

## SOSYAL AĞ KULLANICILARININ BİLİŞSEL KAPILMA DÜZEYLERİ\*

Özcan Özgür DURSUN\*\*  
Cem ÇUHADAR\*\*\*

### ÖZET

Sosyal ağlar, kullanıcıların yoğun etkileşim deneyimi yaşadıkları ve bu sayede kullanım oranları gün geçtikçe artan internet uygulamalarıdır. Yapılan araştırmalar ve kullanım istatistikleri, internette geçirilen sürenin büyük bir bölümünün sosyal ağlarda geçirildiğini göstermektedir. Sosyal ağların bireyleri kendine çeken bu yapısı güncel araştırmalara da konu olmaktadır. İnternet bağımlılığı, problemli internet kullanımı gibi birçok farklı değişken kapsamında tartışılan bu kullanım oranları web ortamının bireylerde oluşturduğu derin bağlanma duygusuyla da açıklanmaktadır. Alanyazında Bilişsel Kapılma Kuramı olarak adlandırılan bu yapı teknoloji ile ilgili deneyimlerde yaşanan derin bağlılık durumu olarak tanımlanmaktadır. Dolayısıyla sosyal ağ kullanıcılarının araştırmalarda ortaya konulan yoğun kullanım oranları, sosyal ağların bireylerde derin bağlılığa neden olabilecek birtakım özellikleriyle ilişkili olabilir. Bu araştırma kapsamında bilişsel kapılma kuramının alt boyutlarından olan zaman, merak, ilgi ve zevk faktörlerinin kullanıcıların sosyal ağ kullanımları üzerinde ne yönde etkide bulunduğu araştırılmıştır. Araştırma, 71'i kadın ve 331'i erkek olmak üzere toplam 402 sosyal ağ kullanıcısı ile gerçekleştirilmiştir. Araştırma verileri Bilişsel Kapılma Ölçeği ve bilgi formu ile toplanmıştır. Veriler betimsel istatistikler, t-testi ve tek yönlü ANOVA testi yardımı ile analiz edilmiştir. Elde edilen bulgulara göre cinsiyet değişkeninin bireylerin bilişsel kapılma düzeyleri üzerinden anlamlı bir etkisinin bulunmadığı, sosyal ağ kullanım sürelerinin internet kullanım sürelerinin oldukça önemli bir bölümünü oluşturduğu, sosyal ağlardaki arkadaş sayılarının ve sosyal ağ kullanımı konusunda kendini sınırlandırma ve sınırlandırmama davranışlarının bireylerin bilişsel kapılma düzeylerini yordamadığı sonuçlarına ulaşılmıştır.

*Anahtar Kavramlar:* Web, Sosyal ağlar, Bilişsel kapılma

## COGNITIVE ABSORPTION LEVELS OF SOCIAL NETWORK USERS

### ABSTRACT

Social networks are internet applications which allow users to experience intensive interactions and which are increasingly becoming popular today. Studies conducted and statistics related to the use of social networks demonstrate that a large amount of the time spent on the internet is allocated to social networks. This appealing feature of social networks has also drawn researchers' attention. The rate of use of social networks discussed within the scope of a number of variables such as internet addiction and problematic

\* Bu çalışmanın bir bölümü Amerika Birleşik Devletleri'nde 2013 yılında düzenlenen AECT - International Convention Kongresinde sözlü bildiri olarak sunulmuştur.

\*\* Yrd. Doç. Dr., Anadolu Üniversitesi, Eğitim Fakültesi, Bilgisayar ve Öğretim Teknolojileri Eğitimi Bölümü, Eskişehir/TÜRKİYE, Telefon: +90 222 335 05 79 E-posta: [odursun@anadolu.edu.tr](mailto:odursun@anadolu.edu.tr)

\*\*\* Doç. Dr., Trakya Üniversitesi, Eğitim Fakültesi, Bilgisayar ve Öğretim Teknolojileri Eğitimi Bölümü, Edirne/TÜRKİYE, Telefon: +90 284 212 08 08 E-posta: [cemcuhadar@trakya.edu.tr](mailto:cemcuhadar@trakya.edu.tr)

internet use is explained with the feeling of deep involvement to the Web. In literature, this structure, called Cognitive Absorption Theory, is defined as deep involvement with technology. Therefore, social network users' intensive usage rates revealed in studies might have a relationship with certain features of social networks that could lead to deep involvement. The present study investigated the effects of the sub-factors of cognitive absorption such as time, curiosity, interest and pleasure on individuals' use of social networks. Sample of the research contain 402 social software user (71 female and 331 male). Cognitive Absorption Scale was used to data collection. To analysis data, descriptive statistic, t-test and one way ANOVA test was used. The findings obtained demonstrated that the variable of gender did not have any significant influence on individuals' levels of cognitive absorption; that their social network use time constituted a great deal of their internet use time; that the number of their friends in social networks and their attempts to restrict or not to restrict their social network use did not predict their levels of cognitive absorption.

**Keywords:** Web, Social networks, Cognitive absorption

## 1. GİRİŞ

Sosyal ağlar, Web teknolojilerinin etkileşimli bir boyut kazanmasıyla birlikte gündelik yaşam pratiğine dahil olmuş popüler internet uygulamalarıdır. Bu popülerliklerini aynı anda farklı disiplinleri buluşturabilen yapısıyla giderek daha da artırmaktadır. Sosyal ağların eğitsel yönüne odaklanan çalışmalar kadar (Wanderhoven, Schellens ve Valcke, 2014; Kezar, 2014) ekonomik potansiyellerine vurgu yapan (Lu ve Yang, 2013) örneklere alanyazında sıkça rastlanmaktadır. Sosyal ağlar artık birçok farklı sektörü milyarlarca insanı bir araya getirebilen devasa bir gücün sanal oluşumu olarak konumlanmıştır.

Web 2.0 teknolojilerinin internetin iletişim ve etkileşim yönünü daha ön plana çıkarması, internet ortamını bir bakıma sanal bir sosyal etkileşim ortamına dönüştürmüştür. Sanal olarak oluşan bu etkileşim ortamı gün geçtikçe kullanıcılar tarafından daha fazla tercih edilmektedir. Öyle ki gündelik internet kullanım oranlarının büyük bir bölümü sosyal ağ kullanımına ayrılmaktadır (Nielsen, 2012; Nielsen, 2011; Tektaş, 2014). Bu tercihin altından yatan nedenler sosyal ağ ortamlarında kullanıcıların beklentilerini karşılamaya yönelik sunulan olanaklar temelinde açıklanabilir. Sosyal ağ kullanımını sosyal bulunuşluk algısı temelinde açıklayan çalışmalar (Cheung, Chiu ve Lee, 2011) olduğu gibi; kullanıcıların bu tercihini iletişim ve etkileşim gereksinimi temelinde açıklayan araştırmalara (Cheung ve Lee, 2010) da rastlanmaktadır. Alanyazında sosyal ağların kullanım amaçlarına odaklanan çok sayıda araştırma yer almaktadır (Amichai-Hamburger ve Vinitzky, 2010; Cheung, Chiu ve Lee, 2011; Koç ve Karabatak, 2012, Lu ve Yang, 2013). Bu kullanım amaçlarını; iletişim ve etkileşim, eğlence, zaman geçirme, merak giderme, sosyalleşme, eğitim, ilgi ve zevk temelinde sınıflandırmak olanaklıdır.

Eğlence, sosyal ağların en önemli kullanım amaçları arasında gösterilebilir. Bireylerin sanal ortamı eğlenmek için tercih etmesi ise sosyal ağların sanal ortamda eğlenceye dönük uygulamalarının çeşitliliğiyle açıklanabilir. Özellikle sosyal ağ oyunlarının giderek yaygınlaşması, bireylerin eğlenmeye yönelik tatmin arayışlarını sosyal ağlarda giderdikleri sonucunu doğurabilir. Bireyin sosyal ağlarda duygusal yönden daha

fazla tatmin olması bu ortamda daha fazla zaman harcamasına da neden olmaktadır. Yakın geçmişte bireylerin internet karşısında geçirdikleri fazla zaman bilgisayar ve internet bağımlılığı kavramları ile açıklanırken artık sosyal ağ bağımlılığı kavramından söz edilmeye başlanmıştır. Çünkü sosyal ağların bireylerin gündelik internet kullanım sürelerinin önemli bir bölümünü oluşturduğunu gösteren araştırmalara (Tektaş, 2014), internete her bağlanıldığında mutlaka sosyal ağ hesaplarının da kontrol edildiğine vurgu yapan araştırmalara (Koç ve Karabatak, 2012) rastlanmaktadır.

Merak duygusu insanların gidermek konusunda büyük çaba sarf etmeleri önemli bir duygudur. Özellikle sosyal ağların gelişimiyle birlikte sanal ortamdaki merak duygusu ve bu merakın giderilmesine yönelik eylemlere de odaklanan çalışmalara rastlanmaktadır. Merak duygusuna bağlı olarak oluşan bilgi edinme isteği, bireylerde başka bireylere ait paylaşımları inceleme, başka bireylerin hayatlarına girme davranışına yol açmaktadır. Sosyal ağların bireyleri kendi yaşantılarını başkalarınınkiyle kıyaslama konusunda cesaretlendirdiği de vurgulanmaktadır (Steers, Wickham ve Acitelli, 2014). Bu bilgi edinme davranışının temelinde de kıyaslama güdüsünün yattığı vurgulanmaktadır (Lee, 2014). Sosyal Kıyaslama Teorisi (Festinger, 1954) bu noktada bu bilgi edinme davranışını açıklamak için işe koşulabilir. Teoriye göre birey kendi bulunduğu konumu başkalarının konumlarıyla karşılaştırarak değerlendirme eğilimindedir. Dolayısıyla sosyal ağlardaki merak duygusunun temelinde, farklı insanların profillerinin incelenmesi yoluyla onlar hakkında bilgi edinme ve beraberinde kendi sosyal konumunu kıyaslama davranışının yattığı söylenebilir.

Birey sosyal bir varlıktır. Dolayısıyla yaşadığı dünya gerçek ya da sanal olsun sosyalleşme gereksinimini karşılamaya dönük eylemler içine girecektir. Sosyal ağların bireye sanal ortamda bu sosyalleşme fırsatını vermesi kullanımına ilişkin önemli bir tercih nedeni olarak değerlendirilebilir. Fakat alanyazında bireyin aidiyet duygusunun, üyesi olduğu sosyal ağ sayısı ile ters orantılı olduğu da vurgulanmaktadır (Cheung, Chiu ve Lee, 2011). Açmak gerekirse, bireyin katıldığı sosyal ağ yada sosyal oluşum sayısı ne kadar fazlaysa bireyde oluşacak aidiyet duygusunun da o derece düşük olacağı alanyazında vurgulanmaktadır. Buradan hareketle, sosyal ağ ortamında sosyalleşebilmek ve bir aidiyet duygusu oluşturabilmek etkileşimde olunan sosyal ağ sayısının belirli bir düzeyde tutulması gerektiği şeklinde bir değerlendirme yapılabilir.

Sosyal ağların önemli kullanım amaçlarından biri de eğitsel etkinliklerin düzenlenmesidir. Sosyal ağların iletişimsel ve etkileşimsel özellikleri öğrenenlerin birbirleriyle ve öğretmenleriyle girecekleri etkileşimi kolaylaştırarak sosyal bir yapı sunmaktadır. Günümüzde yaygın olarak kullanılan Facebook, Twitter, Google+ gibi sosyal ağların yanı sıra sadece eğitsel etkinlikleri düzenlemek üzere işe koşulmuş Twiducate, Edmodo gibi sosyal ağ uygulamaları da yaygın olarak kullanılmaktadır. Bu uygulamalar, öğrencilerin birbirleriyle etkileşim kurmalarını olanaklı kıldığı gibi, bağlamın dışındaki öğrencilerle, öğretmenlerle ve içeriklerle de etkileşim sağlanmasına olanak tanımaktadır (Education Week, 2012).

Son yıllarda çevrimiçi ortamların gelişmesi, sosyal ağlarda bulunan bireyleri temel alan ilgi odaklı uygulamaların çeşitlenmesini de beraberinde getirmiştir. Bu ortamlarda bireylere sağlanan sosyal doyum hissi, çevrimiçi ortamların bireylerde bağımlılık yapacak

bir boyuta kadar ulaşmasına da neden olmaktadır (Hazar, 2011). Sosyal ağlarda var olmanın, kabul görmenin ve beğenilmenin verdiği tatmin duygusunun bireyin gerçek dünyada gerçek kimliğiyle var olmaktan aldığı tatmin duygusuna eşdeğer hale gelmesi, bir bakıma gerçekte sanalın yer değiştirmesi (Dirik, Taşkesen, Ekin ve Alp, 2012) ise, bu ortamların bireyin bilişsel yapıları üzerinde ne derece etkide bulunduğunu da gözler önüne sermektedir. Yakın geçmişte bağımlılık temelli çalışmalar ağırlıklı olarak bilgisayar ve internet odaklı iken, günümüzde artık mobil teknolojilerin de gelişmesiyle birlikte sosyal ağların bireylerde oluşturdukları bağımlılık durumları daha fazla araştırılmaktadır. Kuşkusuz bu araştırma eğiliminde, sosyal ağların bireylere sağladığı sanal yaşam deneyimlerinin çeşitlenmesinin de önemli bir payı bulunmaktadır.

Birçok sosyal ağ yapılanması olmasına karşın bireyler bu ağlara ilgileri doğrultusunda katılır aldıkları zevk duygusuyla paralel olarak bu ağlarda bulunmayı sürdürür ve paylaşımda bulunurlar. İlgi kavramı, bir eyleme yönelik yüksek seviyede dikkat, yoğun çaba, devam eden etkileşim, haz ve başarıma isteğinin şekillendirdiği bir psikolojik durum olarak tanımlanabilir (Hidi, 2000; Renninger, 2000). Zevk kavramı ise, hoşça giden veya çekici bir şeyin elde edilmesinden, düşünülmesinden doğan hoş duygu, haz olarak tanımlanabilir (TDK, 2014). Sosyal ağların bireylerin ilgilerine yönelik içerik barındırması ve bu içeriklere erişimin bireyde zevk duygusu oluşturması sosyal ağların kullanım nedenleri arasında bu iki kavramın da yer almasına neden olmaktadır. Ek olarak narsist davranış yapısıyla sosyal ağ kullanımı arasında da pozitif yönde bir ilişki olduğu alanyazında vurgulanmaktadır (Carpenter, 2012). Narsizmin zevk faktörüyle ilişkili olduğu, dolayısıyla bireyin sosyal ağlardan aldığı zevk duygusunun kendini beğenme davranışıyla da şekillenebildiği söylenebilir. Benzer şekilde sosyal ağ kullanımı ile benlik saygısı arasında da bağ olduğu alanyazında vurgulanmaktadır (Ong ve diğerleri, 2011; Nadkarni ve Hofmann, 2011). Gerek bireyin kendini beğenme duygusu (narsizm) gerekse benliğine ilişkin duyduğu saygının derecesi sosyal ağların kullanımından haz almaya ilişkilendirilebilir. Daha da açmak gerekirse bireyler sosyal ağlarda kişisel profillerini oluştururken beğenilme, takdir, sevgi ve saygı görme beklentilerini karşılama eğilimindedirler. Bu eğilimi ise sosyal ağa özgü kurguladıkları kimlikleri aracılığıyla edinmektedirler. İnternetin iletişimsel etkinlikler bağlamında kullanılmaya başlanmasıyla birlikte anonimlikten görünürlüğe doğru bir geçiş yaşanmıştır. Günümüz sosyal ağ uygulamaları bireylere profil oluşturma, bu profili düzenleme ve diledikleri görsel işitsel içerikleri diledikleri kişilerle paylaşabilme fırsatı sunmaktadır. Kullanıcılar sosyal ağlarda içerik paylaşırken bir bakıma kendi kişisel profillerinin de bir sunumunu gerçekleştirirler. Oluşturulan bu profiller kişinin beğenilme isteği ve bu isteğin karşılanması noktasında önemli katkılar sağladığı gibi bireye oluşturduğu profile toplum tarafından arzu edilmeyen ve kabul görmeyen bazı özellikleri de gizleme ve bastırma fırsatı sunmaktadır (Zhao, Grasmuck, Martin, 2008).

Sosyal ağların sıralanan kullanım amaçları bağlamında düşünüldüğünde bu ortamların bireylerin birtakım sosyal gereksinimlerini karşıladığı değerlendirilebilir. Bununla birlikte, sundukları cazibe algısı ve bağımlılık/aidiyet yapılarıyla paralel olarak, kullanıcıları etkiledikleri ve kullanıcılarda bir duygusal bağlanma oluşturdukları söylenebilir. Alanyazın incelendiğinde bireylerin teknolojiye karşı oluşturdukları derin

bağlılık hissini açıklayan çeşitli yaklaşımlar ve kuramlar olduğu görülmektedir. Bilişsel Kapılma Kuramı da bunlar arasında bireylerin teknolojiye karşı duydukları derin bağlılık duygusuna odaklanması nedeniyle önemli bir yere sahiptir. Bilişsel Kapılma Kuramı, “teknoloji ile ilgili deneyimlerde yaşanan derin bağlılık durumu” biçiminde tanımlanmaktadır (Agarwal ve Karahanna, 2000). Koçak Usluel ve Kurt Vural’a göre (2009) bilişsel kapılma, birey-teknoloji etkileşiminde bireyin yaşadığı deneyimleri anlamaya yönelik bir yaklaşım sunmaktadır. Kuramda tanımlanan derin bağlılık durumu zaman, merak, ilgi, zevk ve kontrol olmak üzere beş farklı boyutta açıklanmaktadır (Agarwal ve Karahanna, 2000):

- *Zaman boyutu*, teknoloji kullanımında zamanın nasıl geçtiğinin anlaşılabilmesi durumuyla,
- *Merak boyutu*, teknolojiyle etkileşimde bulunurken bireyin meraklı olması durumuyla,
- *İlgi boyutu*, teknoloji ile etkileşimde bulunurken dikkatin tamamen yapılan şeye verilmesi haliyle,
- *Zevk boyutu*, teknoloji ile etkileşimde bulunmaktan zevk alma durumuyla,
- *Kontrol boyutu*, teknoloji ile etkileşim sürecinde bireyin kontrolün kendinde olduğunu hissetmesi durumu olarak açıklanmaktadır.

Özellikle bilişsel bağlama odaklanması ve bireylerin teknoloji kullanım davranışlarını anlamaya ve açıklamaya çalışması bakımından Bilişsel Kapılma Kuramı bu araştırmada sosyal ağların kullanım dinamiklerini açıklayabilmek üzere işe koşulmuştur.

## 2. AMAÇ

Bu araştırmanın amacı, kullanıcıların sosyal ağlara yönelik bilişsel kapılma durumlarının çeşitli değişkenlere göre incelenmesidir. Bu genel amaç çerçevesinde araştırmada aşağıdaki soruların yanıtı aranmıştır:

- 1- Sosyal ağ kullanıcısı üniversite öğrencilerinin bilişsel kapılma düzeyleri nasıldır?
- 2- Sosyal ağ kullanıcısı üniversite öğrencilerinin bilişsel kapılma düzeyleri ile
  - a. cinsiyet,
  - b. sosyal ağlarda geçirilen süre,
  - c. sosyal ağ ortamındaki arkadaş sayısı ve
  - d. sosyal ağ kullanımı konusunda kendisini sınırlama değişkenleri arasında anlamlı bir fark var mıdır?

## 3. YÖNTEM

### 3.1. Araştırma Deseni

Gerçekleştirilen bu araştırma genel tarama modeli ile desenlenmiş ve betimsel bir yöntem temel alınmıştır. Bu model, geçmişte ya da halen var olan bir durumu var olduğu şekliyle betimlemeye amaçlanmaktadır (Karasar, 1999). Araştırmada genel olarak sosyal ağ kullanıcısı olan üniversite öğrencilerinin bilişsel kapılma düzeylerinin ortaya konulması ve bilişsel kapılma düzeylerinin çeşitli değişkenlere göre incelenmesi temel alınmıştır.

### 3.2. Çalışma Grubu

Araştırmanın katılımcılarını sosyal ağ kullanıcıları 402 üniversite öğrencisi oluşturmaktadır. Örneklem seçiminde bireylerin en az bir sosyal ağın aktif kullanıcıları olmaları ölçüt olarak aranmıştır. Bu bağlamda yaygın kullanıma sahip olması bakımından araştırmanın katılımcıları Facebook kullanıcıları arasından belirlenmiştir. Çalışma grubunu oluşturan toplam 402 üniversite öğrencisinin 331'i (%82) erkek ve 71'i (%18) kadındır. Katılımcılar sosyal ağları en çok oyun (%84) ve mesajlaşma (%75) amaçlı kullanırken diğer kullanım amaçları haber kaynaklarına ulaşma (%46), sosyal paylaşım (%35), sanal gruplara katılım (%29) ve profil düzenleme (%21) amaçları ile kullandıkları görülmüştür.

### 3.3. Veri Toplama Araçları

Araştırma verilerinin toplaması amacıyla Agarwal ve Karahanna (2000) tarafından geliştirilen ve Koçak Usluel ve Kurt Vural (2009) tarafından Türkçeye uyarlanan dört faktör 17 maddeden oluşan 10'lu likert biçiminde hazırlanmış "Bilişsel Kapılma Ölçeği" kullanılmıştır. Ölçeğin Cronbach Alfa iç tutarlılık katsayısı ( $\alpha$ ) .92 olarak rapor edilmiştir. Ölçek, "Zaman" [ $(\alpha)$  .88], "Merak" [ $(\alpha)$  .90], "Zevk" [ $(\alpha)$  .90] ve "İlginin odaklanması" [ $(\alpha)$  .82] faktörlerinden oluşmaktadır. Ölçekten alınabilecek puanlar 17-170 arasındadır (Koçak Usluel ve Kurt Vural, 2009). Ayrıca çalışma grubunu oluşturan öğrencilerin öğrenim gördükleri program, cinsiyet gibi verilerin elde edilebilmesi amacıyla bir "Kişisel Bilgi Formu" formu geliştirilmiş ve çalışmada kullanılmıştır.

### 3.4. Verilerin Analizi

Araştırmada elde edilen veriler öncelikle bilgisayar ortamına aktarılmış ve SPSS yazılımı ile çözümlenmiştir. Analiz öncesinde araştırmanın bağımlı değişkeni olan Bilişsel Kapılmaya yönelik puanların normal dağılıma sahip olup olmadığı incelenmiş, gerçekleştirilen Kolmogorov-Smirnov testi sonucunda söz konusu değişkenin normal dağılım gösterdiği görülmüştür. Buna bağlı olarak araştırmanın amaçları çerçevesinde üniversite öğrencilerinin farklı değişkenlere göre bilişsel kapılma düzeylerinin çözümlenmesinde betimsel istatistiklerden, bağımsız örneklem için t-testi ve tek faktörlü ANOVA istatistiklerinden yararlanılmıştır.

## 4. BULGULAR VE YORUM

Araştırmada öncelikle sosyal ağ kullanıcıları üniversite öğrencilerinin bilişsel kapılma düzeyleri incelenmiştir. Elde edilen bulgular Tablo 1'de sunulmaktadır.

**Tablo 1:** Sosyal ağ kullanıcıları üniversite öğrencilerinin bilişsel kapılma düzeyleri

Değişken	Madde Sayısı (k)	Puan Aralığı	n	$\bar{X}$	$\bar{X} / k$	Ss
zaman	5	5-50	402	33.26	6.65	12.06
zevk	4	4-40	402	27.74	6.94	8.63
merak	4	4-40	402	27.23	6.81	9.02
ilginin odaklanması	4	4-40	402	25.15	6.29	8.55
Bilişsel Kapılma	17	17-170	402	113.40	6.67	31.63

Tablo 1'de yer alan verilere göre üniversite öğrencilerinin sosyal ağlara yönelik ortalamasının üzerinde bir bilişsel kapılma düzeyine ( $\bar{X} / k = 6.67$ ) sahip oldukları söylenebilir.

Ayrıca bilişsel kapılmayı oluşturan alt boyutlara ilişkin ortalama puanlar incelendiğinde de kullanıcıların benzer biçimde orta düzeyde puanlara sahip oldukları söylenebilir. Ortalama puanlar temelinde alt boyutlar ele alındığında en yüksek ortalama puanın “zevk” faktörüne; en düşük ortalama puanın ise “ilginin odaklanması” faktörüne ait olduğu görülmektedir. Ortalama puanların madde sayısına bölünmesi sonucu bilişsel kapılmayı oluşturan alt boyutlar sırasıyla (1) zevk ( $\bar{X}=6.94$ ), (2) merak ( $\bar{X}=6.81$ ), (3) zaman ( $\bar{X}=6.65$ ) ve (4) ilginin odaklanması ( $\bar{X}=6.29$ ) biçiminde sıralanmaktadır.

Araştırmada sosyal ağ kullanıcıları üniversite öğrencilerinin bilişsel kapılma düzeyleri ile cinsiyet değişkeni arasındaki farkı incelemek amacıyla gerçekleştirilen bağımsız örneklem için t-testi sonucunda elde edilen bulgular Tablo 2’de sunulmaktadır.

**Tablo 2:** Cinsiyet değişkenine göre sosyal ağ kullanıcıları üniversite öğrencilerinin bilişsel kapılma düzeyleri

Değişken	Grup	n	$\bar{X}$	Ss	t	Sd	p<
Bilişsel Kapılma	Kadın	331	113.36	30.97	.48	400	.96
	Erkek	71	113.56	34.93			

p<.05

Tablo 2’de yer alan verilere göre erkeklerin ortalama puanlarının kadınlara göre daha yüksek olmasına rağmen sosyal ağ kullanıcıları üniversite öğrencilerinin bilişsel kapılma puanları ile cinsiyet değişkeni arasında anlamlı bir farklılık bulunmamaktadır.

Sosyal ağ kullanıcıları üniversite öğrencilerinin bilişsel kapılma düzeyleri ile sosyal ağ ortamında geçirilen süre arasındaki fark tek yönlü ANOVA testi ile incelenmiştir. Elde edilen bulgular Tablo 3’te ve Tablo 4’te sunulmaktadır.

**Tablo 3:** Sosyal ağ ortamında geçirilen süre değişkenine göre bilişsel kapılma ortalama puanları

	N	$\bar{X}$	Ss
İnternette geçirdiğim sürenin hemen hemen tamamını oluşturuyor	153	120.69	32.76
İnternette geçirdiğim sürenin neredeyse yarısını oluşturuyor	203	109.03	31.17
İnternette geçirdiğim sürenin çok az bir kısmını oluşturuyor	46	108.41	25.56
Toplam	402	113.40	31.66

p<.05

Sosyal ağ ortamında geçirilen sürenin internette geçirilen toplam sürenin ne kadarını oluşturduğunu ortaya koymak üzere gerçekleştirilen analiz sonucu elde edilen puanlar incelendiğinde en yüksek değer “İnternette geçirdiğim sürenin hemen hemen tamamını oluşturuyor” ( $\bar{X}=120.69$ ) yanıtını veren kullanıcılara ait olduğu görülmektedir. Elde edilen ortalama değerlerin istatistiksel olarak anlamlı farklılık gösterip göstermediği incelenmiştir. Elde edilen bulgular Tablo 4’te sunulmaktadır.

**Tablo 4:** Sosyal ağ ortamında geçirilen süre değişkenine ile bilişsel kapılma puanlarının karşılaştırılması

Değişken	Varyansın Kaynağı	KT	Sd	KO	F	p<
Sosyal ağ ortamında geçirilen süre	Gruplar arası	13135.46	2	6567.73	6.73	.001
	Grup içi	388888.85	399	974.65		
	Toplam	402024.31	401			

p&lt;.05

Elde edilen bulgulara göre sosyal ağ ortamında geçirilen sürenin internette geçirilen toplam sürenin ne kadarını oluşturduğuna dair değişken ile bilişsel kapılma arasında (F=6.73) istatistiksel olarak anlamlı farklılık bulunmaktadır (p<.05). Farkın kaynağının ortaya konulması için gerçekleştirilen Scheffe's testi sonucunda farkın "İnternette geçirdiğim sürenin hemen hemen tamamını oluşturuyor" ve "İnternette geçirdiğim sürenin neredeyse yarısını oluşturuyor" yanıtını veren kullanıcılardan kaynaklandığı görülmektedir (p<.05). Buna göre İnternette geçirdiği sürenin hemen hemen tamamı sosyal ağ ortamında olan kullanıcıların bilişsel kapılma puanlarının internette geçirdiği sürenin neredeyse yarısını sosyal ağ ortamı için harcayanlara göre daha yüksek olduğu söylenebilir.

Sosyal ağ kullanıcıları üniversite öğrencilerinin bilişsel kapılma düzeyleri ile sosyal ağ ortamındaki arkadaş sayısı arasındaki fark tek yönlü ANOVA testi ile incelenmiştir. Elde edilen bulgular Tablo 5'te sunulmaktadır.

**Tablo 5:** Sosyal ağ ortamındaki arkadaş sayısı değişkenine ile bilişsel kapılma puanlarının karşılaştırılması

Değişken	Varyansın Kaynağı	KT	Sd	KO	F	p<
Sosyal ağ ortamındaki arkadaş sayısı	Gruplar arası	1425.34	2	712.67	.7	.49
	Grup içi	400598.96	399	1004.00	1	
	Toplam	402024.31	401			

p&lt;.05

Tablo 5'te yer alan bulgulara göre kullanıcıların sosyal ağ ortamındaki arkadaş sayısı ile bilişsel kapılma puanları arasında anlamlı bir fark bulunmamaktadır.

Araştırmada son olarak sosyal ağ kullanımı konusunda kendisini sınırlama değişkeni ile bilişsel kapılma değişkeni arasında fark olup olmadığı incelenmiştir. Buna göre gerçekleştirilen t-testi sonucunda elde edilen bulgular Tablo 6'da sunulmaktadır.



**Tablo 6:** Sosyal ağ kullanımı konusunda kendisini sınırlama değişkenine göre bilişsel kapılma puanlarının karşılaştırılması

Değişken	Grup	n	$\bar{X}$	Ss	t	Sd	p<
Bilişsel Kapılma	Evet, sınırlandırırım	112	109.,29	30.76	1.62	400	.10
	Hayır, sınırlandırmam	290	114.99	31.91			

p<.05

Elde edilen bulgulara göre sosyal ağ kullanımı konusunda kendisini sınırlayan kullanıcıların bilişsel kapılma puanlarının kendisini bu konuda sınırlamayan kullanıcıların puanları ile arasında anlamlı bir fark bulunmamaktadır.

## 5. SONUÇ VE TARTIŞMA

Bireylerin teknoloji kullanımına odaklanan çalışmalar temel olarak teknoloji benimsemeye odaklanırken Bilişsel Kapılma teknoloji kullanımının bilişsel boyutuna yönelik farklı bir temele oturmaktadır. Bireylerin teknolojiyi kullanırken aldıkları hazı belirleyen ve yönlendiren birçok etmen bulunmaktadır. Özellikle sosyal ağlar söz konusu olduğunda bireylerin sosyal ağlarda geçirdikleri zamanı sınırlandırmama, sosyal ağlara yönelik duydukları derin merak, sosyal ağlara yönelik ilgileri, sosyal ağ kullanımından aldıkları haz duygusu ve sosyal ağ kullanımını kontrol altında tutamama davranışları temelde bilişsel kapılma kapsamında açıklanmaktadır.

Araştırma kapsamında sosyal ağ kullanıcılarının sosyal ağlara yönelik bilişsel kapılma durumlarına ilişkin elde edilen bulgular temel olarak değerlendirildiğinde bireylerin bilişsel kapılma bağlamında ortalama bir bilişsel kapılma düzeyine ( $\bar{X}/k=6.67$ ) sahip oldukları görülmektedir. Bununla birlikte en yüksek puanın “zevk”, en düşük puanın ise “ilginin odaklanması” faktöründe toplandığı görülmektedir. Chandra, Theng, O’Lwin ve Foo (2009), benzer şekilde zevk hissine vurgu yaparak Web ortamında algılanan eğlence hissiyle bilişsel kapılma arasındaki ilişkiye değinmektedir. Sosyal ağların sıralanan birçok kullanım amaçları arasında eğlencenin önemli bir yer tuttuğuna ilişkin alanyazında çeşitli araştırmalar yer almaktadır (Yılmaz, 2012). Bununla birlikte her ne kadar eğlence hissi masum bir yapı sunuyor olsa da eğlenceyi problemlerle internet kullanımının yordayıcı değişkenleri arasında gören araştırmalara (Ceyhan, 2011; Ceyhan 2010) da alanyazında rastlanmaktadır.

Araştırmanın bir diğer bulgusunu ise cinsiyet değişkeni oluşturmaktadır. Sosyal ağ kullanıcılarının cinsiyetleri ile bilişsel kapılma düzeyleri arasında anlamlı bir fark bulunmamıştır. Özellikle 90’lı yıllarla birlikte cinsiyet değişkeninin teknoloji kullanımı üzerindeki etkisinin giderek azaldığı (Dijk ve Hacker, 2003) ve son yıllarda mobil teknolojilerin yaygınlaşması ve beraberinde internet kullanımının artmasıyla birlikte, teknolojilere erişim noktasında cinsiyet temelli yaşanan eşitsizliğin ortadan kalktığı (Li ve Kirkub, 2007) vurgulanmaktadır. Teknolojik olanaklara erişim bağlamında gelişmiş ülkelerde cinsiyetin belirleyici bir unsur olmaktan çıktığına vurgu yapan araştırmalara da (Ayas ve Horzum, 2012) alanyazında rastlanmaktadır. Web teknolojilerinin riskleri üzerine odaklanan problemlerle internet kullanımı davranışında da, tıpkı bilişsel kapılmada olduğu gibi, cinsiyet değişkeninin etkide bulunmadığı (Ceyhan, 2010) gözlenmektedir. Bu

verilerden hareketle cinsiyet değişkeninin bilişsel kapılma bağlamında anlamlı fark oluşturacak bir etkisinin bulunmadığı değerlendirilebilir.

İnternet ortamında geçirilen fazla miktardaki süre, internet bağımlılığı ve problemleri internet kullanımı kavramlarını yordayan önemli bir değişkendir. Son yıllarda sosyal ağların yaygınlaşmasıyla birlikte sosyal ağ kullanım sürelerinin de oldukça arttığı söylenebilir. Nitekim elde edilen bulguya göre Sosyal ağ kullanıcılarının sosyal ağlarda geçirdikleri sürenin internette geçirdikleri sürenin hemen hemen tamamını ( $\bar{x}=120.69$ ) oluşturduğu görülmüştür. Tektaş (2014) kullanıcıların büyük bir bölümünün (%76) internette buldukları sürenin yarısından fazlasını sosyal ağlarda geçirdiklerini belirtmektedir. Benzer şekilde Tektaş, kullanıcıların sosyal ağları kullanım süreleri ile sosyal ağları kontrol etme arasında anlamlı bir fark rapor etmiştir. Koç ve Karabatak (2012) ise öğrencilerin internete bağlandığında mutlaka sosyal ağlara da bağlandığına vurgu yapmaktadır. Buradan hareketle sosyal ağları daha uzun sürelerle kullananların bu yönde bir kapılma davranışlarından da söz edilebilir. Bu durumun Web'in sunduğu eğlenceli içerikle de yakından ilişkili olduğu yinelenir. Benzer biçimde Ferguson ve Perse (2000), internetin sunduğu eğlenceli içeriğin oluşturduğu cazibe hissinin internet kullanım süresini de etkilediği vurgulanmaktadır.

Kullanıcıların, sosyal ağ ortamında arkadaş edinmeleri ve bu yolla sanal sosyal çevrelerini genişletme eğilimleri bilinmektedir. Araştırma kapsamında üniversite öğrencilerinin sosyal ağlardaki arkadaş sayıları ile sosyal ağlara yönelik bilişsel kapılma düzeyleri arasında anlamlı bir fark gözlenememiştir. Her ne kadar sosyal ağlarda arkadaş sayısı önemli görülse de Web'in sunduğu birçok olanak bireyin tek başına haz alabileceği bir yapı sunmaktadır. Dolayısıyla bu noktada bilişsel kapılmanın büyük ya da küçük arkadaş sayılarına sahip olmaktan çok bireysel bir yönü olduğu söylenebilir. Benzer bir durum, sosyal ağ kullanımı konusunda kendini sınırlandıran ve sınırlandırmayan kullanıcıların bilişsel kapılma düzeylerinin farklılaşmaması bulgusunda da görülmektedir.

Elde edilen araştırma bulguları genel olarak incelendiğinde sosyal ağlara yönelik bilişsel kapılma düzeylerinin “zevk”, faktöründen oldukça etkilendiği, cinsiyet değişkeninin bireylerin bilişsel kapılma düzeyleri üzerinden anlamlı bir etkisinin bulunmadığı, sosyal ağ kullanım sürelerinin internet kullanım sürelerinin oldukça önemli bir bölümünü oluşturduğu, sosyal ağlardaki arkadaş sayılarının ve sosyal ağ kullanımı konusunda kendini sınırlandırma ve sınırlandırmama davranışlarının bireylerin bilişsel kapılma düzeylerini yordamadığı sonuçlarına ulaşılmıştır.

## KAYNAKÇA

Agarwal, R. ve Karahanna, E. (2000). Time flies when you're having fun: Cognitive absorption and beliefs about information technology usage, *MIS Quarterly*, 24(4), 665-694.

Amichai-Hamburger, Y. ve Vinitzky, G. (2010). Social network use and personality, *Computers in Human Human Behavior*, 26, 1289-1295.

Akın, A. (2007). Akademik kontrol odağı ölçeği: Geçerlik ve güvenirlik çalışması, *Çukurova Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 34(3), 9-17.

Ayas, T. ve Horzum, M. B. (2012). İlköğretim öğrencilerinin sanal zorba ve mağdur olma durumu. *İlköğretim Online*, 11(2), 369-380.

Carpenter, C. J. (2012). Narcissism on facebook: Self-promotional and anti-social behavior, *Personality and Individual Differences*, 52, 482-486.

Ceyhan, A. A. (2011). University students' problematic internet use and communication skills according to the internet use purposes, *Educational Sciences: Theory & Practice*, 11(1), 69 -77.

Ceyhan, E. (2010). Problemlı internet kullanım düzeyi üzerinde kimlik statüsünün, internet kullanım amacının ve cinsiyetin yordayıcılığı, *Kuram ve Uygulamada Eğitim Bilimleri*, 10(3), 1323-1355.

Chandra, S., Theng, Y. L., O'Lwin, M. ve Foo, S. (2009). Examining the role of cognitive absorption for information sharing in virtual worlds, *Proc. 59<sup>th</sup> Annual Conference of the International Communication Association (ICA)*, Chicago, U.S.A., May 21-25.

Cheug, C. M. K. ve Lee, M. K. O. (2010). A theoretical model of intentional social action in online social networks, *Decision Support Systems* 49, 24-30.

Cheug, C. M. K., Chiu, P. Y. ve Lee, M. K. O. (2011). Online social networks: Why do students use facebook?, *Computers in Human Behavior*, 27, 1337-1343.

Çuhadar, C. (2013). Examining university students' cognitive absorption levels regarding to web and its relationship with the locus of control, *Turkish Online Journal of Distance Education-TOJDE*, 14(3), 42-55.

Dijk, J. V. ve Hacker, K. (2003). The digital divide as a complex and dynamic phenomenon, *The Information Society: An International Journal*, 19(4), 315-326.

Dirik, M., Taşkesen, E., Ekin, İ. ve Alp, D. (2012). Bilişim çağında sanal yaşamın gerçek yaşama yansması, *Yaşam Bilimleri Dergisi*, 1(2), 211-223.

Education Week. (2012). Edmodo now closer to social network, <http://eds.b.ebscohost.com/eds/pdfviewer/pdfviewer?vid=5&sid=cc9631a5-34da-4f10-a6ba-232a47cedc9f%40sessionmgr111&hid=127>, (20.01.2015).

Ferguson, D. A. ve Perse, E. M. (2000). The world wide web as a functional alternative to television, *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 44, 155-174.

Festinger, L. (1954). A Theory of social comparison processes, *Human Relations*, 7, 117-140.

Hazar, M. (2011). Sosyal medya bağımlılığı: Bir alan araştırması, *Gazi Üniversitesi İletişim Fakültesi Kuram ve Araştırma Dergisi*, 32, 151-176.

Hidi, S. (2000). An interest researcher's perspective: The effects of extrinsic and intrinsic factors on motivation, C. Sansone ve J. M. Harackiewicz (Eds.), *Intrinsic and extrinsic motivation: The search for optimal motivation and performance içinde* (s. 309-339). San Diego, CA: Academic Press.

Karasar, N. (1999). *Bilimsel araştırma yöntemi*, Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.

Kezar, A. (2014). Higher education change and social networks: A review of research, *The Journal of Higher Education*, Vol. 85(1), 91-125.

Koç, M. ve Karabatak M. (2012). Sosyal ağların öğrenciler üzerindeki etkisinin incelenmesi, *e-Journal of New World Sciences Academy*, 7(1), 155-164.

Koçak Usluel, Y. ve Kurt Vural, F. (2009). Bilişsel kapılma ölçeğinin Türkçe'ye uyarılma çalışması, *Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Fakültesi Dergisi*, 42(2), 77-92.

Li, N. ve Kirkup, G. (2007). Gender and cultural differences in internet use: A study of China and the UK, *Computers & Education*, 48(2), 301-317.

Lu, H. P ve Yang, Y. W. (2013). Toward an understanding of the behavioral intention to use a social networking site: An extension of task-technology fit to social-technology fit, *Computers in Human Behaviour*, 34, 323-332.

Nadkarni, A. ve Hofmann, S. G. (2012). Why do people use facebook, *Personality and Individual Differences*, 52, 243-249.

Nielsen, (2012). The state of the media: The social media report, <http://www.nielsen.com/content/dam/corporate/us/en/reports-downloads/2012-Reports/The-Social-Media-Report-2012.pdf> (03.01.2015).

Nielsen, (2011). The state of the media: The social media report, <http://www.nielsen.com/content/dam/corporate/us/en/reports-downloads/2011-Reports/nielsen-social-media-report.pdf>, (03.01.2015).

Ong, Eileen Y. L., Ang, Rebacca P., Ho, Jim C. M., Lim, Joylynn C. Y., Goh, Dion H., Lee, Chei S. And Chua, Alton Y.K. (2011). Narcissism, extraversion and adolescents' self-presentation on facebook, *Journal of Personality and Individual Differences*, 50, 180-185.

Renninger, K. A. (2000). Individual interest and its implications for understanding intrinsic motivation, C. Sansone ve J. M. Harackiewicz (Eds.), *Intrinsic and extrinsic motivation: The search for optimal motivation and performance içinde* (s. 373-404). San Diego, CA: Academic Press.

Rossier J, Dahourou D, McCrae, R. R. (2005). Structural and mean-level analyses of the five-factor model and locus of control: Further evidence from Africa, *Journal of Cross-Cultural Psychol*, 36, 227-246.

Steers, M. N., Wickham, R. E. ve Acitelli, L. K. (2014). Seeing everyone else's highlight reels: How facebook usage is linked to depressive symptoms, *Journal of Social and Clinical Psychology*, 33(8), 701-731.

Tektaş, N. (2014). Üniversite öğrencilerinin sosyal ağları kullanımına yönelik bir araştırma, *Tarih Okulu Dergisi (TOD)*, Yıl 7, Sayı XVII, 851-870.

Vanderhoven, E., Schellens, T. ve Valcke, M. (2014). Educating teens about the risks on social network sites: An intervention study in secondary education, *Communicar journal*, 43, 123-131.

Yılmaz, M. B. (2012). Profiles of university students according to internet usage with the aim of entertainment and communication and their affinity to internet, *International Online Journal of Educational Sciences*, 4(1), 225-242.

Zhao, S., Grasmuck, S. ve Martin, J. (2008). Identity construction on facebook: Digital empowerment in anchored relationships, *Computers in Human Behavior*, 24, 1816-1836.