



İNSAN VE TOPLUM BİLİMLERİ  
ARAŞTIRMALARI DERGİSİ

Cilt / Vol: 7, Sayı/Issue: 2, 2018  
Sayfa: 695-717

Received/Geliş: Accepted/Kabul:  
[04-12-2017] – [12-04-2018]

## Akıllı Telefon Bağımlılığının Sosyal Medya Kullanımı ve Beş Faktör Kişilik Özelliği İle İlişkisi: Üniversite Öğrencileri Üzerinden Bir Araştırma

Metin IŞIK

Dr.Öğr.Üyesi, Bitlis Eren Üniversitesi, İİBF, İşletme Bölümü  
Asst.Prof., Bitlis Eren Univ. Faculty of Economics and Administrative Sciences  
Orcid ID: 0000-0003-4577-0095  
imetin@beu.edu.tr

İrem KAPTANGİL

Öğr.Gör.Dr. Bitlis Eren Üniversitesi, Sosyal Bilimler Myo, İşletme Bölümü  
Dr., Bitlis Eren Univ. Vocational School of Social Sciences  
Orcid ID: 0000-0002-2058-0159  
ikaptangil@beu.edu.tr

### Öz

Günümüz toplumunda akıllı telefonlar aracılığıyla kullanılan sosyal medya, özellikle üniversite öğrencileri arasında, günlük yaşamın vazgeçilmez bir parçası haline gelmiştir. Bu durum, beraberinde akıllı telefonlara olan bağımlılık sorunsalını da gündeme getirmekte ve bireyin kişilik özellikleri ile ilişkilendirilerek açıklanabileceği düşünülmektedir. Dolayısıyla bu araştırmada; öğrencilerin akıllı telefon bağımlılık düzeyleri ve sosyal medya kullanmalarının, Beş Faktör Kişilik özelliği ile ilişkisi incelenmiştir. Araştırma, Bitlis Eren Üniversitesinde öğrenim gören 343 öğrenci üzerinde gerçekleştirilmiştir. Veri toplamak amacıyla anket formu yöntemi kullanılmış olup, örneklem seçiminde basit tesadüfi örneklem yöntemi benimsenmiştir. Araştırma kapsamında, tanımlayıcı istatistiklerin yanı sıra, korelasyon, basit doğrusal regresyon, çoklu regresyon analizleri yapılmıştır. Yapılan analizler sonucunda öğrencilerin kişilik özellikleri ile akıllı telefon bağımlılığı ve sosyal medya kullanımları arasında istatistiki açıdan anlamlı ilişkiler bulunmuş, aynı zamanda sosyal medya kullanımının akıllı telefon bağımlılığını artırdığı tespit edilmiştir.

**Anahtar Kelimeler:** Akıllı Telefon Bağımlılığı, Sosyal Medya Kullanımı, Kişilik, Beş Faktör Kişilik, Üniversite Öğrencileri.

## The Relation of Smart Phone Addiction to Social Media Usage and Five Factor Personality Trait: A Research on University Students

### Abstract

In today's society, social media usage through smartphones has become an indispensable part of everyday life, especially among university students. This situation brings up the smartphone addiction problem with it and it is thought that it can be explained by associating the case with personality traits. Therefore, in this research; smartphone dependency levels and social media usage in students' relation to the Five Factor Personality traits have been reviewed. To acquire the relevant research data, survey method and simple random sampling method have been used. Correlation, simple linear regression, multiple regression analyses were performed in addition to descriptive statistics. As a result of the analyses, it was found that there were statistically significant relationships between the personality traits of students, smartphone dependency and social media usage. In addition, it was seen that the social media usage increases the smartphone addiction.

**Keywords:** Smart Phone Addiction, Social Media Using, Personality, Five Factor Personality, University Students.

## 1.Giriş

Genel olarak internetin, özel olarak da akıllı cep telefonları gibi iletişim araçlarının kullanımının yaygınlaşmasına bağlı olarak, son yıllarda sosyal medya araçlarının bireyler tarafından hızla benimsendiği ve kullanım düzeylerinin arttığı gözlenmektedir. İnternet, mobil ve sosyal medya kullanıcı istatistikleri konusunda önemli bilgiler sunan We Are Social ve Hootsuite tarafından yayınlanan “Digital in 2017 Global Overview” raporuna göre, dünyanın yarısından fazlası artık en az 1 adet akıllı telefon kullanmaktadır. Aynı zamanda dünya nüfusunun neredeyse üçte ikisinin en az bir cep telefonuna sahibi olduğu ve dünya genelinde web trafiğinin yarısından fazlasının artık cep telefonundan geldiği görülmektedir. Bu bilgilerin yanı sıra We Are Social Sosyal Medya Ajansı’nın (We Are Social, 2017) raporunda, dünya genelinde sosyal ağ sitelerinde kullanıcıların ortalama olarak günde 2 saat süre harcadıkları belirtilmiştir. Sosyal ağ sitelerinde en fazla zaman geçiren ülke günde 4.3 saatle Arjantin, en az zaman geçiren ülke ise günde 0.8 saatle Japonya olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Türkiye ise günde 2,5 saat ortalama ile dünya ortalamasının üzerinde yer almıştır.

Birçok yaşam alanında geliştirilen yeni internet erişim alt yapı olanaklarının artırılması, akıllı telefonların yaygınlaşması ve kullanım oranının artması ile daha önceleri ulaşım olanağının günümüz kadar kolay olmadığı internet erişim oranı da artış göstermiştir. Buna bağlı olarak sosyal medyanın da gördüğü rağbet her geçen gün etkisini arttırmıştır. Bu anlamda sosyal medya ve akıllı telefon kullanımı arasındaki ilişki de gündemde yer edinmeye başlamıştır. Bu ikili ilişkiyi açıklamada karşılaşılan sorunsallardan biri de sosyal medya kullanım sıklığının mı akıllı telefon bağımlılığına yol açtığı, yoksa akıllı telefon bağımlılığının mı sosyal medya kullanımını arttırdığıdır. Sosyal ağ kullanımının mobil hale gelmesi ile oluşan mekan ve zaman bağımsızlığının, sosyal medya ve akıllı telefon kullanımı üzerinde yarattığı bağımlılığın göz önüne alındığı bir noktada araştırmalar, bu bağımlılığa en fazla sahip olduğu düşünülen üniversite gençliği üzerinde yürütülmektedir.

Üniversite gençliği, yaşları ve konumları itibariyle günlük hayat süreçlerinde sanal mekânları sıkça kullanmakta, sosyal medyayı ve sosyal ağlara ulaşmayı sağlayıcı araçları günlük hayatlarında önemli bir yere koymaktadırlar. Sanal dünya gezginleri olarak da ifade edilen üniversite gençliği, eğitim hayatı içinde olma, bilgiye daha çabuk ve kolay ulaşmayı isteme, meraklı olma, kimlik ve kişilik kazanma sürecinde daha çok bilgi ve fikir alışverişi ihtiyacı duyma gibi nedenlerden dolayı sosyal medya araçlarını daha fazla kullanmaktadırlar. Aynı zamanda, eğlenme ve yüz yüze olmayan iletişimde duygularını daha rahat ifade edebilme gibi nedenler de bu kullanımı arttırmaktadır (Karaca, 2007: 11-16).



Sosyal medya, akıllı telefon bağımlılığı ve beş faktör kişilik özelliği değişkenlerini farklı değişkenlerle ilişkilendiren çalışmalar olmakla birlikte, bu değişkenleri bir arada ele alarak inceleyen ve değişkenlerin üniversite öğrencilerinin öğrenim düzeylerine (lisans ve ön lisans) göre farklılaşıp farklılaşmadığını araştıran çalışmalara literatürde rastlanmamıştır. Bu bağlamda, bu araştırmanın amacı; sosyal medya kullanımı ve akıllı telefon bağımlılığı ile üniversite öğrencilerinin kişilik özellikleri arasındaki ilişkiyi belirlemektir.

## 2.Kavramsal Çerçeve

### 2.1.Sosyal Medya

İnternet, 2005 yılından itibaren Web 2.0 dönüşümüyle birlikte, bir iletişim aracı olmanın ötesinde, artık sosyal bir mekân haline gelmiştir. (Kaplan ve Haenlein, 2009: 60; Erkul, 2008: 98). Bu mekân, kullanıcılara yabancılarla tanışma fırsatını sağlarken, bu siteler üzerinden eski arkadaşlarına ulaşma, arkadaşlarının tanıdıklarıyla tanışma ve kendi arkadaş çevresini yaratma gibi imkânlar da sağlamaktadır. Böylelikle toplumsal ilişki biçimlerinin yeniden şekillendirildiği (Boyd ve Ellison, 2007: 211) “sosyal medya” alanı ortaya çıkmaktadır (Koçer, 2012: 71). Bir alışkanlık, bir bağımlılık ya da bazen bir hastalık olarak görülen sosyal medya, her yaştan ve kültürden gelen taleplere yanıt veren, sürekli güncellenebilen, iş aranabilen ve bulunabilen, her türlü sanal paylaşımına açık olan, günlük duygu ve düşüncelerin yazılabildiği, tartışılabildiği hatta eleştirilebildiği, kişisel bilgilerin yanı sıra fotoğrafların ve videoların paylaşılabilirdiği gerçek bir dünyanın sanal olarak yaşanabildiği bir ortam, bir mekan olarak da görülebilmektedir.

Sosyal medya diğer medya türleri arasında hızla yer kazanmış, aynı zamanda her türlü tüketici ve üreticinin de ilgisini çekmiştir (Armellini ve Villanueva, 2011: 30). Kişiler, ihtiyaçlarını karşılamak için, çevrimiçi olarak sosyal medya ile meşgul olmaktadır. Aynı zamanda birer tüketici de olan bu kişiler, sosyal medyada kendilerini tanıtmının, başkalarıyla yeni deneyimler paylaşmanın yanı sıra, sadece eğlenmek veya vakit geçirmek gibi ihtiyaçlarını bile karşılayabilmektedirler (Hutton ve Fosdick, 2011: 566).

Sosyal medya daha çok sosyal amaçlarla kullanılmaktadır. Bireyler, neden sosyal medya araçlarını kullanmaktadırlar sorusunun cevabı çoğunlukla sosyal etkileşim olmaktadır (Kim vd.,2010). Söz konusu kullanım, sosyal medya araçlarının türüne göre değişebileceği gibi kişilik özelliklerine ve demografik özelliklere göre de değişebilmektedir (Kuss ve Griffiths, 2011). Sosyal medya en yüksek derecede paylaşımın gerçekleştiği, online medyanın yeni bir türü olarak fırsatlar sunduğu en yeni fikirlerden biridir ve birtakım özellikler içerir ki bunlar: (Mayfield, 2010: 6 aktaran Vural ve Bat 2010: 3351-3352):



**Katılımcılar:** Sosyal medya, katılımcıları cesaretlendirir ve ilgili olan her bir kullanıcıdan da geri bildirim alır.

**Açıklık:** Geribildirime ve katılımcılara en açık olan, sosyal medya servisleridir. Bu servisler oylama, yorum ve bilgi paylaşımı gibi konularda cesaret aşırıdır. Ulaşımaya yönelik engellere çok nadir rastlanır.

**Konuşma:** Geleneksel medya, yayına ilişkin iken (içerik aktarımı ya da dinleyiciye bilgi ulaşımı), sosyal medya iki yönlü konuşmaya, çift taraflı etkileşime olanak tanınması bakımından daha etkilidir.

**Toplum:** Sosyal medya, topluluklara çabuk ve etkili bir oluşum için izin verir. Topluluklar da böylece ilgili oldukları her şeyi paylaşabilir.

**Bağlantılılık:** Sosyal medyanın çoğu türü, bağlantılı işler gerçekleştirir. Diğer siteler, araştırmalar ve insanların ilgili oldukları herhangi bir konuda link verilmesine olanak tanır.

Sosyal medyanın çoğu zaman bir benlik ve kimlik üretiminde, kullanıcılar tarafından benimsenen bir temsil aracına dönüştüğü görülmektedir. Sosyal medyanın, gündelik yaşam pratikleri içerisinde giderek yaygınlaşan bir oranda kullanılıyor olması, kullanıcı sayısını her geçen gün arttırması, toplumsal yaşamın bir parçası ve hatta kimi durumlarda bu yaşamın dönüştürücü öznesi olarak konumlanması birçok sosyal, siyasal, ekonomik ve psikolojik neticeyi de beraberinde getirmektedir. Bu bakımdan sosyal medya, ilişkili bir iletişim ortamı ve çoklukla ilişkisel bir açıklama girişimine konu olmaktadır (Göker, 2015).

Bu açıklamalar dahilinde sosyal medya, kişilerin toplum içerisinde varlıklarını özgürce kanıtlayabildikleri, kendilerini ifade edebildikleri ve bu sosyal ihtiyacı karşılayabildikleri bir ortam olarak tanımlanabilmektedir. Bu ortam da kişiler için hem bir eğlence aracı, hem sosyalleşme ortamının en geniş sağlayıcısı hem de benlik ve kimlik üretiminde bir temsil aracıdır.

Bu çalışmada da, üniversite öğrencilerinin internet ve sosyal medya araçlarını diğer kullanıcılara oranla daha fazla kullandıkları düşüncesi üzerinden yola çıkılmıştır. Çalışmada, öğrencilerin benlik ve kimlik üretiminde de bir temsil aracı olarak kullandıkları sosyal medya erişim amaçlarının ve sosyal medya erişiminde kullandıkları akıllı telefonlara olan bağımlılıklarının, kişilik özellikleri ile ilişkisi konu alınmıştır.

### 2.1.1. Sosyal Medya Uygulama Ortamları ve Sosyal Ağlar

Sosyal medya uygulama ortamları içerisinde, toplumsal iletişim sitelerini, wikileri, iletişim araçlarını, folksonomileri yani internet kullanıcılarının ortaklaşa ve paylaşarak yarattığı sistem olarak tanımlanan web 2.0 (Sayımer, 2008: 28) sistemi sosyal medya kavramı ile ilişkilendirilmektedir. Akar (2010: 17), sosyal medyayı web 2.0 teknolojileri üzerine kurulan daha



derin sosyal etkileşime, topluluk oluşumuna ve iş birliği projelerini başarmaya imkan sağlayan web siteleri olarak tanımlamaktadır. Bu tanımlamalar çerçevesinde Web tabanlı servis olarak sosyal ağ siteleri, zorunlu bir sistem aracılığıyla genel bir profil oluşturmak adına kişisel çalışmalara izin veren, diğer kullanıcıların bir listesini oluşturan ve bağlantıda olan kişilerin birbirleri ile paylaşımına olanak tanıyan, aynı zamanda da sistem aracılığı ile diğer kişiler tarafından yapılanları ve listedeki diğer insanların birbirlerini görmesini sınırlayabilecek olanaklar tanıyan ve içerikleri her site için değişebilen ağlardır (Boyd ve Ellison, 2007: 222). Bu ağ toplumu temelde yeni iletişim teknolojileri ile oluşmaktadır ve bu ortamda kişiler yeni bir iletişim çabası içerisindedir.

Sosyal ağ içerikleri genel olarak şu şekilde örneklendirilerek sınıflandırılmıştır (Dawley, 2009: 111):

- Sosyal siteler: MySpace, Facebook, Twitter
- Fotoğraf paylaşım siteleri: Flickr, PhotoBucket, Instagram
- Video Paylaşım: YouTube
- Profesyonel Ağ Siteleri: LinkedIn, Ning
- Bloglar: Blogger.com, Wordpress
- Wikiler: Wetpaint, PBWiki
- İçerik etiketleme: MERLOT, SLoog
- Sanal Kelime: SL, Active Worlds, There, Whyville, Club Penguin, HiPiHi.

Sosyal ağlara ilişkin olarak genel üç tür bağdan bahsedilmektedir. Bunlardan biri, etkileme ya da tetikleme olarak da adlandırılabilen, bir kullanıcının eyleminin, o kullanıcının arkadaşı tarafından yapılan son hareket tarafından tetiklenmesidir. Örneğin bir kullanıcının bir ürünü satın alması durumunda, arkadaşının da aynı ürünü talep ederek satın alma işlemini başlatması bu tetiklenmenin bir göstergesidir. Bir diğer bağ ise, bireylerin aynı şeylerden hoşlanmasıdır ki bu; bireylerin kendilerine benzer olanlara dostça davranması ve bu nedenle benzer davranışlar göstermeleridir. Üçüncü tür bağ ise karmaşıklığa sebep olan faktörler ya da dış etki olarak adlandırılabilir olan çevredir. Bu tür bağ, hem arkadaş olan iki bireyin hem de onların eylemlerinin temel bağını oluşturmaktadır. Aynı şehirde yaşayan ve yaşadıkları yeri çok seven iki arkadaşın online fotoğraf paylaşım sitelerinde benzer fotoğraflar paylaşması sosyal ağlardaki çevre bağının bir göstergesidir (Anagnostopoulos vd., 2008: 7).

Sosyal ağlara ilişkin elde edilen bu veriler, bireysel davranışların belirlenmesi noktasında önem teşkil ederken, örgütsel manevralar da bu bireysel davranışlara göre şekillenmektedir. Günlük hayatın niteliğini arttıran sosyal ağlar, gün geçtikçe daha fazla paylaşılır, takip edilir ve öğrenilir olmaktadır. Her ne kadar tartışma konusu olarak sürekli



gündemde olsa da, bu tartışmalar ve eleştiriler sosyal ağlara olan ilgiyi azaltmamaktadır.

İnternet erişim olanaklarının daha rahat sağlanabildiği bir ortamda, günlük sosyal davranışlarla ilgili daha önce erişilemeyen veri kaynaklarına erişimin, dikkat çekmeyen ve daha az maliyetli sağlayıcıları haline gelen akıllı telefonlar (Staiano vd., 2012) sosyal ağlara en kısa sürede ulaşabilmenin bir aracı haline gelmişlerdir. Bu noktada karşılıklı ilişki ve bağımlılık sorunlarının da gündeme gelmesine sebebiyet veren akıllı telefonlar ile sosyal ağ kullanımı arasındaki ilişki de incelemeye değer olan konulardandır.

## **2.2.Akıllı Telefon Bağımlılığı**

Son yıllarda dünya çapında hızla artan ve oldukça yaygın hale gelen cep telefonu kullanımı, mobil olma ve iletişimi sağlama gibi basit özelliklerini geride bırakarak, hayatımızda bilgi ve iletişim teknolojisinin en kolay taşınabilir cihazı olarak yerini almıştır. Teknolojik gelişmelerle cep telefonlarına yüklenen misyonun değişimi, artık iletişim kurma ihtiyacının giderilmesinin ötesinde işlevlere sahip olması nedeniyle akıllı cihazlar olarak adlandırılarak varlıklarını sürdürmektedirler. Fotoğraf çekme, video kayıt, internete erişim, görüntülü konuşma, yön bulma hatta günlük sportif faaliyetlerimiz için bile kullanılabilen bu cihazlar, egzersiz esnasında yapılan tüm hareketleri kontrol edebilme, kalp atışlarımızı ve hatta attığımız adımları bile sayabilme özellikleri ile günlük hayatımızın ve rutinlerimizin bir parçası haline gelmişlerdir. Tüm bu özelliklerin tek bir cihaz ile sağlanabiliyor olması, kişilerin bu cihazlara sahip olma istek ve arzularını arttırmasının yanı sıra bir gereklilik duygusu da yaratmaktadır.

Türkiye’de 1994 yılında başlayan ve günümüze kadar süregelen cep telefonu piyasası faaliyetleri özellikle genç yaşta olanların talebiyle sürekli gelişme göstermektedir ve cep telefonu talep eden gençler arasında ise üniversite öğrencileri önemli bir müşteri grubunu oluşturmaktadır (Uzgören vd., 2013:30). Özellikle üniversite öğrencileri arasında yaygın bir kullanım alanı bulan akıllı telefonlar, kullanım ve erişim kolaylıklarının ve gündelik hayatın bir parçası olmalarının yanı sıra, birtakım problemlere de neden olmaktadır. Henüz psikiyatri alanında net bir tanımı olmasa da, akıllı telefon bağımlılığı, akıllı telefon kullanım sıklığı ve amacına bağlı olarak gelişen bir bağımlılık türü olarak tartışılmaya başlanmıştır.

Akıllı telefonların kullanım yaygınlığı ve kullanıcılar üzerindeki etkilerini araştıran çalışmalar çoğunlukla satış ve pazarlamaya yönelik olmasına rağmen, konu psikiyatrik ve psikolojik boyutu ile de ele alınmalıdır. Günlük yaşam ve kişiler arası ilişkilerdeki işlevselliği bozan yineleyici davranış bozuklukları, bağımlılık olarak değerlendirilmelidir. Belli bir davranışla fazla uğraş, gerçek dünyadan uzaklaşarak haz veren



davranışların devamlılığı, davranışların tekrarlanması ile geliştirilen toleranslar, davranışları kontrol etmede zorluk ve davranışın yinelenmesinin engellenmesi durumunda oluşan huzursuzluk gibi belirtiler, bağımlılık kapsamında değerlendirilmektedir (Noyan vd., 2015: 74).

Kimyasal olmayan davranışsal bağımlılıkların bağımlılık yaratıp yaratmadığını belirlemenin yolu, bu davranışsal bağımlılıkları alkol-madde bağımlılığı için saptanmış olan klinik ölçütlerle karşılaştırmaktır. İnternet bağımlılığı ile ilgili yapılan gözlemler sonucu, oluşturulan tanı ölçütlerinin daha çok madde bağımlılığına benzer özellikler gösterdiği görülmüştür. Bu bağlamda patolojik düzeyde internet kullanımı genel olarak davranışsal bağımlılıkların bir alt grubu olan “teknolojik bağımlılıklar” başlığı altında değerlendirilmektedir (Young, 1996) ki akıllı telefon bağımlılığı da benzer değerlendirmeler içerisinde sayılabilir.

Son zamanlarda “akıllı telefon bağımlılığı” birçok toplumda önemli bir konu haline gelmiş, internet temelli faaliyetlerin ilaç ve maddenin kötüye kullanımındaki gibi bağımlılıkla benzer seviyelerde gösterildiği rapor edilmiştir. Gelişmiş bilişim teknolojileri sektöründeki bağımlılığın bu yeni türüne internet ve akıllı telefonların dahil olduğu hızla gelişen araçlar neden olmuştur (Kwon vd., 2013: 1).

Son yıllarda yapılan çalışmalara bakıldığında İnsani ve Sosyal Araştırmalar Merkezi’nin “Teknoloji Kullanımı ve Bağımlılığı Açısından Türkiye Gençliğinin Fotoğrafı” adlı araştırmadan elde edilen bulgulara göre akıllı telefon bağımlılığı düzeyinin ve akıllı telefon kullanımı süresinin artmasının akademik başarı düzeyini düşürdüğü saptanmıştır. Ayrıca sağlıklı bir aile ortamı ve belli bir hedefe yönelik konsantrasyona sahip olmanın akıllı telefon bağımlılığını azalttığı gözlemlenmiştir (İh, 2015: 20).

Teknolojik cihazların öğrencilerin psikososyal durumları ve akademik başarıları üzerindeki olumsuz etkileri olduğu sonucuna ulaşan araştırmalar ile de karşılaşılmaktadır. Akıllı telefonlar da bu teknolojik cihazların başında gelmektedir. Yen vd. (2009)’nin Tayvan’da 12.210 lise öğrencisi üzerinde yaptıkları araştırma sonucunda; akıllı telefonu ile çok fazla zaman geçiren öğrencilerin arkadaşlarıyla ve aileleriyle zayıf ilişkilere ve düşük akademik performansa sahip oldukları görülmüştür. Jacobsen ve Foste (2011)’nin üniversite öğrencileri üzerinde yaptıkları çalışmada ise öğrencilerin üçte ikisinin; ders çalışırken sosyal ağlara girerek, video izleyerek ve oyun oynayarak zamanlarını boşa harcadıkları sonucuna ulaşmıştır. Tavalacci vd., (2015)’nin Fransa’da 760 üniversite öğrencisi üzerinde yaptıkları araştırmaya göre; özellikle kız öğrenciler olmak üzere öğrencilerin üçte biri, akıllı telefon bağlantısını kaybetme korkusu yaşamakta ve bu durum akademik performanslarında, ruh ve genel sağlık durumlarında kötüleşmeye neden olmaktadır. Jena (2015)’nin



Hindistan’da 310 lisansüstü öğrenci üzerinde yaptığı araştırmaya göre akıllı telefon bağımlılığının ile nomofobi (no mobile phobia) arasında pozitif yönlü ilişki bulunurken akıllı telefon bağımlılığı ile aktif öğrenme yeteneği arasında anlamlı bir ilişki bulunamamıştır.

Akıllı telefon bağımlılığına ilişkin olarak araştırma konusu olarak da karşımıza çıkan nomofobi kavramı, bu araştırmaya dahil edilen kişilik özellikleri ile de ilişkilendirilebildiği için ayrıca açıklanma ihtiyacı doğurmaktadır. “No mobile phobia” kelimesinden türetilmiş olan nomofobi, cep telefonundan mahrum kalma korkusu şeklinde ifade edilen “nomophobia” kelimesinden türetilmiştir. Fobik birey, istemsiz korkuya neden olan bir uyarana orantısız tepkiler verebilir, tepkisinin mantıksız olduğunu bilmesine rağmen kimi zaman panik düzeyine varan tutum ve davranışlar sergileyebilir ve fobi oluşturan yer, durum ve nesnelere ısrarlı bir kaçınma gösterebilir (Sungur, 1997).

Nomofobi, bağımlılık/müptelalık problemlerine yakın bir kavram olsa da bir fobi olarak ele alınmakta, yersiz korkular ve bu korkuların kişide yarattığı olumsuz zihinsel ve fiziksel durumlar ile ilişkilendirilmektedir. Nomofobik bireylerin karakteristik özelliklerinde; sürekli mesaj veya çağrı olup olmadığını kontrol etme, kapsama alanı dışı veya kullanımın kısıtlı olduğu yerlerde endişe ve gerginlik duyma, telefonu 24 saat açık bırakma, yatağa akıllı telefon ile girme gibi davranışlar gözlemlenmektedir (Bragazzi ve Pente, 2014: 156-157). Bunun yanı sıra nomofobi ile ilişkilendirilen akıllı telefon bağımlılığında bazı fiziksel ve psikolojik rahatsızlıklar görülebilmektedir. Akıllı telefon bağımlılarında gözlemlenen durumlar; yalnızlık (Takao vd., 2009; Güzeller ve Coşguner, 2012), depresyon (Güzeller ve Coşguner, 2012), fiziksel ve sosyal aktivitelerde azalma (Yen vd., 2009; Lepp vd., 2014), düşük öz saygı (Takao vd., 2009) gibi olumsuz durumların gözlemlendiği bildirilmektedir. Bunlara ek olarak akıllı telefon bağımlılığın A Tipi kişilikte ve depresyonlu kişilerde anlamlı bir şekilde daha fazla görüldüğü bildirilmiştir (Toda ve Ezo, 2013). Brezilya’da icra edilen bir laboratuvar çalışmasında, panik bozukluğu olan hastalar ile kontrol grubu üzerinde nomofobinin etkisi araştırılmış, akıllı telefonlarından uzaklaştırılan katılımcılardan panik bozukluğu bulunan bireylerin kontrol grubuna göre anlamlı derecede yüksek seviyede endişe, taşikardi, solunum düzensizliği, titreme, terleme, panik, korku ve depresyon sergiledikleri tespit edilmiştir (King vd., 2014).

Leung (2008), takıntılı ve bağımlı davranış geliştirmede teknolojik cihazlar kadar insana ait özellik ve kişisel rahatsızlıkların da katalizör etkisi yaratabileceğini öne sürmektedir. Leung’un bulgusundan yola çıkarak bu araştırma konusu içerisinde de yer alan kişilik özellikleri, beş faktör kişilik özelliği çerçevesinde incelenmiştir.





### 2.3.Beş Faktör Kişilik Özellikleri

Kişilik, bireyin bünyesindeki davranış ve düşünce özelliklerini belirleyen psikofiziksel sistemler (Allport, 1961) ya da başka bir ifade ile zaman içinde sabit olan, duygusal, davranışsal ve bilişsel biçimleri belirlemede bir araya gelmiş, psikolojik nitelikteki özellikleri içerecek şekilde, bireylerin kim olduğunu gösteren yapılar olarak açıklanmaktadır (Mount, Barrick, Scullen ve Rounds, 2005).

Kişilik kavramı doğrultusunda, kişilik yapısını temsil eden özelliklerin neler olduğuna yönelik yapılan faktör analizi temelli çalışmalarda (Eysenck, 1951), kişiliği genel anlamda açıklayabilen beş faktörlü bir yapının ortaya çıkarıldığı görülmektedir (Borgatta, 1964; Goldberg, 1990). Bu yapının adlandırılması hususunda fikir ayrılıkları yaşanmış olsa da yapılan birçok çalışma, bu yapının kişilerarası farklılıkları ortaya çıkarma noktasında genel bir kabul gördüğünü göstermektedir (Bazana ve Stelmack, 2004; Costa ve McCrae, 1995; Goldberg, 1990; McCrae ve John, 1992; Mount ve ark., 2005; Schmitt ve ark., 2007). Bu kişilik yapısı, büyük beşli olarak da adlandırılan (Guenole ve Chernyshenko, 2005: 86). “uyumluluk”, “dışadönüklük”, “nevrotizm”, “sorumluluk (özdisiplin)” ve “deneyime açıklık” boyutlarını içermektedir (Costa ve McCrae, 1995).

**Deneyime Açıklık:** Bu özellik, bir kişinin kendine has olmasını, değişimi ve çeşitliliği arzulama derecesini yansıtır (Costa ve McCrae, 1992: 653-665). Yeni ve alışılmadık deneyimlere açıklık özelliği yüksek bireyler; statükoya ve durağanlığa karşı genelde geleneksel olmayan yöntemleri tercih ederler ve iç duyarlılıkları da yüksektir. Hayal gücü kuvvetli, geniş düşünen, orijinal fikirlere sahip, kültürlü ve meraklı olan bu kişiler, aynı zamanda entelektüel ve yaratıcı eğilimlere sahiptir (Thoms, 1996: 349).

**Duygusal Dengesizlik (Nevrotizm):** Kaygı, depresyon ve öfke gibi olumsuz duyguları yaşama eğilimini ifade eden bu özellik, kaygı yaşama eğilimi olarak da ifade edilebilmektedir (Chamorro-Premuzic, 2007). Nevrotiklik düzeyi düşük olan bireylerin rahat, duygusal olarak dengeli, stresli durumlarda sakin kalabilen, kolay kolay öfkelenmeyen, kendine güvenleri yüksek ve olumlu duygular yaşamaya eğilimli bireyler olduğu belirtilmektedir (Costa ve McCrae, 1995; Somer vd., 2002). Nevrotikliğin, uyum sağlama ve ruhsal sağlık problemleriyle ilişkili olması, yaygın psikiyatrik problemlerin başında gelen depresyonla da yakın ilişki içinde olduğunu göstermektedir (Christensen ve Kessing, 2006; Jylhä ve Isometsä, 2006). Nevrotik kişilerin çatışmayı azaltıcı ve çatışmadan kaçınan; nevrotiliği düşük kişilerin ise çatışmaya yaklaşımçı ve yüzleşme yanlısı bir tutum izledikleri görülmektedir (Antonioni, 1998).

**Dışa Dönüklük:** Temel belirleyicileri baskınlık ve aktivite (Goldberg, 1992) olarak görülen bu kişilik özelliğinde ayrıca sosyallik ve insanlarla birlikte olmayı sevme, eğlenceyi sevme, liderlik, güç, istekli olma ve arkadaşça



davranma gibi özellikler de bulunmaktadır. Dışadönük kişiler; olumlu duygular, daha sık ve yoğunlukta kişisel etkileşimler ve daha fazla düzeyde harekete geçme gereksinimi gösterirler ve genel olarak iyimser olma yolu ile sorunları olumlu yönden tekrar değerlendirmeyi tercih ederler (McCrae ve John, 1992: 178). Bunların yanı sıra dışadönük kişilik özelliğinin sorun odaklı çözüm, rasyonel eylem, olumlu yönden tekrar değerlendirme ve bilişsel çerçevelenmeyle ilişkili olduğunu öne süren kanıtlar da mevcuttur (Bouchard vd., 2004: 230; DeLongis ve Holtzman, 2005: 1650).

**Sorumluluk (Öz Disiplin):** Sorumluluğu temsil eden temel özellikler; liderlik, öz disiplin, amaç yönelimli olmak, yeterlik, düzenlilik, görev bilinci, üretkenlik ve kararlılıktır (Chamorro-Premuzic, 2007). Sorumluluk düzeyi yüksek bireyler, başarılı olmaya eğilimli, azimli, kararlı, planlı ve hareket etmeden önce düşünen bireyler olarak değerlendirilmektedir. Sorumluluk düzeyi düşük bireyler ise dağınık, disiplinsiz, çalışma azmi olmayan, görev bilincinden uzak bireyler olarak değerlendirilmektedir (Costa ve McCrae, 1995).

**Uyumluluk:** Bu özellik literatürde yumuşak başlılık olarak da değerlendirilmektedir. Bu özelliğe sahip kişiler prososyal davranış eğilimi gösteren bireylerdir (Chamorro-Premuzic, 2007) ve güvenilir, açık sözlü, fedakar ve alçak gönüllü olarak bilinmektedirler (Bono, 2002). Uyumluluk düzeyi düşük kişiler yarışmayı seven, güvenilmez, inatçı, kaba ve şüpheli kişilik özellikleriyle ön planda olmaktadır (Graziano vd., 1996).

Bu çalışmada bireylerin sosyal medya kullanım amaçları ve sosyal medyanın hızla yayılmasının bir nedeni olarak görülen akıllı telefon kullanım sıklığı hatta bağımlılığı, kişilik özellikleri çerçevesinde ele alınmaktadır. Bu kapsamda çalışmanın amacı, bireylerin sosyal medya kullanımına yönelik amaçları ve akıllı telefon bağımlılıklarının, kişilik özelliklerinden etkilenip etkilenmediğini ortaya koymaktır. Çalışmada, bireylerin sosyal medya kullanım amaçları, kişiliğin beş farklı özelliğini ortaya koymayı amaçlayan Beş Faktör Kişilik Modeli çerçevesinde değerlendirilmektedir. Beş Faktör Kişilik Modelinde yer alan dışa dönüklük, uyumluluk, sorumluluk, deneyimlere açıklık ve duygusal dengesizlik gibi kişilik özelliklerinin, sosyal medya kullanım amacıyla ilişkisi belirlenmeye çalışılmaktadır. Böylece hangi tür kişilik özelliklerine sahip bireylerin, hangi amaçlarla sosyal medya araçlarını kullandıkları ve bu çerçevede akıllı telefonlarına da olan bağımlılıkları tespit edilmektedir.

### **3. Araştırmanın Yöntemi**

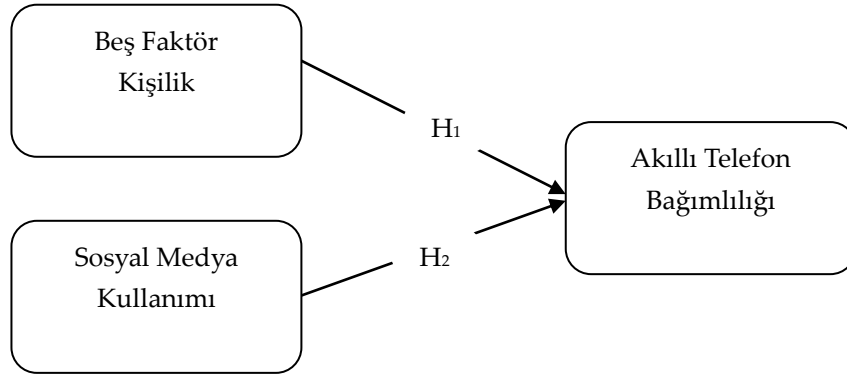
#### **3.1. Araştırmanın Amacı ve Örneklemi**

Araştırmanın temel amacı; akıllı telefon bağımlılığı ve sosyal medya kullanımının Beş Faktör Kişilik özelliği ile ilişkisini incelemektir.



Çalışmada ayrıca bazı demografik değişkenlerle sosyal medya kullanımı ve akıllı telefon bağımlılığına yönelik ilişkiler de irdelenmiştir. Bu amaçla araştırmaya veri toplamak için tam yapılandırılmış soru formu kullanılmıştır. Hazırlanan soru formu için Bitlis Eren Üniversitesi Etik İlkeleri ve Etik Kurul Başkanlığından gerekli izin alınmıştır. Araştırmanın ana kütlesini Bitlis Eren Üniversitesi'nin İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi ile Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu öğrencileri oluşturmaktadır. Örneklem seçiminde kolayda örneklem yoluna gidilmiş olup, 343 anket formu analizlere dahil edilmiştir. Araştırmada 5'li Likert Tipi Ölçek kullanılmıştır. Elde edilen veriler SPSS paket programı aracılığıyla güvenilirlik geçerlik analizlerine tabi tutulmuş ve araştırma hipotezlerini test etmek amacıyla da basit doğrusal ve çoklu regresyon ile korelasyon analizleri yapılmıştır. Yapılan analizlerde anlamlılık düzeyi  $p < 0.05$  olarak kabul edilmiştir. Skewness-Kurtosis -2 ile +2 aralığında olup veriler normal dağılım göstermektedir (George ve Mallery, 2010). Bu bağlamda araştırmanın modeli ve hipotezleri aşağıdaki gibidir;

Şekil 1. Araştırma Modeli



- **H<sub>1</sub>**: Beş faktör kişiliğin tüm alt boyutları akıllı telefon bağımlılığının ilişkisel akıllı telefon bağımlılığı; (H<sub>1a</sub>) ve öznel akıllı telefon bağımlılığı; (H<sub>1b</sub>) alt boyutlarını etkilemektedir.
- **H<sub>2</sub>**: Sosyal medya kullanımı akıllı telefon bağımlılığının ilişkisel akıllı telefon bağımlılığı; (H<sub>2a</sub>) ve öznel akıllı telefon bağımlılığı; (H<sub>2b</sub>) alt boyutlarını etkilemektedir.

### 3.2. Veri Toplama Araçları

**Beş Faktör Kişilik** John ve Srivastava (1999) tarafından geliştirilen Gümüş (2009)'un araştırmasında kullanmış olduğu ölçekten yararlanılmıştır. Beş faktör kişilik ölçeğinin orijinal formu 44 ifade ve 5 alt boyuttan oluşmaktadır. Bu alt boyutlar Dışa Dönüklük (8 ifade), Sorumluluk (9 ifade), Deneyime Açıklık (10 ifade), Uyumluluk (9 ifade), Duygusal Dengesizlik (8 ifade) şeklindedir. Ölçeğe yönelik yapılan doğrulayıcı faktör



analizinde ölçeğin orijinal formunda olduğu gibi 5 boyutlu yapıda olduğu görülmüştür.

**Akıllı Telefon Bağımlılığı** Özer (2014)' ün araştırmasından yararlanılarak ve Türkçe uyarlaması yapılan ölçek yardımı ile ölçülmüştür. Ölçeğin orijinal formu 8 ifade ve tek boyuttan oluşmaktadır. Ancak araştırmamızda yapılan faktör analizinde ölçeğin 2 boyutlu bir yapı oluşturduğu görülmektedir. Bu bağlamda, akıllı telefon bağımlılığı; öznel ve ilişkisel akıllı telefon bağımlılığı şeklinde adlandırılmıştır.

**Sosyal Medya Kullanımı** Przybylski vd., (2013)' in araştırmasında yararlanılarak ve Türkçe uyarlaması yapılan ölçek yardımı ile ölçülmüştür. Ölçeğin orijinal formu 5 ifade ve tek boyuttan oluşmaktadır. Ölçeğe yönelik yapılan doğrulayıcı faktör analizinde ölçeğin tek boyutlu yapıda olduğu görülmüştür.

### 3.3.Bulgular

Aşağıda Tablo 1'de araştırmanın örneklemini oluşturan öğrencilerin demografik bilgileri yer almaktadır.

**Tablo 1.** Katılımcıların Demografik ve Şartlı Değişkenlere Ait Bilgileri

Demografik Değişkenler		f	%	Demografik Değişkenler		f	%
Cinsiyet	Kadın	214	62,4	Akıllı Telefon Kullanma Süresi	1 saatten az	120	35,0
	Erkek	129	37,6		1-3 saat	53	15,5
	Toplam	343	100,0		4-6 saat	104	30,3
Eğitim Durumu	Ön lisans	150	43,7	7-9 saat	34	9,9	
	Lisans	193	56,3	10 saat ve üzeri	32	9,3	
	Toplam	343	100,0	Toplam	343	100,0	
Yaş	17-19	82	23,9	Sosyal Ağ Kullanma Süresi	1 saatten az	165	48,1
	20-22	216	63,0		1-3 saat	83	24,2
	23 ve üzeri	45	13,1		4-6 saat	64	18,7
	Toplam	343	100,0		7-9 saat	15	4,4
					10 saat ve üzeri	16	4,7
			Toplam	343	100,0		

Tablo 1'de belirtilen şartlı değişkenlere bakıldığında akıllı telefon kullanma süresi ile sosyal kullanma sürelerinin birbirine yakın olduğu ve örneklemini oluşturan öğrencilerin yaklaşık olarak yarısının akıllı telefon ve sosyal ağları günde 1 saat kadar kullandıkları görülmüştür.

Veri toplama araçlarına yönelik yapılan doğrulayıcı faktör analizleri sonucunda Beş Faktör Kişilik ölçeğinin orijinalinde olduğu gibi beş boyutlu, Sosyal Medya Kullanımı ölçeğinin de orijinal formunda olduğu gibi tek boyutlu bir yapıda olduğu tespit edilmiştir. Ancak, Akıllı Telefon Bağımlılığı ölçeğinin orijinalinden farklı olarak iki boyutlu bir yapıya sahip olduğu görülmüştür. Bu bakımdan, akıllı telefon bağımlılığına yönelik



yapılan doğrulayıcı faktör analizi sonuçları Tablo 2’de detaylı bir şekilde gösterilmektedir.

Akıllı telefon bağımlılığını ölçmeye yönelik yapılan faktör analizi değerleri; KMO=,885; Bartlett’s  $\chi^2=881,364$ ;  $p<0,05$  şeklinde bulunmuştur. Faktör analizi sonucunda belirlenen faktör yükleri Tablo 2’de verilmiştir. Ölçeğin açıklanan toplam varyansı %60,01 olarak bulunmuştur.

**Tablo 2.** Akıllı Telefon Bağımlılığı Ölçeğine İlişkin Faktör Analizi

İfadeler	Ort.	Faktör 1	Faktör 2
Akıllı telefonumu bilgisayarımdan daha fazla kullanırım.	3,71	,72	
Uyandığımda yaptığım ilk iş akıllı telefonuma bakmaktır.	3,30	,66	
Akıllı telefonum günlük aktivitelerimin bir parçasıdır.	3,42	,77	
Akıllı telefonum günlük rutinin bir parçası haline geldi.	2,38	,74	
Akıllı telefonum günlük rutin işlerimin bir parçası haline gelmiştir.	3,36	,70	
Akıllı telefonumu kaybedip bir hafta kullanamayacak olsam, hayal kırıklığına uğradım.	2,94		,66
Akıllı telefon kullanıcılar topluluğunun bir parçası olduğumu hissediyorum.	3,17		,64
Bir akıllı telefon kullanıcısı olduğumu insanlara söylemekten gurur duyarım.	3,45		,85

Tablo 2’de belirtilen faktör analizi sonucunda akıllı telefon bağımlılığının iki boyutlu bir yapı oluşturduğu ve faktör yüklerinin (.64) ile (.85) arasında kabul edilebilir sınırlar içerisinde (Büyüköztürk, 2002: 474) olduğu görülmektedir. Tablo 2’de yer alan Faktör 1 (5 ifade) **ilişkisel akıllı telefon bağımlılığı**, Faktör 2 (3 ifade) ise **öznel akıllı telefon bağımlılığı** şeklinde adlandırılmıştır. İki boyutlu yapıyı oluşturan ifadeler incelendiğinde de ilk beş ve son üç ifadenin farklı boyutları ifade ettiği anlaşılmaktadır. Boyutların adlandırılmasında, akıllı telefonun fiziksel olarak kullanımı ve bu kullanımın kişide yaratmış olduğu hissiyat göz önüne alınmıştır. Bu çerçevede akıllı telefonun bireysel günlük kullanımına ilişkin ifadeleri içeren **Faktör 1** boyutu ilişkisel, bu kullanımın kişilerde yaratmış olduğu hissiyata ilişkin ifadeleri içeren **Faktör 2** boyutu öznel akıllı telefon bağımlılığı olarak adlandırılmıştır.

Aşağıda Tablo 3’te parantez içerisinde veri toplama araçlarına yönelik yapılan güvenilirlik analizi sonucunda ölçeklere ait Cronbach’s Alpha değeri verilmiştir. Ölçeklerin genel olarak iyi düzeyde güvenilirlik değerlerine sahip olduğu görülmüştür.



**Akıllı Telefon Bağımlılığının Sosyal Medya Kullanımı ve Beş Faktör Kişilik Özelliği İle İlişkisi: Üniversite Öğrencileri Üzerinden Bir Araştırma**

**Tablo 3.** Tanımlayıcı İstatistikler ve Korelasyon Analizi

Değişkenler	Ort.	1	2	3	4	5	6	7	8
(1) İlişkisel ATB	3,45	<b>(.81)</b>							
(2) Öznel ATB	2,82	,57**	<b>(.80)</b>						
(3) Sosyal Medya Kullanımı	2,88	,21**	,21**	<b>(.81)</b>					
(4) Dışa Dönüklük	2,67	-,04	,00	-,04	<b>(.79)</b>				
(5) Sorumluluk	3,23	,22**	,06	-,02	-,06	<b>(.78)</b>			
(6) Deneyime Açıklık	3,42	,19**	,05	,05	-,05	,22**	<b>(.79)</b>		
(7) Uyumluluk	3,13	,23**	,06	,06	,04	,27**	,31**	<b>(.78)</b>	
(8) Duygusal Dengesizlik	2,86	,24**	,10	,10	-,04	,10	,22**	,15**	<b>(.77)</b>

n = 343. \*\*p < 0.05. ATB: Akıllı Telefon Bağımlılığı

Tablo 3'te belirtilen korelasyon analizi sonucunda ilişkisel akıllı telefon bağımlılığı ile dışa dönüklük kişilik özelliği dışında diğer kişilik özellikleri arasında istatistiki açıdan pozitif yönlü ilişkiler bulunmuştur. Öznel akıllı telefon bağımlılığı ve sosyal medya kullanımı ile kişilik özellikleri arasında korelasyon olmadığı görülmüştür. Akıllı telefon bağımlılığının her iki boyutu ile sosyal medya kullanımı arasında pozitif yönlü zayıf ilişkiler olduğu tespit edilmiştir.

**Tablo 4.** Kişilik Özellikleri İle Akıllı Telefon Bağımlılığı İlişkisine Yönelik Çoklu Regresyon Analizi

Bağımlı Değişkenler: Bağımsız Değişkenler:	İlişkisel ATB		Öznel ATB	
	$\beta$	p	$\beta$	p
<b>Dışa Dönüklük</b>	-,023	,651	,005	,927
<b>Sorumluluk</b>	,194	,005	,056	,454
<b>Deneyime Açıklık</b>	,093	,216	,016	,847
<b>Uyumluluk</b>	,175	,013	,040	,598
<b>Duygusal Dengesizlik</b>	,218	,000	,106	,111
	R <sup>2</sup> = .124	F = 9.540	R <sup>2</sup> = .014	F = .955

Tablo 4'de beş faktör kişilik özelliklerinin ilişkisel ve öznel akıllı telefon bağımlılığı üzerindeki etkisi test edilmiştir. Yapılan analizde sorumluluk, uyumluluk ve duygusal dengesizlik kişilik özelliklerinin ilişkisel akıllı telefon bağımlılığı üzerinde pozitif yönde anlamlı etkisi olduğu görülmüştür. Diğer taraftan beş faktör kişilik özelliklerinin öznel akıllı telefon bağımlılığı üzerinde anlamlı bir etkisinin olmadığı tespit edilmiştir. Bu sonuçlara göre; H<sub>1a</sub> hipotezi kısmen kabul, H<sub>1b</sub> hipotezi ise reddedilmiştir.

**Tablo 5.** Sosyal Medya Kullanımı ve Akıllı Telefon Bağımlılığına Yönelik Regresyon Analizi

Bağımlı Değişkenler: Bağımsız Değişkenler:	İlişkisel ATB		Öznel ATB	
	$\beta$	p	$\beta$	p
<b>Sosyal Medya Kullanımı</b>	,231	,000	,247	,000
	R <sup>2</sup> = 0.042	F = 14.987	R <sup>2</sup> = 0.045	F = 16.156



Tablo 5'te görüldüğü üzere sosyal medya kullanımı ile öznel ve ilişkisel akıllı telefon bağımlılığı arasında pozitif yönde anlamlı bir ilişki vardır. Sosyal medya kullanımı öznel ve ilişkisel akıllı telefon bağımlılığını anlamlı bir şekilde açıklamaktadır. Sosyal medya kullanımı arttıkça öznel ve ilişkisel akıllı telefon bağımlılığı da artmaktadır denilebilir. Bu durumda  $H_{2a}$  ve  $H_{2b}$  hipotezleri kabul edilmiştir.

- Çalışmada ayrıca bazı demografik değişkenlerle sosyal medya kullanımı ve akıllı telefon bağımlılığına yönelik ilişkiler irdelenmiştir. İlgili ilişkiler aşağıda Tablo 6' ve Tablo 7'de belirtilmiştir.

**Tablo 6.** Sosyal Medya Kullanımını Etkileyen Faktörlere İlişkin Çoklu Regresyon Analizi

Bağımlı Değişkenler: Bağımsız Değişkenler:	→ ↓	Sosyal Medya Kullanma	
		$\beta$	p
<b>Eğitim Durumu</b>		,248	,022
<b>Akıllı Telefon Kullanma Süresi</b>		,147	,013
<b>Sosyal Ağ Kullanma Süresi</b>		,152	,032
		$R^2 = 0.038$	$F = 4.465$

Tablo 6'da sosyal medya kullanımını etkileyen faktörleri test etmek amacıyla çoklu regresyon analizi sonuçları verilmiştir. Yapılan analizde; eğitim durumu, akıllı telefon kullanma süresi ve sosyal ağ kullanma süresinin sosyal medya kullanımı üzerinde etkili olduğu tespit edilmiştir. Eğitim durumu, akıllı telefon kullanma süresi ve sosyal ağ kullanma süresi arttıkça sosyal medya kullanımı da artmaktadır denilebilir.

**Tablo 7.** Akıllı Telefon Bağımlılığını Etkileyen Faktörlere İlişkin Çoklu Regresyon Analizi

Bağımlı Değişkenler: Bağımsız Değişkenler:	→ ↓	İlişkisel ATB		Öznel ATB	
		$\beta$	p	$\beta$	p
<b>Eğitim Durumu</b>		,313	,013	,201	,109
<b>Akıllı Telefon Kullanma Süresi</b>		,191	,000	,102	,132
<b>Sosyal Ağ Kullanma Süresi</b>		,068	,384	,110	,177
		$R^2 = .079$	$F = 9.725$	$R^2 = .044$	$F = 5.146$

Tablo 7'de ilk olarak ilişkisel akıllı telefon bağımlılığını etkileyen faktörler test edilmiştir. Eğitim durumu ile akıllı telefon kullanma süresinin ilişkisel akıllı telefon bağımlılığını pozitif yönde etkilediği görülmüştür. Eğitim durumu ve akıllı telefon kullanma süresi arttıkça ilişkisel akıllı telefon bağımlılığında arttığı söylenebilir. Diğer taraftan sosyal ağ kullanma süresinin ilişkisel akıllı telefon bağımlılığını etkilemediği görülmüştür. Yine Tablo 7'de öznel akıllı telefon bağımlılığını etkileyen faktörlere ilişkin yapılan analizde eğitim durumu, akıllı telefon kullanma süresi ve sosyal ağ kullanma süresinin öznel akıllı telefon bağımlılığını etkilemediği görülmektedir.



## Sonuç ve Tartışma

Genel olarak internetin, özel olarak da akıllı cep telefonları gibi iletişim araçlarının kullanımının yaygınlaşmasına bağlı olarak, son yıllarda sosyal medya araçlarının bireyler tarafından hızla benimsendiği ve kullanım düzeylerinin arttığı gözlenmektedir. Dolayısıyla sosyal medyanın neden bu kadar sıklıkla kullanıldığı ve bu kullanıma etki eden bireysel faktörler de önemli hale gelmektedir. Sosyal medyayı bir değer kazanımı olarak görüp kullanımını arttıran bireyler, sosyal ödül algısı ve diğer kişiler tarafından beğenilme beklentileri sebebiyle sosyal medya kullanımlarını arttırmakta, akıllı telefonlar da bu yoğun kullanımın tetikleyicisi olmaktadır. Bu anlamda akıllı telefonlarla da ulaşılabilen sosyal medya kullanımı, sosyal medya araçlarının türüne göre değişebileceği gibi demografik özelliklere ve kişilik özelliklerine göre de değişebilmektedir. Bu kullanımın özellikle üniversite öğrencileri üzerindeki yoğunluğu, araştırmanın örneklemini oluşturmaları noktasında da önem teşkil etmektedir.

Araştırmada ilişkisel ve öznel akıllı telefon bağımlılığını etkileyen faktörleri tespit etmek amacıyla yapılan çoklu regresyon analizinde (Tablo 4); yüksek düzeyde sorumluluk kişilik tipine sahip olan bireylerde ilişkisel akıllı telefon bağımlılığının arttığı gözlenmiştir. Liderlik, öz disiplin, amaç yönelimlilik, yeterlik gibi özellikleri ile ön plana çıkan sorumluluk kişilik özelliğine sahip bireylerde ulaşılabilirliğin kolay ve erişimin hızlı olması isteği bu bağımlılığın tetikleyici olarak görülebilir. Sıcakkanlı, arkadaş canlısı ve hoşgörülü olarak ifade edilen uyumluluk boyutu ile ilişkisel akıllı telefon bağımlılığı arasında da benzer bir ilişki gözlenmiştir. Bu anlamda uyumlu kişilik özelliği taşıyan kişilerde ilişkisel akıllı telefon bağımlılığının daha fazla olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Burada ilgi çekici olan nokta, duygusal dengesizlik (nevrotik) kişilik özelliğine yüksek derecede sahip olan kişilerin de ilişkisel akıllı telefon bağımlılıklarının yüksek olduğu sonucuna ulaşılmış olmasıdır. Bu kişilik özelliğine sahip bireylerde gözlemlenen yüksek düzeyde kaygı ve öfke ile depresyon eğilimi, kişileri hayata karşı yalnızlaştırabilir. Bu noktada sosyal iletişimden uzak olunsa bile, haberdar olma ve bilgi alma eğiliminde bir azalma olmadığı, hatta bu eğilimi akıllı telefonları aracılığı ile en kısa yoldan sağlayabildikleri sonucuna ulaşmak da mümkündür. Araştırmada, dışa dönüklük ve deneyime açıklık kişilik özellikleri ile ilişkisel akıllı telefon bağımlılığı arasında anlamlı bir ilişki görülmemiştir. Bu durum, uyumlu, dışa dönük ve deneyime açık bireylerin gündelik hayatta birebir ilişkilerinde sosyal olmaları, iletişimlerinin ve ilişkilerinin telefondan ziyade birebir yüz yüze görüşerek gerçekleştirmelerinin bir sonucu olarak değerlendirilebilir.





Araştırmanın bir diğer sonucunda; sosyal medya kullanımının ilişkisel ve öznel akıllı telefon bağımlılığını anlamlı bir şekilde etkilediği ve açıkladığı (Tablo 5) görülmüştür. Bu anlamda sosyal medya kullanımı arttıkça, akıllı telefonların kişilerin hayatlarının bir parçası haline geldiğine ilişkin ifadeleri içeren ilişkisel akıllı telefon bağımlılığının da arttığı gözlenmiştir. Benzer ilişki, kişilerin akıllı telefonlarının varlığına karşı hissiyatlarını ifade eden öznel akıllı telefon bağımlılığı arasında da gözlenmiştir.

Araştırmada ayrıca bazı demografik değişkenlerle sosyal medya kullanımı ve akıllı telefon bağımlılığına yönelik ilişkiler irdelenmiştir. *İlk olarak*, sosyal medya kullanımını etkileyen ve sosyal medya kullanımını anlamlı bir şekilde açıklayan faktörlere ilişkin yapılan çoklu regresyon analizinde (Tablo 6); eğitim durumu, akıllı telefon kullanım süresi ve sosyal ağ kullanım süresinin bu ilişkide anlamlı bir etkiye sahip olduğu görülmüştür. Eğitim durumu artan bireylerde sosyal ilişkiler hem bir ihtiyaç hem de gereklilik olabilmektedir. Bu nedenle, kişilerin eğitim durumlarının artması ile sosyal medya kullanım amaçları değişebilmekte, çeşitlenebilmekte ve artabilmektedir. Akıllı telefon kullanım süresinin ve sosyal ağ kullanma süresinin artması da bu bağlamda sosyal medya kullanımının artması ile ilişkilendirilebilmektedir. Her an her yerden ulaşım sağlayabilmeyi talep eden bireylerin artışı, sosyal medyanın en yakın aracı olan ve uzakları yakın edebilen akıllı telefon kullanım süresini de arttırmıştır. *İkinci olarak* da ilişkisel ve öznel akıllı telefon bağımlılığını etkileyen faktörleri tespit etmek amacıyla yapılan çoklu regresyon analizinde (Tablo 7); eğitim durumu arttıkça ilişkisel akıllı telefon bağımlılığının da arttığı görülmüştür. Bunun sebepleri arasında eğitim düzeyinin artışı ile araştırma ihtiyacının da artması, böylece bilgiye en kısa sürede ve en kolay ulaşılabilirlikle erişilmesi için akıllı telefonların aracı rol üstlenmesi gösterilebilir. Akıllı telefon kullanma süresi arttıkça ilişkisel akıllı telefon bağımlılığının da arttığı sonucuna ulaşılmıştır. Bireylerin hayatlarının bir parçası haline gelmiş olan akıllı telefon kullanımının bir ilişkisel akıllı telefon bağımlılığı haline gelmesi, telefonların kullanım sürelerinin de artmasına sebebiyet vermiştir. Burada ileriki araştırmalar için incelenmesi gereken bir konunun da akıllı telefon kullanım süresinin artmasının mı akıllı telefon bağımlılığına sebebiyet verdiği yoksa bu bağımlılık sebebiyle alışkanlık haline gelmiş bir kullanımın mı ortaya çıktığı sorunsalıdır. Yine (Tablo 7)'de eğitim durumu, akıllı telefon kullanma süresi ve sosyal ağ kullanım süresinin öznel akıllı telefon bağımlılığını etkilemediği tespit edilmiştir. Kişilerin akıllı telefon kullanıcıları olarak kendilerini ayrıcalıklı hissedip hissetmediklerine dair ifadeler içeren öznel akıllı telefon bağımlılığı, bu anlamda eğitim durumundan, akıllı telefon kullanma süresinden ve sosyal ağ kullanma süresinden etkilenmemektedir. Bu noktada kişiler için akıllı telefon kullanımının içsel olarak fazlasıyla normalleştirilmiş olduğu söylenebilir. Öyle ki, hayatın rutin bir parçası haline gelmiş akıllı telefonlar ile yaşayan



kişiler, varlığını normalleştirdikleri ve rutinleri içerisinde yer verdikleri akıllı telefonları, hayatlarının bir parçası olarak görebilmektedirler. Bu sebeple bir akıllı telefon kullanıcısı olmanın verdiği o ayrıcalıklı hissiyatı yaşamayı, akıllı telefonlar hayatın içerisinde bu kadar yer edinmişken, ayrıcalıklı bir durum olarak görmüyorlar demek de mümkündür. Sosyal ağ kullanma süresinin de hem öznel akıllı telefon bağımlılığı hem de ilişkisel akıllı telefon bağımlılığı üzerinde anlamlı bir etkisinin olmadığı görülmüştür. Akıllı telefonların günlük rutinin bir parçası haline geldiğini ifade eden ilişkisel akıllı telefon bağımlılığı, üniversite öğrencileri üzerinde yapılan bu araştırmada, sosyal ağ kullanma süresi ile anlamlı olarak ilişkilendirilememiştir. Araştırmanın örneklemini oluşturan lisans ve ön lisans öğrencilerinin koşulları göz önüne alındığında, ekonomik sebepler dolayısıyla sınırlı erişim sağlayabildikleri operatör paketlerine sahip olmaları, okula ve derslerine ilişkin bilgi erişiminde akıllı telefonları ile bilgiye ulaşmaya çalıştıkları ancak sosyal ağlara ulaşmada akıllı telefon yerine kişisel bilgisayarlarını kullanmayı tercih ettikleri şeklinde açıklanabilir. Bunun yanı sıra sosyal ağların, özellikle video ve fotoğraf paylaşımı içeren ağlarda, kullanıcıların wifi bağlantısı tercih etmeleri, ancak her yerde wifi bağlantısına erişememeleri de akıllı telefonlarını bu anlamda kullanmamalarına/kullanamamalarına sebep olarak gösterilebilir. Ayrıca, bireylerin sosyal ağlarda çok fazla zaman harcamanın toplum tarafından iyi karşılanmaması gibi etkenlerden dolayı sosyal ağ kullanma sürelerini düşük olduğu veya bunu çevrelerinden gizleme eğilimi içerisinde oldukları şeklinde yorumlanabilir. Sabahları bile akıllı telefonlarının alarmı ile uyanan bu kişiler, bu anlamda akıllı telefonların hayatın bir parçası olduğunu kabul etseler dahi, sosyal ağ kullanımı noktasında akıllı telefon kullanımını önceliklendirmiyor olabilirler. Bu nedenlerden dolayı da sosyal ağ kullanma süresinin ilişkisel ve öznel akıllı telefon bağımlılığı ilişkisinin anlamsız çıktığını söyleyebiliriz.

Sonuç olarak, bu araştırmada sosyal medya kullanımı ve beş faktör kişilik özelliklerinin akıllı telefon bağımlılığını anlamlı bir şekilde etkilediği ve açıkladığı görülmüştür. Sosyal medya kullanımının akıllı telefon bağımlılığını etkilediği ve arttırdığı tespit edilmiştir. Ayrıca beş faktör kişilik özelliklerinden; sorumluluk, uyumluluk ve duygusal dengesizlik (nevrotik) kişilik özelliklerine sahip bireylerde akıllı telefon bağımlılığının yüksek olduğu görülmüştür. Diğer taraftan, dışa dönük ve deneyime açık kişilik özelliklerine sahip bireylerde akıllı telefon bağımlılığının daha düşük düzeyde olduğu sonucuna varılmıştır. En nihayetinde, kişilik özelliklerinin akıllı telefon bağımlılığını anlamlı bir şekilde açıkladığı tespit edilmiştir. Sosyal medya kullanımının ilişkisel ve öznel akıllı telefon bağımlılığı üzerinde anlamlı bir etkiye sahip olduğu bulgusu üzerinden, bundan sonraki araştırmalarda akıllı telefon bağımlılığının mı sosyal medya kullanım sıklığını arttırdığı, yoksa sosyal medya kullanım



sıklığının mı akıllı telefon bağımlılığına yol açtığı incelenebilir. Konuya yönelik bundan sonra yapılacak benzer çalışmalarda araştırmacıların bu hususu ele almalarının akıllı telefon bağımlılığı ve sosyal medya kullanımı arasındaki paradoksun net bir şekilde ortaya konulmasına yardımcı olacağını söyleyebiliriz. Son olarak araştırma, sadece bir üniversitenin lisans ve önlisans öğrencileri üzerinde yapılmış olması araştırma sonuçlarının genelleştirilebilmesi noktasında bir kısıt oluşturmaktadır.

### Kaynaklar

- Akar, E. (2010). Sosyal Medya Pazarlaması, Sosyal Webde Pazarlama Stratejileri. Efil Yayınevi: İstanbul.
- Allport, G.W. (1961). Pattern and Growth in Personality. Holt, Rinehart and Winston: New York.
- Anagnostopoulos, A., Kumar, R. ve Mahdian, M. (2008). Influence and Correlation in Social Networks, KDD'08 Proceedings of the 14th ACM SIGKDD International Conference on Knowledge Discovery and Data Mining, pages 7-15, Las Vegas, Nevada, USA.
- Antonioni, D. (1998). Relationship Between The Big Five Personality Factors and Conflict Management Styles. International Journal of Conflict Management. (9)4, 336-355.
- Armellini, G. ve Villanueva, J. (2011). Adding Social Media to the Marketing Mix. IESE Insight Magazine. (2)9.
- Bazana, P.G. ve Stelmack, R.M. (2004). Stability of Personality Across The Life Span: A Meta-Analysis. R. M. Stelmak, (Ed.), On The Psychology Of Personality İçinde. Elsevier Ltd.
- Bono, J.E., Boles, T.L., Judge, T.A. ve Lauver, K.J. (2002). The Role of Personality in Task and Relationship Conflict. Journal of Personality, (70)3, 1311-1344.
- Borgatta, E.F. (1964). The Structure of Personality Characteristics. Behavioral Science. 9, 8-17.
- Bouchard, G., Guillemette, A. ve Landry-Leger, N. (2004). Situational and Dispositional Coping: An Examination of Their Relation to Personality. Cognitive Appraisals and Psychological Distress. European Journal of Personality. 18, 221-238.
- Boyd, D., Ellison, M., ve Nicole, B. (2007). Social Network: Definition, History and Scholarship, Journal of Computer-Mediated Communication. (13)1.
- Bragazzi, N.L. ve Pente, G.D. (2014). A Proposal for Including Nomophobia in The New DSM-V. Psychology Research and Behavior Management. 7, 155-160.
- Büyüköztürk, Ş. (2002). Faktör Analizi: Temel Kavramlar Ve Ölçek Geliştirmede Kullanımı. Kuram Ve Uygulamada Eğitim Yönetimi. 32, 470-483.
- Chamorro-Premuzic, T. (2007). Personality and Individual Differences. Oxford: Wiley Blackwell.



- Christensen, M.V. ve Kessing, L.V. (2006). Do Personality Traits Predict First Onset in Depressive and Bipolar Disorder? *Nordic Journal of Psychiatry*. (60)2, 79-88.
- Costa, P.T. ve McCrae, R.R. (1992). Four Ways the Five Factors Are Basic. *Personality and Individual Differences*. 13, 653-665.
- Costa, P.T. ve McCrae, R.R. (1995). Domains and Facets: Hiyerarchical Personality Assessment Using The Revised Neo Personality Inventory. *Journal of Personality Assessment*. (64)1, 21-50.
- Dawley, L. (2009). Social Network Knowledge Construction: Emerging Virtual World Pedagogy, *On The Horizon*. (17)2.
- Delongis, A. ve Holtzman, S. (2005). Coping in Context: The Role of Stres. *Social Support and Personality in Coping*. 73, 1633-1656.
- Erkul, R.E. (2009). Sosyal Medya Araçlarının (Web 2.0) Kamu Hizmetleri ve Uygulamalarında Kullanılabilirliği. *Türkiye Bilişim Derneği Bilişim Dergisi* (11)6, 96-101.
- Eysenck, H.J. (1951). The Organization of Personality. *Journal of Personality*. (20)1, 101-107.
- George, D. ve Mallery, M. (2010). *SPSS for Windows Step by Step: A Simple Guide and Reference, 17.0 Update (10a ed.)* Boston: Pearson
- Göker, G. (2015). İletişimin Mcdonaldlaşması: Sosyal Medya Üzerine Bir İnceleme. *International Periodical For the Languages, Literature and History of Turkish or Turkic*. Winter (10)2.
- Goldberg, L.R. (1990). An Alternative Description of Personality: The Big Five Factor Structure. *Journal of Personality and Social Psychology*. 59, 1216-1229.
- Graziano, W.G., Jensen-Campbell, A.L. ve Hair, C.E. (1996). Perceiving Interpersonal Conflict and Reacting to it: The Case for Agreeableness. *Journal of Personality and Social Psychology*. 70, 820-835.
- Guenole, N. ve Chernyshenko, O. (2005). The Suitability of Goldberg's Big Five Personality Markers in New Zealand: A Dimensionality, Bias, and Criterion Validity Evaluation. *New Zealand Journal of Psychology*. (34)2, 86-96.
- Güzeller, C.O. ve Coşguner, T. (2012). Development of A Problematic Mobile Phone Use Scale For Turkish Adolescents. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*. 15, 205-211.
- Hutton, G., Maggie Fosdick, (2011). The Globalization of Social Media, Consumer Relationships with Brands Evolve in The Digital Space. *Journal of Avertising Research*, December.
- İhh, (2015). Teknoloji kullanımı ve bağımlılığı açısından Türkiye gençliğinin fotoğrafı. *İnsani Sosyal Araştırmalar Merkezi*, <http://insanhaklarimerkezi.bilgi.edu.tr/tr/> 02.10.2017.
- Jacobsen, W.C. ve Forste, R. (2010). The Wired Generation: Academic and Social Outcomes of Electronic Media Use Among University



- Students. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*. (14) 5, 275-280. doi:10.1089/cyber.2010.0135.
- Jena, R.K. (2015). Compulsive Use of Smartphone and Its Effect on Engaged Learning and Nomophobia. *Smart Journal of Business Management Studies*. (11)1, 42-51.
- John, O.P. ve Srivastava, S. (1999). The Big Five Trait Taxonomy: History, Measurement, and Theoretical Perspectives. *Handbook of Personality: Theory and Research*. 2, 102-138.
- Jylhä, P. ve Isometsä, E. (2006). The Relationship of Neuroticism and Extraversion to Symptoms of Anxiety and Depression in The General Population. *Depression & Anxiety*. (23)5, 281-289.
- Kaplan, M. ve Haenlein, M. (2009). The Fairyland of Second Life: About Virtual Social Worlds and How to Use Them. *Business Horizons*. (52)6, 59-68.
- Karaca, M. (2007). Sosyolojik Bir Olgu Olarak İnternet Gençliği: Elazığ Örneği. Yayınlanmamış Doktora Tezi. Elazığ: FÜ. SBE.
- Kim, W., O.R. Sang and W. Lee, 2010, "On Social Web Sites", *Information Systems*, 35, 215-236.
- King, A.L.S., Valença, 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 and Epidemiology in Mental Health*. 10, 28-35.
- Koçer M. (2012). Erciyes Üniversitesi Öğrencilerinin İnternet Ve Sosyal Medya Kullanım Alışkanlıkları. *Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 70-85.
- Kuss, D.J. ve Griffiths, M.D. (2011). Excessive Online Social Networking: Can Adolescents Become Addicted to Facebook? *Education and Health*. 29, 63-66.
- Kwon, M., Kim, D.J., Cho, H. ve Yang, S. (2013). The Smartphone Addiction Scale: Development and Validation of a Short Version for Adolescents. *Plos One*. (8)12, 1-7.
- Lepp, A., Barkley, J.E., Sanders, G.J., Rebold., M. ve Gates, P. (2013). The Relationship Between Cell Phone Use, Physical and Sedentary Activity, and Cardiorespiratory Fitness in A Sample of U.S. College Students. *International Journal of Behavioral Nutrition and Physical Activity*. 10, 1-9.
- Leung, L. (2008). Linking Psychological Attributes to Addiction and Improper Use of The Mobile Phone Among Adolescents in Hong Kong. *Journal of Children and Media*. (2)2, 93-113.
- McCrae, R.R. ve John, O.P. (1992). An Introduction to The Five Factor and Its Applications. *Journal of Personality*. (60)2, 175-215.



**Akıllı Telefon Bağımlılığının Sosyal Medya Kullanımı ve Beş Faktör Kişilik Özelliği İle İlişkisi: Üniversite Öğrencileri Üzerinden Bir Araştırma**

- Mount, M.K., Barrick, M.R., Scullen, S.M. ve Rounds, J. (2005). Higher-Order Dimensions of The Big Five Personality Traits and The Big Six Vocational Interest Types. *Personal Psychology*. 58, 447-478.
- Noyan, C.O., Darçın, E.A., Nurmedov, S., Yılmaz, O. ve Dilbaz, N. (2015). Akıllı Telefon Bağımlılığı Ölçeğinin Kısa Formunun Üniversite Öğrencilerinde Türkçe Geçerlilik ve Güvenilirlik Çalışması. *Anadolu Psikiyatri Dergisi*. (16)1, 73-81.
- Ozer, I. (2014). Facebook Addiction, Intensive Social Networking Site Use, Multitasking, and Academic Performance Among University Students in The United States, Europe, and Turkey: A Multigroup Structural Equation Modeling Approach. Kent State University.
- Przybylski, A.K., Murayama, K., DeHaan, C.R. ve Gladwell, V. (2013). Motivational, Emotional, and Behavioral Correlates of Fear of Missing Out. *Computers in Human Behavior*. 1841-1848. <http://dx.doi.org/10.1016/j.chb.2013.02.014>.
- Sayımer, İ. (2008). *Sanal Ortamda Halkla İlişkiler*. Beta Basım Yayım Dağıtım: İstanbul.
- Schmitt, D.P., Allik, J., McCrae, R.R. ve Benet-Martinez, V. (2007). The Geographic Distribution of Big Five Personality Traits: Patterns and Profiles of Human Self-Description Across 56 Nations. *Journal of Cross-Cultural Psychology*. (38)2, 173-212.
- Staiano, J., Lepri, B., Aharony, N., Pianesi, F., Sebe, N. ve Pentland, A. (2012). Friends don't Lie: Inferring Personality Traits from Social Network Structure. *UbiComp 12*, Sep 5-Sep 8, 2012, Pittsburgh, USA.
- Sungur, Z. M. (1997). Fobik Bozukluklar. *Psikiyatri Dünyası Dergisi*. (1)1, 5-11.
- Takao, M., Takahashi, S. ve Kitamura, M. (2009). Addictive Personality and Problematic Mobile Phone Use. *Cyberpsychology and Behavior*. 12, 501-507.
- Tavolacci, M.P., Meyrignac, G., Richard, L., Dechelotte P., ve Ladner, J. (2015). Problematic Use of Mobile Phone and Nomophobia Among French College Students. *The European Journal of Public Health*. (25)3, 206.
- Thoms, P., Moore, K.S. ve Scott, K. (1996). The Relationship Between Self-Efficacy for Participating in Self-Managed Work Groups and the Big Five Personality Dimensions. *Journal of Organizational Behavior*. 17, 349-362.
- Toda, M. ve Ezoe, S. (2013). Multifactorial Study of Mobile Phone Dependence in Medical Students: Relationship to Health-Related Lifestyle, Type A Behavior, and Depressive State. *Open Journal of Preventive Medicine*. (3)1, 99-103.
- Uzgören, E., Mehmet, Ş. ve Yiğit, Ü. (2013). Üniversite Öğrencilerinin Cep Telefonu Talebinde İsrafa Yönelik Davranışlarının Analizi - Dumlupınar Üniversitesi Öğrencilerine Yönelik Bir Uygulama.



- Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi. (18)1, 29-44.
- Vural, Z. ve Bat, M. (2010). Yeni Bir İletişim Ortamı Olarak Sosyal Medya: Ege Üniversitesi İletişim Fakültesine Yönelik Bir Araştırma, Yaşar Üniversitesi Dergisi, [http://journal.yasar.edu.tr/wpcontent/uploads/2012/08/3\\_BVural\\_MBat.pdf](http://journal.yasar.edu.tr/wpcontent/uploads/2012/08/3_BVural_MBat.pdf), 10.11.2017.
- We Are Social (2017). Digital in 2017 Global Overview, A Collection of Internet, Social Media, and Mobile Data From Around The World. Hootsuite. 2008-2017 We Are Social Ltd. <https://wearesocial.com>, Erişim Tarihi: 15.11.2017
- Yen, C., Tang, T., Yen, J., Lin, H., Huang, C., ve Liu, S. (2009). Symptoms of Problematic Cellular Phone Use, Functional Impairment and Its Association with Depression Among Adolescents in Southern Taiwan, Journal of Adolescence. 32, 863-873.
- Yen, C., Tang, T., Yen, J., Lin, H., Huang, C., ve Liu, S. (2009). Symptoms of Problematic Cellular Phone Use, Functional Impairment and Its Association with Depression Among Adolescents in Southern Taiwan. Journal of Adolescence. 32, 863-873.
- Young, K. (1996). Internet Addiction; The Emergence of New Clinical Disorder. Cyber Psychology & Behavior. 1, 237-244.

