

# Kamuda Çalışanların Dijital Bağımlılıkları ve Dijital Üstbilis Davranışları

Mutlu SESLİ<sup>1</sup> Ali KÖROĞLU<sup>2</sup>

Gönderilme Tarihi: 13 Ekim 2025

Kabul Tarihi: 7 Kasım 2025

Bu makaleye atf için: Sesli, M., & Köroğlu, A. (2025). Kamuda Çalışanların Dijital Bağımlılıkları ve Dijital Üstbilis Davranışları. Bilgi Teknolojileri ve İletişim Dergisi, 3(2), 1-34.

Araştırma Makalesi / Research Article

## ÖZET

Bu araştırma, kamu kurumlarında çalışan bireylerin dijital bağımlılık düzeyleri ile dijital ortamlarda sergiledikleri üstbilisel davranışlar arasındaki ilişkiyi incelemeye odaklanmaktadır. Günümüzde dijital teknolojilerin gündelik yaşamın merkezine güçlü bir biçimde yerleşmesi, bireylere hız, erişilebilirlik ve pratiklik sunarken aynı zamanda aşırı kullanım riskini de artırmaktadır. İnternet, akıllı telefon ve sosyal medya platformlarının yoğun kullanımı; dikkat kaybı, iş süreçlerinde performans düşüşü, sosyal iletişimde zayıflama ve zaman yönetimi sorunları gibi çeşitli olumsuz sonuçlar doğurabilmektedir. Bu doğrultuda üstbilisel stratejilerin, bireylerin dijital araçları daha kontrollü ve bilinçli kullanmalarına yardımcı olarak dijital bağımlılığın etkilerini azaltabileceği düşünülmektedir.

Araştırmanın örneklemini, kolayda örnekleme tekniğiyle belirlenen 390 kamu çalışanı oluşturmaktadır. Veriler anket yöntemiyle toplanmış; katılımcıların dijital bağımlılık ve dijital üstbilis düzeylerini değerlendirmek için Rosen vd. (2017) tarafından geliştirilen ve Açıçavuşoğlu ve Boyraz (2019)'un çalışmasından alınan dijital üstbilis davranış ölçeği kamu çalışanları için uyarlanarak kullanılmıştır. Bulgular, katılımcıların dijital üstbilis davranışlarının genel olarak orta-üst düzeyde olduğunu, dijital bağımlılık ortalamalarının ise düşük seviyede kaldığını ortaya koymuştur. Bunun yanında yaş, cinsiyet, eğitim durumu, internet kullanım süresi ve sosyal medya alışkanlıkları gibi değişkenlerde anlamlı farklılıklar gözlenirken; medeni durum ve toplam çalışma süresi açısından anlamlı bir değişiklik saptanmamıştır. Çalışma, dijital bağımlılığın bireysel sonuçlarının yanı sıra kurumsal verimlilik üzerinde de etkili olduğunu vurgulamakta ve kurumlarda dijital farkındalık ile üstbilis temelli eğitim programlarının önemine dikkat çekmektedir.

**Anahtar Kelimeler:** *Dijital Bağımlılık, Dijital Üstbilis, Kamu Çalışanları, Sosyal Medya*

<sup>1</sup> Doç. Dr., Gaziosmanpaşa Üniversitesi, İİBF, Kamu Yönetimi Anabilim Dalı, mutlu\_sesli@hotmail.com, ORCID: 0000-0002-1009-0041

<sup>2</sup> Dr. Öğr. Üyesi, Gaziosmanpaşa Üniversitesi, Tokat Meslek Yüksek Okulu, alikoroglu5461@hotmail.com, ORCID: 0000-0003-4021-6300

# Digital Addictions and Digital Metacognitive Behaviors of Public Employees

For citation of this article: Sesli, M., & Koroğlu, A. (2025). Kamuda Çalışanların Dijital Bağımlılıkları ve Dijital Üstbiliş Davranışları. Bilgi Teknolojileri ve İletişim Dergisi, 3(2), 1-34.

## ABSTRACT

This research focuses on examining the relationship between the digital addiction levels of individuals working in public institutions and the metacognitive behaviors they exhibit in digital environments. The strong embedding of digital technologies in today's daily lives offers individuals speed, accessibility, and practicality, while simultaneously increasing the risk of overuse. The extensive use of the internet, smartphones, and social media platforms can lead to various negative consequences, including loss of attention, decreased performance in work processes, poor social communication, and time management issues. Therefore, it is believed that metacognitive strategies can reduce the effects of digital addiction by helping individuals use digital tools more controlledly and consciously.

The study sample consisted of 390 public employees selected through a convenience sampling technique. Data were collected via a survey. To assess participants' levels of digital addiction and digital metacognition, the Digital Metacognitive Behavior Scale, developed by Rosen et al. (2017) and adapted for public employees from a study by Aliçavuşoğlu and Boyraz (2019), was used. The findings revealed that participants' digital metacognitive behaviors were generally at a moderate-to-high level, while their average digital addiction remained low. Additionally, significant differences were observed in variables such as age, gender, educational status, internet usage time, and social media habits. In contrast, no significant changes were found in terms of marital status or total working hours. The study emphasizes that digital addiction impacts organizational productivity, in addition to its individual consequences, and highlights the importance of digital awareness and metacognition-based training programs in organizations.

**Keywords:** *Digital Addiction, Digital Metacognition, Public Employees, Social Media*

## GİRİŞ

İletişim teknolojilerinin gelişimi, insanlık tarihinin hayal sınırlarını zorlayacak bir hız ve kapsamda ilerleme kaydetmiştir. Bilginin dünyanın herhangi bir noktasına saniyeler içerisinde aktarılabilmesi, geçmişte tahayyül dahi edilemeyecek bir yenilikken, günümüzde sıradan bir gerçeklik hâline gelmiştir. Özellikle 1990’lı yılların sonlarından itibaren yaşanan bilişim ve iletişim teknolojilerindeki devrim niteliğindeki ilerlemeler, “bilişim ağı” olarak adlandırılan yeni bir dönemin başlangıcını oluşturmuştur. Bu ağ, toplumsal, ekonomik, kültürel ve siyasal alanlarda köklü dönüşümlere neden olmuştur. İnternet teknolojisi, günümüzde yaşamın neredeyse tüm alanlarında aktif biçimde kullanılmakta ve bireylerin günlük pratiklerinin merkezine yerleşmektedir. İnternetin yaygınlaşması, yeni bir kuşağın ortaya çıkmasına zemin hazırlamış; bu durum aynı zamanda toplumsal yapının da yeniden şekillenmesine yol açmıştır (Erdoğan, 2017: 7).

Türkiye İstatistik Kurumu’nun 2024 yılı “Hanehalkı Bilişim Teknolojileri Kullanım Araştırması” verilerine göre, internet kullanan bireylerin oranı %88,8’e ulaşmıştır. Bu oran cinsiyete göre değerlendirildiğinde; erkeklerin internet kullanım oranı %92,2 iken, kadınlarda %85,4 olarak lmlmştir. Son 12 ay içerisinde kişisel amaçlarla kamu kurumlarının web sitelerini veya dijital uygulamalarını kullanarak kamu hizmetlerinden faydalanan bireylerin oranı %73,7’dir. Bu oran erkeklerde %80,7, kadınlarda ise %66,7 olarak gerçekleşmiştir. E-devlet hizmetlerinden yararlanma oranı yaş gruplarına göre incelendiğinde ise, en yüksek kullanım oranının %92,1 ile 25-34 yaş grubunda, en düşük oranın ise %25,6 ile 65-74 yaş grubunda olduğu gözlemlenmektedir (TÜİK, 2024).

İnternetin sunduğu olanaklar, günlük yaşamı önemli lde kolaylaştırmakta ve bireylerin çeşitli ihtiyaçlarını pratik biçimde karşılamalarına olanak tanımaktadır. Ancak, bu avantajların yanı sıra göz ardı edilemeyecek bazı olumsuz etkiler de ortaya çıkmaktadır. Bu olumsuzlukların temelinde, internetin kullanım biçimi ve sresinin sağlıklı sınırlarda kalıp kalmadığı yatmaktadır. İnternetin belirli bir amaç doğrultusunda, kontrollü ve süre açısından dengeli bir şekilde kullanımı sağlıklı internet kullanımı olarak tanımlanırken; bu sınırların aşılması çeşitli problemleri kullanım biçimlerine yol açabilmektedir. Literatürde bu türden kullanım biçimleri; kompulsif internet kullanımı, aşırı internet kullanımı, yüksek internet düşkünlüğü, patolojik internet kullanımı, problemleri

internet kullanımı, internet bağımlılığı ve takıntılı internet kullanımı gibi farklı terimlerle ifade edilmektedir. Bu tür kullanım davranışları, bireylerin psikolojik, fizyolojik ve sosyal işlevselliklerini olumsuz yönde etkileyebilmektedir. Özellikle kontrolsüz ve sürekli internet kullanımı, bireylerin aile ilişkilerinde zayıflamaya, iş performansında düşüşe, fiziksel ve ruhsal sağlık sorunlarına ve sosyal izolasyona neden olabilmektedir (Aliçavuşoğlu & Boyraz, 2019: 683). Dolayısıyla günümüzde dijital teknolojilerin yaşamın her alanına entegre olmasıyla dijital bağımlılıklar önemli bir psikososyal sorun haline gelmiştir. Akıllı telefonlar, sosyal medya platformları, video oyunları ve internet, bireylerin günlük yaşam pratiklerini dönüştürürken; aşırı, kontrolsüz ve işlevsiz kullanımlar bağımlılık düzeyine ulaşabilmektedir. Bu bağlamda, dijital bağımlılıkların psikolojik ve nörobilişsel temelleri, son yıllarda yoğun şekilde araştırılmaktadır. Dijital bağımlılık davranışlarının anlaşılması ve yönetilmesinde üstbilişsel stratejiler kritik bir rol oynayabilir. Üstbiliş, bireyin kendi bilişsel süreçlerini izleyip düzenleyebilme kapasitesidir. Bu kapasitenin dijital ortamda nasıl kullanıldığı, “dijital üstbiliş davranışları” kavramıyla ifade edilmektedir.

Günümüz dünyası, teknolojik gelişmelerin ve iletişim araçlarının yaygınlaşmasının etkisiyle bireylerin çevrelerinde olup bitenleri öğrenme, başkalarının yaşamlarını takip etme ve kendi deneyimlerini paylaşma isteğinin giderek arttığı bir dönemi de temsil etmektedir. Özellikle sosyal medyanın hızlı yükselişi, bu eğilimi daha da pekiştirmiştir. Küreselleşmenin etkisiyle sosyal medya kullanımı, başta genç kuşak olmak üzere toplumun geniş kesimleri arasında yaygınlık kazanarak evrensel bir olgu hâline gelmiştir. Bireyler artık yalnızca küresel gelişmeleri değil, aynı zamanda sosyal çevrelerindeki ilişkileri, deneyimleri ve düşünceleri sürekli biçimde paylaşma ve takip etme ihtiyacı duymaktadır. Sosyal medya platformları da bu ihtiyaca yanıt vererek, kişisel etkileşimlerin ötesinde, iletişimden eğitime, sağlıktan ekonomiye kadar pek çok farklı alanda bilgi akışını ve toplumsal etkileşimi mümkün kılan mecralar hâline gelmiştir. Bu durum, yalnızca bireyler arası iletişimi değil, aynı zamanda toplumsal yapı ve dinamikleri de derinlemesine etkilemektedir.

Bu bağlamda gerçekleştirilen söz konusu araştırmanın temel amacı, kamu çalışanlarının dijital bağımlılık düzeyleri ile dijital üstbilişsel davranışlarını incelemek ve bu değişkenlerin çeşitli demografik özelliklere göre farklılık gösterip göstermediğini ortaya koymaktır. Araştırma bulguları, katılımcıların dijital üstbiliş davranışlarının genel olarak orta-üst düzeyde olduğunu, buna karşılık

dijital bağımlılık düzeylerinin ise ortalamanın altında seyrettiğini göstermektedir. Ayrıca dijital üstbiliş davranışları ve bunlara ait alt boyutlar; cinsiyet, yaş grubu, eğitim düzeyi, görev unvanı, aylık gelir düzeyi, idari görev durumu, kurumda çalışma süresi, günlük internet kullanım süresi, internet kullanım amacı, internet erişim aracı, en sık kullanılan sosyal medya platformu, sosyal medya kullanım amacı, sosyal medyada geçirilen süre ve sosyal medyaya erişim aracı gibi değişkenler açısından anlamlı farklılık göstermektedir. Buna karşılık medeni durum, toplam çalışma süresi ve sosyal medya kullanım durumu gibi değişkenler açısından anlamlı bir farklılık tespit edilmemiştir.

Araştırma kamu çalışanlarıyla sınırlı bir örneklem üzerinde yürütüldüğünden elde edilen bulguların genellenebilirliği kısıtlıdır. Ayrıca, verilerin internet üzerinden ve kolayda örnekleme yöntemiyle toplanmış olması, bazı kamu çalışanlarına ulaşılamamasına ve örneklemenin belirli özellikleri yansıtamamasına neden olmuştur. Bu hususlar, araştırmanın temel sınırlılıklarını oluşturmaktadır.

## 1. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

İletişim ve haberleşme teknolojilerinde yaşanan önemli gelişmeler, bilimsel ve teknolojik yeniliklerin küresel düzeyde hızla yayılmasına olanak sağlamış ve bu durum toplumlar üzerinde derin etkiler yaratmıştır. Bu bağlamda, bilgiye daha hızlı ve etkin bir biçimde ulaşılmasını mümkün kılan başlıca etkenler arasında mobil teknolojilerdeki ilerlemeler, televizyon yayınlarının çeşitlenmesi, kişisel bilgisayarların yaygınlaşması ve internet kullanımının artması yer almaktadır (Aydın, 2012: 185). Söz konusu gelişmeler, bilgi pazarının genişlemesine katkı sağlamakta ve bireylerin bilgiye erişimini önemli  lde kolaylaştırmaktadır.

Teknolojik gelişmeler arasında internet, sahip olduğu kapsamlı etkiler nedeniyle özel bir yere sahiptir. Bilgi ve iletişim teknolojilerinin en ileri düzeyini temsil eden internet, toplumlar arasındaki etkileşimi hızlandırmakta ve bilgi akışını yoğunlaştırmaktadır (Turan ve olakoğlu, 2008: 109). Teknolojik gelişmeler ile Web 1.0'dan 2.0'a, 3.0'a ve Őimdi de 4.0'a kadar gelen bir sürece ulaştı. Web 1.0 (1990'lı yıllara kadar) ilk versiyondur. Bunun içinde yalnızca ürünler tüketiliyordu. Bilgiye erişilebiliyordu ancak yalnızca tek yönlü, etkileşim yoktu. Web 2.0 (2004'te ortaya çıktı) ile forumlar, bloglar, yorumlar ve sosyal ağları içermektedir. Web 2.0 bilgi paylaşımına izin vermekte idi. Böylece çoğu kişi tüketicilerin büyük bir parçasını oluşturdu. Web 3.0 2010'da aktif hale geldi.

Bu kavram, ağ içindeki dil kullanımını refere etmekteydi. Anahtar kelimeleri kullanarak bir içerik araştırması yapılmaya başlandı. Web 4.0 ise 2016'da başladı. Daha fazla zekâ ve erişim üzerine odaklanmaktadır (Yılmaz, 2021: 344-345).

İnternetin sunduğu olanaklar sayesinde bireyler, küresel düzeyde bilgiye ve eğlence içeriklerine anlık erişim sağlayabilmektedir. Öte yandan, dijital teknolojiler aracılığıyla bireyler, ortak ilgi alanları etrafında küresel düzeyde bağlantılar kurarak bilgi paylaşımında bulunabilmektedir (Aksoy, 2003: 21). Teknolojik gelişmelerin ve iletişim araçlarının yaygınlaşmasının bir sonucu olarak, bireyler özellikle sosyal medya platformları üzerinden birbirlerini sürekli olarak izlemekte ve takip etmektedir. Günümüzde sosyal medya platformları, kimi zaman geleneksel medyayı tamamlayan, kimi zaman ise onun yerini alan etkili bir iletişim aracı olarak değerlendirilmektedir (Yılmaz ve Yaşar, 2020: 196; Yam ve İlhan, 2020). Bu platformlar, internet teknolojilerinin dönüşümüyle birlikte ortaya çıkmış; bireylerin yalnızca sınırsız içerik ve mesaja erişmesini değil, aynı zamanda aktif biçimde içerik üretmesini mümkün kılan yapılar olarak tanımlanmaktadır (Karaca, 2020: 111).

Sosyal medya, etkileşim temelli yapısıyla geleneksel kitle iletişim araçlarından belirgin biçimde ayrılmaktadır. Bu interaktif özellik, kullanıcıları diğer bireylerle sürekli iletişim ve etkileşim kurmaya yönlendirmektedir (Bregman, 2014: 5). Sosyal medyanın bu dinamik doğası, bireylere güncel gelişmeleri anlık olarak takip etme, bu gelişmelere ilişkin içerik üretme ve kendi görüş ve tepkilerini ifade etme olanağı sunmaktadır (Arklan, 2016: 622). Geleneksel medyadan farklı olarak sosyal medya hem yerel hem de küresel ölçekte meydana gelen olayları takip etmek için alternatif bir mecra oluşturmaktadır; kullanıcıların bu olaylara ilişkin yorum ve paylaşımları aracılığıyla küresel ölçekte bir etkileşim ortamı yaratmaktadır (Gürcan, 2012: 642). Ayrıca sosyal medya, içerik üretimi ve paylaşım süreçlerinde sunduğu demokratik ve katılımcı yapısıyla bireylere daha geniş bir etkileşim ve ifade özgürlüğü sunmakta; kullanıcıların yalnızca bilgiye erişmelerine değil, aynı zamanda bu bilgiyi yorumlayarak tartışmalara katılmalarına olanak tanımaktadır. Bu yönüyle sosyal medya, toplumsal meselelerin çok sesli bir şekilde ele alınabildiği interaktif bir iletişim alanı oluşturmaktadır.

Sosyal medyanın geniş kitlelere ulaşabilme kapasitesi, bireylerin başkalarının yaşamlarına dair bilgi edinmelerini son derece kolaylaştırmıştır. Ancak bu sürekli

ve açık erişim durumu, bireylerde başkalarının deneyimlerinden habersiz kalma kaygısını beraberinde getirmiş ve bu durum, yeni bir psikolojik olgunun ortaya çıkmasına zemin hazırlamıştır. Bu bağlamda, teknolojik gelişmelerin ve sosyal medya kullanımının etkisiyle ortaya çıkan “FOMO” (Fear of Missing Out), ağdaş psikolojik rahatsızlıklar arasında değerlendirilmektedir. FOMO, bireyin sosyal, kültürel ya da kişisel gelişmelere dair herhangi bir fırsatı kaçırma korkusunu ifade eder. Türkçede bu kavramı karşılamak üzere “gelişmeleri kaçırma korkusu”, “gündemi kaçırma endişesi”, “fırsatları kaçırma kaygısı” ya da “yenilikleri kaçırma korkusu” gibi terimlerin kullanıldığı görülmektedir (Aliçavuşoğlu & Boyraz, 2019: 684).

Üstbiliş kavramı, literatüre ilk kez Flavell’in (1976) “Problem zmenin Metakognitif Yönleri” başlıklı çalışmasıyla resm olarak girmiştir. Üstbiliş; bireyin kendi düşünme süreçlerini tanıma, izleme ve kontrol etme becerisi olarak tanımlanır (Flavell, 1979).

Flavell, 1979 yılında yayımladığı bir başka makalesinde bilişsel süreçleri dört temel boyut çerçevesinde ele almış; bu boyutları stbilişsel bilgi, stbilişsel deneyim, hedefler ve stratejiler şeklinde tanımlamıştır. Üstbiliş genel anlamda, bireyin kendi bilişsel süreçlerinin farkında olması, sahip olduğu becerilerin bilincine varması, öğrenme süreçlerini eleştirel biçimde değerlendirmesi ve bu süreçleri belirli bir hedef doğrultusunda bilinçli olarak düzenlemesi şeklinde tanımlanmaktadır. Bu bağlamda üstbiliş, bireyin sahip olduğu bilgi ile birlikte bilişsel ve duyuşsal durumlarını bilinçli, planlı ve denetleyici bir biçimde izleyip yönlendirme kapasitesini ifade etmektedir (Aliçavuşoğlu & Boyraz, 2019: 685). Sarı ve Doğan (2019) ise üstbilişi dört aşamada ele alır: Hedef belirleme, strateji seçme, uygulama ve değerlendirme.

Dijital ortamlarda stbilişsel davranışlar, bireyin dikkatini bölme, zaman yönetimi ve bilgi aşını yükü ile başa çıkma gibi becerileri içerir. Efhlikes (2009), dijital ortamlarda artan uyaranlar nedeniyle bireylerin stbilişsel kontrol mekanizmalarını daha fazla kullanmak zorunda kaldıklarını belirtmiştir. Mei ve arkadaşlarına (2016) göre ise dijital üstbiliş davranışları, bireylerin dijital içeriklerle etkileşiminde sergiledikleri planlama, izleme ve değerlendirme gibi bilişsel kontrol stratejilerini kapsar. Bu davranışlar, bireyin dijital ortamdaki dikkatini yönetmesini, zamanı etkin kullanmasını ve amaç dışı kullanımı fark ederek sınırlamasını sağlar.

Üstbilişsel farkındalık ise bireyin kendi dikkatini, zamanını ve bilişsel kaynaklarını dijital ortamda nasıl yönettiğini fark etmesi ve buna bilinçli müdahalede bulunması anlamına gelir (Flavell, 1979). Kamu çalışanları için bu beceriler, özellikle görev odaklı dijital davranışları sürdürme ve dikkat dağıtıcı içeriklerden uzak durma açısından kritiktir.

Dijital bağımlılık ise genellikle bireyin yaşadığı bir eksiklik hissinden kaynaklanan ve davranışsal teknoloji bağımlılığı kapsamında değerlendirilen bir olgu olarak tanımlanmaktadır. Bu bağlamda, dijital bağımlılığa sahip bireyler, sıklıkla internet dışındaki sosyal yaşantılardan uzak, mobil cihazlardan ayrı kaldıklarında yalnızlık, yabancılaşma ya da asosyal hissetme gibi duyguları yaşarlar. Ayrıca, bu bireyler mobil uygulamaları sürekli olarak takip etme, teknolojik gelişmelerden anında haberdar olma, sosyal medya aracılığıyla iletişim kurma ve dijital ortamda yeni kimlikler inşa etme eğilimindedirler. Bu durum, sosyal medya merkezli etkileşim biçimlerinin yaygınlaşmasıyla birlikte bağımlı bir dijital neslin ortaya çıkmasına neden olmaktadır (Yengin, 2019: 131). Dijital bağımlılık özellikle internet, sosyal medya ve akıllı telefon kullanımı bağlamında ele alınmakta; problemlili kullanım durumları ise tolerans gelişimi, yoksunluk belirtileri, öz denetim kaybı ve günlük işlevlerin bozulması gibi semptomlarla tanımlanmaktadır (Kuss & Griffiths, 2015). Bu tür dijital bağımlılık durumları, özellikle genç kullanıcılar arasında akademik performansın düşmesi, sosyal izolasyonun artması ve çeşitli psikolojik sorunların ortaya çıkması gibi çok yönlü olumsuz sonuçlar doğurabilmektedir (Anderson, Steen & Stavropoulos, 2017).

## 2. İLGİLİ ALANYAZIN

Kamu kurumlarında dijitalleşmenin hızla artması, çalışanların görevlerini yerine getirirken yoğun biçimde dijital araçlara bağımlı hale gelmesine yol açmaktadır. Bu durum, teknolojinin verimlilik artırıcı etkisinin yanında, aşırı ekran maruziyeti, dikkat dağınıklığı ve tükenmişlik gibi olumsuz sonuçları da beraberinde getirmiştir (Çetin & Çelik, 2020).

Kamu personelinin iş saatlerinde sosyal medya kullanımı, mobil cihazlara bağımlılığı ve dijital platformlara yönelik dikkat dağınıklığı, iş performansını ve mesleki doyumunu da olumsuz etkileyebilmektedir (Demir & Tosun, 2022). Özellikle evden çalışma (uzaktan kamu hizmeti) sürecinde dijital dikkat dağınıklığı ve görev dışı dijital etkileşimler artış göstermiştir (Tunca & Koçak, 2021).

Kamu alışanlarının görev sorumlulukları gereği dijital araçları yoğun kullanmaları kaçınılmazdır. Ancak iş-özel yaşam sınırının bulanıklaşması, sosyal medya ve haber platformları gibi dikkat çekici uygulamalara sürekli erişim, bağımlılık riski doğurmaktadır ( ztrk & Karaköse, 2021).

Teknolojik gelişimler karşısında bireylerin dijital bağımlılıkları ve davranışları hakkında literatürde pek çok çalışma bulunmaktadır. Çalışmamıza benzer ve yakın çalışmalar ise şunlardır;

Gr ve arkadaşları (2018) tarafından yürütülen araştırmada, niversite  ğrencilerinin sosyal medya bağımlılığı düzeyleri ile akademik görevleri erteleme davranışları arasındaki ilişki incelenmiştir. Bulgular, sosyal medya bağımlılığı düzeyi yüksek olan öğrencilerin akademik erteleme eğilimlerinin de anlamlı biçimde yüksek olduğunu ortaya koymuştur. Ayrıca, sosyal medyada geçirilen srenin artış göstermesiyle birlikte öğrencilerin akademik yükümlülüklerine verdikleri önemin azaldığı sonucuna ulaşılmıştır.

Sarı ve Doğan (2019), niversite  ğrencilerinin dijital bağımlılık düzeylerinin yüksek olduğunu ve bu durumun akademik başarıyı olumsuz etkilediğini ortaya koymuştur.

Yıldız ve Kılıç, (2021), yaptığı çalışmada lise  ğrencilerinin dijital araçlarla etkileşimlerinde stbilişsel farkındalık düzeylerinin, dijital bağımlılık belirtileriyle ters orantılı olduğu bulunmuştur. Bu sonuç, üstbiliş becerilerinin dijital bağımlılığı önleyici etkisini desteklemektedir.

Rozgonjuk ve arkadaşları (2020) ise akıllı telefon kullanım süresiyle dijital üstbiliş becerileri arasında negatif bir korelasyon olduğunu belirlemişlerdir. Aynı şekilde, Morin ve arkadaşları (2022), üstbiliş düzeyi yüksek bireylerin uyku kalitelerinin de daha iyi olduğunu ve dijital medya nedeniyle oluşan bilişsel yorgunluğun daha düşük seviyede görüldüğünü vurgulamıştır.

Yılmaz (2022), çalışmasında kamu çalışanlarının %47'sinin günde üç saatten fazla kişisel amaçlı dijital içerik tükettiği, %38'inin ise iş saatlerinde sık sık dijital dikkat dağınlıklığı yaşadığı sonucuna ulaşmıştır. Bu bulgular, dijital bağımlılığın sadece bir gençlik problemi değil, aynı zamanda iş yaşamını doğrudan etkileyen bir yetişkin sorunu olduğunu göstermektedir.

Demirtaş (2023), çalışmasında kamu çalışanları arasında dijital üstbiliş becerileri yüksek olan bireylerin daha az dijital tükenmişlik yaşadığını ve dikkat

sürelerini daha verimli kullandıklarını göstermiştir. Özellikle planlama, dikkat yönetimi ve zaman kontrolü becerilerinin, iş yerindeki dijital dikkat dağınıklığını azalttığı vurgulanmıştır.

Carrier ve arkadaşlarının (2015) çoklu görev davranışlarının nedenleri ve etkilerine odaklandığı çalışmalar, genç bireylerin teknoloji kullanımının çoklu görev yapma yetilerini olumsuz yönde etkileyebileceğini göstermektedir. Araştırmalarda, özellikle güncel gelişmeleri kaçırma korkusunun (FOMO) bu durumu tetiklediği, ders sırasında teknolojik cihazlarla yapılan çoklu görevlerin (örneğin öğrenme, ödev yapma ya da ders çalışırken aynı anda sosyal medya kullanımı) öğrenme süreçlerini sekteye uğratabileceği belirtilmiştir.

Lepp ve arkadaşlarının (2015) 536 üniversite öğrencisiyle yürüttükleri araştırma, cep telefonu kullanım sıklığı ile kaygı düzeyi arasında negatif yönde anlamlı bir ilişki olduğunu ortaya koymuştur. Bu bulgu, dijital cihazların aşırı kullanımının psikolojik iyi oluş üzerinde olumsuz etkiler yaratabileceğini göstermektedir.

Beyens, Frison ve Eggermont'un (2016) gerçekleştirdiği çalışmada ise genç bireylerin sosyal medya kullanımı ile FOMO arasında anlamlı bir ilişki saptanmıştır. Araştırma bulgularına göre, Facebook kullanımının artmasıyla birlikte bireylerin ait olma ve popülerlik ihtiyaçlarının da arttığı; bu artışta FOMO'nun aracılık rolü oynadığı tespit edilmiştir.

Aliçavuşoğlu ve Boyraz'ın (2019) yürüttüğü çalışmada ise, genç bireylerin dijital üstbilgi düzeylerinin kompulsif sosyal medya kullanımı ve FOMO davranışları üzerindeki etkisi incelenmiştir. 699 üniversite öğrencisinden elde edilen veriler doğrultusunda öğrenciler dört üstbilgi kümeye ayrılmıştır: "kontROLSÜZLER", "ihtiyatlılar", "kontrol bendeciler" ve "şüpheliler". Ders esnasında telefon kullanımından kaçınan ve akademik dikkat düzeyi en yüksek olan grup "ihtiyatlılar" olarak tanımlanırken; ders sırasında telefon kullanımını kontrol edemeyen ve odaklanma sorunu yaşayan grup "kontROLSÜZLER" olarak belirlenmiştir. Araştırma sonuçlarına göre, "kontROLSÜZLER" grubu aynı zamanda FOMO ve sosyal medya bağımlılığı açısından en riskli grup olarak öne çıkmıştır. Bu doğrultuda, dijital çağın dikkat dağıtıcı unsurlarına karşı bireylerin üstbilgi farkındalıklarının artırılması ve stratejik bilişsel becerilerin geliştirilmesi gerektiği vurgulanmaktadır.

### 3. ARAşTIRMANIN AMACI VE ÖNEMİ

Günümüzde rekabet yalnızca özel sektörle sınırlı kalmayıp, kamu hizmeti sunan kuruluşlar arasında da önemli bir unsur haline gelmiştir. Kamu kurumları, sundukları hizmetlerin kalitesini artırma çabasıyla birbirleriyle dolaylı bir rekabet içerisinde dir. Bu bağlamda, kamu hizmetlerinin etkin ve kaliteli bir şekilde sunulmasında en kritik unsurlardan biri insan kaynağıdır. Kurum alışanlarının mesleki yeterlilikleri, görevlerine gösterdikleri  zen ve insan ilişkilerindeki becerileri, hizmet kalitesini doğrudan etkilemektedir.

Ancak alışanların iş ortamındaki performanslarını olumsuz etkileyebilecek çeşitli dikkat dağıtıcı unsurlar bulunmaktadır. Son yıllarda bu unsurlar arasında dijital bağımlılık, özellikle önplana çıkmaktadır. Bilgi ve iletişim teknolojilerindeki hızlı gelişmeler; bireylerin internet, akıllı telefon, tablet ve bilgisayar gibi dijital araçlara kolay erişimini mümkün kılmış, bu durum da dijital bağımlılığın yaygınlaşmasına neden olmuştur.

Kamu alışanlarının dijital bağımlılık düzeylerinin görevlerini yerine getirme süreçlerine olası olumsuz etkilerinin belirlenmesi hem bireysel verimliliğin artırılması hem de kurumsal hizmet kalitesinin iyileştirilmesi açısından büyük önem taşımaktadır. Bu bağlamda, söz konusu çalışmanın temel amacı; kamu çalışanlarının dijital bağımlılık düzeylerinin demografik değişkenlere göre farklılık gösterip göstermediğini incelemek ve elde edilen bulgular doğrultusunda politika ve uygulamalara yönelik öneriler geliştirmektir.

#### 3.1. Araştırmanın örnekle mi ve Veri Toplama Süreci

Araştırmanın evrenini kamu çalışanları oluşturmaktadır. Araştırmanın örnekle mi ise evren içerisinden kolayda örnekle me yöntemi ile seçilen 390 kişiden oluşmaktadır. Araştırma etik kurul onayı, Tokat Gaziosmanpaşa Üniversitesi Sosyal ve Beşeri Bilimler Araştırmaları Etik Kurulunun 30.06.2025 tarih 10. oturumunda alınmıştır.  rnekle m belirlerken zaman ve maliyet avantajı sağlaması bakımından kolayda örnekle me yöntemi tercih edilmiştir. Yeterli örnekle m büyüklüğü 0,95 güven düzeyi ve 0,05 hata payı ile 323 olarak tespit edilmiştir. Dolayısıyla örnekle m için belirlenen 390 sayısının yeterli olduğu söylenebilir (Yazıcıoğlu ve Erdoğan, 2004). Araştırmada veri toplama aracı olarak anket kullanılmıştır. Anket formu elektronik ortamda oluşturularak WhatsApp ve e-mail yoluyla katılımcılara ulaştırılmıştır. Belirlenen örnekle m sayısına ulaşana

kadar ve kadın-erkek sayısı eşitlenene kadar veri toplamaya devam edilmiştir. Elde edilen verilerin analizleri gerçekleştirilerek önerilerde bulunulmuştur.

### 3.2. Araştırmada Kullanılan Ölçekler

Araştırmada veri toplama aracı olarak anket kullanılmıştır. Anket formu iki bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde katılımcıların dijital bağımlılıklarını belirlemeye yönelik ifadeler yer alırken ikinci bölümde katılımcıların demografik özellikleri ve dijital araçları kullanım durumlarını belirlemeye yönelik sorular bulunmaktadır. Katılımcıların dijital bağımlılıklarını ölçmek için Rosen vd. (2017) tarafından geliştirilen ve Aliçavuşoğlu ve Boyraz (2019)'un çalışmasından alınan dijital üstbilgi davranış ölçeği kamu çalışanları için uyarlanarak kullanılmıştır. Söz konusu ölçek işe odaklanma, işte telefon kullanımı, üstbilgi stratejileri kullanımı, kullanıma ilişkin olumlu tutum ve kontrol özgüveni olmak üzere beş boyuttan oluşmaktadır. Ölçekte yer alan ifadeler 5'li likert tipinde (1-Kesinlikle Katılmıyorum -...- Kesinlikle Katılıyorum) hazırlanmıştır.

### 3.3. Araştırmada Kullanılan Analizler

Araştırmada elde edilen veriler analiz edilirken ilk olarak katılımcıların demografik özelliklerini ve dijital araç ve mecraları kullanım davranışlarını belirlemek amacıyla frekans analizleri yapılmıştır. Ölçek daha önce Türkçeye uyarlandıkları ve Türkçe geçerlilikleri test edildiği için faktör analizi yapılmamıştır. Sonraki aşamada araştırmada kullanılan ölçeğin güvenilirliğini belirlemek amacıyla güvenilirlik analizi gerçekleştirilmiştir. Bir sonraki aşamada verilerin normal dağılımını tespit etmek için normallik testi yapılmıştır. Son olarak katılımcıların ölçekte yer alan ifadelere katılım düzeylerinin demografik özelliklerine göre farklılaşp farklılaşmadığını incelemek için fark testleri gerçekleştirilmiştir.

## 4. BULGULAR VE YORUMLAR

### 4.1. Katılımcıların Demografik Bilgileri ve Dijital Araç Kullanımı

Katılımcıların demografik bilgileri ve dijital araçları kullanım durumu ile ilgili veriler Tablo.1'de gösterilmektedir.

**Tablo 1: Demografik Bilgiler ve Dijital Araç Kullanımı**

Değişken	Kategori	N	%
Cinsiyet	Kadın	195	50
	Erkek	195	50
Yaş	24-30	58	15
	31-37	112	29
	38-44	111	28
	45 ve Üzeri	109	28
Günlük İnternet Kullanımı	1 Saatten Az	39	10
	1-3 Saat	205	53
	4-6 Saat	124	32
	7 Saat ve Üzeri	22	5
İnternete Girme Amacı	Haberleri Takip Etmek	84	21
	Film-Dizi İzlemek	28	7
	Müzik Dinlemek	17	4
	Sosyalleşmek	71	18
	Zaman Geçirmek	40	10
	İş	49	13
	Sosyal Medya Platformlarına Bağlanmak	67	17
	Alışveriş Yapmak	18	5
	Diğer	16	5
İnternete Girilen Araç	Cep Telefonu	330	85
	Tablet/Dizüstü Bilg.	31	8
	Masaüstü Bilg.	29	7
İnternete Bağlanılan Araç	Mobil İnternet	135	35
	Wi-Fi	97	25
	Her İkisi	158	40
Sosyal Medya Kullanımı	Evet	347	89
	Hayır	43	11
<b>Toplam</b>		<b>390</b>	<b>100</b>
Sosyal Medya Aracı	Instagram	225	65
	Facebook-Meta	34	10
	Twitter-X	66	19
	Diğer	22	6

Sosyal Medyaya Girme Amacı	Haberleri Takip Etmek	71	20
	Film-Dizi İzlemek	18	5
	Sosyalleşmek	83	24
	Zaman Geçirmek	98	28
	İş	17	5
	Farklı Uygulamalara Bağlanmak	37	11
	Diğer	23	7
Sosyal Medyaya Girilen Araç	Cep Telefonu	326	94
	Diğer	21	6
Günlük Sosyal Medya Kullanımı	1 Saatten Az	66	19
	1-3 Saat	196	57
	4-6 Saat	67	19
	7 Saat ve Üzeri	18	5
<b>Toplam</b>		<b>347</b>	<b>100</b>

Tablo.1 incelendiğinde araştırmaya katılan kadın ve erkeklerin sayısının birbirine eşit olduğu görülmektedir. Yaş durumu incelendiğinde 30 yaş ve altındaki katılımcıların oranının (%15) diğerlerine kıyasla daha düşük olduğu görülmektedir. Diğer yaş gruplarındaki katılımcıların oranları birbirine yakındır. Katılımcıların büyük bir kısmı günde 1-3 saat arası (%53) internette zaman geçirmektedir. Günde 4-6 saat arası (%32) internette zaman geçirenlerin oranı da oldukça yüksektir. Katılımcıların çoğu internete, haberleri takip etmek (%21) için girmektedir. Sosyal medya platformlarına bağlanmak (%17) ve sosyalleşmek (%18) amacıyla girenlerin oranı da oldukça yüksektir. Katılımcıların önemli bir çoğunluğu internete cep telefonlarından (%85) girmektedir. İnternete bağlanılan araçlar incelendiğinde katılımcıların çoğunun (%40) internete hem mobil internet hem de Wi-Fi ile bağlandıkları görülmektedir. Mobil internetle (%35) bağlananların oranı da yüksektir. Katılımcıların büyük bir çoğunluğu (%89) sosyal medya kullanmaktadır. Sosyal medya kullanan katılımcılar incelendiğinde çoğunluğun en fazla Instagram (%65) kullandığı görülmektedir. Sosyal medya kullananların çoğu zaman geçirmek (%28) için sosyal medyaya girmektedir. Haberleri takip etmek (%20) ve sosyalleşmek (%24) amacıyla girenlerin oranı da oldukça yüksektir. Sosyal medya kullananların çoğu sosyal medya kanallarına cep telefonlarından (%94) girmektedir. Sosyal medya kullananların önemli bir çoğunluğu günde 1-3 saat arası (%57) sosyal medya kullanmaktadır.

## 4.2. Güvenilirlik Analizi Sonuçları

Araştırma ölçeğinin güvenilirliğini tespit etmek için Cronbach Alpha değeri dikkate alınmıştır. Cronbach Alpha değerinin  $0,60 \leq x < 0,80$  aralığında olması, ölçeğin güvenilir olduğu 0,80 ve üzerinde olması ölçeğin yüksek düzeyde güvenilir olduğu anlamına gelmektedir (Karagöz, 2019: 1008). Ölçeğe ve alt boyutlarına ait Cronbach Alpha değerleri Tablo.2’de gösterilmektedir.

**Tablo.2: Güvenilirlik Analizi Sonuçları**

Ölçek/Boyut	İfade Sayısı	Cronbach Alpha
Dijital Üstbiliş Davranış Ölçeği	19	0,707
İşe Odaklanma	5	0,809
İşte Telefon Kullanımı	4	0,796
Üstbiliş Stratejileri Kullanımı	4	0,742
Kullanıma İlişkin Olumlu Tutum	4	0,747
Kontrol Özgüveni	2	0,7,73

Tablo.2 incelendiğinde tüm boyutlarda güvenilirliğinin yüksek olduğu görülmektedir.

## 4.3. Normallik Testi Sonuçları

Ölçeklerdeki ifadelere verilen cevapların dağılımını incelemek amacıyla normallik testi gerçekleştirilmiştir. Normallik testinde verilerin çarpıklık ve basıklık değerleri dikkate alınmaktadır. Çarpıklık ve basıklık değerlerinin -2 ve +2 aralığında olması verilerin normal dağıldığı anlamına gelmektedir (George ve Mallery, 2010). Normallik testi sonuçları Tablo.3’te gösterilmektedir.

**Tablo.3: Normallik Testi Sonuçları**

Ölçek	Ort.	S.H	Çarpıklık	Basıklık
Dijital Üstbiliş Davranış Ölçeği	3,63	,02	-,616	1,015
İşe Odaklanma	4,22	,03	-,629	,675
İşte Telefon Kullanımı	3,30	,04	,029	-,319
Üstbiliş Stratejileri Kullanımı	3,63	,05	-,512	-,191

Kullanıma İlişkin Olumlu Tutum	3,19	,05	-,254	-,581
Kontrol Özgüveni	3,74	,05	-,800	,044

Tablo.3 incelendiğinde ölçek ve alt boyutlarına ait ortalamaların genel olarak orta ve yüksek düzeyde olduğu görülmektedir. Özellikle katılımcıların işe odaklanma düzeyleri oldukça yüksektir. Ölçeğe ve ölçeğe ait alt boyutlara ait çarpıklık ve basıklık değerleri ise -2 ve +2 aralığındadır. Dolayısıyla verilerin normal dağılım gösterdiği kabul edilmektedir. Bu aşamadan sonra parametrik testler gerçekleştirilecektir.

#### 4.4. Demografik Özelliklere Göre Araştırmada Yer Alan Değişkenlere Verilen Cevaplar Arasındaki Farklılıklar

##### 4.4.1. Cinsiyete Göre Farklılıklar

Katılımcıların araştırma değişkenlerine verdikleri cevapların cinsiyetlerine göre farklılaşıp farklılaşmadığını incelemek için Bağımsız Örneklem T-Testi gerçekleştirilmiştir. Yapılan testin sonuçları Tablo.4'te gösterilmektedir.

**Tablo.4: Cinsiyete Göre Farklılıklar**

Değişken	Cinsiyet	N	$\bar{X}$	S.H.	p
Kullanıma İlişkin Olumlu Tutum	Kadın	195	3,04	,07	<b>,00</b>
	Erkek	195	3,35	,07	

Tablo.4 incelendiğinde sadece kullanıma ilişkin olumlu tutum boyutunda kadınlar ve erkekler arasında anlamlı farklılıklar bulunduğu görülmektedir ( $p < 0,05$ ). Erkeklerin iş yerinde telefon kullanımına ilişkin olumlu tutumları kadınlara kıyasla daha yüksektir. Diğer boyutlarda kadınlar ve erkekler arasında anlamlı farklılıklar bulunmamaktadır ( $p > 0,05$ ).

##### 4.4.2. Yaş Grubuna Göre Farklılıklar

Katılımcıların araştırma değişkenlerine verdikleri cevapların yaş gruplarına göre farklılaşıp farklılaşmadığını incelemek için ANOVA gerçekleştirilmiştir. Yapılan analizin sonuçları Tablo.5'te gösterilmektedir.

**Tablo.5: Yaş Grubuna Göre Farklılıklar**

Değişken	Yaş Grubu	N	$\bar{X}$	S.S.	F	p	Fark
Kullanıma İlişkin Olumlu Tutum	a-24-30	58	3,50	,12	5,339	,01	d<a d<b
	b-31-37	112	3,27	,09			
	c-38-44	111	3,24	,09			
	d-45 ve zeri	109	2,90	,10			

Tablo.5 incelendiğinde kullanıma ilişkin olumlu tutum boyutunda yaş grubuna göre anlamlı farklılıklar bulunduğu görülmektedir ( $p<0,05$ ). 45 yaş ve üzerindekilerin iş yerinde telefon kullanımına ilişkin olumlu tutumları 24-30 yaş ve 31-37 yaş arasındakilere kıyasla daha düşüktür. Diğer boyutlarda yaş gruplarına göre anlamlı farklılıklar bulunmamaktadır ( $p>0,05$ ).

#### 4.4.3. İnternette Harcanan Günlük Süreye Göre Farklılıklar

Katılımcıların araştırma değişkenlerine verdikleri cevapların internette harcadıkları günlük süreye göre farklılaşıp farklılaşmadığını incelemek için ANOVA gerçekleştirilmiştir. Yapılan analizin sonuçları Tablo.6'da gösterilmektedir.

**Tablo.6: İnternette Harcanan Günlük Süreye Göre Farklılıklar**

Değişken	Süre	N	$\bar{X}$	S.S.	F	p	Fark
Dijital stbiliş Davranışı	a-1 Saatten Az	39	3,50	,05	3,278	,02	c>a
	b-1-3 Saat	205	3,60	,03			
	c-4-6 Saat	124	3,74	,04			
	d-7 Saat ve zeri	22	3,57	,12			

İşte Telefon Kullanımı	a-1 Saatten Az	39	2,85	,10	12,435	<b>,00</b>	a<b
	b-1-3 Saat	205	3,21	,05			a<c
	c-4-6 Saat	124	3,58	,06			a<d
	d-7 Saat ve Üzeri	22	3,41	,16			b<c
Kullanıma İlişkin Olumlu Tutum	a-1 Saatten Az	39	2,73	,14	13,191	<b>,00</b>	a<c
	b-1-3 Saat	205	3,01	,07			a<d
	c-4-6 Saat	124	3,60	,08			b<c
	d-7 Saat ve Üzeri	22	3,44	,19			
Kontrol Özgüveni	a-1 Saatten Az	39	4,15	,14	5,030	<b>,00</b>	d<a
	b-1-3 Saat	205	3,74	,07			d<b
	c-4-6 Saat	124	3,74	,10			d<c
	d-7 Saat ve Üzeri	22	3,07	,27			

Tablo.6 incelendiğinde dijital üstbilis davranışı, işte telefon kullanımı, kullanıma ilişkin olumlu tutumlar ve kontrol özgüveni boyutlarında internette harcanan günlük süreye göre anlamlı farklılıklar bulunduğu görülmektedir ( $p<0,05$ ). Dijital üstbilis davranışı boyutunda günlük 4-6 saat arası internette zaman geçirenlerle günlük 1 saatten az zaman geçirenler arasında anlamlı farklılıklar bulunmaktadır. Günlük 4-6 saat arası internette zaman geçirenlerin dijital üstbilis davranışı günlük 1 saatten az zaman geçirenlere kıyasla daha yüksektir.

İşte telefon kullanımı boyutunda günlük 1 saatten az internette zaman geçirenlerle günlük 1-3 saat, 4-6 saat ve 7 saat ve üzeri zaman geçirenler arasında anlamlı farklılıklar bulunmaktadır. Günlük 1 saatten az internette zaman geçirenlerin işte telefon kullanımı davranışı günlük 1-3 saat, 4-6 saat ve 7 saat ve üzeri zaman geçirenlere kıyasla daha düşüktür. Aynı şekilde günlük internette 1-3 saat arası zaman geçirenlerle 4-6 saat arası zaman geçirenler arasında da anlamlı

farklılıklar bulunmaktadır. Günlük internette 1-3 saat arası zaman geçirenlerin işte telefon kullanımı davranışı 4-6 saat arası zaman geçirenlere kıyasla daha düşüktür.

Kullanıma ilişkin olumlu tutum boyutunda günlük 1 saatten az internette zaman geçirenlerle günlük 4-6 saat ve 7 saat ve üzeri zaman geçirenler arasında anlamlı farklılıklar bulunmaktadır. Günlük 1 saatten az internette zaman geçirenlerin işte telefon kullanımına ilişkin olumlu tutumu günlük 4-6 saat ve 7 saat ve üzeri zaman geçirenlere kıyasla daha düşüktür. Aynı şekilde günlük internette 1-3 saat arası zaman geçirenlerle 4-6 saat arası zaman geçirenler arasında da anlamlı farklılıklar bulunmaktadır. Günlük internette 1-3 saat arası zaman geçirenlerin işte telefon kullanımına ilişkin olumlu tutumu 4-6 saat arası zaman geçirenlere kıyasla daha düşüktür.

Kontrol özgüveni boyutunda günlük 7 saat ve üzeri internette zaman geçirenlerle günlük 1 saatten az, 1-3 saat ve 4-6 saat arası zaman geçirenler arasında anlamlı farklılıklar bulunmaktadır. Günlük 7 saat ve üzeri internette zaman geçirenlerin kontrol özgüveni günlük 1 saatten az, 1-3 saat ve 4-6 saat arası zaman geçirenlere kıyasla daha düşüktür.

#### 4.4.4. İnternet Kullanma Amacına Göre Farklılıklar

Katılımcıların araştırma değişkenlerine verdikleri cevapların internet kullanım amacına göre farklılaşıp farklılaşmadığını incelemek için ANOVA gerçekleştirilmiştir. Yapılan analizin sonuçları Tablo.7’de gösterilmektedir.

**Tablo.7: İnternet Kullanma Amacına Göre Farklılıklar**

Değişken	Amaç	N	$\bar{X}$	S.S.	F	p	Fark
Dijital Üstbiliş Davranışı	a-Haberleri takip etmek	84	3,45	,06	3,427	<b>,00</b>	a<e a<f
	b-Film-Dizi İzlemek	28	3,75	,11			
	c-Müzik dinlemek	17	3,72	,10			
	d-Sosyalleşmek	71	3,64	,06			
	e-Zaman geçirmek	40	3,75	,08			
	f-İş	49	3,82	,06			
	g-Sosyal medya platformlarına bağlanmak	67	3,55	,05			
	h-Alışveriş Yapmak	18	3,74	,08			
	i-Diğer	16	3,67	,07			

İşe Odaklanma	a-Haberleri takip etmek	84	3,98	,11	2,204	<b>,03</b>	a<f
	b-Film-Dizi İzlemek	28	4,23	,09			
	c-Müzik dinlemek	17	4,27	,15			
	d-Sosyalleşmek	71	4,28	,08			
	e-Zaman geçirmek	40	4,21	,12			
	f-İş	49	4,43	,05			
	g-Sosyal medya platformlarına bağlanmak	67	4,21	,07			
	h-Alışveriş Yapmak	18	4,43	,09			
	i-Diğer	16	4,27	,11			
Kontrol Özgüveni	a-Haberleri takip etmek	84	3,52	,12	2,814	<b>,00</b>	b>a b>g c>a c>g
	b-Film-Dizi İzlemek	28	4,23	,13			
	c-Müzik dinlemek	17	4,31	,10			
	d-Sosyalleşmek	71	3,88	,12			
	e-Zaman geçirmek	40	3,60	,19			
	f-İş	49	3,92	,15			
	g-Sosyal medya platformlarına bağlanmak	67	3,48	,13			
	h-Alışveriş Yapmak	18	3,75	,20			
	i-Diğer	16	3,83	,25			

Tablo.7 incelendiğinde dijital üstbilis davranışı, işe odaklanma ve kontrol özgüveni boyutlarında internet kullanma amacına göre anlamlı farklılıklar bulunduğu görülmektedir ( $p<0,05$ ). Dijital üstbilis davranışı boyutunda haberleri takip etmek için interneti kullananlarla zaman geçirmek ve iş için kullananlar arasında anlamlı farklılıklar bulunmaktadır. İnterneti haberleri takip etmek için kullananların dijital üstbilis davranışı zaman geçirmek ve iş için kullananlara kıyasla daha düşüktür.

İşe odaklanma boyutunda interneti haberleri takip etmek için kullananlarla iş için kullananlar arasında anlamlı farklılıklar bulunmaktadır. İnterneti haberleri takip etmek için kullananların işe odaklanma düzeyi iş için kullananlara kıyasla daha düşüktür.

Kontrol özgüveni boyutunda internete film-dizi izlemek için girenlerle haberleri takip etmek ve sosyal medya platformlarına bağlanmak için girenler arasında anlamlı farklılıklar bulunmaktadır. İnternete film-dizi izlemek için girenlerin kontrol özgüveni haberleri takip etmek ve sosyal medya platformlarına bağlanmak için girenlere kıyasla yüksektir. İnternete müzik dinlemek için girenlerle haberleri takip etmek ve sosyal medya platformlarına bağlanmak için girenler arasında anlamlı farklılıklar bulunmaktadır. İnternete müzik dinlemek için girenlerin kontrol özgüveni haberleri takip etmek ve sosyal medya platformlarına bağlanmak için girenlere kıyasla yüksektir.

#### 4.4.5. İnternete Girilen Araca Göre Farklılıklar

Katılımcıların araştırma değişkenlerine verdikleri cevapların internete giriş yaptıkları araca göre farklılaşıp farklılaşmadığını incelemek için ANOVA gerçekleştirilmiştir. Yapılan analizin sonuçları Tablo.8’de gösterilmektedir.

**Tablo.8: İnternete Girilen Araca Göre Farklılıklar**

Değişken		N	$\bar{X}$	S.S.	F	p	Fark
İşte Telefon Kullanımı	a-Cep Telefonu	330	3,32	,04	7,638	<b>,00</b>	c<a c<b
	b-Tablet/ Dizüstü Bilgisayar	31	3,55	,16			
	c-Masaüstü Bilgisayar	29	2,83	,13			

Tablo.8 incelendiğinde işte telefon kullanımı boyutunda anlamlı farklılıklar olduğu görülmektedir ( $p<0,05$ ). İşte telefon kullanımı boyutunda internete masaüstü bilgisayarlarla girenlerle cep telefonu ve tablet/dizüstü bilgisayarlarla girenler arasında anlamlı farklılıklar bulunmaktadır. İnternete masaüstü bilgisayarlarla girenlerin işte telefon kullanımı davranışı cep telefonu ve tablet/dizüstü bilgisayarlarla girenlere kıyasla daha düşüktür.

#### 4.4.6. İnternete Bağlanılan Araca Göre Farklılıklar

Katılımcıların araştırma değişkenlerine verdikleri cevapların internete bağlandıkları araca göre farklılaşıp farklılaşmadığını incelemek için ANOVA gerçekleştirilmiştir. Yapılan analizin sonuçları Tablo.9’da gösterilmektedir.

**Tablo.9: İnternete Bağlanılan Araca Göre Farklılıklar**

Değişken		N	$\bar{X}$	S.S.	F	p	Fark
Dijital Üstbilis Davranışı	a-Mobil İnternet	135	3,60	,04	4,355	<b>,01</b>	c>b
	b-Wi-Fi	97	3,55	,06			
	c-Her İkisi	158	3,72	,03			
Üstbilis Stratejileri Kullanımı	a-Mobil İnternet	135	3,57	,08	6,100	<b>,00</b>	c>b
	b-Wi-Fi	97	3,41	,09			
	c-Her İkisi	158	3,81	,07			

Tablo.9 incelendiğinde dijital üstbilis davranışı ve üstbilis stratejileri kullanımı boyutlarında anlamlı farklılıklar olduğu görülmektedir ( $p<0,05$ ). Dijital üstbilis davranışı boyutunda internete hem mobil internet hem de Wi-Fi ile bağlananlarla internete sadece Wi-Fi ile bağlananlar arasında anlamlı farklılıklar bulunmaktadır. İnternete hem mobil internet hem de Wi-Fi ile bağlananların dijital üstbilis davranışı internete sadece Wi-Fi ile bağlanana kıyasla daha yüksektir.

Üstbilis stratejileri kullanımı boyutunda internete hem mobil internet hem de Wi-Fi ile bağlananlarla internete sadece Wi-Fi ile bağlananlar arasında anlamlı farklılıklar bulunmaktadır. İnternete hem mobil internet hem de Wi-Fi ile bağlananların üstbilis stratejileri kullanımı internete sadece Wi-Fi ile bağlanana kıyasla daha yüksektir.

#### 4.4.7. En Fazla Kullanılan Sosyal Medya Platformuna Göre Farklılıklar

Katılımcıların araştırma değişkenlerine verdikleri cevapların en fazla kullandıkları sosyal medya platformuna göre farklılaşıp farklılaşmadığını incelemek için ANOVA gerçekleştirilmiştir. Yapılan analizin sonuçları Tablo.10'da gösterilmektedir.

**Tablo.10: En Fazla Kullanılan Sosyal Medya Platformuna Göre Farklılıklar**

Değişken	Süre	N	$\bar{X}$	S.S.	F	p	Fark
İşe Odaklanma	a-Instagram	225	4,27	,04	2,798	<b>,04</b>	a>b
	b-Facebook	34	3,95	,16			
	c-Twitter	66	4,11	,10			
	d-Diğer	22	4,17	,16			

Tablo.10 incelendiğinde işe odaklanma boyutunda anlamlı farklılıklar olduğu görülmektedir ( $p < 0,05$ ). Instagram kullananlarla Facebook-Meta kullananlar arasında anlamlı farklılıklar bulunmaktadır. Instagram kullananları işe odaklanma düzeyi Facebook-Meta kullananlara kıyasla daha yüksektir.

#### 4.4.8. Sosyal Medya Kullanma Amacına Göre Farklılıklar

Katılımcıların araştırma değişkenlerine verdikleri cevapların sosyal medya kullanma amacına göre farklılaşıp farklılaşmadığını incelemek için ANOVA gerçekleştirilmiştir. Yapılan analiz sonuçları Tablo.11’de gösterilmektedir.

**Tablo.11: Sosyal Medya Kullanma Amacına Göre Farklılıklar**

Değişken	Sosyal Medya Kullanma Amacı?	N	$\bar{X}$	S.S.	F	p	Fark
Dijital stbiliş Davranışı	a-Haberleri takip etmek	71	3,47	,06	2,605	<b>,02</b>	a<d
	b-Film-Dizi İzlemek	18	3,57	,17			
	c-Sosyalleşmek	83	3,65	,05			
	d-Zaman geçirmek	98	3,74	,04			
	e-İş	17	3,76	,13			
	f-Diğer uygulamalara bağlanmak	37	3,63	,08			
	g-Diğer	23	3,64	,07			
Kullanıma İlişkin Olumlu Tutum	a-Haberleri takip etmek	71	2,86	,12	2,817	<b>,01</b>	a<f
	b-Film-Dizi İzlemek	18	3,12	,24			
	c-Sosyalleşmek	83	3,24	,11			
	d-Zaman geçirmek	98	3,31	,10			
	e-İş	17	3,59	,24			
	f-Diğer uygulamalara bağlanmak	37	3,53	,13			
	g-Diğer	23	3,17	,21			

Kontrol Özgüveni	a-Haberleri takip etmek	71	3,65	,14	2,576	<b>,02</b>	f<b f<e
	b-Film-Dizi İzlemek	18	4,17	,18			
	c-Sosyalleşmek	83	3,84	,11			
	d-Zaman geçirmek	98	3,80	,11			
	e-İş	17	4,18	,21			
	f-Diğer uygulamalara bağlanmak	37	3,24	,18			
	g-Diğer	23	3,67	,24			

Tablo.11 incelendiğinde dijital üstbilis davranışı, kullanıma ilişkin olumlu tutum ve kontrol özgüveni boyutlarında anlamlı farklılıklar olduğu görülmektedir ( $p<0,05$ ). Dijital üstbilis davranışı boyutunda sosyal medyaya haberleri takip etmek amacıyla girenlerin dijital üst bilis davranışları zaman geçirmek amacıyla girenlere kıyasla daha düşüktür.

Kullanıma ilişkin olumlu tutum boyutunda sosyal medyaya haberleri takip etmek amacıyla girenlerle diğer uygulamalara bağlanmak amacıyla girenler arasında anlamlı farklılıklar bulunmaktadır ( $p<0,05$ ). Sosyal medyaya haberleri takip etmek amacıyla girenlerin kullanıma ilişkin olumlu tutumları diğer uygulamalara bağlanmak amacıyla girenlere kıyasla daha düşüktür.

Kontrol özgüveni boyutunda sosyal medyaya diğer uygulamalara bağlanmak amacıyla girenlerle film-dizi izlemek ve iş amacıyla girenler arasında anlamlı farklılıklar bulunmaktadır ( $p<0,05$ ). Sosyal medyaya diğer uygulamalara bağlanmak amacıyla girenlerin kontrol özgüveni film-dizi izlemek ve iş amacıyla girenlere kıyasla daha düşüktür.

#### 4.4.9. Sosyal Medyada Harcanan Günlük Süreye Göre Farklılıklar

Katılımcıların araştırma değişkenlerine verdikleri cevapların sosyal medyada harcadıkları günlük süreye göre farklılaşıp farklılaşmadığını incelemek için ANOVA gerçekleştirilmiştir. Yapılan analizin sonuçları Tablo.12’te gösterilmektedir.

**Tablo.12: Sosyal Medyada Harcanan Günlük Süreye Göre Farklılıklar**

Değişken	Süre	N	$\bar{X}$	S.S.	F	p	Fark
İşte Telefon Kullanımı	a-1 Saatten Az	66	2,98	,08	6,287	<b>,00</b>	a<b a<c
	b-1-3 Saat	196	3,34	,05			
	c-4-6 Saat	67	3,50	,08			
	d-7 Saat ve Üzeri	18	3,46	,20			

Tablo.12 incelendiğinde işte telefon kullanımı boyutunda sosyal medyada harcanan günlük süreye göre anlamlı farklılıklar bulunduğu görülmektedir ( $p<0,05$ ). İşte telefon kullanımı boyutunda günlük 1 saatten az sosyal medyada zaman geçirenlerle günlük 1-3 saat ve 4-6 saat arası zaman geçirenler arasında anlamlı farklılıklar bulunmaktadır. Günlük 1 saatten az sosyal medyada zaman geçirenlerin işte telefon kullanımı davranışı günlük 1-3 saat ve 4-6 saat arası zaman geçirenlere kıyasla daha düşüktür.

#### 4.4.10. Sosyal Medyaya Girilen Araca Göre Farklılıklar

Katılımcıların araştırma değişkenlerine verdikleri cevapların sosyal medyaya girdikleri araca göre farklılaşıp farklılaşmadığını incelemek için Bağımsız Örneklem T-Testi gerçekleştirilmiştir. Yapılan testin sonuçları Tablo.13'te gösterilmektedir.

**Tablo.13: Sosyal Medyaya Girilen Araca Göre Farklılıklar**

Değişken	Araç	N	$\bar{X}$	S.H.	p
Kullanıma İlişkin Olumlu Tutum	Cep Telefonu	326	3,25	,05	<b>,02</b>
	Diğer	21	2,72	,25	

Tablo.13 incelendiğinde kullanıma ilişkin olumlu tutum boyutunda sosyal medyaya girilen araca göre anlamlı farklılıklar bulunduğu görülmektedir ( $p<0,05$ ). Kullanıma ilişkin olumlu tutum boyutunda sosyal medyaya cep telefonu ile girenlerin işte telefon kullanımına ilişkin olumlu tutumları diğer araçlarla girenlere kıyasla daha yüksektir.

## SONUÇ VE ÖNERİLER

Bilgi çağının ortaya çıkışı ve dijital iletişim araçlarının yaygınlaşması, hem toplumlar arası iletişimi hem de bireyler arasındaki etkileşimi derinden etkilemiştir. Bu değişim, bireysel düzeyden toplumsal yapıya kadar uzanan geniş bir dönüşüm sürecini kapsamış ve dijital kültürün oluşumuna zemin hazırlamıştır (İşleyen, 2018: 73). Gelişen iletişim teknolojileri sayesinde zaman ve mekân engelleri büyük ölçüde ortadan kalkmış, bireyler istedikleri anda ve buldukları yerden bilgiye erişebilme imkânı elde etmiştir. Bu durum, insanların yaşam pratiklerini giderek teknoloji merkezli bir yapıya dönüştürdüğünü göstermektedir (Tütünsatar ve Okcu, 2020: 67). Teknoloji ve iletişim alanındaki bu ilerlemeler, bilginin önemi ile bilgiye hızlı erişimi ön plana çıkarmıştır. Böylece bireyler ve toplumlar, bilgiye daha fazla değer atfetmeye başlamış ve bilgiyi daha etkili biçimde kullanma olanağı kazanmıştır (Güven, 2017: 128). Bilgi ve iletişim teknolojileri, bireylerin görüşlerini dile getirme, siyasal süreçlere katılma ve demokratik mekanizmalarda aktif rol alma kapasitelerini artırmıştır. Bununla birlikte, demokratik katılımı güçlendiren çeşitli stratejik araçları da bünyesinde barındırmaktadır (Gökçe ve Örselli, 2012: 40). Tüm bu gelişmeler, toplumsal ilişkilerden demokratik işleyişe ve bilgi yönetimine kadar pek çok alanda önemli bir dönüşümün yaşanmasına neden olmaktadır.

Küreselleşme süreci ve teknolojide yaşanan hızlı gelişmeler, bireylerin yaşam biçimlerini, iletişim pratiklerini ve bilgiye ulaşma yöntemlerini temelden dönüştürmüştür. Bu dönüşüm, toplumlara çeşitli olanaklar sunarken aynı zamanda yeni risk ve sorunları da beraberinde getirmektedir. Bu nedenle, teknolojik ilerlemelerin ortaya çıkardığı etkileri doğru biçimde analiz etmek ve bu değişimlere uyum sağlamak önemli bir güçlük olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu çerçevede, kamu sektöründe çalışan bireylerin dijital bağımlılık düzeylerinin demografik özelliklere göre farklılık gösterip göstermediğini ortaya koymayı amaçlayan bu çalışmada elde edilen bulgular aşağıda sunulmaktadır.

Kadınlar ve erkekler arasında tutum, davranış, algı ve niyetler açısından çeşitli farklılıklar görülebilmektedir. Bu farklılıklar, bireylerin internet ve teknoloji kullanım biçimlerine de yansıtılabilmektedir. Söz konusu ayrışmanın temelinde sosyal, kültürel ve psikolojik birçok etken yer almaktadır. Savcı (1999), kadınlar ile erkekler arasındaki bu farklılıkların;

siyasal yapı, sınıfsal konum, kapitalist sistem ve ataerkil toplumsal düzen gibi unsurlar göz önünde bulundurulmadan açıklanamayacağını vurgulamaktadır. Bu bağlamda, ataerkil yapının belirgin olduğu toplumlarda, Türkiye  rneğinde olduğu gibi, kadınlar iş ortamında erkeklere kıyasla kendilerini daha az rahat hissedebilmektedir. Bu durum, maruz kalınan baskılar ya da benzeri etkenler nedeniyle kadınların iş yerinde telefon kullanımına daha temkinli veya olumsuz yaklaşmalarına yol açabilmektedir.

Öte yandan, 45 yaş ve üzerindeki bireylerin iş yerinde telefon kullanımına yönelik olumlu tutumlarının, daha genç yaş gruplarına kıyasla daha düşük olduğu görülmektedir. Bu farklılık, kuşaklar arası ayrımlar ve deneyim düzeyi ile ilişkilendirilebilir. Daha ileri yaş grubundaki çalışanlar, sahip oldukları mesleki deneyim sayesinde iş ortamında telefon kullanımının doğurabileceği olası olumsuz sonuçlar konusunda daha fazla farkındalık geliştirmiş olabilirler. Buna karşılık, genç kuşakların teknolojiyle daha i içe bir ilişki kurmaları doğal bir durumdur. Bu nedenlerle, ileri yaş gruplarının iş yerinde telefon kullanımına yönelik tutumlarının, genç çalışanlara kıyasla daha olumsuz olması beklenebilir.

İnternette geçirilen süre temel alındığında elde edilen bulgular, genel olarak çevrim içi ortamda daha uzun zaman geçiren bireylerin iş sırasında telefon kullanma davranışlarının ve bu kullanıma yönelik olumlu tutumlarının daha yüksek olduğunu, buna karşın kontrol özgüvenlerinin daha düşük seviyede kaldığını göstermektedir. Bu sonuç beklenen bir durumu yansıtılmaktadır. Çalışanların dijital araçlara yönelik olumlu algıları, bu araçları kullanma eğilimlerini artırmakta ve buna bağlı olarak özdenetim düzeylerinde azalmaya yol açabilmektedir.

İnterneti ağırlıklı olarak haber takibi amacıyla kullanan bireylerin dijital üstbiliş davranışları, zamanı değerlendirme ya da iş amaçlı kullananlara kıyasla daha düşüktür. Aynı şekilde, haberleri takip etmek için internete girenlerin işe odaklanma düzeyleri de iş amaçlı kullananlara oranla daha düşük bulunmuştur. Buna karşılık, interneti film-dizi izlemek veya müzik dinlemek için kullanan bireylerin kontrol özgüvenlerinin, haber takibi ya da sosyal medya kullanımı amacıyla internete girenlerden daha yüksek olduğu görülmektedir. Haberleri düzenli olarak takip eden bireylerin dijital üstbiliş ve işe odaklanma düzeylerinin düşük olmasının, güncel gelişmelere daha fazla ilgi duymaları ve bu konular üzerine yoğun biçimde düşünmeleriyle ilişkili olabileceği değerlendirilmektedir. Bu kişiler, gelişmeleri yakından

Bilgi Teknolojileri ve İletişim Dergisi (BTK Dergi), Cilt:3, Sayı:2, Aralık 2025, ISSN:2980-1311, E-ISSN: 3023-4239  
izleme isteğiyle internete sık sık girebilmekte ve bu durum da işlerine odaklanmalarını olumsuz etkileyebilmektedir.

Son olarak, internete masaüstü bilgisayar aracılığıyla erişen çalışanların, cep telefonu ya da tablet/dizüstü bilgisayar kullananlara kıyasla iş yerinde telefon kullanma davranışlarının daha düşük olduğu tespit edilmiştir.

Cep telefonu aracılığıyla internete erişen bireylerin, iş ortamında da cep telefonu kullanım davranışlarının yüksek olması beklenen bir durumdur. Bu kişiler için cep telefonu, merak ettikleri herhangi bir bilgiye anında ulaşabilecekleri sürekli erişilebilir bir araç konumundadır. Bu nedenle ihtiyaç duydukları her anda telefonlarını kullanma eğilimleri artmaktadır.

Araştırmanın öne çıkan bulgularından biri, internete hem mobil internet hem de Wi-Fi üzerinden bağlanan bireylerin dijital üstbiliş davranışları ile üstbiliş stratejilerini kullanma düzeylerinin, yalnızca Wi-Fi bağlantısı kullananlara göre daha yüksek olmasıdır. Oysa genel beklenti, mobil internet erişimi bulunan bireylerin her an çevrim içi olabilmeleri nedeniyle dijital üstbiliş düzeylerinin daha düşük, dijital bağımlılıklarının ise daha yüksek olması yönündedir. Ancak elde edilen sonuçlar bu varsayımı desteklememektedir. Bu durum, bireylerin dijital ortamdaki ihtiyaçlarının doyum düzeyi ile açıklanabilir. Hem mobil internet hem de Wi-Fi kullananların sanal ortamda birçok ihtiyacını yeterince karşılamış olmaları mümkündür. Buna karşılık, internete yalnızca Wi-Fi ile erişebilen bireyler dijital ihtiyaçlarını çoğunlukla iş ortamında gidermekte olabilir. Bu durum, iş yerinde dijital bağımlılık düzeylerinin daha yüksek olmasına ve kontrol özgüvenlerinin daha düşük seyretmesine yol açabilmektedir. İnternet erişimi sağlandığında, bu bireylerin bastırılmış dijital ihtiyaçlarını karşılama eğiliminde olmaları da olasıdır.

Öte yandan, çalışanların dijital bağımlılık düzeylerinin sosyal medya kullanıp kullanmama durumuna göre anlamlı bir farklılık göstermediği tespit edilmiştir. Her ne kadar sosyal medya kullanıcılarının dijital bağımlılık düzeylerinin daha yüksek olması beklenirse de, araştırmada sosyal medya kullananların oranının oldukça yüksek olması (%87) bu ilişkinin sağlıklı biçimde değerlendirilmesini zorlaştırmaktadır. Bu nedenle, sosyal medya kullanımı ile dijital bağımlılık arasında istatistiksel olarak anlamlı bir bağ kurmak bu veriler ışığında mümkün görünmemektedir.

Araştırma bulgularına göre, Instagram kullanıcılarının işe odaklanma düzeylerinin Facebook-Meta kullanıcılarına kıyasla daha yüksek olduğu

görülmektedir. Bu farklılığın ortaya çıkmasında, söz konusu iki sosyal medya platformunun sunduğu içerik yapılarının etkili olabileceği düşünülmektedir. Bu nedenle, her iki platformun içerik türleri ve kullanım dinamikleri ayrıntılı biçimde incelenmeden kesin bir yorumda bulunmak güçtür. Bu bağlamda, ileride yapılacak çalışmaların sosyal medya platformlarının içerik özelliklerini analiz ederek, bu içeriklerin dijital bağımlılık üzerindeki etkilerini karşılaştırmalı olarak ele alması, alan yazına önemli katkılar sunacaktır.

Dijital  stbiliş davranışı açısından değerlendirildiğinde, sosyal medyayı haber takibi amacıyla kullanan bireylerin dijital üstbiliş düzeylerinin, sosyal medyayı vakit geçirmek için kullananlara göre daha düşük olduğu görülmektedir. Benzer şekilde, haberleri takip etmek amacıyla sosyal medyaya girenlerin iş yerinde cep telefonu kullanımına yönelik olumlu tutumları, diğer uygulamalara erişim amacıyla sosyal medyayı kullananlara kıyasla daha düşüktür. Buna karşılık, sosyal medyayı başka uygulamalara geçiş aracı olarak kullanan bireylerin kontrol özgüvenlerinin, film-dizi izlemek veya iş amacıyla sosyal medyaya girenlerden daha düşük olduğu tespit edilmiştir.

İnternet üzerinden haber takibi yapan bireylerde olduğu gibi, sosyal medya aracılığıyla haberleri takip eden kişilerin de dijital üstbiliş davranışlarının ve işe odaklanma düzeylerinin görece düşük olması, güncel gelişmeleri yakından izlemeleri ve bu konular üzerinde daha fazla zihinsel çaba harcamalarıyla açıklanabilir. Bu durum, bireylerin gelişmeleri takip etmek amacıyla sık sık çevrim içi olmalarına ve buna bağlı olarak işlerine yeterince odaklanamamalarıyla sonuçlanabilmektedir. Öte yandan, haberleri sosyal medya üzerinden takip eden bireylerin iş yerinde telefon kullanımına ilişkin tutumlarının olumsuz olmasının, kullanılan teknolojik araçlarla ilişkili olabileceği düşünülmektedir. Bu kişiler haber takibi için çoğunlukla masaüstü bilgisayar kullanıyorsa, bu aracı için doğal bir parçası olarak görüp farklı amaçlarla kullanımını sakıncalı bulmayabilirken, cep telefonu kullanımını daha olumsuz değerlendirebilirler.

Sosyal medyayı diğer uygulamalara bağlanmak amacıyla kullanan bireylerin ise dijital bağımlılık düzeylerinin görece yüksek olması nedeniyle, zaman kaybını azaltmak ve uygulamalara daha hızlı erişmek için sosyal medyayı bir geçiş aracı olarak tercih ettikleri söylenebilir. Bu durum da söz

Bilgi Teknolojileri ve İletişim Dergisi (BTK Dergi), Cilt:3, Sayı:2, Aralık 2025, ISSN:2980-1311, E-ISSN: 3023-4239  
konusu bireylerin kontrol özgüvenlerinin diğer gruplara kıyasla daha düşük olmasına yol açabilmektedir.

Günlük olarak sosyal medyada bir saatten daha az zaman geçiren çalışanların, iş sırasında telefon kullanma davranışlarının, sosyal medyada daha uzun süre vakit geçirenlere göre genel olarak daha düşük olduğu görülmektedir. Bu bulgu, internette ve sosyal medyada daha sınırlı zaman geçiren bireylerin iş yerinde telefon kullanım eğilimlerinin de düşük olmasının beklenen bir sonuç olduğunu göstermektedir.

Kullanıma yönelik olumlu tutum boyutu ele alındığında ise, sosyal medyaya cep telefonu aracılığıyla erişen bireylerin iş yerinde telefon kullanımına ilişkin olumlu tutumlarının, diğer araçları kullananlara göre daha yüksek olduğu anlaşılmaktadır. Daha önce de belirtildiği üzere, katılımcıların büyük çoğunluğu sosyal medyaya en sık cep telefonu üzerinden bağlanmaktadır (%97). Bu nedenle, sosyal medya kullanımının büyük ölçüde cep telefonu üzerinden gerçekleşmesi, bu bireylerin iş ortamında telefon kullanımına daha olumlu yaklaşımlarını doğal bir sonuç hâline getirmektedir.

Sonuç olarak; dijital bağımlılığın önlenmesinde sadece bireysel farkındalık değil, kurumsal stratejiler de önemlidir. Örneğin, bazı kamu kurumlarında dijital dikkat farkındalığı atölyeleri, ekran molası uygulamaları ve sosyal medya kullanım rehberleri geliştirilmektedir (Karagöz ve Altun, 2021). Ayrıca kamu kurumlarında düzenlenen dijital hijyen eğitimleri, çalışanların ekran sürelerini izlemeleri, dijital molalar vermeleri ve görev önceliklerini belirlemeleri konusunda etkili olmaktadır (MEB, 2020). Üstbilişe dayalı bu eğitimler, çalışanların dijital davranışlarını daha bilinçli yönlendirmelerine katkı sağlamaktadır. Dolayısıyla dijital bağımlılığın önlenmesi özellikle kamu çalışanlarında devletin bir ödevi de olmuş durumdadır.

## KAYNAKÇA

Aksoy, H. H. (2003). Eğitim Kurumlarında Teknoloji Kullanımı ve Etkilerine İlişkin Bir ozmleme. Eğitim Bilim Toplum Dergisi, 1(4), 4-23.

Aliçavuşoğlu, ., & Boyraz, E. (2019). Kendimi Biliyorum, Kork(M) Uyorum! Yenilikleri Kaçırma Korkusu (Fomo) ve Sosyal Medya Bağımlılığında Dijital stbilişin Rolü. International Journal of Social and Humanities Sciences Research (JSHSR), 6(33), 682–697. <https://doi.org/10.26450/jshsr.1105>

Arklan, . (2016). Sosyal Medyanın Siyasal Amaçlı Kullanımı: Ağ Kuşağının Kullanım Alışkanlıkları zerine Bir Araştırma, Gümüşhane Üniversitesi İletifim Fakültesi Elektronik Dergisi, 2 (4), 618-657.

Anderson, E. L., Steen, E., & Stavropoulos, V. (2017). Internet use and problematic internet use: A systematic review of longitudinal research trends in adolescence and emergent adulthood. International Journal of Adolescence and Youth, 22(4), 430–454.

Aydın, İ. (2012). Bilişim Sektr ve Türkiye'nin Sektrdeki Potansiyeli. International Journal of New Trends in Arts, Sports & Science Education (IJTASE), 1(1), 180-200.

Beyens, I., Frison, E., & Eggermont, S. (2016). "I don't want to miss a thing": Adolescents' fear of missing out and its relationship to adolescents' social needs, Facebook use, and Facebook related stress., Computers in Human Behavior, 64, 1-8.

Bregman, S. (2014). Best Practices For Transportation Agency Use Of Social Media, CRC Press, New York.

Carrier, L.M.; Rosen, L.D.; Cheever, N.A.; Lim, A.F. (2015). Causes, Effects, And Practicalities of Everyday Multitasking, Developmental Review, 35, 64-78.

etin, S., & elik, H. (2020). Kamu alışanlarında dijitalleşme ve dikkat dağınıklığı: Sosyal medya kullanımı bağlamında bir inceleme. Yönetim Bilimleri Dergisi, 18(2), 112-128.

Demir, K., & Tosun, M. (2022). Kamu alışanlarında sosyal medya bağımlılığı ve tükenmişlik arasındaki ilişki. İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Dergisi, 11(3), 521-540.

Demirtaş, M. (2023). Dijital stbiliş becerilerinin kamu çalışanlarının dikkat yönetimi üzerindeki etkisi. Kamu Yönetimi ve Politikaları Dergisi, 6(1), 85-104.

Efhliides, A. (2009). The role of metacognitive experiences in the learning process. *Educational Research Review*, 4(3), 117–127.

Erdoğan, E. (2017). İnternet ve Siyasal Katılım: Türkiye Gençliği Üzerinden Bir Değerlendirme, *Gençlik Araştırmaları Dergisi*, 5(13), 5-30.

Flavell, J. H. (1979). Metacognition and cognitive monitoring: A new area of cognitive–developmental inquiry. *American Psychologist*, 34(10), 906–911.

George, D., & Mallery, P. (2010). *SPSS for Windows Step By Step: A Simple Guide and Reference 17.0 Update*. (10. Baskı). London, United Kingdom: Pearson.

Gökçe, O. ve Örselli, E. (2012). E-demokrasi Vatandaşların Siyasete İlgilerinin ve Katılımlarının Artırılmasının Bir Aracı mı?, İçinde M. Z. Sobacı ve M. Yıldız (Ed.), *E-Devlet: Kamu Yönetimi ve Teknoloji İlişkisinde Güncel Gelişmeler*, Ankara: Nobel.

Gür., S.H., Bakırcı, Ö., Karakaş, B., Bayoğlu, F., Atli, A. (2018). Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Medya Bağımlılığının Akademik Erteleme Davranışları Üzerindeki Etkisi, *İnönü Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü Dergisi*, 5 (10), 68-77. doi: 10.29129/inujse.466534.

Gürbüz, S. ve Şahin, F. (2017). *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.

Güven, A. (2017). *Kuramdan Uygulamaya Kamu Yönetiminin Dönüşümü*, Orion Kitapevi, Ankara

Gürcan, H. İ. (2012). Gazete Köşe Yazarları ve Sosyal Medya: Twitter Örneğinde Bir İçerik Çözümlemesi, *2nd International Symposium New Communication Technologies And Social Transformation*, 02-04, Mayıs 2012, 641-648.

Hadwin, A. F., Winne, P. H., Stockley, D. B., Nesbit, J. C., & Woszczyna, C. (2005). Context moderates self-regulation. *Instructional Science*, 29(5), 367–388.

Kalaycı, Ş. (2006). *SPSS Uygulamalı Çok Değişkenli İstatistik Değişkenleri*. Ankara: Asil Yayın Dağıtım.

Karaca, P. (2020). Sosyal Medya ve Demokratik Katılım İlişkisi: 24 Haziran 2018 Cumhurbaşkanlığı Seçim Kampanyasında Sosyal Medya Kullanımı. *Uluslararası Halkla İlişkiler ve Reklam Çalışmaları Dergisi*, 3(1), 108-141.

Karagöz, Y. (2019). *SPSS AMOS META Uygulamalı İstatistiksel Analizler*. 2. Baskı. Ankara: Nobel Akademi Yayıncılık.

Karagöz, S., & Altun, M. (2021). Kamu kurumlarında dijital dikkat farkındalığı stratejileri. *Eğitim ve Bilim Araştırmaları Dergisi*, 17(4), 93-107.

Kuss, D. J., & Griffiths, M. D. (2015). Internet addiction in adolescents: Prevalence and risk factors. *Computers in Human Behavior*, 29(3), 1987-1996.

Lepp, A., Barkley, J. E., & Karpinski, A. C. (2015). The Relationship Between Cell Phone Use And Academic Performance In A Sample Of US College Students, *SAGE Open*, 5(1).

MEB. (2020). *Dijital Hijyen Rehberi*. T.C. Milli Eğitim Bakanlığı, Yenilik ve Eğitim Teknolojileri Genel Müdürlüğü.

Mei, S., Yau, Y. H. C., Chai, J., Guo, J., & Potenza, M. N. (2016). Problematic Internet use, well-being, self-esteem and self-control: Data from a high-school survey in China. *Addictive Behaviors*, 61, 74-79.

Morin, C. M., Carrier, J., Bastien, C. H., & Godbout, R. (2022). Sleep and academic performance: A meta-analytic review. *Sleep Medicine Reviews*, 61, 101561.

Okumak, V. Çakmak, S. Çavuş, (Ed.), *Dijital Kültür ve İletişim içinde* (73-108). Konya: Literatürk Academia.

Öztürk, D., & Karaköse, T. (2021). Dijital bağımlılık ve iş doyumu arasındaki ilişki: Kamu çalışanları üzerine bir araştırma. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 20(77), 1647-1665.

Rosen, L.D.; Carrier, L.M.; Pedroza, J. A.; Elias, S.; O'Brien, K.M.; Lozano, J.; Kim, K.; Cheever, N. A.; Bentley, J.; Ruiz, A. (2017). The Role of Executive Functioning and Technological Anxiety (FOMO) in College, *Psicología Educativa*, 24, 14-25.

Rozgonjuk, D., Sindermann, C., Elhai, J. D., & Montag, C. (2020). The association between smartphone use and problematic use: A systematic review and meta-analysis. *Computers in Human Behavior*, 114, 106527.

Sarı, T., & Doğan, A. (2019). Üniversite öğrencilerinde dijital bağımlılık ve akademik başarı arasındaki ilişki. *Eğitim ve Teknoloji Kuram ve Uygulama Dergisi*, 9(2), 132-145.

Savcı, İ. (1999). Toplumsal cinsiyet ve teknoloji. *Ankara Üniversitesi SBF Dergisi*, 54(01), 123-142.

TUİK. (2024). Hanehalkı Bilişim Teknolojileri Kullanım Araştırması, [https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Hanehalki-Bilisim-Teknolojileri-\(BT\)-Kullanim-Arastirmasi-2024-53492](https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Hanehalki-Bilisim-Teknolojileri-(BT)-Kullanim-Arastirmasi-2024-53492) adresinden 02 Nisan 2025 tarihinde edinilmiştir.

Turan, A. H. ve Çolakoğlu, B. E. (2011). Yüksek Öğretimde Öğretim Elemanlarının Teknoloji Kabulü ve Kullanımı: Adnan Menderes Üniversitesinde Ampirik Bir Değerlendirme. *Doğuş Üniversitesi Dergisi*, 9(1), 106-121

Tunca, N., & Koçak, E. (2021). Uzaktan çalışmanın dijital dikkat dağınıklığı üzerindeki etkisi: Pandemi sürecinde kamu çalışanları. *İş, Güç: Endüstri İlişkileri ve İnsan Kaynakları Dergisi*, 23(4), 232-248.

Tütünsatar, A. ve Okcu, M. (2020). Sosyal Medya Siyasal Katılım İlişkisi: Uygulamalar ve Olaylar Üzerinden Değerlendirme. *Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (36), 66-93.

Yam F., C. ve İlhan T. (2020). Modern Çağın Bütünsel Teknolojik Bağımlılığı: Phubbing. *Psikiyatride Güncel Yaklaşımlar*. Mart 2020;12(1):1-15. doi:10.18863/pgy.551299

Yazıcıoğlu, Y., & Erdoğan, S. (2004). SPSS Uygulamalı Bilimsel Araştırma Yöntemleri. Ankara: Detay Yayıncılık.

Yengin, D. (2019). Teknoloji Bağımlılığı Olarak Dijital Bağımlılık, *The Turkish Online Journal of Design, Art and Communication – TOJDAC* ISSN: 2146-5193, April 2019 Volume 9 Issue 2, p. 130-144.

Yıldız, M., & Kılıç, M. (2021). Lise öğrencilerinde dijital üstbiliş farkındalığı ve dijital bağımlılık arasındaki ilişki. *Eğitim ve Öğretim Araştırmaları Dergisi*, 10(3), 56-70.

Yılmaz, R. Yaşar, İ. (2020). Sosyal Medya Kullanımının Siyasal Etkinlik, İlgi ve Katılım Üzerine Etkisi. *Dicle Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (25), 195-207.

Yılmaz, F. (2022). Dijital dikkat dağınıklığı ve iş verimliliği ilişkisi: Kamu sektörü çalışanları örneği. *Türkiye Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 26(1), 61-80.

WEB 1.0, 2.0, 3.0 ve 4.0'ın Tarihi (Ö. Yılmaz, çev.). (2022). *Maltepe Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 8(2), 351-359.

Winne, P. H., & Hadwin, A. F. (1998). Studying as self-regulated learning. *Metacognition in Educational Theory and Practice*, 93(4), 27-30.