



## Öğrencilerin Mobil Kozalanma (Mobile Cocooning) Davranışlarının Analizi: İzmir Örneği

### *Analysis of Mobile Cocooning Behavior of Students: The Case of Izmir*

Doç. Dr. Aykan Candemir

*Ege Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İzmir, Türkiye*

Arş. Gör. Dr. Ali Erhan Zalluhoğlu

*Ege Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İzmir, Türkiye*

Aslı Diyadin

*Ege Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir, Türkiye*

Arş. Gör. Cihat Karşlı

*Ege Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İzmir, Türkiye*

Makale Kabul: 09.10.2017

Birinci Revizyon: 15.12.2017;  
İkinci Revizyon: 02.05.2018

Yayına Kabul: 10.05.2018

#### Özet

**Amaç:** Yeni bir yaşam formu olarak "mobil koza" kavramı değerlendirilerek, mobil cihazların tüketicide yarattığı mobil koza etkisinin ve boyutlarının incelenmesi amaçlanmaktadır.

**Metodoloji:** Mobilitenin yakın bir geçmişe dayanması nedeniyle, koza etkisinin daha kolay gözlemlenebileceği, mobil cihazları hayatın bir parçası olarak görüp tanıyan ve İzmir'de yaşayan 16-26 yaş grubu 543 öğrenci üzerinde anket uygulanmıştır.

**Bulgular:** Mobil kozalanma eğiliminin katılımcıların boş vakitleri ile paralel doğrultuda seyrettiği ve mobil cihaz kullanımının genç yaşlarda, nispeten daha düşük eğitim seviyesinde ve kadınlarda daha yüksek olduğu gözlenmiştir.

**Özgünlük:** Literatürde mobil bağımlılığa yönelik çalışmalar bulunmasına rağmen, mobil kozalanma bağımlılıktan farklı olarak, kullanılan araçları her eylem için kullanarak hayatı şekillendirmede önemli bir parça haline getirme anlamını taşımaktadır. Bu bağlamda; yenilikçi özelliğiyle literatüre katkıda bulunan çalışma, uygulamalı ve keşfedici bir özellik içermektedir.

**Anahtar Kelimeler:** Mobilite, Mobil cihazlar, Mobil Koza.

#### Abstract

**Purpose:** It is aimed to examine the mobile cocoa effect created by mobile devices in consumer and its dimensions by evaluating the concept of "mobile cocoons" as a new life form.

**Methodology:** Since the usage of mobile devices has increased recently, and seen as a inseparable part of life, 543 students between 16-26 ages in Izmir were taken as a sample and a the data were obtained through questionnaires

**Originality:** Although there are studies in the literature for mobile addiction, mobile cocooning means using the mobile devices in shaping the life of the users. This paper contributes the literature with an innovative feature in this context and is an applied and exploratory research.

**Results:** Within the context of research, the usage of mobile devices, the factors related with mobile cocooning were examined.

**Keywords:** Mobility, Mobile Devices, Mobile Cocooning.

## GİRİş

Bilgi ve iletişim teknolojilerinin bireylerin hayatına hızla nüfuz ettiği günümüzde, mobil cihazlar, iletişimde yer ve zaman kısıtlamasını ortadan kaldırarak, günlük yaşantının önemli bir parçası haline gelmeye başlamıştır. Özellikle, teknolojinin gelişmesine paralel olarak insanın bilgiye ulaşma ve iletişim kurma isteğine bağlı şekillenen mobil teknolojiler; başta tablet (iPad vb.), netbook, dizüstü bilgisayar, e-reader, akıllı saat (iWatch vb.) ve akıllı telefon gibi araçlarla ortaya çıkabilmektedir. Önceleri sadece iletişim amaçlı kullanılan cep telefonları ile başlayan süreç, günümüzde internetin kullanım alanlarının genişlemesi ve entegrasyonunun sağlanması ile mobil cihazlara “akıllı” bir özellik kazandırmıştır. Mobil cihazların yarattığı mobilite, yaşam alanına kattığı birçok yenilik ile günlük işleri kolaylaştırmış ve diğer teknolojik unsurları da içine katarak birçok işlemin kolayca yapılabildiği platformların oluşmasına imkân sağlamıştır.

Mobil cihazlar sayesinde ortaya çıkan mobilite durumunun yarattığı değişim, insanların yaşam tarzlarını etkilemekte olup, aynı zamanda hayatın bir parçası haline gelen bu araçların, bağımlılık yarattığına yönelik bir düşünce yaygınlık kazanmaya başlamıştır (şar vd., 2015; Noyan vd., 2015). Bunun yanında mobilitenin yeni bir yaşam tarzı oluşturduğu ve bireylerin bağımlılıktan ziyade mobil cihazları yaşamlarının merkezlerine koyduğu görülmektedir. Ayrıca bireylere, eğitimden eğlenceye eylemlerini mobil cihazlarla gerçekteşirmeyi sağlayan bu yaklaşım İngilizce literatürde “mobile cocooning” olarak adlandırılmıştır. (<http://www.faithpopcorn.com/a-brief-history-of-the-future/>, erişim tarihi: 23.06.2016). Türkçe literatürde “mobil kozalanma” olarak da incelenebilecek olan bu kavram, mobil cihazlarda internet ve mobil uygulamaların artan kullanımı ile bireyin kendine mobil cihazları ile bir yaşam alanı oluşturması ve bu alanda (koza içinde) yaşaması olarak adlandırılabilir.

Mobil teknolojilerin giderek hayatımızı şekillendirmedeki rolünün artmasına bağlı olarak karşılaştığımız mobil koza olgusu literatürde henüz yeterli düzeyde incelenmemiş bir konudur. Araştırma yeni bir yaşam tarzının boyutlarını ve oluşumuna neden olan alt faktörleri ve bu bağlamda araştırmacılara bir başlangıç noktası ortaya koyması, işletme yöneticilerine ise pazarlama stratejilerini ne yönde geliştirebileceklerine yönelik öneriler sunması açısından önemli bir boşluğu doldurmaktadır.

Tüketicilerin bu davranışlarına istinaden, pazarlama alanındaki çalışmalar da bu durumdan etkilenmiştir. Mobil cihaz satışından başlayarak etkilenen bu süreç, günümüzde tüm işletmelerin mobilleşmesini sağlamıştır. Anlık bildirimler, uygulamalar, mobil reklamlar vb. yoluyla mobil sosyalleşme pazarlamacıların gözdesi haline gelmiştir. Bu açıdan bakıldığında, mobil olarak sosyalleşen kullanıcıların, hangi özellikleri taşıyan bir hedef kitle olduğunu anlamak önem kazanmıştır.

Araştırma kapsamında mobil cihazların tüketicide yarattığı mobil koza etkisinin ve boyutlarının incelenmesi

amaçlanmakta olup, “Mobil Koza”, olarak adlandırılan olgunun pazarlama uygulamaları üzerindeki etkisi ve gelecekte pazarlama çalışmalarına vereceği yön irdelenecektir. Bu kavramın mobil teknolojilerin gelişimine bağlı olarak ortaya çıkması nedeniyle, mobil kozanın boyutlarının ortaya konabilmesi için mobil bağımlılık araştırmaları temel alınmış, sorular mobil kozaların faktörlerini ortaya çıkaracak şekilde uyumlandırılmıştır.

## Literatür Analizi

Koza oluşturma kavramı son yıllarda literatüre giren ve kullanımı giderek yaygınlaşan bir kavram olarak görülebilmektedir. Genel olarak, belirli araçları veya düşünceleri bir “ev” misali yaşamın merkezi haline getirme, bu çevreye bağlı koza oluşturma ve bu koza içinde yaşama olgusu şeklinde ortaya çıkmıştır (Euromonitor, 2013). Cocooning, 1980’lerde Faith Popcorn tarafından ilk kez ortaya atılmış bir sosyal trenddir. Trend danışmanlığı yapan Faith Popcorn’a göre, AIDS, şiddet korkusu vb. nedenlerden dolayı insanlar giderek kozalarına çekilmekte, aileye ve ev yaşantısına verilen değer artmaktadır. Popcorn’a göre kozaya çekilme farklı türlerde ortaya çıkabilecektir. Bunlar “EV KOZASI”, “DİJİTAL KOZA”, “GEZME-DOLAşMA KOZASI”, “KENDİN YAP KOZASI”, ve “MOBİL KOZA” olarak tanımlanmıştır (<http://www.faithpopcorn.com/a-brief-history-of-the-future/>, erişim tarihi: 23.06.2016). Yaygın olarak bilinen şekliyle “koza” esas olarak ev merkezli bir yaşam tarzını ifade etmekte olup kavram, zaman içinde bağlanılan düşünce, araç vb. göre farklı anlamlar kazanmaya başlamıştır. Koza kavramı ilk bakışta bağımlılık gibi algılansa da, bağımlılık kavramından özü itibariyle farklılık göstermektedir. Bağımlılık kavramı, bireyinkendi seçimi doğrultusunda bir nesne ile aralarında süreklilik ve benzerlik özelliği taşıyan çok yönlü ilişki olarak tanımlanmaktadır (Kır ve Sulak, 2014). Koza kavramı ise bağımlılık kavramından farklı olup, bireylerin sosyal bir şekilde yaşamlarını sürdürmeye devam ederken aynı zamanda mahrem alanları içinde, özgür kalabildikleri bir dünya sunmaktadır. Bununla beraber kozalanma kavramında bağımlı hissetme duygusu, hayatın merkezine koyma boyutuyla ilişkilidir ve koza içinde varlığını sürdürmeye imkân sağlamaktadır. Koza yapısında birey belirli bir sürede ihtiyacını karşıladığında farklı çevreye geçebilmektedir (Aslan, 2013).

Mobilite kavramı esas itibariyle bir yerden başka bir yere olan hareketi ya da bir durumdan başka bir duruma geçişi ifade etmekle beraber, iletişim, mal, donanım, makine, canlı hayvan ya da kişilerin ‘hareketliliğinin’ sağlanması olarak tanımlanabilmektedir (Adıgüzel, 2014). Teknolojinin gelişimi, artan internet ve mobil uygulama kullanımının sonucu hızlanan mobilite süreci kısa zamanda hayatımızı etkisi altına almış ve beraberinde yeni yaşam tarzları oluşturmaya başlamıştır. Bireylerin mobil cihazlarına daha çok bağlanmaları ve yaşamlarını

bu araçlarla şekillendirmeye başlamaları, mobil cihazların, bireyler için bir nevi küçük birer dünya oluşturmasına olanak sağlamıştır. “Onlarsız yaşanamaz” ile ifade edilen cihazlar haline gelen mobil cihazlar, bireyler için birer “mobil koza” ya dönüşmüştür. Tüketicilerin her yerde ve her zaman, içinde bulunacakları bir ortam yaratan ve kendilerine kurdukları dijital dünyada yaşamlarını sürdürmeleri olarak tanımlanan “mobil koza”, bireylerin arkadaşları, aile üyeleri ve diğer kişilerle daha fazla etkileşim kurmasını sağlasa da, bu etkileşimin yüz yüze olmaktan çok, sanal ortamda gerçekleştiği durumları kapsamaktadır (Euromonitor, 2013).

Literatür incelendiğinde ise; “mobil koza” kavramının tek başına yer aldığı bir çalışmaya rastlanılmamış olup, bağımlılık temelinde mobil cihaz, internet, akıllı telefon ve mobil oyun, gibi konularla ilgili çalışmalar yapıldığı

görülmüştür. Mobil cihazlarla ilgili yapılan çalışmaların ise genellikle psikoloji ve psikiyatri alanında yoğunlaştığı ve çoğunlukla cep telefonu ve akıllı telefon bağlamında uygulandığı dikkat çekmektedir. Bu çalışmalarda mobil cihazlarla ilgili genel olarak, özellikle gençler arasında cep telefonu kullanımının yaygın olduğu, modanın önemli olduğu, fiyat unsuruna zaman zaman dikkat edildiği, motivasyonu arttırdığı, kişiler için vazgeçilmez oldukları sonuçlarına ulaşılmıştır (Lee, vd., 2015; Rhee ve Kim, 2016; McNabb ve Gray, 2016; Krieger vd., 2015; Wang, 2015; Wei, 2016; Janković vd. 2016; Rogers vd., 2015). Ayrıca bu çalışmalarda internet bağımlılığının, mobil cihaz bağımlılığı için temel oluşturduğu görülmüştür (Roberts vd.; 2015; Noyan vd.; 2015; Demirci vd., 2014; Hollander; 1993’ten aktaran Şar vd. 2015; Griffiths, 2003; Chang, 2008; Sariyska vd., 2014).

**Tablo 1:** Mobil Koza: Fırsatlar ve Zorluklar

<b>Fırsatlar</b>	<b>Zorluklar</b>
Akıllı cihazlara bağımlılığın artması	Mahremiyet kaygısının artması
4G’nin ve 4G’yi takip edecek olan 5G’nin getirdiği hız ile mobil cihazlara müzik ve videoların daha hızlı indirilmesi	Verilerin kaybolması veya çalınması riski ve kötü amaçlı yazılımların artması
Mobil cihaz pazarının hacminin artmasının beklenmesi	Mağazalarda, müşteri çekmek için teknolojik donanımın artırılması
Araç içi bağlantılar (internet, bluetooth vs.) ve uygulamaların giderek daha yaygın ve detaylı hale gelmesi	Mevcut akıllı cihazların ömürlerini uzatmak için geliştirilen yeni yazılımlar sonucunda kullanıcıların yeni modelleri satın alma konusunda isteksiz olabilmeleri
Bulut bilişim ve bulut üzerinden sunulan hizmetler artarak sadece depolama değil iletişim, uygulama ve içerik de dahil olmak üzere çok sayıda hizmeti kapsamaması	İşletmeler, tüketicilerin “kişisel alan”larına yönelik, reklam faaliyetleri gerçekleştirirken daha hassas davranmalıdır.
Lokasyon pazarlaması ve sosyal medya araçlarının artması ve viral pazarlamanın önem kazanması	Android ve iOS tabanlı sistemler Windows ve diğer işletim sistemlerinin daha sert rekabetiyle karşılaşabilirler
Tablet ve ultrabook gibi cihazlar uygunluk ve esneklik arayan tüketiciler arasında büyük satış potansiyeline sahiptir.	Google Glass ve akıllı saatler gibi giyilebilir cihazlar gelecekte mobil cihazlar ve tabletlere rakip olabilirler.

**Kaynak:** Euromonitor; (2013); “Mobile Cocooning: How Growing Reliance on Smart Devices is Influencing Consumer Behaviour”, Strategy Briefing, syf. 9-10.

İnternetin yaygınlaşması ve mobil cihazların kullanımının artması sayesinde bireylerin fiziksel anlamda sosyalleşmelerine gerek kalmamaktadır. “Mobil koza”nın yaygınlaştığı ülkelerde mobil cihaz bağımlılığı, “dijital dikkat dağınıklığı” ve “anti sosyal davranış” gibi çeşitli sorunları da beraberinde getirmektedir. Kimilerine göre mobil teknolojiye olan bağımlılık, karşılıklı iletişimin azalmasına da neden olmaktadır. Cisco Bileşik Dünya Teknoloji Raporu (Cisco Connected World Technology Report- (CCWTR)’nin (2013) Türkiye’de ve bazı dünya ülkelerinde, 1979-1999 yılları arasında doğan özgürlüğüne düşkün ve teknoloji hayranı olan, Y neslinin,

internet alışkanlıkları üzerine bir çalışma gerçekleştirmiştir. Çalışma 18-30 yaş arası 1800 denek üzerinde, Türkiye ile birlikte 18 ülkede gerçekleştirilmiştir. Çalışma sonucunda gençlerin alışverişten arkadaşlığa ve aile hayatlarının her aşamasında ‘bağlantıda olma’ ihtiyacı hissettikleri ortaya konmaktadır. Ankete katılan deneklerin Türkiye’de %97’si ve tüm Dünya’da %90’ı sabah, giyinme ve dış firçalama ile birlikte ilk iş olarak mobil cihazlarını, e-postalarını, mesajlarını ve sosyal ağ hesaplarını kontrol etmeyi rutin işleri olarak sıralamaktadır.

Euromonitor'un 2013 yılında yayınladığı "Mobile Cocooning: How Growing Reliance on Smart Devices is Influencing Consumer Behaviour" adlı raporda "mobil koza"olgusu incelenmiş ve yaratacağı fırsat ve zorluklar aşağıdaki Tablo 1'de özetlenmiştir.

### **METODOLOJİ**

Pazarlama alanında müşterilerin spesifik istek ve ihtiyaçlarını anlayabilmenin kritik önem kazandığı günümüzde teknolojinin gelişimi firmalar için önemli avantajlar yaratmaya başlamıştır. Özellikle internet ve mobil cihaz kullanımının yaygınlaşması ile ortaya çıkan mobil kozalar, tüketicileri bireysel olarak takip edebilme ve doğrudan tüketiciye ulaşabilme fırsatları sunarak kişiye özel pazarlama stratejilerinin üretilebilmesini mümkün hale getirmektedir.

Mobil teknolojilerin dünya ve Türkiye'deki gelişimi yaklaşık son yirmi yılda hızlı bir artış göstermiştir. Bu nedenle "mobil koza" kavramı ve bununla ilgili çalışmalar gelecekte literatürdeki yerini almaya başlayacaktır.

Araştırmanın temel amacı mobil cihazların tüketicide yarattığı mobil koza etkisinin oluşma düzeyinin incelenmesi, mobil kozayı oluşturan faktör ve alt boyutların analiz edilmesidir. Bu bağlamda tüketicilerde olduğu düşünülen mobil kozalanmanın faktörleri ve alt boyutlarını araştırmaya yönelik ifadeler katılımcılara yöneltilmektedir. Ayrıca çalışmanın ikincil amacı olarak katılımcıların demografik özellikleri ve mobil cihaz kullanım özellikleriyle elde edilecek faktör ve alt boyutlar arasındaki ilişkiler sorgulanacaktır. Bu kavramın mobil teknolojilerin gelişimine bağlı olarak ortaya çıkması nedeniyle, mobil kozanın boyutlarının ortaya konabilmesi için mobil bağımlılık araştırmaları temel alınmış, sorular mobil kozaların faktörlerini ortaya çıkaracak şekilde uyumlandırılmıştır. Bu bağlamda, araştırma keşfedici bir özelliğe sahip olmakla beraber bir ön araştırma niteliğine sahiptir ve ölçek oluşturma amacı taşımamaktadır.

Seçilen ana kütlenin tamamına ulaşılmasının mümkün olmamasından dolayı, tesadüfi olmayan örnekleme yöntemlerinden kolayda örnekleme metodu kullanılmıştır. Bu kapsamda veriler, Ege Üniversitesi'nin kampüsünde ve çevre ilçelerde Ege Üniversitesi'ne bağlı bölüm ve meslek yüksekokullarında öğrenim gören öğrencilerden toplanmıştır. Lise grubundaki öğrencilere ise referans yoluyla ulaşılmış ve okul müdürlerinden de izin alınarak veri toplanmıştır.

Araştırmanın veri toplama süreci anket tekniğiyle gerçekleştirilmiştir. Anketin yüz yüze gerçekleştirilmesi olması ve kapsamı itibarıyla lise ve üniversite genelinde farklı bölümlerde okuyan öğrencilere ulaşma gereklilikleri nedeniyle zaman ve maliyet kısıtlarıyla karşılaşmıştır. Söz konusu çalışma için hazırlanan anket, 27.02.2016-29.5.2016 tarihleri arasındaki 3 aylık dönemde gerçekleştirilmiş ve bu süre zarfında 543 adet anket formu toplanmış, gerekli nitelikleri sağlamayan 32 anket geçersiz sayılmıştır.

Araştırma kapsamında mobil kozanın boyutlarının ortaya konabilmesi için mobil bağımlılık araştırmaları temel alınmış, sorular ve ifadeler mobil kozaların faktörlerini ortaya çıkaracak şekilde uyarlanmıştır. Ankette kullanılan ölçek için hazır bir ölçek bulunmadığından, benzer çalışmalarda yer alan farklı ölçekler kullanılarak, yeni bir ölçek oluşturulmaya çalışılmıştır. Oluşturulan ankette bazı sorular birbirine yakın anlamlar taşımalarına rağmen buradaki amaç sonraki çalışmalar için kullanılması uygun olacak ifadelerin seçilebilmesi için uygun ifadelerin toplanmasıdır. Dolayısıyla mobilite, kozalanma ve akıllı telefon bağımlılığına ilişkin çalışmalarda farklı ifadelerin birbirine benzer bile olsa katılımcı için farklı anlamlar içerebileceği düşünülerek ankette kullanılması tercih edilmiştir. Bu bağlamda; Noyan vd. (2015) ve Ünal (2015) çalışmalarında geliştirilen ölçeklerden faydalanılmıştır. Anket toplamda üç bölümden oluşmaktadır. Birinci bölüm katılımcıların mobil koza yapılanmalarını anlamaya yönelik sorulardan, ikinci bölüm ise mobil kozaları oluşturan faktörleri tespit etmeye yönelik 5'li Likert ölçeğinin kullanıldığı 66 ifadeden oluşmaktadır. Anketin üçüncü bölümü katılımcıların yaş, cinsiyet, eğitim düzeyi ve gelir durumu gibi demografik özelliklerini belirlemeye dayalı dört adet çoktan seçmeli soru içermektedir.

Mobil kozalanmanın analizine yönelik bu çalışma, keşfedici bir nitelik taşımaktadır. Bu bağlamda mobil kozalanmaya yönelik bir ölçek çalışması henüz bulunmamaktadır. Bununla beraber bağımlılık ifadesi literatür kısmında da belirtildiği üzere "hayatın merkezine alma" olarak incelenmektedir. Bu noktada mobil bağımlılık ifadelerinden, mobil cihazların "hayatın merkezi olma"yı açıklamaya yönelik olan ifadelerin seçilmesi ve bu çalışmanın içeriğine uygun bir şekilde değiştirilerek uyarlanmasıyla kullanımı söz konusu olmuştur. Böylelikle mobil kozalanmanın alt boyutları açıklanmaya çalışılmıştır.

IBM SPSS Statistics 22 programı ile elde edilen anket verilerinin istatistiksel analizi yapılmıştır. Verilerin analizinde frekans, faktör vekorelasyon ve fark analizleri (tek örneklemlili, iki örneklemlili ve tek-yönlü Anova testleri) kullanılmıştır.

### **BULGULAR VE TARTIŞMA**

Elde edilen verilere uygulanan analizler sonucu elde edilen sonuçlar aşağıda tablolar ve açıklamaları ile verilmiştir.

Araştırma örneklemlili öğrencilerden oluşmasına rağmen eğitim düzeyleri ve gelir seviyelerine yönelik sorular özellikle sorulmuş ve katılımcıların birbirinden ayırabilecek özellikler ortaya konulmaya çalışılmıştır. Öğrenciler düzeyinde yaş ve gelir grupları birbirine yakın görünmesine rağmen bireylerin gelir seviyeleri ve almakta oldukları eğitimin davranış ve tutumlarına doğrudan etkisi olduğu bilinmektedir. Bu nedenle mobilitenin en yoğun olarak gözlemlendiği genç bireyler

arasındaki demografik özellik değişimlerinin mobil kozalanma eğilimleri üzerine veri sunabileceği düşünölmektedir.

Tablo 2'de de göröldüğü üzere araştırmaya katılan 511 öğrencinin cinsiyetlere göre dağılımında %58,3'ünün (298) kadın, %41,7'sinin (213) ise erkek olduğu görölmüştür. Katılımcıların yaş aralığı 18-26 arasında değişmekte olup genel yaş ortalaması 19,3 tür. Daha iyi

bir örneklem dağılımını sağlayabilmek amacıyla veri birleştirilmesi yoluna gidilmiş ve 18 yaş altı, 18-20 yaş arası, 21 yaş ve üstü olmak üzere üç alt grup oluşturulmuştur. Yaş dağılımı gruplandırması yapılırken lise öğrencilerinin de araştırmaya dâhil edilmiş olması itibariyle 18 yaş üniversiteye başlama yaşı olarak kabul edilmiş ve gruplandırma bu ölçüt temel alınarak yapılmıştır

<b>Tablo 2.</b> Katılımcıların Demografik Özellikleri	<b>Cinsiyet</b>	<b>n</b>	<b>%</b>	<b>Öğrenim Durumu</b>	<b>n</b>	<b>%</b>
	Kadın	213	41,7	Lise	154	30,2
	Erkek	298	58,3	Önlisans	123	23,9
	Toplam	511	100,0	Üniversite	234	45,9
				Toplam	511	100,0
	<b>Yaş</b>	<b>n</b>	<b>%</b>	<b>Aylık Kişisel Gelir</b>	<b>n</b>	<b>%</b>
	18 yaş altı	148	29	0-1300	417	89,1
	18-20	171	33,5	1301-2600	94	10,9
	21 yaş ve üstü	192	37,6	Toplam	511	100,0
	Toplam	511	100,0			

Araştırma örnekleminin yaş dağılımı bulguları incelendiğinde, katılımcıların %29'unun 18 yaş altı, %33,5'inin 18-20 yaş arası ve %37,6'sının 21 yaş ve üstünde olduğu görölmektedir. Eğitim durumu açısından yapılan sınıflandırmaya göre ise öğrencilerin %30,2' si lise, %23,9'u önlisans ve %45,9'unun üniversite öğrencisi olduğu görölmektedir. Araştırmaya katılan öğrencileri aylık gelir durumları bakımından aşgari ücret baz alınarak

iki gruba ayrılması uygun görölmüştür. Katılımcıların %89,1'lik kısmı 1300 TL ve altında gelir elde etmekte iken %10,9'u 1301 TL ve üstünde gelire sahip olduğu gözlenmiştir.

Katılımcıların sosyal medya uygulama kullanımalarının mobil kozalanmayı etkileyebileceği de düşünölmektedir. Katılımcıların sosyal medya uygulamalarının frekansları Tablo 3'te verilmiştir.

<b>Tablo 3.</b> Mobil Cihaz ve Cihazlarda Kullanılan Sosyal Medya Kullanım Yoğunluk İstatistikleri	<b>Kullanılan Mobil Cihazlar</b>	<b>n</b>	<b>Mobil Cihazlarda Kullanılan Sosyal Medya Uygulamaları</b>	<b>n</b>
	Akıllı Telefon	493	Whatsapp	497
	Dizüstü Bilgisayar	380	Youtube	466
	Tablet	236	Facebook	440
	Netbook	32	Instagram	437
	Akıllı Saat	17	Google	348
			Snapchat	319
			Twitter	285
	<b>Kullanım Yoğunlukları</b>	<b>n</b>		
	Akıllı Telefon	2400	Swarm	255
	Dizüstü Bilgisayar	1484	Foursquare	130
	Tablet	855	Vine	117
	Netbook	175	Linkedin	78
	Akıllı Saat	106	Periscope	66

Katılımcılara hangi mobil cihazlara sahip oldukları sorulmuş, araştırmaya katılan öğrencilerden 493'ünün akıllı telefona, 380'inin dizüstü bilgisayara, 236'sının tablete, 32'sinin netbook'a ve 17'sinin de akıllı saate sahip oldukları görölmüştür. Sahip olunan mobil cihazlar arasında kullanım yoğunlukları bakımından en fazla akıllı telefonların tercih edildiği görölmektedir. Tablo 3'te kullanım yoğunluğu bakımından ikinci sırada dizüstü

bilgisayarlar bulunurken en az kullanılan mobil cihazların sırasıyla netbook ve akıllı saat olduğu tespit edilmiştir. Bu durum, akıllı telefonların mobil cihazlar arasındadaha işlevsel olması nedeniyle daha çok tercih edilmesine bağlanabilir. Akıllı saatlerin yeni çıkan mobil cihazlardan olmasından dolayı kullanım yoğunluklarının az olduğu görölmektedir.

Araştırma sonucunda katılımcıların 497'si mobil cihazlarında en çok kullandıkları sosyal medya uygulamasının Whatsapp olduğunu belirtmişlerdir. Bu uygulamayı da sırasıyla Youtube (466 kişi), Facebook (440 kişi) ve Instagram (437 kişi) uygulamalarının takip

ettiği görülmektedir. Araştırma katılımcıların mobil cihazlarında en az kullandıkları uygulamanın yine yakın zamanda sunulan bir uygulama olan Periscope (66 kişi) olduğu görülmektedir.

**Tablo 4.** Mobil Cihaz Kullanımına Yönelik İstatistikler

<b>Mobil cihaz (telefon, tablet vb.) kullanma süresi</b>	<b>n</b>	<b>%</b>	<b>İnternet Bağlantı Kotası</b>	<b>n</b>	<b>%</b>
4 yıldan az	141	25,9	Yok	87	17,0
5-8yıl	218	43,7	4 GB'tan az	331	64,8
8 yıldan fazla	152	30,5	4 GB'tan fazla	93	18,2
			<b>Mobil cihazda (telefon, tablet vb.) internet bağlantısının mevcudiyeti?</b>		
<b>Gün içinde ne sıklıkta mobil cihaz (telefon, tablet vb.) kontrol sıklığı?</b>			Var	424	83
Ortalama 15 dakikada bir	137	27,0	Yok	87	17
Sadece arama veya mesaj geldiğinde	68	13,4	<b>Mobil cihazda (telefon, tablet vb.) yüklü uygulamalar</b>		
Günde birkaç kez	77	15,2	Evet	496	97,6
Sürekli	226	44,5	Hayır	15	2,4

Araştırmada öğrencilere mobil cihazlarını ne kadar süredir kullandıkları sorulduğunda, 5-8 yıl arasında kullandığını belirten öğrencilerin sayıca (218 kişi ile %43,7) fazla olduğu görülmektedir. Öğrencilerin mobil cihazlarını 4 yıldan az süredir kullandığını belirtenlerin sayısı ise 141 (%25,9) kişidir. Katılımcıların önemli çoğunluğu sürekli olarak (%44,5 ile 226 kişi) mobil cihazlarını kontrol ettiklerini belirtmektedirler. Ayrıca ankete katılanların %27 'si en az 15 dakikada bir defa olmak üzere mobil cihazlarını kontrol etmektedirler. Bu durum mobil cihaz kullanımının öğrenciler üzerinde yoğun ve süreklilik içeren bir kullanım sürecinde

olduğuna işaret etmektedir. Mobil cihazlarını sadece arama veya mesaj geldiğinde kontrol eden öğrencilerin sayısı ise (%13,4) 68'dir. Katılımcıların %83'lük büyük kısmı mobil cihazlarında internete sahip olup bunların %64,8'inin kotası 4 gb'tan azdır. Ayrıca öğrencilerin büyük bir çoğunluğunun (%97,6) mobil cihazlarına uygulamalar indirip yükledikleri görülmektedir. Araştırmaya katılan öğrencilere mobil cihazlarını nerelerde kullandıkları sorulmuş katılımcıların 422'si mobil cihazlarını yolda yürürken, 153'ü sinema veya tiyatrodan, 299 kişi ise sınıfta ya da iş toplantısı sırasında kullanmaya devam ettiklerini belirtmiştir.

**Tablo 5.** Mobil Cihaz (Telefon, Tablet Vb.) Kullanılan Faaliyetler İstatistiği

<b>İfadeler</b>	<b>Toplam Puan</b>
Arkadaşlarıyla sohbet etmek için	2262
Saati kontrol etmek için	2211
Fotoğraf/ video çekmek için	2183
Sosyal medya hesaplarını kontrol etmek için	2182
Müzik dinlemek için	2164
Bilgi-haber araştırmak için	1884
Hava durumunu kontrol etmek için	1852
Oyun oynamak için	1719
E-posta okumak/yazmak için	1715
Takvim/Ajanda olarak kullanmak için	1711
Hesap makinesi vb. fonksiyonunu kullanmak için	1708
Sözlük fonksiyonunu kullanmak için	1705
Önemli belgelerime erişebilmek için	1661
Kitap/Gazete/Dergi okumak için	1525
Navigasyon ile yer bulmak için	1466
Sağlık ile ilgili işler için	1294
Alışveriş yapmak için	1284
TV izlemek için	1214
Spor yapmak için (yardımcı olarak)	1197
Devlet işleri için (E-devlet vb.)	1178
Finansal İşlemler yapmak için	1150
Ev, araç ve iş güvenliği için	952
Trafik durumunu kontrol etmek için	878
İş toplantısı yapmak için	792

Mobil kozalanma açısından mobil cihazların bireyin hayatına olan etkisi ve faaliyetlerinde kullanmasının da önem taşıdığı düşünölmektedir. Bu bağlamda katılımcılara mobil cihazları ile en çok hangi işlemler için kullandıkları sorulmuştur. İşlem sıklığı beşli Likert ölçek ile değerlendirilmiş ve verilen cevap Likert değerleri ile çarpılarak her faaliyet için kullanım yoğunluk istatistikleri çıkarılmıştır. Likert ölçek için orta puanın "üç" olduğu varsayılarak geçerli anket sayısı için "1533 (511\*3)" puan ve üstü olarak yapılan faaliyetler mobil cihazların en çok kullanıldığı faaliyetleri belirleyecektir.

Orta puan üzerinden Tablo 5'de verilmiş olan değerler incelendiğinde ankete katılanların pek çok eylemi mobil cihazlarla yapmaya çalıştıkları söylemek mümkündür. Mobil cihazlar elde edilen bulgulara göre ankete katılanların hayatlarının bir parçası haline gelmeye başlamıştır. Bu bulgular araştırma kapsamında ankete katılanların mobil koza oluşturmaya başladığına işaret etmektedir. Mobil cihazların kullanım sıklığına bakıldığında, öğrencilerin mobil cihazlarını daha çok arkadaşlarıyla sohbet etmek, saati kontrol etmek, fotoğraf ya da video çekmek ve sosyal medya hesaplarını kontrol etmek amaçlı kullandıkları söylenebilir. Bu sonuç özellikle mobil cihazların genç kullanıcıları bireyselleştirmesi savı

yanında sosyalleşmesine de olanak sağladığına yönelik ipuçları sunmaktadır.

Anketin ikinci bölümündeki sorular ile katılımcıların mobilite ifadelerine yönelik verdikleri cevaplar değerlendirilmiş ve mobil kozalanma arasında bağlantı kurulması amaçlanmıştır. Tablo 6'da da görüldüğü üzere katılımcılar mobil cihazların bireyselleşme yarattığı konusunda kararsız olduklarını belirtmektedirler. Katılımcıların mobil cihazlarını kapatmadıkları ve bildirimlere karşı sürekli kontrol ettikleri görölmektedir. Kişiler yalnız kaldıklarında akıllarına ilk olarak akıllı cihazları geldiğini belirtmekte buna karşılık kendilerini telefona bağımlı görmemektedirler. Nitekim mobil cihazlarını daha fazla kullanmak için de ek vakit ayırmayı düşünmediklerini dile getirmektedirler. Bu noktada telefonların sürekli açık kalması ve bildirimlere karşı kontrol edilmesi ile telefona bağımlılık hissetmeye yönelik verilerin zaman zaman çeliştikleri görölmektedir. Bu bağlamda katılımcıların mobil kozalanmaya yönelik ifadelerde çoğunlukla kararsız kaldıkları ama her fırsatta da mobil araçları kullanmaya yöneldikleri ve bir şekilde mobil araçları yaşamlarına yerleştirdiklerini söylemek mümkündür.

**Tablo 6.** Katılımcıların Mobil Cihazların Kullanım Eğilimleri

	Ortalama Değer
Mobil cihazımı (telefon, tablet vb.) gece uyurken kapatmıyorum	3,71
Mobil cihazıma (telefon, tablet vb.) bildirim/mesaj gelebilir diye sürekli kontrol ediyorum.	3,46
Çevremdekilerle sohbet ederken mobil cihazım (telefon, tablet vb.) sürekli elimdedir.	2,63
Çevremdekilere mobil cihazımın (telefon, tablet vb.) faydalarını anlatırım.	2,71
Tek başıma kaldığım anda aklıma ilk mobil cihazım (telefon, tablet vb.) gelir.	3,44
Mobil cihaz (telefon, tablet vb.) kullanım süresini her geçen gün artırmaya yönelik isteğim var.	2,20
Kendimi Mobil cihazıma (telefon, tablet vb.) bağımlı olarak görürüm.	2,42
Mobil cihazımla vakit geçirmek için nasıl daha fazla zaman ayırabileceğimi düşünürüm.	2,21
Mobil cihaz (telefon, tablet vb.) /internet izole edilmiş hayatların oluşmasına neden olur	3,26
Mobil cihazımda (telefon, tablet vb.) her zaman beni güldürebilecek şeyler bulabiliyorum.	3,29
Mobil cihazlar (telefon, tablet vb.) bireyselleşmeyi artırmaktadır	2,82
Günlük hayatımı aksatmasına rağmen mobil cihazımı (telefon, tablet vb.) kullanmaktan vazgeçemem.	2,70
Mobil cihaz (telefon, tablet vb.) kullanımımın dolaylı el bileğimde ya da ensemdede ağrı hissedirim	3,51
Mobil cihazımın (telefon, tablet vb.) yanımda olmamasına tahammül edemem	3,27
Mobil cihazımı (telefon, tablet vb.) hedeflediğimden daha uzun süre kullanırım	2,88
Mobil cihazımın (telefon, tablet vb.) modelini sürekli yenilemeye çalışırım	2,49
Yalnız kalsam da mobil cihazım (telefon, tablet vb.) yalnızlığımı azaltmaya yardımcı oluyor	3,06
Bazen kendi kendime "Mobil cihaz (telefon, tablet vb.) yokken nasıl yaşamışız" diyorum	2,99
Eskiden kullandığım kotalar (dakika ve internet) artık bana yetmiyor	2,85
Mobil cihazım (telefon, tablet vb.) sayesinde tek başıma yaşamak bana rahatsızlık vermez	2,62
Kendimi sürekli online/çevrimiçi olmak zorunda hissediyorum	2,60

Araştırma kapsamında beşli Likert ölçekte sorulan 38 ifade için güvenilirlik testi yapılmış ve Cronbach Alpha değeri 0,912 bulunmuştur. Bu durumda kullanılan ifadelerden oluşan ölçeğin iç tutarlılığını yüksek olduğunu söylemek mümkündür. İfadelere verilen yanıtlar faktör analizine tabi tutulmuş ve analiz sonunda 38 ifadeden altı tanesi elenerek kalan 32 ifade 8 alt faktör altında toplanmıştır. Serbestlik derecesi 496 ve %95 güven aralığında Bartlett test sonucu incelendiğinde  $0,00 < 0,05$  için analiz geçerli

olup, KMO değeri 0,910 değeri içinde analiz örnekleminin yeterli olduğu kabul edilmiştir. Her bir faktör için öz değerliliği birden yüksek olması şartıyla toplam 8 faktör elde edilmiştir. Faktörleri açıklanan Varyans değeri % 60,03 olarak hesaplanmış ve yeterlilik sınırında olduğu görülmüştür. Daha sonraki çalışmalar için veri sayısının arttırılması ile açıklanan Varyans değerinin yükseltilmesi mümkün olacaktır. Mobil kozalanma için elde edilen sekiz (8) faktör ve değerleri aşağda verilmiştir.

#### Bireyin Yaşamına Olumlu Düşünce Katma (Faktör 12,076)

- Mobil cihazım (telefon, tablet vb.) olmadan bir gün geçiremem.
- Mobil cihazımın (telefon, tablet vb.) yanımda olmaması günlük yaşantımı olumsuz etkiler.
- Mobil cihazım (telefon, tablet vb.) beni stresten uzaklaştırır.
- Mobil cihazım (telefon, tablet vb.) olmadan hayatın sıkıcı, boş ve zevksiz olacağını sık sık düşünürüm.
- Mobil cihazım (telefon, tablet vb.) yanımda olmadığında mutsuz hissederim.
- Mobil cihazım (telefon, tablet vb.) sıkılmamı önler.
- Çevremde sevdiğim insanlar olsa da mobil cihazım (telefon, tablet vb.) elimdedir.

#### Bireyi Sosyalleştirme (9,261)

- Mobil cihazım sayesinde sosyal medya vb kullanarak yaşamımdan paylaşımlar yapıyorum.
- Mobil cihaz (telefon, tablet vb.) sayesinde sosyal medya vb kullanarak kişisel imaj oluşturulabilir.
- Mobil cihazım sayesinde sosyal medya vb kullanarak kendimi daha iyi ifade edebiliyorum.
- Mobil cihazım sayesinde kendimi aktif bir kullanıcı olarak görürüm (yorum yazmak, fikir belirtmek vb.).
- Mobil cihazım sayesinde eskiden ulaşılmaz görülen bazı şeylere daha kolay ulaşıyorum.
- Mobil cihazım (telefon, tablet vb.) sosyalleşmeme yardımcı oluyor.

#### Eylemlerini Mobil Araca Yönlendirerek Zamanı Geçirme (8,029)

- Mobil cihazımla (telefon, tablet vb.) çok fazla vakit geçirdiğimi düşünüyorum.
- Mobil cihazımı (telefon, tablet vb.) kullanırken vaktin nasıl geçtiğini anlamıyorum.
- Mobil cihazımı (telefon, tablet vb.) arama ve mesaj dışında kullanmaktan vazgeçemiyorum.
- Mobil cihazımı (telefon, tablet vb.) her bırakmak istediğimde biraz daha vakit geçirmek isterim.

#### Bireyin Kendi İçine Yönelmesi (7,855)

- Çevremdeki insanlar mobil cihazımı (telefon, tablet vb.) çok fazla kullandığını söylerler
- Yakınlarım mobil cihaz (telefon, tablet vb.) nedeniyle kendilerine vakit ayırmadığımdan yakınıyorlar.
- Mobil cihazımı (telefon, tablet vb.) hedeflediğimden daha uzun süre kullanırım.
- Mobil cihazım (telefon, tablet vb.) sayesinde kendime özel bir dünya oluşturduğumu düşünüyorum.

#### Kullanımı Sınırlamalarına Tepki (6,261)

- Mobil cihaz (telefon, tablet vb.) kullanımım kısıtlandığında asabileşirim.
- Mobil cihaz (telefon, tablet vb.) kullanımım kısıtlandığında huzursuz olurum.

#### Mobil Aracın İçselleştirilmesi (6,249)

- Mobil cihazımın (telefon, tablet vb.) benimle uyumlu olması önemlidir.
- Mobil cihazımın (telefon, tablet vb.) beni yansıttığını düşünüyorum.
- Mobil cihazımın (telefon, tablet vb.) aksesuarlarını sürekli yenilerim.

#### Sorun Çözücü (5,750)

- Mobil cihazımın (telefon, tablet vb.) özelliklerini nasıl daha fazla kullanabileceğimi araştırırım.
- Herhangi bir ihtiyacım/sıkıntım olduğunda öncelikle mobil cihazım aracılığıyla çözüm ararım.
- Mobil cihazımı (telefon, tablet vb.) kullanarak bir sorun çözdüğümde mutlu olurum.

#### İlgili Günceli Takip Etme (4,582)

- İlgilendiğim kişi ve kurumları Mobil cihazımla (telefon, tablet vb.) sosyal medyadan takip ederim.
- Mobil cihazımı (telefon, tablet vb.) sosyal/ siyasi olayları takip etmek için kullanırım.
- Mobil cihazımı (telefon, tablet vb.) ağlarımları genişletmek için kullanırım.

Elde edilen sekiz boyut bir arada incelendiğinde mobil kozalanmanın hem bireyin kendi içine yönelmesine ve hem de sosyalleşmesine imkânsağlayabilen alt boyutları

olduğu görülmektedir. Birey, eylemlerini mobil araçlar ile gerçekleştirmekte ve bu cihazların sorun çözücü yönü alt boyutlarda yer almaktadır. Birey günceli ve ilgili olduğu



alanları da mobil cihazı ile takip etmekte ve mobil araç kullanımıyla yönelik sınırlamalar bireyde rahatsızlık etkisi yaratabilmektedir. Mobil cihazların yaşama olumlu düşünce katması yanında bireyin mobil araçları kullanmasına yönelik sınırlamalar bireyde rahatsızlık etkisi yaratabilmektedir. Mobil cihazların yaşama olumlu düşünce katması yanında bireyin mobil araçları kullanmasına yönelik sınırlamalar bireyde rahatsızlık etkisi yaratabilmektedir. Mobil cihazların yaşama olumlu düşünce katması yanında bireyin mobil araçları kullanmasına yönelik sınırlamalar bireyde rahatsızlık etkisi yaratabilmektedir.

**Tablo 7.**Faktörlerin Güvenilirlik Katsayı Değerleri

	OD	BS	EMA	BKI	KST	MAI	SC	IGT
<b>Cronbach Alpha</b>	.842	.795	.781	.775	.795	.699	.649	.602
<b>İfade sayısı</b>	7	6	4	4	2	3	3	3

**Not:** Bireyin yaşamına olumlu düşünce katma (OD), Bireyi Sosyalleştirme (BS), Eylemlerini mobil araca yönlendirerek zamanı geçirme (EMA), Bireyin kendi içine yönelmesi (BKI), Kullanımı sınırlamalarına tepki (KST), Mobil aracın içselleştirilmesi (MAI), Sorun Çözücü (SC) ve İlgili günceli takip etme (IGT)

Faktör analizinde yer alan 32 ifadenin bulunduğu ölçekte elde edilen faktörlerin güvenilirlik analizi yapılmış ve Cronbach Alpha değerleri incelenerek elde edilen sonuçlar Tablo 7'de verilmiştir. Tablo 7'de de görüldüğü üzere tüm faktörlerin güvenilirlik dereceleri yeterli olup "İlgili günceli takip etme" faktörü en düşük düzeydedir.

Mobil kozalanma faktörlerinde alt boyutlara verilen cevaplar incelenmiş ve elde edilen sonuçlar Tablo 8'de verilmiştir. Genel olarak bakıldığında faktörlerin ortalaması kararsızlık düzeyi olan 3'e yakındır.

**Tablo 8.** Mobil Kozalt Boyut Ortalama Değerleri

	OD	BS	EMA	BKI	KST	MAI	SC	IGT
<b>Ortalama Değerler</b>	3,07	3,11	3,23	2,68	2,45	2,65	3,43	2,69
<b>Geçerlilik</b>	0.077	0.005	.000	.000	.000	.000	.000	.000

**Not:** Bireyin yaşamına olumlu düşünce katma (OD), Bireyi Sosyalleştirme (BS), Eylemlerini mobil araca yönlendirerek zamanı geçirme (EMA), Bireyin kendi içine yönelmesi (BKI), Kullanımı sınırlamalarına tepki (KST), Mobil aracın içselleştirilmesi (MAI), Sorun Çözücü (SC) ve İlgili günceli takip etme (IGT)

Tablo 8'e göre katılımcıların "eylemlerini mobil araca yönlendirerek zamanı geçirme" ve "sorun çözücü" boyutlara katılma düzeyleri diğer faktörlere oranla daha yüksek çıkmıştır. Katılımcılar sorun çözmek ve işlerini mobil araçlarla yapma eğiliminde olmaları mobiliteye uyum sağlandığını ve mobil kozalanmanın yavaş yavaş kabul edildiğine yönelik ipuçları sunmaktadır. Bununla beraber "bireyi sosyalleştirme" faktörü diğer faktörlere

göre yüksek değerde çıkmasına rağmen, "Bireyin Kendi İçine Yönelmesi", "Mobil Aracın İçselleştirilmesi", "İlgili Günceli Takip Etme" ve "Mobil aracın içselleştirilmesi" katılımcılar tarafından çok da kabul görmemektedir. Katılımcılar mobil cihazların "Bireyin yaşamına olumlu düşünce katma"sı konusunda ise kararsızlıklarını göstermektedirler.

**Tablo 9.**İlişki Test İstatistikleri

		OD	BS	EMA	BKI	KST	MAI	SC	IGT
<b>Eğitim düzeyi</b>	<b>Pearson Korelasyon</b>	-0,08	-0,18	-0,19	-0,23	-0,20	-0,12	-0,09	-0,01
	<b>Güven. (2-yönlü)</b>	0,06	0,00	0,00	0,00	0,00	0,01	0,06	0,85
	<b>N</b>	496	494	494	494	505	499	504	491
<b>İnternet kotası</b>	<b>Pearson Korelasyon</b>	0,05	0,01	0,00	-0,01	-0,01	-0,01	0,03	0,08
	<b>Güven. (2-yönlü)</b>	0,28	0,90	0,97	0,87	0,90	0,81	0,53	0,07
	<b>N</b>	497	495	495	497	506	500	505	492
<b>Mobil cihaza sahiplik süresi</b>	<b>Pearson Korelasyon</b>	0,06	-0,06	-0,04	-0,15	-0,08	-0,07	-0,03	0,01
	<b>Güven. (2-yönlü)</b>	0,16	0,18	0,39	0,00	0,09	0,11	0,52	0,88
	<b>N</b>	485	483	483	485	495	488	495	480
<b>Yaşı</b>	<b>Pearson Korelasyon</b>	-0,09	-0,16	-0,20	-0,22	-0,22	-0,10	-0,10	-0,01
	<b>Güven. (2-yönlü)</b>	0,04	0,00	0,00	0,00	0,00	0,03	0,03	0,80
	<b>N</b>	497	495	495	497	506	500	505	492

**Not:**Bireyin yaşamına olumlu düşünce katma (OD),Bireyi Sosyalleştirme (BS), Eylemlerini mobil araca yönlendirerek zamanı geçirme (EMA), Bireyin kendi içine yönelmesi (BKI), Kullanımı sınırlamalarına tepki (KST), Mobil aracın içselleştirilmesi (MAI), Sorun Çözücü (SC) ve İlgili günceli takip etme (IGT)

Demografik değişkenlerden eğitim düzeyi, sahip olunan internet kotası, mobil cihaza sahiplik süresi ve yaş ile mobil kozalanma alt faktörleri arasında ilişki olup olmadığı korelasyon analizi ile incelenmiş ve elde edilen bulgular Tablo 9'da verilmiştir. %95 güven aralığında yapılan analizlerde güvenilirlik derecesi 0,05'ten küçük olan değerler için korelasyon tespit edilmiştir. Bu çerçevede eğitim düzeyi ile Bireyi Sosyalleştirme (BS), Eylemlerini mobil araca yönlendirerek zamanı geçirme (EMA), Bireyin kendi içine yönelmesi (BKI), Kullanım sınırlamalarına tepki (KST) ve Mobil aracın içselleştirilmesi (MAI) alt faktörleri arasında düşük düzeyde negatif yönlü düşük düzeyde ilişkiye rastlanılmıştır. Eğitim düzeyi arttıka mobil araçların kozalanma etkisinin azaldığını söylemek mümkündür. Sahip olunan internet kotası ile mobil kozalanma alt faktörleri arasında yapılan ilişki testinde ise sadece ilgili günceli takip etme (IGT) faktörüyle düşük düzeyli pozitif bir ilişkiye rastlanmıştır. Katılımcıların internet kotası arttıka ilgili kurum ya da kişilere ait güncellerin takibini arttırdıkları görülmektedir.

Mobil cihaza sahiplik süresi ile bireyin kendi içine yönelmesi (BKI) arasında negatif yönlü düşük düzeyde ilişkiye rastlanmıştır. Buna göre mobil cihaza kısa süredir sahip olan bireylerin mobil cihazına daha fazla vakit ayırdığı ve kullandığı görülmektedir. Yaşın "İlgili günceli takip etme (IGT)" hariç tüm faktörlerle arasında negatif yönlü korelasyona rastlanmıştır. Bu sonuçlara göre bireyin yaşı arttıka mobil kozalanmanın etkisi azalmaya başlamaktadır. Elde edilen bulgulara göre mobil kozalanmanın etkileri mobil cihazlara yeni sahip olan ve yaşça küçük bireyler üzerinde etkisini daha fazla göstermektedir. Yaş ilerledikçe ya da eğitimi düzeyi arttıka bireylerde mobil kozalanma etkisi azalmaktadır.

Cinsiyete göre mobil kozalanmanın farklılık gösterip göstermediği %95 güven aralığında yapılan bağımsız örneklemlili t-Testi ile incelenmiştir. Bireyin yaşamına olumlu düşünce katma (OD), bireyi sosyalleştirme (BS), eylemlerini mobil araca yönlendirerek zamanı geçirme (EMA) faktörlerinde cinsiyet değişkenine göre farklılıklar tespit edilmiştir. Her üç faktör içinde erkeklerin kararsızlık gösterdiği kadınların ise erkek katılımcılara göre daha olumlu düşüncelere sahip oldukları görülmektedir.

Mobil kozalanmanın gelir durumuna göre farklılık gösterip göstermediği de %95 güven aralığında incelenmiş fakat anlamlı bir farklılık bulunamamıştır. Katılımcılar gelir durumu fark etmeksizin aynı yönde davranışlar sergilemektedirler.

## **SONUÇ VE ÖNERİLER**

Kişiye özel pazarlama stratejilerinin geliştirilmesinin tartışıldığı günümüzde, "kozaya çekilme" kavramı farklı boyutlarda yaygın olarak tartışılmaktadır. Bu araştırma kapsamında mobil kozaların oluşumuna etki eden faktörler ve boyutları ile pazarlama uygulamalarında

yaratılabileceği etkiler ele alınmıştır. Çalışma kapsamında araştırma anketi 543 öğrenciye uygulanmıştır.

Araştırma kapsamında öğrencilerle gerçekeştirilen uygulamanın sonuçlarına göre, mobil kozalanmanın tam olarak görüldüğünü söylemek mümkün olmamakla beraber yaygınlaştığına yönelik bulgular elde edilmiştir. Mobil kozalanmanın sekiz boyutu; Bireyin yaşamına olumlu düşünce katma (OD), Bireyi Sosyalleştirme (BS), Eylemlerini mobil araca yönlendirerek zamanı geçirme (EMA), Bireyin kendi içine yönelmesi (BKI), Kullanımı sınırlamalarına tepki (KST), Mobil aracın içselleştirilmesi (MAI), Sorun Çözücü (SC) ve İlgili günceli takip etme (IGT) olarak tespit edilmiş fakat mobil kozalanmanın sadece belirli boyutlarının davranışlarda etkisi olduğu görülmüştür. Bu bağlamda, mobil kozanın öğrenci davranışlarında "eylemlerini mobil araca yönlendirerek zaman geçirme" ve "sorun çözücü" alt boyutlarındaha ön plana çıktığı söylenebilir. Sadece iki boyutun ön plana çıkmasında mobilitenin Türkiye'de hâlihazırda gelişimine devam etmesi ve mobil cihazların teknolojinin kabul ve kullanımında karşılaşılan zorluklar gösterilebilir.

Araştırma sonuçları, katılımcıların pek çok eylemi mobil cihazlarla yapmaya çalıştıkları göstermekte olup, bunları gerçekeştirmek için katılımcıların mobil cihazlarını hayatlarının bir parçası haline getirmeye başladıklarını söylenebilir. Mobil kozaların özellikle yeni telefon alanlarda, yaşça küçük ve eğitim düzeyi daha düşük öğrencilerde kabulünün daha yüksek olduğu görülmektedir. Bununla beraber cinsiyete göre kadınların mobil kozalanma düzeyinin erkek katılımcılardan daha yüksek olduğu da dikkat çekmektedir.

Gelişerek ve değişerek hayatımızın bir parçası olan mobil teknolojiler, tüketiciye doğrudan ulaşmayı kolaylaştırarak müşteri istek ve ihtiyaçlarının daha kolay anlaşılabilmesi ve karşılanabilmesi açısından ciddi fırsatlar sunmaktadır. Bu bağlamda mobil kozaların özellikle birebir ve doğrudan satışın önemli olduğu ürün pazarlarında firmalara önemli fırsatlar sunabileceğini söylemek mümkündür. İşletmeler mobil teknolojileri daha yakından takip ederek belirginleşen koza yapılanmalarına entegre olma anlamında stratejilerinin yeniden kurgulamalıdır. Özellikle pazarlama karmalarının mobil koza konseptine nasıl uyarlanabileceği ve artı değer üretilabileceği incelenmesi gereken önemli hususlar olarak dikkat çekmektedir. İşletmeler, mobil cihazları içine dâhil olduğu pazarlama sistemine uygun faaliyetlerini arttıtararak müşterilerine yönelmelidirler. Mobil cihazları içine alacak stratejiler özellikle 18-26 yaş aralığında öğrenim gören gençler için daha fazla tercih edilmelidir.

Mobil kozaların yeni çalışmaya başlanan bir konu olması itibarıyla bu alanda yapılacak çalışmaların geniş bir uygulama alanına sahip olacağı görülmektedir. Daha sonraki çalışmalarda örnekleme grubunun genişletilmesi, araştırma alanının sınırlandırılması (tek bir mobil cihaz seçimi) ya da belirlenen bir nitel araştırma yöntemi ile

mobil kozalanma, boyutları ve etkilerini incelemek mümkündür.

#### KAYNAKÇA

- Adıgüzel, O., Batur, H.Z., ve Eksili, N. (2014). "Kuşakların Değişen Yüzü ve Y Kuşağı İle Ortaya Çıkan Yeni Çalışma Tarzı: Mobil Yakalılar". *Journal of Süleyman Demirel University Institute Of Social Sciences*, 1(19), s.165-182.
- Aslan, C. (2013). *Sosyolojiye Giriş Kavramlar Ve Kullanımları*, Karahan Kitabevi: Adana
- Bayrak, B.Y., (2015), Akıllı(!) Telefonlara Devretmek: Akıllı Telefonlarla Yaşam Deneyimleri. XX. Türkiye'de İnternet Konferansı. İstanbul Üniversitesi. 1-3 Aralık 2015. İstanbul
- Bozyiğit, S., (2015), "Üniversite Öğrencilerinin Tüketim Sürecine Etki Eden Sosyalleşme Araçlarının Öğrencilerin Materyalist Eğilimi ve Marka Bilinci Üzerindeki Etkisine Yönelik Bir Pilot Çalışma", *Ç.Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Cilt:24(2) s.295-302.
- CCWTR, (2013), *Technology Final Report*, [www.cisco.com/connectedworldtechnologyreport](http://www.cisco.com/connectedworldtechnologyreport), [Erişim Tarihi: 15.06.2016].
- CCWTR, (2014), *Technology Final Report*, [www.cisco.com/connectedworldtechnologyreport](http://www.cisco.com/connectedworldtechnologyreport), [Erişim Tarihi: 15.06.2016]
- Chang, M.K., ve Law, S.P.M. (2008). "Factor Structure For Young's Internet Addiction Test: A Confirmatory Study", *Computers In Human Behavior*, 24(6), s. 2597-2619.
- Demirci, K., Orhan, H., Demirdas, A., Akpınar, A. ve 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), s.226-234.
- Ericsson Mobility Report, (2016), <https://www.ericsson.com/res/docs/2016/ericsson-mobility-report-2016.pdf>, [Erişim Tarihi: 07.06.2016].
- Euromonitor; (2013); "Mobile Cocooning: How Growing Reliance On Smart Devices Is Influencing Consumer Behaviour", *Strategy Briefing*, s. 1-117.
- Griffiths, M. (2003). "Internet Gambling: Issues, Concerns, And Recommendations", *Cyberpsychology&Behavior*, 6(6), s.557-568.
- Janković, B., Nikolić, M., Vukonjanski, J. ve Terek, E. (2016). "The Impact of Facebook and Smart Phone Usage On The Leisure Activities And College Adjustment Of Students In Serbia", *Computers in Human Behavior*, Cilt: 55, s. 354-363.
- Kır, İ. ve Sulak, Ş. (2014). Eğitim Fakültesi Öğrencilerinin İnternet Bağımlılık Düzeylerinin İncelenmesi. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 13(51), s.150-167.
- Krieger, T., Hermann, H., Zimmermann, J., v Grosse Holtforth, M. (2015) "Associations Of Self-Compassion And Global Self-esteem With Positive And Negative Affect And Stress Reactivity In Daily Life: Findings From A Smart Phone Study", *Personality and Individual Differences*, Cilt: 87, s. 288-292.
- Lee, J. I., Chang, I., Pradhan, A. S., Kim, J. L., Kim, B. H. ve Chung, K. S. (2015). "On The Use Of New Generation Mobile Phone (smartphone) For Retrospective Accident Dosimetry", *Radiation Physics and Chemistry*, Cilt: 116, s. 151-154.
- McNabb, J., ve Gray, R. (2016). "Staying Connected On The Road: A Comparison Of Different Types Of Smart Phone Use In A Driving Simulator", *PLoSOne*, Cilt: 11(2).
- Noyan, C.O., Darçın, A.E., Nurmedov, S., Yılmaz, O ve Dilbaz, N. (2015). "Akıllı telefon Bağımlılığı Ölçeğinin Kısa formunun Üniversite Öğrencilerinde Türkçe Geçerlilik ve Güvenilirlik Çalışması", *Anadolu Psikiyatri Dergisi*, Cilt: 16, s.73-81.
- Özkan, P. (2013, May). "Sosyal Ağ Kullanıcılarının E-Sosyalleşme Sürecindeki Kimlik Yapılandırma Süreçleri". II. *In International Conference on Communication, Media, Technology and Design, Famagusta-North Cyprus*, s. 386.
- Popcorn F., A Brief History Of The Future, <http://www.faihtpopcorn.com/a-brief-history-of-the-future/>, erişim tarihi: [23.06.2016]
- Rhee, H. ve Kim, S. (2016). "Effects of Breaks On Regaining Vitality At Work: An Empirical Comparison Of 'Conventional' and 'Smart Phone 'breaks'". *Computers in Human Behavior*, Cilt: 57, s. 160-167.
- Roberts, J.A., Pullig, V. ve Manolis, C. (2015). "I Need My Smartphone: A Hierarchical Model of Personality and Cell-Phone Addiction". *Personality and Individual Differences*, Cilt: 79, s. 13-19.
- Rogers, M.M., Xu, G., Miller, C.J., McElmurry, S.P., Shi, W., Wang, Y. ve Xu, C.Z. (2015). "HERO: A Smart-Phone Application For Location Based Emissions Estimates". *Sustainable Computing: Informatics and Systems*, Cilt: 8, s. 3-7.
- Sariyska, R., Reuter, M., Bey, K., Sha, P., Li, M., Chen, Y.F ve Feldmann, M. (2014). "Self Esteem, Personality And Internet Addiction: A Cross-Cultural Comparison Study", *Personality and Individual Differences*, Cilt: 61, s. 28-33.
- Şar, A.H., Ayas, T. ve Horzum, M.B. (2015). "Developing The Smart Phone Addiction Scale and Its Validity and Reliability Study", *Online Journal of Technology Addiction and Cyberbullying*, Cilt:2(3).
- Şenyuva, D., (2013), Gençler Akıllı Telefon Bağımlısı, s.1-2
- Türkiye İstatistik Kurumu, Hane Halkı Bilişim Teknolojileri Kullanım Araştırması, <http://www.tuik.gov.tr/prehaberbultenleri.do?id=18660>.
- Ünal, A.T (2015), "Sosyal Medya Bağımlılığı: Üniversite Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma", *Yayınlanmamış Doktora Tezi, Marmara Üniversitesi, İstanbul*.
- Wang, C.H. (2015), "A Market-Oriented Approach To Accomplish Product Positioning and Product Recommendation For Smart Phones and Wearable

Devices”, *International Journal of Production Research*,  
Cilt: 53(8), s. 2542-2553.

Wei, F.Y.F. (2016). “Creating a Collaborative “Hot Clock”:  
Using Smart Phones to Motivate Students’ Learning in  
News Interviewing and Reporting, *Communication  
Teacher*”, Cilt: 30(1), s. 11-16.

#### **YAZARLAR**

##### **Doç. Dr. Aykan Candemir**

Ege Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi  
İşletme Bölümü Üretim-Pazarlama Anabilim  
Dalı’nda doçent olarak çalışmaktadır.

Akademik yaşamı süresince yayımladığı üç  
kitabının yanında çok sayıda ulusal ve uluslararası  
düzeyde kongreye bildiri sunumları ile katılmıştır.

##### **Dr. Arş. Gör. A. Erhan Zalluhoğlu**

Ege Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme  
bölümünden 2016 yılında doktorasını alarak  
mezun olmuştur. Ege Üniversitesi İktisadi ve İdari  
Bilimler Fakültesi İşletme Bölümünde araştırma  
görevlisi olarak çalışmaktadır. Çok sayıda ulusal ve  
uluslararası düzeyde kongreye bildiri sunumlara  
sahiptir.

##### **Bilim Uzmanı Aslı Diyadin**

Ege Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi,  
İşletme bölümde Doktora eğitime devam  
etmektedir. Pazarlama alanında ulusal ve  
uluslararası bildiri, makale ve kitap çalışmaları  
bulunmaktadır.

##### **Arş. Gör. Cihat Karşı**

Muş Alparslan Üniversitesi, İktisadi ve İdari  
Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü bünyesinde  
Araştırma Görevlisi olarak görev yapmaktadır.  
Halen Ege Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü  
bünyesinde Araştırma Görevlisi olarak  
çalışmaktadır. Ulusal ve uluslararası kongrelere  
birçok bildiri sunumuyla katılmıştır.