

Yıldız Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi

(2018) Cilt 02, Sayı 02, s. 18-34

Dijitalleşen Dünyada Tüketici Davranışları Açısından Mobil Teknoloji Bağımlılığı: Üniversite Öğrencileri Üzerine Nitel Bir Araştırma

Adnan Veysel Ertemel^a

Güzide Öncü Erođlu Pektaş^b

Özet

Günümüzde teknolojik alandaki hızlı gelişmeler insanların yaşam biçimini köklü ve kalıcı biçimde değiştirmiştir. Söz konusu değişimin hem tüketici hem de işletme açısından birçok kolaylığı da beraberinde getirmiştir. Bilgisayar ve akıllı telefonların hayatımıza girmesi ile bu değişim daha da hızlanmış, beklenmedik şekilde toplumdaki aile ilişkilerini, sosyal hayat alışkanlıklarını, alışveriş biçimlerini, gazete okuma davranışlarını ve hatta bakkaldan ekmek alma şeklini bile değiştirmiştir. Bu değişimin sosyal ve psikolojik birçok yönü ve etkisi bulunmaktadır. Bilgisayar ve akıllı telefon kullanımı konusunda toplumun her kesimi aynı düzeyde eğilim göstermemektedir. Aşırı kullanımın getirdiği bağımlılık olarak adlandırılan farklı psikolojik davranışlar gözlenmektedir. Bu çalışmada kalitatif tekniklerden olan derinlemesine mülakat yöntemi seçilmiştir. Belirlenen yöntem üniversite öğrencilerinden seçilen üç odak grup üzerinde araştırılmıştır. Ayrıca katılımcılara bağımlılık seviyelerini ölçen sorular yöneltilmiş ve aldıkları haz-suçluluk duyguları sorulmuştur. Çalışmanın ilk aşamasında kalitatif teknikten gelen sonuçlar doğrultusunda ikinci aşamadaki kantitatif çalışma ile tamamlanması ve daha geniş örneklem kütesi ile sorunsalın farklı boyutlarına ulaşılması amaçlanmıştır.

Anahtar Kelimeler

Tüketici Davranışı
Teknoloji Bağımlılığı
Mobil İnternet Bağımlılığı

Makale Hakkında

Gönderim Tarihi:

04.08.2018

Kabul Tarihi:

29.10.2018

Elektronik Yayım Tarihi:

30.10.2018

^a Dr. Öğr. Üyesi, İstanbul Ticaret Ü., İşletme Fakültesi, Uluslararası Ticaret, avertemel@ticaret.edu.tr

^b Dr. Öğr. Üyesi, İstanbul Ü., Mühendislik Fakültesi, Deniz Ulaştırma, guzide.pektas@istanbul.edu.tr

Mobile Technology Addiction in Terms of Consumer Behavior in the Digitizing World: A Qualitative Research on University Students

Abstract

Today, with the advancement of technology, rapid change and progress in the life of human beings have influenced and shaped lives in many directions. This has facilitated both the life of mankind and positive contributions from many other ways, such as affecting the forms of production, shape and duration of the establishment of the enterprise. This change has accelerated even more rapidly with the introduction of computers and smartphones, which unexpectedly affected family relationships, social habits, shopping patterns, newspaper reading behaviors and even the way to buy bread at the grocery store. There are many social and psychological aspects and effects of this change. Not all people in the community have the same tendency to use computers and mobile phones. There are different psychological behaviors which are called addiction caused by overuse. In this study, in-depth interviewing method which is one of the qualitative techniques was chosen. The determined method was explored on three focus groups selected from university students. In addition, the questions that measured the addictive levels of the participants were directed and the pleasures they received were asked, or vice versa. It is also aimed to complete the quantitative study in the direction of the results from the qualitative technique which is the first step of the study and to create awareness in this issue by reaching different dimensions of the problematic with the wider sample mass.

Keywords

Consumer Behavior
Mobil Internet Addiction
Technology Addiction

About Article

Sending Date:
04.08.2018
Acceptance Date:
29.10.2018
Electronic Issue Date:
30.10.2018

GİRİŞ

Bilgi çağı olarak adlandırılan 21.yy.'ın en temel karakteristiği, internet devrimiyle başlayan, ardından sosyal medya devrimi ve mobil devrimle devam eden hızlı dijitalleşme sürecidir. Akıllı telefonların günlük yaşamın ayrılmaz bir parçası haline gelmesiyle yeni bir evreye giren bu süreçte tüketici davranışları da hızla değişmiştir. Öyle ki tüketiciler çarşı pazara çıkmadan önce bile ilk yaptıkları mobil telefonlarından araştırma yapmak ve sonrasında satın alma planını gerçekleştirmektir. Online ortamlarda yapılan tüketici yorumları, tüketicilerin ürün ya da hizmetlere yönelik tutumlarını etkileyip, güvenlerini arttırmakta ve böylece oluşan tutumlar da gelecekteki ürün ya da hizmet satın alma kararlarında etkili olmaktadır (Cheung ve Lee, 2008:2; Gürce, 2017, 137). Yani günümüz dünyasındaki modern tüketicinin satın alma davranışının her aşamasında mobil telefon üzerinden yaptığı eylemler yer almaktadır. Satın alma öncesi, satın alma anı ve sonrasında da yorum yapma, sosyal medyada ürünü veya hizmeti kullanma gibi pek çok pazarlama faaliyetinde bulunmaktadır.

İçinde bulunduğumuz yüzyılda önce internet devrimiyle başlayan, ardından sosyal medya ve mobil iletişim devrimiyle devam eden çok hızlı bir dijitalleşme süreci içinde olduğu ve bunun her geçen gün daha da artacağı bir başka gerçektir. Bu gerçekten hareketle ekranların her yaştaki insan yaşamına gün geçtikçe daha fazla girdiği gözlemlenmektedir. Ekranların insanların hayatlarında bu denli yer alması günümüzde farklı davranışları da beraberinde getirecektir. Bu alan ekonomiden insan sağlığına, bilgi teknolojisinden, insan ilişkilerine kadar pek çok alanı da ilgilendirmektedir.

LİTERATÜR

Dijital dünyanın üzerine oturduğu en temel mekanizmalardan biri 'dikkat ekonomisidir' (Davenport, 2001). Sosyal medya, nesnelerin interneti gibi devrimler üretilen bilgi hacminde üssel artışa neden olmaktadır. Bunun aksine tüketicilerin zaman, yani dikkati hiç artmamaktadır. Bu durumda dijital platformlar arasında tüketicilerin daha çok zamanını almak için kıyasıya bir rekabet yaşanmaktadır. Bu ekonomide, her ekonomide olduğu gibi gönüllü, ancak dolaylı bir alışveriş söz konusudur. Tüketiciler hizmet verene verdiği dikkat karşılığında başka yerde bulamayacağı içerik, bilgi ya da eğlence alır. Platform da bu dikkati reklam verenler üzerinden paraya çevirir.

Dikkat ekonomisi olarak karakterize edilen dijital ekosisteminde hizmet verenler, kullandıkları çeşitli tekniklerle ekran başında geçirilen süreyi maksimize etmeye çalışmaktadır. Örneğin geçmişte ICQ gibi anlık mesajlaşma uygulamalarında 'meşgul', 'dışarıda' gibi durum mesajları aktif kullanılıyorken günümüzde anlık mesajlaşma ve sosyal medya uygulamalarında mesajlarda ve paylaşılan hikâyelerde bulunan 'görüldü' bildirimleri gibi tasarımsal öğelerle platform üreticileri, gönderilen mesajları hemen okumaya teşvik eden, izlenmeyen hikâyeye paylaşımları için alıcılardan hesap bile sorulabildiği her zaman ekran başında ve hazır durumda bir kullanım davranışını teşvik etmektedir. Sosyal medya platformları bu konuda bir adım daha ileri giderek paylaşılan hikâyenin belirli bir süre geçtikten sonra silerek alıcıların bir şeyleri kaçırma endişesiyle sürekli akıllı telefonunu kontrol etmesini teşvik etmektedir. Sonuçta istenen alışkanlıklar, tasarlanan bir süreç olarak bağımlılık haline gelmekte ve teknoloji bağımlılığı içinde bulunduğumuz çağın önemli bir problemi olarak ortaya çıkmaktadır.

Teknoloji Bağımlılığı

Teknoloji bağımlılığı kavramı birçok alanı içinde barındırmaktadır. Söz konusu alanlar içerisinde internet bağımlılığı, sosyal medya bağımlılığı (Leung ve Lee, 2012), oyun bağımlılığı (Leung, 2004) ve cep telefonu bağımlılığı gibi (Bianchi ve Phillips, 2005) temel alanlar olarak öne çıkmaktadır. İnternet bağımlılığı konusu ilk olarak Young'ın (1998) çalışmalarıyla gündeme gelmiştir. İnternet bağımlılığını bireyin internet kullanımıyla ilgili kontrolü kaybetmesi hayatında ve problemleri sonuçlar doğuracak kadar sık kullanması olarak tanımlamak mümkündür (Young ve Abreu, 2011).

Bu çalışmada söz konusu bağımlılığı geniş perspektiften tanımlama yoluna gidilmiş ve bahsedilen bağımlılık çeşitlerini kapsayan "teknoloji bağımlılığı" terimi tercih edilmiştir. Teknoloji bağımlılığı kişinin zihinsel ve duygusal psikolojik durumunun mesleki ve sosyal etkileşimlerinin teknolojinin aşırı kullanımı sebebiyle zarar görmesi şeklinde tanımlanabilir (Beard, 2005)

Son dönemde yeni ortaya çıkan ve bir zihinsel sağlık sorunu olarak kabul edilen teknoloji bağımlılığı alanında yapılan çalışmalarla önemli bir artış yaşanmıştır (Griffiths, 2000; Young, 2010). Madde bağımlılığına benzer davranışsal bağımlılık semptomlarına (ruh hali değişikliği, içine kapanma, çatışma vd.) yol açan teknoloji bağımlılığının tedavi edilmesi gereken bir hastalık haline geldiği görülmektedir. Ayrıca, alışveriş ve oyun gibi teknoloji kullanımıyla gerçekleştirilen çevrimiçi etkinliklere daha fazla zaman harcamak depresif belirtilerin ortaya çıkmasına sebep olmaktadır (Morgan ve Cotten, 2003). Teknoloji ve internet bağımlılığının ileri derecedeki örnekleri birçok ülkede profesyonel tıbbi destek ve psikolojik yardımla tedavi edilmeye çalışılmaktadır (King vd. 2011). Bu kapsamda Amerika Birleşik Devletlerinde Amerikan Psikiyatri Birliği, konuyla ilgili artan klinik tedavi talebi doğrultusunda, Ruhsal Rahatsızlıkla Teşhis ve Değerlendirme El Kitabı'nın (DSM-V) yaklaşan beşinci baskısının ekinde "İnternet kullanım bozukluğu" nu eklemeye karar vermiştir (Amerikan Psikiyatri Birliği, 2012; Kuss vd. 2013).

Gençlerde Teknoloji Bağımlılığı

Yoğun teknoloji kullanımı gençlerde arkadaşlarıyla sosyalleşememe, depresyon ve uykusuzluk gibi ciddi sorunları beraberinde getirmektedir. Amerikalı gençlerde yapılan bir araştırmada (Twenge, 2017) 2000 – 2015 yılları arasında gençlerin arkadaşlarıyla her gün buluşma sıklığında %40'lık düşüş görülmüştür. Sosyal medyayı yoğun şekilde kullanan gençlerin depresyon eğiliminde %27 artış kaydedilmiştir. Aynı araştırmada teknoloji kullanımı nedeniyle gençlerin sağlıklı bir yaşam için gerekli olan minimum 7 saat uyku süresinin altında uyuma oranında %57 oranında artış görülmüştür.

2016 yılında ABD'de gerçekleştirilen farklı bir araştırma Amerikalı tüketicilerin ortalama %29'unun, milenyum gençlerinin ise %39'unun akıllı telefonlarla etkileşim süresinin diğer insanlarla etkileşim süresinden uzun olduğunu ortaya koymaktadır (Bank of America, 2016).

ARAŞTIRMA METODOLOJİSİ

Çalışmada son yıllarda özellikle tüketici davranışlarında kullanılan kalitatif araştırmalardan olan odak grup görüşmesi kullanılmıştır. Odak grup görüşmesi özellikle sosyoloji ve psikoloji gibi pozitif bilimlerin yanında Pazar araştırmalarında tüketici tutum ve davranışlarını ölçümlemeye ve belirlemeye yöneliktir. Odak grup görüşmesi küçük bir grupla araştırmacı arasında yapılandırılmamış görüşme ve tartışmada grup dinamiğinin etkisini kullanma, derinlemesine bilgi edinme ve düşünce üretme yöntemidir.

Nitel araştırma yöntemlerinin doğal ortama duyarlı olması, araştırmacının katılımcı rolü olması, bütüncül bir yaklaşıma sahip olması, algılarının ortaya konulmasının sağlanması önemli özellikleri arasındadır. Nitel araştırmalarda verilerin toplanmasında kullanılacak dört temel yöntem vardır. Bunlar, odak grup görüşmesi, gözlem, görüşme ve doküman incelemesidir. Odak grup görüşmesini, bireylerin düşüncelerini serbestçe söyleyebileceği bir ortamda dikkatlice planlanmış bir tartışma olarak tanımlanabilir. (Çokluk vd., 2011) Krueger ve Casey (2000)'e göre, odak grup görüşmeleri açık uçlu sorulara dayanarak bireysel görüşme yöntemi üzerine kurulmuştur. Odak grup görüşmeleri birbirini tanımayan kişilerin oluşturduğu bir grubun sohbet havası içinde duygu ve düşüncelerini rahatlıkla dile getirdikleri bir görüşme türüdür (Şahsuvaroğlu vd., 2008). Moderatör eşliğinde yapılan bu

görüşme tekniğinde katılımcıların o konu hakkında duygu ve düşünceleri kayıt altına alınarak sonrasında değerlendirmeye alınır.

Odak grup görüşmesinde ideal olan sayı 8-10 kişi olarak kabul edilir. Bu çalışmada daha sıcak ve samimi bir ortam yaratmak amacıyla, her bir grupta toplam 8'er katılımcı ile sınırlı tutulmuştur. Toplamda 24 üniversite öğrencisi ile 3 odak grup görüşmesi yapılmıştır. Odak grup görüşmeleri İstanbul Üniversitesi Mühendislik Fakültesi ve İstanbul Ticaret Üniversitesi İşletme Fakültesi öğrencilerinden oluşan 24 kişilik grup İstanbul Ticaret Üniversitesi, Sütluçe kampüsünde yapılmıştır. Katılımcılara yöneltilen sorular makale yazarları tarafından sorulmuş, katılımcıların utangaçlığını atmaları ve daha rahat konuşmaları için sıcak bir ortam yaratma amacı da güderek her soru sonrası o soru ile düşünceleri sorulmuştur. Her bir görüşme ortalama 70-80 dakika sürmüş ve 3 odak grup görüşmesi toplamda 1 hafta içerisinde gerçekleştirilmiştir. Görüşme verileri yardımcı röportör aracılığıyla yazılı olarak kayıt altına alınmıştır. Ayrıca ses kayıt cihazı ile de tüm görüşmeler kayıt altına alınmıştır. Soru ve yanıt dayalı olarak yapılan görüşmelerde genelden özele doğru toplam 9 adet soru yöneltilmiştir. Soruların sohbet ve günlük kullanım tarzına uygun olmasına dikkat edilmiştir. Soruların anlaşılabilirliği için sekiz kişilik bir grupla ön test yapılmış ve daha sonraki iki odak grup görüşmesi ile sorular tekrarlanmıştır. Katılımcıların U şeklinde oturmaları sağlanmış ve çeşitli ikramlarda bulunulmuştur. Odak grup görüşmesinin ilk başında katılımcılara araştırmanın amacı ve konusu açıklanmıştır. Görüşme öncesi katılımcıların kısaca kendilerini tanıtmaları ve rahat bir sohbet havası oluşması için bir takım tanışma soruları sorulmuştur.

Araştırmaya katılan üniversite gençlerine, cep telefonu ile geçirdikleri süre, bu süreyi nasıl değerlendirdikleri ve gençlerin bu faaliyetten aldıkları haz ile ilgili sorular yöneltilmiştir. Bu çalışmada bahsi geçen dikkat ekonomisine göre ekran başında geçirilen sürenin platform sağlayıcılar tarafından kasıtlı olarak arttırıldığı olgusu katılımcılara anlatılarak daha kaliteli bir yaşam için ekran başında geçirilen sürenin gönüllü ve bilinçli biçimde kısıtlandığı durumda bu zamanı ne şekilde değerlendirecekleri katılımcılara sorulmuştur. Ayrıca sosyal medya, anında mesajlaşma uygulamaları gibi uygulamalara erişimlerinin tamamen engellenmesi durumunda bu süreyi farklı hangi aktivitede değerlendirecekleri sorulmuştur. Ayrıca araştırmanın başında ve sonunda katılımcılara "teknoloji ile ilişkinizde kontrolün kimde olduğunu düşünüyoruz?" sorusu ile katılımcıların paylaşılan kavramlarla ilgili farkındalığı ölçülmeye çalışılmıştır. Araştırmada katılımcılara yöneltilen tüm sorular Tablo 1'de, cevapları ise Tablo 2'de yer almaktadır. (Bkz. Tablo 1 ve 2)

Tablo 1. Odak Grup Görüşme Soruları

Araştırma Soruları
1. Teknolojiyle ilişkinizde kontrolün kimde olduğunu düşünüyorsunuz?
2. Akıllı Telefon kullanıyor musunuz?
3. Mobil İnternet kullanım sıklığınız nedir? Bir şık seçiniz lütfen. A [< 1 saat] B [1-3 saat arası] C [4-7 saat arası] D [8 saat ve üzeri]
4. Mobil internet kullanımında hangi mecraları ne kadar süreyle kullanıyorsunuz? <ul style="list-style-type: none">• Sosyal Medya: Facebook, Whatsapp, Instagram, Snapchat, Twitter• Youtube vb. video siteleri (Bilgi Almak / Eğlence / Vakit Öldürme)• Arama Motorları• Haber Siteleri• Diğer
5. Akıllı Telefon ile geçirdiğiniz sürenin kısıtlanması fikrine nasıl bakarsınız? (Evet / Hayır)
6. Akıllı Telefon ile geçirdiğiniz süre 1 saat ile sınırlansaydı bu süreyi nasıl değerlendirirdiniz? Davranışınız ne olurdu? Hangi uygulamalar önceliğiniz olurdu?
7. Mobil internet kullanımınız tamamen engellenseydi bu süreyi nasıl değerlendirirdiniz?
8. Problematik mobil internet kullanımı nedeniyle bir süre sonra boyun fıtığı, anksiyete bozukluğu, depresyon gibi kalıcı hastalıklar yaşayacağınızı bilmek sizde nasıl bir tutum değişikliğine neden olurdu?
9. Teknolojiyle ilişkinizde kontrolün kimde olduğunu düşünüyorsunuz?

Bulgular

Çalışmada yukarıda belirtildiği gibi üç farklı zamanda yapılan üç odak grup görüşmesinin araştırma verileri toplu olarak değerlendirilmiş ve her bir soru ayrı ayrı tablolar ile detaylı bir şekilde açıklanmıştır.

Odak grup görüşmesinde araştırmaya başlamadan önce katılımcılara “1. Soru olan teknoloji ile ilişkinizde kontrolün kimde olduğunu düşünüyorsunuz” sorusuna katılımcıların 15’i yani %62,5’i kontrolün kendisinde olduğunu, kalan 9 yani %37,5’i ise kontrolün teknolojiye olduğunu düşünmektedir.

2. soru olan akıllı telefonunuz var mı sorusuna, iki kişi hayır cevabını vermiş, kalan 22 üniversite öğrencisi ise akıllı telefon sahibi olduğunu belirtmiştir.

3. soru olan akıllı telefon ile kullanım sıklığınız nedir sorusuna katılımcıların %45’i 4-7 saat arasında cevap vermiştir. Günün 8 saat üzerinde mobil internette zaman geçiren öğrenciler ise katılımcıların %20’sini oluşturmaktadır. 1 saatten az ve 1-3 saat arası vakit geçiren öğrencilerin toplamı ise katılımcıların %32’sini oluşturmaktadır.

Tablo 2. Mobil İnternet Kullanım Süreleri

Katılımcılar	Süre
1. Katılımcı	1-3 saat arası
2. Katılımcı	4-7 saat arası
3. Katılımcı	4-7 saat arası
4. Katılımcı	4-7 saat arası
5. Katılımcı	< 1 saat
6. Katılımcı	4-7 saat arası
7. Katılımcı	1-3 saat arası
8. Katılımcı	4-7 saat arası
9. Katılımcı	4-7 saat arası
10. Katılımcı	< 1 saat
11. Katılımcı	8 saat ve üzeri
12. Katılımcı	4-7 saat arası
13. Katılımcı	4-7 saat arası
14. Katılımcı	1-3 saat arası
15. Katılımcı	8 saat ve üzeri
16. Katılımcı	8 saat ve üzeri
17. Katılımcı	8 saat ve üzeri
18. Katılımcı	1-3 saat arası
19. Katılımcı	1-3 saat arası
20. Katılımcı	8 saat ve üzeri
21. Katılımcı	4-7 saat arası
22. Katılımcı	4-7 saat arası
23. Katılımcı	< 1 saat
24. Katılımcı	4-7 saat arası

Tablo 3. Mobil İnternet Kullanım Süreleri

Akıllı Telefon Kullanım Süresi	Katılımcı sayısı	Yüzdesi
< 1 saat	4 kişi	%16,7
1-3 saat arası	4 kişi	%16,7
4-7 saat arası	11 Kişi	%45,8
8 saat ve üzeri	5 Kişi	%20,8
Toplam	24	%100

4.soru olan mobil internet kullanımında daha çok hangi teknolojik uygulamalarda vakit geçiyorsunuz sorusunun cevapları Tablo 4’de yer almaktadır. Odak grup görüşmesinde sözlü olarak belirtilen en önemli cevaplar ise uyanır uyanmaz ilk olarak Instagrama bakma isteği içinde oldukları ve WhatsApp konuşmalarına verilen cevapların gündelik işlerinden bile önce yer aldığı olmuştur. X♡: Bu işaretin olduğu kutucukların katılımcıları o uygulamaya çok bağlı olduğu ve çok keyif aldığını göstermektedir. Boş olan kutucuklarda da katılımcıların herhangi bir bilgilendirme yapmadığı cevaplardır.

Tablo 4. Mobil internet Kullanım Davranışları

Katılımcılar		En Çok Tercih Ettikleri Mobil Uygulamalar										
		Akıllı telefonu Yok	Instagram	WhatsApp	Twitter	Facebook	YouTube	Arama motorları	Haber Siteleri	Spor	Fal-Astroloji	Diğer
1.	1-3 saat arası						X	X	X	X	X	
2.	4-7 saat arası		X				X					
3.	4-7 saat arası		X				X	X				
4.	4-7 saat arası		X	X	X		X	X	X	X		
5.	< 1 saat		X						X	X	X	
6.	4-7 saat arası						X	X	X			
7.	1-3 saat arası						X	X	X			
8.	4-7 saat arası						X					
9.	4-7 saat arası		X	X								
10.	< 1 saat	X										
11.	8 saat ve üzeri		X				X		X			
12.	4-7 saat arası		X		X	X						
13.	4-7 saat arası		X			X	X		X			X
14.	1-3 saat arası		X	X		X	X					
15.	8 saat ve üzeri		X	X		X	X	X				
16.	8 saat ve üzeri		X	X	X	X						X
17.	8 saat ve üzeri		X	X	X							
18.	1-3 saat arası		X	X	X		X					
19.	< 1 saat	X										
20.	8 saat ve üzeri		X	X	X	X	X				X	
21.	4-7 saat arası		X			X	X				X	
22.	4-7 saat arası		X			X					X	
23.	< 1 saat						X	X	X	X		
24.	4-7 saat arası						X		X	X		

Odak grup görüşmesinde katılımcıların soru 4 de yer alan mobil internet uygulamalarındaki kullanım oranlarında göze çarpan en belirgin özellik 19-25 yaş arasındaki üniversite öğrencilerinin Instagram ve Youtube uygulamaları kullanım sıklıkları çok yüksektir. Facebook uygulamasının gençler tarafından çok tercih edilmediği ve popüler olmadığı tespit edilmiştir. Katılımcıların ilgi alanları doğrultusunda da Youtube kanalında vakit geçirdikleri ve çeşitli videolar izledikleri gözlemlenmiştir. Katılımcıların odak grup görüşmesinde verdikleri cevaplardan en çok tercih ettikleri Instagram hesabının bu kadar popüler olmasının nedenlerini şu şekilde özetlemiştirler; merak, kim nerede, ne yapıyor, kimlerle birlikte, ne giymiş, ne yemiş, nereye gitmiş gibi sorular ilgilerini çekmektedir.

Bir diğer önemli bulgu ise katılımcıların aynı zamanda WhatsApp uygulamalarını çok sık kullandığı gözlemlenmiştir. Mesajlaşmak, telefonlaşmak yerine katılımcılar WhatsApp üzerinden birbirleriyle iletişim kurmaktadır. Tablo 4'deki cevaplarda erkek katılımcıların daha çok spor, haber sitelerine ilgi gösterirken, kız katılımcıların fal, moda, astroloji vs. gibi uygulamalara yöneldikleri gözlemlenmiştir. Odak grup görüşmesine katılan 5 kişinin (8 saat ve üzeri akıllı telefon kullanıcıları) oyun bağımlılığı olduğu tespit edilmiştir. Bu kişiler odak grup görüşmesindeki cevaplarında internet üzerinden online futbol maçları, strateji oyunları, kelime oyunları vs. gibi oyunlara da çok ciddi ilgi göstermektedirler. Bu oyun bağımlılarına karşılık odak grup görüşmesine katılan 24 kişiden 2 kişinin akıllı telefonun olmadığını diğer 2 kişinin ise 1 saatten az vakit geçirdiği tespit edilmiştir. Katılımcılardan 1-3 saat arası mobil internet kullanan 4 kişi olduğu tespit edilmiş, toplamda %33'ün telefon bağımlısı olmadığı ve kullanım oranlarının düşük olduğu araştırmanın önemli sonuçlarından biridir.

5. Soru da odak grup görüşmesinde katılımcılara "Mobil internet ile geçirdiğiniz sürenin kısıtlanması fikrine nasıl bakardınız?" sorulmuştur. Sonuçları Tablo'5 de ayrıntılı olarak verilmiştir.

Tablo 5. Mobil internet Kullanım Süreniz Kısıtlanması Fikrini Nasıl Değerlendirirdiniz?

Katılımcılar	Cevaplar
1.	"Hayır, buna sıcak bakmıyorum. Çünkü kısıtlamak ya da belli bir süreye indirmek bu soruna çözüm olamayacağı inancındayım. Başka yöntemlerle insanlar gene kullanmaya devam ederdi."
2.	"Evet, ben mobil internet sürem kısıtlanmasına sıcak bakardım. Özellikle sağlık açısından süre kısıtlaması çok iyi olurdu. Görme ile ilgili konularda daha az şikâyetlerimiz olur idi."
3.	"Evet, ben mobil internet sürem kısıtlanmasına sıcak bakardım. Sağlık açısından insanlar daha sağlıklı olurdu. Boyun, baş ağısı ve göz problemlerini gerçekten çok arttırıyor."
4.	"Genel olarak yasaklara ve kısıtlamalara karşıyım."
5.	"Evet, bu fikre sıcak bakıyorum."
6.	"Evet, bu fikre sıcak bakıyorum. Ancak bireysel kontrol mekanizması"
7.	"Evet, bu fikre sıcak bakardım. Bireysel kontrolümüz ile yaparsak cep telefonun bir parçamız olmadığını kendimize kanıtlayabiliriz."
8.	"Hayır, sıcak bakmazdım."
9.	"Evet, sıcak bakardım."
10.	"Akıllı telefonum yok. Ama kısıtlama düşüncesi saçma bence. Akıllı telefon olmadığında hayat daha anlamlı ve dolu dolu geçiyor."
11.	"Evet, mantıklı olurdu. Sosyal aktivitelere daha fazla zaman ayrılabilirdi. Çünkü belirli saatlerde mesaj gelmeyeceğini ve atamayacağımızı bilir ve daha rahat hareket ederdik."
12.	"Evet, olumlu bakardım. Kendimle ve kariyerimle ilgili konulara daha fazla zaman ayırabilirdim."
13.	"Hayır, istemezdim bunu, ben internette ticaret ile uğraşıyorum ve eğer sosyal medya olmasa idi bunun yerine tanıtım yapmam gerekirdi."

14.	"Evet derdim."
15.	"Evet derdim, sadece ticaret açısından iyi olmazdı. Sosyal medyada kendi ihtiyaçlarımı karşılayan networklar olmalıdır."
16.	"Hayır, kısıtlama istemezdim ben. Çünkü sadece arkadaşlarımla değil, gündemden de haber almak için mobil internet kullanımından vazgeçmezdim."
17.	"Evet, çünkü gereksiz zaman geçirdiğimi düşünüyorum."
18.	"Hayır, istemezdim, kısıtlamalara karşıyım. Özgürlüğüme tehdit gibi algılıyorum."
19.	"Evet, çünkü gereksiz zaman geçirdiğimi düşünüyorum."
20.	"Hayır, sıcak bakmazdım. Kesinlikle bırakmayı düşünmüyorum."
21.	"Hayır, istemezdim, kısıtlamalara karşıyım. Özgürlüğüme tehdit gibi algılıyorum."
22.	"Hayır, sıcak bakmazdım."
23.	"Evet derdim."
24.	"Hayır istemezdim. Kullanımı değiştirmek istemezdim."

Katılımcılar bu soruyu dışardan bir müdahale veya kısıtlama getirilmesi fikrine %46'sı "Hayır sıcak bakmazdım" derken , %54'ü "Evet sıcak bakardım" cevabını vermiştir. Verilen bu cevaplardan katılımcıların mobil internet kullanım sıklıklarından şikâyetçi olduklarını ve bırakmak için bir vesile aradıkları gözlemlenmiştir. %46'lık sıcak bakmayan kesimin telefon ve mobil internet kullanımının yüksek olduğu ve telefon bağımlısı olduğunu yanlış olmayacaktır. Ayrıca bu grubun dışarıdan müdahaleyi bir engelleme olarak algıladıkları ve tepki gösterdikleri görülmüştür.

6. Soru da odak grup görüşmesinde katılımcılara "Akıllı Telefon ile geçirdiğiniz süre 1 saat ile sınırlansaydı bu süreyi nasıl değerlendirirdiniz? Hangi uygulamalar önceliğiniz olurdu?" sorulmuştur. Sonuçları Tablo'6 de ayrıntılı olarak verilmiştir.

Tablo 6. Akıllı Telefon ile geçirdiğiniz süre 1 saat ile sınırlansaydı bu süreyi nasıl değerlendirirdiniz? Hangi uygulamalar önceliğiniz olurdu?

Katılımcılar	Cevaplar
1.	"WhatsApp, Bundle ve Youtube uygulamaları önceliğim olurdu. Takip ettiğim yerleri önem sıralamasına göre sıraya koyarak hızlıca tarama yapardım."
2.	"İlk olarak mesajlarıma bakardım. Sonra ilk olarak Instagram'a hızlıca bakardım. Daha sonra Youtube'a bakardım. Başlarda heyecanla baktığım telefonum sonra alışınca 1 saat bile sıradan olmaya başladı benim için."
3.	"Araştırmalarımı yapardım hızlıca. Ödevlerimi için tarama yapardım. Son 15-20 dakika da Instagram'a girip kim ne yapıyor diye bakar en sonda da acil aramalarımı yapardım."
4.	"Genel olarak yasaklara karşıyım."
5.	"Sadece önemli mesajlarıma bakar ve cevap verirdim."
6.	"Bu 1 saatlik zamanda sadece kendime fayda sağlayacak uygulamalara vakit ayırırdım."
7.	"İletişim ve haber okumaları önceliğim olurdu."

8.	"1 saate verimli geçirmek için çaba harcardım. Instagram ve Youtube sitelerine girerdim."
9.	"Sınırlı zamanla arkadaşlarım ile konuşma yapar, Whatsapp ve Instagram en önceliğim olur kalan zamanımı aileme ve çevremdeki insanlara vakit ayırma tercih ederdim."
10.	"Akıllı telefonum yok ama bilgisayarda youtube da film izlerdim."
11.	"En çok Instagram'ı kullanırdım birde maillerimi kontrol ederdim."
12.	"Instagram ve Twitter'ı kontrol eder kalan zamanda da araştırmalarım için kullanırdım."
13.	İnternette ticaret yaptığım için sipariş kontrolü ve iş ile ilgili durumlar için kullanırdım.
14.	Zaman kısıtlı olduğu için sadece iletişime öncelik verirdim. Telefon ile konuşmayı seven biriyim.
15.	"Zaman kısıtı olduğu için maksimum fayda ile kullanmaya çalışırdım. Google, Gmail ve sosyal medyayı hızlı kullanmaya çalışırdım."
16.	"Sosyal medya ile geçirirdim. Instagram da en son gönderiler iyice takip ettikten sonra Twitter de kim ne yazmış diye bakardım."
17.	"Daha çok amaca yönelik kullanmaya çalışırdım."
18.	"Arkadaş ve ailem ile iletişim kurmaya çalışırdım. Whatsapp ve Instagram önceliğim olurdu."
19.	"Önemli olabilecek işlerimi hallederdim. Mail ve Whatsapp zaman geçirirdim."
20.	"Benim için çok kısıtlı bir zaman olduğu için 1 saat içerisinde ilgilendiğim bütün sosyal medya hesaplarıma bakıp günlük işlemleri halletmeye çalışırdım."
21.	"Yapmak zorunda olduğum işlerimi hallederdim. Geri kalan vakitlerde ise dışarda zaman geçirirdim."
22.	"Instagram ve Youtube bakardım. O gün yüklenen postları izlerdim."
23.	"Zaten kullanımım çok az. Benim için değişen bir şey olmaz."
24.	"Banka ve mail işlemlerini hallederdim. Diğer zamanlarımda ise sevdiğilerimle vakit geçirirdim."

Odak grup görüşmesine katılan katılımcıları 6. Soruya verdikleri yanıtlarda çoğunlukla, öncelikli olarak iletişim amaçlı (telefonla konuşmak) kullandıkları, ikinci olarak hızlı bir şekilde haber almak için WhatsApp uygulamalarına yöneldikleri ve üçüncü olarak da yine Instagram uygulamasına girerek kimin ne yaptığı gibi soruların cevabı için meraklarını tatmin ettikleri görülmüştür.

7.Soru olan "Mobil internet kullanımınız tamamen engellenseydi bu süreyi nasıl değerlendirirdiniz?" soruna odak grup görüşmesine katılan 24 kişinin 17'si kadarı çok benzer cevapları vermiştir. Katılımcılar mobil internet kullanımının tamamen kısıtlanması durumunda bu süreyi kitap okuyarak, müzik dinleyerek, park ve bahçede dolaşarak, yeni enstrümanlar öğrenerek, spor yaparak ve değişik yerleri keşfederek değerlendirerek söylemiştir. Bir bayan katılımcı ellerini daha aktif kullanabileceği bir aktivite ile ikame

edebileceğini, bir başka katılımcı ise bunun nafîle bir şey olduğunu, insanların kitap okuma seviyelerinde ki düşüklüğü engelleme ile değişmeyeceği cevabını vermiştir.

8.Soru olan “Problematik mobil internet kullanımı nedeniyle bir süre sonra boyun fitiği, anksiyete (kaygı bozukluğu), depresyon gibi kalıcı hastalıklar yaşayacağınızı bilmek sizde nasıl bir tutum değişikliğine neden olurdu?” sorusuna verilen cevaplar aşağıdaki Tablo 7’de verilmiştir.

Tablo 7. Hasta olmanız durumunda tutumunuz ne olurdu?

Katılımcılar	Cevaplar
1.	“Sınırlama yoluna giderdim.”
2.	“Sosyal medya kullanımımı kesinlikle azaltırdım. Sağlığım, eğlenmemden daha önemli.”
3.	“Böyle bir şey olacağını bilsem kesinlikle elimi bile sürmezdim, zaten anksiyete bozukluğuna sahip biri olduğum için daha da tetiklemem için uzaklaşırdım.
4.	“Tutumum pek değişmezdi.”
5.	“Kesinlikle kullanmazdım.”
6.	“Kullanımı azaltma yönünde gayret ederdim.”
7.	“Hastalık yaşayacağımı bilsem telefonumu kesinlikle kullanmazdım.”
8.	“Ben pek önemsemezdim. Çünkü zaten spor yapıyorum. Bu rahatsızlıklar beni etkilemez.”
9.	“Kesinlikle ya çok azaltırdım ya da kullanmamaya başladım.”
10.	“Kullanmıyorum zaten. Zamanım kıymetlidir, dikkate alırdım.”
11.	“Devam etmem. Bunlardan bazılarının belirtisini gördüğümde daha az sosyal medya ve telefonda zaman geçiririm.”
12.	“Davranışımı kısıtlayarak süreyi en aza indirerek bu hastalılara yakalanma riskimi azaltırdım.”
13.	“Sağlık problemini sebep olacağını bildiğimde kullanımı azaltırdım. Önce sağlık”
14.	“Sonunda bir bedel ödemek olduğunu bildiğim için sağlığımdan ödün vermezdim.”
15.	“Devam etmezdim. Yalnız işlerimi halletmek için süreyi daha da verimli değerlendirmeye çalışırdım.”
16.	“Dozunu azaltmaya çalışırdım. Ama kullanmaktan asla vazgeçmezdim.”
17.	“Bu olumsuz durumla karşılaşacağımı bilsem de mobil internetten kopamazdım. Ama olabildiğince dikkat etmeye çalışırdım.”
18.	“Daha dikkatli kullanırdım ve ya zamanı azaltırdım. Ancak günümüzde mobil internet kullanımını sıfıra indirmenin de mümkün olmayacağını düşünüyorum. Ancak ciddi bir hastalığa yakaladığımda da mobil kullanımını bırakırdım.”
19.	“Sınırlandırmaya çalışırdım.”
20.	“Davranışımı değiştirmezdim. İleride zaten birçok hastalığa yakalanacağız.”

21.	“Süre kullanımını kontrol altında tutmaya çalışırdım.”
22.	“Sınırlandırmaya çalışırdım.”
23.	“Dikkat ederdim. Zaten fazla kullanmıyorum.”
24.	“Sınırlama getirmeye çalışsam bile yine aynı ritüele geri dönerdim.”

Odak grup görüşmesinde sekizinci sorudaki mobil internet kullanımı nedeniyle ciddi sağlık problemlerine yakalanacağını bilmeleri katılımcıların çoğunluğunda (%84'ünde) davranış değişikliğine neden olurken, 4 kişide (%16'sında) herhangi bir davranış değişikliğine neden olmamıştır. Bu da araştırmaya katılan katılımcılarda farkındalık yaratıldığını ve mobil telefon bağımlılığının uzun dönemde insan sağlığı üzerinde ciddi etki yarattığı bilincini oluşturmuştur.

9. Soru olan “Teknolojiyle ilişkinizde kontrolün kimde olduğunu düşünüyorsunuz? ” sorusuna katılımcıların 20'si yani %83'ü kontrolün kendisinde olduğunu, kalan 4 kişi ise yani %17'si kontrolün teknolojide olduğunu düşünmektedir.

SONUÇ ve DEĞERLENDİRME

21. yy. postmodern pazarlama dünyasında artık ürün ve hizmetlerin hedef kitleye ulaştırılmasında kullanılan yöntemler değişmiştir. Artık TV, radyo, gazete ve dergi gibi tek yönlü iletişim sağlayan geleneksel kanalların yerine bilgisayar ve mobil tabanlı olan iletişim kanalları tercih edilmektedir. Sosyal ağlar ve mobil uygulamalar işletmelerin mesajlarını yayma, ürünü yönetme gibi yeni pazarlama stratejileri daha çok talep görmektedir. Geleneksel satın alma yöntemlerinin kullanıldığı dönemdeki tüketici ile bugünkü tüketiciler bile karşılaştırıldığında arada büyük farklılıklar olduğu görülmektedir. Geleneksel dönemdeki tutundurma faaliyetlerinin yerine artık günümüzde daha çok sosyal medyanın ön planda olduğu, bilgisayardan çok mobil üzerinden reklam verme, ürün-hizmet tanıtımları ve bunlar ile ilgili video paylaşımlarının yer aldığı yeni bir dönem yaşanmaktadır. İşte bu yeni dönemdeki modern iletişim kanallarını kullanan tüketicilerin de davranış modelleri değişmiş ve pazarı eskisinden çok daha yakından tanıyan ve takip eden bir tutum içine girmişlerdir.

Çalışmada değişen ve yeni oluşan bu pazar yapısındaki tüketicilerin davranışlarını daha iyi analiz edebilmek için planlanan odak grup görüşmesi ile genç tüketicilerin davranışları hedeflenmiştir. Üniversite öğrencilerine yapılan odak grup görüşmesine göre genç tüketicilerin davranış özellikleri şu şekilde özetlenebilir.

Odak grup görüşmesine katılan üniversite gençlerinin telefon bağımlılığının yüksek olduğu görülmektedir. %45'i 4-7 saat arasında, %20'si ise 8 saat ve üzerinde mobil internet ile vakit geçirmektedir. Üniversite öğrencileri en çok mobil uygulamalardan Instagram uygulamasını kullanmakta, Facebook uygulamasını tercih etmediklerini bunu daha çok ebeveynlerinin kullandığını belirtmişlerdir. Instagram uygulamasını en çok arkadaşlarının ve etrafındaki kişilerin ne yaptıkları, nereye gittikleri ve nasıl yaşadıkları ile ilgili bilgileri öğrenmek için kullandıkları gözlemlenmiştir. Araştırmanın yapıldığı odak grup görüşmesindeki gençlerin büyük çoğunluğunun Youtube kanallarına çok ilgi gösterdikleri ve yoğun mobil kullanan katılımcıların en az 5 ve üzeri Youtube kanalına abone olduklarını ve birçok konuda bu mecradan bilgi edindiklerini belirtmişlerdir. Araştırmaya katılan kız katılımcılar daha çok Instagram, WhatsApp ve diğer uygulamalardan fal-astroloji-seyahat gibi uygulamalara ilgi gösterirken, erkek katılımcılar spor-araba-bilgisayar oyunları-teknoloji gibi

uygulamaların yer aldığı uygulamalara ilgi göstermektedir. Araştırmaya katılan katılımcılar iletişim şekli olarak daha önce mesajlaşma ile iletişim sağlarken günümüzde WhatsApp ile iletişim kurduklarını belirtmişlerdir. Araştırmaya katılan üniversite öğrencileri mobil ile müzik dinlediklerini, iletişim için kullandıklarını, ödev-sunum araştırmaları için kullandıklarını ve bir ürün veya hizmet satın almadan önce detaylı araştırma için kullandıklarını belirtmişlerdir. Eskiden tüm bunları ayrı ayrı farklı cihazlarda yaparlarken şimdi hepsini mobil üzerinden yerine getirmektedirler. Katılımcıların mobil internet kullanım sürelerinin kısıtlanmasına çoğunluğu sıcak bakmakta ve uzun süre mobilde vakit geçirmekten rahatsızlık duyduklarını belirtmişlerdir. Mobil internet kullanımının 1 saat ile sınırlandırılması durumunda katılımcıların genel tutumu, mobil mecraı sadece telefon olarak kullanma şeklindedir. Araştırmada katılımcılar mobil telefonunun ikamesi olarak daha çok dışarıda vakit geçirmek istemektedir. Birey kendisini yalnız hissettiğinde, bir şeyler keşfetme arzusu duyduğunda ya da eğlenmek istediğinde ihtiyaçlarını sanal dünyanın kısa yol çözümleriyle bastırıldığını düşünmektedir. Ancak bu ihtiyaçlarını gerçek dünyada tatmin etmesi en doğal ve doğru yöntemdir. Dışarıda, gerçek aktivitelere yönelerek geleneksel sosyalleşme ve eğlenme yöntemlerine geri dönmek en doğal çözümdür.

Araştırma türü olarak odak grup görüşmesinin seçilmesinin nedeni teknoloji bağımlılığı gibi önemli bir konuda gençlerin bu konu hakkındaki duygu ve düşüncelerini daha yakından incelenmiştir. Özetle, odak grup görüşmesinde genç tüketici kitlesini oluşturan üniversite öğrencilerinin mobil telefonu çok iyi kullandıkları ve bağımlılık oranlarının çok yüksek olduğu görülmüştür. Araştırmanın yapıldığı örneklem grubu olan üniversite öğrencilerinin mobil internet ortamında sosyal aktiviteler, sportif faaliyetlerden ziyade bilgisayar oyunlarını oynama, sohbet etme (chat), sosyal medyayı takip etme, müzik dinleme, hareket halindeyken boş vakit geçirmek için bilinçsizce internette dolaşma gibi eylemlerle ilişkili olduğu gözlenmiştir.

Mobil uygulamalar üniversite gençlerinin aynı zamanda sosyal ve kültürel seviyelerine katkı sağlamakta, farklı yaşam deneyimleri ve hikâyeleri izlemelerine fırsat vermekte, onları birer dünya insanı olmaları konusunda desteklemektedir. Ancak bilinçli kullanım büyük önem arz etmektedir. Zira tüketiciler mobil internet kullanımında geçirdiği zamanı kontrol edememekte ve saatlerini su gibi harcamaktadır. Bu nokta da mobil internet bağımlısı olmamakta kişinin kendi öz kontrolünde yatmaktadır. Gençlerin bilinçli olması mobil telefonları etkili ve efektif kullanması konusunda gayretli olması da önemlidir. Bu çalışma ile yapılan kalitatif araştırmadan çıkan sonuçlar doğrultusunda gerçekleştirilmesi planlanan kantitatif araştırma ile daha kapsamlı bulgular elde edilmesi amaçlanmıştır.

KAYNAKÇA

AAP. (2016) American Academy of Pediatrics Announces New Recommendations for Children's Media Use. <https://www.aap.org/en-us/about-the-aap/aap-press-room/Pages/American-Academy-of-Pediatrics-Announces-New-Recommendations-for-Childrens-Media-Use.aspx> Erişim Tarihi: 02.10.2017

Ahuja, S., & Kumari, S. G. (2009). Impact of Extended video Viewing on Cognitive, Affective and Behavioral Processes in Preadolescents. (Doktora tezi).

American Psychiatric Association. (2013). Diagnostic and statistical manual of mental disorders (5th ed.). Washington, DC: American Psychiatric Association.

Ampofo, L. (2015). Mindfulness in the Machine: Breaking Our Technology Addiction <http://www.socialmediatoday.com/content/mindfulness-machine-breaking-our-technology-addiction> Erişim Tarihi: 02.10.2017

Atladóttir, H. O., Parner, E.T., Schendel, D. (2007). "Time Trends in Reported Diagnoses of Childhood Neuropsychiatric Disorders: A Danish Cohort Study," *Archives of Pediatrics & Adolescent Medicine* 161(2), 193–198

Bank of America. (2016). Trends in Consumer Mobility Report 2016. http://newsroom.bankofamerica.com/files/press_kit/additional/2016_BAC_Trends_in_Consumer_Mobility_Report.pdf Erişim Tarihi: 02.10.2017

Beard, K. W. (2005). Internet addiction: A review of current assessment techniques and potential assessment questions. *CyberPsychology & Behavior*, 8(1), 7–14.

Bianchi, A. ve. Phillips, J.G. (2005). Psychological Predictors of Problem Mobile Phone Use. *CyberPsychology & Behavior*. 8(1): 39-51.

Brown, A. (2011). Media use by children younger than 2 years. *Pediatrics*, 128 (5):1040-5

Çokluk, Ömer, Kürşad Yılmaz ve Ebru Oğuz, 2011. "Nitel Bir Görüşme Yöntemi:

Odak Grup Görüşmesi", *Kuramsal Eğitimbilim*, 4(1), www.keg.aku.edu.tr

Davenport, T. H., & Beck, J. C. (2001). *The attention economy: Understanding the new currency of business*. Harvard Business Press.

Deci, E. L., Koestner, R., & Ryan, R. M. (1999). A meta-analytic review of experiments examining the effects of extrinsic rewards on intrinsic motivation. *Psychological Bulletin*, 125, 627-668.

Dews, P. B. (1955). Studies on behavior. I. Differential sensitivity to pentobarbital of pecking performance in pigeons depending on the schedule of reward. *Journal of Pharmacology and Experimental Therapeutics*, 113(4), 393-401.

Ertemel, A.V. (2016). *Dijital Çağda İllüzyonel Pazarlama*, Abaküs

Eyal, N. (2014). *Hooked: How to build habit-forming products*. Penguin: NY, ABD.

Facebook & IDC. (2013). <http://www.adweek.com/digital/facebook-idc-study-smartphones/> Erişim Tarihi: 01.09.2017

Fogg, B. J. (2002). *Persuasive Technology: Using Computers to Change What We Think and Do*. Morgan Kaufmann Publishers, CA

Fortin, D. R., & Dholakia, R. R. (2005). Interactivity and vividness effects on social presence and involvement with a web-based advertisement. *Journal of Business Research*, 58(3), 387-396.

Graham, P. (2015). The Acceleration of Addictiveness <http://www.paulgraham.com/addiction.html> Erişim Tarihi: 12.10.2017

Graybiel, A. M. (1990). Neurotransmitters and neuromodulators in the basal ganglia. *Trends in Neurosciences*, 13(7), 244-254.

Greenfield, D. N. (1999). Psychological characteristics of compulsive Internet use: A preliminary analysis. *Cyberpsychology & behavior*, 2(5), 403-412.

Gürce, Y. M. (2017). The Effects of Online Consumer Reviews on Purchase Intention: A Study for Young Consumers, 7/1, *Journal of Current Researches on Business and Economics*, 137-155.

Griffiths, M. (2000). Internet addiction – Time to be taken seriously? *Addiction Research*, 8(5), 413–418.

Henderlong, J., & Lepper, M. R. (2002). The effect of praise on children's intrinsic motivation: A review and synthesis. *Psychological Bulletin*, 128, 774-795.

JWT (2011). Fear of Missing Out (FOMO) http://www.jwtintelligence.com/production/FOMO_JWT_TrendReport_May2011.pdf Erişim tarihi 13.10.2017

JWT. (2012). Fear of Missing Out (FOMO), http://www.jwtintelligence.com/wp-content/uploads/2012/03/F_JWT_FOMOUupdate_3.21.12.pdf Erişim tarihi 13.10.2017

King, D. L., Delfabbro, P. H., Griffiths, M. D., & Gradisar, M. (2011). Assessing clinical trials of Internet addiction treatment: A systematic review and CONSORT evaluation. *Clinical Psychology Review*, 31(7), 1110–1116.

Kuss, D. J., & Griffiths, M. D. (2012). Internet gaming addiction: A systematic review of empirical research. *International Journal of Mental Health and Addiction*, 10, s.278-296.

Kuss, D.J., Griffiths, M.D., Binder, J.F. (2013). Internet addiction in students: Prevalence and risk factors *Computers in Human Behavior* 29, 959–966

Leung, L., & Lee, P. S. N. (2012). The influences of information literacy, internet addiction and parenting styles on internet risks. *New Media & Society*, 14(1), 117–136.

Leung, L. (2004). Net-generation attributes and seductive properties of the internet as predictors of online activities and internet addiction. *CyberPsychology and Behavior*, 7, 333-348.

Leroy, S. (2009). Why is it so hard to do my work? The challenge of attention residue when switching between work tasks. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 109(2), 168-181.

McHaffie, J. G., Stanford, T. R., Stein, B. E., Coizet, V., & Redgrave, P. (2005). Subcortical loops through the basal ganglia. *Trends in neurosciences*, 28(8), 401-407.

Mitchell, P. (2000). Internet addiction: Genuine diagnosis or not? *The Lancet*, 355(9204).

Morgan, C. & Cotten, S. (2003). The relationship between Internet activities and depressive symptoms in a sample of college freshmen. *CyberPsychology & Behavior*, 6(2), 133–142.

Morris, D.Z. (2017). New French Law Bars Work Email After Hours. *Fortune* <http://fortune.com/2017/01/01/french-right-to-disconnect-law/> Erişim Tarihi: 12.10.2017

Pezoa-Jares, R. & Espinoza-Luna, I. (2013). Internet addiction: A review. *Journal of Addiction. Research & Therapy* S6, 004

Przybylski, A. K., Murayama, K., DeHaan, C. R., & Gladwell, V. (2013). Motivational, emotional, and behavioral correlates of fear of missing out. *Computers in Human Behavior*, 29(4), 1841-1848.

Rideout, V., Vandewater, E.A, Wartella,, E,A, 2003, Zero to Six: Electronic Media in the Lives of Infants, Toddlers and Preschoolers

Rideout, V. (2011). Zero to eight: Children's media use in America. Common Sense Media.

Sigerson, L., Li, A.Y.-L. Cheung, M.W.-L., Cheng, C. (2017) Examining common information technology addictions and their relationships with non-technology-related addictions, *Computers in Human Behavior*, 75, 520-526

Smith, A. D., & Bolam, J. P. (1990). The neural network of the basal ganglia as revealed by the study of synaptic connections of identified neurones. *Trends in neurosciences*, 13(7), 259-265.

Social Security Administration. (2013). SSI Annual Statistical Report. Washington, DC: July 2013 http://www.ssa.gov/policy/docs/statcomps/ssi_asr/2012/ssi_asr12.pdf Erişim Tarihi 01.10.2017

Şahsuvaroğlu, Tuna ve Ekşi, Halil. 2008. "Odak Grup Görüşmeleri ve Sosyal Temsiller Kuramı", *Eğitim Bilimleri Dergisi*, Cilt: 28, Sayı: 28.

TimeWellSpent Hareketi (2017), <http://www.timewellspent.io/app-ratings/> Erişim Tarihi: 02.10.2017

Twenge, J. M. (2017). IGen: Why Today's Super-Connected Kids Are Growing Up Less Rebellious, More Tolerant, Less Happy--and Completely Unprepared for Adulthood--and What That Means for the Rest of Us. Simon and Schuster.

Wansink, B., Painter, J. E., & North, J. (2005). Bottomless bowls: why visual cues of portion size may influence intake. *Obesity*, 13(1), 93-100.

Widyanto, L., & Griffiths, M. (2006). 'Internet addiction': A critical review. *International Journal of Mental Health and Addiction*, 4, 31-51.

Williams, R. E., & Kraft, J. S. (2012). *The mindfulness workbook for addiction: A guide to coping with the grief, stress and anger that trigger addictive behaviors*. New Harbinger Publications.

Yeşilay, 2017, Teknoloji bağımlılığı, <http://www.yesilay.org.tr/tr/bagimlilik/teknoloji> Erişim Tarihi: 23.10.2017

Yıldırım, A ve Şimşek, H, 2006. *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri*. Seçkin Yayıncılık, Ankara.

Young, K. S. (1998). Internet addiction: The emergence of a new clinical disorder. *CyberPsychology and Behavior*, 1, 237-244.

Young, K. (2010). Internet addiction over the decade: A personal look back. *World Psychiatry*, 9(2), 91.

Young, K., & Abreu, C. (2011). *Internet addiction. A handbook and guide to evaluation and treatment*. Hoboken, NJ: John Wiley & Sons.

Zeldes, N. (2008) "Quiet Time" and "No Email Day" pilot data is in!. Intel IT Peer Network, <https://itpeernetwork.intel.com/quiet-time-and-no-email-day-pilot-data-is-in/> Erişim Tarihi 10.10.2017.