

Gönderilme Tarihi: 06 Mayıs 2018; Revize Edilmiş Hali: 07 Haziran 2018; Kabul Tarihi: 25 Haziran 2018
Çevrimiçi Yayın Tarihi: 07 Temmuz 2018

BİLİŞİM TEKNOLOJİLERİ VE ÖRGÜTLERİN POTANSİYEL İNSAN KAYNAĞINA ETKİSİ: BİR ALAN ARAŞTIRMASI¹

Fikret SÖZBİLİR²

ÖZ

Z kuşağında yer alan üniversite öğrencilerinin yoğun bir şekilde kullandığı sosyal medya ve akıllı telefon en çok dikkat çeken bilişim araçlarıdır. Bu çalışmanın amacı, sosyal medya kullanımının ve kullanım süresinin akıllı telefon bağımlılığı eğilimi üzerindeki etkisini incelemektir. Bununla birlikte yoğun sosyal medya kullanımının akıllı telefon bağımlılığına ve Z kuşağına etkisi ile ilgili öneriler sunmaktır. Bu alan çalışmasında, Artvin Çoruh Üniversitesi Hopa İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesinde (İİBF) öğrenim gören 214 öğrenciden anket yoluyla sosyal medya kullanımı ve akıllı telefon bağımlılığı algılarına ilişkin veriler toplanmıştır. Elde edilen verilerin içerik analizi SPSS 24.0 programı ile faktör, güvenilirlik, korelasyon, tek yönlü ANOVA ve regresyon analizleri yapılarak tablolar halinde sunumu yapılmıştır. Elde edilen bulgular, sosyal medya kullanımı ve kullanım süresinin ve akıllı telefon bağımlılığı eğilimini olumlu ve anlamlı bir şekilde etkilediğini göstermiştir. Aynı zamanda, öğrencilerin çoğu sosyal medyayı günde 30 dakika ve 3 saat arasında kullandığı ve çoklu karşılaştırmalar sonucuna göre günde 3 saatten fazla sosyal medya kullanımının akıllı telefon bağımlılığı eğilimini artırdığı belirlenmiştir.

Anahtar Kelimeler: Sosyal Medya, Akıllı Telefon Bağımlılığı Eğilimi, Z Kuşağı.

Jel Kodları: O30, O35, O39

-
- 1 Bu makale, Bayburt Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi tarafından 03-05 Mayıs 2018 tarihlerinde düzenlenen Uluslararası Uygulamalı İşletme, Yönetim ve Ekonomi Araştırmaları Sempozyumunda sözlü bildiri olarak kısmen sunulmuş ve 978-605-99-45-19-6 ISBN'li Bildiriler Kitabında özet olarak yer almıştır.
 - 2 Dr. Öğr. Üyesi, Artvin Çoruh Üniversitesi, fsozbilir@artvin.edu.tr, ORCID: 0000-0003-2665-1795

INFORMATION TECHNOLOGIES AND POTENTIAL HUMAN RESOURCES OF ORGANIZATIONS: AN EMPIRICAL STUDY

ABSTRACT

Social media and smart phone, which are used extensively by university students on the Z Generation, are the most noticeable tools of information. This study aims to examine the impact of social media usage and duration of usage on smartphone addiction proneness at the same time their impact on Z generation. In addition, it is aimed to provide recommendations, based on the smartphone addiction proneness increased by overusing social media and its impact on Z generation. In this empirical study, the data on perceptions concerning social media usage and smartphone addiction proneness was gathered by means of a questionnaire from 214 participating students at Artvin Coruh University Hopa Faculty of Economics and Administration in Turkey. Data were subjected to content analysis with SPSS 24.0 software by doing factor, reliability, correlation, one-way ANOVA and regression analyzes and presented in tables. The findings showed that the social media usage and duration of it have impact on smartphone addiction proneness. Also, it has been determined that most of the students use social media for 30 minutes and 3 hours in a day and that the increases of smartphone addiction proneness when social media usage more than 3 hours a day as a result of multiple comparisons.

Keywords: Social Media, Smartphone Addiction Proneness, Z Generation.

JEL Codes: O30, O35, O39.

GİRİŞ

Bilişim kavramı, Köksal (1981: 28) tarafından “insanoğlunun teknik, ekonomik ve toplumsal alanlardaki iletişimde kullandığı ve bilimin dayanağı olan bilginin, özellikle elektronik makineler aracılığıyla, düzenli ve ussal biçimde bilimi; bilgi olgusunu, bilgi saklama, erişim dizgeleri, bilginin işlenmesi, aktarılması ve kullanılması yöntemlerini, toplum ve insanlık yararını gözeterek inceleyen uygulamalı bilim dalı” olarak tanımlanmıştır. Bilişim teknolojilerinin türlerinden olup kullanım amacı ve şekline göre avantaj sağlayan ya da dezavantaj oluşturan sosyal medya ve akıllı telefonlar artık her yaşta birey tarafından kullanılmaktadır. Sosyal medya, bilişim teknolojilerinin bir platformu olarak kullanıcıların birbirleriyle bağlantı ve iletişim kurmalarına imkân veren ve sosyal etkileşim sağlayan sosyal ağ sitelerinden oluşmaktadır (Akar, 2010: 110). Sosyal ağ siteleri, Tektaş (2014: 852) tarafından “internet ortamında, kullanıcıların kendilerini tanımlayarak her kültürden farklı kullanıcı ile iletişime geçtiği, bunun yanında normal sosyal yaşamda kullanılan jest ve mimik hareketlerini simgeleyen sembollerle duygu ve düşüncelerini sanal olarak ifade ettiği, bu şekilde sosyal iletişim kurduğu ortamlar” olarak tanımlanmıştır. Sosyal medya unsurları kullanım amacı ve içerik türüne göre farklılaşmaktadır. Söz konusu unsurlar; bloglar, mikrobloggerlar, wikiler, sosyal ağlar, kültür, lokasyon tabanlı araçlar, sosyal işletme ağları ve sanal dünyalar şeklinde sıralanabilir (Bostancı, 2015; Uluç ve Yarcı, 2017: 98). Bu çalışmada bilişim teknolojileri bağlamında sosyal medya ve akıllı telefon kullanımı ele alınmış olup, bu faktörlerin örgütlerin yakın gelecekte insan kaynağını oluşturacak olan ve Z kuşağı olarak nitelenen üniversite öğrencileri tarafından kullanım yoğunluğu ve bu teknolojilere yaklaşımı incelenecektir.

1. KURAMSAL ÇERÇEVE

1.1. Sosyal Medya Kullanımı

Sosyal medya, Kettunen, Sampson ve Vuorinen (2015, p. 43) tarafından ‘teknolojik yaklaşımla’ “bireylerin ve grupların içerik, topluluk ve Web 2.0 teknolojisi ile ortak anlayış ve anlamlar geliştirdiği bir süreç” olarak tanımlanmıştır. Sosyal medyanın bireysel kullanımda daha çok yukarıdaki tanımda vurgulanan işlevleri öne çıksa da kullanıcının ilgi alanına göre mesleki ve teknik bilgileri içeren görseller ve kaynakların da paylaşıldığı alan olup, bu paylaşımlarla bir işe ilişkin farklı yöntem ve teknikleri öğrenen (Capogna, 2010) ve potansiyel insan kaynağı olarak üniversiteli kullanıcıların profilini yükseltmektedir. Aksi durumda ise kişisel gelişimine ayıracağı zamanı sohbet için kullanarak kaynak israfına yol açılmış olacaktır. Latince “bağlantılı insan” anlamına gelen “homo-aptus” kavramı Z kuşağı için uygun bir nitelendirme olarak yakın bir gelecekte örgütlerde insan kaynağı olarak yer alacak olan Z

kuşağı, tam bir teknoloji ve sosyal medya meraklısı olarak yaşamlarının büyük kısmını sanal ortamda geçiren, sosyal medya iletişimine ayıracağı zamanı sohbet için kullanarak kaynak israfına yol açma, davranış bozukluğu ve çevrimiçi paylaşım ile yaratılan sanal sosyal beraberliklerle yetinmeleri gibi olumsuzluklar yaşaması olasıdır (Uluç ve Yarcı, 2017: 96). İnternet bağlantıları önceki yıllarda sadece bilgisayar üzerinden yapılabilirken günümüzde akıllı telefonlarla daha çok kullanılmaktadır. Geliştirilen farklı işlevlere sahip sosyal medya uygulamaları da bilgisayara ihtiyaç göstermeden bu yeni jenerasyon telefonlarla zamanımızın önemli bir kısmını almaya başlamışlardır (Hazar, 2011: 154). Toplumsal organizasyonlarda da sosyal medya artık önemli bir güç haline gelmiştir. Kitlelerin sosyal medya üzerinden organize olarak önemli toplumsal hareketlerde bulunmaları ve bazen de devrimler gerçekleştirebildikleri görülmüştür. Ortadoğu’da başlayan Arap Baharı, Mısır’da 2011’in ilk döneminde patlak veren direniş, Yeşil Devrim olarak adlandırılan 2009 yılından itibaren İran’da zaman zaman yaşanan halk ayaklanmaları ve benzer şekilde Sırbistan, Lübnan, Gürcistan ve Ukrayna’da yaşanan halk hareketleri “Facebook Devrimi” ya da “Twitter Devrimi” olarak adlandırılmıştır (Shirky, 2010; Telli, 2012: 69-73). Sosyal medya kullanımı bireylerde farklılık göstermektedir. Bazı bireyler sosyal medyayı video paylaşımı için kullanırken bazıları da anlık mesajlaşma, fotoğraf, hikaye ve online bloglarda bilgi paylaşımı yapmaktadır (Tektaş, 2014: 855). Bireylerin sosyal medya kullanımında sosyalleşmek, topluluklar içinde takdir edilmek ve takip edilmek isteği genel bir eğilim olarak görülmektedir (Hazar, 2011: 153). En çok kullanılan sosyal medya siteleri Facebook başta olmak üzere WhatsApp, Twitter, Youtube, LinkedIn ve Instagram’dır (Özmen, 2012; Anders, 2012; Salehan ve Negahban, 2013; Benson vd., 2014; Wolf vd., 2014).

Sosyal medya kullanımını değişik açılardan incelemeye yönelik araştırmalar yapılmıştır. Hazar (2011) tarafından Gazi Üniversitesi İletişim Fakültesi ve Gazi Eğitim Fakültesi Almanca Dili Eğitimi ve İngilizce Dili Eğitimi Bölümü öğrencileri üzerinde yapılan alan çalışmasında öğrencilerin % 50,4’ünün sosyal medyayı günde 2-4 saat arasında kullandığı ve sosyalleşme için önemli bir ortam olarak kabul ettiklerini belirlemiştir. Vural ve Bat (2010), Ege Üniversitesi İletişim Fakültesinde 319 öğrencinin katılımıyla gerçekleştirdikleri alan çalışmasında öğrencilerin %80’den fazlasının sosyal medyayı kullandığı sonucuna ulaşmışlardır.

1.2. Akıllı Telefon Bağımlılığı Eğilimi

Akıllı telefon bağımlılığı Demirci vd. tarafından (2014, p. 227) “bireylerin akıllı telefonların günlük hayatlarında rahatsızlık verecek düzeyde aşırı kullanımı” olarak tanımlanabilir. Akıllı telefon bağımlılığı; bireyin sosyal ya-

şamdan kendini soyutlaması, yakın çevresi ile sohbet etmek yerine sanal dostluklara yönelme şeklinde işlevsel fonksiyon bozukluğu belirtileri ile dışavurumu olarak görülür. Diğer taraftan akıllı telefonu kullanmasına engel olunduğunda panikleyen, sinirlenen ve acı çeken bir ruh haline bürünme ve bu durumdan kurtulma için çabalamaya rağmen kurtulmanın zor olduğu hatta başarısızlıkla sonuçlandığı problemlili bir durumdur (Kim vd., 2014; Kwon vd., 2013: 7).

Akıllı telefon bağımlılığı teknoloji bağımlılığının bir türü olup, davranışsal problemlere yol açabilmektedir. Davranışsal problemler arasında dışadönüklük, düşük özsaygı düzeyi ve yüksek düzeyde kendine odaklanma (Salehan ve Negahban, 2013: 2633), telefonsuz kaldığında keyfinin kaçması (Park, 2005) davranışları gösterilmiştir. Akıllı telefon bağımlılığının kişisel alışkanlıklar ve yalnızlık hissi ile yakın ilişkisi olduğu yapılan çalışmalar sonucunda belirlenmiştir (Park, 2005; Toda vd., 2008). Yukarıda da belirtildiği gibi akıllı telefonlar belli bir yere bağlı kalmaksızın kısa zamanda bilgiye erişim ve işlem yapabilme gibi çok yönlü ve yararlı kullanım alanları sağlamaları bakımından önemli bir teknolojik gelişmedir. Diğer taraftan kontrolsüz ve yararsız bir şekilde aşırı kullanılması durumunda da birçok açıdan olumsuz etkileri görülmektedir (Minaz ve Bozkurt, 2017; Soni vd., 2017: 515-519; Pearson ve Hussain, 2016: 193-207).

Aktürk ve arkadaşları (2017) Türkiye'deki bir üniversitenin 341 öğrencisi üzerinde yapmış oldukları bir araştırma ve Işık ve Kaptangil'in (2018) Bitlis Eren Üniversitesinde öğrenim gören 343 öğrenci üzerinde gerçekleştirdikleri araştırma sonucunda sosyal medya kullanım süresi ve akıllı telefon bağımlılığı arasında anlamlı bir ilişki olduğunu belirlemişlerdir. Bu sonuç, sosyal medyayı daha fazla süre kullanan üniversite öğrencilerinin akıllı telefon bağımlısı olma ihtimallerinin yükseldiğini göstermiştir. Minaz ve Bozkurt'un (2017) yaptıkları çalışmada üniversite öğrencilerinin büyük çoğunluğunun sosyal ağlara girmek için akıllı telefonlarını kullandıklarını ve sosyal medyanın kullanımının akıllı telefon bağımlılığını arttıran bir neden olabileceği sonucuna ulaşmışlardır.

1.3. Geleceğin İnsan Kaynağı-Z Kuşağı (Mobil Yakalılar)

Geleceğin insan kaynağı olarak şu anda liselerde ve üniversitelerde öğrenim gören veya bu kuşakta yer alıp halen bir işte çalışmakta olanlar kabul edilebilir. Bu kuşak Z Kuşağı olarak adlandırılmıştır. İnternet teknolojisinin toplumda yaygın kullanıldığı dönemlerde doğanlar başka bir ifade ile 1990'lı yılların ortalarından itibaren doğanlar (Levickaite, 2010; Bresman ve Rao, 2017), Türkiye için de internet teknolojilerinin yoğun kullanılmaya başlandığı 2000 yılından itibaren doğanlar Z kuşağının başlangıcı ve bu kuşağın 2020 yılına kadar devam edeceği (Adıgüzel vd., 2014: 174) kabul edilmektedir. Yaşamın

büyük bir bölümünde mobil erişimi bir gereklilik ve çözüm unsuru olarak gören, çalışma yaşamı ve örgütsel sınıflandırmada “Mobil Yakalılar” olarak adlandırılan bu kuşağın gençleri (Sözbilir, 2018) gelişmiş bilgisayar teknolojisini, kablosuz ve kesintisiz interneti bir yaşam standardı olarak kabul etmektedir (Ozkan ve Solmaz, 2015). Örgütler, Z Kuşağı bireylerinin çalışma yaşamına girmeleri ile bilgiye erişimde internet ve mobil teknolojileri yoğun kullanan (Sözbilir, 2018), bilgiyi hızlı yorumlayabilen, proje bazlı çalışmaya daha yatkın, sürekli değişimden yana yenilikçi ve yaratıcı eğilimleri ile alışılmışın dışında farklı bir işgören profili ile karşılaşacaklardır (Prensky, 2001: 2; Patranabis, 2012: 97-98). Bütün bunların yanı sıra, Erdem ve arkadaşlarının (2017), üniversite öğrencileri ve kamu çalışanları üzerinde, günümüzün psikolojik bir rahatsızlığı olarak kabul edilen Mobil Telefon Yoksunluğu Korkusu (Nomofobi) ile ilgili yaptıkları bir araştırmada, öğrencilerin kamu çalışanlarına göre daha fazla nomofobik oldukları sonucuna ulaşmışlardır. Bu sonuca göre, yakın zamanda iş hayatına atılmaları durumunda örgütsel çalışma disiplini, verimlilik, ulaşılması gereken hedefler ve aile yaşamı bakımından kendileri ve organizasyonlar açısından çeşitli problemlerin yaşanabileceği düşünülmelidir.

2. ARAŞTIRMANIN AMACI

Üniversite öğrencileri sosyal medyaya karşı fazlasıyla ilgili ve neredeyse hepsi sosyal medyayı kullanmaktadırlar. Bu öğrenciler akıllı telefonları önemli bir iletişim aracı olarak görmenin yanı sıra prestij unsuru bir aksesuar olarak da görmekte ve sosyal medyayı çoğunlukla akıllı telefonlar üzerinden kullanmaktadırlar. Sosyal medyanın çekiciliği karşısında gerekli direnci gösteremeyen öğrenciler kullanım sürelerini uzatmakta ve bu nedenle sosyal medyaya bağımlı hale gelmektedirler. Bu çalışmanın amacı üniversite düzeyinde öğrenim gören ve iş hayatına girmek üzere olan ve potansiyel işgören konumunda olan öğrencileri sosyal medya kullanımı ve akıllı telefon bağımlılığı çerçevesinde inceleme ve aşağıdaki sorulara cevap aramak ve aşağıdaki hipotezleri test etmektir:

1. Katılımcılar sosyal medyayı ne sıklıkta kullanmaktadır?
2. Katılımcılar sosyal medyayı daha çok hangi amaçla kullanmaktadır?

Aynı zamanda sosyal medya kullanım süresi ile akıllı telefon bağımlılığı arasında anlamlı bir farklılık olup olmadığını ve sosyal medya kullanımının akıllı telefon bağımlılığı üzerinde etkisi olup olmadığını test etmek üzere aşağıdaki hipotezler geliştirilmiştir:

H1. Sosyal medya kullanım süresinin akıllı telefon bağımlılığı üzerinde olumlu ve anlamlı etkisi vardır.

H2. Sosyal medya kullanımının akıllı telefon bağımlılığı üzerinde olumlu ve anlamlı etkisi vardır.

3. ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ

3.1. Katılımcılar ve Uygulama

Araştırmanın örneklemini aynı zamanda evreni de olan Artvin Çoruh Üniversitesi Hopa İİBF' de 2017-2018 eğitim-öğretim yılında öğrenim gören toplam 611 öğrencisidir. Araştırmada kullanılan veriler; örneklemini oluşturan toplam 611 öğrenciye yazar dağıtılan anketlerden geri dönen 214 anket yoluyla toplanmıştır. Araştırmaya katılım oranı % 35 olarak gerçekleşmiştir. Bu katılım oranı %95 güven aralığında %5,4 hata payına sahiptir. Veriler SPSS 24.0 programı ile analiz edilmiştir. Öğrencilerin demografik sonuçlarına ilişkin veriler frekans ve yüzdelik değerler üzerinden değerlendirilmiştir.

3.2. Ölçekler

Araştırmada kullanılan anket formu 3 bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde katılımcılardan demografik özelliklerine ilişkin bilgileri istenmiş olup Tablo 1'deki veriler elde edilmiştir. İkinci bölüm sosyal medya kullanımını ölçmeye yöneliktir ve Küçükali'nin (2016) araştırmasında kullandığı 5'li Likert tipi değerlendirme (1: kesinlikle katılmıyorum-5: kesinlikle katılıyorum) içeren 15 maddelik sosyal medya kullanımı ölçeğinden faktör yükleri yeterli olan 12 madde alınmıştır. Üçüncü bölümde ise akıllı telefon bağımlılığını ölçmek üzere Kim ve diğerleri (2014) tarafından geliştirilen 5'li Likert tipi (1: kesinlikle katılmıyorum-5: kesinlikle katılıyorum) ve orijinali 15 maddeyi içeren akıllı telefon bağımlılığı eğilim ölçeğinden de faktör yükleri yeterli olan 12 madde kullanılmıştır.

4. BULGULAR

4.1. Demografik Bilgiler

Tablo 1' de özetlenen bilgilere göre, araştırmada, aylık geliri 401-500 TL arasında olanların oranı %35,5 olarak bulunmuştur. Katılımcıların %21,5'i sosyal medyada günde 2ve 3 saat arasında, %20,1'i de 1 ve 2 saat arasında zaman geçirirken, %12,6'sı 4 ve 9 saat arasında zaman geçirmektedir. Bu sonuçlar öğrencilerin sosyal medyayı kullanım sıklığını göstermiştir. Araştırmaya katılanların %48,1'i erkek ve %51,9'u bayandır. Katılımcıların en yüksek oranla (%54,2) 21-25 yaş aralığında ve en düşük oranla (%0,9) 31 ve üzeri yaş aralığındadır. Kendine ait akıllı telefonu olanların oranının %97,2 ve kendine ait interneti olanların oranının %77,1 olarak yüksek düzeylerde olduğu görülmüştür.

Tablo-1. Katılımcıların Demografik Sonuçları

Aylık Gelir (TRY)	Sayı	Yüzde (%)	Bir Günde Sosyal Medyada Geçirdiğiniz Toplam Süre	Sayı	Yüzde (%)
300 TRY veya daha az	49	22,9	Hiç Zaman Geçirmem	9	4,2
301-400	18	8,4	10 Dakikadan Az	6	2,8
401-500	76	35,5	10 ve 30 Dakika Arası	34	15,9
501-600	18	8,4	30 Dakika ve 1 Saat Arası	31	14,5
601-700	18	8,4	1 ve 2 Saat Arası	43	20,1
701-800	16	7,5	2 ve 3 Saat Arası	46	21,5
801-900	6	2,8	3 ve 4 Saat Arası	18	8,4
901-1000	13	6,1	4 ve 9 Saat Arası	27	12,6
Toplam	214	100,0	Toplam	214	100,0
Cinsiyet	Sayı	Yüzde (%)	Yaş Grubu	Sayı	Yüzde (%)
Erkek	103	48,1	17-20	88	41,1
Bayan	111	51,9	21-25	116	54,2
Toplam	214	100,0	26-30	8	3,7
			31 ve üstü	2	0,9
			Toplam	214	100,0
Kendine Ait Akıllı Telefon	Sayı	Yüzde (%)	Kendine Ait İnternet	Sayı	Yüzde (%)
Var	208	97,2	Var	165	77,1
Yok	6	2,8	Yok	49	22,9
Toplam	214	100,0	Toplam	214	100,0

4.2. Ölçeklerin Geçerliliği ve Güvenilirliği

Sosyal medya kullanımı ve akıllı telefon bağımlılığı eğilimi ölçeklerinin yapısal geçerlilikleri faktör analizi yapılarak test edilmiştir. Araştırmada kullanılan ölçeklerin faktör yapılarını ve yüklerini belirlemek için doğrulayıcı faktör analizi yapılmıştır. Ölçeklerin Kaiser-Meyer Olkin (KMO) değerleri faktör analizi için uygun olduğunu ve aynı zamanda (SMK=0,814 ve ATBE=0,929) değerleri ölçeğin mükemmel olduğunu göstermektedir. Ölçeklerin güvenilirlik testleri sonucunda Cronbach's Alpha değerleri güvenilirlik için yeterli kabul edilen ,70'in üzerinde olanlar analize dahil edilmiştir. Sosyal Medya Kullanımı (SMK) ölçeğinden 3 değişken (SMK-2: Sosyal medyayı siyasi ve ideolojik düşüncelerimi belirtmek için kullanırım; SMK-5: Sosyal medyayı yalnızca boş zamanlarımı değerlendirmek için kullanırım; SMK-14: Sosyal medyaya erişimin okul içerisinde kısıtlanmasının başarı düzeyini olumlu etkileyeceği düşüncesindeyim) faktör yükleri, 40'ın altında olduğu

için analizden çıkarılmıştır. Akıllı Telefon Bağımlılığı Eğilimi (ATBE) ölçeğinden de 3 değişken (ATBE-8: Akıllı telefon kullanma zamanımı kontrol edebiliyorum; ATBE-10: Akıllı telefonsuz kaldığımda bile kaygılanmam; ATBE-13: Akıllı telefon kullanmam beni ders çalışmaktan alıkoymaz) faktör yükleri ,40'ın altında olduğu için analizden çıkarılmış olup, SMK ölçeğinden 12 değişken ve ATBE ölçeğinden 12 değişken ile analiz yapılmıştır. Ölçek maddelerinin her birine ait faktör yükleri maddelerin tekrarından kaçınmak amacıyla Tanımlayıcı İstatistikler başlığı altında yer alan Tablo 4 ve Tablo 5'de gösterilmiştir.

Sonuç olarak, doğrulayıcı faktör analizi ölçeklerin geçerliliklerinin ve güvenilirlik analizinin de Cronbach's Alfa (α) değerlerinin istenen düzeyde ($>,70$) ve yeterli olduğu sonucunu ortaya koymuştur. Doğrulayıcı faktör analizi sonuçları Tablo 2'de gösterilmiştir.

Tablo-2. Faktör Analizi Sonuçları

Değişkenler	N	Cronbachs' Alpha (α)	Faktör Yükleri	KMO	Yaklaşık χ^2	df	Varyans (%)	Anl. (p)
Sosyal medya kullanımı (SMK)	12	,78	,410- ,652	,814	466,902	66	29,541	,000
ATBE	12	,91	,533- ,827	,929	1226,927	66	50,649	,000

ATBE: Akıllı Telefon Bağımlılığı Eğilimi.

4.3. Korelasyon Analizi

Çalışmada yer alan değişkenlerin ortalamaları, standart sapmaları ve korelasyon değerleri Tablo 3'de verilmiştir. Korelasyon analizinde sosyal medya kullanımı ve ATBE arasında ($r= ,221$; $p< ,001$) pozitif ve anlamlı ilişki olduğu belirlenmiştir.

Tablo-3. Korelasyon Analizi Sonuçları

Değişkenler	Mean	Std. Sapma	1	2
1-Sosyal Medya Kullanımı	2,9712	,93296	1	
2-Akıllı Telefon Bağımlılığı Eğilimi	2,3917	,92906	,221**	1

** Korelasyon 0.01 düzeyinde anlamlıdır (2-tailed).

4.4. Tanımlayıcı İstatistikler

Araştırmada kullanılan ölçeklerde yer alan ifadelere katılımcıların vermiş oldukları yanıtların yönü ve frekans dağılımına ilişkin veriler incelenmiştir ve Tablo 4'de özetlenmiştir.

Tablo-4. Sosyal Medya Kullanımı Ölçeği Frekans Analizi

Değişkenler	T / %	1*	2*	3*	4*	5*	\bar{x}	ss	Faktör Yükleri
Sosyal medyayı vazgeçilmez bir iletişim aracı olarak kabul ederim	n	50	53	49	39	23	2,68	1,304	,482
	%	23,4	24,8	22,9	18,2	10,7			
Sosyal medyayı eğlenmek ve rahatlamak için kullanırım	n	17	25	36	75	61	3,64	1,231	,511
	%	7,9	11,7	16,8	35,1	28,5			
Sosyal medyayı bilgi düzeyimi arttırmak için kullanırım	n	20	20	62	72	40	3,43	1,172	,547
	%	9,3	9,3	29,0	33,6	18,8			
Sosyal medyayı insanları daha iyi tanımak ve yeni dostluklar edinmek için kullanırım	n	60	47	55	44	8	2,50	1,205	,415
	%	28	22	25,7	20,6	3,7			
Sosyal medyayı mesaj almak veya göndermek için kullanırım	n	23	31	46	82	32	3,32	1,208	,410
	%	10,7	14,5	21,5	38,3	15,0			
Sosyal medyayı aynı zamanda alış-veriş aracı olarak da kullanırım	n	32	32	34	91	25	3,21	1,266	,568
	%	15	15	15,9	42,4	11,7			
Sosyal medyayı kişilere ve düzenlenen organizasyonlara ulaşmak için kullanırım	n	38	34	62	68	12	2,92	1,188	,652
	%	17,8	15,9	29	31,8	5,6			
Sosyal medyayı kişisel sunum ve bilgi paylaşımı için kullanırım	n	36	36	57	71	14	2,96	1,200	,647
	%	16,8	16,8	26,7	33,2	6,5			
Sosyal medyayı video paylaşımı yapmak (YouTube gibi sitelerde) için kullanırım	n	48	48	53	49	16	2,71	1,253	,555
	%	22,4	22,4	24,8	22,9	7,5			
Sosyal medya, gündelik hayatımda tutum ve davranışlarımda bir değişiklik meydana getirmektedir	n	53	43	58	47	13	2,64	1,239	,485
	%	24,7	20,1	27,1	22,0	6,1			
Sosyal medyanın arkadaşlarımla ve beni ülke sorunlarına ve gündemine daha duyarlı bir hale getirdiğine inanırım	n	38	31	77	46	22	2,92	1,217	,636
	%	17,8	14,5	36	21,5	10,3			
Okul dersleri sosyal medya aracılığıyla da takip edilirse başarı düzeyi olumlu etkilenir.	n	53	31	73	37	20	2,72	1,269	,545
	%	24,8	14,5	34,1	17,3	9,3			
<i>Frekans Ortalaması**</i>	<i>n</i>	<i>39</i>	<i>35,9</i>	<i>55,2</i>	<i>60,1</i>	<i>23,8</i>	<i>214</i>		
<i>Likert Yanıtların Yüzdelerlik Dağılımı</i>	<i>%</i>	<i>18,2</i>	<i>16,8</i>	<i>25,8</i>	<i>28,1</i>	<i>11,1</i>	<i>100</i>		

*1=Kesinlikle katılmıyorum, 2= Katılmıyorum, 3=Kararsızım, 4=Katılıyorum, 5= Kesinlikle katılıyorum

** Frekans Toplamı/12(Önerme sayısı)

Tablo 4’de Üniversite öğrencilerinin sosyal medya kullanımı ölçeğine verdikleri cevaplara dayalı olarak görüşlerinin ortalama değerleri () incelendiğinde; “Sosyal medyayı eğlenmek ve rahatlamak için kullanırım” (=3,64), “Sosyal medyayı bilgi düzeyimi arttırmak için kullanırım” (=3,43) ve “Sosyal medyayı mesaj almak veya göndermek için kullanırım” (=3,32) ifadelerine sırasıyla en yüksek ortalama ile cevap verdikleri görülmektedir. Bu sonuçlar, örnekleme oluşturan öğrencilerin sosyal medyayı eğlenmek ve rahatlamak, bilgi düzeyini arttırmak, mesaj almak veya göndermek için kullandıkları belirlenmiştir.

Tablo-5. Akıllı Telefon Bağımlılığı Eğilimi Ölçeği Frekans Analizi

Değişkenler	T / %	1*	2*	3*	4*	5*	\bar{x}	ss	Faktör Yüklere
Akıllı telefonu aşırı kullanmaktan okul notlarım düştü	n	57	65	48	20	24	2,48	1,284	,649
	%	26,7	30,4	22,4	9,3	11,2			
Akıllı telefon kullanmak ailemle ya da arkadaşlarla vakit geçirmekten daha keyiflidir.	n	98	69	29	10	8	1,88	1,053	,533
	%	45,8	32,2	13,6	4,7	3,7			
Akıllı telefon kullanmama izin verilmezse benim için acı verici olur	n	71	53	40	23	27	2,45	1,375	,691
	%	33,2	24,8	18,7	10,7	12,6			
Akıllı telefon kullanmayı bırakmaya çalışıyorum fakat başaramıyorum	n	70	46	56	18	24	2,44	1,323	,710
	%	32,7	21,5	26,2	8,4	11,2			
Akıllı telefon kullanımım nedeniyle planladığım şeyleri (ders çalışma, ödev yapma ya da okul dışındaki kurslara gitme) yapmaya zor zaman buluyorum	n	64	54	42	28	26	2,52	1,359	,774
	%	29,9	25,3	19,6	13,1	12,1			
Akıllı telefon kullanmadığım zaman tüm dünyamı kaybetmiş gibi olurum	n	80	61	37	18	18	2,22	1,265	,827
	%	37,4	28,5	17,3	8,4	8,4			
Akıllı telefonsuz kaldığımda huzursuz ve sınırlı olurum	n	77	58	37	24	18	2,29	1,289	,801
	%	36,0	27,1	17,3	11,2	8,4			
İnsanlar benim akıllı telefonu aşırı kullanmamı sık sık eleştirirler	n	88	47	24	33	22	2,32	1,405	,721
	%	41,1	22,0	11,2	15,4	10,3			
Durmam gerektiğini düşünsem bile akıllı telefonumu yine çok fazla kullanmaya devam ediyorum	n	52	60	46	26	30	2,64	1,345	,786
	%	24,3	28,1	21,5	12,1	14,0			
Ailem veya arkadaşlarım benim akıllı telefonu çok fazla kullanmamdan şikâyetçiler	n	77	61	44	16	16	2,22	1,223	,703
	%	36,0	28,5	20,6	7,4	7,5			
Akıllı telefon kullanmadığım zaman panik olurum	n	87	50	33	11	33	2,31	1,437	,643
	%	40,7	23,4	15,4	5,1	15,4			
Akıllı telefonumla çok zaman harcamak bir alışkanlık oldu	n	42	44	46	51	31	2,93	1,346	,649
	%	19,6	20,6	21,5	23,8	14,5			
<i>Frekans Toplamı</i>	<i>n</i>	<i>71,9</i>	<i>55,6</i>	<i>40,2</i>	<i>23,2</i>	<i>23,1</i>	<i>214</i>		
<i>Likert Yanıtların Yüzdelerik Dağılımı</i>	<i>%</i>	<i>33,6</i>	<i>26,0</i>	<i>18,8</i>	<i>10,8</i>	<i>10,8</i>	<i>100</i>		

*1=Kesinlikle katılmıyorum, 2= Katılmıyorum, 3=Kararsızım, 4=Katılıyorum, 5= Kesinlikle katılıyorum

Tablo 5’de Lise öğrencilerinin akıllı telefon bağımlılığı eğilimi ölçeğine verdikleri cevaplara dayalı olarak görüşlerinin ortalama değerleri () incelendiğinde; “Akıllı telefonumla çok zaman harcamak bir alışkanlık oldu” (=2,93), “Durmam gerektiğini düşünsem bile akıllı telefonumu yine çok fazla kullanmaya devam ediyorum” (=2,64) ve “Akıllı telefon kullanımım nedeniyle planladığım şeyleri (ders çalışma, ödev yapma ya da okul dışındaki kurslara gitme) yapmaya zor zaman buluyorum” (=2,52) ifadelerine sırasıyla en yüksek ortalama ile cevap verdikleri belirlenmiştir. Likert ölçek ile alınan yanıtların yüzdelerik dağılımı incelendiğinde de ölçekte yer alan ifadelerle katılmayanların

(1=Kesinlikle katılmıyorum ve 2= Katılmıyorum) oranı (%59,6) katılanlara (%40,4) göre daha yüksek olduğu anlaşılmıştır. Bu ölçekte yer alan ifadelerle genel olarak katılmama oranının yüksek olması lise öğrencilerinin telefon bağımlılığı eğilimlerinin daha az olduğu şeklinde yorumlanabilir.

4.5. Sosyal Medyada Geçirilen Zaman ve Akıllı Telefon Bağımlılığı Eğilimi Arasındaki İlişki

4.5.1. Tek Yönlü ANOVA

Sosyal medyada geçirilen zaman ve akıllı telefon bağımlılığı arasındaki ilişkiyi tespit etmek için ANOVA testi uygulanmıştır. Yapılan analiz neticesinde Artvin Çoruh Üniversitesi Hopa İİBF öğrencilerinin sosyal medyada geçirdikleri zaman ile akıllı telefon bağımlılığı arasında anlamlı bir farklılık görülmüştür ($p < 0,05$). Tablo 6 incelendiğinde Artvin Çoruh Üniversitesi Hopa İİBF öğrencilerinin sosyal medyada geçirdikleri zamanın akıllı telefon bağımlılık eğilimi üzerinde etkili olduğu sonucuna varılmıştır. Bu doğrultuda “*Sosyal medya kullanım süresinin akıllı telefon bağımlılığı üzerinde olumlu ve anlamlı etkisi vardır*” şeklindeki H1 hipotezi kabul edilmiştir. Tek Yönlü ANOVA kapsamında grupların olası ikiye bölünmüş tüm kombinasyonlarını karşılaştırmak ve farklılığın hangi gruplar arasında olduğunu belirlemek amacıyla Post-hoc testi (Tukey HSD) uygulanmıştır. Post-hoc testinde (Tukey HSD) elde edilen ortalama farkı (OF) ve bu farkın anlamlılık düzeyi ile ilgili sonuçlarına göre; günlük sosyal medya kullanım süresi 4 saatten fazla olanların (OF=1,12037; $p < ,05$) ve 3-4 saat arası olanların (OF=1,12074; $p < ,05$) sosyal medyada hiç zaman geçirmeyenlere göre akıllı telefon bağımlılığı eğilimlerinin daha yüksek ve anlamlı olduğu belirlenmiştir.

Tablo 6. Sosyal medya kullanım süresi ve akıllı telefon bağımlılığı arasındaki ilişki (ANOVA Testi)

		Kareler toplamı	sd	Kareler ort.	F	P-değeri
Sosyal medya kullanım süresi	Gruplar arası	13,092	7	1,870	2,256	,031
	Gruplar içi	170,761	206	,829		
	Toplam	183,853	213			

4.6. Sosyal Medyada kullanımı ve Akıllı Telefon Bağımlılığı Eğilimi Arasındaki İlişki

4.6.1. Regresyon Analizi

Araştırma kapsamında gerçekleştirilen regresyon analizinde bağımsız değişken olan sosyal medya kullanımının bağımlı değişken akıllı telefon bağımlılığı eğilimi üzerinde etkisinin olup olmadığı incelenmiş ve sonuçları Tablo 7’de verilmiştir. Analiz sonucunda modelin tümüyle istatistiksel olarak her düzeyde anlamlı olduğu ($F=10,911$; $p<,01$) görülmüştür (Tablo 7).

Tablo 7. Regresyon Katsayıları Tablosu

Bağımsız Değişkenler	β	t	R^2	Düzeltilmiş R^2	F	p
Sabit Değer		5,141	,049	,044	10,911	,001
Sosyal Medya Kullanımı	,221***	3,303				,000

Bağımlı değişken: Akıllı Telefon Bağımlılığı Eğilimi;

*** $p<,001$ düzeyinde anlamlıdır.

Tablo 7’deki sonuçlardan bağımlı değişken akıllı telefon bağımlılığı eğiliminin %4,4’ünün bağımsız değişken sosyal medya kullanımı tarafından açıklandığı anlaşılmaktadır. Başka bir ifade ile akıllı telefon bağımlılığı eğilimindeki değişimin %4,4’ü sosyal medya kullanımındaki değişimler tarafından açıklanmaktadır. Buradaki açıklama düzeyi oldukça düşük olmakla birlikte istatistiksel olarak anlamlıdır. β katsayılarını incelediğinde, sosyal medya kullanımının akıllı telefon bağımlılığı eğilimini olumlu yönde etkilediği ($\beta=,221$; $p<,01$) anlaşılmıştır. Bu sonuçlara göre araştırmanın “*Sosyal medya kullanımının akıllı telefon bağımlılığı üzerinde olumlu ve anlamlı etkisi vardır*” hipotezi (H2) kabul edilmiştir.

SONUÇ

Araştırma kapsamında elde edilen veriler korelasyon analizi ve tanımlayıcı istatistiklerle incelenmiştir. Araştırmada yapılan korelasyon analiz sonuçları üniversite öğrencilerinin sosyal medya kullanımı ($r=,221$; $p<,001$) arttıkça akıllı telefon bağımlılık eğilimi düzeyinin arttığını ve akıllı telefon bağımlılık eğilimi arasında anlamlı ancak düşük düzeyde korelasyon olduğunu göstermiştir. Frekans analizi sonuçlarına bakıldığında katılımcıların sosyal medyayı öncelik sırasına göre; eğlenme ve rahatlama, bilgi düzeylerini artırma ve mesajlaşma amacıyla kullandıkları belirlenmiştir. Buna göre, sosyal medya daha çok eğlenme, rahatlama, bilgi edinme ve iletişim amaçlı kullanılmakta, insanları daha iyi tanımak ve yeni dostluklar edinmek için daha az kullanılmaktadır.

Akıllı telefon bağımlılığı eğilimi ile ilgili frekans analizi sonuçlarına göre katılımcıların akıllı telefonla çok zaman harcamalarının bir alışkanlık olduğunu, durmaları gerektiğini düşünse bile akıllı telefonlarını yine çok fazla kullanmaya devam ettiklerini ve bu nedenle planladıkları şeyleri (ders çalışma, ödev yapma ya da okul dışındaki kurslara gitme) yapmaya zor zaman bulduklarını ifade etmişlerdir. Bu ifadeler katılımcıların akıllı telefonu aşırı kullandıkları anlamına gelmektedir. Akıllı telefon bağımlılığı göstergesi olan (katılımcıların akıllı telefonunu kullanmasına izin verilmediği ya da kullanamadığı zamanlarda acı çektiği, huzursuz ve sinirli olduğu gibi) maddelere verilen cevapların ortalama değerinin 2,50'nin altında olması katılımcıların henüz bağımlı olmadıkları ya da psikolojik olarak bağımlılık belirtileri göstermedikleri ancak kontrol altında tutulmasının yararlı olacağı şeklinde yorumlanmıştır. İki ölçek genelinde yer alan ve akıllı telefon bağımlılığı göstergesi olan ifadelere katılmayanların oranı oldukça yüksektir (akıllı telefon bağımlılığı eğilimi ifadelerine katılmayanların oranı= %40,4 ve akıllı telefon bağımlılığı eğilimi ifadelerine katılmayanların oranı= %59,6). Söz konusu oranlara bağlı olarak Hopa İİBF'de öğrenim gören ve yakın gelecekte insan kaynağı olarak iş dünyasına katılacak olan üniversite öğrencileri tarafından sosyal medyanın etkin kullanılmakla birlikte daha da verimli kullanılabileceği sonucuna ulaşılmıştır.

Araştırmada yapılan tek yönlü varyans analizi (ANOVA) testi sonucunda sosyal medyada günlük geçirilen sürenin akıllı telefon bağımlılığı eğilimi üzerinde olumlu ve anlamlı etkisi olduğu belirlenmiş ve araştırmanın birinci hipotezi kabul edilmiştir. Ayrıca yapılan basit doğrusal regresyon analizi sonucu, sosyal medya kullanımının akıllı telefon bağımlılığı eğilimi üzerinde olumlu ve anlamlı etkisi olduğunu ortaya çıkarmış ve araştırmanın ikinci hipotezi kabul edilmiştir. Her iki hipotezin testinde elde edilen sonuçlar, bu konuda daha önce üniversite öğrencileri üzerinde yapılan araştırmaların sonuçlarını desteklemektedir (Taylan, 2016; Soni vd., 2017; Erdem, 2017; Aktürk vd., 2017; Minaz ve Bozkurt, 2017; Işık ve Kaptangil, 2018). Tanımlayıcı analizlerin akıllı telefon bağımlılığı eğilimi ifadelerine katılmama oranının düşük olmasına karşın araştırma kapsamında yapılan ANOVA ve regresyon analizlerinin sonucunda sosyal medya kullanımının ve günlük kullanım süresinin akıllı telefon bağımlılığı eğilimi üzerinde R² değeri düşük olsa da olumlu ve anlamlı etkisi olduğu anlaşılmıştır. Başka bir ifade ile sosyal medya kullanımının ve günlük kullanım süresinin akıllı telefon bağımlılığı eğilimini artırdığı anlaşılmıştır.

Elde edilen sonuçlar incelendiğinde sosyal medyanın eğlence yerine daha etkin kullanımının özendirilmesi ve akıllı telefon bağımlılık eğilimi oranının daha da azaltılması için çalışmalar yapılması gerektiği düşünülmektedir. Bu

bağlamda ailelerin ve üniversitedeki yönetici ve öğretim elemanlarının yönlendirici danışmanlık yapmaları yararlı olacaktır. Yarının işgücü olacak üniversite öğrencileri ile çalışacak yönetici ve işverenlerin bu neslin sosyal medya kullanım becerilerinden yararlanmaları ve sosyal medyayı yoğun kullanımlarını katma değere dönüştürmeleri onları daha iyi anlamaları ve onları yönetebilmelerine bağlı olacaktır. Araştırmanın Artvin Çoruh Üniversitesi Hopa İİBF ile sınırlı olması çalışmanın kısıdını oluşturmaktadır. Sonraki araştırmaların sonuçlarının genelleştirilebilmesi için daha geniş katılımlı yapılması önerilmektedir.

KAYNAKÇA

- Adıgüzel, O., Batur, H. Z., ve Ekşili, N. (2014). Kuşakların Değişen Yüzü ve Y Kuşağı ile Ortaya Çıkan Yeni Çalışma Tarzı: Mobil Yakalılar. *Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 19, 165-182.
- Akar, E. (2010). Sanal Toplulukların Bir Türü Olarak Sosyal Ağ Siteleri–Bir Pazarlama İletişim Kanalı Olarak İşleyişi. *Anadolu University Journal of Social Sciences*, 10(1), 107–122.
- Aktürk, A.O., Emlek, B. ve Çelik, İ. (2017). *Üniversite Öğrencilerinin Akıllı Telefon Bağımlılığı ile Denetim Odağı ve Sosyal Medya Kullanımlarının İncelenmesi*. 1. International Computer & Instructional Technologies Symposium, 24-26 Mayıs 2017, Malatya.
- Anders, G. (2012). Smart social media helps jobs find you. *Harvard Business Review*. Erişim tarihi: 18.01.2017, <https://hbr.org/2012/03/smart-social-media-helps-jobs>.
- Benson, V., Morgan, S., Filippaios, F. (2014). Social career management: Social media and employability skills gap. *Computer in Human Behavior*, 30, 519–525.
- Bresman, H. ve Rao, V. D. (2017). A Survey of 19 Countries Shows How Generations X, Y, and Z Are-and Aren't-Different. *Harvard Business Review*, Generational Issues Digital Article. Erişim tarihi: 21.01.2018, <https://hbr.org/2017/08/a-survey-of-19-countries-shows-how-generations-x-y-and-z-are-and-arent-different>.
- Capogna, S. (2010). "Learning and social networks new forms of sociability," *ESA Research Network Sociology of Culture Midterm Conference: Culture and The Making of worlds*, pp.1-15, October.
- Demirci, K., Orhan, H., Demirdas, A., Akpınar, A., Sert, H. (2014). Validity and reliability of the Turkish Version of the Smartphone Addiction Scale in a younger population. *Bulletin of Clinical Psychopharmacology*. 24(3), 226-234.

- Erdem, Haluk-Türen, Ufuk - Kalkın, Gökdeniz (2017), Mobil Telefon Yoksunluğu Korkusu (Nomofobi) Yayılımı: Türkiye'den Üniversite Öğrencileri ve Kamu Çalışanları Örnekleme. *Bilişim Teknolojileri Dergisi*, 10, 1-12.
- Hazar, M. (2011). Sosyal Medya Bağımlılığı-Bir Alan Çalışması. *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, 32, 151-172.
- Işık, M. ve Kaptangil, İ (2018). Akıllı Telefon Bağımlılığının Sosyal Medya Kullanımı ve Beş Faktör Kişilik Özelliği İle İlişkisi: Üniversite Öğrencileri Üzerinden Bir Araştırma. *İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Dergisi*, 7(2), 695-717.
- Kettunen, J., Sampson, J., Jr., ve Vuorinen, R. (2015). Career practitioners' conceptions of competency for social media in career services. *British Journal of Guidance and Counselling*, 43 (1), 43-56. doi:10.1080/03069885.2014.939945
- Kim, D., Lee, Y., Lee, J., Nam, J.K., Chung, Y. (2014). Development of korean smartphone addiction proneness scale for youth. *PLoS ONE*, 9(5), e97920.
- Küçükali, A. (2016). Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Medya Kullanımı: Atatürk Üniversitesi Örneği. *Bartın Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi*, 7(13), 531-546.
- Kwon M., Lee, J.Y., Won, W.Y., Park J.W., Min, J.A., Hahn, C., 2013. Development and validation of a smartphone addiction scale (SAS). *PLoS One*. 8(2), e56936.
- Levickaite, R. (2010). Generations X, Y, Z: How Social Networks Form The Concept of the World without Borders (The Case of Lithuania), *LIMES: Cultural Regionalistics*, 3(2), 170-183.
- Minaz, A. ve Bozkurt, Ö.Ç. (2017). Üniversite Öğrencilerinin Akıllı Telefon Bağımlılık Düzeylerinin ve Kullanım Amaçlarının Farklı Değişkenler Açısından İncelenmesi. Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 9(21), 268-286.
- Ozkan, M. ve Solmaz, B. (2015). Mobile Addiction of Generation Z and its Effects on their Social Lives: (An Application among University Students in the 18-23 Age Group), *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 205, 92-98.
- Özmen, Ş. (2012). *Ağ ekonomide yeni ticaret yolu: E-ticaret*. İstanbul: Bilgi Üniversitesi Yayınları.

- Park, W. (2005). Mobile phone addiction. *Mobile Communications*, 31, 253–272.
- Patranabis, I. C. (2012). The Future of Workforce Management: Perspectives and Way Ahead, R. K. Mishra, S. Sarkar, ve P. Singh (Ed.). *Today's HR for a Sustainable Tomorrow*, 1. Baskı, Allied Publishers, New Delhi.
- Pearson, C. ve Hussain, Z. (2016). Smartphone Addiction and Associated Psychological Factors, *Addicta: The Turkish Journal of Addictions*. *Addicta: The Turkish Journal on Addictions*, 3, 193-207.
- Prensky, M. (2001). Digital Natives, Digital Immigrants Part 1. *On the Horizon*, 9(5), 1-6, doi: 10.1108/10748120110424816
- Salehan, M. ve Negahban, A. (2013). Social networking on smartphones: When mobile phones become addictive. *Computer in Human Behavior*, 29(6), 2632-2639.
- Shirky, C. (2010). *Herkes Örgüt: İnternet Gruplarının Gücü*. Çev.: Pınar Şiraz, İstanbul: Optimist Yayınları.
- Soni, R. - Upadhyay, R. ve Jain, M. (2017) Prevalence of Smart Phone Addiction, Sleep Quality And Associated Behaviour Problems in Adolescents. *International Journal of Research in Medical Sciences*, 5, 515-519.
- Sözbilir, F. (2018). Sosyal Medya, Akıllı Telefon Ve Örgütlerin Gelecekteki İnsan Kaynağı Profili: Z Kuşağı. *Örgütsel Davranış Araştırmaları Dergisi*, 3(1), 104-123.
- Taylan, Hasan Hüseyin (2016), “Yükseköğretim Öğrencilerinde Akıllı Telefon Bağımlılığı”, International Conference on Quality in Higher Education, Sakarya-Turkey, November 24-25, (1093-1100).
- Tektaş, N. (2014). Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Ağları Kullanımlarına Yönelik Bir Araştırma. *Tarih Okulu Dergisi (TOD)*, 7(XVII), 851-870. DOI: <http://dx.doi.org/10.14225/Joh474>.
- Telli, A. (2012). Mısır Devrimi'nde Sosyal Medyanın Rolü. *Bilge Strateji*, 4(7), 65-91.
- Toda, M., Ezoe, S., Nishi, A., Mukai, T., Goto, M., ve Morimoto, K. (2008). Mobile phone dependence of female students and perceived parental rearing attitudes. *Social Behavior and Personality: An International Journal*, 36(6), 765–770.
- Uluç, G. ve Yarcı, A. (2017). Sosyal Medya Kültürü, *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 52, 88-102.

Wolf, M., Sims, J., ve Yang, H. 2014. The role of social media in human resources management. *UK Academy for Information Systems Conference Proceedings*, 1-25.

Vural, Z.B.A. ve Bat, M. (2010). Yeni Bir İletişim Ortamı Olarak Sosyal Medya: Ege Üniversitesi İletişim Fakültesine Yönelik Bir Araştırma. *Journal of Yasar University*, 20(5), 3348-3382