

MP3 ÇALAR KULLANIMINI GÜDÜLEYEN FAKTÖRLER

MOTIVATION FACTORS USING OF MP3 PLAYER

Burçin İSPİR*
Ergin AYKOL**

ÖZET

Son yılların en popüler buluşlarından biri olan MP3 çalarlar özellikle öğrenciler arasında oldukça yaygın bir kullanıma sahiptir. Bir ses sıkıştırma formatı olan MP3, lisanslı olmayan müzik eserlerinin paylaşılmasına, oynatılmasına, yüklenmesine izin vermektedir. Bu cihaz ortaya çıkana dek, sadece bilgisayar üzerinde MP3 müzik dinlenebilmekteydi. MP3 çalarların üretilmesiyle birlikte internet üzerinden indirilen şarkıların istenilen her yerde dinlenebilmesi, özel arşivlerin oluşturulması mümkün olmuştur. Bu çalışma üniversite öğrencilerinin, MP3 çalar kullanımlarını güdüleyen faktörleri tanımlamaya yöneliktir. Çalışmada ayrıca öğrencilerin demografik özellikleri ve yenilikçilik tutumları da tanımlanmaktadır. Analiz sonucunda güdüleyen beş temel faktör olarak sosyal onay, eğlence, yalnızlıktan kaçma, boş zaman geçirme ve gerçeklerden kaçış olarak bulunmuştur. Öğrencilerin yenilikçilik tutumlarına ilişkin analiz sonuçları ise MP3 çalara uyumlaşan öğrencilerin uyumlaşmayanlara oranla daha yenilikçi bir tutuma sahip oldukları elde edilen bulgulardandır.

Anahtar Kelimeler: MP3 çalarlar, yeniliklerin yayılması, teknolojik uyumlaşma, kullanımlar ve doyumlar,

ABSTRACT

MP3 players, one of most popular invention in recent years, are wide usage of youth population especially. MP3 which is an audio compression format allows share play and download of unlicensed music production. People can only listens music via computer until this device produced. With producing MP3 players it's possible to listen downloaded music form internet, create personal archive. This study tries to identify motivating factors of MP3 player usage of university students. It's also defined demographic variables and innovation attitudes of university students in this study. According to the data analysis social approve, entertainment, avoidance of loneliness, leisure time passing, escaping from facts are found as five motivation factor. Analysis of attitudes toward innovation shows that adopters of MP3 player have more innovative attitudes than non adopters.

Keywords: MP3 players, diffusion of innovation, technologic adoption, uses and gratification.

* Öğr.Gör.Dr., Anadolu Üniversitesi Porsuk Meslek Yüksekokulu bispir@anadolu.edu.tr

** Yard.Doç.Dr., Anadolu Üniversitesi Porsuk Meslek Yüksekokulu eaykol@anadolu.edu.tr

GİRİŞ

İletişim araçlarındaki gelişmeler tüm hızıyla sürmektedir. Bu gelişmelerin gündelik yaşamda da yerini almaya başlaması, yeni iletişim araçlarının kullanım alanlarının da yayılmasına neden olmaktadır. Gündelik yaşamda eğitimden, alışverişe, iş yaşamından kişiler arası ilişkilere kadar pek çok alanda yeni iletişim araçlarının sağladığı avantajlardan yararlanmaktayız.

Dijitalleşmenin ve mikro elektronik teknolojisinin gelişmesiyle pek çok iletişim aracı küçülmüş ve taşınabilir boyutlara getirilmiştir. Teknolojiden yaşanan bu gelişim sesin de dijitalleşmesine olanak sağlamıştır. Sesin dijitalleşmesi ve sıkıştırma tekniklerinin bulunması, yüksek kapasiteli bilgi yüklemesi, gürültüye karşı direnç, hata düzeltme, kayıpsız kopyalama ve aktarım, hızlı erişim, kolay kurgu ve arşivleme (Ergül, 2006:13) imkânlarını da beraberinde getirmiştir. Sesin dijitalleşmesi ile sağlanan bu avantajlar, dijital ses ortamlarının da profesyonel ve amatör kullanıcılar arasında yaygınlaşmasını sağlamıştır. Bunlardan biri de daha çok amatör kullanıma hizmet eden MP3 çalarlardır. MP3, algılanan ses kalitesini sürekliliğini sağlarken, insan kulağının ve beyninin özelliklerini kullanan yüksek performanslı, algısal ses sıkıştırma kodlama şemasıdır (Pank, 2002:109). MP3 formatı bugün dünyanın en yaygın sıkıştırılmış ses formatı olarak, Bir CD'deki standart müzik parçasının dosya boyutunu 10-14 kat arasında küçültebilmektedir (www. htdergi.net). Böylelikle dijital kayıt ortamına daha çok veri aktarılabilmesine de olanak tanımaktadır. 1992 yılında standartlaşan MP3 formatı günümüzde gençler arasında oldukça

yaygın olarak kullanılmaktadır. Başlangıçta bilgisayar ortamında işitsel dosyaların dinlenmesine izin veren bu format, günümüzde MP3 çalarların üretilmesiyle taşınabilir boyutlara ulaşarak yaygınlığını ve popülerliğini artırmıştır. Günümüzde 60 GB lık kapasiteye sahip olan MP3 çalarlar yoğunlukla müzik dinleme amaçlı kullanılmaktadır. İnternet üzerinden indirilen MP3 formatlı ses dosyaları kablolu, kablosuz veya USB yoluyla MP3 çalara aktarılabilir. Kullanıcıların bireysel tercihleri doğrultusunda arşivlediği verilere erişim oldukça hızlı bir şekilde gerçekleşmektedir. Bireysel istekler doğrultusunda depolanan veriler, dilenen yerde ve zamanda rahatlıkla dinlenebilmektedir. MP3 çalar teknolojisinin günümüzde geldiği nokta dilediğin her yerde işitsel verilere erişim imkânında da sınırları aşmıştır. Sualtı MP3 çalarlar ile kullanıcılar, denizin altında da müzik dinleyebilmektedir. MP3 çalarlar her yerde müzik dinlemenin haricinde, bir sabit disk veya flash bellek olarak da kullanılabilir. Böylelikle kullanıcıların ses dosyaları dışında, farklı formatlardaki dosyalarda yer alan verileri de depolamalarına izin verebilmektedir.

1. MP3 ÇALARLARIN YAYILMASI VE UYUMLAŞMA

1990'larda sonra dijital teknolojide görülen gelişimin toplumsal yaşam içerisinde yerini alması, toplumsal yapının bilgi çağı olarak tanımlanmasına neden olmuştur. Dijitalleşme ile yeni iletişim araçlarının yayılımı ve bireyler tarafından benimsenmesi Rogers (2003)'ün "yeniliklerin yayılması kuramı" ile açıklanmaktadır. Rogers'a göre yeniliklerin yayılması; toplumsal değişim ve gelişim için, toplumsal

sisteme yeni fikirlerin iletişim kanalları boyunca yaygınlaşmasıdır (Geray, 2003:182; Erdoğan ve Alemdar, 2002: 456). Rogers yeniliklerin yayılmasında toplumsal sisteme dışarıdan getirilen yeni düşünce, uygulama yada nesnenin sayısal artışını kastetmektedir (Rogers, 2003:5-12).Yeniliklerin yayılması kuramı bireylerin yeniliğe niçin uyumlaştığını ve uyumlaşma sürecinde hangi faktörlerin etkili olduğunu açıklamaktadır. Teknolojik uyumlaşmaya ilişkin yapılan ilk çalışmalar çoğunlukla öğrenme ve taklit üzerinde yoğunlaşırken, son yıllarda yeniliğe uyumlaşma kararını etkileyen faktörler dikkate alınmaktadır (Baretto, 2003:3).

Rogers ve Shoemaker yeniliklerin yayılmasına dair ilk çalışmalarını 1973 yılında gerçekleştirmiştir. Ancak Rogers (2003), iletişim teknolojilerindeki gelişimi göz önüne alarak modeli 1995 yılında yeniden gözden geçirerek geliştirmiştir. Geliştirilen modelde, yeniliğin yayılımına ilişkin 5 süreçten bahsedilmektedir: bilgi, ikna, karar, uygulama ve onaylama.

Bu süreçteki her aşama ardışık bir şekilde gerçekleşmektedir. Birey öncelikle yenilik hakkında çeşitli kanallarla bilgi alarak, yeniliğin farkında olmaktadır. Daha sonrasında birey yeniliğe ilişkin bir tutum geliştirir. Bireyin yeniliğe ilişkin geliştirdiği tutum olumlu ise, birey yeniliği kabul eder böylelikle teknolojik yeniliğe uyumlaşma gerçekleşir. Bireyin geliştirdiği tutum olumsuz ise, birey yeniliği reddedecektir. Olumlu tutum geliştirerek yeniliği kabul eden birey yeniliği kullanmaya başlar ve son aşamada ise birey yeniliğe uyumlaşma konusunda geliştirdiği tutumun başkaları tarafından da onaylanmasını ister (İspir, 2008:41-42).

Rogers'a göre bireyin yeniliği kabul veya

reddetmesine neden olan çok çeşitli faktörler vardır. Bunlar (Li ve Zeng, 2009:4) uyumlaşanların özellikleri, sosyo ekonomik statü, kişilerarası oluklar ve medya kullanımı, yeniliğin algılanan özellikleridir. Rogers (2003) yeniliğin algılanan özelliklerini üstünlük, uyumluluk, karmaşıklık, denenebilirlik ve gözlenebilirlik olarak tanımlamaktadır.

Lin (1996) bireyin yenilikçilik özelliklerinin de uyumlaşma kararını etkileyen önemli bir faktör olduğunu belirtmektedir. Dupagne (1999), ise bireyin yenilikçilik tutumunun yeniliğe uyumlaşmada tek etken olmadığını belirtmektedir. Yeni teknolojinin özellikleri, bireyin cinsiyeti, yaşı, gelir düzeyi, eğitim seviyesi ve yeniliğe karşı farkındalığı uyumlaşmanın gerçekleşmesinde etkili olan değişkenlerdendir. Yeniliğin farkındalık düzeyini etkileyen değişkenler ise farklı bir iletişim ortamının kullanımı, gelir, cinsiyet olarak belirtilmektedir (Atkin, ve diğerleri, 2003:161)

Teknolojik uyumlaşmaya ilişkin yapılan araştırmalarda yaş ve cinsiyet önemli değişkenler olarak bulunmuştur. Ancak internete uyumlaşmaya ilişkin yapılan bir araştırmanın sonuçlarına göre yaş, cinsiyete göre daha etkili bir değişken olarak yer almaktadır (Bjoerner, 2003:95) Bjoerner'in yapmış olduğu araştırma sonuçlarına göre, uyumlaşmada gençlerin yaşlılara oranla daha istekli olduklarını, erkeklerin de etkileşimli iletişim teknolojisine uyumlaşmada kadınlardan daha istekli olduklarını ortaya koymuştur. İspir (2008)'in dijital televizyon yayıncılığına uyumlaşmaya ilişkin yapmış olduğu araştırma sonuçlarına göre ise bireyin eğitim ve gelir düzeyi, yaş ve cinsiyete göre daha önemli bir değişken olarak uyumlaşma kararında etkili olduğu belirtilmiştir.

Yeni teknolojinin yayılması ve teknolojik uyumlaşmaya yönelik yapılan çalışmalarda “kullanımlar ve doyumlar” kuramı da göz önüne alınmaktadır. Kuram ilk kez Elihu Katz tarafından 1959 yılında ele alınmıştır. Çoğu araştırmalar o dönemlerde medyanın insanlara ne yaptığı ile ilgilenirken, Katz “insanlar medya ile ne yapıyor?” sorusunu sorarak kitle iletişiminde modern anlayışın kapılarını açmıştır (Siraj, 2007:399). Bu bakış açısı bireylerin pasif medya takipçileri olmaktan kurtarıp onları daha aktif bir konuma yerleştirmektedir. Kuram insanların medyayı ve içeriğini gereksinimlerini doyuma ulaştırmak için kendi isteklerini doğrultusunda seçtiğini ifade etmektedir (Ferguson, Greer ve Reardon, 2007: 104). Bu yaklaşım ile bireyler bir bakıma kişisel gereksinimlerine bağlı olarak, iletişim araçlarını kullanmaya yönelik sergilediği seçimi ortaya koymaktadır (Perse ve Dunn, 1998:436). Kullanımlar ve doyumlar kuramı uygulanabilirliği kabul edilmiş bir kuramdır (Lin,1996:574). Bu kuram temel alınarak yapılan araştırmalar sadece bireylerin medyayı değil, teknolojileri de niçin kullandığını açıklamaktadır. İnsanların medya kullanımlarını ve bundan aldıkları farklı doyumlar üzerine kurulu olan yaklaşımda kuramı oluşturan temel öğeler (McQuail ve Windahl, 2005:166); bireylerin medya kullanım davranışlarındaki farklılıklar, bireylerin medya/ teknolojiden beklentileri, bireylerin gereksinimleri, toplumsal ve psikolojik kaynaklar, gereksinim duyulan doyumlar ve diğer (amaçlanmayan) sonuçlar olarak belirtilmektedir. Korganokar ve Wolin (1999), toplumsal kaçış, bireylerarası ilişkilerde güvenlik/gizlilik, bilgi, etkileşimli kontrol, toplumsallaşma, ekonomik güdülenme ve gizlilik olmak

üzere toplam 7 faktörün bireyleri internet kullanımını konusunda güdülediğini belirtmektedirler. Papacharissi ve Rubin(200) ise internet kullanımını güdülenmesinde 5 faktörden bahsetmektedir: bireylerarası yarar, oyalanma, bilgi arama, uygunluk ve eğlence.

Bireylerin etkileşimli televizyon güdülenmesini ise Lee ve Lee (1995) 2 faktörün öne çıktığını ortaya koymaktadır. Rahatlama, stresten uzaklaşma, sıkıntıları atmayı tanımlayan “duygusal yükseliş” ve televizyon izleme deneyimlerinin başkalarıyla paylaşıldığı “toplumsal paylaşım”dır”. Ferguson, Greer ve Reardon (2007) bireylerin MP3 kullanımını eğlence, sıkıcılık, uyarım, yalnızlık ve rahatlama ya da kaçış faktörleriyle açıklamaktadır. Teknolojik uyumlaşmaya neden olan faktörlerde farklılıklar ortaya konulsa bile, hepsinin odaklandığı temel nokta; teknolojinin olanakları doğrultusunda sağlanan kişisel kazançlardır.

Yeni teknolojinin geleceğine yönelik yapılan çalışmalarda, bireylerin demografik yapıları, yeni teknolojiyi kullanım biçimleri, yenilikçilik özellikleri ve yeni teknolojiye uyumlaşma güdüleri, yeni olarak algılananın geleceği ve yayılımı hakkında bilgi verebilmektedir. Bu çalışma da bireylerin, yeni teknoloji olan MP3 çalarlara olan uyumlaşmalarına yönelik tanımlamalara yer verilmektedir. Çalışmanın ana amacı “Üniversite öğrencilerinin MP3 çalarlara olan uyumlaşmalarını tanımlayarak, uyumlaşmalarını güdüleyen faktörleri belirlemektir”. Bu ana amaç doğrultusunda aşağıdaki araştırma sorularına cevap aranacaktır:

- MP3 çalarlara uyumlaşanların demografik özellikleri nelerdir?
- MP3 çalarlara uyumlaşanların yenilikçi tutumları nelerdir?
- Öğrencilerin MP3 çalar kullanımını güdüleyen faktörler nelerdir?

2. YÖNTEM

Yukarıda belirlenen araştırma sorularının cevaplarını verebilmek için veri toplama aracı olarak yüz yüze anket yöntemi kullanılmıştır. Anadolu üniversitesinin lisans ve önlisans düzeyinde örgün öğretim sunan birimlerinde kolayda örnekleme yöntemi ile 300 öğrenciye anket uygulanmıştır. 45 anket hatalı veya eksik doldurulduğundan analiz dışı bırakılmış 255 anket değerlendirilmeye alınmıştır.

Anket 5 bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde demografik veriler toplanmış, ikinci bölümde öğrencilerin yeni teknoloji sahipliği sorgulanmış, 3. bölümde öğrencilerin yenilikçilik tutumunu tanımlamak amacıyla, Lin (1998) tarafından geliştirilen “yenilikçilik ihtiyacı ölçeği” kullanılmıştır. Dokuz ifadeden oluşan ölçek Likert ölçeğindedir. Anketin

4. bölümünde öğrencilerin MP3 çalar kullanım biçimleri sorgulanmıştır. Anketin 5. bölümünü ise MP3 çalar kullanımına etki eden güdüleri tanımlamak amacıyla Ferguson, Greer, Reardon: (2007)’dan uyarlanan 26 ifadelik bir ölçek kullanılmıştır. Ölçek Likert ölçeğindedir.

3. BULGULAR VE YORUM

Katılımcıların yaş ortalaması 21,2’dir. MP3 çalar sahibi olan 175 katılımcının yaş ortalaması ise 20,9’dur. MP3 çalar sahibi olan katılımcıların %68,6’sı erkek, %31,4’ü kadın, %60’ı lisans öğrencisi, %40’ı ön lisans öğrencisidir. Katılımcıların teknoloji sahipliği ise Tablo 1’de görülmektedir. Tablo incelendiğinde, MP3 çalar sahibi olanların olmayanlara oranla biraz daha fazla teknolojik ürünlere sahip olduğu görülmektedir.

Tablo 1: Teknoloji Sahipliği Yüzde Dağılımı

	MP3 Çaları Olanlar (N=175)		MP3 Çaları Olmayanlar (N=80)	
	Var	Yok	Var	Yok
I-Phone	10,3	89,7	10,0	90,0
I-Pod	16,0	84,0	5,0	95,0
Oyun Konsolu	19,4	80,6	5,0	95,0
Dizüstü Bilgisayar	49,7	50,3	38,8	61,3
Masaüstü Bilgisayar	53,7	46,3	52,5	47,5

MP3 çalar sahibi olanların ailenin aylık ortalama geliri 1522,97 TL’dir. Cep harçlıkları aylık ortalaması ise 446,54 TL’dir. MP3 çalar sahibi olmayanların ailenin aylık ortalama geliri 1571,97 TL’dir. Cep harçlıkları aylık ortalaması ise 388,41

TL’dir. Teknoloji sahipliğinin gelir ile doğru orantılı olduğu düşünülse de, MP3 çalar sahibi olanlar ile olmayanların gelir ortalamaları arasında belirgin bir fark bulunmamaktadır. T-test sonuçları da bunu doğrulamaktadır. (Tablo 2)

Tablo 2: Gelir Ortalamaları Arasındaki T-Test Sonuçları

		N	Ortalama	t	Anlamlılık
Ailenin aylık ortalama geliri	MP3 çaları olanlar	145	1522,97	-0,3112	0,756
	MP3 çaları olmayanlar	66	1571,97		
Aylık cep harçlığı	MP3 çaları olanlar	140	446,54	1,1468	0,253
	MP3 çaları olmayanlar	69	388,41		

Katılımcıların yenilikçilik tutumunun ölçümü için Lin (1998) tarafından geliştirilen “yenilikçilik ihtiyacı ölçeği” kullanılmıştır. Ölçeğin güvenilirlik katsayısı 0,91 (Alpha=0,91) bulmuştur. Yeni-

likçilik ihtiyacı ölçeğinde yer alan ifadelerin ortalamaları ve MP3 çalıları olanlar ile olmayanlar arasındaki T-test sonuçları Tablo 3’de görülmektedir.

Tablo 3: Yenilikçilik Tutumu T-Test Sonuçlar *p<0,05

		N	Ortalama	t	Anlamlılık
Yeni teknolojiyi takip etmeyi severim	MP3 çaları olanlar	173	4,1	3,421	0,00*
	MP3 çaları olmayanlar	78	3,6		
En son çıkan yeni cihazların kullanımını öğrenmeyi severim	MP3 çaları olanlar	175	3,9	3,101	0,00*
	MP3 çaları olmayanlar	77	3,4		
Yüksek teknolojiye sahip şeyleri severim	MP3 çaları olanlar	173	4,1	3,305	0,00*
	MP3 çaları olmayanlar	78	3,6		
Yeni teknolojileri denemeye istekliyimdir	MP3 çaları olanlar	169	4,1	3,238	0,00*
	MP3 çaları olmayanlar	78	3,6		
Yeni teknoloji yaşam kalitemi artırır	MP3 çaları olanlar	174	3,9	2,968	0,00*
	MP3 çaları olmayanlar	78	3,4		
Yeni şeyleri öğrenmeye istekliyimdir	MP3 çaları olanlar	175	4,2	2,463	0,01*
	MP3 çaları olmayanlar	77	3,8		
Yeni teknoloji üretkenliğimi artırır	MP3 çaları olanlar	171	3,7	2,596	0,01*
	MP3 çaları olmayanlar	76	3,3		
Yeni fikirleri öğrenmeye istekliyimdir	MP3 çaları olanlar	173	4,1	1,751	0,08
	MP3 çaları olmayanlar	77	3,9		
Risk almaya istekliyimdir	MP3 çaları olanlar	174	3,5	1,191	0,23
	MP3 çaları olmayanlar	78	3,3		

T-test sonuçlarına göre MP3 çaları olanlar, olmayanlara oranla daha çok yeni teknolojiyi takip etmeyi seven, en son çıkan yeni cihazların kullanımını öğrenmeyi seven, yüksek teknolojiye sahip Şeyleri seven, yeni teknolojileri denemeye istekli, yeni teknolojinin yaşam kalitesini arttırdığını döŐenen, yeni Őeyler ğrenmeye istekli, yeni teknolojinin üretkenliği arttırdığını döŐenen bireyler olarak ön plana çıkmaktadırlar.

MP3 alar kullanım biçimleri Tablo 4' de görülmektedir. Buna göre MP3 alar sahiplerinin %66,3' 1 ila 5 yıldır MP3 a-

ları vardır. %49,1'i günde ortalama 30 dk ile 2 saat arasında MP3 alarını kullanmaktadır.%34,9'u haftada bir, %38,6'sı ayda bir müzik yüklemektedir. MP3 alarını en çok gece kullanmaktalar (%40,5). MP3 alar sahiplerinin yarısı, MP3 alarını müzik dinlemek dıŐındaki iŐlerde de (veri depolama gibi) kullanmaktadır. MP3 alar sahiplerinin %54,9'u yürürken, %64,6'sı seyahat ederken MP3 alar kullanmaktadır. Ayrıca MP3 alar sahipleri ortalama 868 Őarkılık bir arŐive sahiptirler.

Tablo 4: MP3 Çalar Kullanım Biçimleri

Değişken	Kategori	f	%
MP3 çalar sahiplik süresi	1 Yıldan az	31	18,3
	1-3 yıl arası	67	39,6
	3-5 yıl arası	45	26,6
	5-7 yıl arası	20	11,8
	7 yıldan fazla	6	3,6
	<i>Toplam</i>	<i>169</i>	<i>100,0</i>
Günlük ortalama kullanım süresi	30 dk'dan az	46	27,5
	30 dk-2 saat arası	82	49,1
	2-5 saat arası	35	21,0
	5 saatten fazla	4	2,4
	<i>Toplam</i>	<i>167</i>	<i>100,0</i>
Müzik yükleme sıklığı	Hergün	20	12,0
	Haftada bir	58	34,9
	Ayda bir	64	38,6
	6 ayda bir	17	10,2
	Yılda bir	7	4,2
	<i>Toplam</i>	<i>166</i>	<i>100,0</i>
En çok kullanılan zaman dilimi	Sabah saatlerinde (07.00-12.00 arası)	22	13,5
	Öğleden sonra (12.00-17.00 arası)	32	19,6
	Akşam saatleri (17.00- 22.00 arası)	43	26,4
	Gece (22.00-07.00 arası)	66	40,5
	<i>Toplam</i>	<i>163</i>	<i>100,0</i>
Müzik dinleme dışında diğer amaçlarla kullanım	Evet	79	49,1
	Hayır	82	50,9
	<i>Toplam</i>	<i>161</i>	<i>100</i>
Günlük etkinliklerle beraber MP3 çalar kullanımı	Yürürken	96	54,9
	Sohbet ederken	7	4
	Ders çalışırken	38	21,7
	Seyahat ederken	113	64,6
	Televizyon izlerken	9	5,1
	İnternette gezinirken	40	22,9
	Kitap okurken	18	10,3
	Hiç bir iş yapmazken	44	25,1
	Yalnızken	2	1,1
	Uyumadan önce	11	6,3

Bu çalışmanın ana odak noktası MP3 çalar kullanıcılarının MP3 çalar kullanımını etkileyen güdeleri bulmaktır. MP3 kullanımı güdüleyen faktörleri bulmak amacıyla 26 ifadeden oluşan bir ölçek

kullanılmıştır. Bu 26 ifadenin gruplandırılması, sınıflandırılması ve MP3 kullanımını güdüleyen faktörleri tespiti amacıyla faktör analizi (Principal Component Factor) yapılmıştır.

Veri setinin faktör analizine uygun olup olmadığını değerlendirmek için Bartlett ve KMO testleri yapılmıştır (Tablo 5). Testlerin sonuçlarına göre KMO değeri 0,50 üzerinde ve Bartlett testi de anlamlıdır. ($p < 0,05$).

Tablo 5: KMO ve Bartlett Testi Sonuçları

Kaiser-Meyer-Olkin	Bartlett's Test		
0,88	Ki-Kare	sd	P
	2660,54	325	0,000*

Faktör analizinde 0,50'nin altında ortak varyansa sahip olan ifadelerin analizden çıkarılması önerilmektedir (Kalaycı, 2006:329). Yapılan ilk analiz sonucunda 26 ifadenin ortak varyansları incelenmiş ve 0,50'nin altında düşük ortak varyansa sahip olan 1. 7. ve 10. ifadeler analizden çıkarılmıştır. 23 ifade üzerinden ikinci faktör analizi yapılmıştır. Faktör analizinde maddelerin tek bir faktörde yüksek yük değerine, diğer faktörlerde düşük yük değerine sahip olması istenir. Bir maddenin (ifadenin) yüksek yük değeri verdiği faktörün dışında, ikinci bir faktörle verdiği yük değeri arasındaki farkın en az 0,10 olması istenmektedir (Büyüköztürk, 2002:119). Bu kriterden hareketle 20. ifadenin birinci ve üçüncü faktörde verdiği yükler arasındaki fark 0,05 olduğundan bu ifade de analiz dışı bırakılmıştır. Bu aşamada 22 ifade üzerinden üçüncü analiz yapılmıştır.

Yapılan analiz MP3 kullanımı güdüleyen faktörler olarak öz değeri 1'den büyük 5

faktör bulunmuştur. Bu 5 faktör toplam varyansın %71,9'unu açıklamaktadır. Faktör analizi sonucunda ortaya çıkan beş faktörün açıkladığı toplam varyansın yüzde payının yüksek olduğu ifade edilebilir.

Tablo 6 incelendiğinde kullanımı güdüleyen faktörlerden birincisi, sekiz değişken oluşmakta olup "*Sosyal Onay*"; ikincisi, sekiz değişken oluşmakta olup "*Eğlence*"; üçüncüsü iki değişkenden oluşmakta olup "*Yalnızlıktan Kaçma*"; dördüncüsü, iki değişkenden oluşmakta olup "*Boş Zaman Geçirme*" ve beşincisi iki değişkenden oluşmakta olup "*Gerçeklerden Kaçış*" olarak isimlendirilmiştir. Her bir faktöre ilişkin güvenilirlik katsayısı (Cronbach-alpha) 0,93 ile 0,60 arasında değişmektedir. Alpha katsayısına bağlı olarak; $0,60 \leq \alpha \leq 0,80$ ise ölçek oldukça güvenilir olarak yorumlanmaktadır (Kalaycı, 2006:405). Buna göre her bir faktöre ilişkin güvenilirlik katsayıları kabul edilebilir düzeydedir.

Tablo 6. MP3 Kullanımını GÜdüleyen Faktörler

İfade	Faktörler	ORT.	Faktör Yükleri	Özdeğer	Açıklanan Varyansın %'si	Alpha
Sosyal Onay						
25	Arkadaşlarım kullanıyor ve onların grubuna dâhil olmak istiyorum	2,07	0,92	8,05	36,59	0,93
24	Daha havalı görünüyorum.	2,16	0,86			
26	Diğer insanlara kişiliğimi yansıtabilirim.	2,26	0,85			
22	Benim için önemli olan insanlar MP3 çalar kullanmamı öneriyorlar.	2,39	0,83			
17	MP3 çalar kullandığımda ailem ve arkadaşlarım tarafından daha fazla kabul görüyorum.	2,16	0,82			
19	Benim için önemli olan insanlar MP3 çalar kullanmamı öneriyorlar.	2,34	0,80			
21	Birlikte olacak ya da konuşacak başka biri olmadığı için.	2,53	0,67			
23	Aileden ya da başkalarından kaçabiliyorum.	2,46	0,61			
Eğlence						
3	Beni rahatlatıyor.	3,87	0,85	4,21	19,12	0,91
5	Hoş bir dinlenme biçimi.	3,91	0,83			
12	Beni eğlendiriyor.	3,89	0,81			
13	Zevkli.	3,97	0,80			
2	Beni dinlendiriyor.	3,82	0,80			
18	MP3 çalar kullanımının eğlenceli olduğunu düşünüyorum	3,54	0,74			
11	Arkadaşlarımın bahsettiği müzikleri dinleyebiliyorum.	3,51	0,73			
9	Güncel müziklerle ilgili olarak başkalarıyla konuşabiliyorum.	3,15	0,54			
Yalnızlıktan Kaçma						
15	Daha az yalnız hissetmemi sağlıyor.	3,20	0,83	1,51	6,84	0,89
16	Yalnız hissetmek zorunda kalmıyorum.	3,02	0,78			
Boş Zaman Geçirme						
8	Zaman öldürmek için kullanıyorum.	2,88	0,80	1,07	4,84	0,60
14	Beni oyalıyor.	3,69	0,63			
Gerçeklerden Kaçış						
6	Yapıyor olduğum şeyden kaçabiliyorum.	2,98	0,81	1,01	4,56	0,69
4	Okulu, işi ve diğer şeyleri unutabiliyorum.	3,33	3,64			
<i>Toplam Açıklanan Varyans</i>				<i>71,94</i>		

SONUÇ VE ÖNERİLER

Bu araştırma ile niversite ğrencilerinin MP3 alarlara uyumlaşmasını etkileyen faktörler ortaya konmaya çalışılmıştır. Yeni teknolojinin yayılmasında ve uyumlaşmanın gerçekleşmesinde etkili olan, bireylerin demografik özellikleri ve yenilikçilik tutumları da belirlenmeye çalışılmıştır. Öncelikle MP3 alarlara uyumlaşan ve uyumlaşmayan öğrencilerin demografik özellikleri tanımlanmış ve onların yeni teknoloji sahiplikleri sorgulanmıştır. Yapılan analiz sonucunda MP3 alara uyumlaşanların, uyumlaşmayanlara oranla daha fazla teknolojik ürünlere uyumlaşmış oldukları söylenebilir.

Üniversite ğrencilerinin ailelerinin gelir düzeylerine ilişkin yapılan analiz sonucunda MP3 alara uyumlaşan ve uyumlaşmayan öğrencilerin ailelerinin gelir düzeyleri arasında anlamlı bir fark bulunmamıştır. Atkin ve diğerleri (2003), Dupagne (1999) ve İspir (2008)' in bireylerin gelir düzeyinin yeni teknolojiye uyumlaşmada önemli bir değişken olduğuna dair bulguların aksine gelir, MP3 alarlara uyumlaşmada önemli bir değişken olarak yer almamaktadır.

Öğrencilerin yenilikçilik tutumlarına yönelik yapılan analiz sonuçlarına göre ise MP3 alara uyumlaşanların, uyumlaşmayanlara oranla daha yenilikçi tutuma sahip oldukları sylenabilmektedir. Bu bulgular literatür ile paralellik göstermektedir.

MP3 alar kullanım biçimlerine ilişkin analiz sonuçlarında, ğrencilerin MP3 alar sahipliklerinin yeni olduğu söylenbilir. Öğrencilerin %66'sı son beş yıldı MP3 alar uyumlaşmasını gerçekleştirmiştir. Uyumlaşan ğrencilerin neredeyse yarısı MP3 alarını yoğunlukla 0,5-2 saat

arası kullanırken, zaman dilimi olarak da gece 22.00'den sonrasını tercih etmektedir. Bu bulgu MP3 aların daha yalnız kalınan zamanlarda kullanıldığını da ortaya koymaktadır.

MP3 alar kullanımını güdüleyen faktörleri belirlemek amacıyla yapılmış olan faktör analizi sonuçları ise 5 temel faktörün olduğunu ortaya koymaktadır. Sosyal onay, eğlence, yalnızlıktan kaçma, boş zaman geçirme ve gerçeklerden kaçış olarak belirlenmiştir. Literatürdeki, yeni teknoloji uyumlaşmasını güdüleyen faktörlere ilişkin farklı çalışmalarla eğlence, rahatlama, zaman geçirme ve gerçeklerden kaçma noktasında paralellik gösterirken, toplum tarafından onaylanma, benimsenme ve statü kazanma açısından ek bir faktör literatüre eklenmiştir. Ayrıca ğrencilerin yalnızlıktan kurtulma amacıyla MP3 çaları kullanması da literatüre katkı sağlayacak faktörlerden biridir.

Araştırma MP3 alar uyumlaşmasına neden olan ve güdüleyen faktörleri tanımlamaktadır. Elde edilen bulgular gelecekteki teknolojik uyumlaşma ve yayılma çalışmalarına ışık tutacak niteliktedir. Farklı değişkenlerin göz önüne alındığı ileri araştırmalara ihtiyaç vardır. Teknolojik uyumlaşmaya etki eden teknolojinin sahip olduğu özellikler, bireylerin yeni teknolojiye yüklediği değer de yayılımın ve uyumlaşmanın gerçekleşmesinde önemli olan faktörlerdendir. İleri araştırmaların bu doğrultuda literatüre katkı sağlayabilecektir. Ayrıca MP3 alarlara öğrencilerin uyumlaşma yaygınlığı göz önüne alındığında ğretim amaçlı kullanımına yönelik tutumların belirlenmesi de araştırılacak konular arasında yer alabilir.

KAYNAKÇA

Atkin, David J. Kim Neuendorf, Leo W. Jefress ve Paul Skalski. (2003), "Predictors of Audience Interest in Adopting Digital Television" *The Journal of Media Economics*. 16, 3: 159-173.

Barreto, Leonardo. (2003) "Gaps and Needs in Technology Diffusion Models:the Perspective of an Energy-System Modeler." *Workshop on Clean Technologies Diffusion Modeling*. 1-11. Seville.

Bjoerner, Thomas (2003) "The Early Interactive Audience of a Regional TV-Station (DVB-T) in Denmark." *Proceedings of the 1st European Conference on Interactive Television:From Viewers to Actors?* 91-97, U.K:Brighton.

Büyüköztürk, Şener (2002), *Sosyal Bilimler için Veri Analizi El Kitabı*. Ankara: Pagem Yayıncılık

Dupagne, Michel (1999). "Exploring the Characteristics of Potential High Definition Television Adopters" *The Journal of Media Economics*. 12, 1: 35-50

Erdoğan, İrfan ve Korkmaz Alemdar (2002). *Öteki Kuram*. Ankara:Erk Yayınları.

Ergül, Reha Recep (2006) *Sayısal Ses*. Eskişehir: Eğitim Sağlık ve Bilimsel Araştırma Vakfı Yayın No:153

Ferguson, Douglas A., Clark F. Greer, ve Michael E. Reardon. (2007) "Uses and Gratification of MP3 Players by College Students: Are iPods More Popular Than Radio" *Journal of Radio Studies*. 14 ,2:102-121

Geray, Haluk. (2003) *İletişim ve Teknoloji*. Ankara:Ütopya Yayınları

İspir, Burçin.(2008) "Bilgi Çağında Dijitalleşme ve Yeni Teknolojiye Uyum: Türkiye Dijital Televizyon Yayıncılığı Örneği" *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İletişim Anabilim dalı Yayınlanmamış Doktora Tezi*

Kalaycı, Şeref (2006). *SPSS Uygulamalı*

Çok Değişkenli İstatistik Teknikleri. Ankara: Asil Yayınları,

Korgaonkar, Pradeep K. ve Lori D. Wolin (1999). "A Multivariate Analysis of Web Usage" *Journal of Advertising Research*. 39,2 : 53-68.

Lee Barbara ve Robert S. Lee (1995). "How and Why People Watch TV:Implications for the Future of Interactive Television" *Journal of Advertising Research*. 35,6: 9-18,

Li, Xigen ve Lilly Zeng (2009) "Technology Attributes,Perceived Value of Information, and Social Utility as Predictors of Podcast Adoption and Use" *59th Annual Conference of the International Communication Association U.S.A.:* Chicago:May 22

Lin, Carolyn A (1996). "Looking Back: The Contribution of Blumler and Katz's Uses of Mass Communication to Communication Research". *Journal of Broadcasting and Electronic Media*. 40, 4: 574-581,.

McQuail, Denis ve Sven Windahl (2005). *İletişim Modelleri*. Çev:Konca Yumlu. Ankara:İmge Kitabevi,

Pank, Bob. (2002) *The Digital Fact Book*. 11th ed. Quantel R&D.

Papacharissi, Zizi ve Alan M. Rubin (2000). "Predictors of Internet Use" *Journal of Broadcasting and Electronic Media*. 44, 2: 175-196,.

Perse, Elizabeth M. ve Debra Greenberg Dunn (1998). "The Utility of Home Computers and Media Use:Implications of Multimedia and Connectivity" *Journal of Broadcasting and Electronic Media*. 42, 4: 435-457,

Rogers, Everett M. (2003) *Diffusion of Innovations*. 5th ed. U.S.A.:Free Press,

Siraj, Syed Abdul (2007) "Synthesis of the structure and Functions of the Uses and Gratification Model" *European Journal of Scientific Research*. 17,3 :399-408*