz Etkisi Boyutu ve Oyun Boyutunda cinsiyete göre anlamlı düzeyde farklılık vardır ($p < 0,05$). Öğretmenlerin Dijital Bağımlılık Ölçeği alt boyutlarından Sosyal Medya Boyutunda anlamlı bir farklılık görülmemiştir ($p > 0,05$). Dijital Bağımlılık Ölçeği geneli, Sosyal Hayata Olumsuz Etkisi Boyutu, Oyun Boyutu ölçeklerinin hepsinde erkeklerin bağımlılık düzeyi ortalaması kadınların bağımlılık düzeyi ortalamasından yüksektir.

Yöneticilerin Dijital Bağımlılık Ölçeği Geneli, Oyun Boyutu, Sosyal Hayata Olumsuz Etki Boyutu ve Sosyal Medya Boyutunda anlamlı bir farklılık görülmemiştir ($p > 0,05$).

4.5. Dijital Bağımlılık Ölçeğinin Genel ve Alt Boyutlarının Yaşa İlişkin Bulgular ve Yorumlar

Dijital Bağımlılık Ölçeği geneli ve alt boyutlarının yaşa göre ortalamaları ve bu ortalamalar arasındaki farkın anlamlı olup olmadığının tespiti için yapılan Tek Yönlü Varyans Analiz sonuçları Tablo 13’de verilmiştir.

Tablo 13.

Yaşa Göre Dijital Bağımlılık Ölçeği ve Alt Boyutlarının Değişimi

	Öğretmen						Yönetici				
	Yaş	N	$\bar{x}$	Std. Sapma	F	p	N	$\bar{x}$	Std. Sapma	F	p
Oyun Boyutu	20-25	28	1,88	0,85	12,70	0,00*	6	1,77	0,54	3,08	0,03*
	26-30	170	2,26	1,10			5	2,85	1,23		
	31-35	90	1,95	1,00			3	3,64	1,03		
	36-40	77	1,66	0,77			5	3,27	1,13		
	41-45	64	1,52	0,58			7	1,91	0,65		
	46 Ve Üzeri	80	1,44	0,61			6	2,48	0,98		
Sosyal Medya Boyutu	20-25	28	3,00	0,80	31,23	0,00*	6	2,86	0,76	0,93	0,48
	26-30	170	3,33	0,63			5	2,78	0,57		
	31-35	90	3,04	0,81			3	2,83	1,12		
	36-40	77	2,50	0,87			5	2,50	0,41		
	41-45	64	2,58	0,81			7	3,05	0,81		
	46 Ve Üzeri	80	2,23	0,67			6	2,25	0,72		
Sosyal Hayata Etki Boyutu	20-25	28	2,21	1,08	2,11	0,11	6	1,78	0,73	0,82	0,55
	26-30	170	2,15	0,87			5	1,47	0,62		
	31-35	90	1,90	0,90			3	2,06	0,92		
	36-40	77	1,91	0,90			5	1,83	1,26		
	41-45	64	1,91	0,92			7	1,62	0,40		
	46 Ve Üzeri	80	1,84	1,05			6	1,19	0,32		
Dijital Bağımlılık Ölçeği	20-25	28	2,41	0,70	26,03	0,10	6	2,22	0,33	1,98	0,12
	26-30	170	2,68	0,63			5	2,54	0,50		
	31-35	90	2,39	0,66			3	2,98	0,74		
	36-40	77	2,06	0,64			5	2,66	0,59		
	41-45	64	2,04	0,59			7	2,32	0,30		
	46 Ve Üzeri	80	1,85	0,49			6	2,12	0,44		

* p < 0,05

Tablo 13'e bakıldığında öğretmenlerin Dijital Bağımlılık Ölçeği alt boyutlarından Oyun Boyutu ve Sosyal Medya Boyutunda yaşa göre anlamlı düzeyde farklılık görülmüştür ($p < 0,05$). Öğretmenlerin Dijital Bağımlılık Ölçeği geneli ile Dijital Bağımlılık Ölçeği Sosyal Hayata Olumsuz Etki Boyutu anlamlı düzeyde bir farklılık görünmemektedir ($p > 0,05$). Anlamlı farklılık gösteren alt boyutlarda farklılığın hangi gruptan kaynaklandığının tespiti için yapılan Scheffe Testi sonuçlarına göre; Dijital Bağımlılık Ölçeği alt boyutlarından Oyun Boyutu ve Sosyal Medya Boyutu için, 26-30 yaş aralığındaki öğretmenlerin ortalaması diğer yaş gruplarının ortalamasından anlamlı derecede daha yüksektir.

Yöneticilerin Dijital Bağımlılık Ölçeği Geneli, Sosyal Hayata Olumsuz Etki Boyutu ve Sosyal Medya Boyutunda anlamlı bir farklılık görülmemişken ($p > 0,05$) yöneticilerin Dijital Bağımlılık Ölçeği alt boyutlarından sadece Oyun Boyutunda anlamlı bir farklılık gözlenmiştir ($p < 0,05$). Anlamlı farklılık gösteren alt boyutlarda farklılığın hangi gruptan kaynaklandığının tespiti için yapılan Scheffe Testi sonuçlarına göre; Dijital Bağımlılık Ölçeği alt boyutlarından Oyun Boyutu için, 31-35 yaş aralığındaki öğretmenlerin ortalaması diğer yaş gruplarının ortalamasından anlamlı derecede daha yüksektir.

4.6. Dijital Bağımlılık Ölçeğinin Genel ve Alt Boyutlarının Eğitim Düzeyine İlişkin Bulgular ve Yorumlar

Dijital Bağımlılık Ölçeği geneli ve alt boyutlarının Eğitim Düzeyine göre ortalamaları ve bu ortalamalar arasındaki farkın anlamlı olup olmadığının tespiti için yapılan Tek Yönlü Varyans Analiz sonuçları Tablo 14'de verilmiştir.

Tablo 14.

Eğitim Düzeyine Göre Dijital Bağımlılık Ölçeği ve Alt Boyutlarının Değişimi

Öğretmen							Yönetici				
	Eğitim Düzeyi	N	$\bar{x}$	Std. Sapma	F	p	N	$\bar{x}$	Std. Sapma	F	p
Oyun Boyutu	Lisans	403	1,92	0,97			13	2,80	1,04		
	Yüksek Lisans	103	1,69	0,86	2,56	0,08	13	2,38	1,11	0,89	0,42
	Doktora	3	1,64	0,31			6	2,17	1,03		
Sosyal Medya Boyutu	Lisans	403	2,84	0,86			13	2,63	0,72		
	Yüksek Lisans	103	3,00	0,82	1,43	0,24	13	2,68	0,75	0,51	0,61
	Doktora	3	2,81	0,39			6	2,99	0,76		
Sosyal Hayata Etki Boyutu	Lisans	403	2,01	0,95			13	1,62	0,67		
	Yüksek Lisans	103	1,93	0,90	0,84	0,43	13	1,60	0,88	0,02	0,98
	Doktora	3	2,56	1,11			6	1,67	0,51		
Dijital Bağımlılık Ölçeği	Lisans	403	2,32	0,72			13	2,49	0,57		
	Yüksek Lisans	103	2,28	0,59	0,13	0,87	13	2,34	0,43	0,25	0,78
	Doktora	3	2,31	0,12			6	2,40	0,53		

* $p < 0,05$

Tablo 14’de bakıldığında Dijital Bağımlılık Ölçeği geneli ile alt boyutlardan Sosyal Hayata Olumsuz Etkisi Boyutu, Oyun Boyutu, Sosyal Medya Boyutlarının hiçbirinde eğitim düzeyine göre anlamlı farklılık gözlenmemiştir ($p > 0,05$). Diğer bir ifade ile öğretmen ve yöneticilerin Sosyal Hayata Olumsuz Etkisi Boyutu, Oyun Boyutu, Sosyal Medya Boyutlarındaki seviyeleri birbirine yakındır.

4.7. Dijital Bağımlılık Ölçeğinin Genel ve Alt Boyutlarının Günlük İnternet Kullanım Süresine İlişkin Bulgular ve Yorumlar

Dijital Bağımlılık Ölçeği geneli ve alt boyutlarının Günlük İnternet Kullanım Süresine göre ortalamaları ve bu ortalamalar arasındaki farkın anlamlı olup olmadığının tespiti için yapılan Tek Yönlü Varyans Analiz sonuçları Tablo 15’de verilmiştir.

Tablo 15.

Günlük İnternet Kullanım Süresine Göre Dijital Bağımlılık Ölçeği ve Alt Boyutlarının Değişimi

	Günlük İnternet Kullanım Süresi	Öğretmen				Yönetici				F	p
		N	$\bar{x}$	Std. Sapma	F	p	N	$\bar{x}$	Std. Sapma		
Oyun Boyutu	0-1 saat	159	1,64	0,93	10,03	0,00*	7	2,40	0,65	0,50	0,69
	2-3 saat	177	1,79	0,90			13	2,60	1,21		
	4-5 saat	128	2,14	0,93			8	2,23	0,98		
	6 ve üzeri saat	45	2,26	1,01			4	3,00	1,48		
Sosyal Medya Boyutu	0-1 saat	159	2,32	0,87	56,85	0,00*	7	1,80	0,24	8,89	0,00*
	2-3 saat	177	2,87	0,66			13	2,87	0,55		
	4-5 saat	128	3,40	0,71			8	3,17	0,77		
	6 ve üzeri saat	45	3,33	0,61			4	2,94	0,30		
Sosyal Hayata Etki Boyutu	0-1 saat	159	1,75	0,87	8,71	0,00*	7	1,95	1,11	0,71	0,55
	2-3 saat	177	1,97	0,98			13	1,46	0,60		
	4-5 saat	128	2,27	0,96			8	1,63	0,59		
	6 ve üzeri saat	45	2,22	0,68			4	1,54	0,46		
Dijital Bağımlılık Ölçeği	0-1 saat	159	1,94	0,67	39,60	0,00*	7	2,06	0,50	1,81	0,17
	2-3 saat	177	2,27	0,60			13	2,47	0,43		
	4-5 saat	128	2,69	0,63			8	2,49	0,56		
	6 ve üzeri saat	45	2,69	0,55			4	2,67	0,39		

* $p < 0,05$

Tablo 15'e bakıldığında öğretmenlerin Dijital Bağımlılık Ölçeği geneli ile alt boyutlarından Sosyal Hayata Olumsuz Etkisi Boyutu, Oyun Boyutu, Sosyal Medya Boyutlarının hepsinde günlük internet kullanım süresine göre anlamlı düzeyde farklılık gözlenmiştir ($p < 0,05$). Farklılığın hangi gruptan kaynaklandığının tespiti için yapılan Scheffe Testi sonuçlarına göre;

- Dijital Bağımlılık Ölçeği Oyun Boyutu için; günlük internet kullanım süresine göre 6 ve üzeri saat olan öğretmenlerin oyun boyutu bağımlılık düzeyi ortalama puanı ($\bar{x}=2.26$) diğer günlük internet kullanım süresi ortalamasından ($\bar{x}=1.87$) anlamlı derecede daha yüksektir ($p < 0,05$).

- Dijital Bağımlılık Ölçeği Sosyal Medya Boyutu için; günlük internet kullanım süresine göre 4-5 saat olan öğretmenlerin Sosyal Medya Boyutu bağımlılık düzeyi ortalama puanı ($\bar{x}=3.40$), diğer günlük internet kullanım süreleri ortalama puanından ($\bar{x}=1,87$) anlamlı derecede daha yüksektir ($p < 0,05$).

- Dijital Bağımlılık Ölçeği Sosyal Hayata Olumsuz Etki Boyutu için, günlük internet kullanım süresine göre 4-5 saat olan öğretmenlerin Sosyal Medya Boyutu bağımlılık

düzeyi ortalama puanı ($\bar{x}=2.27$), diğer günlük internet kullanım süreleri ortalama puanından ($\bar{x}=1.87$) anlamlı derecede daha yüksektir ($p < 0,05$).

- Dijital Bağımlılık Ölçeği geneli için, günlük internet kullanım süresine göre 0-1 saat olan öğretmenlerin dijital bağımlılık düzeyi ortalama puanı ($\bar{x}=1.94$), diğer günlük internet kullanım süreleri ortalama puanlarından anlamlı derecede daha düşüktür ($p < 0,05$). Diğer gruplar arasında anlamlı derecede farklılık bulunmamaktadır ($p > 0,05$).

Yöneticilerin Dijital Bağımlılık Ölçeği Geneli, Sosyal Hayata Olumsuz Etki Boyutu ve Oyun Boyutunda anlamlı bir farklılık görülmemiştir. Yöneticilerin Dijital Bağımlılık Ölçeği alt boyutlarından sadece Sosyal Medya Boyutunda anlamlı bir farklılık gözlenmiştir ($p < 0,05$). Anlamlı farklılık gösteren alt boyutlarda farklılığın hangi gruptan kaynaklandığının tespiti için yapılan Scheffe Testi sonuçlarına göre; internet kullanım süresi 4-5 saat olan öğretmenlerin Sosyal Medya Boyutu bağımlılık düzeyi ortalama puanı ($\bar{x}=3.17$), diğer günlük internet kullanım süreleri ortalama puanlarından anlamlı derecede daha yüksektir ($p < 0,05$).

4.8. Dijital Medya Araçlarını Kullanım Amacına İlişkin Bulgular ve Yorumlar

Yapılan araştırmada Dijital Medya Araçlarını Kullanım Amaçlarına İlişkin Frekans ve Yüzde Dağılımları Tablo 16’da görülmektedir.

Tablo 16.

Dijital Medya Araçlarını Kullanım Amaçlarına İlişkin Frekans ve Yüzde Dağılımları

		Öğretmen		Yönetici	
Dijital Medya Araçlarını Kullanım Amacı		f	%	f	%
Oyun Oynamak	Evet	201	39,49	11	34,38
	Hayır	308	60,51	21	65,63
Ödev-Ders	Evet	375	73,67	20	62,50
	Hayır	134	26,33	12	37,50
Haber Takibi	Evet	408	80,16*	29	90,63*
	Hayır	101	19,84	3	9,38
Sosyal İletişim	Evet	422	82,91*	28	87,50*
	Hayır	87	17,09	4	12,50
Alışveriş-Banka	Evet	334	65,62	20	62,50
	Hayır	175	34,38	12	37,50
Müzik, Video, Film vb.	Evet	270	53,05	18	56,25
	Hayır	239	46,95	14	43,75
Diğer	Evet	77	15,13	4	12,50
	Hayır	432	84,87	28	87,50
Toplam		509	100,00	32	100,00

Tablo 16’a bakıldığında öğretmenlerin dijital medya araçlarını kullanım amacına göre en yüksek frekans ve yüzde değerinin haber takibi (80,16) ve sosyal iletişim (82,91) olduğu görülmüştür.

Yöneticilerin dijital medya araçlarını kullanım amacına göre en yüksek frekans ve yüzde değerinin haber takibi (90,63) ve sosyal iletişim (87,50) olduğu görülmüştür.

4.9. Sosyal Medya Hesabı Kullanım Durumuna İlişkin Bulgular ve Yorumlar

Tablo 17.

Sosyal Medya Hesabı Kullanım Durumuna İlişkin Frekans ve Yüzde Dağılımları

		Öğretmen		Yönetici	
Sosyal Medya Hesabı Kullanım Durumu		f	%	f	%
Facebook	Evet	396	77,80	22	68,80
	Hayır	113	22,20	21	31,20
Twitter	Evet	211	41,50	20	62,50
	Hayır	298	58,50	12	37,50
Linkedin	Evet	119	23,40	1	3,10
	Hayır	390	76,60	31	96,90
Foursquare	Evet	76	14,90	2	6,30
	Hayır	433	85,10	30	93,80
Instagram	Evet	338	66,30	18	56,25
	Hayır	171	33,70	14	43,75
Whatsapp	Evet	400	78,60	27	84,40
	Hayır	109	21,40	5	15,60
Diğer	Evet	140	28,00	8	25,00
	Hayır	369	82,00	24	75,00
Toplam		509	100,00	32	100,00

Tablo 17'e bakıldığında öğretmenlerin sosyal medya hesabı kullanım durumuna göre en yüksek frekans ve yüzde değerinin Facebook (77,80) ve Whatsapp (78,60) olduğu görülmüştür.

Yöneticilerin sosyal medya hesabı kullanım durumuna göre en yüksek frekans ve yüzde değerinin Whatsapp (84,40) ve Facebook (68,80) olduğu görülmüştür.

BÖLÜM V

SONUÇ VE ÖNERİLER

Araştırmanın bu bölümünde, araştırma bulgularına dayalı sonuçlar ve öneriler verilmiştir.

5.1.Sonuçlar

Araştırmada yapılan analiz ve testlerden elde edilen sonuçlar H1, H2 ve H4 hipotezlerini destekler niteliktedir. Bu bölümde bulgulara dayalı sonuçlarla beraber daha önce yapılan araştırma sonuçlarına da yer verilmiştir.

Oyun bağımlılığı, sosyal medya bağımlılığı ve sosyal hayata olumsuz etki boyutlarından oluşan 29 maddeye sahip Dijital Bağımlılık Ölçeği'ne 541 kişiden oluşan öğretmen ve yöneticilerin verdikleri yanıtlarda, katılımcıların en fazla katıldıklarını belirttikleri maddeler; “Sosyal medya hesaplarımı sıklıkla kontrol ederim.” (323 katılımcı) ve “Arkadaşlarımla sosyal medya üzerinden iletişime geçerim.” (315 katılımcı) olarak belirlenmiştir.

Oyun bağımlılığı, sosyal medya bağımlılığı ve sosyal hayata olumsuz etki boyutlarından oluşan 29 maddeye sahip Dijital Bağımlılık Ölçeği'ne 541 kişiden oluşan öğretmen ve yöneticilerin verdikleri yanıtlarda, katılımcıların en fazla katıldıklarını belirttikleri diğer maddeler de; “Telefonum yanımda olmadığında bir eksiklik hissedirim.” (282 katılımcı), “Gün içerisinde sosyal ağlarda fazla vakit geçiririm.” (264 katılımcı), “Gün içerisinde telefonumla fazla vakit geçiririm.” (244 katılımcı), “Her ay SMS ve/veya internet paketi alırım.” (197 katılımcı), “Kullandığım elektronik araçların yeni modellerinin ne zaman çıkacağını merakla beklerim.” (172 katılımcı), “Doğum günümde ailemden hediye olarak elbiseye nazaran teknolojik bir araç beklerim.” (163 katılımcı), “Oyunlarda en üst

seviyeye ulaşmak önemlidir.”(157 katılımcı), “Oyunda başarılı olmayı çok önemserim.” (146 katılımcı) olarak belirlenmiştir.

Bu maddelerin geneline bakıldığında ise, araştırma kapsamında yer alan öğretmen ve yöneticilerin doğrudan sosyal medya, dolaylı olarak internet ve mobil telefonlara bağımlı oldukları görülmüştür. Ayrıca çalışmada elde edilen demografik bulgular incelendiğinde, öğretmen ve yöneticilerin cinsiyetlerine göre dağılımları incelendiğinde 302 (%55,8) kadın ve 239 (%44,2) erkek katılımcı bulunmuştur. Katılımcıların yaşlarına göre dağılımları incelendiğinde, 20-25 yaş aralığında olan 28 (%5,2) katılımcı, 26-30 yaş aralığında olan 171 (%31,6) katılımcı, 31-35 yaş aralığında olan 92 (%17) katılımcı, 36-40 yaş aralığında olan 83 (%15,3) katılımcı, 41-45 yaş aralığında olan 78 (14,4) katılımcı ve 46 ve üstü yaşa sahip olan 89 (%16,5) katılımcı bulunmaktadır. Katılımcıların görev yaptıkları öğretim kademesine göre dağılımlarına bakıldığında, ortaokulda görev yapan 206 (%38,1) katılımcı, lisede görev yapan 335 (%61,9) katılımcı bulunmaktadır. Katılımcıların öğrenim durumuna göre dağılımları incelendiğinde, lisans mezunu 424 (%78,4) katılımcı, yüksek lisans mezunu 116 (%21,4) ve doktora mezunu 1 (%0,2) katılımcı bulunmaktadır. Katılımcıların branşa göre dağılımları incelendiğinde, meslek dersi öğretmeni olan 143 (%26,4) katılımcı, kültür dersi öğretmeni olan 366 (%67,7) katılımcı ve yönetici olarak görev yapan 32 (%5,9) katılımcı bulunmaktadır. Katılımcıların mesleki kıdeme göre dağılımları incelendiğinde, 0-5 aralığında mesleki kıdeme sahip olan 144 (%26,6) katılımcı, 6-10 aralığında mesleki kıdeme sahip olan 150 (%27,7) katılımcı, 11-15 aralığında mesleki kıdeme sahip olan 55 (%10,2) katılımcı ve 16 ve üzeri mesleki kıdeme sahip olan 192 (%35,5) katılımcı olduğu belirlenmiştir (Tablo 4).

Öğretmenlerin Dijital Bağımlılık Ölçeği geneli ve alt boyutlarından Oyun Boyutu ve Sosyal Hayata Etkisi Boyutu cinsiyete göre anlamlı düzeyde farklılık göstermektedir ($p < 0,05$). Öğretmenlerin Sosyal Medya boyutunda anlamlı bir farklılık bulunmamıştır ($p > 0,05$). Dijital Bağımlılık Ölçeği geneli, sosyal hayata etkisi boyutu, oyun boyutu için erkeklerin bağımlılık düzeyi ortalaması, kadınların bağımlılık düzeyinden daha yüksektir (Tablo 12). Yöneticilerin Dijital Bağımlılık Ölçeği Geneli, Oyun Boyutu, Sosyal Hayata Etki Boyutu ve Sosyal Medya Boyutunda cinsiyete göre anlamlı bir farklılık görülmemiştir (Tablo 12). Çukurluöz’ün 2016 yılında “Lise öğrencilerinin dijital bağımlılıklarının incelenmesi: Ankara ili Çankaya örneği” isimli yaptığı çalışmada Dijital Bağımlılık Ölçeği geneli ve alt boyutlarından Sosyal Medya Boyutu, Sosyal Hayata Olumsuz Etkisi Ve

Sosyal Medya Boyutunda cinsiyete değişkenine göre anlamlı bir fark bulmuştur. Bu çalışmadaki bulgulara benzer şekilde erkeklerin bağımlılık düzeyi ortalaması kızların bağımlılık düzeyi ortalamasından yüksektir. Bayraktar da yine (2001) yılında “İnternet Kullanımının Ergen Gelişimindeki Rolü” başlıklı araştırmasında ergenlik çağındaki erkek çocukların bağımlılık ortalamasını kız çocuklarından yüksek bulmuştur. Bayraktar (2001) aynı zamanda sosyo – ekonomik düzeyi daha yüksek olan ergen bireylerin internet bağımlılık düzeylerinin de aynı oranda yüksek bağımlılığa sahip olduklarını bulgulamıştır. akır – Balta ve Horzum (2008) web tabanlı ğretim programı uygulanan öğrencilerin internet bağımlılık düzeylerinin cinsiyet değişkenine göre anlamlı düzeyde farklılaştığını ve web tabanlı ğretim programı uygulanan erkek öğrencilerin internet bağımlılık düzeylerinin, aynı ğretim programına dâhil edilen kız öğrencilerin internet bağımlılık düzeylerinden daha yüksek düzeyde olduğunu belirtmişlerdir. Üniversite ğrencileri Arasında İnternet Bağımlılığı ve İnternet Bağımlılarının Profili” başlıklı araştırmalarında Balcı ve Gülnar (2009), Dijital Bağımlılık leği Boyutları’ndan “Günlük Hayata Olumsuz Etki Boyutu”na yönelik ölçek puanlarının cinsiyet değişkenine göre anlamlı bir farklılık göstermediğini belirtirken, “Oyun Bağımlılığı Boyutu” ile “Sosyal Medya Bağımlılığı Boyutu”na yönelik ölçek puanlarının cinsiyet değişkenine göre anlamlı düzeyde farklılaştığını belirtmişlerdir. Balcı ve Gülnar (2009); “Oyun Bağımlılığı Boyutu”nda erkek öğrencilerin kız öğrencilere göre anlamlı bir şekilde daha yüksek bağımlılığa ve “Sosyal Medya Bağımlılığı Boyutu”nda da kız öğrencilerin erkek öğrencilere göre anlamlı bir şekilde daha yüksek bağımlılığa sahip olduğunu bulgulamışlardır. Balcı ve Gülnar (2009) araştırmalarında, “Günlük Hayata Olumsuz Etki Boyutu”nda ise kız ve erkek öğrenciler arasında anlamlı bir farklılık bulunmadığını saptamışlardır. Yine yapılan başka bir araştırmada Horzum (2011), erkek ve kız ğrencilerinin bilgisayar oyunu ve internet bağımlılığı düzeylerinin cinsiyet değişkenine göre anlamlı düzeyde farklılaştığını ve erkek öğrencilerin bilgisayar oyunu ve internet bağımlılık düzeylerinin kız öğrencilerin bilgisayar oyunu ve internet bağımlılık düzeylerinin anlamlı düzeyde farklılaştığını bulgulamışlardır.

Öğretmenlerin Dijital Bağımlılık leği alt boyutlarından Oyun Boyutu ve Sosyal Medya Boyutu yaşa göre anlamlı düzeyde farklılık gösterirken, ğretmenlerin Dijital Bağımlılık leği geneli ile Dijital Bağımlılık leği Sosyal Hayata Etki Boyutu anlamlı düzeyde bir farklılık göstermemektedir. Anlamlı farklılık gösteren alt boyutlarda farklılığın hangi

gruptan kaynaklandığının tespiti için yapılan test sonuçlarına göre; Dijital Bağımlılık Ölçeği alt boyutlarından Oyun Boyutu ve Sosyal Medya Boyutu için, 26-30 yaş aralığındaki öğretmenlerin ortalamasının diğer yaş gruplarının ortalamasından daha yüksek olduğu görülmüştür (Tablo 13). Yöneticilerin Dijital Bağımlılık Ölçeği Geneli, Sosyal Hayata Olumsuz Etki Boyutu ve Sosyal Medya Boyutunda yaş değişkenine göre anlamlı bir farklılık görülmemişken, yöneticilerin Dijital Bağımlılık Ölçeği alt boyutlarından sadece oyun boyutunda anlamlı bir farklılık gözlenmiştir. Anlamlı farklılık gösteren alt boyutlarda farklılığın hangi gruptan kaynaklandığının tespiti için yapılan test sonuçlarına göre; Dijital Bağımlılık Ölçeği alt boyutlarından Oyun Boyutu için, 31-35 yaş aralığındaki öğretmenlerin ortalaması diğer yaş gruplarının ortalamasından yüksektir ve anlamlı bir farklılık olduğu gözlenmiştir (Tablo 13). Yine Çukurluöz'ün (2016) yapmış olduğu çalışmadaki bulgulara göre Dijital Bağımlılık Ölçeği geneli ve alt boyutlarının hiçbirisi değişkenine göre anlamlı düzeyde farklılık göstermemektedir.

Dijital Bağımlılık Ölçeği geneli ile alt boyutlardan hiçbirisi hem öğretmen hem de yöneticiler açısından eğitim düzeyine ilişkin anlamlı farklılık göstermemektedir (Tablo 14). Daha önce bu alanda yapılan çalışmalar lise ya da üniversite öğrencilerine yönelik olduğu için eğitim düzeyi değişkeni anne ve baba eğitim durumları açısından incelenmektedir. Arslan, Kırık, Karaman ve Yaman'ın (2015), Lise ve Üniversite öğrencilerinin dijital bağımlılık düzeylerini incelemek için yaptığı çalışmada, Sosyal Medya Bağımlılığı Boyutu ile "Günlük Hayata Olumsuz Etki Boyutu" ölçek puanlarında anne eğitim durumu değişkenine göre dijital bağımlılığın anlamlı düzeyde farklılaşmadığını bulgulamışlardır. Araştırmalarında Arslan, Kırık, Karaman ve Çetinkaya (2015), sadece "Oyun Bağımlılığı Boyutu" puanlarının anne eğitim düzeyine ilişkin anlamlı düzeyde farklılaştığını belirtmişlerdir. Bu doğrultuda da Arslan, Kırık, Karaman ve Çetinkaya (2015), hem lise öğrencilerinde hem de üniversite öğrencilerinde annenin eğitim düzeyi arttıkça oyun bağımlılığı düzeyinin de aynı oranda arttığını belirlemişlerdir. Araştırmalarında Arslan vd. (2015) ayrıca; hem lise öğrencilerinin hem de üniversite öğrencilerinin Dijital Bağımlılık Ölçeği Boyutları'ndan "Oyun Bağımlılığı Boyutu", Sosyal Medya Bağımlılığı Boyutu ile "Günlük Hayata Olumsuz Etki Boyutu" puanlarının baba eğitim durumu değişkenine göre anlamlı düzeyde farklılaşmadığını bulgulamışlardır. Dijital Bağımlılık Ölçeği geneli ile alt ölçeklerin hepsi günlük internet kullanım süresine göre anlamlı düzeyde farklılık göstermektedir. Farklılığın hangi gruptan kaynaklandığının

tespiti için yapılan test sonuçlarına göre; Dijital Bağımlılık Ölçeği Oyun Boyutu için; günlük internet kullanım süresine göre 6 ve üzeri saat olan öğretmenlerin oyun boyutu bağımlılık düzeyi ortalama puanı diğer günlük internet kullanım süresi ortalamasından anlamlı derecede daha yüksektir. Dijital Bağımlılık Ölçeği Sosyal Medya Boyutu için; günlük internet kullanım süresine göre 4-5 saat olan öğretmenlerin Sosyal Medya Boyutu bağımlılık düzeyi ortalama puanı, diğer günlük internet kullanım süreleri ortalama puanından ($\bar{x}=1,87$) anlamlı derecede daha yüksektir. Sosyal Hayata Olumsuz Etki Boyutu için, günlük internet kullanım süresine göre 4-5 saat olan öğretmenlerin Sosyal Medya Boyutu bağımlılık düzeyi ortalama puanı, diğer günlük internet kullanım süreleri ortalama puanından anlamlı derecede daha yüksektir (Tablo 15). Yöneticilerin Dijital Bağımlılık Ölçeği Geneli, Sosyal Hayata Olumsuz Etki Boyutu ve Oyun Boyutunda anlamlı bir farklılık görülmemiştir. Yöneticilerin Dijital Bağımlılık Ölçeği alt boyutlarından sadece Sosyal Medya Boyutunda anlamlı bir farklılık gözlenmiştir. Anlamlı farklılık gösteren alt boyutlarda farklılığın hangi gruptan kaynaklandığının tespiti için yapılan test sonuçlarına göre; internet kullanım süresi 4-5 saat olan öğretmenlerin Sosyal Medya Boyutu bağımlılık düzeyi ortalama puanı ($\bar{x}=3.17$), diğer günlük internet kullanım süreleri ortalama puanlarından anlamlı derecede daha yüksektir (Tablo 15). Aynı şekilde Horzum vd. (2008) de yaptıkları çalışmada internete 8 saatten fazla bağlanan katılımcıların puanlarının 8 saatten az bağlanan katılımcılara oranla yüksek olduğunu bu sebeple anlamlı bir farklılığın bulunduğunu belirtmişlerdir (2008).

Öğretmenlerin ve yöneticilerin dijital medya araçlarını kullanım amacına göre en yüksek frekans ve yüzde değerinin haber takibi ve sosyal iletişim olduğu görülmüştür (Tablo 16).

Aydın (2017) yapmış olduğu çalışmada katılımcıların internet sitesi türüne göre sırasıyla arama motorları, film dizi, alışveriş, müzik ve video vb. amacıyla kullandıkları görülmüştür.

Öğretmen ve yöneticilerin sosyal medya hesabı kullanım durumuna göre en yüksek frekans ve yüzde ve frekans değerinin Facebook ve Whatsapp olduğu görülmüştür (Tablo 17).

Aydın (2017) yapmış olduğu çalışmada en çok kullanılan sosyal ağ sitelerinin sırasıyla Youtube, Instagram ve Facebook olduğu belirtilmiştir. Yine We Are Social ve Hootsuite'in yapmış olduğu "2019 Global Digital" çalışma raporuna göre Türkiye'de 52 milyon sosyal medya kullanıcısı var 44 milyonu mobil cihazlarla sosyal medyaya bağlanıyor. En aktif sosyal medya platformları Youtube, Instagram ve Facebook olduğu görülmüştür. Geçen

yıla göre Instagram'ın Facebook'u geçtiğini görülmüştür (We Are Social and Hootsuite, <https://wearesocial.com>, 2019).

Öğretmen ve yöneticilerin sosyo-ekonomik düzeylerinin çok değişmeyeceği göz önünde bulundurularak anket sorularında yer verilmemiştir. Bu değişken açısından da önceki yıllarda yapılan araştırma sonuçlarına göz atınca, Balcı ve Gülnar (2009) yapmış olduğu çalışmada Dijital Bağımlılık Ölçeği Boyutları'ndan "Oyun Bağımlılığı Boyutu", Sosyal Medya Bağımlılığı Boyutu" ve "Günlük Hayata Olumsuz Etki Boyutu" puanlarının sınıf, ikamet şekli, sosyo – ekonomik düzey ve aylık harcama miktarı değişkenlerine göre anlamlı düzeyde farklılaşmadığını belirlemişlerdir. Horzum (2011) araştırmasında ilköğretim öğrencilerinin sosyo-ekonomik değişkenine göre bilgisayar oyun bağımlılığı ve internet bağımlılığının anlamlı derecede değişmediğini gözlemlemişlerdir. Bayraktar (2001) "İnternet Kullanımının Ergen Gelişimindeki Rolü" başlıklı çalışmada, ergenlik döneminde görülen internet bağımlılık düzeyinin cinsiyet ve sosyo – ekonomik düzey değişkenine göre anlamlı düzeyde farklılaştığını belirlemiştir. Bayraktar'ın (2001) yapmış olduğu çalışmada sosyo – ekonomik düzeyi daha yüksek olan ergen bireylerin internet bağımlılık düzeylerinin de aynı oranda yüksek bağımlılığa sahip olduklarını bulgulamıştır.

5.2. Öneriler

Araştırmanın bu bölümünde, araştırma bulgularına göre uzmanlar, bu konu ile ilgili daha sonra araştırma ve çalışma yapacak araştırmacılar ve uygulayıcılara yönelik şu önerilerde bulunulabilir:

Dijital bağımlılık konusu araştırmacılar tarafından daha çok ele alınmalı ve daha kapsamlı ve çok sayıda katılımcılarla beraber araştırma çalışmaları ve ölçümleme çalışmaları yapılmalıdır. Ayrıca psikoloji, sosyoloji, psikiyatri, eğitim ve ölçme değerlendirme uzmanı gibi çok farklı disiplinlerden uzmanların katılımı sağlanmalı ve teşvik edilmelidir.

Dijital araç ve uygulamalar konusunda toplumun tüm kesimleri uzmanlar tarafından bilinçlendirmeli ve sürekli göz önünde olması için afiş hazırlanıp broşür dağıtılabilir.

Dijital araç ve uygulamaların sadece boş vakit, oyun ve eğlence aracı olmadığı bilgi edinme ve sınırsız her türlü yararlı ve öğretici programların öğrenilip kullanılabileceği konusunda toplum bilinçlendirilebilir.

Dijital bağımlılık konusu eğitim programlarında yer almalı, bu konuda uzmanlaşmak isteyen öğretmenlere uzun dönemli planlama yapılarak eğitim verilmeli ve başarılı olanlara

sertifika verilerek diğere öğretmenlerin, yöneticilerin, velilerin, öğrencilerin bilgilendirebilmesi sağlanabilir.

Her yıl dijital bağımlılık seviyesini ölçmek amacıyla uzmanlar tarafından kurum genelinde anket düzenlenmeli ve dijital bağımlılık konusunda sınırda olanlara uyarı yapılmalı veya uzmanlar tarafından bilgilendirilebilir. Bağımlılık seviyesi yüksek çıkan bireylere psikolog ya da psikiyatrist desteği verilebilir.

KAYNAKLAR

- Adıgüzel, O., Batur, Z. & Ekşili, N. (2014). Kuşakların değişen yüzü ve y kuşağı ile ortaya çıkan yeni çalışma tarzı: mobil yakalılar, *Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 19, 165-182.
- Akyazı, E. & Tutgun-Ünal, A. (2013). İletişim fakültesi öğrencilerinin amaç, benimseme, yalnızlık düzeyi ilişkisi bağlamında sosyal ağları kullanımı. *Global Media Journal TR*, 3(6), 1-24.
- Akyeşilmen, Y. (2018). *Disiplinlerarası bir yaklaşımla: Siber politika & siber güvenlik*, Ankara: Orion
- Alberta (2012). Digital citizenship policy development guide. Boulevard: Alberta education, <https://education.alberta.ca/media/3227621/digital-citizenship-policy-development-guide.pdf> sayfasından erişilmiştir.
- Ardıç, E., Altun, A. (2017). Dijital çağın öğreneni, *Abant İzzet Baysal Üniversitesi Eğitim Fakültesi Uluslararası Sosyal Bilgilerde Yeni Yaklaşımlar Dergisi*, 1(19), 12-30.
- Argan, M. ve Tokay-Argan, M. (2018). Fomsumerism: A Theoretical Framework. *International Journal of Marketing Studies*, 10(2), 109-117.
- Argan, M., Argan, M. T. ve Gamze, İ. (2018). Keşke OLSaydım! Bir Fomo Tüketicinin (fomsumer) Anatomisi. *İnternet Uygulamaları ve Yönetimi Dergisi*, 9(1), 43-57.
- Arslan, A. (2015). *Eğitim ve öğretimde sosyal medyanın kullanımı*. Konya: Çizgi.
- Arslan, A., Kırık, A. M., Karaman, M. & Çetinkaya, A. (2015). Lise ve üniversite öğrencilerinde dijital bağımlılık, *UHİVE: Uluslararası Hakemli İletişim ve Edebiyat Araştırmaları Dergisi*, 8, 34 – 58.
- Aşıcı, M. (2009). Kişisel ve sosyal bir değer olarak okuryazarlık. *Değerler Eğitimi Dergisi*, 7(17). 9-26.
- Avşar, Z. (2014) Medya okuryazarlığı, *İletişim & Diplomasi Akademik Hakemli Dergi*, 2, Başbakanlık Basın ve Enformasyon Genel Müdürlüğü.

- Aydın, F. (2017). *Teknoloji bağımlılığının sınıf ortamında yarattığı sorunlara ilişkin öğrenci görüşleri*, Yüksek Lisans Tezi, Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Bilgisayar ve Öğretim Teknolojisi Anabilim Dalı, Ankara.
- Aydiner, S. (2017). *Ortaokul kademesindeki öğrencilerin bilgisayar bağımlılıkları ile benlik saygıları arasındaki ilişkinin incelenmesi*, Yüksek Lisans Tezi. İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Aydoğdu-Karaaslan, İ. A. & Budak, L. (2012). Üniversite öğrencilerinin cep telefonu özelliklerini kullanımlarını ve gündelik iletişimlerine etkisinin araştırılması, *Journal of Yasar University*, 26 (9), 4548 – 4571.
- Balcı, Ş. & Koçak, M. C. (2017). *Sosyal medya kullanımı ile yaşam doyumu arasındaki ilişki: üniversite öğrencileri üzerinde bir araştırma*. Uluslararası İletişimde Yeni Yönelimler Konferansı Konferansı'nda sunulmuş bildiri, 34-45.
- Balta, Ç. Ö. & Horzum, M. B. (2008). The factors that affect internet addiction of students in a web basal learning environment, *Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Fakültesi Dergisi*, 41(1), 187 – 205.
- Bandura, A. (1996). Multifaceted impact of self-efficacy beliefson academic on functioning. *Child Development*, 67(3), 1206-1222.
- Banko, M. ve Babaoğlu, A. R. (2014). *Gezi parkı sürecine dijital vatandaşın etkisi*. <http://www.geziparkikitabi.com/> sayfasından erişilmiştir.
- Basalla, G. (2013). *Teknolojinin evrimi*. (C. Soydemir, Çev.). Ankara: Doğu Batı Yayınları
- Başköy, N. (2013). *Ortaöğretim öğrencilerinin internet bağımlılık, siber zorbalık ve bilgisayara karşı tutumlarının farklı değişkenler açısından incelenmesi*. Yüksek Lisans Tezi, Ahi Evran Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kırşehir.
- Bauman, Z. (2012). *Akışkan aşk: İnsan ilişkilerinin kırılganlığına dair* (I. Ergüden, Çev.). İstanbul: Versus.
- Baykul, Y., & Güzeller, C. O. (2014). *Sosyal bilimler için istatistik: SPSS uygulamalı* Ankara: Pegem
- Bayzan, Ş. (2011). *Dünyada internetin güvenli kullanımına yönelik uygulama örnekleri ve Türkiye için öneriler*. Ankara: Bilgi ve İletişim Teknolojileri Kurumu.
- Beniger, R. James (1989). *The Control Revolution*, Chicago: Harvard University Press
- Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi The Journal of International Social Research*, 9 (45).

- Benjamin, W. (1993). *Son bakışta Aşk Walter Benjamin'den seçme yazılar* (N. Gürbilek, Çev.). İstanbul: Metis
- Bernal, J. D. (2009). Tarihte Bilim (5. Cilt). İstanbul: Evrensel.
- Bilecik Rehberlik ve Araştırma Merkezi Müdürlüğü, (2018). *Bağımlılık Nedir ve Nelere Bağlı Olunur?*, 1-11, http://bilecikram.meb.k12.tr/meb_iys_dosyalar/11/01/130586/dosyalar/2018_03/05105559_BaYmlYlYk_Nedir_ve_Nelere_baYmlY_Olunur.pdf sayfasından erişilmiştir.
- Bilgiç, H. G., Duman, D., & Seferoğlu, S. S. (2011, Şubat). *Dijital yerlilerin özellikleri ve çevrim içi ortamların tasarlanmasındaki etkileri*. Akademik Bilişim'11 - XIII. Akademik Bilişim Konferansı'nda sunulmuş bildiri, İnönü Üniversitesi, Malatya.
- Bilgin, H. C. (2015). *Ortaokul öğrencilerinin bilgisayar oyun bağımlılık düzeyleri ile iletişim becerileri arasındaki ilişki*. Yüksek Lisans Tezi, Pamukkale Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Denizli.
- Binark, F. M., & M. Canan (Eds). (2013). *Dijital iletişim ve yeni medya*. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi.
- Blum K, Cull J. G., Comings E. D. (1996). Biogenetics of reward deficiency syndrome. *Sci Am* 84, 132-145.
- Büyüköztürk, Ş., Çakmak, E.K., Akgün, Ö.E, Karadeniz, Ş., & Demirel, F. (2012). *Bilimsel araştırma yöntemleri*. Ankara: Pegem
- Caplan, S. E. (2002). Problematic internet use and psychosocial wellbeing: Development of a theory-based cognitive-behavioral measurement instrument. *Computer in Human Behavior*, 18, 553-575.
- Cao, F. & Su, L. (2007). Internet addiction among chinese adolescents: prevalence and psychological features. *Child: Care, Health and Development Journal*, 3(33), 275 – 281.
- Clausing, Sherry L. & Kurts, Doris L. & Prendeville, J. & Walt, Janet L. (2003). Generational Diversity, *The Nexters*. *AORN Journal*, 78 (3), 373-379. [http://dx.doi.org/10.1016/S0001-2092\(06\)60749-7](http://dx.doi.org/10.1016/S0001-2092(06)60749-7).
- Crumpacker M. & Crumpacker J. M. (2007). Succession planning and generational stereotypes: should hr consider age-based values and attitudes a relevant factor or a passing fad?, *Public Personnel Management*, 36 (4), 349-369.

- Cüceloğlu, D. (1993). *İnsan ve davranışı*. İstanbul: Remzi.
- Çakır , Balta, Ö. & Horzum, M. B. (2008). Web tabanlı öğretim ortamındaki öğrencilerin internet bağımlılığını etkileyen faktörler, *Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Fakültesi Dergisi*, 41 (1), 187 – 205.
- Çalışır, G. (2015). Kişilerarası iletişimde kullanılan bir araç olarak sosyal medya: Gümüşhane üniversitesi iletişim fakültesi öğrencilerine yönelik bir çalışma, *NWSA-Humanities E-Journal of New World Sciences Academy*, 10 (3), 115-144. <http://dx.doi.org/10.12739>
- Çam, E. (2012). *Öğretmen adaylarının eğitsel ve genel amaçlı facebook kullanımları ve facebook bağımlılıkları: SAÜ Eğitim Fakültesi örneği*. Yüksek Lisans Tezi, Sakarya Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Sakarya.
- Çambay, S. O. (2015). Bir toplumsallaşma aracı olarak yeni medya: Kuramsal bir değerlendirme, *Karabük Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 5(2), 237-247.
- Çavuşoğlu, F. (2009). *Sağlık yüksekokulu öğrencilerinin madde kullanımına etki eden etmenler ve aileden aldıkları sosyal desteğin etkisi*. Yüksek Lisans Tezi, Ondokuz Mayıs Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü, Samsun.
- Çelik, E. (2018). *Öğretmenlerin internet, sosyal medya bağımlılıkları ile evlilikte uyum ve aile işlevleri arasındaki ilişki*, Yüksek Lisans Tezi. İstanbul Sabahattin Zaim Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Çetin, M. & Özgiden, H. (2013). Dijital kültür sürecinde dijital yerliler ve dijital göçmenlerin twitter kullanım davranışları üzerine bir araştırma, *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi (E – GİFDER)*, 2(1), 172– 189.
- Çubukçu, A. & Bayzan, Ş. (2013). Türkiye’de dijital vatandaşlık algısı ve bu algıyı internetin bilinçli, güvenli ve etkin kullanımı ile artırma yöntemleri, *Middle Eastern & African Journal of Educational Research*, 5, 148 – 174.
- Çukurluöz, Ö. (2016). *Lise öğrencilerinin dijital bağımlılıklarının incelenmesi: Ankara ili Çankaya örneği*, Gazi Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi. Ankara.
- Demirkaya, H. & Akdemir, A. & Karaman, E. & Atan, Ö. (2015). Kuşakların yönetim politikası beklentilerinin araştırılması. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 7(1), 186-204.

- Dilci, T., Arslan, A., Ersoy, M. (2019), 0-12 yaş aralığındaki çocukların dijital bağımlılık düzeylerinin çeşitli değişkenlere göre belirlenmesi, *Tarih Okulu Dergisi*, 12, 122-142.
- Dinç, M. (2015). Teknoloji bağımlılığı ve gençlik, *Gençlik Araştırmaları Dergisi* 3 (3), 31-65.
- Enez Darçın, A. (2014). *Bağımlılık*, Kanuni Sultan Süleyman Eğitim ve Araştırma Hastanesi, <http://www.istanbulsaglik.gov.tr/w/sb/per/belge/bagimlilik.pdf> sayfasından erişilmiştir.
- Erdem H., & Türen U., & Kalkın G. (2017). Mobil telefon yoksunluğu korkusu (Nomofobi) yayılımı: Türkiye’den üniversite öğrencileri ve kamu çalışanları örnekleme, *Bilişim Teknoloji Dergisi*, 10(1), 1–12.
- Ertem, F. (2006). *Cep telefonu kullanımının insan ilişkilerine etkisi*, Yüksek Lisans Tezi, Haliç Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Ertemel, A. V. & Aydın, G. (2018). Dijital ekonomide teknoloji bağımlılığı ve çözüm önerileri, *Addicta: The Turkish Journal on Addictions* 5, 665–690.
- Eryılmaz, S. & Uluyol, Ç. & Demiralay R. & Şahin, S. (2014). Öğretmen adaylarının oyun tercihleri ve bilgisayar oyunu oynama alışkanlıklarının incelenmesi: Gazi Üniversitesi örneği, *Journal of Instructional Technologies & Teacher Education*, 3(2), 1-7.
- Eyal, N. (2014). *Hooked: How to build habit-forming products*. Penguin.
- Gençer, S. L. (2011). *Ortaöğretim öğrencilerinin internet bağımlılık durumlarının internet kullanım profilleri ve demografik özelliklere göre farklılıklarının incelenmesi*, Yüksek Lisans Tezi. Süleyman Demirel Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Isparta.
- Ghassemzadeh, L. M. A., Shahraray, M. & Moradi, A. (2008). Prevalence of internet addiction and comparison of internet addicts and non– addicts in Iranian high schools, *Cyberpsychology & Behavior*, 11(6), 731 – 733.
- Gök, A. & Turan, S. & Oyman, N. (2011). Okul öncesi öğretmenlerinin bilişim teknolojilerini kullanma durumlarına ilişkin görüşleri. *Pegem Eğitim ve Öğretim Dergisi*, 1(3), 60-66.
- Griffiths, M. D. (1999). Internet addiction: fact or fiction?. *The Psychologist*, 12(5), 246 – 250.

- Griffiths, M. (1997). Glued to the screen: An investigation into the effects of information addiction worldwide. <http://about.reuters.com/rbb/research/addictframe.html> sayfasından erişilmiştir.
- Griffiths, M., (2010). Online video gaming: what should educational psychologists know?.. *Educational Psychology in Practice*, 26 (1), 35-40.
- Gülnar, B. & Balcı, Ő. (2009). Üniversite  ğrencileri arasında internet bağımlılığı ve internet bağımlılarının profili. *Selçuk İletişim Dergisi*, 6(1), 5 – 22.
- Gülnar, B. & Balcı, Ő. (2011). *Yeni medya ve k lt rleŐen toplum*, Konya: Literatürk.
- Gümüşoğlu, Ő. (2018). Bilişim YaklaŐımlarla Değişim, Dönüşüm ve Kalite 4.0, *Dokuz Eylül Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 33 (2), 543– 568.
- Günüç, S. & Kayrı, M. (2010). Türkiye’de internet bağımlılık profili ve internet bağımlılık  l ğinin geliştirilmesi: geçerlik güvenirlik  alıŐması, *Hacettepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 39, 220 – 232.
- Günüç, S. (2009). *İnternet bağımlılık  l ğinin geliştirilmesi ve bazı demografik değişkenler ile internet bağımlılığı arasındaki ilişkilerin incelenmesi*. Yüksek Lisans Tezi, Yüzüncü Yıl Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Van.
- Gürcan, A.,  zhan, S. & Uslu, R. (2008). *Dijital oyunlar ve çocuklar üzerindeki etkileri*, Ankara: T.C. Başbakanlık Aile ve Sosyal Araştırmalar Genel Müdürlüğü.
- Güvenen, O. (2008). *Küreselleşme sürecinde bilgi teknolojileri ve bilgi sistemleri stratejileri*. İstanbul: DPT.
- Hacıfendioğlu, Ő. (2010). Sosyal paylaşım sitelerinde  ye bağlılığı üzerine bir araştırma, *Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 20, 56 – 71.
- Hardt, Michael ve Antonio N (2003b). *Dionysos ’un Emeği Devlet Biçiminin bir EleŐtirisi*, (E. BaŐer,  ev.), İstanbul: İletişim Yayınları.
- Hato, B. (2013). *(Compulsive) mobile phone checking behavior out of a fear of missing out: Development, psychometric properties and test-retest reliability of a C-FoMo-Scale’*, ANR: 610304. Master's Thesis, Humanities Tilburg University, Tilburg.
- Hazar, M. (2011). Sosyal medya bağımlılığı: Bir alan  alıŐması. *İletişim, Kuram ve Araştırma Dergisi*, 32, 151-175.
- Hazar Z. (2016). *Fiziksel hareketlilik içeren oyunların 11-14 yaş grubu ortaokul  ğrencilerinin dijital oyun bağımlılığına etkisi*, Doktora Tezi, Gazi Üniversitesi

- Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Beden Eğitimi Ve Spor Öğretmenliği Anabilim Dalı, Ankara.
- Henderson, E. C., (2001). *Understanding addiction*, University Pres Of Mississippi, (ss. 4-153).
- Horzum, M. B. (2011). İlköğretim öğrencilerinin bilgisayar oyunu bağımlılık düzeylerinin çeşitli değişkenlere göre incelenmesi, *Eğitim ve Bilim Dergisi*, 36 (159), 56 – 68.
- Horzum, M. B., Ayas, T. & Çakır, Ö. B. (2008). Çocuklar için bilgisayar oyun bağımlılığı, *Türk Psikolojik Danışma ve Rehberlik Dergisi*, 30, 76 – 88.
- İçen, B. (2018). *İlköğretim birinci kademe öğrencilerin sanal oyun bağımlılık düzeylerinin belirlenmesi*. Yüksek Lisans Tezi, Okan Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.
- İlhan, V. (2006). Gündelik hayatta e- yaşam: ihtiyaç- arzu çelişkisi çerçevesinde iletişim teknolojileri bağımlılığı. *İletişim Fakültesi Dergisi*, Erciyes Üniversitesi.
- 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.
- İspir, B. (2013). Yeni İletişim Teknolojilerinin Gelişimi. Öztürk, M. C. (Ed.), *Dijital Medya içinde* (s. 2-25), Eskişehir: Anadolu Üniversitesi.
- İzmirlioğlu, K. (2008). *Konumlandırma kuşak analizi yardımıyla tüketici algılarının tespiti: türk otomotiv sektöründe bir uygulama*, Yüksek Lisans Tezi, Muğla Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Muğla.
- Jans, K. S., Hwang, S. Y. & Choi, J. Y. (2008). Internet addiction and psychaitric symptoms among Korean adolescents, *Journal of School Health*, 78(3), 165 – 171.
- Karabulut, B. (2015). Bilgi toplumu çağında dijital yerliler, göçmenler ve melezler, *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 21, 11-23.
- Kaya, A., & Kaya, B. (2014). Teacher candidates' perceptions of digital citizenship Öğretmen adaylarının dijital vatandaşlık algısı. *Journal of Human Sciences*, 11 (2), 346-361.
- Keleş, H. N. (2011). Y Kuşağı Çalışanların Motivasyon Profillerinin Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma. *Organizasyon ve Yönetim Bilimleri Dergisi*, 3(2).
- Kelleci, M. (2008). İnternet, cep telefonu, bilgisayar oyunlarının çocuk ve gençlerin ruh sağlığına etkileri, *TAF Preventive Medicine Bulletin*, 7(3), 253–256.

- Kırık, A. M., (2013). Gelişen Web Teknolojileri ve Sosyal Medya Bağımlılığı, *Sosyallaşan Birey Sosyal Medya Araştırmaları – I “Sosyalleşen Birey”*. Büyükaslan, A. & Kırık, A. M. (Editörler), Konya.
- King, A. L. S., Valena, A. M., Silva, A. C., Sancassiani, F., Machado, S. ve Nardi, A. E. (2014). Nomophobia: Impact of Cell Phone Use Interfering with Symptoms and Emotions of Individuals with Panic Disorder Compared with A Control Group, *Clinical Practice ve Epidemiology in Mental Health*, 10, 28-35.
- Koç, M. & Karabatak, M. (2011, Eylül). *Sosyal Ağların Öğrenciler Üzerindeki Etkisinin Veri Madenciliğı Kullanılarak İncelenmesi*. 5th International Computer & Instructional Technologies Symposium, Fırat University, Elazığ.
- Koç, P. (2017). *Ana akım medyanın internet haber sitelerinde çevrimiçi oyunlara yönelik bağımlılık temsili*. Yüksek Lisans Tezi. Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara
- Koçak, D. Y., Hotun – Şahin, N. ve Büyükkayacı – Duman, N. (2015). *Alkol ve sigara bağımlılığı, kadın sağığına etkileri ve hemşirelik girişimleri*, *Literatür Sempozyum Psikiyatri / Nöroloji / Davranış Bilimleri Dergisi*, 1(5), Ocak – Şubat – Mart Dönemi, 43 – 47.
- Konçak, A. (2016). *Teknolojik bağımlılık ve büyüme ilişkisi: Mekânsal dışsallıkların ampirik analizi*, Yüksek Lisans Tezi, Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Denizli.
- Köklü, N., Büyüköztürk, Ş. ve Bökeoğlu, Ç. Ö. (2007). *Sosyal bilimler için istatistik*. Ankara: Pegem
- Köknel, Ö. (1998). *Bağımlılık: Alkol ve Madde Bağımlılığı*. İstanbul: Altın Kitaplar.
- Köksal, B. (2015). *Ortaöğretim kurumlarında okuyan öğrencilerde dijital oyun bağımlılık düzeyleri, internet bağımlılık düzeyleri ile bağlanma stilleri arasındaki ilişkinin incelenmesi*, Yüksek Lisans Tezi, Üsküdar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Köksal, Y. (2015). *İnternet bağımlılığı ile internetten alışveriş ilişkisi üzerine bir incelenme; üniversite öğrencileri uygulaması*, *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 12, 117 – 130.

- Köroğlu, O. & Tutgun Ünal, A. (2013). Öğretmen adaylarının sosyal ağları benimseme düzeyleri ile yalnızlık düzeyleri arasındaki ilişki. Yeni Medya Kongresi, Kocaeli.
- Köroğlu, G., Öztürk, Ö., Tellioglu, N., Genç, Y., Mırsal, H. & Beyazyürek, M. (2006). Problemlerli internet kullanımıyla başvuran iki uçlu bir hasta nedeniyle psikiyatrik ek tanı tartışması: Olgu sunumu, *Bağımlılık Dergisi*, 7, 150 – 154.
- Kupperschmidt, B., R. (2000). Multigeneration employees: Strategies for effective management. *Health Care Manager*, 19 (1), 65-76.
- Kurudayıoğlu, M. Tüzel, S. (2010). 21. yüzyıl okuryazarlık türleri, değişen metin algısı ve türkçe eğitimi, *Tübar*, 28, 283-298.
- Kuss, D.J. & Griffiths, M.D. (2011). Online social networking and addiction: A literatüre review of empirical research, *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 8, 3528-3552.
- Kuyucu, M. (2017) Y kuşağının iletişim teknolojilerini kullanım alışkanlıkları, *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, 5(2), 845-872.
- Küçükvardar, M. & Tıngöy Ö. (2018). Teknoloji Bağımlılığının Semptomlar Temelinde İncelenmesi, *Online Academic Journal of Information Technology*, 9(35), 112-123 <http://dx.doi.org/10.5824/1309-1581.2018.5.008.x>
- Lam, L. T., Peng, Z. & Mai, J. (2009). The association between internet addiction and self – injurious behaviour among adolescents, *Injury Prevention*, 15, 403 – 408.
- Lehto, Y. X.; Jang, S.; Francis, A. ve O’Leary, J. (2006), Exploring tourism experience sought: a cohort comparison of baby boomers and the silent generation, *Journal of Vacation Marketing*. 14(3), 237-252. <http://dx.doi.org/10.1.1.1027.7985>.
- Lower, J. (2008). Brace yourself here comes generation y, *Critical Care Nurse Journal*, 28(5), 80-85.
- Madden, M. & Zickuhr, K. (2011). 65% of online adults use social networking sites, outv-outcomes and implications. *CyberPsychology and Behavior*, 10(5), 671-679.
- Makas, Y. (2008). *Lise öğrenimi gören gençlerin internet kullanımının psikososyal durum ile ilişkisi*, Yüksek Lisans Tezi, Beykent Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı, İstanbul

- McIlwraith, R., Jacobvitz, R. S., Kubey, R., & Alexander, A. (1991). Television addiction: Theories and data behind the ubiquitous metaphor. *American Behavioral Scientist*, 35(2), 104-121.
- McLuhan, M. (2001). *Global Köy* (B. Öcal Düzgören, Çev.). İstanbul: Scala Yayıncılık.
- Mitchell, Bob. (2014). *Understanding and Managing Different Generations*, Valueoptions, http://www.valueoptions.com/spotlight_YIW/pdfs/articles/Understanding_and_Managing_Different_Generations.pdf sayfasından erişilmiştir.
- Morgan, G. A., Leech, N. L., Gloeckner, G. W., & Barrett, K. C. (2004). *SPSS for introductory statistics: Use and interpretation*. Psychology Press.
- Nalçaoğlu, H. (2003). Medya ve toplum. S. Alankuş (Ed.), *Medya ve toplum ilişkisini anlamak üzere bir çerçeve* (s. 43-57). İstanbul: İletişim Vakfı.
- Odabaşıoğlu, G., Öztürk, Ö., Genç, Y. & Pektaş, Ö. (2007). On olguluk bir seri ile internet bağımlılığı klinik görünüşleri, *Bağımlılık Dergisi*, 8(1), 46 – 51.
- Oral, A. H. (2018). *İlkokul 4. sınıf öğrencilerinin dijital oyun bağımlılıklarının çeşitli değişkenler açısından incelenmesi*. Yüksek Lisans Tezi. Aydın Adnan Menderes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Aydın.
- Özgül, E. G. (2015). Yanılsamalar labirentinde bir yanılsama olarak özne, Ö. Oğuzhan (Ed.), *iletişimde sosyal medya sosyal medyada iletişim içinde* (s. 83-109). Sakarya: Sakarya Üniversitesi Sosyal Medya Araştırmaları Platformu
- Özkan, G. (2017). *Küresel eğilimler doğrultusunda işin geleceği: y kuşağının beklentileri ve kamu istihdam kurumlarının rolü*, Uzmanlık Tezi, Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığı Türkiye İş Kurumu Genel Müdürlüğü, Ankara.
- Özmen, Ş. (2012). *E – Ticaret ağ ekonomisinde yeni ticaret yolu*. İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi.
- Öztürk, U., C. (2015). Bağlantıda kalmak ya da kalmamak işte tüm korku bu: İnternetsiz kalma korkusu ve örgütsel yansımaları. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 8(37), 628-639
http://www.academia.edu/12078919/_Netlessfobia_Ba%C4%9Flant%C4%B1da_Kalmak_Ya_Da_Kalmamak_%C4%B0%C5%9Fte_T%C3%BCm_Korku_Bu_%C4%B0nternetsiz_Kalma_Korkusu_Ve_%C3%96rg%C3%BCtsel_Yans%C4%B1malarm%C4%B1 sayfasından erişilmiştir.

- Palfrey, J., & Gasser, U. (2008). Born digital, understanding the first generation of digital natives. *Interface: The Journal of Education, Community and Values*, 8, 256-260.
- Park, S. (2012). Dimensions of digital media literacy and the relationship to social exclusion. *Media International Australia*, 142 (1), 87-100.
- Park, S. K., Kim, J. Y. & Cho, C. B. (2008). Prevalence of internet addiction and correlations with family factors among south korean adolescents, *Adolescence*, 4(172), 895 – 909.
- Pratarelli, M., Browne, B. & Johnson, K. (1999). The vits and bytes of computer / internet addiction: a factor analytic approach, *Behavior Research Methods, Instruments, and Computers*, 31, 305 – 314.
- Prensky, M. (2001a), Digital natives, digital immigrants. *On The Horizon*. 9 (5), 1-6.
- Przybylski A. K., Murayama K. & Dehaan, C. R. (2013). Motiva-tional, emotional, and behavioral correlates of Fear of Missing Out, *Comput Human Behav*, 29(4), 1841-1848.
- Ribble, M. & Bailey, G. (2007). *Digital citizenship in schools. international society for technology in education*. 1st Edition. Eugene, USA.
- Semiz, Ö. (2015). Teknolojik gelişmeler, bilgiye erişim ve telif hakları: Fırsatlar ve tereddütler, *Ankara Barosu Fikri Mülkiyet ve Rekabet Hukuku Dergisi (FMR)*, 1, 63 – 70.
- Senbir, H. (2004). *Z “Son insan” mı? Z kuşağı ve sonrasına dair düşünceler*. İstanbul: Okuyan Us.
- Sevgi, L. (2013). Teknoloji, toplum ve sağlık: cep telefonları ve elektromanyetik kirlilik tartışmaları, http://www.emo.org.tr/ekler/e73a9a0d37efb96_ek.pdf sayfasından erişilmiştir.
- Shaffer, H. J., Hall, M. N., & Bilt, J. V. (2000). Computer addiction: A critical consideration. *American Journal of Orthopsychiatry*, 70(2), 162-168.
- Shields, M. K., & Behrman, R., E. (2000), Children and computer technology: Analysis and recommendations. *The Future of Children*, 10(2), 4–30.
- Siyez, D. M. & U. Baş, A. (2013). İnternet bağımlılığı ve psikososyal faktörler. M. Kalkan & C. Kaygusuz (Eds.), *İnternet Bağımlılığı Sorunlar içinde* (s. 115-150). Ankara: Anı Yayıncılık.

- Solmaz, T., & Çimen, Ü., & Yüksel H. (2017). Dijital Çağda Medya Okuryazarlığının Önemi, *Tarih Okulu Dergisi*, 10(32), 955-971.
- Soule, L. C., Shell, L. W. & Kleen, B. A. (2003). Exploring internet addiction: Demographic characteristics and stereotypes of heavy internet addiction, *The Journal of Computer Information Systems*, 44(1), 64 – 73.
- Stone, B. (2009). Breakfast can wait: The day's first stop is online. New York Times.
- Sütçü, C. (2012). *Sosyal medyaya girmeden önce bilinmesi gerekenler – Yeni medya ve...*, İstanbul: Anahtar.
- Şahin, C. & Tuğrul, V. M. (2012). İlköğretim öğrencilerinin bilgisayar oyunu bağımlılık düzeylerinin incelenmesi, *Journal of World of Turks*, 4(3), 115 – 130.
- Şahin, F. (2007). İnternet ve çocuk istismarı, *Sosyal Pediatri Günleri – Basın Yayında Çocuk Sağlığı Sempozyumu Bildiriler Kitabı*, Ankara: Radyo ve Televizyon Üst Kurulu (RTÜK).
- Şahin, M. C. (2009). Yeni binyılın öğrencileri'nin özellikleri, *Anadolu University Journal Of Social Sciences*, 9(2), 155–172.
- Şener, G. (2013). Toplumsal Mücadele Alanı Olarak Sosyal Medya. Sosyal Medya ve Ağ Toplumu II: Kültür, Kimlik, Siyaset. C. Bilgili & G. Şener (Eds.), İstanbul: Reklam Yaratıcıları Derneği Yayınları.
- Şişman, Y. T. (2014). *Sağlık meslek lisesi öğrencilerinde sosyal medya bağımlılık durumu ile bağlanma stilleri benlik saygıları yalnızlık algıları ve sosyal beceriler arasındaki ilişki*, Yüksek Lisans Tezi. Ege Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü, İzmir.
- Tamer, S. L., & Koç, M. (2010). Bilgisayar laboratuvarlarının fiziksel ergonomik kriterler açısından değerlendirilmesi: Süleyman Demirel Üniversitesi örneği, *Uluslararası İnsan Bilimleri Dergisi*, 7(1), 720 – 747.
- Tansel, B. (2006). *Üniversite öğrencilerinin bağımlılık yapıcı madde kullanan bireylere yönelik tutumlarının incelenmesi*, Yüksek Lisans Tezi, Mersin Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Mersin
- Tekayak H. V., Akpınar E, Kırdök O. (2017). Fear of missing out: the big problem with social media in medicine. *WONCA East Mediterranean Family Medicine Congress Abstract Book, Abu Dhabi, United Arab Emirates*, 31.

- Tekayak, H. V. ve Akpınar, E. (2017). Tıp alanında yeni bir dönem: dijital çağda *doğan yeni hastalıklar*. *EurasianJournal Of FamilyMedicine/Avrasya Aile Hekimliği Dergisi*, 6(3), 93-100.
- Thombs, D. L. (1994). *Introduction to addictive behaviors*. New York: Guilford Press.
- Toktaş Arslantaş, S., Binark, M., Dikmen, E., Ş. & Fidaner I., B., Küreci, E., Özaygen, A. (2012). Türkiye’de *Dijital gözetim T.C. Kimlik numarasından e-kimlik kartlarına yurttaşın sayısal bedenlenişi*, e-Baskı, İstanbul: Alternatif Bilişim Derneği Yayınevi.
- Toprak, A., Yıldırım, A., Aygöl, E., Binark, M., Börekçi, S. & Çomu, T. (2009). *Toplumsal Paylaşım ağı Facebook: “Görülüyorum öyleyse varım!* İstanbul: Kalkedon Yayınları
- Toruntay, H. (2011). *Takım rolleri çalışması: x ve y kuşağı üzerinde karşılaştırmalı bir araştırma*, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul
- TUİK. (2018). *Hanehalkı Bilişim Teknolojileri Kullanım Araştırması*. Ankara: TUİK
- Türk, A. (2013). *Y kuşağı*. İstanbul: Kafekültür.
- Ulusoy, A. (2018). *Dijital medya okuryazarlığı, gereksinimler ve yenilikçi uygulamalar üzerine bir inceleme*, Doktora Tezi, Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Gazetecilik Anabilim Dalı, Kayseri.
- Ünal, M. H. (2015). *Ankara Yıldırım Beyazıt Üniversitesi tıp fakültesi öğrencilerinin akıllı telefon bağımlılık düzeylerinin belirlenmesi*. Uzmanlık Tezi. Yıldırım Beyazıt Üniversitesi Tıp Fakültesi Aile Hekimliği Anabilim Dalı, Ankara.
- We Are Social and Hootsuite, (2019), *Dijital 2019 January Turkey*, <https://www.slideshare.net/DataReportal/digital-2019-turkey-january-2019-v01> sayfasından erişilmiştir.
- Vural, B. A. & Bat, M. (2010). Yeni bir iletişim ortamı olarak sosyal medya: Ege Üniversitesi iletişim fakültesine yönelik bir araştırma, *Journal of Yaşar University*, 20(5), 3348 – 3382.
- Yalçın, H. (2017). Dijital yerliler ve bilgi kaynakları, *Ahi Evran Üniversitesi Kırşehir Eğitim Fakültesi Dergisi*, 18(2), 567-580.
- Yalçın, O. & Sökmen, Ahmet B. & Kulak, H. (2013). Kuşakların temel özellikleri ve hava harp okulu uygulamaları. *Yakın Dönem Türkiye Araştırmaları*, 12 (24), 133-179.

- Yanık, A. (2016). Yeni medya nedir ne değildir? *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 9(45), 898-910.
- Yelkikalan, N., Altın, E. (2010). Farklı kuşakların yönetimi, *Çanakkale 18 Mart Üniversitesi Yönetim Bilimleri Dergisi*, 8(2), 13-17.
- Yen, J. Y., Yen, C. F., Chen, C. C., Chen, S. H. ve Ko, C. H. (2007). Family factors of Internet addiction and substance use experience in Taiwanese adolescents. *Cyberpsychology & Behavior*, 10 (3), 323–329.
- Yengin, D. (2019), teknoloji bağımlılığı olarak dijital bağımlılık. *The Turkish Online The Turkish Online Journal of Design, Art and Communication – TOJDAC*, 9(2), 130-144.
- Yıldız Kakırman, A. (2012). Dijital yerliler gerçekten yerli mi yoksa dijital melez mi?. *The Journal of Academic Social Science Studies*, 2012, 5(7), 819-833.
- Yıldız Kakırman, A. (2012). Sosyal Paylaşım Sitelerinin Dijital Yerlilerin Bilgi Edinme ve mahremiyet anlayışına etkisi, *Bilgi Dünyası*, 13(2), 529-542.
- Young, K. S (1998). Internet addiction: The emergence of a new clinical disorder. *Cyber-Psychology & Behavior*, 1, 237-244.
- Young, K. S (2007). Cognitive behavior therapy with internet addicts: Treatment outcomes and implications. *Cyber-Psychology & Behavior*, 10, 671-679.
- Zempke, R., Raines, C. & Filipczak, B. (2013). *Generations at Work : Managing the Clash of Boomers, Gen Xers, and Gen Yers*

EKLER

Ek 1. Demografik Bilgi Formu

Açıklama

Değerli Yönetici ve Öğretmen Arkadaşlarım;
Size sunulan bu formda okulda ya da diğer ortamlarda sıkça kullandığımız dijital medya araçları ile ilgili sorular yöneltilmektedir. Bu soruları dikkatlice okuyarak, sizin için en uygun yanıtı veriniz. Katkılarınız için teşekkür ederim.

I. BÖLÜM – Kişisel ve Mesleki Bilgiler		
1. Cinsiyetiniz	☐ Erkek ☐ Kadın	
2. Yaşınız	☐ 20 – 25 yaş ☐ 26 – 30 yaş ☐ 31 – 35 yaş ☐ 36 – 40 yaş ☐ 41 – 45 yaş ☐ 46 yaş üzeri	
3. Görev yapılan eğitim öğretim kademesi	☐ Ortaokul ☐ Lise	
4. Branşınız	☐ Meslek Dersi Öğretmeni ☐ Kültür Dersi Öğretmeni ☐ Yönetici	
5. Hizmet yılınız	☐ 0 – 5 yıl ☐ 11 – 15 yıl	☐ 6 – 10 yıl ☐ 16 ve üzeri
6. Eğitim düzeyiniz	☐ Lisans ☐ Doktora	☐ Yüksek Lisans
II. BÖLÜM - Dijital Medya Kullanımına İlişkin Bilgiler		
7. Dijital medya araçları kullanıyor musunuz? NOT: Hayır ise diğer soruları cevaplamayınız.	☐ Evet ☐ Hayır	
8. Dijital araçları nerede kullanıyorsunuz? (Birden fazla seçenek işaretleyebilirsiniz.)	☐ Evde ☐ Telefonda ☐ İş yerinde ☐ Diğer	
9. İnternete erişiminizi hangi teknolojik cihaz ile sağlıyorsunuz? (Birden fazla seçenek işaretleyebilirsiniz.)	☐ Akıllı Telefon ☐ Bilgisayar ☐ Tablet ☐ Diğer	
10. Mobil internet paketiniz var mı?	☐ Var ☐ Yok	
11. Günlük internet kullanımına ne kadar süre ayırıyorsunuz?	☐ 0 – 1 saat ☐ 2 – 3 saat ☐ 4 – 5 saat ☐ 6 ve üzeri	
12. Dijital Medya Araçlarını en çok hangi amaçla kullanıyorsunuz? (Birden fazla seçenek işaretleyebilirsiniz.)	☐ Ödev – Ders ☐ Oyun oynamak ☐ Haber takibi ☐ Sosyal iletişim ☐ Alışveriş – Banka ☐ Müzik, Video, Film vb. ☐ Diğer	
13. Sosyal Medya araçları kullanıyor musunuz? Kullandığınız sosyal medya hesaplarını seçiniz. (Birden fazla seçenek işaretleyebilirsiniz.)		

Ek 2. Dijital Bağımlılık Ölçeği

Aşağıdaki Her Cümleyi Sırasıyla Okuyunuz. Her İfadeye 5 4 3 2 1 Ölçekleri İle Cevap Verilecektir. **1=Hiç Katılmıyorum** **2=Katılmıyorum**, **3=Kararsızım**, **4=Katılıyorum**, **5=Kesinlikle Katılıyorum** Olarak Olumludan Olumsuz Doğru Sıralanmıştır. Size Hangisi Uygun İse ilgili alana (X) Veya (+) İşareti Koyunuz.

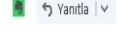
		Hiç katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Kesinlikle katılıyorum
1	Yeni çıkan oyunları arkadaşlarımdan önce oynayıp bitirmek isterim					
2	Oyunda başarılı olmayı çok önemserim.					
3	Oyun oynadığımda kendimi yalnız hissetmiyorum.					
4	Oyunlarda en üst seviyeye ulaşmak önemlidir.					
5	Oyunda hedefime ulaşmak için uyku saatimi ertelemişimdir.					
6	Doğum günümde ailemden hediye olarak elbiseye nazaran teknolojik bir araç beklerim.					
7	Bayramlarda akraba ziyaretine gitmektense internet-playstation kafe ya da sinemaya gitmeyi tercih ederim.					
8	Dijital araçlarla oyun oynadığım için arkadaşlarım ile daha az vakit geçiriyorum					
9	Oyun oynamayı arkadaşlarımla vakit geçirmeye tercih ederim.					
10	Yemeğimi genelde bilgisayar başında yerim.					
11	Kullandığım elektronik araçların yeni modellerinin ne zaman çıkacağını merakla beklerim.					
12	Gün içerisinde telefonumla fazla vakit geçiririm.					
13	Sosyal medya hesaplarımı sıklıkla kontrol ederim.					
14	Arkadaşlarımla sosyal medya üzerinden iletişime geçerim.					
15	Telefonum yanımda olmadığında bir eksiklik hissedirim.					
16	Gün içerisinde sosyal ağlarda fazla vakit geçiririm.					
17	Günün büyük bir kısmını dijital araçlarla geçiririm.					
18	Sabahları ilk iş olarak mesajlarımı, maillerimi kontrol ederim. ederim.					
19	Gittiğim yerlerde Wi-Fi şifresini sorarım					
20	Gün içerisinde mutlaka birkaç saat telefonumdan ya da müzik çalarımın bir şeyler dinlerim.					
21	Çevremdeki insanlar teknolojik araçlarla çok fazla kullandığını söylüyor					
22	İnternet nedeniyle gece geç vakitlere kadar oturup uykusuz kalırım.					
23	Her ay SMS ve/veya internet paketi alırım.					
24	Teknolojik araçlar aile hayatımı olumsuz etkiler.					
25	Teknolojik araçlar uyku düzenimi bozar.					
26	Teknolojik araçlar sosyal hayatımı olumsuz etkiler.					
27	Teknolojik araçlar dikkat düzeyimi etkiler.					
28	Teknolojik araçlarla fazla vakit geçirdiğim için sorumluluklarımı aksatırım.					
29	İnternette daha fazla zaman geçirebilmek için sık sık sorumluluklarımı aksatıyorum.					

Ek 3. İzin Alındığına Dair Mail Görüntüsü

Fwd: Re: Dijital bağımlılık ölçeği



Betül Yılmaz <betulyilmaz8826@gmail.com>
30.05 (Salı), 11:30
Siz 4



----- Yönlendirilen ileti -----

Gönderen: "Betül Yılmaz" <betulyilmaz8826@gmail.com>
Tarih: 30 May 2017 11:29 AM
Konu: Fwd: Re: Dijital bağımlılık ölçeği
Alıcı: <betul-gs-ts@hotmail.com>
Cc:

----- Yönlendirilen ileti -----

Gönderen: "Ahmet Arslan" <aarslan@marmara.edu.tr>
Tarih: 29 May 2017 1:59 AM
Konu: Re: Dijital bağımlılık ölçeği
Alıcı: "Betül Yılmaz" <betulyilmaz8826@gmail.com>
Cc:

Merhaba,

Elbette kullanabilirsiniz...

Kolaylık dileklerle...

29 May 2017 Pzt, saat 00:38 tarihinde Betül Yılmaz <betulyilmaz8826@gmail.com> şunu yazdı:

Merhaba,
Öncelikle kolay gelsin. Gazi üniversitesinde eğitim bilimleri ana dalında yüksek lisans yapmaktayım.

Dijital bağımlılık ile ilgili araştırma yapmaktayım. Sizin ve diğer arkadaşların lise ve üniversite öğrencilerinde dijital bağımlılık araştırmasında kullanılan 29 maddelik dijital bağımlılık ölçeğini izniniz olursa kullanmak istiyorum.
Şimdiden kolay gelsin.

--

Yrd. Doç. Dr. Ahmet Arslan

Marmara Üniversitesi
Atatürk Eğitim Fakültesi Dekan Yardımcısı
Bilgisayar ve Öğr. Tek. Eğit. Bölümü
Öğretim Üyesi

Ek 4. Anket Uygulaması İçin Belirlenen Örneklem Listesi

Şehit Uğur Kadir Işık Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi

Çankaya Cumhuriyet Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi

Fatma Yaşar Önen Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi

Çankaya İMKB Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi

Kılıçaslan Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi

Gülen Muharrem Pakoğlu Ortaokulu

Anıttepe Ortaokulu

Ek 5. Anket İzin Belgesi


T.C.
ANKARA VALİLİĞİ
Milli Eğitim Müdürlüğü

Sayı : 14588481-605.99-E.22383576
Konu : Araştırma İzni

26.12.2017

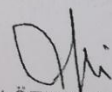
GAZİ ÜNİVERSİTESİNE
(Eğitim Bilimleri Enstitüsü)

İlgi: a) MEB Yenilik ve Eğitim Teknolojileri Genel Müdürlüğünün 2012/13 nolu Genelgesi.
b) 01/12/2017 Tarihli ve 2494 sayılı yazınız.

Enstitünüz Büro Yönetimi Eğitimi Anabilim Dalı Büro Yönetimi Eğitimi Bilim Dalı Yüksek Lisans öğrencisi Betül SARIKAYA'nın "**Ortaöğretim Kurumlarındaki Öğretmen ve Yöneticilerin Dijital Bağımlılık Düzeylerinin İncelenmesi**" kapsamında uygulama talebi Müdürlüğümüzce uygun görülmüş ve uygulamanın yapılacağı İlçe Milli Eğitim Müdürlüğüne bilgi verilmiştir.

Görüşme formunun (3 sayfa) araştırmacı tarafından uygulama yapılacak sayıda çoğaltılması ve çalışmanın bitiminde bir örneğinin (cd ortamında) Müdürlüğümüz Strateji Geliştirme (1) Şubesine gönderilmesini rica ederim.

Vefa BARDAKCI
Vali a.
Milli Eğitim Müdürü

Elektronik İmza:
Aynı ile Aynıdır.
26.12.2017

Mehmet ÖZDEMİR

Konya yolu Baskent Öğretmen İleri Arası Beşevler ANKARA
e-posta: istatistik06@meb.gov.tr

Ayrıntılı bilgi için
Tel: (0 312) 221 02 17/135-134

Bu evrak güvenli elektronik imza ile imzalanmıştır. <http://evrak.goc.gov.tr> adresinde eF40-31c2-322c-939a-f28a kodu ile testi edilebilir.



GAZİLİ OLMAK AYRICALIKTIR..