



# Kesit Akademi Dergisi

The Journal of Kesit Academy

ISSN: 2149 - 9225

Yıl: 4, Sayı:17, Aralık 2018, s. 389-401

**Öğr. Gör. Şanser VURGUN**

Adnan Menderes Üniversitesi, Atça MYO, Tapu ve Kadastro, sanser\_v@hotmail.com

**Öğr. Gör. Güliz Müge AKPINAR**

## ÜNİVERSİTE ÖĞRENCİLERİNİN DİJİTAL MEDYA BAĞIMLILIKLARININ ÖLÇÜLMESİ: ADNAN MENDERES ÜNİVERSİTESİ ATÇA MESLEK YÜKSEKOKULU ÖRNEĞİ

### Özet

Dijital medya; bilgisayarlarca kodlanmış olan ses, görüntü, video, fotoğraf vb. içerikleri ifade etmektedir. Kodlamadaki amaç dijital anlamca sıkıştırılan verilerin özelliklerinden ileri gelmektedir. Kodlama ile ilgili içerikleri birer dijital medya dosyası haline gelir ve uyumlu cihazlar tarafından yürütülebilir, saklanabilir. Tür ve içeriğinin ötesinde dijital medya günümüz koşullarında özellikle yeni nesil tarafından üst düzeyde ilgi/gereksinim görmekte ve görmeye devam etmektedir. Söz konusu ilgi gereksinimin de ötesinde bir bağımlılık hali olarak da nitelendirilebilir. Bu çalışmada amaç; Adnan Menderes Üniversitesi, Atça Meslek Yüksekokulu'nda eğitim gören öğrencilerin dijital medyaya ilişkin bağımlılıklarının ölçülmesidir. Çalışmada öncelikle dijital medyaya ilişkin genel bilgilere verilmekte çalışılacak, sonrasında ise anket çözümü yapılacaktır. Araştırmanın çalışma grubunu Atça Meslek Yüksekokulu'nda eğitim gören öğrenciler oluşturmaktadır. Yapılan araştırma sonucunda; Meslek Yüksekokulumuzda bulunan bölümler arasında anlamlı bir farklılık bulunmadığı gözlemlenmiştir.

**Anahtar Kelimeler :** Dijital Medya, Bağımlılık, Atça Meslek Yüksekokulu.

## MEASUREMENT OF DIGITAL MEDIA DEPENDENCES IN UNIVERSITY STUDENTS: ADNAN MENDERES UNIVERSITY ATÇA VOCATIONAL SCHOOL EXAMPLES

### Abstract

Abstract Digital media; Audio, video, photo, etc., encoded in computers. Content. The purpose of coding comes from the characteristics of digitally compressed data. Coding-related content can be stored in a digital media file, which can be played and played by compatible devices. Beyond genre and content, digital media conti-

nues to see and be seen at a high level of interest, especially by the new generation in today's conditions. It can also be regarded as a state of dependence beyond the need for attention. In this study; Adnan Menderes University is the measurement of the dependence of the students at Atça Vocational School on digital media. In the study, firstly the general information about the digital media will be tried to be given and then the questionnaire will be analyzed. The study group of the study forms the students who are trained at Atça Vocational School. As a result of the research; It was observed that there was no significant difference between the sections in the Vocational High School.

**Keywords:** Digital Media, Addiction, Atça Vocational School.

## Giriş

Dijital medya; bilgisayar dilinde kodlanmış ya da başka bir şekilde ifade etmek gerekirse dijital olarak sıkıştırılmış olan ses, video ve fotoğraf içeriğini ifade etmektedir.<sup>1</sup> Bizim yani tüketicilerin alışık olduğu şekilde ifade etmemiz gerekirse, dijital medya; Web, mobil, sanal gerçeklik platformlarında var olan medyayı ifade etmektedir. Yani, İnternet ve bilgisayarın, mobilin, sanal gerçeklik ve artırılmış gerçeklik cihazlarının var olmasıyla ortaya çıkan medyadır. Bu medya; markayı, markalamayı, iletişimi, reklamı, sanatı, bilimi, pazarlamayı, satışı, finansı, hukuku ve daha fazlasını içerir.

Dijital medya ve buna ait platformlar markalar için dijital dünyada var olmayı sağlarlar. Markalar bunlarla etkileşim alır ve kendilerine ait verileri ölçerler. Bu alan, klasik medyadan tamamen farklı bir alandır. Bu tür medyada karşıdan çeşitli biçimlerde tepki de alınabildiğinden, dijital medyaya adapte olmak, yönetebilmek, strateji geliştirmek ve ölçebilmek, doğru karar alıp planlamak ciddi önem taşır.<sup>2</sup>

Dijital Medyanın Doğuşu:

İnternet ve bilgisayarın var olmasıyla dijital medya adı verilen bir dünya belirdi. Dijital medya, çok geniş bir alan olduğu için kendi içinde bir dünya olduğunu söylesek bu pek de yanlış bir terim olmaz. Bu dünya ilk olarak kendini bir metin (text) olarak ortaya çıkardı. Bugünlerde ise geldiği yer ve etkisi tartışılmaz boyutlardadır.

Örneğin; Bilgisayarınızdan kopyaladığınız ve paylaştığınız veriler, CD-Rom'a ya da Flash bellekte bulunan veriler ve hatta Google Drive'daki -yani buluttaki- verileriniz dahi bu tür medya içerisinde yer almaktadır.

Ya da başka biçimde; Facebook, Twitter, Instagram yada çeşitli bloglar gibi sosyal mecralarda bir biçimde bulunmaktayız. İşte bunların hepsi ve 200'den fazla sosyal mecra veya medya dijital medya olarak da ifade edilmektedir.

Dijital medyanın en önemli özelliği, insanların yaşam biçimlerinde önemli değişikliklere yol açma potansiyeli taşımasıdır. Yaratıcı keşiflerde bulunmak, yenilik yapmak ve iletişim şeklini dönüştürmek için dijital uygulama ve araçlardan yararlanan insanoğlu, deyim yerindeyse ciddi bir değişim sürecinden geçmektedir. Örn; Twitter/Facebook insanlar arasındaki diyalogu değiş-

<sup>1</sup> [https://technet.microsoft.com/tr-tr/library/what-is-digital-media-2\(v=ws.11\).aspx](https://technet.microsoft.com/tr-tr/library/what-is-digital-media-2(v=ws.11).aspx)

<sup>2</sup> <http://dijitalreklamcilik.blogspot.com.tr/2013/03/dijital-medya-nedir.html>

tirmektedir. Öyle ki, devlet politikalarından toplumsal yaşam görüşlerine kadar, her konuda eskisine göre çok daha farklı deneyimler yaşanmaktadır.<sup>3</sup>

Bugün günümüzde günümüz gençliği ekseriyetle sosyal medyaya ait mecraları, internete sitelerini, oyunları kullanmaktadır. Günlerinin ve vakitlerinin çoğunu bu sanal ortamlarda geçirmektedirler. Hayatlarındaki yaşam biçimleri ya da verdikleri kararlar gibi çeşitli değişkenler bu ortamlarda şekillenmekte ya da kararlarını etkilemektedir.

**Bağımlılık:**

Bağımlılık bir ilişki türüdür. Bu kavram belirli bir durum ya da nesne ile kurulan ilişki sonrası meydana gelen özel bir durum şeklinde ifade edilebilmektedir. Birbiriyle ilintili davranışların bir araya gelmesiyle oluşan bir durumdur. Diğer bir ifadeyle; belirli bir madde, ürün ya da hizmetin kullanılmasıyla bireyin kendini geçici olarak iyi hissetmesidir.<sup>4</sup>

Dijital bağımlılık, dijital teknolojilerin çağımızdaki büyük yükselişi ve kitle iletişim araçlarının dijital teknolojilerle bütünleşmesi sonucu ortaya çıkmış ve giderek yaygınlık kazanmıştır. Dijital medya bağımlılıkları adı altında genelleştirilebilen bu durum; yani internet, oyun ve hatta sosyal medya bağımlılığı günümüz gençlerinin de en önemli bağımlılık türlerinden birini oluşturmaktadır.<sup>5</sup>

Özellikle 2000'li yıllardan sonra bilgisayar ve internetle büyüyen neslin; internete daha düşkün olduğu ve internet bağımlısı olan bireylerin bu yıllarda yaygınlaştığı birçok bilimsel çalışmanın sonucunda ortaya çıkmıştır. İnternet bağımlılığı psikolojik etkenlere de bağlıdır. Kendini yalnız hisseden birey çıkış yolunu internette bulmakta ve sanal iletişime önem vermektedir.<sup>6</sup>

#### **Bağımlılık Hususunda Atça Myo Örneği:**

Söz konusu anket çalışması, Atça Meslek Yüksekokulu'nda eğitim gören önlisans öğrencilerinin dijital medyaya olan bağımlılıklarını belirlemeye çalışmaktır. Çalışmada veri toplama tekniği olarak SPSS programı (versiyon 20) kullanılmıştır. Çalışmanın evrenini Atça MYO'da 2016-2017 bahar yarıyılında eğitim gören öğrenciler oluşturmaktadır. Dolayısıyla ana kütle 980 öğrenciden ibarettir. Anket çalışmasının örnekleme, Rastsal örneklem metodu ile tesadüfi olarak belirlenen 280 öğrenciden oluşmaktadır.

Anket, Arslan/Kırık/Karaman/Çetinkaya'nın oluşturduğu ankete Atça Meslek Yüksekokulu öğrencilerine yönelik demografik özellikli bazı maddelerin eklenmesiyle oluşturulmuştur. Dijital Medya Bağımlılığı anketi ise 5'li likert tipi ölçekleme kullanılarak oluşturulmuş 29 adet ifadeden oluşmaktadır.

©©Anket içerisinde 29 adet ifade bulunmaktadır. İfadeler incelendiğinde;

- 1-11 arasındaki maddeler "Oyun" ile ilgili ifadeler
- 12-23 arasındaki maddeler "Sosyal Medya" ile ilgili ifadeler

<sup>3</sup> Age.

<sup>4</sup> Babaoğlu, A. N., (1997). Uyuşturucu Tarihi. Kaynak Yayınları, Ankara, s.150

<sup>5</sup> Arslan vd., Lise ve Üniversite Öğrencilerinde Dijital Bağımlılık, UHIVE Dergisi, Sayı 8, S.37, 2015.

<sup>6</sup> KÖKSAL, Y., (2015). İnternet Bağımlılığı İle İnternette Alışveriş İlişkisi Üzerine Bir İncelenme; Üniversite Öğrencileri Uygulaması, Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi Yıl: 7 Sayı:12, s.119

- 24-29 arasındaki maddeler ise “Günlük Hayata Olan Etki” başlığı ile ilgili ifadeler içermektedir.

Bu bağlamda demografik veriler incelendiğinde ortaya çıkan sonuçlar aşağıda yer aldığı gibidir.

Tablo 1. Demografik Özelliklerine Yönelik Tanımlayıcı Bulgular

Yaş	Sayı	Yüzde
18,00	16	5,7
19,00	39	13,9
20,00	78	27,9
21,00	73	26,1
22,00	25	8,9
23,00	26	9,3
24,00	12	4,3
25,00	11	3,9
Toplam	280	100,0

Tablo 2. Demografik Özelliklerine Yönelik Tanımlayıcı Bulgular

Cinsiyet	Sayı	Yüzde
ERKEK	113	40,4
KADIN	167	59,6
Toplam	280	100,0

Tablo 3. Dijital Ortam Ölçeği Madde Dağılımları

	Sayı	Yüzde	
1. Yeni çıkan oyunları arkadaşlarımdan önce oynayıp bitirmek isterim.	Kesinlikle katılmıyorum	63	22,5%
	Katılmıyorum	33	11,8%
	Kararsızım	58	20,7%
	Katılıyorum	72	25,7%
2. Oyunda başarılı olmayı çok isterim.	Kesinlikle katılıyorum	54	19,3%
	Kesinlikle katılmıyorum	85	30,4%
	Katılmıyorum	73	26,1%
	Kararsızım	65	23,2%

*Üniversite Öğrencilerinin Dijital Medya Bağımlılıklarının Ölçülmesi: Adnan Menderes Üniversitesi Atça Meslek Yüksekokulu Örneği*

	Katılıyorum	37	13,2%
	Kesinlikle katılıyorum	20	7,1%
	Kesinlikle katılmıyorum	69	24,6%
	Katılmıyorum	51	18,2%
3. Oyun oynadığımda kendimi yalnız hissetmiyorum.	Kararsızım	71	25,4%
	Katılıyorum	54	19,3%
	Kesinlikle katılıyorum	35	12,5%
	Kesinlikle katılmıyorum	91	32,5%
	Katılmıyorum	60	21,4%
4. Oyunlarda en üst seviyeye ulaşmak önemlidir.	Kararsızım	55	19,6%
	Katılıyorum	40	14,3%
	Kesinlikle katılıyorum	34	12,1%
	Kesinlikle katılmıyorum	57	20,4%
	Katılmıyorum	34	12,1%
5. Oyunda hedefime ulaşmak için uyku saatimi ertelemişimdir.	Kararsızım	73	26,1%
	Katılıyorum	46	16,4%
	Kesinlikle katılıyorum	70	25,0%
	Kesinlikle katılmıyorum	71	25,4%
	Katılmıyorum	36	12,9%
6. Doğumgünümde ailemden hediye olarak elbise vs. yerine teknolojik bir ürün almalarını beklerim.	Kararsızım	62	22,1%
	Katılıyorum	37	13,2%
	Kesinlikle katılıyorum	74	26,4%
	Kesinlikle katılmıyorum	31	11,1%
	Katılmıyorum	29	10,4%
7. Özel günlerde akraba ziyaretinde gitmektense internet-playstation cafe ya da sinemaya gitmeyi tercih ederim.	Kararsızım	50	17,9%
	Katılıyorum	56	20,0%
	Kesinlikle katılıyorum	114	40,7%
	Kesinlikle katılmıyorum	30	10,7%
	Katılmıyorum	23	8,2%
8. Dijital araçlarla oyun oynadığım için arkadaşlarım ile daha az vakit geçiriyorum.	Kararsızım	49	17,5%
	Katılıyorum	67	23,9%
	Kesinlikle katılıyorum	111	39,6%

*Üniversite Öğrencilerinin Dijital Medya Bağımlılıklarının Ölçülmesi: Adnan Menderes Üniversitesi Atça Meslek Yüksekokulu Örneği*

	Kesinlikle katılmıyorum	33	11,8%
	Katılmıyorum	22	7,9%
9. Oyun oynamayı, arkadaşlarımla vakit geçirmeye tercih ederim.	Kararsızım	49	17,5%
	Katılıyorum	50	17,9%
	Kesinlikle katılıyorum	126	45,0%
	Kesinlikle katılmıyorum	19	6,8%
	Katılmıyorum	32	11,4%
10. Yemeğimi genelde bilgisayar başında yerim.	Kararsızım	34	12,1%
	Katılıyorum	43	15,4%
	Kesinlikle katılıyorum	152	54,3%
	Kesinlikle katılmıyorum	56	20,0%
	Katılmıyorum	36	12,9%
11. Kullandığım elektronik araçların yeni modellerinin ne zaman çıkacağını merakla beklerim.	Kararsızım	46	16,4%
	Katılıyorum	41	14,6%
	Kesinlikle katılıyorum	100	35,7%
	Kesinlikle katılmıyorum	1	,4%
	Katılmıyorum	64	22,9%
	Kararsızım	75	26,8%
12. Gün içerisinde telefonla fazla vakit geçiririm.	Katılıyorum	88	31,4%
	Kesinlikle katılıyorum	27	9,6%
	Kesinlikle katılmıyorum	26	9,3%
	Katılmıyorum	87	31,1%
	Kararsızım	82	29,3%
13. Sosyal medya hesaplarımı sıklıkla kontrol ederim.	Katılıyorum	56	20,0%
	Kesinlikle katılıyorum	26	9,3%
	Kesinlikle katılmıyorum	29	10,4%
	Katılmıyorum	82	29,3%
	Kararsızım	77	27,5%
14. Arkadaşlarımla sosyal medya üzerinden iletişime geçerim.	Katılıyorum	72	25,7%
	Kesinlikle katılıyorum	25	8,9%
	Kesinlikle katılmıyorum	24	8,6%
15. Telefonum yanımda olma-	Katılmıyorum	96	34,3%

*Üniversite Öğrencilerinin Dijital Medya Bağımlılıklarının Ölçülmesi: Adnan Menderes Üniversitesi Atça Meslek Yüksekokulu Örneği*

dığında bir eksiklik hissedirim.	Kararsızım	65	23,2%
	Katılıyorum	62	22,1%
	Kesinlikle katılıyorum	30	10,7%
	Kesinlikle katılmıyorum	27	9,6%
16. Gün içerisinde sosyal ağlarda fazla vakit geçiririm.	Katılmıyorum	71	25,4%
	Kararsızım	65	23,2%
	Katılıyorum	79	28,2%
	Kesinlikle katılıyorum	37	13,2%
17. Günün büyük bir kısmını dijital araçlarla geçiririm.	Kesinlikle katılmıyorum	28	10,0%
	Katılmıyorum	49	17,5%
	Kararsızım	61	21,8%
	Katılıyorum	82	29,3%
18. Sabahları ilk iş olarak mesajlarımı, maillerimi kontrol ederim.	Kesinlikle katılmıyorum	39	13,9%
	Katılmıyorum	76	27,1%
	Kararsızım	68	24,3%
	Katılıyorum	78	27,9%
19. Gittiğim yerlerde wi-fi şifresini sorarım.	Kesinlikle katılmıyorum	28	10,0%
	Katılmıyorum	67	23,9%
	Kararsızım	58	20,7%
	Katılıyorum	91	32,5%
20. Gün içerisinde telefonumdan ya da müzik çalarımın mur-laka birkaç saat bir şeyler dinlerim.	Kesinlikle katılmıyorum	25	8,9%
	Katılmıyorum	81	28,9%
	Kararsızım	71	25,4%
	Katılıyorum	81	28,9%
21. Çevremdeki insanlar teknolojik araçları çok fazla kullandığımı söylüyor.	Kesinlikle katılmıyorum	18	6,4%
	Kararsızım	36	12,9%
	Katılıyorum	81	28,9%

*Üniversite Öğrencilerinin Dijital Medya Bağımlılıklarının Ölçülmesi: Adnan Menderes Üniversitesi Atça Meslek Yüksekokulu Örneği*

	Kesinlikle katılıyorum	52	18,6%
	Kesinlikle katılmıyorum	60	21,4%
	Katılmıyorum	51	18,2%
	Kararsızım	44	15,7%
22. İnternette geç vakitlere kadar oturup uykusuz kalırım.	Katılıyorum	66	23,6%
	Kesinlikle katılıyorum	49	17,5%
	Kesinlikle katılmıyorum	70	25,0%
	Katılmıyorum	154	55,0%
	Kararsızım	57	20,4%
23. Her ay SMS ve/ veya internet paketi alırım.	Katılıyorum	35	12,5%
	Kesinlikle katılıyorum	18	6,4%
	Kesinlikle katılmıyorum	16	5,7%
	Katılmıyorum	61	21,8%
	Kararsızım	44	15,7%
24. Teknolojik araçlar aile hayatımı olumsuz etkiler.	Katılıyorum	68	24,3%
	Kesinlikle katılıyorum	51	18,2%
	Kesinlikle katılmıyorum	56	20,0%
	Katılmıyorum	73	26,1%
	Kararsızım	55	19,6%
25. Teknolojik araçlar uyku düzenimi bozar.	Katılıyorum	65	23,2%
	Kesinlikle katılıyorum	36	12,9%
	Kesinlikle katılmıyorum	51	18,2%
	Katılmıyorum	53	18,9%
	Kararsızım	55	19,6%
26. Teknolojik araçlar sosyal hayatımı olumsuz etkiler.	Katılıyorum	65	23,2%
	Kesinlikle katılıyorum	52	18,6%
	Kesinlikle katılmıyorum	55	19,6%
	Katılmıyorum	74	26,4%
	Kararsızım	64	22,9%
27. Teknolojik araçlar dikkat düzeyimi etkiler.	Katılıyorum	56	20,0%
	Kesinlikle katılıyorum	36	12,9%
	Kesinlikle katılmıyorum	50	17,9%



*Üniversite Öğrencilerinin Dijital Medya Bağımlılıklarının Ölçülmesi: Adnan Menderes Üniversitesi Atça Meslek Yüksekokulu Örneği*

	Katılmıyorum	44	15,7%
	Kararsızım	43	15,4%
28. Teknolojik araçlarla fazla vakit geçirdiğim için ödevlerimi aksattım.	Katılıyorum	56	20,0%
	Kesinlikle katılıyorum	59	21,1%
	Kesinlikle katılmıyorum	78	27,9%
	Katılmıyorum	41	14,6%
29. İnternette fazla zaman geçirebilmek için sıkı sık sorumluluklarımı aksattıyorum.	Kararsızım	36	12,9%
	Katılıyorum	40	14,3%
	Kesinlikle katılıyorum	56	20,0%
	Kesinlikle katılmıyorum	107	38,2%

Verilerin parametrik veya parametrik olmadığını belirlemek için verilere Kolmogorov Smirnov Testi uygulanmıştır.

Tablo 4. Dijital Ortam Ölçeği Normallik Testi

	N	Normal Parameters <sup>a,b</sup>		Kolmogorov-Smirnov Z	Asymp. Sig. (2-tailed)
		Ort.	Std. Sapma		
1. Yeni çıkan oyunları arkadaşlarımdan önce oynayıp bitirmek isterim.	280	3,0750	1,43112	3,196	0,000
2. Oyunda başarılı olmayı çok isterim.	280	2,4071	1,24375	3,223	0,000
3. Oyun oynadığımda kendimi yalnız hissetmiyorum.	280	2,7679	1,34659	2,540	0,000
4. Oyunlarda en üst seviyeye ulaşmak önemlidir.	280	2,5214	1,38589	3,160	0,000
5. Oyunda hedefime ulaşmak için uyku saatimi ertelemişimdir.	280	3,1357	1,44535	2,534	0,000
6. Doğumgünümde ailemden hediye olarak elbise vs. yerine teknolojik bir ürün almalarını	280	3,0250	1,52966	2,777	0,000

beklerim.					
7. Özel günlerde akraba ziyaretinde gitmektense internet-playstation cafe ya da sinemaya gitmeyi tercih ederim.	280	3,6893	1,38083	3,947	0,000
8. Dijital araçlarla oyun oynadığım için arkadaşlarım ile daha az vakit geçiriyorum.	280	3,7357	1,34197	3,738	0,000
9. Oyun oynamayı, arkadaşlarımla vakit geçirmeye tercih ederim.	280	3,7643	1,39693	4,381	0,000
10. Yemeğimi genelde bilgisayarı başında yerim.	280	3,9893	1,31842	5,375	0,000
11. Kullandığım elektronik araçların yeni modellerinin ne zaman çıkacağını merakla beklerim.	280	3,4393	2,35472	4,186	0,000
12. Gün içerisinde telefonla fazla vakit geçiririm.	280	2,5571	1,20793	2,913	0,000
13. Sosyal medya hesaplarımı sıklıkla kontrol ederim.	280	2,3857	1,29286	3,696	0,000
14. Arkadaşlarımla sosyal medya üzerinden iletişime geçerim.	280	2,4000	1,23451	3,261	0,000
15. Telefonum yanımda olmadığında bir eksiklik hissedirim.	280	2,3821	1,31180	3,294	0,000
16. Gün içerisinde sosyal ağlarda fazla vakit geçiririm.	280	2,5929	1,27224	2,763	0,000
17. Günün büyük bir kısmını dijital araçlarla geçiririm.	280	2,8857	1,28172	2,513	0,000
18. Sabahları ilk iş olarak mesajlarımı, maillerimi kontrol ederim.	280	2,5214	1,26982	2,905	0,000
19. Gittiğim yerlerde wi-fi şifresini sorarım.	280	2,6321	1,23728	2,852	0,000
20. Gün içerisinde telefonumdan ya da müzik çalarımın murlaka birkaç saat bir şeyler dinlerim.	280	2,4000	1,19016	2,919	0,000
21. Çevremdeki insanlar teknolojik araçları çok fazla kullandığını söylüyor.	280	3,1214	1,37550	2,579	0,000
22. İnternette geç vakitlere kadar oturup uykusuz kalırım.	280	3,1536	1,42984	2,539	0,000

*Üniversite Öğrencilerinin Dijital Medya Bağımlılıklarının Ölçülmesi: Adnan Menderes Üniversitesi Atça Meslek Yüksekokulu Örneği*

23. Her ay SMS ve/ veya internet paketi alırım.	280	1,8750	1,19830	5,311	0,000
24. Teknolojik araçlar aile hayatımı olumsuz etkiler.	280	2,9893	1,42049	2,406	0000
25. Teknolojik araçlar uyku düzenimi bozar.	280	2,7750	1,43288	2,725	0,000
26. Teknolojik araçlar sosyal hayatımı olumsuz etkiler.	280	3,0036	1,38992	2,520	0,000
27. Teknolojik araçlar dikkat düzeyimi etkiler.	280	2,7286	1,43606	3,127	0,000
28. Teknolojik araçlarla fazla vakit geçirdiğim için ödevlerimi aksattım.	280	3,3000	1,42280	2,977	0,000
29. İnternette fazla zaman geçirebilmek için sıkı sık sorumluluklarımı aksatıyorum.	280	3,5429	1,46829	3,709	0,000

399

Verilerin Kolmogorov-Smirnov Z test değerleri p anlamlık değerleri 0,05'ten küçük ( $p < 0,05$ ) olduğu için verilerin analizinde parametrik olmayan test yöntemleri kullanılacaktır. Dolayısıyla parametrik olmayan iki grup değişkenlerin aralarındaki ilişkiyi incelemek için veriler Mann-Whitney U testi ile birden fazla grup değişkenlerinde Kruskal Wallis H ile analiz edilecektir.

#### Dijital Ortam Ölçeği Güvenilirlik Analizi

Katılımcıların vermiş oldukları Teknoloji Kullanımına İlişkin Algı Ölçeği cevaplarına ilişkin sorulara verilen cevapların güvenilirlik analizi yapılmıştır. Cronbach's Alfa Katsayısının değerlendirilmesinde uyulan değerlendirme ölçütü;

$0.00 \leq \alpha < 0.40$  ise ölçek güvenilir değildir.

$0.40 \leq \alpha < 0.60$  ise ölçek düşük güvenilirliktedir.

$0.60 \leq \alpha < 0.80$  ise ölçek oldukça güvenilirdir.

$0.80 \leq \alpha < 1.00$  ise ölçek yüksek derecede güvenilirdir.

Yapılan analiz neticesinde ankete katılanların dijital bağımlılık oyun alt boyutu puanları ile yaş grupları değişkeni arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılık bulunmamıştır. ( $p < 0,05$ ) Veriler ortalamalar açısından incelendiğinde en yüksek ortalamaya 24 yaş grubu sahip olduğu görülmektedir.

Yapılan analiz neticesinde ankete katılanların dijital bağımlılık sosyal medya alt boyutu puanları ile yaş grupları değişkeni arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılık bulunmamıştır. ( $p < 0,05$ )

Veriler ortalamalar açısından incelendiğinde en yüksek ortalamaya 24 yaş grubu sahip olduğu görülmektedir.

Yapılan analiz neticesinde ankete katılanların dijital bağımlılık günlük hayata etkisi alt boyutu puanları ile yaş grupları değişkeni arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılık bulunmamıştır. ( $p<0,05$ ) Veriler ortalamalar açısından incelendiğinde en yüksek ortalamaya 18 yaş grubu sahip olduğu görülmektedir.

Yapılan analiz neticesinde ankete katılanların dijital bağımlılık genel puanları ile yaş grupları değişkeni arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılık bulunmamıştır. ( $p<0,05$ ) Veriler ortalamalar açısından incelendiğinde en yüksek ortalamaya 24 yaş grubu sahip olduğu görülmektedir.

Yapılan analiz neticesinde ankete katılanların dijital bağımlılık oyun alt boyutu puanları ile cinsiyet grupları değişkeni arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılık bulunmamıştır. ( $p<0,05$ ) Veriler ortalamalar açısından incelendiğinde en yüksek ortalamaya kadın grubunun sahip olduğu görülmektedir.

Yapılan analiz neticesinde ankete katılanların dijital bağımlılık sosyal medya alt boyutu puanları ile cinsiyet grupları değişkeni arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılık bulunmamıştır. ( $p<0,05$ ) Veriler ortalamalar açısından incelendiğinde en yüksek ortalamaya kadın grubunun sahip olduğu görülmektedir.

Yapılan analiz neticesinde ankete katılanların dijital bağımlılık günlük hayata etkisi alt boyutu puanları ile cinsiyet grupları değişkeni arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılık bulunmamıştır. ( $p<0,05$ ) Veriler ortalamalar açısından incelendiğinde en yüksek ortalamaya erkek grubunun sahip olduğu görülmektedir.

Yapılan analiz neticesinde ankete katılanların dijital bağımlılık genel puanları ile cinsiyet grupları değişkeni arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılık bulunmamıştır. ( $p<0,05$ ) Veriler ortalamalar açısından incelendiğinde en yüksek ortalamaya kadın grubunun sahip olduğu görülmektedir.

Ankete katılanların bölüm değişkeni açısından yaşam boyu öğrenme eğilimleri arasında anlamlı farklılık bulunup bulunmadığını incelemek için Kruskal-Wallis H testi yapılmıştır. Yapılan test sonuçları Tablo da gösterilmektedir.

### **Genel Değerlendirme:**

Oyun ile ilgili bağımlılığın değerlendirildiği 1-11 arası soru grubuna bakıldığında ifadelerin almış olduğu değerler 2,40 (Oyunda başarılı olmayı çok isterim ifadesi) ile 3,13 (Oyunda hedefime ulaşmak için uyku saatimi ertelemişimdir ifadesi) arasında değişmektedir. Grubun ortalaması ise 2,84'tür.

Sosyal Medya ile ilgili ifadelerin değerlendirildiği 12-23 arası soru grubunda ifadeler 1,85 (Her ay SMS ve/ veya internet paketi alırım ifadesi) ile 3,15 (İnternette geç vakitlere kadar oturup uykusuz kalırım ifadesi) arasında değişmektedir. Grubun ortalaması 2,99' dur.

Günlük Hayata Etki'nin değerlendirildiği 24-29 arası soru grubuna bakıldığında ifadelerin almış olduğu değerler 2,72 (Teknolojik araçlar dikkat düzeyimi etkiler ifadesi) ile 3,72 (İnternette fazla zaman geçirebilmek için sıkı sık sorumluluklarımı aksatıyorum ifadeleri) arasında değişmektedir. Grubun ortalaması ise 3, 28' dir.

#### **Sonuçlar:**

-Yukarıda da belirtildiği üzere; bu 3 grubun içerisinde en yüksek ortalamaya sahip olanı Günlük Hayata Etki'nin değerlendirildiği ifadelerin bulunduğu grup iken, en düşük ortalama ise Oyun bağımlılığı ile ilgili ifadeleri değerlendirildiği ifadelerin yer aldığı gruptur.

-Genel olarak değerlendirildiğinde öğrencilerin Dijital medya ve Dijital Medya ile ilgili mecralara karşı önemli derecede bağımlı oldukları anlaşılmıştır.

- Öğrencilerin bağımlılıkları hususunda kız yada erkek öğrenciler arasında anlamlı bir fark bulunmadığı anlaşılmıştır.

- Bağımlılık hususunda beklentilerimizin tersine bir biçimde bölümler arasında da anlamlı bir fark bulunmadığı anlaşılmıştır.

#### **KAYNAKLAR**

Babaoğlu, A. N., (1997). Uyuşturucu Tarihi. Kaynak Yayınları, Ankara, s.150

Arslan vd., Lise ve Üniversite Öğrencilerinde Dijital Bağımlılık, UHIVE Dergisi, Sayı 8, S.37, 2015.

Köksal, Y., (2015). İnternet Bağımlılığı İle İnternette Alışveriş İlişkisi Üzerine Bir İncelenme; Üniversite Öğrencileri Uygulaması, Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi Yıl: 7 Sayı:12, s.119

[https://technet.microsoft.com/tr-tr/library/what-is-digital-media-2\(v=ws.11\).aspx](https://technet.microsoft.com/tr-tr/library/what-is-digital-media-2(v=ws.11).aspx)

<http://dijitalreklamcilik.blogspot.com.tr/2013/03/dijital-medya-nedir.html>