

Atıf (Cite as): İli, B. (2025).

Üniversite Öğrencilerinde Çevrimiçi Kumar Eğilimlerini Keşfetmek:
Yeni Medya Okuryazarlığı Perspektifinden Bir Değerlendirme.

Akdeniz İletişim, (49), 172-195.

<https://doi.org/10.31123/akil.1625433>.

Üniversite Öğrencilerinde Çevrimiçi Kumar Eğilimlerini Keşfetmek: Yeni Medya Okuryazarlığı Perspektifinden Bir Değerlendirme

Exploring Online Gambling Tendencies among University Students: An Evaluation from the Perspective of New Media Literacy

Burak İLİ¹

Öz

Çevrimiçi kumar, mobil cihaz kullanımının yaygınlaşması ve yeni medya teknolojilerinin entegrasyonu ile hızla büyüyen küresel bir endüstri haline gelmiştir. İnternet üzerinden kolay erişim, anonimlik ve oyunlaştırma unsurlarının etkisiyle, çevrimiçi kumar giderek daha fazla birey tarafından tercih edilmekte ve sosyal, finansal, psikolojik etkileriyle dikkat çekmektedir. Bu araştırma, üniversite öğrencilerinin çevrimiçi kumar davranışlarını ve bu davranışların arkasındaki motivasyonel ve sosyal dinamikleri incelemeyi amaçlamaktadır. Çalışmanın temel problemi, çevrimiçi kumarın genç yetişkinler üzerindeki etkilerini anlamak ve yeni medya okuryazarlığının bu etkilerle nasıl başa çıkılabileceğini keşfetmektir. Araştırmada, çevrimiçi kumar oyunlarına başlama motivasyonları, oyun tercihleri, kazanç veya kayıp sonrası duygusal tepkiler, sosyal ve finansal yaşam üzerindeki etkiler ve kumar alışkanlıklarının sürdürülebilirliği gibi sorulara yanıt aranmaktadır. Araştırma, nitel bir yöntem olan fenomenolojik araştırma deseniyle gerçekleştirilmiş ve 12 üniversite öğrencisi ile derinlemesine mülakatlar yapılmıştır. Mülakatlar, MAXQDA 24 yazılımı ile analiz edilerek tematik bir inceleme yapılmıştır. Temel bulgular, çevrimiçi kumara başlama motivasyonlarında arkadaş tavsiyesi ve sosyal medyanın etkili olduğunu, slot oyunlarının ise kullanıcıları uzun süre platformda tutma potansiyeline sahip olduğunu ortaya koymaktadır. Ayrıca, çevrimiçi kumarın bireyler üzerindeki sosyal, finansal ve duygusal etkilerinin dinamik ve çok boyutlu olduğu anlaşılmıştır. Yeni medya okuryazarlığı, çevrimiçi kumar içerikleriyle ilgili farkındalık yaratma ve bu içeriklerin olumsuz etkilerini minimize etme açısından kritik öneme sahiptir.

Anahtar Kelimeler: Çevrimiçi Kumar, Yeni Medya Okuryazarlığı, Üniversite Öğrencileri, Slot Oyunları, MAXQDA 24

Abstract

Online gambling has become a rapidly growing global industry with the widespread use of mobile devices and the integration of new media technologies. Facilitated access via the Internet, anonymity, and elements of gamification have led to an increasing preference for online gambling among individuals, drawing attention to its social, financial, and psychological impacts. This study aims to examine the online gambling behaviors of university students, and the motivational and social dynamics behind these behaviors. The primary research problem is to understand the impacts of online gambling on young adults and explore how new media literacy can address these effects. The study addresses questions related to motivations for engaging in online gambling, game preferences, emotional responses following wins or losses, impacts on social and financial lives, and the sustainability of gambling habits. The research was conducted using qualitative phenomenological research design, and in-depth interviews were conducted with 12 university students. Thematic analysis was performed on the interview data, using MAXQDA 24 software. The key findings indicate that peer recommendations and social media play significant roles in motivating individuals to start online gambling, and that slot games have the potential to keep users engaged on the platform for extended periods. Additionally, the study reveals that the social, financial, and emotional impacts of online gambling on individuals are dynamic and multifaceted. New media literacy is critically important in raising awareness about online gambling content and minimizing its negative effects.

Keywords: Online Gambling, New Media Literacy, University Students, Slot Games, MAXQDA 24

¹ Öğr. Gör. Dr., Iğdır Üniversitesi, Teknik Bilimler MYO, Görsel-İşitsel Teknikler ve Medya Yapımcılığı Bölümü, burak.ili@igdir.edu.tr, ORCID: 0000-0003-2816-101X.

Giriş

Yeni medya teknolojilerinin, internetin ve mobil cihazların yaygınlaşması bireylerin çevrimiçi platformlarda vakit geçirme biçimlerini dönüştürmüş ve yeni davranış kalıplarının ortaya çıkmasına neden olmuştur. Bu bağlamda, çevrimiçi kumar, özellikle genç yetişkinler arasında hızla büyüyen bir sorun haline gelmiştir. Üniversite öğrencileri, dijital medya araçlarına yüksek düzeyde erişim ve kullanım yetkinlikleri nedeniyle çevrimiçi kumar davranışları açısından risk altındaki gruplardan biri olarak öne çıkmaktadır. Çevrimiçi kumarın kolay erişilebilirliği, anonimlik sağlayan yapısı ve genç bireylerin ekonomik kaygılarına yönelik hızlı kazanç vaatleri, bu davranışın yaygınlaşmasını destekleyen temel faktörler arasında yer almaktadır.

Teknolojide yaşanan gelişmeler, bireylere çevrimiçi kumar etkinliklerinde alternatifler sunmanın dışında fiziksel olarak bir kumarhanede bulunma gerekliliğini ortadan kaldırmıştır (Mora-Salgueiro vd., 2021, s. 900). Kumarın kolay erişilebilir olması, etkili pazarlama ve reklamcılık faaliyetleri ile kumar düzenlemelerinin etkisi, kumar oynayanların sayısında gittikçe artış yaşanmasına neden olmuştur (Hing vd., 2017). Çevrimiçi kumar, dijital devrimin bir sonucu olarak ortaya çıkarak, fiziksel mekanlarla sınırlı kumar faaliyetlerini daha geniş ve erişilebilir bir sanal alana taşımıştır (Zhang, 2023). Çevrimiçi kumar, bir şans oyunu ya da spor faaliyetine yönelik para yatırarak internet aracılığıyla bahis oynama etkinlikleri olarak tanımlanır ve çevrimiçi kumar oyunları ise poker, slotlar, masa oyunları, spor bahisleri, çekilişler ve piyangolar gibi çeşitleri içermektedir. Dijital teknolojiler, sanal spor müsabakaları, tazi ve at yarışları ile misket yarışları gibi çeşitli bahis ve kumar türlerini de dönüştürerek kullanıcıların erişimine sunmaktadır (LaPlante vd., 2009).

Çevrimiçi kumar, yıllık piyasa değeri milyarlarca doları bulan ve hızla büyüyen küresel bir endüstriye dönüşmüştür. Platformların sunduğu kolay erişim, anonimlik ve geniş oyun olanakları, geleneksel kumar faaliyetlerine katılmamış bireyler de dahil olmak üzere geniş bir kitleyi kendisine çekmektedir (Leslie & McGrath, 2024). Sosyal medya ve internet, ülkelerin farklılaşan kumar düzenlemeleri ve kültürel çeşitliliklerine rağmen, kumar faaliyetlerini hem görünür hem de erişilebilir kılmaktadır (Clemens vd., 2017). Sosyal medya ve mobil cihazlar, kumarı geleneksel olarak sorunlu mekânlar olarak görülen kumarhaneler, barlar ve kulüplerden çıkararak mevcut ve potansiyel tüketicilerin evlerine ve ceplerine taşıma imkânı sunmuştur. Bahis uygulamaları, çevrimiçi kumarhaneler, slot makineleri ve video oyunlarındaki oyun içi piyangoların yaygınlaşması, kumarın normalleşmesine ve kumar endüstrisinin denetimden uzak, rastgele bir şekilde büyümesine zemin hazırlamıştır (Parker vd., 2024). Çevrimiçi kumar, izolasyon, kesintisizlik, sürekli ve kolay erişim gibi özellikleriyle bireyler için riskler barındıran bir ortam sunmaktadır (Gainsbury vd., 2020).

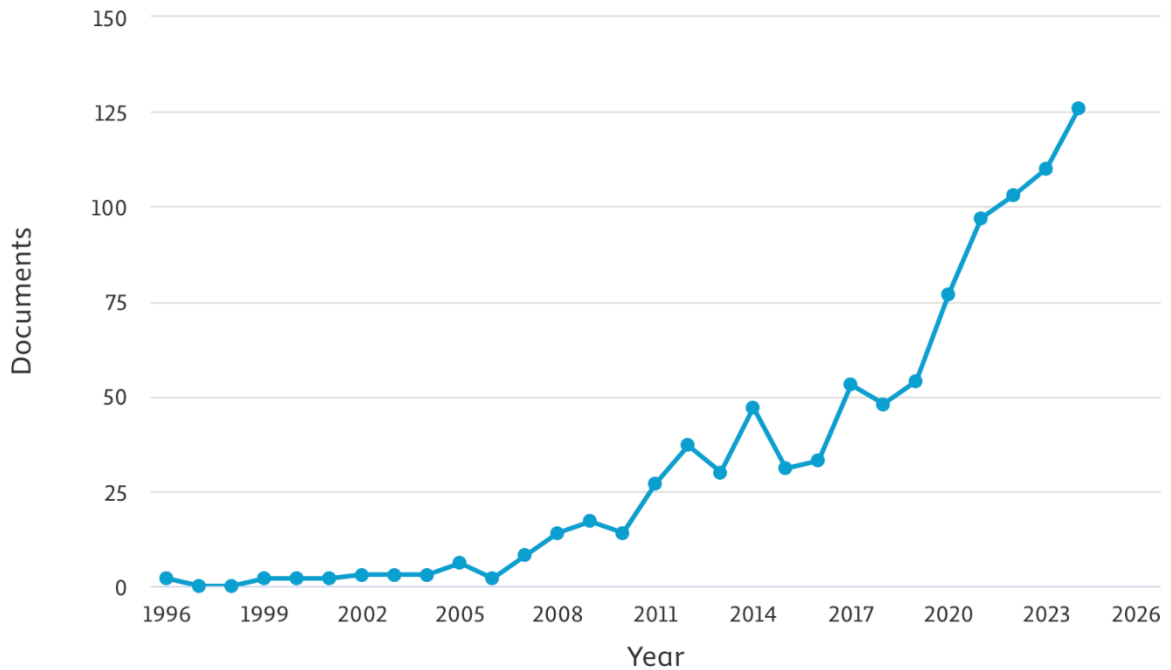
Mevcut çalışmanın amacı, üniversite öğrencilerinin çevrimiçi kumar davranışlarına yönelik eğilimlerini ve bu davranışların arkasındaki motivasyonel ve sosyal dinamikleri incelemektir. Ayrıca, yeni medya okuryazarlığının, çevrimiçi kumar içeriklerine karşı farkındalık yaratmada ve bireylerin kendilerini koruma becerilerini geliştirmede nasıl bir rol oynadığı tartışılacaktır. Bu bağlamda elde edilen bulgular, yalnızca genç yetişkinlerin çevrimiçi risklerle başa çıkma stratejilerini geliştirmekle kalmayıp, aynı zamanda çevrimiçi kumar politikalarının düzenlenmesine yönelik öneriler sunma potansiyeline sahiptir.

1. Çevrimiçi Kumar

Post-endüstriyel tüketici toplumlarına geçişle birlikte, sosyalleşme süreçlerinin bir unsuru olarak kumarhaneler yaygınlaşmıştır (Cosgrave, 2010). İnternetin ve mobil cihazların yenilikçi yapısı ve yaygın kullanımı, geleneksel kumar unsurlarının (piyangolar, kart oyunları ve kumarhaneler vb.) yerini günümüzde çevrimiçi kumar olarak bilinen bir olguyla değiştirmesine yol açmıştır (Marmet vd., 2021). İnternet üzerinden gerçekleştirilen çevrimiçi (e-kumar), bireylerin çevrimiçi cihazlar (bilgisayar, akıllı telefon, tablet vb.) aracılığıyla katılım sağlayabildiği bir kumar türüdür. Çevrimiçi kumar son yıllarda adeta bir fenomen haline gelmiş ve bu durum, birçok ülkede kumar oynama oranlarında belirgin bir artış ve katılım biçimlerinde değişimler meydana getirmiştir (Lelonek-Kuleta & Bartczuk, 2021, s. 1080).

1990'larda erişilebilir hale gelen çevrimiçi kumar, zamanla kapsamını ve yaygınlığını hızla artırmıştır. Günümüzde, dünya genelinde milyonlarca kişi, akıllı telefonlar, tabletler ve bilgisayarlar aracılığıyla çevrimiçi kumar oynamaktadır (Hing vd., 2022). Özellikle akıllı telefonlar, anında ve mekândan bağımsız erişim sunarak kumarın evde, işte, yolculuk sırasında, sosyal ortamlarda veya bahis etkinlikleri esnasında günlük hayata entegre edilmesine olanak tanımıştır (James vd., 2019). Başta akıllı telefonlar olmak üzere mobil cihazlar, 3G/4G internet bağlantısı aracılığıyla mobil siteler ve uygulamalar üzerinden kumara neredeyse her yerden erişim imkânı sunarak en ulaşılabilir kumar platformu olarak değerlendirilmektedir (Gainsbury vd., 2012). Mobil kumarın sürekli erişilebilirliği, kumarbazların sürekli olarak cazip kumar fırsatları aramasına ve bu nedenle kumara daha fazla dahil olma olasılıklarının artmasına yol açmıştır. Çevrimiçi ve mobil kumarın etkisiyle, problemli kumar sorunlarının ilerlemesi daha hızlı gerçekleşmekte ve bu durum, daha genç bir neslin problemli kumarbazlar olarak ortaya çıkmasına neden olmaktadır (Drakeford & Hudson-Smith, 2015, s. 22).

Documents by year

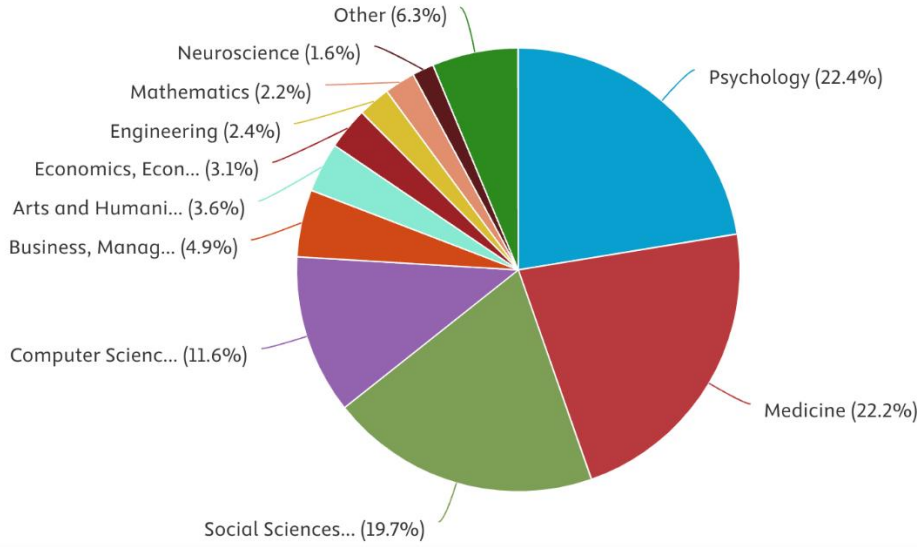


Şekil 1. Çevrimiçi Kumar Araştırmalarının Yıllara Göre Dağılımı

Kaynak: Scopus

Dünya çapında kullanılan veri tabanlarından biri olan Scopus'a göre, çevrimiçi kumar konulu araştırmaların son yıllarda artış gösterdiği görülmektedir. Bu durumun nedenleri, yeni medya teknolojilerin hızla yayılması, internet erişiminin artması ve mobil cihazların kullanımının yoğunlaşması çevrimiçi kumarın daha erişilebilir hale gelmesi olarak sayılabilir. Ayrıca, konuya ilişkin yayın sayısının gittikçe artış göstermesi, çevrimiçi kumarın dünya genelinde gittikçe büyüyen bir sorun haline geldiğine işaret etmektedir.

Documents by subject area



Şekil 2. Çevrimiçi Kumar Araştırmalarının Disiplinlere Göre Dağılımı

Kaynak: Scopus

Şekil 2’de görüldüğü üzere, çevrimiçi kumar geniş bir yelpazeye yayılan disiplinler arası bir araştırma alanı olarak ele alınmaktadır. Bu durum, çevrimiçi kumarın yalnızca bireysel davranışlar ve sosyal etkileşimler üzerinde değil, aynı zamanda teknolojik, tıbbi ve psikolojik süreçler üzerinde de derin etkiler yarattığını göstermektedir. Alana ilişkin literatür incelendiğinde kavramın en fazla psikoloji (Kuss vd., 2021; Siomos vd., 2012; Tessier vd., 2024), tıp (Håkansson vd., 2017; Jeannot vd., 2023; Masaeli & Farhadi, 2021), sosyal bilimler (Gainsbury vd., 2016; Humphreys & Latour, 2013; Lin & Wang, 2024) ve bilgisayar bilimleri (Blanchard & Henle, 2008; Ghaharian vd., 2023; Murch vd., 2024) disiplinleri tarafından incelendiği görülmektedir. Bu disiplinler arası yaklaşım, çevrimiçi kumarın karmaşık yapısını anlamak ve çözüm odaklı politikalar geliştirmek için hayati önem taşımaktadır.

Çevrimiçi kumar, bağımlılık riskinin artması, çocuklar ve gençlerin katılımı, dolandırıcılık ve siber suçlar, düzenleme eksiklikleri ve sosyo-ekonomik etkiler gibi bir dizi yeni sorun ve zorluğa neden olmaktadır (Bedford, 2024). Çevrimiçi kumar bağımlılığının risk faktörleri arasında, çevrimiçi oyunların kendine özgü özelliklerinin yanı sıra düşük eğitim düzeyi, erkek cinsiyet, işsizlik ve ilişki durumunun olmayışı gibi etkenler bulunmaktadır (Effertz vd., 2018). Kumar oynama motivasyonları arasında ise genellikle sorunlu kumara geçişi gösteren bir durum olarak kabul edilen *takip etme (chasing)* davranışı son derece yaygındır. Takip etme ya da daha yaygın adıyla kayıp takibi, bir kumarbazın önceki kayıplarını telafi etmek için kumar oynamayı sürdürme ya da bu davranışı artırma eğilimini ifade etmektedir (Blaszczynski & Nower, 2002). Araştırmalar, çevrimiçi kumarın en sık bildirilen motivasyonlarının kolaylık ve erişilebilirlik

olduğunu ortaya koymaktadır (Cotte & Latour, 2009; McCormack & Griffiths, 2012). Bunun yanı sıra, çevrimiçi kumarın yaygın avantajları arasında daha yüksek kazanç oranları, bonuslar gibi maddi teşvikler, hızlı ve kolay kullanım, geniş bahis seçenekleri ve ev ortamında kumar oynayabilmenin sağladığı fiziksel rahatlık bulunmaktadır (Gainsbury, 2015, s. 186). Çevrimiçi kumarın yüksek erişilebilirlik ve hızlı erişim gibi özellikleri, kumarın bağımlılık yapıcı etkilerini özellikle artıran nitelikler arasında yer almaktadır (Chóliz, 2016). Yeni oyuncuların ve kumar oynamaya yeniden başlayan kişilerin kazandırılması, internetin sunduğu kişiye özel reklamlar ve televizyon reklamları aracılığı ile sağlanmaktadır. Bu tür reklamlar, geleneksel ve çevrimdışı kumar alanlarında genellikle yer almamaktadır (Håkansson & Widinghoff, 2019). Anonimlik, kredi kartı ile ödeme ve bonuslar gibi ek olanakların yanı sıra daha az devlet kontrolü gibi kolaylıklar, çevrimiçi kumarın çevrimdışı kumara kıyasla daha yaygın hale gelmesinde etkili olabilmektedir (Elton-Marshall vd., 2016).

Çevrimiçi kumar, çevrimdışı kumar türlerine kıyasla daha yüksek risk alma özellikleri göstermektedir (Costes vd., 2023). Kumar oynayanlar, çevrimiçi kumar etkinliklerini eğlenmek, para kazanmak ve sosyalleşmek gibi çeşitli amaçlarla tercih etmektedir (Goldstein vd., 2016). Ancak, çevrimiçi kumar hem bireysel hem de toplumsal düzeyde önemli sorunlar yaratabilmektedir. Bireysel düzeyde, ciddi bağımlılık riskleri, büyük finansal kayıplar ve kişisel ile profesyonel ilişkilerde bozulmalar görülebilir. Bağımlı bireyler sıklıkla yoğun stres, depresyon ve kaygı yaşar; bu durum, daha ciddi ruh sağlığı sorunlarına yol açabilir. Ayrıca, çevrimiçi kumar bağımlılığı, iş ve aile sorumluluklarının ihmal edilmesine, hatta kumar alışkanlıklarını finanse etmek amacıyla hırsızlık veya dolandırıcılık gibi suçlara yönelme riskine neden olabilmektedir (Catania & Griffiths, 2021).

Bir araştırmada, çevrimiçi kumarın en sık dile getirilen dezavantajı, dolandırıcılık endişesi (%32,5) olurken, bunu bahislerin hileli olabileceği endişesi (%25,5), atmosfer eksikliği (%20,9) ve kişisel bilgilerin paylaşılmaması gerekliliği (%20,5) takip etmektedir. Ayrıca, katılımcıların %22,5'i çevrimiçi kumarın herhangi bir dezavantajı olmadığını belirtmiştir. (McCormack & Griffiths, 2012, s. 84). Çevrimiçi kumarın dezavantajlarına dair bu bulgular, platformların kullanıcı güvenliği ve deneyimi açısından karşılaştığı önemli zorlukları ortaya koymaktadır. Dolandırıcılık endişesi, çevrimiçi kumar kullanıcıları için en büyük tehditlerden biri olarak öne çıkmaktadır ve bu, platformların güvenilirliği ve düzenlemelerin etkinliğiyle doğrudan ilişkilidir. Bunun yanı sıra, çevrimiçi kumarın hiçbir dezavantajı olmadığını belirten %22,5'lik bir oran, bu tür platformları kullanan bazı bireylerin sundukları avantajları, yaşadıkları riskleri ve dezavantajları göz ardı edebileceğini veya bu dezavantajları minimize ettiğini göstermektedir. Bu durum, kullanıcıların kumar bağımlılığına daha yatkın olabileceğini düşündürmektedir. Bir başka araştırmada ise, çevrimiçi kumar işlemlerinde kripto para birimlerinin ve blok zinciri gibi teknolojik yeniliklerin kullanımının, kullanıcılar için daha yüksek düzeyde anonimlik ve güvenlik sağlayarak katılım oranlarını artırdığı belirlenmiştir (Judijanto & Tehedi, 2024, s. 154). Yeni medya teknolojilerinin yakınsamasıyla kumar, giderek daha yaygın ve sıradan bir eğlence türü haline gelmektedir. Kumar faaliyetleri, oyunlaştırma teknikleri kullanılarak bir eğlence aracı olarak sunulmaktadır.

Bir oyunun kumar olarak kabul edilebilmesi için paranın devrede olması gerektiği belirtilmektedir (Reith, 2005). Özellikle slot oyunları gibi hızlı oyun türlerinde çevrimiçi kumar, kumar oynayanların saniyeler içinde yeni bahisler yapabilmelerine olanak tanıyarak, daha fazla bahis yapmalarına ve dolayısıyla daha büyük maddi kayıplar yaşamalarına yol açabilmektedir (King vd., 2010, s. 183). Sanal ortamlarda sürdürülen kumar faaliyetlerinin sınırlarının belirsiz olması, kumar operatörlerinin sorumlu tutulmasını ve yasal yaptırımların uygulanmasını

zorlaştırmaktadır. Bu belirsizlik, çevrimiçi kumarın denetlenmesini ve düzenlenmesini daha karmaşık hale getirmektedir (Fiedler, 2018, ss. 165-166). Kumar, yeni ve gelişen dijital teknolojilerde daha fazla yer edindikçe, hangi kumar türlerinin yasal olarak sınırlandırılması gerektiğini tanımlamak ve ayırt etmek giderek daha zor hale gelmektedir. Hızla büyüyen bu kumar sektörü, sosyal medya platformları, yasal düzenleyiciler ve politika yapıcılar için acil ve ciddi bir biçimde üzerinde durulması gereken bir problem haline gelmiştir. (İli, 2024, s. 810).

2. Yeni Medya Okuryazarlığı

Okuryazarlık kavramı, geleneksel okuryazarlık (okuma ve yazma) ile başlayıp, görsel-işitsel okuryazarlık ve dijital okuryazarlığa doğru evrilmiştir. Son yıllarda ise, daha geniş bir anlayışa sahip olan yeni medya okuryazarlığı ön plana çıkmaktadır (Livingstone vd., 2004). Çevrimiçi ortamlarda metin, ses, resim ve video gibi farklı içeriklere doğru şekilde erişim, bu içeriklerin analiz edilmesi, eleştirel değerlendirilmesi ve yeni içerik oluşturulması becerileri, yeni medya okuryazarlığı olarak tanımlanmaktadır (Park vd., 2015). Yeni medya okuryazarlığı, klasik okuryazarlık, görsel-işitsel okuryazarlık, dijital okuryazarlık ve bilgi okuryazarlığı gibi önceki okuryazarlık türlerinin bir sentezidir. Bu güncel yaklaşım, işlevsel tüketim, işlevsel üretim, eleştirel tüketim ve eleştirel üretim okuryazarlıkları temelinde bir kavramsal çerçevede açıklanmaktadır. İşlevsel tüketim okuryazarlığı, medya içeriklerine erişim ve bu içeriklerin anlaşılmasını içerirken, eleştirel tüketim okuryazarlığı bireylerin medya içeriklerini daha derinlemesine anlamalarına ve bu içeriklerin arkasındaki mesajları, amaçları ve etkileri sorgulamalarına olanak tanır. İşlevsel üretim okuryazarlığı, bireyleri medya içeriği üretme sürecine dahil ederken, eleştirel üretim okuryazarlığı bireylerin medya içeriği üretirken içeriklerin sosyal, kültürel ve politik bağlamlarını dikkate almalarını sağlar (Chen vd., 2011).

Koc ve Barut (2016), yeni medya okuryazarlığını nispeten yeni bir kavram olarak tanımlamakta ve bunu, ağ teknolojilerinin şekillendirdiği sosyo-kültürel çevrelerin bir bileşimi olarak ele almaktadır. Bu ortamlarda, kullanıcılar tarafından dijital olarak üretilen ve dağıtılan mesajlar yer almaktadır. Ayrıca, yeni medya okuryazarlığı, çağın gereksinimlerine ve yaşam koşullarına uyum sağlamak için edinilmesi gereken çok yönlü bir beceriler bütünü olarak tanımlanmaktadır. Teknik bilgi ile sosyokültürel boyutları bir araya getiren bu okuryazarlık türü, medya üretimi, dağıtımı ve kullanımına ilişkin yetkinlikleri kapsamaktadır (Lin vd., 2013).

Son yıllarda bireyler, finansal durumlarıyla ilgili daha fazla kaygı duymaya başlamıştır (Sharma, 2022, s. 520). Bu endişelerin artmasında, ekonomik belirsizlikler, enflasyon, iş güvencesizliği ve yaşam maliyetlerindeki yükselmeler gibi faktörler etkili olmuştur. İnsanlar, finansal güvenliklerini sağlamak adına daha fazla önlem alma ihtiyacı hissederken, ekonomik zorluklar, tasarruf etme, borçlanma ve yatırım yapma gibi kararları daha da karmaşık hale getirmiştir. Bu durum, bireylerin finansal okuryazarlıklarını geliştirme gerekliliğini ve finansal planlama konusundaki farkındalıklarını artırmıştır (Rangchian vd., 2020, s. 671). Bu çerçevede, bireylerin hem finansal hem de yeni medya okuryazarlığı becerilerini geliştirmeleri, yeni medya platformlarında yer alan ekonomik bilgilerin doğruluğunu değerlendirme ve etkin kullanımını sağlama açısından kritik bir gereklilik haline gelmiştir. Böylece, bireyler ekonomik zorluklarla daha bilinçli bir şekilde başa çıkabilir ve finansal güvenliklerini sürdürülebilir bir şekilde planlayabilirler. Bu süreçte, çevrimiçi kumar platformları da bireylerin finansal durumlarını etkileyen bir diğer önemli faktör olarak öne çıkmaktadır. Yeni medya teknolojileri aracılığıyla kolayca erişilebilen bu platformlar, finansal riskleri artırırken, bireylerin bilinçsiz kararlar almasına neden olabilmektedir. Bu nedenle, yeni medya okuryazarlığının, çevrimiçi kumar

içeriklerinin eleştirel bir şekilde değerlendirilmesinde ve bu tür platformlara karşı farkındalık geliştirilmesinde önemli bir rol oynayacağı düşünülmektedir.

Öğrencilerin yeni medya okuryazarlıklarını geliştirebilmek için, öncelikle mevcut yeni medya yeterliliklerinin değerlendirilmesi büyük önem taşımaktadır (Luan vd., 2023, s. 244). Üniversite öğrencileri üzerinde yapılan bir araştırmada, yeni medya okuryazarlık düzeyinin, medya mesajlarına erişim, bu mesajları analiz edip değerlendirme ve etkin bir şekilde kullanma becerileriyle doğrudan bağlantılı olduğu saptanmıştır. Araştırmaya göre, okuryazarlık düzeyi kullanılan cihaz türü veya medyada geçirilen süreden ziyade bu becerilerin niteliğiyle ilişkilendirilmektedir (Ata & Karakuyu, 2021, s. 1531). Özmen'in (2018, s. 964) önerisi doğrultusunda, internetin olumsuz etkilerinden korunmak için müfredata "yeni medya okuryazarlığı" dersinin eklenmesi, çevrimiçi kumar gibi riskli dijital aktivitelerle başa çıkmada da etkili bir çözüm olabilir. Bu tür bir ders, bireylerin çevrimiçi kumarın potansiyel tehlikelerini anlamalarına, manipülatif içeriklere karşı eleştirel bir tutum geliştirmelerine ve dijital platformları daha bilinçli bir şekilde kullanmalarına yardımcı olabilir. Özellikle çevrimiçi kumarın kolay erişilebilirliği ve yaygın pazarlama yöntemleri, gençlerin bu alana çekilme riskini artırmaktadır. Bu bağlamda, yeni medya okuryazarlığı eğitimi, bireylerin çevrimiçi kumar tuzaklarını fark etmelerini, sorumlu davranışlar geliştirmelerini ve güvenli bir dijital deneyim yaşamalarını sağlayabilir.

3. Yöntem

Mevcut araştırma kapsamında, nitel araştırma yöntemi olarak fenomenolojik araştırma deseni tercih edilmiştir. Nitel araştırma, bir konuyu derinlemesine incelemeye olanak tanıyan; açık uçlu sorular, gündelik sohbetler, yönlendirilmemiş sorularla yapılan grup veya odak grup görüşmeleri, katılımcı gözlem, etnografya, durum çalışması, fotoğraf ve hikâye anlatımı gibi çeşitli teknikleri kapsayan ve bireysel görüşmelere dayalı bir yöntemler bütünüdür (Levy, 2006). Nitel araştırmalar, bireylerin deneyimlerini, dünyayı nasıl algıladıklarını ve bu deneyimlere yükledikleri anlamları derinlemesine keşfetmeyi amaçlar. Araştırmacılar, sayısal ifadeler yerine sözcüklerle çalışmayı tercih ederek, insanların dünyalarını nasıl inşa ettiklerini ve yorumladıklarını anlamaya odaklanırlar (Merriam, 2009). Fenomenolojik araştırma ise, bir fenomeni deneyimleyen bireylerin yaşantılarından yola çıkarak bu deneyimlerin özünü anlamayı amaçlayan bir yaklaşımdır (Moustakas, 1994).

Nitel araştırmalarda veri toplama sürecinde dikkat edilmesi gereken önemli hususlardan biri, verilerin doygunluğa ulaşmasıdır (Lowe vd., 2018, s. 192). Doygunluk, toplanan verilerin tekrarlanmaya başladığı ve yeni bir bilgiye ulaşmanın mümkün olmadığı noktayı ifade eder. Bu aşamada, araştırmacı, veri toplama sürecini sonlandırarak analiz aşamasına geçebilir. Araştırmalarda veri doygunluğunu değerlendirmek için yapılan çalışmalara göre, bireysel mülakatlar için genellikle 9 ila 17 katılımcı, odak grup görüşmeleri için ise 4 ila 8 katılımcının yeterli olduğu belirtilmektedir (Hennink & Kaiser, 2022, s. 9). Mevcut araştırma kapsamında, Türkiye'deki devlet üniversitelerinde öğrenim gören 6 kız ve 6 erkek öğrenci olmak üzere toplamda 12 kişi ile gönüllülük esasına dayalı derinlemesine mülakatlar gerçekleştirilmiştir. Mülakatlar, Iğdır Üniversitesi Bilimsel Araştırma ve Yayın Etik Kurulu Başkanlığı'nın 02.01.2025 tarihli ve E-37077861-900-159542 sayılı etik kurulu izni ile gerçekleştirilmiştir. Katılımcıların kişisel verilerinin gizliliğine dikkat edilmiş ve araştırma kapsamında katılımcılara ilişkin dokümanlar K1, K2, K3, ..., K12 şeklinde numaralandırılmıştır. Örneklemenin belirlenmesinde ise amaçlı örnekleme yöntemi tercih edilmiştir. Amaçlı örnekleme yöntemi, araştırmacıların çalışmanın amacına en uygun katılımcıları belirleyerek veri toplamasını sağlamaktadır.

(Başkale, 2016, s. 26). Bu yöntemde, katılımcılar sahip oldukları belirli özellikler veya deneyimler doğrultusunda seçilir, böylece araştırmanın hedeflenen fenomeni derinlemesine inceleyebilmesine olanak tanınır. Bu doğrultuda, çevrimiçi kumar oynayan 12 üniversite öğrencisi ile 5 Ocak 2025 - 15 Ocak 2025 tarihleri arasında yüz yüze derinlemesine mülakatlar gerçekleştirilmiş olup elde edilen veriler, MAXQDA 24 yazılım programı aracılığıyla temalar oluşturularak kodlamaya tabi tutulmuştur. Verilerin analizi sırasında, fenomenolojik desenle uyumlu bir veri analiz yöntemi olan Braun ve Clarke'ın (2006) geliştirmiş olduğu yansıtıcı tematik analiz yaklaşımı benimsenmiştir. Bu bağlamda analiz süreci, araştırmacının aktif ve yorumlayıcı rolünü kabul eden esnek bir yaklaşımla yürütülmüştür. Veriler, Braun ve Clarke'ın önerdiği altı aşamalı yapı doğrultusunda analiz edilmiştir: (1) veriye aşinalık, (2) ilk kodların oluşturulması, (3) temaların aranması, (4) temaların gözden geçirilmesi, (5) temaların adlandırılması ve tanımlanması, (6) raporlaştırma. Bu süreçte veriler açık kodlama yöntemiyle incelenmiş, benzer içerikler gruplanarak temalar altında toplanmıştır.

Nitel araştırmalarda sonuçların inandırıcılığı, çalışmanın başarısı için kritik bir öneme sahiptir. Bu bağlamda, geçerlik ve güvenilirlik, araştırmalarda sıklıkla başvurulanan temel ölçütler olarak öne çıkar. Patton (2001), geçerlik ve güvenilirliğin, nitel araştırmaların tasarımında, sonuçların analizinde ve çalışmanın kalitesinin değerlendirilmesinde önemli bir rol oynadığını vurgulamaktadır. Bu doğrultuda, mevcut araştırmada geçerlik ve güvenilirlik sağlamak amacıyla bir dizi stratejiye başvurulmuştur. Araştırma sürecinde veri üçgenlemesi yapılmış; elde edilen veriler, iletişim çalışmaları alanında uzman bir akademisyen ile nitel araştırma yöntemleri konusunda deneyimli bağımsız bir araştırmacı tarafından ayrı ayrı kodlanmış ve analiz edilmiştir. Kodlamalar arasındaki tutarlılık, görüş birliği sağlanarak artırılmıştır. Ayrıca, analiz sürecinde ayrıntılı betimleme yoluyla bağlamı yansıtmaya ve yorumların verilerle doğrudan ilişkilendirilmesi sağlanmıştır. Çalışmanın denetlenebilirliğini artırmak amacıyla tüm analiz süreci belgelenmiş, kodlama şemaları ve analiz notları düzenli olarak arşivlenmiştir. Bu yaklaşımlar doğrultusunda araştırmanın inandırıcılığı ve güvenilirliği sağlanmıştır. Araştırma kapsamında, aşağıdaki sorulara yanıt aranmaktadır:

- Üniversite öğrencilerinin çevrimiçi kumara başlama motivasyonları nelerdir?
- Çevrimiçi kumar oynayan öğrencilerin oyun tercihlerini belirleyen temel faktörler nelerdir?
- Çevrimiçi kumar oynayan öğrenciler kazanç veya kayıp sonrası hangi duygusal tepkileri göstermektedir?
- Çevrimiçi kumar deneyimlerinin öğrencilerin sosyal ve finansal yaşamlarına olan etkileri nelerdir?
- Çevrimiçi kumar oynayan bireylerin gelecekte bu alışkanlıklarına devam etme veya bırakma kararlarını etkileyen faktörler nelerdir?

4. Bulgular ve Tartışma

Araştırma sorularına yanıt bulmak amacı ile gerçekleştirilen yarı-yapılandırılmış mülakatlar, 6 kadın ve 6 erkek olmak üzere toplam 12 üniversite öğrencisi ile yürütülmüştür. Araştırmanın amacı doğrultusunda belirlenen katılımcılara ait cinsiyet, yaş, okudukları bölüm, kumarda kazandıkları ve kaybettikleri ortalama miktar gibi bilgiler Tablo 1'de sunulmuştur.

Tablo 1. Katılımcılara İlişkin Demografik Bilgiler

Katılımcı	Cinsiyet	Yaş	Bölüm	Kazanılan Ortalama Miktar	Kaybedilen Ortalama Miktar
K1	Erkek	23	Spor Yöneticiliği	100.000 TL	70.000 TL
K2	Erkek	20	Ziraat Mühendisliği	20.000 TL	70.000 TL
K3	Kadın	25	Çocuk Gelişimi	5.000 TL	20.000 TL
K4	Erkek	21	Biyosistem Mühendisliği	50.000 TL	60.000 TL
K5	Kadın	22	Beden Eğitimi ve Spor Öğretmenliği	70.000 TL	50.000 TL
K6	Kadın	23	Sivil Havacılık	10.000 TL	25.000 TL
K7	Erkek	28	Halkla İlişkiler ve Reklamcılık	2.000 TL	4.500 TL
K8	Kadın	18	Diyetisyenlik	10.000 TL	30.000 TL
K9	Erkek	21	Antrenörlük Eğitimi	20.000 TL	40.000 TL
K10	Kadın	20	Gümrük İşletme	255.000 TL	30.000 TL
K11	Kadın	22	Sağlık Hizmetleri	-	5.000 TL
K12	Erkek	20	Fizyoterapi	2.000 TL	7.000 TL

Katılımcılar, farklı devlet üniversitelerinde ve farklı bölümlerde okuyan öğrencilerden oluşmaktadır. Bu durum, araştırmanın zenginliğini ortaya koymakla birlikte gerek cinsiyet gerekse bölüm bazında karşılaştırmalar yapmak bu araştırmanın ilgilendiği bir konu değildir. Katılımcıların kazanç ve kayıp miktarları incelendiğinde, K10'un açık ara en yüksek kazancı (255.000 TL) bildirdiği görülmektedir. Bu bir istisna olup, diğer katılımcıların ortalamasının çok üstünde yer almaktadır. Bunun yanı sıra, genellikle katılımcıların çoğu kumardan daha fazla kayıp yaşama eğilimindedir. Bu durum, çevrimiçi kumarın potansiyel zararlı etkilerine yönelik farkındalık oluşturulması gerektiğini vurgulamaktadır. Üniversite öğrencileri ile yapılan mülakatlar sonucunda elde edilen ana tema ve alt temalar, Tablo 2'de paylaşılmıştır.

Tablo 2. Ana Tema ve Alt Temalara İlişkin Açıklamalar ve Frekanslar

Ana Tema – Alt Temalar	Açıklamalar	Frekans Sayıları
Çevrimiçi Kumara Başlama Nedenleri		14
Sosyal Medya ve İnternet Reklamları	Sosyal medya platformları ve çevrimiçi reklamlar, kumar oynama davranışını teşvik eden önemli araçlardır. Çekici görseller, bonus teklifleri ve yüksek kazanç vaatleri ile bireylerin dikkatini çekmekte ve merak uyandırmaktadır.	3
Eğlence	Katılımcılar genellikle çevrimiçi kumarı heyecan verici, eğlenceli ve boş zamanlarını değerlendirmek için bir araç olarak görmektedir.	1
Arkadaş Tavsiyesi	Sosyal çevrenin etkisi, çevrimiçi kumar davranışında belirleyici bir faktördür. Arkadaş grupları arasında kumarın yayılması, bireylerin bu deneyime katılmasını ifade etmektedir.	10
Kumar Oynama Nedenleri		13

Boş Zaman Değerlendirme	Katılımcılar, çevrimiçi kumarı boş zamanlarını değerlendirmek ve günlük rutinlerinden kaçış sağlamak için bir araç olarak görmektedir.	1
Para Kazanma İsteği	Çevrimiçi kumarın, hızlı ve kolay para kazanma umuduyla oynandığı sıkça dile getirilen bir motivasyondur. Katılımcılar, yatırımlarının büyük kazançlarla ödüllendirileceği beklentisiyle kumar platformlarını tercih etmektedir.	3
Heyecan Arayışı	Kumarın sağladığı risk alma ve belirsizlik hissi, bireyler için heyecan verici bir deneyim sunmaktadır. Katılımcılar, adrenalin dolu bir aktivite olarak kumarı tercih ederek monotonluktan kaçmayı ve kısa süreli tatmin elde etmeyi amaçlamaktadır.	9
Çevrimiçi Oyun Tercihleri		14
Slot Oyunları	Kumarın sağladığı risk alma ve belirsizlik Slot oyunları, basit kuralları ve renkli, çekici grafik tasarımlarıyla dikkat çeken çevrimiçi kumar türlerinden biridir. Katılımcılar, bu oyunları hızlı sonuç alabilme imkanı ve düşük bilgi gereksinimi nedeniyle tercih etmektedir.	12
Spor Bahisleri	Katılımcılar, spor müsabakalarına duydukları ilgiyle bağlantılı olarak bahis oynayarak hem eğlenmekte hem de bu süreçte kazanç sağlama fırsatı elde etmeyi amaçlamaktadır.	1
Poker	Oyuncular, pokeri diğer oyuncularla rekabet etme fırsatı sunduğu ve karar verme süreçlerini test edebildikleri bir oyun olarak görmektedir. Ayrıca, pokerdeki kazanç potansiyeli de tercih nedenleri arasında yer alabilmektedir.	1
Çevrimiçi Oyun Tercih Nedenleri		15
Kolaylık ve Basitlik	Katılımcılar, genellikle karmaşık kurallar veya uzun öğrenme süreçleri gerektirmeyen oyunları tercih etmektedirler. Bu durum, hızlı bir şekilde oyuna dahil olma ve keyif alma isteğini yansıtır.	3
Heyecan ve Adrenalin	Oyundaki belirsizlik ve risk faktörleri, katılımcılar için heyecan verici bir deneyim sunmaktadır. Özellikle sonuçların hızlı bir şekilde alınması ve risklerin yaratmış olduğu adrenalin duygusu, bireylerin oyunlara olan ilgisini artırmaktadır.	3
Yüksek Kazanç Fırsatı	Yüksek kazanç potansiyeli, bireylerin bu oyunları oynamaya başlamasında ve oynamaya devam etmesinde önemli bir motivasyon kaynağıdır.	7
Görsel Çekicilik	Canlı renkler, dikkat çekici grafikler ve modern tasarımlar, çevrimiçi oyunların cazibesini artırmaktadır. Katılımcılar, görsel olarak tatmin edici oyunları daha eğlenceli ve ilgi çekici bulmakta, bu da oyun seçimlerini etkilemektedir.	2
Kazanç veya Kayıp Sonrası Duygusal Tepkiler		17
Pişmanlık	Kaybetme durumunda bireyler, genellikle para kaybı veya yanlış kararlar nedeniyle	1

	pişmanlık hissetmektedir.	
Mutluluk-Eğlence	Kazanç durumunda bireyler, elde ettikleri maddi kazancın yanında eğlence ve keyif duygularını da yaşamaktadır.	4
Stres	Kumar sürecinde ya da sonrasında yaşanan belirsizlik ve kayıplar, bireylerde yoğun bir stres hissine yol açabilmektedir.	3
Sinir	Kaybedilen büyük miktarlar veya sürekli kayıplar, bireylerde sinirlenme ve öfke gibi negatif duygusal tepkilere neden olabilir.	3
Heyecan	Kazanma ihtimali, bireylerde yüksek bir heyecan duygusu yaratır. Özellikle oyun sırasında veya kazanç elde edildiğinde, bu duygu belirgin hale gelmektedir.	6
Çevrimiçi Kumarın Risk ve Güvenilirliği Hakkında Görüşler		12
Olumlu	Katılımcıların kumar faaliyetleri deneyimleri ve platformlara yönelik olumlu görüşlerini içermektedir.	5
Olumsuz	Katılımcıların dolandırıcılık ve kazançların ödenmemesi gibi negatif yorumlarını ifade etmektedir	7
Çevrimiçi Kumara Yönelik Gelecek Planları		12
Oynamayı Bıraktım	Bazı katılımcıların, yaşadıkları olumsuz deneyimler, finansal kayıplar veya kişisel sebepler nedeniyle çevrimiçi kumar oynamayı tamamen bırakmalarını ifade etmektedir.	3
Bırakmayı Düşünüyorum	Bu alt tema, çevrimiçi kumarın olumsuz etkilerini fark eden ancak henüz oynamayı bırakmamış bireyleri kapsamaktadır.	5
Oynamaya Devam Edeceğim	Kumarı bir eğlence aracı olarak gören veya kazanç sağlama motivasyonuna sahip katılımcıların kumar oynamaya devam etmeleri niyetini ifade etmektedir.	4

Frekans analizine dayanarak yapılan yorumlarda, çevrimiçi kumara başlama nedenlerinde sosyal faktörlerin (arkadaş tavsiyesi ve sosyal medya) belirgin bir rol oynadığı görülmektedir. Bu bulgu, bireylerin çevrimiçi kumara başlama kararlarında sosyal çevrelerinin ve yeni medya içeriklerinin etkisini ortaya koymaktadır. Arkadaş tavsiyesi, kumar alışkanlıklarının yayılmasında önemli bir faktör olarak karşımıza çıkarken, sosyal medya ve internet reklamları da potansiyel kullanıcıları etkileyen güçlü araçlar olarak yer almaktadır. Sosyal medya platformlarında, kumar oyunlarına ilişkin cazip içeriklerin ve reklamların hızla yayıldığı, genç kullanıcılar üzerinde önemli bir etki yarattığına dair literatürdeki bazı çalışmalar (Griffiths & Parke, 2002; Savolainen vd., 2022) bu sonucu destekler niteliktedir. Bu bulgular, yeni medya platformlarının, kumar davranışlarını şekillendiren ve güçlendiren önemli bir sosyal bağlam sunduğunu göstermektedir.

Katılımcıların oyun tercihleriyle ilgili olarak “Slot Oyunları” (12) oldukça baskın bir şekilde öne çıkmakta, diğer oyun türleri olan “Spor Bahisleri” ve “Poker” ise düşük frekanslarla (1) temsil

edilmektedir. Slot oyunlarının daha fazla tercih edilmesi, genellikle basitliği ve yüksek kazanç potansiyeli ile ilgilidir. Öte yandan, çevrimiçi oyun tercihleri ve kazanç/kayıp sonrası duygusal tepkiler incelendiğinde, heyecan ve eğlencenin öne çıktığı gözlemlenmektedir. Kumarın başlıca çekici yönlerinin, bireyler üzerinde yarattığı duygusal dalgalanmalar olduğu söylenebilir. Bu, kumar oynayanların sadece finansal kazançları değil, aynı zamanda oyun sırasında yaşadıkları anlık duygusal tatminleri de önemsediklerini göstermektedir. Kazanç ve kayıp sonrası duygusal tepkiler de kumarın duygusal yönlerinin ne kadar yoğun olduğunu ortaya koymaktadır; stres, sinir, mutluluk ve heyecan gibi duygular, kumar deneyiminin ardından bireyler üzerinde etkiler bırakmaktadır.

Katılımcıların kumar oynamayı bırakma ya da devam etme konusundaki görüşleri ise daha kararsız bir durumu yansıtmaktadır. Bırakmayı düşünenler ve devam etmeyi planlayanlar arasındaki yakın frekanslar, kumarın bireyler üzerinde hem cezbedici hem de olumsuz etkiler yaratan karmaşık bir deneyim olduğunu ortaya koymaktadır. Bu durum, kumarın yalnızca ekonomik ya da eğlencelik bir etkinlik olmanın ötesine geçtiğini ve katılımcıların kumara dair duygu ve düşüncelerinin sürekli değişen, çok katmanlı bir yapı oluşturduğunu göstermektedir.

Sonuç olarak, çevrimiçi kumarın bireyler üzerindeki sosyal, finansal ve duygusal etkilerinin çok boyutlu ve dinamik bir yapıya sahip olduğu anlaşılmaktadır. Bu bağlamda, yeni medya okuryazarlığı bireylerin bu ortamlarda karşılaştıkları içerikleri doğru bir şekilde analiz etme ve değerlendirme becerisini geliştirmelerini sağlayan oldukça önemli bir kavram olarak öne çıkmaktadır. Kumar reklamları ve sosyal medya üzerindeki kumar içerikleri, kullanıcıları manipüle edebilmekte ve bağımlılık yaratabilmektedir. Dolayısıyla, yeni medya okuryazarlığı, bireylerin yeni medya platformlarında karşılaştıkları kumar içerikleriyle ilgili farkındalık kazanmalarını sağlayarak, bu tür içeriklerin olumsuz etkilerini minimize etmek ve sorumlu kumar oynama alışkanlıkları geliştirmek için önemlidir.

Yukarıda açıklamaları verilen ve katılımcılardan gelen veriler doğrultusunda belirlenen ana tema ve alt temalar, MAXQDA 24 yazılım programında tek tek ve dikkatlice kodlanmıştır. Kodlanan veriler ile tematik analizi sağlayacak kelime frekansı analizi ve kod bulutu analizi gerçekleştirilmiştir. Aşağıda analizlere ilişkin görseller, grafikler ve frekans tabloları sunulmaktadır.

Tablo 3. Kelime Frekansına İlişkin Bulgular

Sıra	Kelime	Kelime Uzunluğu	Frekans	Yüzde %
1	oyun	4	21	3,44
2	kazanma	7	14	2,30
3	sweet bonanza	12	10	1,64
4	heyecan	7	7	1,15
5	slot	4	6	0,98
6	hevesiyle	9	4	0,66
7	kumar	5	4	0,66
8	eğlenceli	9	3	0,49
9	kolay	5	3	0,49

10	mutlu	5	3	0,49
----	-------	---	---	------

Mülakatlardan elde edilen veriler doğrultusunda, yorumlarda en az iki kez kullanılacak şekilde filtreleme yapıldığında, en sık kullanılan 10 kelime Tablo 1’de belirtilmiştir. Kelime frekans tablosuna baktığımızda, çevrimiçi kumar oynayan öğrencilerin yorumlarında en sık karşılaşılan kelimenin "oyun" olduğu görülmektedir. Bu durum, öğrencilerin çevrimiçi kumar ile ilişkilendirdiği en temel kavramın oyun olduğunu göstermektedir. Buradan çıkarımla, kumarın bir oyun olarak masumlaştırıldığı sonucuna ulaşılabilir. İkinci sırada yer alan "kazanma" kelimesi ise, kumar oynayan öğrencilerin en çok vurguladığı motivasyon kaynağı olan kazanma isteğini yansıtmaktadır. "Sweet bonanza" gibi spesifik bir oyun isminin üçüncü sırada yer alması, katılımcıların belirli oyunları tercih ettikleri sonucunu ortaya koymaktadır. "Heyecan", "slot" ve "hevesiyle" kelimeleri, kumar oyunlarının duygusal ve deneyimsel boyutlarına işaret etmektedir. Buradan hareketle, öğrencilerin kumar deneyimini heyecan verici ve eğlenceli olarak algıladığını ve slot gibi belirli oyun türlerine ilgi gösterdiklerini söylemek mümkündür. Ayrıca, "kumar" kelimesi doğrudan bu aktiviteleri tanımlarken, "eğlenceli" ve "kolay" gibi kelimeler ise kumarın eğlence aracı olarak algılandığına, katılımcıların bu aktiviteyi eğlenceli bulduklarına ve kolay kullanıma sahip oldukları için tercih ettiklerine işaret etmektedir. Sonuç olarak, bu tablodaki kelimeler çevrimiçi kumarın öğrenciler tarafından eğlenceli, heyecan verici ve kazanma odaklı bir aktivite olarak algılandığını göstermektedir.



Şekil 3. Alt Temalara İlişkin Kod Bulutu

Kod bulutunda yer alan ifadeler, çevrimiçi kumar alışkanlıklarıyla ilişkili alt temaları görselleştirmektedir. Kodların boyutları, frekansları ile orantılı olarak belirlenmiştir; bu nedenle daha büyük yazılan kodlar, katılımcılar tarafından daha sık dile getirilmiştir. Şekil 1’e göre "Slot Oyunları" en büyük kod olarak dikkat çekmekte, bu da katılımcıların çevrimiçi kumar tercihlerinde bu tür oyunların ön planda olduğunu göstermektedir. "Arkadaş Tavsiyesi" ve "Para Kazanma İsteği" gibi kodlar ise, çevrimiçi kumara başlamada sosyal çevrenin ve ekonomik motivasyonların etkili olduğunu işaret etmektedir. "Sosyal Medya ve İnternet Reklamları" ise çevrimiçi kumara başlamada önemli bir etken olarak yer almaktadır. Sosyal

medya platformlarında kontrolden uzak bir şekilde yayılan cazip ve manipülatif reklamlar, genç yetişkinler üzerinde önemli bir etki yaratabilmektedir. Reklamlarda sıkça kullanılan "kolay kazanç", "bonus fırsatları" veya "büyük ödül" gibi mesajlar, bireylerin duygusal ve finansal zayıflıklarını hedef alarak onları kumar oynamaya teşvik edebilmektedir. Ayrıca, sosyal medyanın kişiselleştirilmiş ve algoritmik reklam özellikleri, bireylerin ilgi alanlarına ve çevrimiçi davranışlarına göre kumar içeriklerini daha görünür kılmaktadır. Bu durum, reklamların etkisini artırırken, kullanıcıların çevrimiçi manipülasyonlara daha açık hale gelmesine yol açmaktadır. Yeni medya okuryazarlığı, kullanıcıların çevrimiçi kumar içeriklerini doğru bir şekilde değerlendirebilmesine, bu içeriklerin olası risklerini fark edebilmesine ve manipülasyondan korunmasına yardımcı olabilir. Bu bağlamda, bireylerin çevrimiçi platformlarda karşılaştıkları kumar içeriklerine eleştirel bir gözle yaklaşmaları gerektiği açıktır.

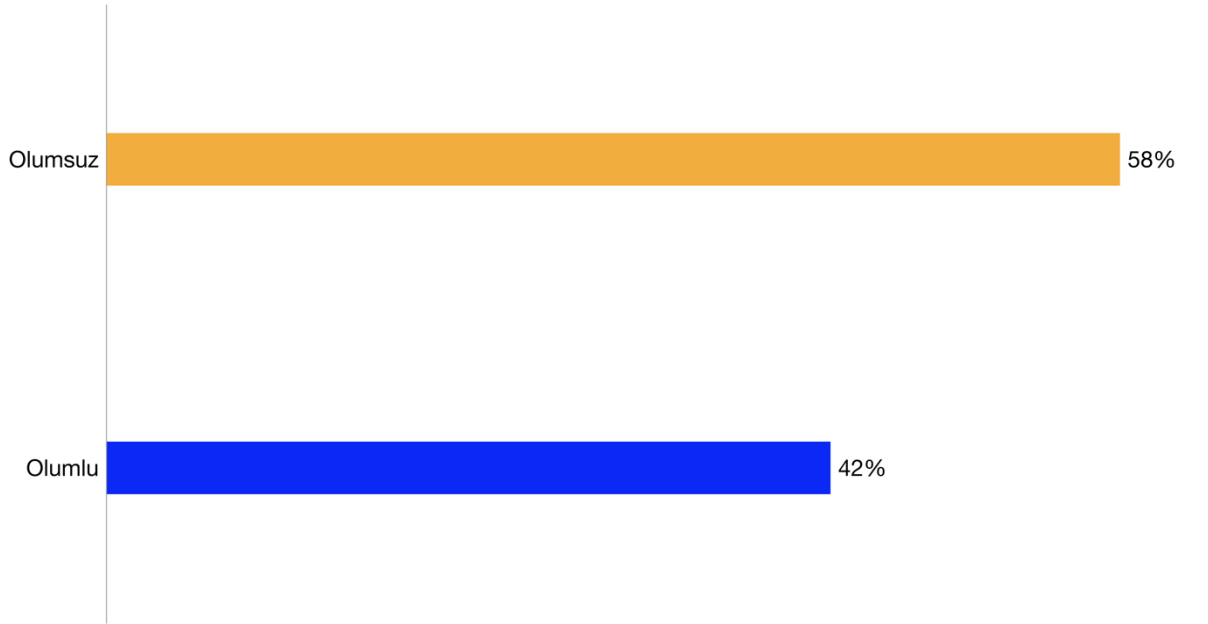
Albarrán-Torres'in araştırmasında (2018) ifade ettiği gibi, çevrimiçi kumar, sosyal medya paylaşımları ve mobil uygulamalardaki bildirimler aracılığıyla oynama davranışını sürekli teşvik ederek, yeni medya dinamiklerini etkili bir şekilde kullanmaktadır. Mevcut araştırma kapsamında, katılımcılardan K11'in ifade ettiği şu cümle dikkat çekicidir: *"Sosyal medyada karşıma çıkan reklamlar ve Influencer'ların kumar oyunları üzerine yaptıkları olumlu yorumlar nedeniyle kumar oynamaya başladım."* Bu ifade, sosyal medya ve Influencer içeriklerinin, çevrimiçi kumar davranışlarının başlamasında önemli bir tetikleyici olabileceğini göstermektedir. Özellikle sosyal medya platformlarında yayılan hedefli reklamlar ve geniş bir takipçi kitlesine sahip olan Influencer'ların olumlu geri bildirimleri, bireyler üzerinde güvenilirlik ve cazibe algısı yaratmaktadır. K11'in deneyimi, bu tür içeriklerin bireylerin karar verme süreçlerini nasıl etkilediğini ve sosyal medyanın bir eğlence aracı olmanın ötesinde, bireylerin davranışlarını yönlendirme potansiyeline sahip olduğunu da ortaya koymaktadır. Ayrıca bu durum, sosyal medyanın hem reklam içeriklerinin yayılma hızı hem de etkisi bakımından kontrolsüz bir alan haline geldiğini vurgulamaktadır. Bu bağlamda, kullanıcıların yeni medya okuryazarlığı becerilerinin artırılması, bu tür manipülatif içeriklerin etkisinin azaltılmasında kritik bir rol oynayabilir. Yeni medya okuryazarlığı sayesinde bireyler, reklamların ve influencer içeriklerinin arka planındaki ticari kaygıları ve manipülatif stratejileri daha sorumlu ve daha bilinçli bir şekilde anlayabilirler.



Şekil 4. Çevrimiçi Kumara Yönelik Gelecek Planları Alt Teması

Şekil 2'ye göre, üniversite öğrencilerinin çevrimiçi kumara yönelik gelecek planları incelendiğinde dikkat çekici sonuçlara ulaşılmıştır. Mülakatlardan elde edilen verilere göre, öğrencilerin %42'si, çevrimiçi kumar oynamaya devam etme niyetindedir. Bu durumun, kısa yoldan, kolay bir şekilde para kazanma isteği ile ilgili olduğu düşünülmektedir. Bırmayı düşünen öğrencilerin ise, yaşadıkları finansal kayıpların yanı sıra kumarın neden olduğu psikolojik yüklerden (stres, pişmanlık ve sinir gibi) kurtulmak istediklerini göstermektedir. Özellikle yüksek kayıplar yaşayan öğrencilerin, bu durumun maddi sonuçlarını uzun vadede

daha net bir şekilde algıladıkları ve bu nedenle kumarı bırakma yönünde bir eğilim sergiledikleri gözlemlenmiştir. Katılımcıların dörtte biri ise kumar oynamayı bıraktıklarını ifade etmişlerdir.



Şekil 5. Çevrimiçi Kumarın Risk ve Güvenilirliği Hakkında Görüşler Alt Teması

Şekil 3'teki grafiğe göre, katılımcıların %58'i çevrimiçi kumarı riskli ve güvenli bulmadıklarını ifade ederken, %42'si ise herhangi bir endişe duymadıklarını belirtmiştir. Katılımcıların dikkat çeken birkaç yorumu aşağıda paylaşılmıştır:

K4: “Olumsuz bir durumla karşılaşmadığım ve oyunların merkezi yurt dışında olduğu için herhangi bir endişem yok bu konuda.”

K1: “Bence bir güvenliği yok, devlet biraz üstünde dursa sonunu getirebilir. Çok fazla risk barındırıyor. Kimlik numaramızla giriş yapıyoruz ve tüm bilgilerimiz onların elinde ama para kazanma hırsı bunların hepsini silip süpürüyor maalesef.”

K10: “Fazla miktarda yatırıp kaybetme riski var ancak, güvenilir bence ve kazandığın parayı yatırıyorlar.”

K6: “Para kazanmama rağmen çekim talebinde bulunduğumda paramı yatırmayıp hesabımı bilgim dışında kapattılar.”

Katılımcıların çevrimiçi kumara ilişkin algıları, bireylerin yeni medya ortamlarındaki risk ve güven unsurlarını nasıl değerlendirdiğine dair önemli ipuçları sunmaktadır. Şekil 3'teki verilere göre, katılımcıların %58'i çevrimiçi kumarın riskli olduğunu ifade ederken, %42'si herhangi bir endişe taşımadığını belirtmiştir. Bu dağılım, bireylerin yeni medya platformlarına yönelik algılarının homojen olmadığını ve risk farkındalığı ile güven algısı arasında bir ayrışma bulunduğunu göstermektedir. Katılımcı yorumları, çevrimiçi kumarın bireyler üzerindeki etkilerinin yalnızca ekonomik boyutlarla sınırlı olmadığını, aynı zamanda güvenlik algısı, veri gizliliği ve para kazanma hırsı gibi çok boyutlu unsurları içerdiğini ortaya koymaktadır. Örneğin, bazı katılımcılar kimlik bilgilerinin yabancı şirketler tarafından işlenmesi nedeniyle risk algısına vurgu yaparken, diğerleri olumsuz bir deneyim yaşamamış olmalarının güven duygularını artırdığını belirtmiştir. Bu durum, bireylerin yeni medya ortamlarında eleştirel düşünme ve bilgiye dayalı değerlendirme yapma becerilerinin geliştirilmesi gerektiğine işaret etmektedir. Yeni medya okuryazarlığı perspektifinden değerlendirildiğinde, bireylerin çevrimiçi kumar

platformlarına yönelik algıları, eleştirel medya okuryazarlığı düzeyindeki eksiklikleri açıkça yansıtmaktadır. Özellikle eleştirel düşünme becerilerinin geliştirilmesi, bireylerin sadece kişisel deneyimlere değil, aynı zamanda kumar içerikleri ve reklamlarının arka planına dair daha kapsamlı bir analiz yapabilmelerini sağlayacaktır. Yeni medya okuryazarlığının temel hedeflerinden biri olan bilgiye dayalı karar verme yetkinliğinin, çevrimiçi kumar gibi risk unsurları içeren platformlar söz konusu olduğunda hayati önem taşıdığı görülmektedir.

Sonuç olarak, bu değerlendirme, bireylerin çevrimiçi kumara ilişkin algılarının çeşitli unsurlardan etkilendiğini ve bu platformların sunduğu olanaklarla birlikte barındırdığı risklere karşı daha bilinçli bir yaklaşım geliştirilmesi gerektiğini ortaya koymaktadır. Yeni medya okuryazarlığı çerçevesinde, bireylerin medya içeriklerine eleştirel bir perspektifle yaklaşmasını sağlamak hem risklerin farkına varılması hem de daha bilinçli kullanıcı davranışlarının teşvik edilmesi açısından kritik bir öneme sahiptir.

Sonuç

Çevrimiçi kumar, internet, mobil cihazlar ve sosyal medyanın yaygın kullanımıyla birlikte dünya genelinde popüler bir eğlence ve kazanç arayışı haline gelmiştir. Sosyal medyanın denetimden uzak yapısı ve anonimlik özelliği, çevrimiçi dolandırıcılık faaliyetleri için son derece elverişli bir ortam sunmaktadır. Dolandırıcılar, kimliklerini gizleyerek hedef kitlelerine kolayca ulaşabilmekte ve sahte hesaplar üzerinden çeşitli yöntemlerle güven kazanma stratejileri geliştirebilmektedirler. Ayrıca, sosyal medya platformlarının geniş kullanıcı tabanı ve hızlı bilgi yayılımı, dolandırıcıların daha geniş bir kitleye erişmesine olanak tanırken, aynı zamanda mağdurların dolandırıcılık tuzaklarına düşme olasılığını artırmaktadır. Kumar platformları ve yayıncılar, sosyal medyanın sağladığı geniş erişim ve düşük maliyetli reklam avantajlarından yararlanarak hedef kitlelerine kolaylıkla ulaşabilmektedir. Bu platformlar, kullanıcıların dikkatini çekmek için görsel ve metinsel içerikler üreterek, çeşitli oyun türlerini cazip bir şekilde tanıtmaktadır. Özellikle algoritmaların bireysel kullanıcı ilgi alanlarına uygun içerikleri öne çıkarması, bu tür reklamların daha fazla kişiye ulaşmasını kolaylaştırmaktadır. Aynı zamanda, sponsorluk anlaşmaları ve etkileyiciler (influencer) aracılığıyla yapılan tanıtımlar, sosyal medya kullanıcıları üzerinde daha güçlü bir etki yaratmaktadır. Özetle, sosyal medya, kumar platformlarının geniş bir kullanıcı kitlesine hızlı ve etkili bir şekilde erişim sağlamasına olanak tanıyan önemli bir mecra haline gelmiştir. Bu bağlamda, sosyal medya platformlarının denetim mekanizmalarının güçlendirilmesi ve kullanıcıların yeni medya okuryazarlığı düzeylerinin artırılması, çevrimiçi dolandırıcılıkla mücadelede önemli adımlar olarak öne çıkmaktadır.

Yeni medya teknolojilerinin entegrasyonu ile kumar, giderek daha sıradanlaşan ve yaygınlaşan bir eğlence biçimi olarak deneyimlenmektedir. Bu süreçte, kumar faaliyetleri, özellikle oyunlaştırma unsurları aracılığıyla bir eğlence formu olarak yeniden şekillenmekte ve kullanıcılar açısından daha cazip hale getirilmektedir. Bu çalışmada, slot oyunlarının tasarım özellikleri ve ödül sistemleriyle kullanıcıları platformda uzun süre tutma potansiyeline sahip olduğu bir kez daha vurgulanmıştır. Özellikle bu oyunların, sürekli ödül kazanma olasılığına dayalı mekanizmalarıyla kullanıcıların dikkatini çektiği ve onların davranışlarını yönlendirebildiği görülmüştür. Bu bağlamda, öğrencilerin bu tür oyunlardaki ödül mekanizmalarının doğasını ve bu mekanizmaların bireyler üzerinde yaratabileceği psikolojik etkileri anlamaları büyük önem taşımaktadır. Bu durum, bireylerin eleştirel bir bakış açısı geliştirmelerine olanak tanıyan yeni medya okuryazarlığı becerilerinin gerekliliğini bir kez daha ortaya koymaktadır. Dolayısıyla, bu çalışmanın bulguları, dijital ortamda sunulan

oyunlaştırılmış içeriklerin etkilerini anlamının, bilinçli bir medya kullanımı için kritik bir adım olduğunu göstermektedir.

Çalışmanın bir diğer önemli bulgusu, öğrencilerin çevrimiçi kumar platformlarında güvenliğin ve mahremiyetin sağlanması konusunda yeterli bilgiye sahip olmamasıdır. Bu durum, kullanıcıların kişisel bilgilerinin kötüye kullanılmasına ve finansal kayıplara yol açabilecek güvenlik açıklarına karşı savunmasız hale gelmelerine neden olabilmektedir. Çevrimiçi kumar, dijitalleşmenin etkisiyle hızla büyüyen bir sektör olarak dikkat çekerken, bu alandaki denetim eksiklikleri dolandırıcılık faaliyetlerinin artmasına zemin hazırlamaktadır. Özellikle sosyal medya platformları, sahip oldukları anonimlik ve denetimden uzak yapıları itibarıyla dolandırıcıların yasa dışı kumar uygulamalarını tanıtarak geniş kitlelere ulaşabildiği bir alan haline gelmiştir. Bu platformlar üzerinden yapılan yanıltıcı reklamlar ve sahte kullanıcı yorumları, bireyleri kolay kazanç vaadiyle tuzağa çekmekte, dolandırıcılar ise mağdurların kişisel bilgilerini ya da finansal varlıklarını ele geçirmektedir. Bu durum, bireylerin yeni medya okuryazarlığı seviyelerini artırmaları gerekliliğinin yanı sıra çevrimiçi kumar alanında daha etkili bir düzenleme ve sosyal medya platformlarının daha fazla sorumluluk almaları ihtiyacını ortaya koymaktadır.

Sonuç olarak, yeni medya okuryazarlığı, çevrimiçi kumarın bireyler üzerindeki potansiyel zararlarını azaltmada ve dijital ortamlarda daha bilinçli ve sorumlu hareket etmelerini sağlamada temel bir role sahiptir. Bu bağlamda, üniversite öğrencilerine yönelik farkındalık artırıcı eğitim programlarının geliştirilmesi ve bu programların sistematik bir şekilde uygulanması büyük önem taşımaktadır. Bu tür eğitimler, öğrencilerin çevrimiçi kumar içeriklerinin yapısını, ödül mekanizmalarını ve bu içeriklerin bireyler üzerindeki psikolojik ve sosyal etkilerini eleştirel bir bakış açısıyla değerlendirebilmelerine olanak tanıyacaktır. Bunun yanı sıra, çevrimiçi kumar alışkanlıklarının yalnızca bireysel düzeyde değil, daha geniş bir toplumsal bağlamda incelenmesi ve bu konunun disiplinler arası bir yaklaşımla ele alınması gerekmektedir. Özellikle sosyoloji, psikoloji, medya çalışmaları ve ekonomi gibi farklı disiplinlerin perspektiflerini bir araya getiren çalışmalar, çevrimiçi kumarla ilişkili problemlerin çözümüne yönelik daha etkili ve sürdürülebilir stratejiler geliştirilmesine katkı sağlayacaktır. Bu tür bütüncül yaklaşımlar hem bireysel farkındalığı artırmak hem de toplumsal düzeyde bilinçlendirme süreçlerini desteklemek açısından kritik öneme sahiptir.

Açıklamalar

* **Etik Kurul Onayı:** Bu çalışma, Iğdır Üniversitesi Bilimsel Araştırma ve Yayın Etik Kurulu Başkanlığı'nın 02.01.2025 tarihli ve E-37077861-900-159542 sayılı onayı ile gerçekleştirilmiştir.

* **Yayın Etiği:** Bu çalışma, "Yükseköğretim Kurumları Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Yönergesi" kapsamında belirtilen kurallara uygun olarak hazırlanmıştır. Ayrıca, makale intihal tespit yazılımlarıyla (Turnitin / iThenticate) taranmış ve herhangi bir intihal tespit edilmemiştir.

* **Yazar Katkı Oranı:** Uygun değildir.

* **Çıkar Çatışması:** Çalışmanın yazarının herhangi bir kurum ya da kuruluş ile çıkar çatışması bulunmamaktadır.

* **Akademik Finansal Destek:** Çalışma; herhangi bir akademik finansal destek kuruluşu (TÜBİTAK, BAP, Avrupa Birliği, Birleşmiş Milletler, vs.) tarafından veya başka bir kurum/kuruluş tarafından herhangi bir destek almamıştır.

* *Yazar Beyanı:* Çalışma bir tezden veya sempozyum/kongre gibi herhangi bir akademik toplantıda sunulan bildiriden üretilmemiştir. Herhangi bir akademik proje kapsamında değildir.

Structured Extended Abstract

Research Background & Problem

Online gambling has evolved into a rapidly growing global industry with an annual market value reaching billions of dollars. The ease of access, anonymity, and diverse gaming options offered by online platforms attract a broad audience, including individuals who have not previously participated in traditional gambling activities (Leslie & McGrath, 2024). Despite varying gambling regulations and cultural differences across countries, social media and the Internet have made gambling activities more visible and accessible (Clemens et al., 2017). Social media and mobile devices have removed gambling from traditionally problematic venues such as casinos, bars, and clubs, bringing it directly into the homes and pockets of current and potential consumers. The proliferation of betting applications, online casinos, slot machines, and in-game lotteries in video games has contributed to the normalization of gambling and facilitated the unregulated and haphazard growth of the gambling industry (Parker et al., 2024, p. 313).

The aim of the present study is to explore university students' tendencies toward online gambling behaviors, and the underlying motivational and social factors. Additionally, the study will discuss the role of new media literacy in raising awareness about online gambling content and enhancing individuals' self-protection skills.

Research Methodology

This study employed a phenomenological design within qualitative research. The research questions focused on: (1) motivations for initiating online gambling, (2) factors influencing game preferences, (3) emotional reactions to wins and losses, (4) social and financial impacts, and (5) reasons for continuing or quitting online gambling. To explore these issues, in-depth interviews were conducted with 12 voluntary undergraduate students (6 female, 6 male) from public universities in Turkey who gamble online, selected via purposive sampling. Interviews took place between January 5–20, 2025. Data were thematically analyzed using MAXQDA 24, following Braun and Clarke's (2006) reflexive thematic analysis approach, compatible with phenomenological research. This flexible method emphasized the researcher's active, interpretive role. The analysis followed six phases: familiarization, coding, theme development, reviewing, defining/naming themes, and reporting. Interview transcripts were closely read, open-coded line by line, and subjected to multiple coding. Similar codes were grouped into overarching themes, reviewed for coherence, and interpreted through participant narratives. Attention was given to associating data segments with multiple themes to reflect the complexity of responses.

Research Results

Based on the findings of the study, it was observed that social environment and new media content play a decisive role in university students' initiation into online gambling. In particular, the influence of peer recommendations as well as social media and internet advertisements stands out. The fact that "Slot Games" are by far the most preferred type of game among participants is associated with the simplicity of these games and the expectation of high

winnings. While participants described their online gambling experiences as exciting and entertaining, they also emphasized that the desire to win, emotional gratification, and feelings such as stress and anger are important components of this process. The motivation to win and the interest in specific games were also supported by word frequency analysis, in which terms like “game,” “winning,” and “Sweet Bonanza” were prominent. Furthermore, participants’ indecisiveness regarding their online gambling habits indicates that this behavior possesses a multilayered and dynamic structure. Elements highlighted in the code cloud analysis—such as “Slot Games,” “Peer Recommendation,” “Desire to Earn Money,” and “Social Media and Internet Advertisements”—reveal that social, economic, and media-based motivations are all influential in the initiation of online gambling.

Conclusion & Discussion

The findings of this study align with prior research on the normalization and individual impacts of online gambling. New media technologies have made gambling more accessible and appealing, especially through gamification. Slot games, with their continuous reward mechanisms, effectively retain user attention—supporting Griffiths and Parke’s (2002) observations on digital game behavior. Similarly, Albarrán-Torres (2018) highlights how online gambling leverages social media and app notifications to sustain user engagement. This study confirms such dynamics, as participants frequently mentioned being drawn into repeated gambling cycles through targeted ads, algorithmic content, and persistent alerts.

Another key finding highlights that university students often lack awareness about security and privacy on online gambling platforms, making them vulnerable to data misuse and financial loss. As noted by Savolainen et al. (2022), online gambling is not merely an individual act but intersects with broader concerns like digital security, privacy, and media literacy. Rapid digitalization, regulatory gaps, and the unregulated nature of social media have enabled fraudulent practices, including fake reviews and deceptive ads that exploit users' trust and data.

Online gambling emerges as a complex phenomenon involving economic, social, psychological, and security aspects. Beyond the role of platform algorithms and reward systems, users must develop critical evaluation skills. Promoting new media literacy is vital for both individual awareness and safer digital environments. Educational programs tailored to university students can help them understand content structures, reward dynamics, and risks.

In sum, online gambling should be tackled not just individually but through interdisciplinary approaches integrating sociology, psychology, media, and economics. Effective solutions also require greater accountability from social media platforms and stronger digital regulation.

Kaynakça

- Albarrán-Torres, C. (2018). *Digital gambling*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780203730690>
- Ata, F., & Karakuyu, A. (2021). Yeni medya okuryazarlığı: Üniversite öğrencileri üzerine bir değerlendirme. *Journal of Academic Social Resources*, 6(30), 1524-1532. <https://doi.org/10.31569/ASRJOURNAL.332>

- Başkale, H. (2016). Nitel araştırmalarda geçerlik, güvenilirlik ve örneklem büyüklüğünün belirlenmesi. *Dokuz Eylül Üniversitesi Hemşirelik Fakültesi Elektronik Dergisi*, 9(1), 23-28. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/deuhfed/issue/46796/586804>
- Bedford, K. (2024). An affordable wager: The wider implications of regulatory innovations to address vulnerability in online gambling. *Critical Gambling Studies*, 4(2), 31-50. <https://doi.org/10.29173/cgs158>
- Berg, B. L., & Lune, H. (2015). *Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri*. Eğitim Yayınevi.
- Blanchard, A. L., & Henle, C. A. (2008). Correlates of different forms of cyberloafing: The role of norms and external locus of control. *Computers in Human Behavior*, 24(3), 1067-1084. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2007.03.008>
- Blaszczynski, A., & Nower, L. (2002). A pathways model of problem and pathological gambling. *Addiction*, 97(5), 487-499. <https://doi.org/10.1046/j.1360-0443.2002.00015.x>
- Braun, V., & Clarke, V. (2006). Using thematic analysis in psychology. *Qualitative Research in Psychology*, 3(2), 77-101. <https://doi.org/10.1191/1478088706qp063oa>
- Catania, M., & Griffiths, M. D. (2021). Applying the DSM-5 criteria for gambling disorder to online gambling account-based tracking data: An empirical study utilizing cluster analysis. *Journal of Gambling Studies*, 38(4), 1289-1306. <https://doi.org/10.1007/s10899-021-10080-9>
- Chen, D.-T., Wu, J., & Wang, Y.-M. (2011). Unpacking new media literacy. *Journal of Systemics, Cybernetics and Informatics*, 9(2), 84-88. <http://www.iiisci.org/journal/sci/FullText.asp?var=&id=OL508KR>
- Chóliz, M. (2016). The challenge of online gambling: The effect of legalization on the increase in online gambling addiction. *Journal of Gambling Studies*, 32(2), 749-756. <https://doi.org/10.1007/s10899-015-9558-6>
- Clemens, F., Hanewinkel, R., & Morgenstern, M. (2017). Exposure to gambling advertisements and gambling behavior in young people. *Journal of Gambling Studies*, 33(1), 1-13. <https://doi.org/10.1007/s10899-016-9606-x>
- Cosgrave, J. F. (2010). Embedded addiction: The social production of gambling knowledge and the development of gambling markets. *Source: The Canadian Journal of Sociology / Cahiers canadiens de sociologie*, 35(1), 113-134. <https://doi.org/10.2307/canajsocicahican.35.1.113>
- Costes, J.-M., Kairouz, S., Fiedler, I., Bartczuk, R. P., Lelonkek-Kuleta, B., Minutillo, A., & Notari, L. (2023). Online gambling practices and related problems in five European countries: Findings from the electronic gam(b)ling multinational empirical survey (E-GAMES) project. *Journal of Gambling Studies*. <https://doi.org/10.1007/s10899-023-10229-8>
- Cotte, J., & Latour, K. A. (2009). Blackjack in the kitchen: Understanding online versus casino gambling. *Journal of Consumer Research*, 35(5), 742-758. <https://doi.org/10.1086/592945>
- Drakeford, B. P., & Hudson-Smith, M. (2015). Mobile gambling: Implications of accessibility. *Journal of Research Studies in Business & Management*, 1(1), 3-28.
- Effertz, T., Bischof, A., Rumpf, H. J., Meyer, C., & John, U. (2018). The effect of online gambling on gambling problems and resulting economic health costs in Germany. *European Journal of Health Economics*, 19(7), 967-978. <https://doi.org/10.1007/s10198-017-0945-z>
- Elton-Marshall, T., Leatherdale, S. T., & Turner, N. E. (2016). An examination of internet and land-based gambling among adolescents in three Canadian provinces: Results from the youth gambling survey (YGS). *BMC Public Health*, 16(1), 277. <https://doi.org/10.1186/s12889-016-2933-0>

- Fiedler, I. (2018). Regulation of online gambling. *Economics and Business Letters*, 7(4), 162-168. <https://doi.org/https://doi.org/10.17811/eb1.7.4.2018.162-168>
- Gainsbury, S. M. (2015). Online gambling addiction: The relationship between internet gambling and disordered gambling. *Current Addiction Reports*, 2(2), 185-193. <https://doi.org/10.1007/s40429-015-0057-8>
- Gainsbury, S. M., Angus, D. J., Procter, L., & Blaszczynski, A. (2020). Use of consumer protection tools on internet gambling sites: Customer perceptions, motivators, and barriers to use. *Journal of Gambling Studies*, 36(1), 259-276. <https://doi.org/10.1007/s10899-019-09859-8>
- Gainsbury, S. M., Delfabbro, P., King, D. L., & Hing, N. (2016). An exploratory study of gambling operators' use of social media and the latent messages conveyed. *Journal of Gambling Studies*, 32(1), 125-141. <https://doi.org/10.1007/s10899-015-9525-2>
- Gainsbury, S., Wood, R., Russell, A., Hing, N., & Blaszczynski, A. (2012). A digital revolution: Comparison of demographic profiles, attitudes and gambling behavior of Internet and non-Internet gamblers. *Computers in Human Behavior*, 28(4), 1388-1398. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2012.02.024>
- Ghaharian, K., Abarbanel, B., Kraus, S. W., Singh, A., & Bernhard, B. (2023). Players gonna pay: Characterizing gamblers and gambling-related harm with payments transaction data. *Computers in Human Behavior*, 143, 107717. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2023.107717>
- Goldstein, A. L., Vilhena-Churchill, N., Stewart, S. H., Hoaken, P. N. S., & Flett, G. L. (2016). Mood, motives, and money: An examination of factors that differentiate online and non-online young adult gamblers. *Journal of Behavioral Addictions*, 5(1), 68-76. <https://doi.org/10.1556/2006.5.2016.003>
- Griffiths, M. D., & Parke, J. (2002). The social impact of internet gambling. *Social Science Computer Review*, 20(3), 312-320. <https://doi.org/10.1177/089443930202000308>
- Håkansson, A., Mårdhed, E., & Zaar, M. (2017). Who seeks treatment when medicine opens the door to pathological gambling patients-psychiatric comorbidity and heavy predominance of online gambling. *Frontiers in Psychiatry*, 8. <https://doi.org/10.3389/fpsy.2017.00255>
- Håkansson, A., & Widinghoff, C. (2019). Television gambling advertisements: Extent and content of gambling advertisements with a focus on potential high-risk commercial messages. *Addictive Behaviors Reports*, 9, 100182. <https://doi.org/10.1016/j.abrep.2019.100182>
- Hennink, M., & Kaiser, B. N. (2022). Sample sizes for saturation in qualitative research: A systematic review of empirical tests. *Social Science & Medicine*, 292, 114523. <https://doi.org/10.1016/j.socscimed.2021.114523>
- Hing, N., Russell, A. M., & Browne, M. (2017). Risk factors for gambling problems on online electronic gaming machines, race betting and sports betting. *Frontiers in Psychology*, 8. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2017.00779>
- Hing, N., Smith, M., Rockloff, M., Thorne, H., Russell, A. M. T., Dowling, N. A., & Breen, H. (2022). How structural changes in online gambling are shaping the contemporary experiences and behaviours of online gamblers: An interview study. *BMC Public Health*, 22(1), 1620. <https://doi.org/10.1186/s12889-022-14019-6>
- Humphreys, A., & Latour, K. A. (2013). Framing the game: Assessing the impact of cultural representations on consumer perceptions of legitimacy. *Journal of Consumer Research*, 40(4), 773-795. <https://doi.org/10.1086/672358>

- İli, B. (2024). Çevrimiçi kumarın sosyal medyada tehlikeli yükselişi: YouTube videoları üzerine bir inceleme. *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, 12(2), 793-815. <https://doi.org/doi:10.19145/e-gifder.1407240>
- James, R. J. E., O'Malley, C., & Tunney, R. J. (2019). Gambling on smartphones: A study of a potentially addictive behaviour in a naturalistic setting. *European Addiction Research*, 25(1), 30-40. <https://doi.org/10.1159/000495663>
- Jeannot, E., Dickson, C., Zumwald, C., & Simon, O. (2023). 18 years of changing trends: Swiss data on the clinical characteristics and game types associated with problem gambling. *Healthcare*, 11(2), 166. <https://doi.org/10.3390/healthcare11020166>
- Judijanto, L., & Tehedi, T. (2024). Gambling in the digital age: A systematic review of the literature on the phenomenon of online gambling. *International Journal of Financial Economics*, 1(1), 180-187.
- King, D., Delfabbro, P., & Griffiths, M. (2010). The convergence of gambling and digital media: Implications for gambling in young people. *Journal of Gambling Studies*, 26(2), 175-187. <https://doi.org/10.1007/s10899-009-9153-9>
- Koc, M., & Barut, E. (2016). Development and validation of New Media Literacy Scale (NMLS) for university students. *Computers in Human Behavior*, 63, 834-843. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2016.06.035>
- Kuss, D. J., Kristensen, A. M., & Lopez-Fernandez, O. (2021). Internet addictions outside of Europe: A systematic literature review. *Computers in Human Behavior*, 115, 106621. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2020.106621>
- LaPlante, D. A., Kleschinsky, J. H., LaBrie, R. A., Nelson, S. E., & Shaffer, H. J. (2009). Sitting at the virtual poker table: A prospective epidemiological study of actual Internet poker gambling behavior. *Computers in Human Behavior*, 25(3), 711-717. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2008.12.027>
- Lelonek-Kuleta, B., & Bartczuk, R. P. (2021). Online gambling activity, pay-to-win payments, motivation to gamble and coping strategies as predictors of gambling disorder among e-sports bettors. *Journal of Gambling Studies*, 37(4), 1079-1098. <https://doi.org/10.1007/s10899-021-10015-4>
- Leslie, R. D., & McGrath, D. S. (2024). A comparative profile of online, offline, and mixed-mode problematic gamblers' gambling involvement, motives, and HEXACO personality traits. *Journal of Gambling Studies*, 40(1), 237-253. <https://doi.org/10.1007/s10899-023-10193-3>
- Levy, D. (2006). Qualitative methodology and grounded theory in property research. *Pacific Rim Property Research Journal*, 12(4), 369-388. <https://doi.org/10.1080/14445921.2006.11104216>
- Lin, T.-B., Li, J.-Y., Deng, F., & Lee, L. (2013). Understanding new media literacy: An explorative theoretical framework. *Journal of Educational Technology & Society*, 16(4), 160-170.
- Lin, W., & Wang, P. (2024). The social order of illegal markets in cyberspace: extralegal governance and online gambling in China. *Humanities and Social Sciences Communications*, 11(1), 1643. <https://doi.org/10.1057/s41599-024-04166-z>
- Livingstone, S., Couvering, E. Van, & Thumim, N. (2004). *Adult media literacy: A review of the research literature on behalf of Ofcom*. www.ofcom.org.uk.
- Lowe, A., Norris, A. C., Farris, A. J., & Babbage, D. R. (2018). Quantifying thematic saturation in qualitative data analysis. *Field Methods*, 30(3), 191-207. <https://doi.org/10.1177/1525822X17749386>

- Luan, L., Liang, J.-C., Chai, C. S., Lin, T.-B., & Dong, Y. (2023). Development of the new media literacy scale for EFL learners in China: A validation study. *Interactive Learning Environments*, 31(1), 244-257. <https://doi.org/10.1080/10494820.2020.1774396>
- Marmet, S., Studer, J., Wicki, M., Khazaal, Y., & Gmel, G. (2021). Online gambling's associations with gambling disorder and related problems in a representative sample of young Swiss men. *Frontiers in Psychiatry*, 12, 703118. <https://doi.org/10.3389/fpsy.2021.703118>
- Masaeli, N., & Farhadi, H. (2021). Prevalence of Internet-based addictive behaviors during COVID-19 pandemic: a systematic review. *Journal of Addictive Diseases*, 39(4), 468-488. <https://doi.org/10.1080/10550887.2021.1895962>
- McCormack, A., & Griffiths, M. D. (2012). Motivating and inhibiting factors in online gambling behaviour: A grounded theory study. *International Journal of Mental Health and Addiction*, 10(1), 39-53. <https://doi.org/10.1007/s11469-010-9300-7>
- Merriam, S. B. (2009). *Qualitative research: A guide to design and implementation*. John Wiley & Sons.
- Mora-Salgueiro, J., García-Estela, A., Hogg, B., Angarita-Osorio, N., Amann, B. L., Carlbring, P., Jiménez-Murcia, S., Pérez-Sola, V., & Colom, F. (2021). The prevalence and clinical and sociodemographic factors of problem online gambling: A systematic review. *Journal of Gambling Studies*, 37(3), 899-926. <https://doi.org/10.1007/s10899-021-09999-w>
- Moustakas, C. (1994). *Phenomenological research methods*. Sage Publications. <https://doi.org/10.4135/9781412995658>
- Murch, W. S., Kairouz, S., & French, M. (2024). Establishing the temporal stability of machine learning models that detect online gambling-related harms. *Computers in Human Behavior Reports*, 14, 100427. <https://doi.org/10.1016/j.chbr.2024.100427>
- Özmen, Ş. Y. (2018). Dijital şiddet, siber zorbalık ve yeni medya okuryazarlığı üzerine bir değerlendirme. *Journal of International Social Research*, 11(61), 958-966. <https://doi.org/10.17719/jisr.2018.2989>
- Park, S., Kim, E., & Na, E.-Y. (2015). Online activities, digital media literacy, and networked individualism of Korean youth. *Youth & Society*, 47(6), 829-849. <https://doi.org/10.1177/0044118X14561008>
- Parker, C., Albarrán-Torres, C., Briggs, C., Burgess, J., Carah, N., Andrejevic, M., Angus, D., & Obeid, A. (2024). Addressing the accountability gap: Gambling advertising and social media platform responsibilities. *Addiction Research and Theory*, 32(4), 312-318. <https://doi.org/10.1080/16066359.2023.2269852>
- Patton, M. Q. (2001). *Qualitative research and evaluation methods*. Sage Publications.
- Rangchian, M., Nezami, S., Jafari Seresht, D., & Larki-Harchegani, A. (2020). Pharmacy students' level of financial literacy and its differences among students with various career intentions. *Currents in Pharmacy Teaching and Learning*, 12(6), 671-679. <https://doi.org/10.1016/j.cptl.2019.10.008>
- Reith, G. (2005). *The Age of Chance*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780203978306>
- Savolainen, I., Sirola, A., Vuorinen, I., Mantere, E., & Oksanen, A. (2022). Online communities and gambling behaviors - A systematic review. *Current Addiction Reports*, 9(4), 400-409. <https://doi.org/10.1007/s40429-022-00430-x>
- Sharma, S. (2022). Enablers to financial literacy: A DEMATEL approach. *Procedia Computer Science*, 214, 520-527. <https://doi.org/10.1016/j.procs.2022.11.207>
- Siomos, K., Floros, G., Fisoun, V., Evaggelia, D., Farkonas, N., Sergeantani, E., Lamprou, M., & Geroukalis, D. (2012). Evolution of Internet addiction in Greek adolescent students over

- a two-year period: The impact of parental bonding. *European Child and Adolescent Psychiatry*, 21(4), 211-219. <https://doi.org/10.1007/s00787-012-0254-0>
- Tessier, S., Romo, L., & Zerhouni, O. (2024). Emotional dysregulation, shame and guilt predict severity of gambling among a population of gamblers. *Journal of Gambling Studies*, 40(2), 793-807. <https://doi.org/10.1007/s10899-023-10248-5>
- Zhang, J. (2023). Skin gambling in mainland China: Survival of online gambling companies. *Cogent Social Sciences*, 9(2). <https://doi.org/10.1080/23311886.2023.2265209>