

## İNTERNET BAĞIMLISI ERİŞKİNLERDE SOSYAL MEDYA OYUNLARI ÜZERİNE VAKA İNCELEMESİ: CANDY CRUSH OYUNU

Mikail Bat\*  
Şehriban Kayacan\*\*

### Öz

Yeni iletişim ortamlarından sosyal medya, gün geçtikçe daha fazla kullanılmakta ve sosyal medya oyunları gibi farklı uygulamaları ile kullanıcılarını daha fazla kendisine çekmektedir. Farklı meslek ve yaş gruplarından birçok kullanıcı, sosyal medya oyunlarını hayatlarının olağan bir parçasıymış gibi görebilmekte ve bazı durumlarda bağımlı olduklarının farkında olamamaktadır.

Bu çalışmada, internet bağımlılarının sosyal medya bağımlılığı üzerinde durmak ve bir sosyal medya ağı olan Facebook'un Candy Crush oyununun tercih edilme ve bağımlılık yaratma nedenlerini ortaya koymak amaçlanmıştır. Candy Crush oyunu monografik örnekleme tekniği altında örnek olay monografisi ile analiz edilmektedir. Araştırma sorularının geliştirilmesinde, değerlendirme süreçlerinde kullanılan 5N1K formülü ve Bağımlılık Tanı ve Tedavi Merkezi'nin (BATEM) bağımlılık ile ilgili hazırladığı internet bağımlılığını değerlendirme ölçeği temel alınmıştır. Bu ölçekler doğrultusunda Candy Crush oyununu sıklıkla oynama nedenlerini ortaya koymaya yönelik sorular hazırlanmıştır. Araştırmanın ana sorunsalı Candy Crush oyununun neden bağımlılık derecesinde oynanmasıdır. Bağımlılık yaratma gerekçesi olarak ulaşılan bazı sonuçlar; oyuncuların çevrelerinde başka oyuncuların olması, efekt ve seslerin etkileme özelliği, oyunun kolay oynanması, oyun içindeki şekillerin pozitif algısı ve oyunun başka yerlerde oynanabilme kolaylığıdır.

**Anahtar Kelimeler:** Sosyal medya, Facebook, bağımlılık, Candy Crush.

### A CASE STUDY ON SOCIAL MEDIA GAMES, CANDY CRUSH GAME, FOR İNTERNET ADDICTED ADULTS

#### Abstract

Social media is an increasingly popular form of new media which attracts different types of users through, in part, the different applications available, for example, social media games. Many users, from different professions and age groups, have become accustomed to playing such social media games and treat playing such games as a regular part of their life without realising either the addictive dangers of such games or that they have become addicted to such games themselves.

This study is conducted in order to reveal the reasons why such games are addictive through an analysis of the Candy Crush game on the social media network, Facebook. The Candy Crush game is analysed using a monographic sampling technique. Using 'Wh' questions and an Evaluation Scale on Internet Addiction prepared by the Addiction Diagnosis and Treatment Centre, appropriate research question shave been developed. In line with this scale, question shave been prepared to understand why and how often people play the Candy Crush game. This research seeks to understand why people are playing the Candy Crush game on the addictive level. A range of aspects of the Candy Crush game are considered to understand the addictive nature of such a game including the involvement of multiple players including other social media users; the nature and impact of aspects of the game, for example its sound effects; the ease with which the game is played; the positive perception of the figures in the game and the ability to play the game in different locations.

**Key Words:** Social media, Facebook, addiction, Candy Crush.

\* Yardımcı Doçent Doktor, Ege Üniversitesi İletişim Fakültesi Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümü Bornova/İzmir, mikail.bat@ege.edu.tr

\*\* Ege Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yüksek Lisans Öğrencisi, sehriban.kayacan@hotmail.com

## GİRİŞ

Günümüzde kullanılan teknolojik ürünler, günlük yaşamı kolaylaştıran ve günlük yaşamın değişmez parçası haline gelmiş araçlardır. Bu araçlar arasında bilgisayarın özel bir yeri bulunmaktadır. İnternet, yeni medya ve iletişim teknolojilerinin bir araya gelerek oluşturduğu önemli ve etkin alanlardan biri de ‘sosyal medya’dır. Sosyal medya; Facebook, Twitter ve bloglar gibi sınırsız kullanıcının her türlü görüşünü dile getirebildiği bir üst yapının genel adı olarak açıklanmaktadır. Yapılan araştırmalar insanların, bu sanal gerçeklik içinde gün geçtikçe daha fazla vakit harcadıklarını, gerçek yaşam ihtiyaçlarını karşılamaya çalıştıklarını ve yine bu sanal gerçeklik içinde yeni bir dünya kurarak yaşadıklarını göstermektedir. Bilgisayar oyunları, günümüzde farklı kesimden kişilerin en önemli eğlence araçları haline gelmiştir ve zaman harcadıkları bir ortama dönüşmüştür. Ayrıca kişiler farkında olmadan bu ortamın bağımlısı olabilmekte ve bu durum gündelik yaşam, iş, aile hayatlarını etkileyebilmektedir. Bu çalışmada kişilerin sosyal medyada, özellikle sosyal medya oyunlarına neden bağımlı olabileceği irdelenmeye çalışılacaktır.

### 1. Literatür İncelemesi

Bağımlılık (Addiction) kelime anlamı olarak Latince “bağlı”, “tarafından köleleştirilmiş” anlamına gelen “addicere” kelimesinden türetilmiştir (Şahin, 2011: 5). Bağımlılık, "insanın bağımlı olduğu nesneden uzaklaşmaması, nesneye ulaşamadığında yoksunluk belirtileri göstermesi ve nesneyi bulamadığında arama davranışı içine girmesi" şeklinde tanımlanmaktadır (Kaya, 2011: 13). Başka bir tanımda bağımlılık, tedavi amaçlı olmaksızın herhangi bir maddenin, giderek artan miktarda kullanılması olarak yer almaktadır (Derin, 2013: 13). Bağımlılıktaki üç temel unsur aşağıda açıklanmıştır (Toraman, 2013:8):

- Her durum ve koşulda maddenin elde edilmesi için engellenemeyen bir arzu ve isteğin bulunması,
- Devamlı olarak kullanılan miktarın/zamanın artırılması zorunluluğu (tolerans),
- Kullanılan nesneye/maddeye ve onun etkilerine karşı psikolojik ve fizyolojik gereksinimin hissedilmesi (yoksunluk).
- 

Bağımlılık farklı unsur ve içeriklerde açıklandığı gibi genellikle gönüllü veya daha önce gönüllü olunan davranışlarda düşkünlük olarak da tanımlanabilmektedir. Birey bağımlı olmadan önce bağımlılık yapıcı nesneyi/maddeyi kendi isteğiyle kullanmakta veya almaktadır. Bütün bağımlılık davranışları tekrar etmekte, fakat her tekrar edici davranış bağımlılık olmamaktadır. Bağımlı olunan durumun sonucunda bireyin davranışlarında yaşamını olumsuz etkileyen durumlar ortaya çıkabilmektedir (Bradley, 1990 akt. Şahin, 2011:5). Bağımlılık denildiğinde akla genellikle alkol, esrar, kokain, eroin gibi maddeler gelmektedir; fakat yapılan araştırmalar bağımlılığın davranışsal olarak da gerçekleşebildiğini göstermektedir. Davranış bağımlılığı olarak kumar, seks, alışveriş, televizyon, cep telefonu, internet bağımlılıkları örnek olarak gösterilebilmektedir (Üçkardeş, 2010: 10 akt. Şahin, 2011:11). Kısaca, bağımlılık, bağımlı kişi ve kişinin aşırı davranış gösterdiği, nesne ile arasındaki ilişkidir. Hiçbir faktör tek olarak bağımlılığı tam bir şekilde tanımlayamamakta, psikolojik, sosyal ve biyolojik güçlerin bir arada olması gerekebilmektedir. Bağımlılık ve bağımlılık davranışını diğer davranış türlerinden ayıran beş öge aşağıda sıralanmaktadır (Tomer, 2001 akt. Şahin, 2011:5):

1. Bağımlılık bir alışkanlıktır: Sıkça, kolaylıkla, kendiliğinden ve belirli bir durum tarafından yapılan ve harekete geçirilen davranış türüdür.

2. Zararlıdır: Bağımlı olunan davranış olumsuz psikolojik, sosyal ve fiziksel yan etkilere sebep olabilmektedir.
3. Kullanıcı maddeye veya davranışa bağlı olmaktadır: Birey kendine ve kabiliyetlerine bağlı olmaktan ziyade bağımlılık yapıcı maddeye veya aktiviteye bağlı olmaktadır. Bağımlı, kullandığı madde veya gerçekleştirdiği aktiviteyi varoluşunun merkezine oturtmakta ve bağımlı birey bu madde veya aktivite tarafından kontrol edilmektedir.
4. Bağımlılık kompulsif tüketim ve şiddetli arzu (craving) içermektedir: Bağımlı sadece bağımlı olunan bir madde veya aktiviteyi istememekte veya ihtiyaç duymamaktadır. Aynı zamanda bağımlıyı, bağımlı olunan nesneyi/maddeyi kullanmaya veya aktiviteyi gerçekleştirmeye zorlayan rahatsız edici, aniden ortaya çıkan, obsesif bir tepki olan şiddetli arzuyu tecrübe etmektedir.
5. Bağımlı olunan madde veya aktiviteden mahrum olma belirgin bir şekilde yoksunluk belirtilerinin ortaya çıkmasına sebep olmaktadır. Bu belirtiler bireyin bütün sosyal, psikolojik ve fiziksel sistemini bozabilmektedir.

Bağımlı birey, içinde var olduğu bağımlılık durumunu reddedebilmektedir. Çevreden yapılan uyarılara rağmen kişi sosyal ve psikolojik nedenler dolayısıyla bu durumdan kaçabilmektedir. Bazı kaynaklarda bağımlılık modeli, kitle iletişim araçlarına bağımlılık kuramı olarak da adlandırılmaktadır. Bağımlılık kuramı, izleyici, medya ve toplumsal sistem arasında ortaya çıkan ilişkilerin belirleyiciliği üzerine odaklanmaktadır (Işık, 2009:32). Yaklaşımın konusu olan bağımlılık, bir şeyi güçlü bir şekilde yapma isteği (yapıldığında rahatlama, yapılmadığında ise bir boşluk, huzursuzluk hali, yoksunluk duygusu içine girme) ile bundan elde edilen doyum oranı ile ortaya çıkmaktadır. Bağımlılık, bir anlamda daha önceden denenmiş ve belli bir doyuma yol açmış, gelecekte de yeni doyumlara neden olabileceği öngörülen bir düşünce veya eylem kaynaklı olabilmektedir. Ancak, daha önceden denenilenlerin yeterli derecede doyuma sahip olması gerekmemekte, yeni deneyimler konusunda da bir koşullanmadan bahsetmek olanaklı hale gelebilmektedir (Hazar, 2011:161). Bağımlılık modeline göre kitle iletişim araçlarının etkisi toplumsal sistem, kitle iletişim araçlarının bu sistemdeki rolü ve izleyicilerin bu araçlarla ilişkileri ile belirlenmektedir (Uzun, 2013:97). Bağımlılık kuramı, insanların medyaya farklı biçimlerde bağımlılıkları olduğunu ve bu bağımlılıkların kişiden kişiye, gruptan gruba, kültürden kültüre, zamandan zamana değiştiğini söylemektedir (Gencer, 2012:41). Günümüzde teknolojinin ve olanakların gelişmesi ve değişmesi ile beraber kitle iletişim araçlarına yönelik bağımlılıkta internet önemli bir mecra olarak görülmektedir. Ancak, internetin aşırı kullanılması isteğine engel olunamaması, internette yoksun kalınmasında aşırı sinirlilik halinin ve saldırganlığın ortaya çıkması, kişinin iş, sosyal ve ailevi hayatının giderek bozulması olarak tanımlanan aşırı internet kullanımı davranışını açıklamak için kullanılan kavramlar üzerinde araştırmacılar fikir birliği sağlayamamışlardır (Esen, 2010:13). Aşırı internet kullanımı, kullanım arzusunun engellenememesi, gerçek hayatta geçirilen vaktin önemsiz hissedilmesi, internet olmadığında olumsuz duygular içine girilmesi ve sosyal, aile ve iş yaşamında problemlere yol açması, klinik bir rahatsızlık olarak tanımlanabilir (Soydan, 2015:13). İnternet bağımlılığını, özellikle gençlerin bağımlılık açısından riskli grup oluşturduğu bir psikolojik bağımlılık olarak tanımlamak ve internetin aşırı kullanımının sağlık, sosyal ilişki ve zaman yönetimiyle ilgili sorunlara neden olması mümkündür (Ünal, 2015:91). İnternet bağımlılığı, bir döngü içerisinde ele alınabilmektedir. Kişi bağımlı olmadan önce yapılan davranışın kendi isteği çerçevesinde yapıldığını ve istediğinde vazgeçebileceğini düşünmektedir. Eğer var ise daha önceki deneyimlerini bu düşüncesini destekleyerek rahatlama hissi yaşamaktadır. Ek olarak kişi, bunu bir tecrübe olarak görmekte ve kontrolün kendisinde olduğunu düşünmektedir. İlerleyen dönemlerde kişi tekrarlayan davranışlarla beraber bir sorun olduğunu farketmeye başlamakta ve bağımlı olduğunu veya olabileceğini anlamaktadır (<http://slideplayer.biz.tr>, 2016).

İnternet kullanımını bağımlılık haline getiren en önemli nedenlerden biri sosyal medya oyunlarıdır. Sosyal medya, O'Reilly Media tarafından 2004 yılında kullanılmaya başlanmış, ikinci nesil internet hizmetlerini, internet kullanıcılarının ortaklaşa ve paylaşarak yarattığı sistemi tanımlamaktadır. Sosyal medya ayrıca web 2.0 kavramının, kullanıcı hizmetine sunulmasıyla birlikte; tek yönlü bilgi paylaşımından, çift taraflı ve eş zamanlı bilgi paylaşımına ulaşılmasını sağlayan medya sistemidir (Altındal, 2013:1). Sosyal medya aracılığı ile oynanan oyunlar, zaman ve mekân sınırlaması olmadan (mobil tabanlı), paylaşımın, tartışmanın, etkileşimin esas olduğu ortamlardır. Facebook, istatistiki sonuçlara göre dünya genelindeki kullanıcı sayısı bakımından sosyal ağ uygulamalarının en popülerleri olmasının etkisiyle, Facebook Oyunları, dünya genelinde en çok oynanan oyunlar sıralamasında yerlerini almaktadır. Sosyal medya oyunlarının sosyal ağdaki pek çok kişiyle iletişim kurmayı ve bu kişilerle sanal ortamda oyun oynayabilmeyi sağlaması çok sayıda kişiyi bilgisayar ekranına bağlamaktadır (Sucu, 2012:56). Sosyal ve sanal ortamdaki video oyunları insanları rahatlatıcı olarak algılsa da belirli bir zamandan sonra bağımlılığa ve diğer psikolojik sıkıntılara hatta çeşitli sağlık sorunlarına sebep olmaktadır. Bu bağımlılığın olumsuz yönlerine bakıldığında, agresif davranışların sergilenmesi, kişilik bozuklukları, bazı duyguların yitilmesi, öğrenmede sıkıntıların yaşanması, erken ergenlik yaşanması, hareketsizlikten kaynaklanan sağlık sorunları, asosyalite, hayattan bıkmışlık, aile ve çevresiyle sorunların ortaya çıkması, eğitim öğretim hayatında başarısızlıkların artması, ikili ilişkilerde yaşanan zorluklar ve kaygı düzeyinin artması, kilo alma ve görme bozuklukları, anlaşılama duygusuna girilmesi gibi birçok etkileri görülmektedir (Alper, Aytan, Ünlü, 2015:101).

## 2. Araştırmanın Amacı

Bu çalışma, internet bağımlısı yetişkinlerin, sosyal medya oyunları bağımlılığını bir Facebook uygulaması olan Candy Crush oyununu ele alarak incelemek amacıyla yapılmıştır. Araştırmada, Türkiye dâhil birçok ülkede farklı yaşa, mesleğe, ekonomik duruma sahip kişiler tarafından oynanan Candy Crush\* oyunun internet bağımlılarında tercih edilme ve bağımlılık yaratma nedenleri ortaya konulmaya çalışılmıştır.

Alanda, bu konuyla ilgili daha önce yapılan bazı çalışmalar bulunmaktadır. Bunlardan bazıları aşağıda sıralanmıştır:

- “Young İnternet Bağımlılığı Testi Kısa Formunun Türkçe Uyarlaması: Üniversite Öğrencileri ve Ergenlerde Geçerlilik ve Güvenilirlik Çalışması” (Kutlu, M., Savcı, M., Demir, Y., Aysan, F., 2016: 69-76)
- “Ortaöğretim Öğrencilerinde İnternet Bağımlılığı” (Gökçearsan, Ş., Günbatır, M.S., 2012: 10-24)
- “Sosyal Medya Bağımlılığı Bir Alan Çalışması” (Hazar, M., 2011: 151-175)
- Lise Öğrencilerinde İnternet Kullanma Alışkanlığı ve İnternet Bağımlılığı –Malatya Uygulaması (Bayhan, V., 2011. 917-924)
- “İletişim Korkusu ve İnternet Kullanımı İlişkisi: Türkiye’deki Üniversite Öğrencileri Arasında Bir Alan Araştırması” (Şahin, M., Gülnar, B., 2016: 5-26)
- “Öğretmen Adaylarının İnternet Bağımlılığı Hakkındaki Görüşleri” (Karaman, M.K., Kurtoğlu, M., 2009: 641-650)

\* Yapılan araştırmalarda, Candy Crush oyunu Candy Crush Saga ve Candy Crush Soda olarak benzer içeriklere sahip iki farklı uygulamayla oynandığı görülmüştür. Facebook oyunlarının istatistik araştırmalarının yer aldığı <http://www.statista.com> sayfasının Şubat 2016 yayınına göre dünya çapında 10.91 milyon günlük kullanıcı (her iki oyunun toplamı yüzde 21.09) sayısı ile Facebook oyunları içinde en çok oynanan oyundur. Ayrıca yapılan araştırmada aynı markanın Candy Crush Saga ve Candy Crush Soda olmak üzere içerikleri çok benzer olmasına rağmen, uygulamada bazı farklar olan iki oyunu olduğu tespit edilmiştir. Bu çalışmada her iki oyun için oyuncuları tarafından bilinen Candy Crush oyunu ismi kullanılmaktadır.

- “İlköğretim Öğrencilerindeki İnternet Bağımlılığı-Yüksek Lisans Tezi”, (Şahin, M., 2011: 1-102)
- “Medya Bağımlılığı Teorisi Doğrultusunda İnternet Kullanımının Etkileri ve İnternet Bağımlılığı” (Umur, I. 2009: 29-55)

Yukarıdaki çalışmalar internet bağımlılığı konusunda belli bir kitleyi ele almakta ve internet bağımlılığı üzerinde durmaktadır. Bu çalışmada ise farklı demografik özelliklere sahip yetişkin internet bağımlılarının sosyal medya oyunu davranışları üzerinde durulmuştur.

### 3. Araştırmanın Yöntemi

Bu çalışmada, Candy Crush oyunu monografik örnekleme tekniği altında örnek olay monografisi ile analiz edilmektedir. Candy Crush oyununun seçilme nedeni, dünya çapında birçok ülkede en çok oynanan oyunlar sıralamasında ilk sırada olması ve statista.com sitesine göre 2016 Şubat ayında 10.91 milyon sayıyla günlük olarak en çok oynanan oyun olmasıdır.

Araştırma sorularının geliştirilmesinde, değerlendirme süreçlerinde kullanılan 5N1K formülü ve Bağımlılık Tanı ve Tedavi Merkezi'nin\* (BATEM) bağımlılık ile ilgili hazırladığı internet bağımlılığını değerlendirme ölçeği (<http://www.batem34.com/test7.asp>, 2016) temel alınmıştır. Bu ölçekler doğrultusunda yapılan literatür incelemesi ile elde edilen bilgilerle, katılımcıların Candy Crush oyununu sıklıkla oynama nedenlerini ortaya koymaya yönelik sorular hazırlanmıştır.

Bu araştırmanın ana sorusu:

- Candy Crush oyunu neden bağımlılık derecesinde oynanmaktadır?

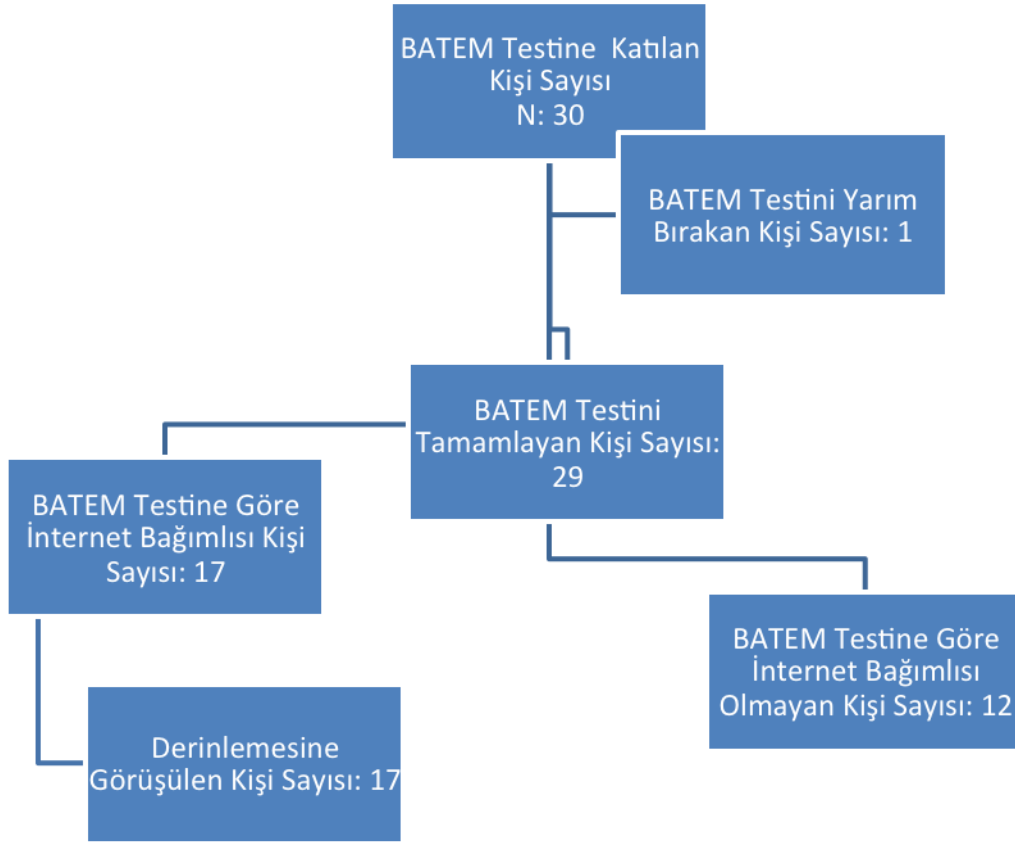
Bu doğrultuda araştırmanın alt soruları:

- Candy Crush oyununun uzun süreler oynanma nedenleri nelerdir?
- Candy Crush oyununun oyuncılara çekici gelen tarafları nelerdir?

Araştırma 24-56 yaşları arasında 16'si kadın, 14'i erkek, 30 kişi üzerinde yapılmaya başlanmıştır. Örneklem, İzmir Makbule Süleyman Alkan Ortaokulu öğrenci velilerinden seçilmiştir. Örneklem bu okuldan seçilme nedeni, okulun teknolojik ve genel altyapısının iyi olması, daha önceki veli toplantılarında velilerin yeni iletişim teknolojilerine yönelik ilgilerinin saptanmış olması, velilerin araştırmaya katılmada istekli olmaları ve toplumun farklı kesimlerinden olan bireylerinin özelliklerini taşıyabilecekleri düşüncesidir. Ayrıca örneklem, derinlemesine görüşmenin yapılması için okul ortamının uygun olması, dışarıyla izolasyonun sağlanması, araştırmacıların gönüllü olmaları bakımından önem taşımaktadır. Görüşmeler 39 dakikayla 52 dakika arasında değişen sürelerde gerçekleşmiştir\*\*. Katılımcılardan 1'i işi nedeniyle bağımlılık testi devam ederken yarım bırakmak zorunda kalmıştır. 20'si evli, 9'u bekâr toplam 29 kişiye öncelikle BATEM tarafından hazırlanan internet bağımlılığını değerlendirme ölçeği uygulanmıştır. Ölçeğe göre; 0-19 puan aralığı ortalamanın altı; 20-49 puan ortalama, 50-79 puan ortalamanın üstü ve 80-100 puan ortalamanın çok üstü olarak değerlendirilmektedir. Katılımcıların 17'si 50 ve üstünde puan almış ve derinlemesine görüşme için gerekli kriteri sağlamıştır. BATEM testine göre 12 kişi ise bağımlı çıkmamıştır. Bu çalışmada internet bağımlıları ele alındığı için internet bağımlısı olduğu saptanan 17 kişi ile önceden yapılandırılmış standart sorulara cevap vermesi istenmiştir.

\* BATEM her türlü bağımlılığın tedavisini yürütmek, insanların özgür ve kaliteli yaşamasını sağlamak, bağımlılıkların getirdiği kişisel ve ailesel sorunların giderilmesi amacıyla uzman psikiyatrist ve psikologlar tarafından kurulmuş bir merkezdir.

\*\* Ayrıntılar için görüşme formuna bakınız.



**Şekil 1. CONSORT Diyagramı**

Bu çalışmada tek bir durum üzerinden gidilmiştir. Birden fazla durumu çalışmaya ihtiyaç duyulmamasının nedeni farklı oyunların içeriklerinin farklı olması ve ortak bir sonucun gerçekçi olmayabileceği varsayımdır.

Araştırmaya katılacak bireyler rastgele örnekleme yöntemi temel alınarak seçilmiştir. Bu doğrultuda katılımcılara BATEM'in bağımlılık testi uygulanmış ve sonuçlarına göre derinlemesine görüşmeler yapılmıştır.

Verilerin toplanması sürecinde birebir görüşme, katılımcı gözlem, doküman incelemesi (daha önce bu konuda yapılmış araştırma sonuçları, makaleler, dergilerin taranması gibi) aracılığıyla veriler toplanmıştır. Bu üç yöntemin bir arada kullanılması veri çeşitlemesi olgusuna bir örnektir. Çalışmalarda veri çeşitlemesi yapılmasının nedeni araştırmada gerçekçi sonuçlara ulaşmak ve bütüncül bir yaklaşım izlemektir.

Yapılan çalışmalar sonucunda verilerin “bağımlılık” ve “çekicilik” temaları altında değerlendirileceği ve sunulacağı belirlenmiştir. İkinci aşamada tematik çerçeveye göre veriler işlenmiş, üçüncü aşamada bazı açıklayıcı sonuçlara ulaşmak için kodlanan temalar arasındaki anlamlı ilişkiler saptanmıştır. Dördüncü aşamada ise ele alınan bulgulardan anlamlı bir ilişki ortaya çıkarmak ve bir takım açık sonuçlara varmak için verilere dayalı yorumlar yapılmıştır.

#### **4. Bulgular ve Tartışma**

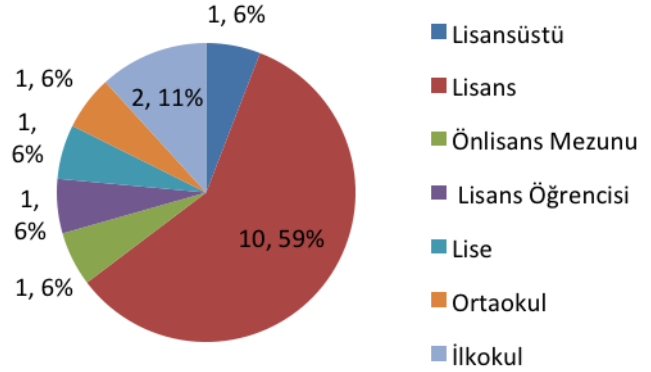
BATEM'in bağımlılık testine göre internet bağımlısı olduğu saptanan 17 kişiye önceden hazırlanan 33 soru yöneltilmiş, verilen yanıtlar aşağıda ayrıntılı bir şekilde ele alınmıştır.

**Tablo 1. Katılımcıların Verdiği Yanıtlar**

<p>5.1. Ele alınan internet bağımlıları 24-56 yaşları arasındadır.</p>	<p style="text-align: center;"><b>Katılımcıların Yaşı</b></p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>Yaş</th> <th>Kişi Sayısı</th> <th>Oran (%)</th> </tr> </thead> <tbody> <tr><td>49 yaş</td><td>2</td><td>11%</td></tr> <tr><td>56 yaş</td><td>1</td><td>6%</td></tr> <tr><td>31 yaş</td><td>2</td><td>11%</td></tr> <tr><td>24 yaş</td><td>1</td><td>6%</td></tr> <tr><td>25 yaş</td><td>1</td><td>6%</td></tr> <tr><td>43 yaş</td><td>1</td><td>6%</td></tr> <tr><td>34 yaş</td><td>2</td><td>12%</td></tr> <tr><td>36 yaş</td><td>1</td><td>6%</td></tr> <tr><td>42 yaş</td><td>2</td><td>12%</td></tr> <tr><td>48 yaş</td><td>1</td><td>6%</td></tr> <tr><td>26 yaş</td><td>1</td><td>6%</td></tr> <tr><td>33 yaş</td><td>1</td><td>6%</td></tr> </tbody> </table>	Yaş	Kişi Sayısı	Oran (%)	49 yaş	2	11%	56 yaş	1	6%	31 yaş	2	11%	24 yaş	1	6%	25 yaş	1	6%	43 yaş	1	6%	34 yaş	2	12%	36 yaş	1	6%	42 yaş	2	12%	48 yaş	1	6%	26 yaş	1	6%	33 yaş	1	6%
Yaş	Kişi Sayısı	Oran (%)																																						
49 yaş	2	11%																																						
56 yaş	1	6%																																						
31 yaş	2	11%																																						
24 yaş	1	6%																																						
25 yaş	1	6%																																						
43 yaş	1	6%																																						
34 yaş	2	12%																																						
36 yaş	1	6%																																						
42 yaş	2	12%																																						
48 yaş	1	6%																																						
26 yaş	1	6%																																						
33 yaş	1	6%																																						
<p>5.2. Katılımcıların 11'i kadın, 6'sı erkektir.</p>	<p style="text-align: center;"><b>Katılımcıların Cinsiyeti</b></p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>Cinsiyet</th> <th>Kişi Sayısı</th> <th>Oran (%)</th> </tr> </thead> <tbody> <tr><td>KADIN</td><td>11</td><td>65%</td></tr> <tr><td>ERKEK</td><td>6</td><td>35%</td></tr> </tbody> </table>	Cinsiyet	Kişi Sayısı	Oran (%)	KADIN	11	65%	ERKEK	6	35%																														
Cinsiyet	Kişi Sayısı	Oran (%)																																						
KADIN	11	65%																																						
ERKEK	6	35%																																						
<p>5.3. 12 katılımcı evli 5 katılımcı bekârdır.</p>	<p style="text-align: center;"><b>Katılımcıların Medeni Hali</b></p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>Medeni Hali</th> <th>Kişi Sayısı</th> <th>Oran (%)</th> </tr> </thead> <tbody> <tr><td>Evli</td><td>12</td><td>71%</td></tr> <tr><td>Bekar</td><td>5</td><td>29%</td></tr> </tbody> </table>	Medeni Hali	Kişi Sayısı	Oran (%)	Evli	12	71%	Bekar	5	29%																														
Medeni Hali	Kişi Sayısı	Oran (%)																																						
Evli	12	71%																																						
Bekar	5	29%																																						

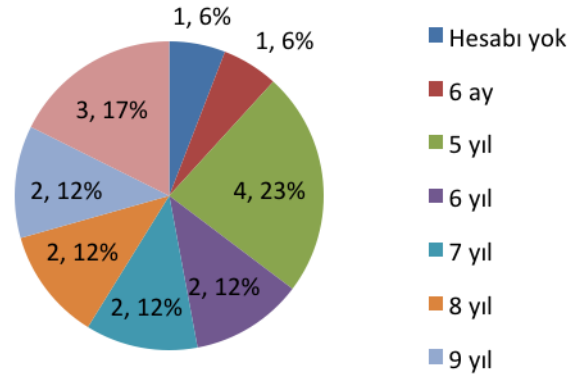
5.4. Katılımcıların 1'i lisansüstü, 10'u lisans, 1'i önlisans mezunu, 1 lisans öğrencisi, 1'i lise, 1'i ortaokul, 2'si ilkokul mezunudur.

### Katılımcıların Eğitim Durumu



5.5. Facebook hesabına sahip olma süresi: Katılımcılardan 1'i Facebook hesabı olmadan Candy Crush oyununu oynarken diğerleri 1 kişi 6 aydır, 4 kişi 5 yıldır, 2 kişi 6 yıldır, 2 kişi 7 yıl, 2 kişi 8 yıl, 2 kişi 9 yıl, 3 kişi 10 yıldır Facebook hesabına sahiptir.

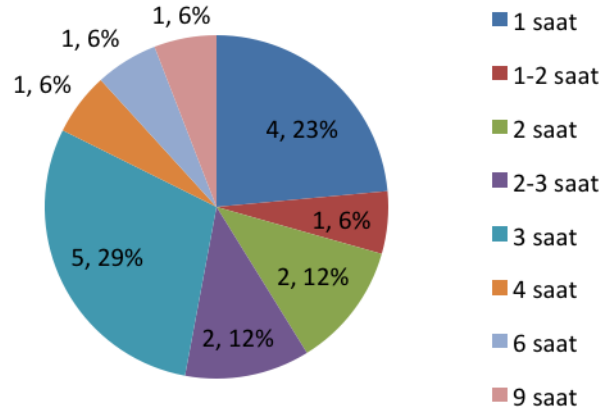
### Katılımcıların Facebook Hesabına Sahip Olma Süresi





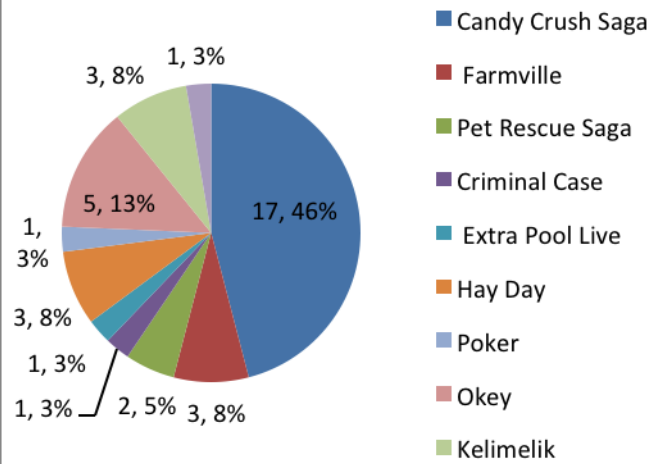
5.6. Facebook'ta geçirilen zaman: Katılımcılar her gün 1 saat ile 9 saat arasında Facebook'ta zaman geçirmektedirler.

### Katılımcıların Facebook'ta Geçirilen Zaman



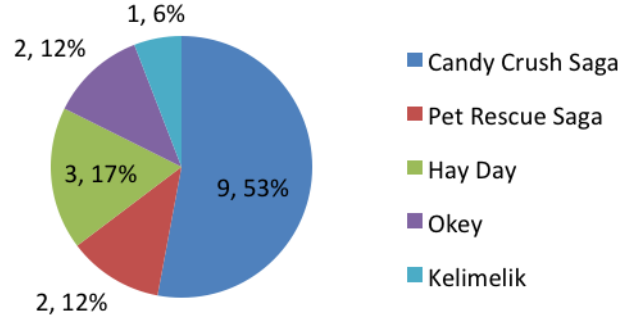
5.7. Hangi Facebook oyunlarının oynandığı: Facebook'ta en fazla oynadıkları oyunlar şu şekilde sıralanmaktadır: Candy Crush Saga, Farmville, Pet Rescue Saga, Criminal Case, Extra Pool Live, Hay Day, Poker, Okey, Kelimelik ve Bil ve Fethet'tir.

### Katılımcıların Facebook'ta Oynadığı Oyunlar



5.8. En sevilen Facebook Oyunu: Katılımcıların 9'u en çok Candy Crush oyununu oynadığını belirtmiştir.

### Katılımcıların En Sevdiği Facebook Oyunu



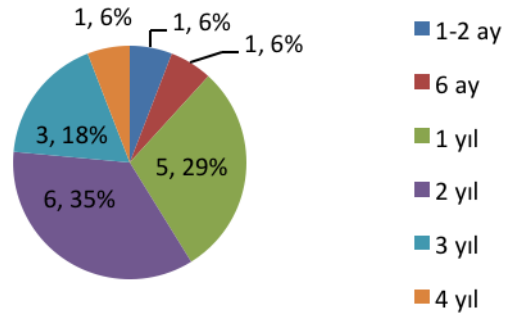
5.9. Candy Crush oyunu bağımlısı olmak: Katılımcıların 1'i dışında 16 kişi Candy Crush oyunu bağımlısı olmadığını söylemiştir.

### Candy Crush Oyunu Bağımlısı Olmak



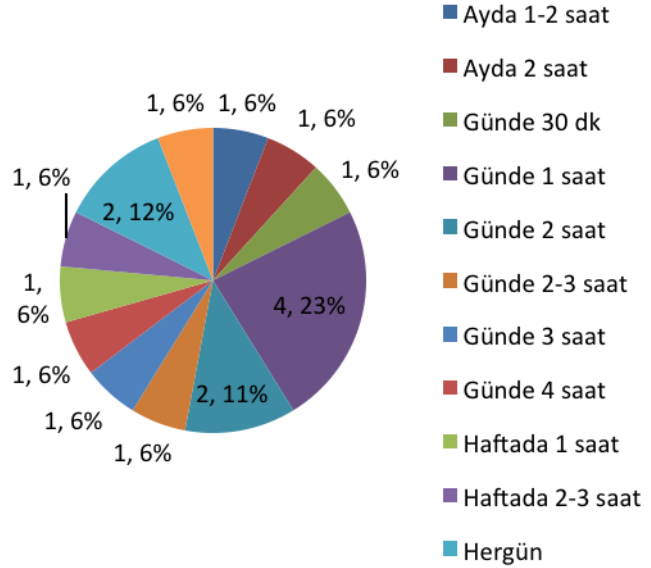
5.10. Ne kadar süredir Candy Crush oyunu oynadığı: Katılımcılar Candy Crush'ı 6 ay ile 4 yıl arasında farklı zamanlardan beri oynadıklarını söylemişlerdir.

### Katılımcıların Candy Crush Oynama Süresi



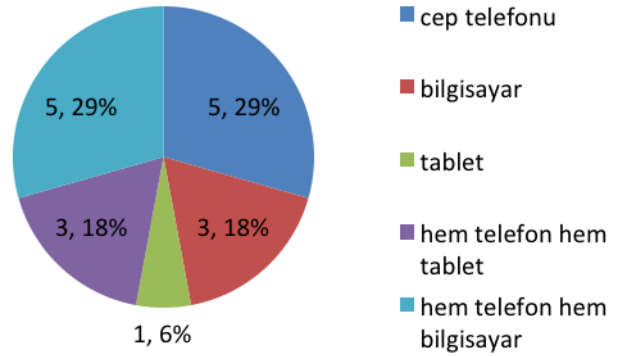
5.11. Candy Crush oyunu oynama süresi: Günde yarım saat ile 4 saat arasında değişen sürelerde Candy Crush'ın oynanıldığı belirtilmiştir.

### Katılımcıların Candy Crush Oyunu Oynama Süresi



5.12. Candy Crush oyunun oynandığı araçlar: Oyunu 5 kişi sadece cep telefonu, 3 kişi sadece bilgisayar, 1 kişi sadece tablet ile oynarken, 3 kişi hem telefon hem tablet ile 5 kişi de hem telefon hem bilgisayar ile oynamaktadır.

### Oyunun Oynandığı Araçlar



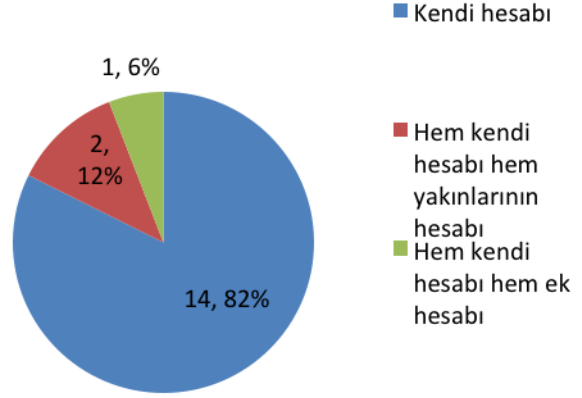
5.13. Candy Crush oynayan kişilerin ailesinde oyuncu sayısı: Katılımcıların tamamı ailelerinde kendilerinden başka oynayanların da olduğunu söylemiştir.

### Candy Crush Oynayan Kişilerin Ailesinde



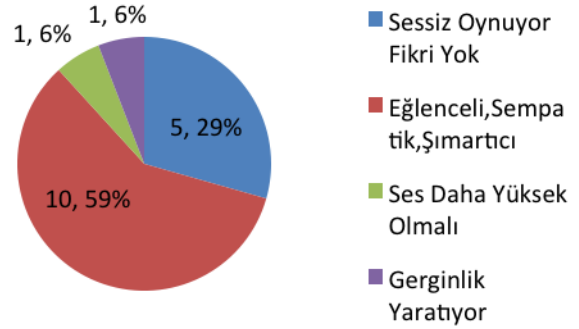
5.14. Oyunun hangi hesaptan oynandığı: 14 kişi oyunu kendi hesabından oynarken, 2 kişi hem kendi hesabı, hem de yakınlarının hesabından oynadığını, 1 kişi de hem kendi hem de ek hesabından oynadığını söylemiştir.

### Oyunun Hangi Hesaptan Oynandığı



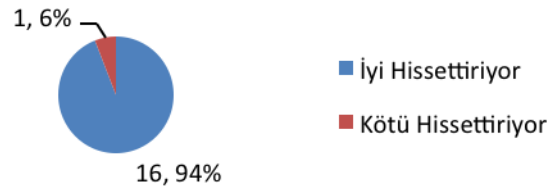
5.15. Oyundaki efektler ve seslerin niteliği: Katılımcıların 5'i sessiz oynadığını bu yüzden bir fikri olmadığını söylerken, diğer 10 kişi güzel, eğlenceli, sempatik şımartıcı gibi sıfatlarla açıklamıştır. Ek olarak 1 kişi sesin daha yüksek olması gerektiğini, 1 kişi ise gerginlik yarattığını belirtmiştir.

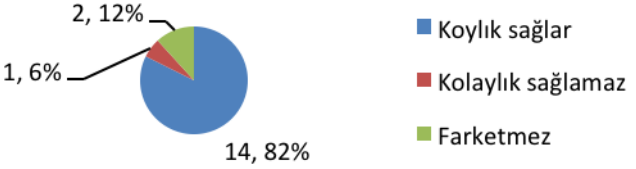
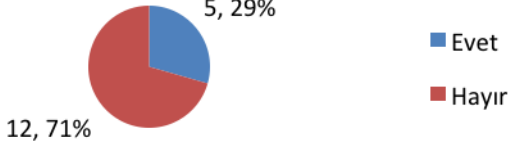

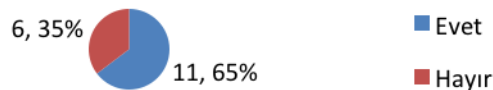
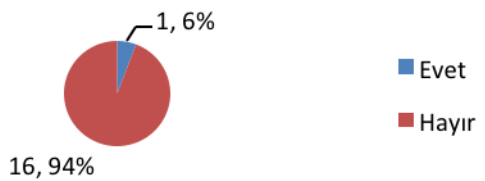
### Oyundaki Efektlerin ve Seslerin Niteliği

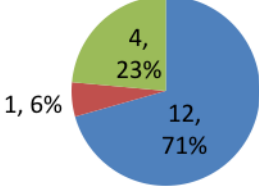


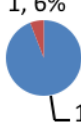


5.16. Oyundaki efektler ve seslerin oluşturduğu algı: Oyunu sesli oynayanlar, efekt ve sesleri motivasyon artırıcı, zevk verici, mutlu edici, heyecanlandırıcı, enerji verici, doyurucu gibi sıfatlarla açıklamışlardır. Yalnız 1 kişi gergin hissettirdiğini belirtmiştir.

### Oyundaki Ses ve Efektlerin Oluşturduğu Algı

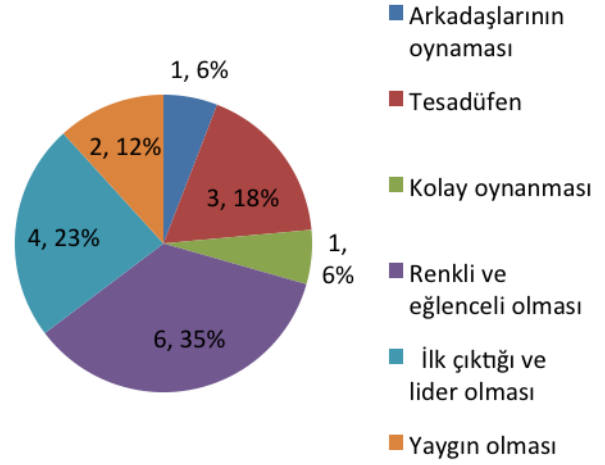


<p>5.17. Oyunun telefon ya da tabletlerden tek el ile oynanabilmesinin yarattığı algı: 14 kişi tek elle oynamanın kolaylık sağladığını, 2 kişi bilgisayardan oynadığı için yanıt veremeyeceğini ve 1 kişi de kolaylık sağlamadığını söylemiştir.</p>	<h3 style="text-align: center;">Oyunun Tek İle Oynanmasının Yarattığı Algı</h3>  <table border="1"> <thead> <tr> <th>Kategori</th> <th>Sayı</th> <th>Oran (%)</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Koyluk sağlar</td> <td>14</td> <td>82%</td> </tr> <tr> <td>Kolaylık sağlamaz</td> <td>1</td> <td>6%</td> </tr> <tr> <td>Farketmez</td> <td>2</td> <td>12%</td> </tr> </tbody> </table>	Kategori	Sayı	Oran (%)	Koyluk sağlar	14	82%	Kolaylık sağlamaz	1	6%	Farketmez	2	12%
Kategori	Sayı	Oran (%)											
Koyluk sağlar	14	82%											
Kolaylık sağlamaz	1	6%											
Farketmez	2	12%											
<p>5.18. Önemli bir görüşme, toplantı, ya da ciddi bir ortamda oyunu tek el ile gizli oynama: 12 kişi oynamadığını, 5 kişi ise oynadığını yanıtını vermiştir.</p>	<h3 style="text-align: center;">Oyunu Gizli Oynama</h3>  <table border="1"> <thead> <tr> <th>Kategori</th> <th>Sayı</th> <th>Oran (%)</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Evet</td> <td>5</td> <td>29%</td> </tr> <tr> <td>Hayır</td> <td>12</td> <td>71%</td> </tr> </tbody> </table>	Kategori	Sayı	Oran (%)	Evet	5	29%	Hayır	12	71%			
Kategori	Sayı	Oran (%)											
Evet	5	29%											
Hayır	12	71%											
<p>5.19. Oyuna yeni bölümlerin eklenmesinin oyunun devamlılığı konusundaki etkisi: 9 kişi devam etmesinde etkili olduğunu, 6 kişi etkili olmadığını, 2 kişi de fark etmediğini belirtmiştir.</p>	<h3 style="text-align: center;">Oyuna Yeni Bölümler Eklenmesinin Oyun Devamlılığı Üzerine Etkisi</h3>  <table border="1"> <thead> <tr> <th>Kategori</th> <th>Sayı</th> <th>Oran (%)</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Etkilidir</td> <td>9</td> <td>53%</td> </tr> <tr> <td>Etkisizdir</td> <td>6</td> <td>35%</td> </tr> <tr> <td>Farketmez</td> <td>2</td> <td>12%</td> </tr> </tbody> </table>	Kategori	Sayı	Oran (%)	Etkilidir	9	53%	Etkisizdir	6	35%	Farketmez	2	12%
Kategori	Sayı	Oran (%)											
Etkilidir	9	53%											
Etkisizdir	6	35%											
Farketmez	2	12%											
<p>5.20. Yeni bölümlerin çıkmasının beklenmesi: 11 kişi yeni oyunları beklediğini, 6 kişi ise beklemediğini söylemiştir.</p>	<h3 style="text-align: center;">Yeni Bölümlerin Çıkmasının Beklenmesi</h3>  <table border="1"> <thead> <tr> <th>Kategori</th> <th>Sayı</th> <th>Oran (%)</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Evet</td> <td>11</td> <td>65%</td> </tr> <tr> <td>Hayır</td> <td>6</td> <td>35%</td> </tr> </tbody> </table>	Kategori	Sayı	Oran (%)	Evet	11	65%	Hayır	6	35%			
Kategori	Sayı	Oran (%)											
Evet	11	65%											
Hayır	6	35%											
<p>5.21. Oyundaki hamle hakkının bitmesiyle para ödeyerek hamle satın alınması: 1 kişi hariç kimse hamle hakkı bittiğinde ücret ödeyerek hamle satın aldığını söylememiştir.</p>	<h3 style="text-align: center;">Ücret Karşılığı Hamle Satın Alma</h3>  <table border="1"> <thead> <tr> <th>Kategori</th> <th>Sayı</th> <th>Oran (%)</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Evet</td> <td>1</td> <td>6%</td> </tr> <tr> <td>Hayır</td> <td>16</td> <td>94%</td> </tr> </tbody> </table>	Kategori	Sayı	Oran (%)	Evet	1	6%	Hayır	16	94%			
Kategori	Sayı	Oran (%)											
Evet	1	6%											
Hayır	16	94%											

<p>5.22. Oyundaki şekillerin şeker olmasının yarattığı algı: 12 kişi şekerlerin güzel olduğunu ve rahatsız edici olmadığını düşünürken, 4 kişi şekillerin önemi olmadığını ve 1 kişi de şekillerin rahatsız edici olduğunu söylemiştir.</p>	<h3>Oyundaki Şekillerin Şeker Olmasının Yarattığı Algı</h3>  <table border="1"> <thead> <tr> <th>Kategori</th> <th>Kişi Sayısı</th> <th>Oran (%)</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Rahatsız Edici Değil</td> <td>12</td> <td>71%</td> </tr> <tr> <td>Rahatsız Edici</td> <td>1</td> <td>6%</td> </tr> <tr> <td>Farketmez</td> <td>4</td> <td>23%</td> </tr> </tbody> </table>	Kategori	Kişi Sayısı	Oran (%)	Rahatsız Edici Değil	12	71%	Rahatsız Edici	1	6%	Farketmez	4	23%
Kategori	Kişi Sayısı	Oran (%)											
Rahatsız Edici Değil	12	71%											
Rahatsız Edici	1	6%											
Farketmez	4	23%											
<p>5.23. Facebook'taki arkadaşlar ile devam etmek için hak (can) alışverişi yapıp, destek verme: 16 kişi devam etme hakkı alışverişi yaptığını; 1 kişi bu durumdan rahatsız olduğunu söylemiştir.</p>	<h3>Facebook Üzerinden (Can) Hak Alışverişi</h3>  <table border="1"> <thead> <tr> <th>Kategori</th> <th>Kişi Sayısı</th> <th>Oran (%)</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Evet</td> <td>16</td> <td>94%</td> </tr> <tr> <td>Hayır</td> <td>1</td> <td>6%</td> </tr> </tbody> </table>	Kategori	Kişi Sayısı	Oran (%)	Evet	16	94%	Hayır	1	6%			
Kategori	Kişi Sayısı	Oran (%)											
Evet	16	94%											
Hayır	1	6%											
<p>5.24. Oyunun oynandığı ortam: Katılımcıların tamamından gelen yanıt iş yerinde, okulda, trafikte oynadıkları yönündedir.</p>	<h3>Oyunun Oynandığı Ortam</h3>  <table border="1"> <thead> <tr> <th>Kategori</th> <th>Oran (%)</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Rahatsız Edici Değil</td> <td>100%</td> </tr> </tbody> </table>	Kategori	Oran (%)	Rahatsız Edici Değil	100%								
Kategori	Oran (%)												
Rahatsız Edici Değil	100%												
<p>5.25. Oyunun zorluğu: Katılımcılardan biri bazen yanıtını verirken, diğerleri oyunun oynanış şeklinin çok kolay olduğunu söylemiştir.</p>	<h3>Oyunun Oynanış Şeklinin Kolaylığı</h3>  <table border="1"> <thead> <tr> <th>Kategori</th> <th>Oran (%)</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Evet</td> <td>94%</td> </tr> <tr> <td>Bazen</td> <td>6%</td> </tr> </tbody> </table>	Kategori	Oran (%)	Evet	94%	Bazen	6%						
Kategori	Oran (%)												
Evet	94%												
Bazen	6%												

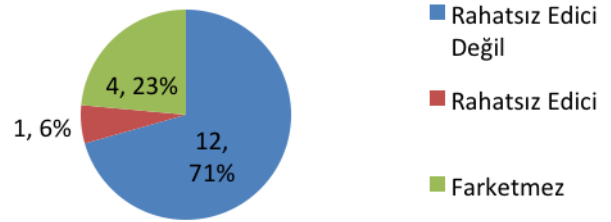
5.26. Candy Crush oyununa benzer birçok eşleştirme oyunu olmasına rağmen Candy Crush oyununun oynanma gerekçesi: Katılımcılar Candy Crush'ı oyununun arkadaşlarının oynaması, ilk oyunları olması, kolay oynanması, renkli ve eğlenceli olması, ilk çıktığı ve lider olması, daha fazla kişinin oynaması gibi nedenlerle oynadıklarını belirtmişlerdir.

### Katılımcıların Oyunu Tercih Etme Sebebi



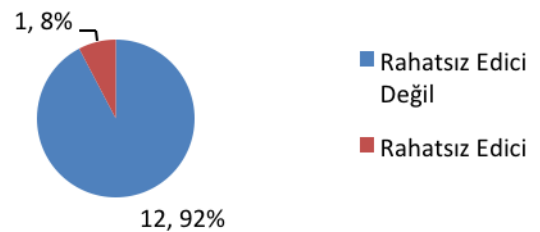
5.27. Candy Crush oyunundaki en zor seviye: Seviye sayısı olarak sayı hatırlamadıklarını söyleyen katılımcılar jelli, çikolatalı ve bombalı bölümlerde zorlandıklarını belirtmişlerdir.

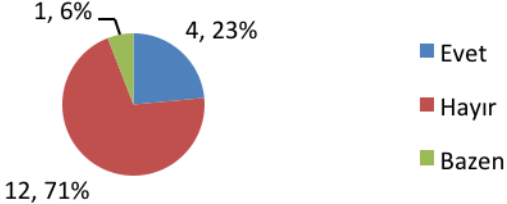
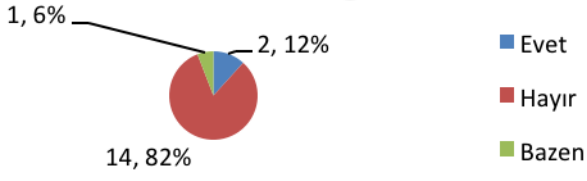
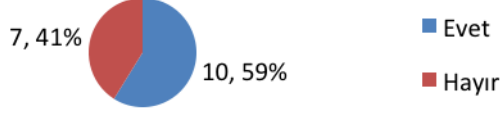
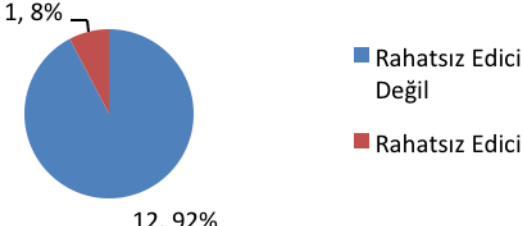
### Oyundaki En Zor Seviye



5.28. Facebook'un, arkadaş listesine erişip, onların skorları ile eşleştirme yaparak skor göstermesinin yarattığı algı: 5 kişi arkadaşlarının skorlarını takip etmediklerini söylemiştir. Geriye kalanlar morallerinin bozulduğunu, kendilerini kötü hissettiklerini, şüpheli yaklaştıklarını veya hırslandıklarını söylemişlerdir.

### Arkadaşlarının Skorlarının Takibi

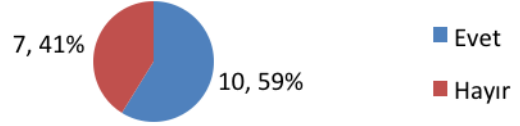


<p>5.29. Oynayan kişinin Facebook arkadaşları ile kendisini kıyaslaması: 12 kişi arkadaşları ile yarış halinde olmadığını, 4 kişi yarıştığını, 1 kişi de bazen yarıştığını söylemiştir.</p>	<h3 style="text-align: center;">Arkadaşları İle Yarış Halinde Olma</h3>  <table border="1" style="margin-left: auto; margin-right: auto;"> <thead> <tr> <th>Kategori</th> <th>Oran (%)</th> <th>Oran (Kişi)</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Evet</td> <td>23%</td> <td>4</td> </tr> <tr> <td>Hayır</td> <td>71%</td> <td>12</td> </tr> <tr> <td>Bazen</td> <td>6%</td> <td>1</td> </tr> </tbody> </table>	Kategori	Oran (%)	Oran (Kişi)	Evet	23%	4	Hayır	71%	12	Bazen	6%	1
Kategori	Oran (%)	Oran (Kişi)											
Evet	23%	4											
Hayır	71%	12											
Bazen	6%	1											
<p>5.30. Facebook'un, kişisel bilgiler açısından güvenliği: 14 kişi güvenli bulmadığını, 2 kişi güvenli bulunduğunu ve 1 kişi de bazen güvenli bulunduğunu söylemiştir.</p>	<h3 style="text-align: center;">Facebook'un Kişisel Bilgiler Açısından Güvenliği</h3>  <table border="1" style="margin-left: auto; margin-right: auto;"> <thead> <tr> <th>Kategori</th> <th>Oran (%)</th> <th>Oran (Kişi)</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Evet</td> <td>12%</td> <td>2</td> </tr> <tr> <td>Hayır</td> <td>82%</td> <td>14</td> </tr> <tr> <td>Bazen</td> <td>6%</td> <td>1</td> </tr> </tbody> </table>	Kategori	Oran (%)	Oran (Kişi)	Evet	12%	2	Hayır	82%	14	Bazen	6%	1
Kategori	Oran (%)	Oran (Kişi)											
Evet	12%	2											
Hayır	82%	14											
Bazen	6%	1											
<p>5.31. Candy Crush oyununun kişisel bilgiler açısından güvenliği: 14 kişi güvenli bulmadığı cevabını verirken 2 kişi bilemediğini 1 kişi de güvenli bulunduğunu söylemiştir.</p>	<h3 style="text-align: center;">Oyunun Başkasına Tavsiye Edilmesi</h3>  <table border="1" style="margin-left: auto; margin-right: auto;"> <thead> <tr> <th>Kategori</th> <th>Oran (%)</th> <th>Oran (Kişi)</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Evet</td> <td>59%</td> <td>10</td> </tr> <tr> <td>Hayır</td> <td>41%</td> <td>7</td> </tr> </tbody> </table>	Kategori	Oran (%)	Oran (Kişi)	Evet	59%	10	Hayır	41%	7			
Kategori	Oran (%)	Oran (Kişi)											
Evet	59%	10											
Hayır	41%	7											
<p>5.32. Candy Crush oyununun içinde değişmesi istenen nesnelere, bölümler: 9 kişi oyundan memnun olduğunu değiştirilmesi gereken bir şeyin olmadığını söylerken, diğer katılımcılar yeni renklerin, şekillerin ve kuralların gelebileceğini söylemişlerdir. Bombaların ve kilitli karelerin kaldırılmasını veya değiştirilmesini, pas geçme hakkının olmasını, şeker sayısının arttırılmasını isteyen katılımcılar da vardır.</p>	<h3 style="text-align: center;">Oyun İçindeki Nesnelere ve Bölümlerden Memnuniyet</h3>  <table border="1" style="margin-left: auto; margin-right: auto;"> <thead> <tr> <th>Kategori</th> <th>Oran (%)</th> <th>Oran (Kişi)</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Rahatsız Edici Değil</td> <td>92%</td> <td>12</td> </tr> <tr> <td>Rahatsız Edici</td> <td>8%</td> <td>1</td> </tr> </tbody> </table>	Kategori	Oran (%)	Oran (Kişi)	Rahatsız Edici Değil	92%	12	Rahatsız Edici	8%	1			
Kategori	Oran (%)	Oran (Kişi)											
Rahatsız Edici Değil	92%	12											
Rahatsız Edici	8%	1											



5.33. Candy Crush oyununun başkalarına tavsiye edilmesi: 10 kişi vakit geçirmek ve eğlenmek için iyi bir oyun olduğunu bu yüzden arkadaşlarına da tavsiye edebileceklerini, 7 kişi ise zaman kaybı olduğunu bağımlılık yaratabileceğini söylemiştir.

### Oyunun Başkasına Tavsiye Edilmesi



Yapılan incelemede Facebook kullanıcılarının biri hariç diğerlerinin tamamı 5 yıl ila 10 yıl arasında Facebook hesabına sahiptir. Bu durum kullanıcıların herhangi bir Facebook uygulamasına bağımlılık oluşturabilecek gerekli süreç olarak ele alınabilir. Ek olarak katılımcıların her gün 1 saat ile 9 saat arasında Facebook'ta kendi istekleriyle bulunmaları dijital ortama bağımlılık adına önemli bir gösterge olarak değerlendirilebilir. Katılımcıların Candy Crush oyununu, 6 ay ile 4 yıl arasındaki süreçlerde, günde yarım saat ile 4 saat oynadıklarını söylemeleri bu konunun bağımlılık olarak ele alınabilecek kadar tekrar edildiği anlamına gelebilir. Ayrıca, katılımcıların 9'unun Facebook'ta en çok Candy Crush oyununu oynadığını söylemesi, bu oyunun diğer oyunlara göre daha çekici olabileceğini düşündürmektedir. Bununla ilgili katılımcılardan birinin açıklaması aşağıda yer almaktadır:

“Aslında bu soruyla daha önceden hiç karşılaşmamıştım. Kendime de daha önceden bu soruyu sormamıştım ama kafam bir şeye takıldıkça ve gündelik hayatın sıkıntılarından kaçmak istedikçe kendimi Candy Crush oynuyorken buluyorum, sanırım beni rahatlatıyor, biliyorum ama hiç olmadık zamanlarda oynamak aklıma geliyor”.

Katılımcılardan biri hariç 16 tanesinin Candy Crush bağımlısı olmadığını söylemesi; (“oynama isteğim var ama bağımlı değilim” gibi) bu konuda kişisel farkındalığın olmayabileceğini göstermektedir. Ayrıca 5 kişinin “önemli bir görüşme, toplantı ya da ciddi bir ortamda oyunu tek el ile gizli oynadığını” söylemesi bu konuda karşı konulamayabilecek durumların ortaya çıkabildiğini göstermektedir. Katılımcılardan 11'inin “yeni bölümlerin çıkmasını beklemesi” oyuna ilişkin bağımlılığın başka bir göstergesidir.

“Evet, yeni bölümlerin çıkmasını bekliyorum bazen oyunu oynamadığım zamanlar sadece yeni bölüm girilmiş mi diye merak ederek kontrol ettiğim oluyor. Bir anlamda oyunu oynamam ve devam etmem konusunda beni motive ediyor diyebilirim”.

Katılımcılardan 14 kişi Candy Crush oyununu kişisel bilgileri açısından güvenli bulmamasına rağmen oynamaya devam etmektedir. Devam etme gerekçesini bir katılımcı “bu konuyu hep bilinçaltına atıyorum ve sanırım benim hesabıma bir şey olmaz diye düşünüyorum” diye açıklamaktadır. Bu konu, bağımlılık açısından olumsuz konuları görmeyi dışlama veya yok sayma olarak görülebilir.

Katılımcıların 9'u oyundan memnun olduğunu ve değiştirilmesi gereken bir şey olmadığını söylemiştir: Bu durum “aynı nesneye, objeye, konuya” bağımlılık anlamında önem taşımaktadır.

Katılımcılardan 11'inin oyundaki efektler ve sesleri; güzel, eğlenceli, sempatik şımartıcı ve daha yüksek olabileceği gibi sıfatlarla açıklamaları bu konularda memnun olduğunu göstermektedir. Dolayısıyla bu başlıklar oyun için “çekici” olarak açıklanabilir:

“Sesli oynamak çok keyifli ve etkileyici. Sırf o sesleri duymak için oynuyorum bazen, daha iyi hissediyorum ve motivasyonum da daha yüksek oluyor oynamak için”, “Çok doyurucu, tatmin edici. Çok kirli bir yeri temizlemişsin hissi veriyor. Biraz daha temizliyim hissi. Çekirdek yemek gibi bırakmak istemezsin öyle. Yediğin şey değil aslında çıkan ses, güzel”.

Oyundaki şekillerin, şeker olmasını 11 kişi beğenmektedir. Bu durum, oyunun çekicilik taşıması anlamında önemlilik taşımaktadır.

“Oyundaki şekerler özellikle görsel anlamda insanı şevklendiriyor. Sonuçta tatlı ve tatlıyı herkes sever. Tamam, siz yemiyorsunuz o tatlıyı ama onunla iş yapmak farklı bir duygu veriyor. Sanki çikolatanın beyinde yarattığı etki gibi sizi pozitif yönde etkiliyor bence. Bunun nedenini tam olarak bilmiyorum ama başka oyunlar da oynadım, mesela balon patlatma, meyve birleştirerek yok etme ama o şekilleri pek tutmadım. Açıkçası şeker denildiğinde bile bazen ağzımın sulandığı da olmuştur”.

Katılımcılardan 15’i oyunu oynamanın çok kolay olduğunu söylemektedir; “Çok kolay küçücük bir çocuk bile oynayabilir”. Oyunun kolay olması “gündelik hayattan kaçış”, “kafa dağıtma”, “rahatlama isteği” gibi nedenlerle oynanmasını çekici hale getirmektedir.

Katılımcıların, Candy Crush oyununu tercih etme gerekçesini birçok pozitif başlıkla açıklamaktadır. Örneğin: “Daha fazla kişi oynuyor, daha itibarlı ve daha yaygın”, “ilk onunla tanıştım”, “arkadaşlarım da oynuyor”, “çok kolay” gibi. Bu açıklamalar, oyunun çekici unsurları olarak ele alınabilir.

## Sonuç

Bağımlılık, bağımlı kişi ve kişinin aşırı davranış gösterdiği nesne ile arasındaki ilişki olarak açıklanabilmektedir. Ek olarak kişinin herhangi bir maddeyi/nesneyi zaman içinde artan miktarlarda kullandığını, kişinin maddeden/nesneden uzaklaşırken yoksunluk davranışı içine girdiğini ve bu durumun genel hayatını etkilediğini söylemek mümkündür. Bağımlılıkta farklı durumlarda ve koşullarda bağımlı olunan madde veya nesneye ulaşmak için çaba gösterilmekte, zaman içerisinde bu istek duygusu artmakta ve eksiklik duygusu içerisine girilmektedir. Bağımlılık sonucunda kişinin hayatında olumsuz sonuçlar ortaya çıkabilmektedir. Bağımlılık kuramı da bağımlılığın nedenleri ve bağımlılık sonucunda ortaya çıkan ilişkilerin belirleyiciliği üzerinde durmaktadır. Günümüzde farklı madde ve nesnelere yönelik bağımlılık görülebildiği gibi teknolojinin gelişmesi ile beraber bilgisayar/internet bağımlılığı da üzerinde önemle durulan bir konu haline gelmiştir. İnternetin aşırı kullanılması sonucunda aşırı sinirlilik hali görülebilmekte, saldırganlık ortaya çıkabilmekte ve kişinin gündelik hayatını etkileyebilecek bazı durumlarla karşı karşıya kalınabilmektedir. Aşırı internet kullanım arzusunun engellenememesi bir klinik rahatsızlık olarak tanımlanabilmektedir. Kişi internet bağımlılığı davranışını kontrol altına alabileceğini ve istediğinde vazgeçebileceğini düşünebilmektedir. İnternette de sosyal medya ve sosyal medya oyunları en çok zaman geçirilen sayfalar olarak görülebilmektedir. Sosyal medya bilgi edinmek, iletişim kurmak için kullanılmasının yanında, eğlenmek ve boş vakitleri geçirmek için de kullanılmaktadır. Özellikle sosyal medya oyunları, sosyal medya kullanıcıları açısından farklı ülkelerde ve Türkiye’de uzun süreler harcanan ve gün geçtikçe daha fazla kullanıcı bulan uygulamalardır. Belli bir sonun veya ulaşılacak noktanın olmayabildiği sosyal medya oyunları, kişinin ne kadar zaman harcadığını anlamadan birçok kez oynamasına olanak sağlamakta ve belli bir süre sonra kişi farkında olmadan bu oyunları gündelik hayatının bir parçasıymış gibi görebilmektedir. Oyunlar geniş bir hedef kitleye sahip olduğu için bu çalışmanın incelemesinde 24-56 yaşları arasında seçilmiş örneklem kullanılmıştır. İnternet kullanıcılarının sosyal medya oyunları bağımlılığını bir Facebook uygulaması olan Candy Crush oyununu ele alarak yapılan incelemede, internet bağımlılık

ölçeğinden elde edilen toplam puanlar analiz edilerek öncelikle katılımcıların bağımlılık düzeyleri belirlenmiştir. Test sonucuna göre araştırma katılımcılarından 17'sinin toplam puanı ortalamanın üzerinde çıkmış ve söz konusu 17 katılımcıya Candy Crush bağımlılığı ile ilgili sorular yöneltilmiştir. Bu çalışmanın ana sorunsalı olan Candy Crush oyununun bağımlılık derecesinde oynanmasını etkileyen nedenler aşağıda sıralanmıştır:

- Oyuncuların etraflarında da oynayıncıların bulunması,
- Kişisel Facebook hesabından oynanmasının mümkün olması,
- Efekt ve seslerin beğenilmesi,
- Efekt ve seslerin oyun için motivasyon arttırması,
- Oyunu tek el ile bile oynamanın mümkün olması,
- Şekillerin şeker olmasının pozitif algı yaratması,
- Oyunun iş yeri, trafik, okul gibi farklı yerlerde oynanabilmesi,
- Oyunun oynanma şeklinin kolay olması,
- Görsellerinin canlı ve güzel olması.

Araştırmanın alt sorunsallarından biri olan “Candy Crush oyununun uzun süreler oynanma nedenleri nelerdir?” sorusuna, “boş zamanların büyük bir kısmını doldurmak için” yanıtı alınmıştır. Sosyal medya oyunları öncelikle boş zaman aktivitesi olarak görülmekte, ancak daha sonra oyuna olan bağımlılık artmaktadır. Başlarken boş zamanları, kişilerin kendilerini iyi hissederek geçirdikleri bu oyunlar, bir süre sonra günlük yaşamda öncelikli hale gelmeye başlayabilmektedir. Bu durum sosyal medya oyunlarının oynanma zamanlarının boş vakitleri aşabileceğini de göstermektedir. Katılımcıların çoğunluğu sadece kendilerinin değil, aile ve arkadaşlarının da bu oyunu oynadıklarını, bu nedenle birbirleri ile daha fazla oynama hakkı için can alışverişi yaparak oyunu gün içerisinde daha uzun süre oynayabildiklerini savunmaktadır. Araştırmanın ikinci alt sorunsalı olan “Candy Crush oyununun oynayıncılara çekici gelen tarafları nelerdir?” sorusuna farklı yanıtlar alınmakla beraber bazı başlıklar üzerinde daha fazla durulmuştur. Örneğin, oyunun kurallarının çok basit olması, her yaş grubu tarafından oynanabilmesi, görsellerin şeker olması, canlı renklere sahip olması kullanıcıların birçok eşleştirme oyununun arasından bu oyunu tercih etmelerini sağlamaktadır.

Candy Crush'ın Facebook arkadaş listesine erişmesi ve yeni bölümlere başlamadan arkadaşların hangi skorları yaptığını göstermesi oynayıncıların motivasyonunu doğrudan etkilemektedir. Oyuncuların bazıları motivasyon olgusuna kapıldıklarını, hırslandıklarını söylerken, bazıları ise hiç farkına varmadan sadece kendi bölümlerini geçmeye odaklı oynadıklarını söylemektedir. Dış sesin "Güzel", "Çok tatlı" gibi yorumlarının yarattığı olumlu algı ile yalnızca sesli oynayan kişileri etkilediği sonucuna varılabilmektedir. Kullanıcıların tamamına yakını, Facebook ve Candy Crush oyununun kişisel bilgiler açısından güvenli olmadığını düşünmelerine rağmen, oyuna devam etmeleri bağımlılık açısından üzerinde durulması gereken bir konudur. Ayrıca, oyunun yeni bölümlerinin çoğunluk tarafından beklenmesi, daha fazla oynama için Facebook arkadaşları ile hak alışverişi, okul, trafik, iş yerinde oynanması ve arkadaşlara tavsiye edebileceklerin çoğunlukta olması oyuna yönelik bağımlı olabilecekleri düşüncesini desteklemektedir.

Bu araştırma, yalnızca internet bağımlılığı testinde ortalamanın üzerinde puan alan 17 kişiyi kapsamaktadır. Bu doğrultuda sonuçları genellemek yerine, bazı sonuçlar üzerinde durulmuştur. Bağımlılık ile ilgili çok sayıda araştırma yapılmış olmasına rağmen günümüzde önemle üzerinde durulması gereken internet oyunlarına bağımlılığın giderek arttığı düşünülürse, yeni araştırmaların daha geniş ve farklı örneklerde tekrar edilmesinin faydalı olacağı düşünülmektedir.

### Kaynakça

- Alper, K., Aytan, N. ve Ünlü, S. (2015). Görsel medya çağında çocukların video oyun bağımlılıkları. *Eğitim ve Öğretim Araştırmaları Dergisi*, 4(1), 98-106.
- Altındal, M. (2013). Dijital Pazarlamada Marka Yönetimi ve Sosyal Medyanın Etkileri. <http://ab.org.tr/ab13/bildiri/61.pdf>, (Erişim Tarihi: 05.02.2016).
- Bağımlılık Tanı ve Tedavi Merkezi, (2016). İnternet Bağımlılığını Değerlendirme Ölçeği. <http://www.batem34.com/test7.asp>, (Erişim Tarihi: 05.02.2016).
- Derin, S. (2013). *Lise Öğrencilerinde İnternet Bağımlılığı ve Öznel İyi Oluş*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Hacettepe Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü. Ankara.
- Esen, E. (2010). *Ergenlerde İnternet Bağımlılığını Yordayan Psiko-Sosyal Değişkenlerin İncelenmesi*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Dokuz Eylül Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü. İzmir.
- Gencer, Z. T. (2012). *Medyanın Gündem Oluşturma Sürecinde Sosyal Entropinin Rolü Üzerine Uygulamalı Bir Çalışma*. Yayınlanmamış Doktora Tezi. Selçuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü. Konya.
- Hazar, M. (2011). Sosyal medya bağımlılığı-bir alan çalışması. *Gazi Üniversitesi, İletişim Fakültesi İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, (32), 151-176.
- Işık, U. (2009). Medya bağımlılığı teorisi doğrultusunda internet kullanımının etkileri ve internet bağımlılığı. *Gazi Üniversitesi, İletişim Fakültesi Dergisi*, (28), 29-55.
- Kaya, A. (2011). *Öğretmen Adaylarının Sosyal Ağ Sitelerini Kullanım Durumları ve İnternet Bağımlılığı Düzeyleri*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Ege Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü. İzmir.
- Nurmedov, S. (2015). Bir Bağımlılık Olarak İnternet. <http://slideplayer.biz.tr/slide/3005393/> (Erişim Tarihi: 24/01/2016).
- Soydan, Z. M. (2015). *Üniversite Öğrencilerinin İnternet Bağımlılığı ile Depresyon ve Yaşam Doyumu Arasındaki İlişki*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Haliç Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. İstanbul.
- Sucu, İ. (2012). Sosyal medya oyunlarında gerçeklik olgusunun yön değiştirmesi: smeeit oyunu örneği. *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, (3), 55-88.
- Şahin, M. (2011). *İlköğretim Okulu Öğrencilerindeki İnternet Bağımlılığı*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Yeditepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. İstanbul.
- The Statistic Portal, (2016). Most popular Facebook games as of February 2016, based on number of daily active users (in millions). <http://www.statista.com/statistics/267003/most-popular-social-games-on-facebook-based-on-daily-active-users/>. (Erişim Tarihi: 01.03.2016).
- Toraman, M. (2013). *İnternet Bağımlılığı ve Sosyal Ağ Kullanım Düzeylerinin Ortaöğretim Öğrencilerinin Akademik Başarıları ile İlişkinin İncelenmesi*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Fırat Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü. Elazığ.
- Uzun, R. (2013). İzleyici merkezli yaklaşımlar, Erkan Yüksel (Ed.), *İletişim Kuramları*, Anadolu Üniversitesi Yayını, Eskişehir.
- Ünal, A. T. (2015). *Sosyal Medya Bağımlılığı: Üniversite Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma*. Yayınlanmamış Doktora Tezi. Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. İstanbul.

## Ekler

## Ek 1: Derinlemesine Görüşme 1. Tablo

	Sorular	1.Görüşmeci	2.Görüşmeci	3.Görüşmeci	4.Görüşmeci	5.Görüşmeci	6.Görüşmeci	7.Görüşmeci	8.Görüşmeci	9.Görüşmeci	10.Görüşmeci
	<b>Görüşme Süresi</b>	45 dk.	45 dk	40 dk	50 dk	39 dk	44 dk	41 dk	40 dk	42 dk	47 dk
1	Yaşınız	49	56	31	24	25	49	34	31	36	25
2	Cinsiyet	K	E	E	K	K	K	K	K	E	E
3	Medeni Durum	Evli	Evli	Evli	Bekar	Evli	Evli	Evli	Bekâr	Evli	Bekâr
4	Eğitim	Lisans	Lisans	İlkokul	Lisans	Lisans.	Ortaokul	Lisans	Lisans	Lisans	Ön Lisans
5	Facebook hesabına kaç yıldır sahipsiniz?	7	5	5	6	10	Yok	10	8	5	8
6	Facebook'ta günde kaç saat zaman geçiriyorsunuz?	3	1	6	3	2	3	3	1	1	2-3
7	Facebook oyunlarının hangisini oynuyorsunuz?	Farnville,Kelimelelik,Criminal Case, Bil ve Fethet Candy Crush Saga	Candy Crush Saga, Kelimelelik	Okey Extra Poollive, Candy Crush	Candy Crush Saga, Candy Crush Soda, Farm Wille	Criminal case, candy crush saga, hay day	Candy Crush	Candy Crush, Candy Crush	Candy Crush, Candy Crush	Candy Crush Saga	Candy Crush Saga, Okey
8	Birden fazla ise en çok hangisini seviyor ya da oynuyorsunuz?	Kelimelelik	Candy Crush Saga, ve Soda	Okey Extra	Candy Crush Saga	Hay Day	Candy Crush saga ve soda	Candy Crush Saga	Candy Crush Saga	Candy Crush Saga	Candy Crush Saga
9	Candy Crush oyunu bağımlısı olduğunuzu inanıyor musunuz?	Hayır	Hayır	Evet	Hayır	Hayır	Hayır	Hayır	Hayır	Hayır	Bağımlıydım ama bıraktım.
10	Ne kadar süredir oynuyorsunuz?	2 yıl	2yıl	3yıl	1 yıl	3 yıl	1 yıl	1 yıl	1-2ay	1 yıl	2 yıl
11	Günde/ haftada/ ayda kaç saat oynuyorsunuz?	Günde 3	Günde 1	Günde 4	Her gün	Haftada 2-3	Günde 1	Günde 1	Haftada 1	Ayda 2	Ayda 1-2
12	Oyunu hangi iletişim aracıyla oynuyorsunuz?	Telefon ve Bilgisayar	Telefon ve Tablet	Telefon ve Bilgisayar	Telefon/Bilgisayar	Telefon ve Tablet	Tablet	Telefon	Bilgisayar	Telefon	Telefon, Bilgisayar
13	Ailenizde ya da arkadaşlarınızda oyunu sizden başka oynayan var mı?	Var. Kızım	Var	Eşim oğlum ve arkadaşlarım	Var	Evet. Arkadaşlarım, annem, babam , kardeşim.	Var. Eşim Çocuklarım, Eltim	Var	Var	Var . kızım	Evet,. Annem oynuyor.
14	Oyunu kendi hesabınızla mı yoksa ek sahte bir hesaptan mı oynuyorsunuz?	Kendi Hesabım	Kendi hesabım	Kendi hesabım	Kendi hesabım	Kendi Hesabım	Eşimin hesabından	Kendi Hesabım	Kendi hesabım	Kendi hesabım. Bazen benim hesabımdan kızım da oynuyor.	Kendi hesabım.
15	Oyundaki efektler ve sesler sizce nasıl?	Sessiz oynuyorum.	Sesleri dinlemiyorum efektler iyi	Sessiz oynuyorum	Çok hoş	Güzel ve eğlenceli	Güzel	Fikrim yok çünkü hep sessiz oynuyorum.	Güzel	Efektler güzel sesler fena değil.	Sempatik
16	Oyundaki efektler ve sesler	Çikolata sesi	Etkilemiyor	Sessiz	Motivasyonumu	Oyundan zevk	Mutlu oluyorum .	Sessiz oynadığım	Heyecanlandırıyor.	Etkisi yok	Maşallah kendime

	size kendinizi nasıl hissettiriyor?	Çikolatadan Soğuttu.		oynuyorum	arttırıyor	almamı sağlıyor.		için etkisiz.			ne güzel oynadım diyorum.
17	Oyunun telefon ya da tabletinizden tek eliniz ile oynanabilmesi size kolaylık sağlıyor mu?	evet	Evet	Evet	Hayır	Evet, böylelikle dolmuşta, otobüste bile oynayabiliyorum.	Evet. Yemek yaparken bile oynuyorum.	Çok kolaylık. Her yerde oynar.	Ben bilgisayardan oynuyorum.	Kolay oynanıyor tabi	Evet
18	Önemli bir görüşme, toplantı, ya da ciddi bir ortamda iken tek elinizle gizli gizli oynadığınız oldu mu?	hayır	Hayır	Hayır	Hayır	Evet. Derslerde oynardım.	Hayır.	Hayır	Hayır	Hayır	Evet olmuştur muhtemelen
19	İki haftada bir oyuna yeni bölümler eklenmesi oyuna devam etmenizi sağlıyor mu?	Evet	Evet	750. seviyedeyim, Evet.	Hayır, ben sadece oynuyorum.	Evet, bazen	Evet	Hayır	Evet	Hayır	Evet, sağlıyor.
20	Yeni bölümlerin çıkmasını heyecanla bekliyorsunuz musunuz?	Evet	Evet	Evet, bekliyorum kontrol ediyorum	Hayır, yeni bölüme kadar zaten eski ancak bitiyor.	Evet	Hayır.	Hayır	Evet.	Evet	Evet, bazen
21	Oyundaki hamle hakkınız bittiği zaman ücret ödeyerek hamle satın alıyor musunuz?	Hayır	Hayır	Hayır kesinlikle ona para ödeyeceğime paralı oyun indirebilirim	Hayır.	Hayır. Delirmedim daha.	Hayır	Hayır	Hayır	Hayır	Hayır
22	Oyundaki şekillerin şeker olması hoşunuza gidiyor mu yoksa rahatsız edici mi?	Etmiyor. Güzel	Fark etmez	Fark etmez. Düşünmedim hiç	Evet daha şirin.	Güzel. Çok renkliler.	Hoş.	Güzel	Güzel hoşuma gidiyor.	Hayır.güzel	Evet güzel ama bombanın orda işi ne sadece şeker ögesi olsun
23	Facebook'taki arkadaşlarınızla can alışverişi yapıp, birbirinize destek gönderebiliyor musunuz?	Evet	Evet	Evet	Evet. Bazen..	Evet. Onların gönderdikleri ile daha fazla oynama şansımız oluyor.	Evet. Sürekli istekler geliyor. Bende gönderiyorum.	Evet gönderiyorum. Onlardan da alıyorum.	Evet	Evet . Bildirim gelmesi hoşuma gitmiyor ama canlar gelsin.	Telefonla haberleşip can yollamışlığımız var
24	Oyunu en çok hangi ortamda oynuyorsunuz? İş yerinde, okulda, trafikte, boş zamanlarında vs.	Evde, boş zamanlarda	Evde, Trafikte, Her yerde	İş yerinde okulda Trafikte her yerde oynuyorum	Evde ve iş yerinde.	Boş zamanlarda, trafikte	Evde	Boş zamanlarımda nerede denk gelirse, evde	Evde, boş zamanlarda	İş yerinde	Evde
25	Oyunun oynanış şekli zor mu?	Çok kolay. Çok basit bir sistemi var.	Zor değil	Hayır küçük çocuklar bile oynayabilir	Hayır.	Hayır. Aynı şekilleri yani şekerleri bir araya getiriyorsun. En az 3 tanesini.	Çok kolay. Herkes oynayabilir.	Kolay. Basit	Çok kolay	Kolay. Basit.	Hayır değil

26	Candy Crush oyununa benzer birçok eşleştirme oyunu var. Sizin bu oyunu tercih etme sebebiniz nelerdir?	Tesadüfen Candy Crush oynadım ama Saga onun devamı gibi.	Arkadaşlarım bunu oynuyor	İlk buna başladım ve buna devam ediyorum.	Kolay oynanması.	Renkli ve eğlenceli olması.	Renkler, şekiller ve oyun planlaması çok güzel.	Rastlantı	Renkli ve şekerden oluşması	Kızım telefonuma yüklemişti. O zaman başladım.	O lider ilk o çıktı
27	Size göre oyundaki en zor seviye hangisidir?	Yapışkan çikolatalar	Bir çok zor olan seviye var	hatırlamıyorum	Geçmekte zorlandığım seviyedir.	Belirli bir seviyenin zor olduğunu söyleyemem.	Çok fazla var hatırlayamam.	Bilmiyorum.	Jelli oyunların olduğu seviyeler	Jelli oyunlar	Çikolata ve bombalar. Allah onların evine bombalar salsın .
28	Facebook arkadaş listenize erişiyor ve siz bölüme başlamadan arkadaşlarınızın hangi skorları yaptığını gösteriyor olması size nasıl hissettiriyor?	Fark etmiyorum	Fark etmez	Ben ilk 3 e girmeye çalışıyorum	Şüpheli. Biri bizi gözetliyor gibi.	Rekabet oyuna zevk katıyor.	Fark etmez. Ben eğlenmek için oynuyorum.	Takip etmiyorum.	Hırslandırıyor.	Hayır	Azim, hırs
29	Facebook arkadaşlarınız ile oyunda kendinizi kıyaslıyor musunuz? Yarış halinde misiniz?	Hayır	Hayır	Hayır . Çoğunluk beni geçemiyor.	Hayır	Evet. Kim ilk üçe girmiş bakıyorum.	Hayır. Vakit geçirmek için oynuyorum.	Hayır	Bazen yarışabiliyorum.	Hayır	Evet
30	Facebook'u kişisel bilgileriniz açısından güvenli buluyor musunuz?	Hayır	Hayır	Şifrem kimse bulamaz o yüzden güvenli	Bazen.	Hayır	Hayır	Hayır	Hayır	Hayır	Hayır
31	Candy Crush oyununu kişisel bilgileriniz açısından güvenli buluyor musunuz?	Hayır	Hayır	Güvenli, orda bir bilgi vermiyoruz	Bilemiyorum	Hayır	Hayır	Hayır.	Hayır	Hayır	Hayır
32	Candy Crush oyununun içinde değişmesini istediğiniz bölümler / nesnelere var mı?	Pas geçme hakkı olsun	Hayır	Şeker sayısını artırabilirler	Hayır.	Hayır	Değişiklikler geldikçe oyuna bağlı kalıyoruz aklımıza gelmiyor ama olabilir.	Hayır.	Yok	Hayır. Güzeller zaten	Bombalar ve çikolatalar değişsin
33	Candy Crush oyununu başka arkadaşlarınıza tavsiye eder misiniz? Neden?	Olabilir.	Tavsiye etmem çünkü çok zaman alıyor	Evet. Çünkü çok eğlenceli bir oyun	Ederim özellikle sorunlu olanlara. Her şeyi unutturuyor.	Evet boş zamanları değerlendirmek için eğlenceli bir oyun	Ederim. İnsanı rahatlatıyor.	Çok zaman alıyor. Etmem sanırım.	Etmem. Oyunlara karşıyım.	Çok güzel stres attırıyor. Ederim.	Hayır insan bir kere başlayınca bırakamıyor.

**Ek 2: Derinlemesine Görüşme 2. Tablo**

	Sorular	1.Görüşmeci	2.Görüşmeci	3.Görüşmeci	4.Görüşmeci	5.Görüşmeci	6.Görüşmeci	7.Görüşmeci
	<b>Görüşme Süresi</b>	45 dk	43 dk	45 dk	50 dk	52 dakika	39 dk	41 dk
1	Yaşınız	42	42	48	26	33	40	43
2	Cinsiyet	K	K	E	K	K	K	E
3	Medeni Durum	Evli	Bekar	Evli	Bekar	Evli	Evli	Evli
4	Eğitim	Lisans	AÖF okuyor	İlkokul	Lisans	Lisansüstü	Lisans	Lise
5	Facebook hesabına kaç yıldır sahipsiniz?	6 ay	5	6	10	2007'den beri	2007'den beri	7 yıl
6	Facebook'ta günde kaç saat zaman geçiriyorsunuz?	2	2-3	3	4	1 saat	9 saat	1-2
7	Facebook oyunlarının hangisini oynuyorsunuz?	Candy Crush Saga, Candy Crush Soda	Okey plus, Cnady Crush Saga	Balon patlatmaları, Candy Crush Saga	Candy Crash Saga, Kelimelik, Okey plus,Hay day	Pet Saga, Candy Crush Saga	Candy Crush Saga, Hay Day	Pet Rescue Saga, Farmville, Hero's Saga,Poker,Okey Plus,Candy Crush Saga.
8	Birden fazla ise en çok hangisini seviyor ya da oynuyorsunuz?	Candy Crush Saga	Okey Plus	Candy Crush Saga	Hay Day	Petsaga	Hay Day	Pet Rescue Saga
9	Candy Crush oyunu bağımlısı olduğunuza inaniyor musunuz?	Hayır	Hayır	Hayır	Hayır	Oynama isteğim var ama bağımlı değilim. Pet saga ya da bağımlı değilim	Hayır	Hayır
10	Ne kadar süredir oynuyorsunuz?	6 ay	1 yıl	2 yıl	Hatırlamıyorum belki 2 yıl	4 yıl	2 yıl	3 yıl
11	Günde/ haftada/ ayda kaç saat oynuyorsunuz?	Her gün	Günde 1 saat	Aralıklı zamanlarda. Bilemiyorum.	Günde toplamda belki 2 saat	Günde yarım saat	Günde 2 saat	Günde 2-3 saat
12	Oyunu hangi iletişim aracıyla oynuyorsunuz?	Telefon	Telefon Bilgisayar	Bilgisayar	Cep telefonu	Bilgisayar	Cep telefonu ve tablet	Cep telefonu
13	Ailenizde ya da arkadaşlarınızda oyunu sizden başka oynayan var mı?	Var	Var	Var	Var. Annem babam kardeşim	Var. Etrafımda oynamayan kişi sayısı çok az.	Var. Kocam oynuyor.	Var. Ailem ve arkadaşlarım
14	Oyunu kendi hesabınızla mı yoksa ek sahte bir hesaptan mı oynuyorsunuz?	Kendi hesabım	Kendi hesabım	Hem kendi hesabımdan hem de ek hesabımdan	Kendi hesabım	Kendi hesabım ve ablamın hesabından	Kendi hesabım	Kendi hesabımla
15	Oyundaki efektler ve sesler size nasıl?	Güzel	Geriyor.	Sessiz daha yüksek sesli olsunlar	Şımartıyor bizi	Sesli oynamak çok keyifli ve etkileyici. Sırf o sesleri duymak için oynuyorum bazen	Çok güzel	Sessiz oynuyorum
16	Oyundaki efektler ve sesler size kendinizi nasıl hissettiriyor?	Sessiz oynuyorum.	Gergin hissettiriyor.	Enerji veriyor oynamak için	Acaba yüksek aldığımda farklı düşük aldığımda farklı şeyler	Çok doyurucu, tatmin edici.Çok kirli bir yeri temizlemişsin hissi. Biraz	Gaz veriyor.	Sessiz oynuyorum



					mi söylüyor diye uzun zaman dikkat ettim.	daha temizliyim hissi. Çekirdek yemek gibi bırakmak istemezsin öyle. Yediğin şey değil aslında çıkan ses güzel.		
17	Oyunun telefon ya da tabletinizden tek eliniz ile oynanabilmesi size kolaylık sağlıyor mu?	Evet. Cep telefonu ile çok kolay oynanıyor.	Evet. Her yerde oynayabilirsiniz.	Evet.	Evet. Yemek yaparken, dizi izlerken oynuyorum hep	Ben bilgisayardan oynuyorum	Evet	Evet, çok kolaylıkla oynanıyor
18	Önemli bir görüşme, toplantı, ya da ciddi bir ortamda iken tek elinizle gizli gizli oynadığınız oldu mu?	Evet. Oluyor bazen.	Evet tabi ki.	Olmadı henüz.	Derste oynardım.	Hayır	Hayır	Hayır
19	İki haftada bir oyuna yeni bölümler eklenmesi oyuna devam etmenizi sağlıyor mu?	Evet.	Evet.	Hayır. O kadar da bağımlısı değilim.	Bakmıyorum yeni bölüm açılmış mı diye	Hayır, oyundan uzaklaşmamı sağlıyor. Oyunun yüklenmesini beklemek zor. Oyunu bitirdim ben yeni bölüm açıyorlar onu da oynasam bitecek diye biraz beklüyüm diyorum. Sonra da sıkılıyorum beklemekten oynamıyorum.	Hayır, oyundan soğutuyor.	Fark etmiyorum bile
20	Yeni bölümlerin çıkmasını heyecanla bekliyor musunuz?	Evet.	Evet, bazen. Bakıyorum.	Hayır. Önce bu bölümleri bir oynayalım.	Evet	Hayır. Anlattım işte.	Evet, bazen	Hayır. Fark etmiyorum
21	Oyundaki hamle hakkınız bittiği zaman ücret ödeyerek hamle satın alıyor musunuz?	Hayır. Asla.	Evet.	Hayır.	Hayır. Var mı alan çılgınlar	Hayır.	Kesinlikle hayır	Hayır
22	Oyundaki şekillerin şeker olması hoşunuza gidiyor mu yoksa rahatsız edici mi?	Hayır rahatsız edici değil .	Evet. Rahatsız edici	Rahatsız etmiyor.	Hayır rahatsız etmiyor ama ben böyle şeker görmedim daha inandırıcı yapılabilirdi.	Çok da önemli değil nesnenin ne olduğu, meyve sebze olan oyunda vardı. Başka nesne de olsa oynarım. Çikolatadan nefret etmeye başladım dedi ablam olumsuz etki yaratıyor yani.	Hoşuma gidiyor	önemi yok şeklin
23	Facebook'taki arkadaşlarınızla can alışverişi yapıp, birbirinize destek gönderebiliyor musunuz?	Evet. Bazen unutuyorum ama genellikle gönderiyorum.	Evet. Genellikle.	Gönderebiliyoruz. Uğraşmıyorum ama göndermek için.	Evet Sürekli istekler geliyor. Oynamıyorken sinir oluyorum ama oyunu açınca lazım oluyor	Bana sürekli istek gönderiyorlar rahatsız oluyorum. Ben göndermiyorum.	Evet	Evet gönderiyoruz
24	Oyunu en çok hangi ortamda oynuyorsunuz? İş yerinde, okulda,	İş yerinde ve evde	Boş zamanlarda, iş yerinde	İş yerinde, boş zamanlarda	Aklınıza gelebilecek her yerde oynuyorum	Sadece evde	İş yerinde ve evde	Evde, boş zamanlarımda

	trafikte, boş zamanlarında vs.				gün içerisinde. Trafikte dolmuşta otobüste işte evde			
25	Oyunun oynanış şekli zor mu?	Bazen.	Hayır. Kolay	Kolay. Ben hemen öğrendim.	Çok kolay. Herkes oynayabilir. Ne var ki 3 aynı şekeri eşleştirmece	Çok kolay küçük çocuk bile oynayabilir.	Hayır	Hayır
26	Candy Crush oyununa benzer birçok eşleştirme oyunu var. Sizin bu oyunu tercih etme sebebiniz nelerdir?	Görsellerini daha çok seviyorum.	Çok yaygın olduğu için	Başladığımda eğlenceli geldi bırakmadım.	Renkler cafcıflı bir de alıştım baştan	Daha fazla kişi oynuyor. Daha itibarlı daha yaygın. İlk onunla tanıştım.	İlk bu oyun ile karşılaştım ve başladım.	Renkleri hoşuma gidiyor.
27	Size göre oyundaki en zor seviye hangisidir?	Zor seviye yok.	O seviyelere daha gelmedim	Seviyesini hatırlamıyorum.	Hatırlayamam ki sayı olarak ama bazen sinir oluyorum geçemeyince	Hatırlamıyorum.	Baykuşlu olan seviye	Sayı hatırlamıyorum.
28	Facebook arkadaş listenize erişiyor ve siz bölüme başlamadan arkadaşlarınızın hangi skorları yaptığını gösteriyor olması size nasıl hissettiriyor?	Hiçbir şey hissettirmiyor.	Ezik hissettiriyor.	Bakmıyorum ben onlara.	İlk 3 e kim girmiş bakıyorum. Hilesini mi biliyorlar acaba diye düşünüyorum.	Bende bir duygu oluşturmuyor ama başkaları (abim ve kız arkadaşı) o bu puanı nasıl almış gibi sorular soruyorlar. Bana da soruyorlar sen bu bölümü nasıl bu puanla geçtin diye	Oyunu hızlandırmamı sağlıyor.	Moral bozucu
29	Facebook arkadaşlarınız ile oyunda kendinizi kıyaslıyor musunuz? Yarış halinde misiniz?	Hayır	Evet .	Hayır.	Hayır ya ben ucu ucuna zor bitiriyorum zaten	Hayır	Kıyas yapıyorum ama bazen de önemsemeden geçiyorum	Evet
30	Facebook'u kişisel bilgileriniz açısından güvenli buluyor musunuz?	Hayır. Hesap çalınmalar oluyor.	Evet.	Hayır. Çalıyorlar.	Hayır çaldı benim bir keresinde hesabım.	Hayır, güvenli değil	Hayır	Hayır
31	Candy Crush oyununu kişisel bilgileriniz açısından güvenli buluyor musunuz?	Hayır.	Yani.	Hayır	Hayır.	Hayır oynadığının bilinmesi hoşuma gitmiyor.	Hayır	Hayır
32	Candy Crush oyununun içinde değişmesini istediğiniz bölümler / nesnelere var mı?	Yok.	Düşünmedim olabilir tabi.	Değiştirirlerse onu da oynarız. Her yeniliğe alışıyoruz zaten.	Yeni şeker renk ve çeşitleri gelsin mesela.	Kilitli kareler var çok gereksiz kaldırırsınlar. Zor oluyor.	Yok	Yok
33	Candy Crush oyununu başka arkadaşlarınıza tavsiye eder misiniz? Neden?	Etmem. Çok zaman alıyor. Bağımlılık yapıyor. Bırakamıyorsun.	Keyifli vakit geçirildiği için ederim.	Bir kere başlayıp başlarına iş açmasınlar.	Ederim. Oynasınlar ne var ki.	Zaman kaybı gereksiz ama Örgü örmek gibi zihnini boşaltabilirsin bu oyun ile.	Vakit geçirmek isteyen arkadaşlara tavsiye ederim.	Boş zamanı olanlar eğlenmek için oynayabilir.