Akıllı telefon bağımlılığı üzerinde dijital sosyal baskının rolünü keşfetmek: Genç kullanıcılar özelinde bir araştırma**[[1]](#footnote-1)\***

Sakir Guler[[2]](#footnote-2) Selim Kanat[[3]](#footnote-3)

**Özet**

**Amaç –** *Akıllı telefonlar yaygınlaştığından beri tuşlu analog telefon kullanan kişiler oldukça garip karşılanmaya başlandı. Arkadaşınıza bir fotoğraf gönderirken elinizin WhatsApp’a gitmesi ya da metroda zaman öldürürken Instagram hikayelerini kaydırmak gibi yeni nesil alışkanlıklar olağan rutinlerimiz haline geldi. Bu nedenle sosyal medya, akıllı telefon ve benzer teknolojileri kullanmayan (ya da yeteri kadar aktif olmayan) tanıdıklarımızı bilinçsiz bir biçimde bu teknolojileri kullanmaları (veya aktif kullanmaları) yönünde teşvik etmekteyiz.*

**Metodoloji –** *Bu nedenle insanlar günümüzde yalnızca dijital platformlara dahil olmakla kalmayıp aynı zamanda ilgili etkileşim ağlarının etkisiyle bir sosyal baskıya da maruz kalmaktalar. Dolayısıyla akıllı telefonlara karşı bu denli bağımlı oluşumuzun ardında yatan faktörlerden önemli bir tanesi de toplumda hissedilen dijital sosyal baskıdır. Bu gerçekliğe karşın akıllı cihaz bağımlılığı üzerinde dijital sosyal baskının rolünü sorgulayan araştırmalar oldukça sınırlıdır ve güncel bir tartışma ortamı yeni yeni gelişmeye başlamıştır.*

**Bulgular –** *Söz konusu tartışma ortamına katkı sağlayabilmek amacıyla sunulan araştırmada “dijital sosyal baskının” akıllı cihaz bağımlılığı üzerindeki etkisi Türk popülasyonu üzerinde keşfedilmeye çalışılmaktadır.*

**Özgünlük –** *Küme örneklem dahilinde Isparta’daki 620 kişi üzerinde nicel bir araştırma gerçekleştirilmiştir. Yapısal Eşitlik Modeli (YEM), ANOVA ve T-Testi aracılığıyla araştırma hipotezleri sınanmıştır. Ulaşılan sonuçlar dijital sosyal baskının akıllı telefon bağımlılığı üzerinde pozitif etkisi olduğunu teyit etmektedir. Eğitim düzeyi arttıkça dijital sosyal baskı artmaktayken akıllı telefon bağımlılığı ise azalmaktadır. İnsanlar mecburi olarak en çok WhatsApp/Telegram gibi mesajlaşma uygulamalarında çevrimiçi olmak zorunda olduklarını dile getirmekteler. Öte yandan kendi tercihleri doğrultusunda ise en çok Instagram’da aktif olmayı tercih ediyorlar.*

**Anahtar Kelimeler** *dijital sosyal baskı, akıllı telefon bağımlılığı, sosyal medya, akıllı cihaz*

**Tür** *Araştırma Makalesi*

**Assessing antecedents of Google shopping ads intention to purchase: a multigroup analysis of generation Y and Z**

**Abstract**

**Purpose** *–**The substantial expansion of technology and the efficacy of digital platforms in reaching young audiences have led to enhanced targeting and customization of promotional communications. Notwithstanding the expansion and efficacy of contemporary advertising platforms, scholarly attention has not kept pace with this domain of inquiry. This study aims to assess the antecedents of Google Shopping Ads (GSA) on intention to purchase behavior among the Generation Y and Z cohorts.*

**Design/methodology/approach** – *The current study used a quantitative approach and snowball sampling technique to gather primary data via a questionnaire and Google Forms, which resulted in the collection of 5,808 questionnaires among the cohort members. A principal component analysis and multigroup confirmatory multigroup structural equation modeling (between Generation Y and Z) were used to assess the research data and model.*

**Findings** – *The results show positive trust and perceived value associations with intention to purchase, particularly among Generation Y and Z consumers. The findings also show negative irritation, product risk and time risk associations with intention to purchase, especially among the Generation Y cohort, which indicates that young consumers generally do not observe perceived risk due to the usage of GSA.*

**Originality/value** – *GSA will continue to grow and become an increasingly important integrated marketing communications tool as the digital landscape develops. It can be concluded that young consumers show a high degree of perceived value and low levels of perceived risk due to the use of GSA. This study, therefore, promotes improved understanding among academics, marketers and businesses of search engine advertising among*

**Keywords** *Google ads, Search engine advertising, Sponsored search advertising, Search engine results page, Cohort analysis, Purchase intention, Trust, Perceived value, Irritation, Product risk, Time risk*

**Paper type** *Research paper*

**Beyannameler**

**Etik Kurul Onayı ve Katılımcı Onamı:** Bu çalışma etik kurul onayı gerektirmemektedir.

**Yayın İzni:** Bu çalışma yayın izni gerektirmemektedir.

**Veri ve Materyallerin Mevcudiyeti:** Bu çalışmada paylaşıma açık veri veya materyal bulunmamaktadır.

**Çıkar Çatışması:** Yazar, herhangi bir çıkar çatışması bulunmadığını beyan eder.

**Finansman Beyanı:** Bu çalışma herhangi bir fon sağlayıcı kuruluş tarafından desteklenmemiştir.

**Yazar Katkı Beyanı:** Bu çalışma tek yazar tarafından yürütülmüştür.

**Teşekkür:** Teşekkür edilecek herhangi bir kişi veya kurum bulunmamaktadır.

**Yayın Etiği Beyanı:** Bu çalışmada “Yükseköğretim Kurumları Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Yönergesi” kapsamında uyulması belirtilen kurallara uyulmuştur. Makalede yer alan görüş ve bulgular yalnızca yazar(lar)a aittir.

Bu makale benzerlik tespit yazılımlarıyla taranmıştır.

**1. Giriş**

Akıllı telefonlar yaygınlaştığından beri gündelik yaşamdaki birçok aktivite bu araçlar aracılığıyla gerçekleştirilmektedir. Bu durum öylesine içselleştirilmiş vaziyettedir ki tuşlu telefon kullanan bir kişiyle karşılaşıldığında durum oldukça garip karşılanmaktadır. Bir fotoğraf gönderirken WhatsApp’a, güncel gelişmeleri takip ederken Twitter’a ya da metroda zaman öldürürken Instagram hikâyelerine dalıp gitmek modern çağın ritüelleri haline gelmiştir. Bu nedenle sosyal medyayı, akıllı telefonu ve diğer benzer teknolojileri kullanmayan (ya da yeteri kadar aktif olmayan) tanıdıklarımızı bilinçsiz bir biçimde, bu teknolojileri kullanmaları (veya aktif kullanmaları) yönünde teşvik etmekteyiz.

Bu nedenle insanlar günümüzde yalnızca dijital platformlara dahil olmakla kalmıyor aynı zamanda bu etkileşim ağlarının etkisiyle bir sosyal baskıya da maruz kalıyorlar. Dolayısıyla dijital sosyal baskının akıllı telefon bağımlılığı (ATB) üzerindeki etkisini görünür kılmak akıllı telefon bağımlılığı ile ilgili literatür için önem taşımaktadır. Zira mevcut alanyazında dijital sosyal baskının rolüne odaklanan araştırmalar oldukça sınırlıdır ([Gui ve Büchi, 2021](#Gui); [Herrero vd, 2021](#herrroro)). Daha çok eğlenceli vakit geçirme, bilgi arayışı, ([Liang ve Leung, 2018](#liang)) gibi faktörlerin akıllı telefon bağımlılığını yordadığı üzerinde durulmaktadır.

Araştırmanın uygulama bölümüne geçmeden önce dijital iletişim teknolojilerinin gelişim serüvenine ve toplumsal çerçevedeki rolüne değinilmektedir. Ardından yeni nesil bir kavram olarak ortaya çıkan “dijital sosyal baskı” olgusuna değinilmektedir. Takip eden bölümde Isparta ilinde ikamet eden 620 katılımcı üzerinde dijital sosyal baskının akıllı telefon bağımlılığı üzerindeki etkisi H1 çerçevesinde test edilmektedir. Sonuçlar akıllı telefon bağımlılığını, dijital sosyal baskıyı ve kullanıcıların demografik özellikleri bağlamında farklılaştığı kategorileri anlamak açısından önem arz etmektedir. Ulaşılan bulgular alan yazındaki çalışmalar eşliğinde değerlendirilerek araştırma son bulmaktadır.

**2. Dijital Teknolojilerin Gelişim Serüveni**

Günümüzdeki anlamıyla dijital teknolojilerin tarihsel gelişimini kavrayabilmek için interneti merkeze alan gelişim serüvenine yakından bakmak gerekmektedir. Bu kapsamda ilk olarak internet teknolojilerinin 1957 yılında, dönemin başkanı Dwigt D. Eisenhower tarafından bir gereksinim olarak değerlendirildiği göze çarpmaktadır. Başkanın girişimleriyle Amerika’nın bilgisayar ağı ve iletişimini sağlayacak olan, Araştırma Projeleri Ajansı’nın (ARPA) kurulduğu görülmektedir. İlgili teknoloji (bilgisayar ağı) ilk olarak ordu ve hükümet gibi kurumlar tarafından kullanılmak için geliştirilse de internet zamanla ticarileşerek 1990’lı yılların başında kişiler arasında bir iletişim aracı haline gelmiştir ([Langmia, 2005: 144-145](#livari)). Ağ”lardan meydana gelen küresel köyün oluşumuna zemin hazırlayan ARPA projesi başlarda sınırlı bir ağ oluşumunu ifade etse de sonraki süreçte ticari internet trafiği üzerindeki kısıtlama 1991'de iptal edilmiştir. Bu durum, internetin çok boyutlu bir alanda büyümesini teşvik etmiştir. Böylelikle internet, araştırma kurumlarında, bilim insanları tarafından kullanılan bir araçtan, eğlence, bilgi ve bir ticaret kanalına doğru başkalaşım geçirerek yoluna devam etmiştir ([Jackson, 2006: 3-4](#jackson)). Günümüze (2020’li yıllar) gelindiğinde ise internet ve web teknolojileri (bilgisayar, tablet, akıllı telefonlar vb.) çok boyutlu işlevler kazanarak, insanların sosyalleşmelerinde önemli birer araç haline gelmiştir. Jesse’nin ([2015](#jesse)) de belirttiği üzere 2010 yıllardan itibaren gençlerin çoğunluğu (%80) akıllı telefon kullanımına adapte olarak, bu akıllı cihazları geleneksel telefonun sahip olduğu temel amaçtan (arama yapma) daha geniş biçimlerde kullanmaktadırlar. Benzer bir biçimde We are social’ın ([2021](#Fullwood)) küresel internet kullanım istatistiklerine bakıldığında da internetin ve akıllı cihazların insan yaşamındaki sosyalleştirici rolü açıkça görülebilir. Zira henüz 2005’li yıllarda yetişkinlerin yalnızca %8’i sosyal ağları kullandıklarını ifade etmekteyken 2012 yılında bu oran %67’ye, Mayıs 2013’te ise %72’ye ulaşmıştır ([Brenner & Smith, 2013](#Brenner)). 2021 yılı itibariyle ise dünya nüfusunun %53.6’lık bir kesimi aktif sosyal medya kullanıcısı, %66.6’sı ise akıllı telefon kullanıcısıdır ([We are social, 2021](#Castells)). Her an cepte veya çantada taşınabilen aygıtlar sayesinde sanal iletişim her yerdelik kazanarak anlık iletişim pratikleri gelişim göstermeye başlamıştır. Böylece insanlar çeşitli sosyal ağlar yahut uygulamalar vasıtasıyla sosyal çevreleri ile kolay etkileşebilir hale gelmiştir. Sosyal ağların sunduğu etkileşim olanakları anlık bilgi paylaşımlarına izin verdiğinden toplum kademesinde ve öznel dairedeki sosyal çevrede insanlar birbirleri hakkında etraflıca bilgi sahibi olmaya başlamışlardır. Dolayısıyla, sosyal ağlar ve onları anlık kullanmaya olanak sağlayan akıllı telefonlar, insanların etkileşimine ivme kazandırarak yeni sosyal normların oluşmasına aracılık etmişlerdir ve etmeye devam etmektedir.

Ustelik bu teknolojilerin gelişimi küresel çapta köklü dönüşümlerin yaşanmasına da aracılık etmiştir. Her ne kadar web teknolojilerinden önceki teknolojiler de insan yaşamını etkilese de internet ve akıllı cihazların gelişimi toplumsal yapıyı hemen her alanda yeniden dizayn etmiştir ([Ögel, 2017: 4](#Castells)). Arama yapma, haber alma, iş yapma, sosyal etkileşim kurma, siyaset, ticaret, diplomasi ve daha birçok boyutta yeni alışkanlıklar ve davranış stilleri gelişim göstermiştir. Bu nedenle insanlar, yaşamlarının her alanında internet ve akıllı cihazları anlık bir biçimde kullanmaya başlayarak yeni dijital dünyaya entegre olmaya başlamışlardır. Bu durum zamanla kullanıcıları bir noktada bağımlı bireyler haline de getirmiştir ([Polat, 2017: 165](#içli)). Söz konusu teknolojiler, insan yaşamında oldukça merkezi bir yer edinmişlerdir. Bu nedenle kısa bir süre bu teknolojilerden uzak kalmak günümüzün yeni fobilerinden biri olmuştur: Nomopohobia. “No mobile phobia” nın kısaltılması olan nomophobia, mobil telefonlara erişim sağlayamama fobisi olarak ifade edilmektedir ([Türkoğlu, 2010: 387](#herrroro)). Yaşamlarının her alanında akıllı cihazları kullanmayı bağımlılık düzeyinde alışkanlık haline getiren bireyler, Maslow’un ihtiyaçlar hiyerarşisi kuramında yer verdiği gereksinimlerin büyük çoğunluğunu artık dijital ortamda doyuma ulaştırmaya çalışmaktadır. İş aramak, yemek siparişi vermek, arkadaş edinmek, bilgi edinmek, sosyalleşmek, saygınlık elde etmek, eğlenmek ve daha birçok şey için dijital ortamlar tercih edilmektedir ([Sarıbay ve Durgun, 2020: 280](#Brenner)). İnternet ve akıllı cihazlar, sadece gündelik yaşamları değil, politik alanı ve algı biçimlerini de yeniden şekillendirmektedir ([Karakulakoğlu ve Uğurlu, 2015: 13](#jesse)). Söz konusu dijitalleşmeye politik çerçeveden bakıldığında, siyasal partilerin, siyasetçilerin, gazetecilerin ve yurttaşların siyasal iletişim algılarında büyük dönüşümler gerçekleştiği herkes tarafından bilinen bir gerçektir. İnternet ve akıllı cihazlar, ana akım medyanın ürettiği egemen söylemi aşmayı başarmışlardır, mobil akıllı cihazlar vasıtasıyla her an her yerden dijital sosyal ağlara katılım sağlanabilmektedir. Böylece herhangi bir toplumsal sorun karşısında azınlıklar ya da egemen söylemin eşik bekçilerine takılan kişiler, seslerini daha rahat duyurabilmektedir ([Meriç, 2015: 33-43](#içli)). Yine dijitalleşme, bireylerin herhangi bir toplumsal sorun karşısındaki eylem biçimlerini de dönüşüme uğratmıştır. Dijitalleşme ile bireyler sosyal ağlar üzerinde, herhangi bir toplumsal sorun karşısında kolaylıkla organize olabilmekte, yapılan paylaşımlar insanları harekete geçirerek eylemlerin başarı kazanmasını sağlayabilmektedir. Bunun en çarpıcı örneğini Arap baharı olarak ifade edilen Ortadoğu’daki dijital toplumsal hareketler oluşturmaktadır ([Korkmaz, 2015: 96-97](#içli)).

Diğer taraftan yaşamın dijitalleşmesi insanların tüketim şekillerini de değiştirmiştir. Web teknolojilerinin gelişiminden önce bir kitabı okumak, bir müziği dinlemek için somut kopyalara ulaşmak gerekirken şimdi ise insanlar akıllı mobil cihazlarla sanal olarak bu eserlere anında ulaşabilmekteler ([Türkoğlu, 2010: 219-228](#Haug)). Alışverişler akıllı cihazlar ve internet sayesinde fiziksel olarak yoğun bir çaba sarf etmeden yerinden kalkmadan gerçekleştirilebilir hale gelmiştir ([Yegen ve Yanık, 2015: 360](#Blasbst)). Öte yandan dijitalleşme ile sanal kütüphaneler, sanal üniversiteler ve sanal kurslar giderek yaygınlık kazanmaktadır. Sanal sınıflarda yaş, cinsiyet, sosyal sınıf farklılığının ortadan kalkması, çevrimiçi derslerde devam mecburiyetinin olmaması, zaman ve mekân sınırlamalarının olmaması, ucuz olması gibi nedenlerden dolayı dijital alışkanlıklar eğitim alanını da dönüştürmüştür ([akt. Oral, 2005: 95](#Blasbst)). Bu dönüşüm bireyleri dijital ağın bir parçası olmaya zorlamaktadır. Ağın birçok işlemi kolaylaştırdığı (internet bankacılığı, e devlet, karşılıklı iletişim kolaylığı, bilgiye kolay erişim) görmezden gelinemez bir gerçektir ancak kişiler arası ilişkilerin internet ağırlıklı ilişkilere dönüşümünün ortaya çıkaracağı olumsuz sonuçlar üzerine de ciddi araştırmalar yapılması gerekmektedir ([Yalçın, 2003: 87](#Chawla)). Sosyal ilişkilerin internet ağırlıklı gerçekleştiği çağımızda, internet ve akıllı cihazları kullanmayan veya kullanamayan öğretmen, öğrenci, sıradan vatandaşlar çoğu zaman zor durumda kalabilmektedirler ([Tarcan, 2005](#içli)). İnternet bağlantılı akıllı cihazlar bireyler için adeta toplumsal alana entegre olma işlevi üstlenir hale gelmiştir. Bu teknolojileri kullanmayan/kullanamayan kişiler toplumsal alanın dışına itilme tehditi ile karşı karşıyadır. Çünkü, günümüzde kişisel ilişkilerin azımsanmayacak bir bölümü ağlar üzerinden gerçekleşmektedir. Sosyal bir varlık olan insan ise günümüzde yalnızca öznel tercihi doğrultusunda değil aynı zamanda üzerinde hissettiği baskı nedeniyle de internet ve akıllı cihazları kullanma davranışları sergilemektedir. Bu kapsamda dijital sosyal baskı olarak adlandırılan kavramsal temaya değinmekte ve ilgili konuyu bu bağlamda genişletmekte fayda olacaktır.

**3. Dijital Sosyal Baskı**

İnsanın en belirgin özelliği nedir? şeklinde bir soru sorulacak olsa, birçok kişi şüphe duymadan buna, “İnsan sosyal bir varlıktır, insan sosyal bir hayvandır, insan toplum içerisinde yaşar.” gibi yanıtlar vereceklerdir. İnsan kendini bildiğinden beri, içerisinde bulunduğu toplumun gerçeklerini tanır, o toplumdan etkilenir, hem de onu etkiler. Başka bir ifade ile insanın davranışları sosyaldir ([Kağıtçıbaşı ve Cemalciler, 2014: 67](#jackson)). Toplumsal doğası olmayan, dışlanma endişesi yaşamayan insanlardan oluşan bir toplum mümkün değildir ([Neumann, 1998: 25](#kara)). Freedman vd. ([1993](#Chawla)) toplumla ters düşme korkusunun sosyal bir varlık olan insan için önemli bir endişe kaynağı olduğunu aktarmaktadır. Kendisinden farklı bir düşünceye sahip grupla karşılaşan birey, onlarla ters düşerek dışarıda kalmak istemez. Birey, içerisinde bulunduğu grubun kendisini sevmesini, kabul etmesini ister. Eğer bireyler grubun görüşlerine karşı çıkarsa, onu asi biri olarak göreceklerinden ve kendisinden hoşlanmayacaklarından endişe duyar. Üzerindeki grup baskısını yoğun olarak hisseden bireyler uyma eğilimi gösterir ([s. 432](#Castells)). Baskının beraberinde getirdiği uyma davranışı ile birlikte bireyden, içerisinde bulunduğu grubun ortak değer ve eylemlerine uygun davranışlarda bulunması beklenir ([İçli, 2011, s.131](#kwon)). Bu durumu konu alan, kişiler üzerinde grup etkisinin rolünü inceleyen deneylerden birini sosyal psikolog Solomon E. Asch bir grup üniversiteli erkek öğrenci üzerinde gerçekleştirmiştir. Asch deneklere üzerinde çeşitli uzunluklarda düz çizgi olan iki kart göstermiştir. Kartlardan birinde tek bir düz çizgi vardır (bu karttaki çizginin boyutu ile diğer karttaki çeşitli uzunluklardaki üç çizgiden aynı olanı eşleştirmeleri istenmiştir). Deneyde bir kişi hariç diğerleri deneycinin talimatları doğrultusunda hareket etmektedir. Deneyin ilk turunda herkes doğru eşleştirmelerde bulunmuştur. Ardından ikinci tur gerçekleştirilmiş, gruptan oybirliği ile yine doğru yanıtlar alınmıştır. Deneyin üçüncü turunda ise deneycinin talimatı ile söz konusu çoğunluk yanlış yanıtlar vermiş, odak kişinin ise diğerleri ile aynı fikirde olmadığı görülmüştür, hatta denek kişi diğerlerinin yanlış seçimine şaşırmıştır. Ardından deneyler devam ettirilmiştir, odak kişi haricinde diğerleri yanlış cevaplarda oy birliğinde bulunmuşlardır. Deneydeki anlaşmazlık devam ettikçe muhalif kişinin endişeli ve tereddütlü olduğu görülmüş ve yanıtını alçak sesle ifade ettiği gözlemlenmiştir. Bu şartlar altında odak kişinin iki alternatifi söz konudur; çoğunluğu reddedebilir ya da çoğunluğa dahil olarak duyularının kanıtlarını reddetme sansına sahiptir. Sıradan koşullarda katılımcıların çizgileri eşleştirmede %1’den daha az hata yapma olasılığı söz konusu iken, araştırmaya katılan 123 kişinin %36.8’lik kesiminin grup baskısı altında yanıltıcı çoğunluğun yargılarını destekledikleri görülmüştür ([Asch, 1955: 31-33](#jesse)).

Söz konusu deneyde de görüldüğü üzere birey, söz konusu sosyal baskının etkisini gündelik yaşamın hemen her alanında deneyimleyebilmektedir. 21. yüzyılda yurttaşların sürekli olarak karşı karşıya kaldığı bu toplumsal baskılardan bazılarını sosyal medya ve akıllı telefon kullanma konusundaki baskılar oluşturmaktadır. Dijital sosyal baskı olarak da ifade edebileceğimiz bu durumla gençler daha çok karşı karşıya kalabilmektedir. Boyd ([2008: 176-185](#kağıtçıbaşı)), birçok gencin sosyal ağlara katılmaları için arkadaşları tarafından baskıya maruz kaldığını, bunu yapmadıklarında dışlanma hissine kapıldıklarını aktarmaktadır. Diğer taraftan Taner’e ([2013: 128](#Boyd)) göre, sosyal ağlar üzerinde sürekli çevrimiçi olmayı sağlayan akıllı telefonların insan yaşamındaki artan önemi, bireylerin bu teknolojileri kullanma konusunda üzerlerindeki toplumsal baskıyı artırmaktadır. Dijital teknolojileri kullanma konusundaki bu baskı teknoloji bağımlılığı gibi çeşitli sorunları beraberinde getirmektedir ([akt. Ting vd., 2011: 195](#jackson)). Herrero vd. ([2021](#jackson)) 2820 İspanyol akıllı telefon kullanıcısı üzerinde dijital baskının bağımlılıkla ilişkisini araştıran bir çalışma gerçekleştirmişlerdir. Araştırmacılar katılımcıların telefon kullanma bağımlılığı üzerinde kişilik özelliklerinin, psikolojik sıkıntı ve sosyal desteklerinin etkilerine odaklanmışlardır. Elde edilen önemli bulgulardan biri dijital sosyal baskının akıllı telefon bağımlılığı üzerinde pozitif yönde etkili olduğudur. Söz konusu etki yüksek depresyon, düşük sosyal destek ve yüksek sosyal bozukluğun akıllı telefon bağımlılığı üzerindeki etkilerinden de bağımsız bir şekilde gerçekleşmektedir. Yine benzer bir araştırma Buchi ve Gui tarafından 2019 yılında gerçekleştirilmiştir. Araştırmada dijital iletişim bolluğunun yaşandığı günümüzde aşırı kullanımın sistematik olarak incelenmediği vurgulanmaktadır, bu kapsamda kullanıcıların algıladığı dijital aşırı kullanımı kavramsal olarak geliştirmek ve amprik olarak analiz etmek amacı benimsenmektedir. 2008 İtalyan vatandaşı üzerinden gerçekleştirilen söz konusu araştırmada dijital aşırı kullanıma zemin hazırlayan faktörler incelenmiş ve dijital aşırı kullanımın, dijital sosyal baskı ile pozitif yönde ilişkili olduğu tespit edilmiştir. Taner ise ([2013](#Brenner)) akıllı telefon kullanma konusunda hangi faktörlerin (sosyal ihtiyaç, sosyal baskı, bağımlılık ve hayatı kolaylaştırma) etkili olduğunu demokrafik özellikler (yaş, eğitim düzeyi vb) bağlamında incelemiştir. Araştırma Kastamonu’da yaşayan 200 kişi üzerinden gerçekleştirilmiştir. Araştırmadaki sosyal baskıya dair bulgular değerlendirildiğinde; 30 yaş altı ve üstü kullanıcılar arasında anlamlı bir fark olmadığı görülmüştür. Bir başka bulgu; akıllı telefon kullanma konusunda sosyal baskının, üniversite öncesi ve sonrası eğitime sahip olan katılımcılarda anlamlı bir farklılık göstermediğidir. Ayrıca akıllı telefon kullanma konusunda 1000 tl üzeri gelire sahip olanlar 1000 tl altı gelire sahip olanlardan daha fazla baskı hissetmektedirler. Bu bağlamda 2013’lü yıllarda akıllı telefon kullanımının ekonomik olarak belirli bir seviyeye sahip kişiler tarafından daha geniş ölçüde yaygın olduğu tahmin edilmektedir. Fakat 2020’li yıllara gelindiğinde ise 2013’lü yıllara kıyasla akıllı telefon kullanımının ayrıcalıklı bir durum olmaktan çıktığı ve standart bir norm haline geldiği ifade edilebilir. Dolayısıyla günümüzde (2022 yılı) dijital sosyal baskının akıllı telefon kullanımı üzerinde daha yoğun etki arz ettiği beklenmektedir (H1)[[4]](#footnote-4).

Bahsedilen araştırmalarda da görüldüğü üzere dijital teknolojilerin gelişmesi ve bu teknolojilerin toplum içerisinde yaygınlık kazanması, söz konusu teknolojileri kullanma konusunda toplumsal baskıyı da beraberinde getirmektedir. Doğası gereği sosyal bir varlık olan insan, toplum tarafından onaylanmak ve kabul görmek için olağan teknolojileri kullanmak durumundadır. Akıllı telefon kullanmayan, internet bağlantısı olmayan ve sosyal ağlara üyeliği bulunmayan insanlar toplum tarafından marjinal insanlar olarak görülebilmekte, bundan dolayı dışlanma tehdidiyle genele uyma davranışı gösterebilmektedirler ([Gui & Büchi, 2021; Herrero vd., 2021, Buchi ve Gui, 2019](#jesse)). Bahsi geçen dijital baskıyı en çok yaşayan gruplardan birisini gençler oluşturmaktadır. Günümüzde akıllı telefon kullanmayan, sosyal ağ üyeliği bulunmayan bir genç ile karşılaşıldığında insanlar bu durumu olağan dışı bulabilmektedir. Söz konusu durum aslında bir tercihtir. Ancak, toplum içerisinde bu teknolojileri kullanma oranının artmasıyla birlikte bazı standartlar ilgili teknolojiler üzerine inşa edilmiştir. Ofiste bilgisayar kullanımı, iş camiasında görünürlüğü artırmak için LinkedIN’e üye olunması, acil bir toplantıların Zoom, Teams vb. uygulamalarda icra edilmesi ([Chawla, 2020](#Chawla)) ve daha birçok durum söz konusu yeni standartlara örnek verilebilir. Telefon kullanımı özelinde ise örneğin ilk dönemlerde anlık mesajlaşma için SMS tercih edilmekteyken günümüzde daha çok Whatsapp ve Telegram gibi anlık haberleşme uygulamaları daha sık kullanılmaktadır. Dolayısıyla sosyal, ekonomik ve özel alanlarda kişiler ilgili teknolojilere ihtiyaç duyduğundan genel kanaat teknolojinin kullanılmasının olağan olduğu yönündedir. Bu nedenle ilgili teknolojiyi kullanmayan kişilerin genel kanaat tarafından kullanıma adapte olma yönünde motive edilmesi beklenmektedir. Kimi zaman bu motive edici davranışlar sosyal bir baskıya dönüşebilmektedir. Baskıyı içselleştiren gençler, uyma davranışı sergileyebilir. Konuya yetişkinler çerçevesinden bakıldığında da durum benzerdir. Önemli siyasi figürlerin açıklamaları artık televizyon yerine daha çok Twitter’dan takip edilmektedir. Dolayısıyla akıllı telefonlar başta olmak üzere yaş grubu fark etmeksizin artık bireyler aktif olarak dijital dünyada yer almaktadır. Bahsi geçen eylemler çağın normalini oluşturmakla birlikte aynı zamanda sosyal bir baskıyı da beraberinde getirmektedir ([Gui & Büchi, 2021](#Brenner)).

Özellikle son birkaç yıldır küresel anlamda tüm dünyayı etkileyen Covid-19 salgını toplumların dijitalleşmesini hızlandırmış ([Nagel, 2020; Iivari, Sharma ve Venta-Olkkonen, 2020](#Brenner)), bununla beraber dijital teknolojileri kullanma konusundaki toplumsal standartlar da daha gözle görünür biçimde bir baskı haline gelmiştir ([Chawla, 2020](#Chawla)). Salgının oluşturduğu risk, ağların önemini ön plana çıkarmış, ağın dışında kalanlar ise bir anlamda “yok” olarak değerlendirilmişlerdir. Hayatın olağan seyrini ve toplumsal mekanizmaların devamlılığını sağlayabilmek adına teknolojik konularda eksikliği bulunan kişiler “dijital baskının” etkisini daha yoğun hissetmişlerdir. Bu süreçte özellikle devletlerin uyguladığı tam kapanmalarda yurttaşlar evlerinden ağlar aracılığıyla gündelik iş, sosyal ve özel yaşam rutinlerini sağlamaya çalışmışlardır.

Bu kapsamda sunulan araştırmada dijital sosyal baskının akıllı telefon bağımlılığı üzerindeki etkisi araştırılmaya çalışılacaktır. Nitekim akıllı telefonlar artık arama yapmanın da ötesinde kişileri dijital dünyaya entegre eden birer istasyon görevi görmektedir. Anlık mesajlaşma programlarından, görüntülü toplantı uygulamalarına, sosyal medya aplikasyonlarından, ofis yaşamını kolaylaştıran dijital araçlara varıncaya dek birçok araç bu cihazların içerisinde yer almaktadır. Gerek sosyal yaşam alanlarına özgü konularda gerek iş hayatına yönelik alanlarda kişiler akıllı telefonlardan oldukça sık istifade etmektedirler. Bu bağlamda araştırmanın uygulama bölümünde katılımcılardan elde edilen yanıtlar niceleyici metot dahilinde analize tabi tutulacaktır.

**4. Araştırma Yöntemi**

Sunulan çalışmada nicel araştırma tasarımı benimsenmektedir. Veriler 01.01.2022 – 10.01.2022 tarihleri arasında Isparta merkezinde ikamet eden 620 kişi üzerinden kesitsel olarak (cross-sectional) anket tekniğiyle toplanmıştır. Örneklem seçilirken bilinçli olarak, herhangi bir demografik kıstas dahilinde kısıtlamaya gidilmemiştir. Nitekim araştırmanın temel amacı dijital sosyal baskının akıllı cihaz kullanımı üzerindeki güncel etkisini test etmek olduğundan, toplum kademesinde yer alan her kümeden insanın örnekleme girmesi hedeflenmiştir. Böylece denencenin daha geçerli ve güvenilir bir ana kütle üzerinden test edilmesi amaçlanmıştır. Isparta merkez ilinde yer alan mahallelerin bir listesi çıkarılarak rastgele (random) biçimde 10 mahalle belirlenmiştir. Belirlenen mahallerde veriler yüz yüze anket yardımıyla toplanmıştır. Katılımcılar anlamadıkları bağlamları anketörlere ve anketörler aracılığıyla araştırmacılara sorma şansına sahiplerdi. Öte yandan tüm bu hassas prosedüre rağmen araştırma örnekleminin olasılıklı olmayan örneklem metodu dahilinde (merkez muhitle sınırlı olmak üzere) küme örnekleme yöntemiyle seçildiğini de belirtmek gerekmektedir. Her ne kadar seçilen kümeler (mahalleler) randomize olarak seçilse de katılımcılar daha çok ilgili saatlerde mahalle meydanlarında bulunan kişiler arasından seçilmişlerdir. Nitekim bütçe, zaman ve diğer dış kısıtlılıklar olasılıklı bir örneklemin seçimine imkân vermemiştir.

Araştırma modeli Şekil 1’de sunulmaktadır. Modelde yer alan dijital sosyal baskı; insanların günlük yaşamda aldığı mesajlara hızlı yanıt verme’ baskısını (SB1: Günlük hayatımda insanlar, mesajlarına hızlı yanıt vermemi beklerler), çeşitli uygulamaları kullanmaları yönündeki zorunluluklarını (SB2: Günlük hayatımda insanlar çeşitli internet uygulamalarını kullanabilmemi bekliyorlar) ve sosyal ağlarda çevrimiçi olma durumlarını (SB3: Günlük hayatımda insanlar sosyal ağ sitelerinde aktif olmamı bekliyorlar) ifade etmektedir. Akıllı telefon bağımlılığı ise akıllı telefon kullanımı nedeniyle günlük hayatta yaşanan kimi aksaklıkları (ör: AB1: Akıllı telefon kullanmaktan dolayı planladığım işleri aksatırım), fiziksel ağrıları (AB3: Akıllı telefon kullanmaktan dolayı el bileğimde veya ensemde ağrı hissederim) bilişsel kaygıları (AB4: Akıllı telefonumun yanımda olmamasına tahammül edemem) ve kullanım kontrolsüzlüğü (AB9: Akıllı telefonumu hedeflediğimden daha uzun süre kullanırım) gibi bağlamları ifade etmektedir.

Araştırmanın temel hipotezi (H1) kavramsal arka planda bahsedilen sosyal gerekçelere ve sınırlı sayıdaki geçmiş çalışmalara dayanmaktadır (Gui & Büchi, 2021; Herrero vd., 2021). Yanı sıra katılımcıların demografik faktörler özelinde akıllı telefon bağımlılıklarının ve hissettikleri dijital sosyal baskının farklılaşıp farklılaşmadığı da araştırmanın odağı kapsamındadır.

|  |  |
| --- | --- |
| **Şekil 1.** | **Araştırma Modeli** |
| metin, ekran görüntüsü, yazı tipi, çizgi içeren bir resim  Yapay zeka tarafından oluşturulmuş içerik yanlış olabilir. | |

H1 Dijital sosyal baskı akıllı telefon kullanımını pozitif yönde etkilemektedir.

H2 Katılımcıların hissettiği dijital sosyal baskı demografik durumlarına göre farklılık göstermektedir.

H3 Katılımcıların akıllı cihaz bağımlılığı demografik durumlarına göre farklılık göstermektedir.

***4.1 Katılımcılar ve Prosedür***

Araştırmada dijital sosyal baskının akıllı telefon bağımlılığı üzerindeki etkisine odaklanıldığı için spesifik bir küme üzerine odaklanmak yerine toplumun bir yansıması olacak ana kütlenin seçimine özen gösterilmiştir. Bu kapsamda toplum kademesinde yer alan hemen her birey araştırmanın odağı kapsamındadır. Hedef evren ise Isparta ili merkezi olarak belirlenmiştir. Araştırmaya gönüllü olarak geri bildirimde bulunan 644 kişiden elde edilen veriler ön incelemeden geçirildikten sonra 16 yanıtın özensiz doldurulduğu tespit edilmiştir. Bu özensiz anketler ve uç değerleri barındıran 8 yanıt ayıklandıktan sonra araştırma analizleri 620 yanıt üzerinde gerçekleştirilmiştir. Çalışmaya dair etik kurul izni 15.04.2021 tarihinde Süleyman Demirel Üniversitesi Etik Kurul’undan 106/1 sayılı karar ile alınmıştır. Katılımcılara yönelik tanımlayıcı demografik ve diğer bilgiler Tablo 1’de sunulmaktadır.

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Tablo 1.** | **Katılımcılara Dair Tanımlayıcı Bilgiler** | | | |
| Kategori | | Tür | Katılımcı | Yüzde |
| Cinsiyet | | Kadın | 430 | 69.4 |
| Erkek | 190 | 30.6 |
| Yaş | | 12-18 yaş | 70 | 11.3 |
| 19-25 yaş | 404 | 65.2 |
| 26-32 yaş | 98 | 15.8 |
| 33-39 yaş | 30 | 4.8 |
| 40-46 yaş | 10 | 1.6 |
| 47-53 yaş | 2 | 0.3 |
| 54-60 yaş | 4 | 0.6 |
| 61-67 yaş | 2 | 0.3 |
| Eğitim Düzeyi | | Okur-Yazar | 2 | .3 |
| İlkokul | 4 | .6 |
| Ortaokul | 4 | .6 |
| Lise | 94 | 15.2 |
| Üniversite | 430 | 69.4 |
| Yüksek Lisans | 56 | 9 |
| Doktora | 30 | 4.8 |

***4.3 Veri Toplama Araçları***

Verileri topladığımız anket formu 3 ayrı bölümden oluşmaktadır. İlk bölümde dijital sosyal baskıyı ölçmeye yarayan ölçek maddeleri, ikinci bölümde akıllı telefon bağımlılığını ölçmeye yarayan soru maddeleri, üçüncü bölümde ise katılımcıları tanımlamaya yönelik demografik sorular yer almaktadır. Ölçme araçlarına yönelik bilgiler aşağıda alt başlıklar dahilinde sunulmaktadır.

Dijital Sosyal Baskı Ölçeği (Social Digital Pressure [SDP])

Dijital Sosyal Baskı (SB) Gui ve Büchi (2021) tarafından üç gösterge etrafında kavramsallaştırılmıştır. Söz konusu göstergeler a) iletişim esnasında hızlı yanıt vermeyi, b) dijital yeteneklerin edimine dair sosyal beklentiyi ve c) çevrimiçi olma beklentilerini kapsamaktadır. Ölçme aracını geliştirmek için yazarlar ilk olarak 50 katılımcıya ön test uygulamışlardır. Bu ön test aşamasında Cronbach alfa değeri maddeler için .83 ölçeğin geneli için .72 olarak hesaplanmıştır. Aracın geçerliliğini teyit etmek üzere araştırmacılar altı farklı görüşme gerçekleştirerek alınan geri bildirimler doğrultusunda soru maddelerini yapılandırmışlardır. Geniş bir popülasyona (N=2.008) uygulanmak üzere 5’li likert tarzda (1=tamamen katılmıyorum, 5=tamamen katılıyorum) dizayn edilen SB, hızlı beklentiyi (SB1-Günlük hayatımda insanlar, mesajlarına hızlı yanıt vermemi beklerler), yetenek beklentilerini (SB2: Günlük hayatımda insanlar çeşitli internet uygulamalarını kullanabilmemi bekliyorlar) ve sosyal medyada var olma beklentisini (SB3: Günlük hayatımda insanlar sosyal ağ sitelerinde aktif olmamı bekliyorlar) ölçmeye yönelik bir araç olarak nihai haline kavuşmuştur. Ölçeğin nihai güvenilirlik değeri .79 olarak hesaplanırken geçerliliği ise doğrulayıcı faktör analizi ile 2.008 İtalyan üzerinde doğrulanmıştır. Erişilen DFA değerleri SB’nin ideal uyuma sahip geçerli bir ölçek olduğunu göstermektedir (s.8-9). Bu araştırma kapsamında ise SB’nin güvenilirlik değeri (cronbach alfa) .73 olarak hesaplanmış olup Türk popülasyonu üzerindeki geçerliliği ise DFA ile sınanmıştır. Sonuçlar ölçeğin geçerli ve güvenilir olduğunu teyit etmektedir.

Akıllı Telefon Bağımlılığı Ölçeği (Smartphone Addiction Scale [SAS])

Akıllı Telefon Bağımlılığı (AB) Kwon ve arkadaşları tarafından 2012 yılında 197 Koreli katılımcı üzerinde geliştirilmiştir. Günlük yaşam rahatsızlığı, pozitif beklenti, yoksunluk, siber alan odaklı ilişki, aşırı kullanım, tölerans olmak üzere altı alt boyuta sahiptir. Ölçeğin Türk popülasyonu üzerindeki geçerlilik ve güvenilirliğini Noyan ve arkadaşları (2015) 367 üniversite öğrencisi üzerinde test etmiştir. Uyarlamada faktör dağılımı tek bir boyutta toplanmış olup madde sayısında da azalma gözlenmiştir. Güvenilirlik değeri (Cronbach) α= .87, test tekrar test değeri .92 olarak hesaplanan AB’nin geçerliliği ise eş zamanlı geçerlilik yöntemi ile diğer ölçme araçları ile kıyaslanarak gerçekleştirilmiştir. Bu kapsamda AB benzer ölçeklerle pozitif korelasyon göstermektedir. Dolayısıyla ölçme aracının nihai formunun Türk popülasyonu üzerinde de geçerli ve güvenilir bir ölçek olduğu gözlenmiştir. Bu araştırma kapsamında AB’nin güvenilirliği .85 olarak hesaplanmış geçerliliği ise DFA ile teyit edilmiştir.

Kişisel Bilgi Formu (KBF)

KBF katılımcıların yaş, cinsiyet, eğitim durumu, gelir durumu gibi demografik bilgilerini öğrenmeye yönelik soruları içermektedir. Ayrıca katılımcıların normal yaşamlarında en çok kullanmak zorunda oldukları uygulamanın hangisi olduğunu ve isteyerek en çok hangi uygulamayı kullandıklarını katılımcılara yöneltmektedir.

***4.4 Analizler ve Bulgular***

Veriler IBM SPSS 24.0 paket programı ve IBM AMOS aracılığıyla çözümlenmiştir. Verilerin dağılımı ve multivariate değerleri incelendikten sonra araştırma hipotezine parametrik testler uygulanmıştır. Verilere ait basıklık, çarpıklık ve multivariate değerleri Tablo 2’de sunulmaktadır. Araştırma temel hipotezine (H1) ek olarak demografik faktörler özelinde katılımcıların akıllı telefon bağımlılıklarının (H3) ve algıladıkları dijital sosyal baskının (H2) farklılaşma durumları da raporlanmıştır.

|  |  |
| --- | --- |
| **Şekil 1.** | Araştırma Modelinin Test Edilmesi: Standart YEM Değerleri |
|  | |

**5. Tartışma ve Sonuç**

Bu araştırma kapsamında dijital teknolojilerin bir getirisi olan “dijital sosyal baskının” akıllı cihaz/telefon bağımlılığı üzerindeki etkisi keşfedilmeye çalışılmıştır. Nitekim günümüzde artık dijital teknolojilerin neden olduğu olumsuz boyutlar da literatürde sık sık tartışılan bir konu haline gelmiştir ([Webster vd., 2021; Fullwood vd., 2016; Jesse, 2015; Ting vd., 2011](#gündüz)). Bu bağlamda araştırmalar söz konusu teknolojileri belirli bir denge gözeterek bilinçli bir biçimde kullanmayı önermektedir ([Güler vd., 2022, s. 375; Jesse, 2015; Noyan vd., 2015](#güler)).

Araştırmamızın temel varsayımı olan H1 test sonuçlarının da gösterdiği üzere insanlar günümüzde dijital platformlara dahil olmakla kalmayıp aynı zamanda bu etkileşim ağlarının etkisiyle bir sosyal baskıya da maruz kalmaktadır. Dolayısıyla insan yaşamının vazgeçilmez bir unsuru haline gelen akıllı telefonlara karşı bu denli bağımlı oluşumuzun ardında yatan faktörlerden önemli bir tanesi de hissedilen dijital sosyal baskıdır. Öte yandan söz konusu baskının yalnızca toplumsal tabanda kendiliğinden geliştiğini söylemek de çok doğru olmayacaktır zira teknoloji tasarımcıları kullanıcıların daha sık ilgili teknolojileri kullanmaları için psikolojik manipülasyon tekniklerinden yararlanmaktadır. 2020 yılında Netflix’te yayınlanan Sosyal Dilemma adlı belgeselde de bahsedildiği üzere birçok sosyal medya platformunun kurulumuna ve yükselişine katkı sağlayan ekip üyeleri, kullanıcıların bu uygulamalarda daha fazla vakit geçirmesi için insan beynindeki bir takım psikolojik zaaflarından yararlandıklarını itiraf etmişlerdir ([Orlowski ve Rhodes, 2020](#içli)). Bu bağlamda yapay zekanın gelişimiyle birlikte geçmişte örneğine rastlanmayan riskli durumların yaşanması olasıdır. Nitekim algoritmalar yardımıyla sosyal mecralardaki beğeni, yorum ve diğer dijital izler üzerinden toplanan veriler insan alışkanlıklarına özgü berrak çıkarımlar ortaya koymaya başlamıştır. Böylece teknoloji tasarımcıları kullanıcıları daha yakından tanıma fırsatına kavuşarak, kullanıcıların ilgisi doğrultusunda içerikleri karşılarına çıkarmaktadır, dolayısıyla bu durum insanların dijital platformlarda daha sık vakit geçirmesine ve akıllı cihazları daha sık kullanmasına neden olmaktadır ([Öztürk, 2021, s.161](#herrroro)). Üstelik tanındık birkaç teknoloji devinin bu sosyal ağlara sahip olması da oldukça endişelendiricidir. Zira bu şirketler sundukları hizmeti ücretsiz olarak kullanıcılara eriştirmektedir, insanların birbirleriyle bu ağlar üzerinden etkileşimde bulunması platforma yeni kullanıcılar kazandırmaktadır. Ayrıca söz konusu sosyal uygulamaların etki alanı her geçen gün genişlediğinden insanlar bu teknolojileri kullanmayanlara karşı toplumsal bir baskı geliştirebilmektedir. Platform tasarımcılarının toplum davranışını bağımlılık ekseninde teşvik etmesi, ikna mekanizmalarını bu uygulamalara entegre etmeleri ve diğer benzer stratejiler, ekran bağımlılığını ve dolayısıyla akıllı cihaz bağımlılığını giderek artırmaktadır ([Öztürk, 2021, s.160](#karakulak)). Bu tür manipülasyon odaklı stratejileri günlük yaşamın her alanında görmek mümkündür. Örneğin Whatsapp gibi temel mesajlaşma uygulamalarında dahi insanların en son ne zaman çevrim içi olduğunu ifşa eden detaylar söz konusudur. Dolayısıyla artık insanların dijital kanallardaki son görülme tarihi dahi sosyal çevrenin bir sorun olup olmadığını ilgili kişiye sormasına dayanak teşkil edebilecek hale gelmiştir. Üstelik Whatsapp’taki son görülme ve mesaj okundu bilgisi gibi kimi özellikler kullanıcıların psikolojik ve öznel iyi oluşları üzerinde doğrudan etkilidir. Blabst ve Diefenbach’ın ([2017](#kwon)) belirttiği üzere okundu bilgisi açık olan kişiler okundu bilgisi kapalı olan kişilere göre daha fazla (algılanan) strese maruz kalmaktadır. Bu kapsamda hissedilen dijital sosyal baskı ve akıllı telefon bağımlılığı toplum sağlığı açısından da önemli bir konudur ve çeşitli çözümlerin geliştirilmesi elzemdir. Sağlıklı çözüm önerileri geliştirebilmek adına toplum kademesini oluşturan spesifik kümeler üzerinde yeni araştırmalar gerçekleştirilmesi önem arz etmektedir. Böylece yoğun olarak dijital baskıya ve bağımlılığa maruz kalan gruplar tespit edilebilir ve çeşitli önlemler alınabilir. Söz konusu bağlamdan hareketle bu araştırma kapsamında da “hangi demografik kümelerin daha fazla dijital baskıya maruz kaldığını” ve “hangi spesifik kümelerin daha fazla bağımlı olduğunu” tespit edebilmek amacıyla analizler gerçekleştirilmiştir.

Sonuçlarımız kullanıcıların hissettiği dijital sosyal baskının eğitim kademesine göre farklılaştığını göstermektedir (Tablo 6). Liseden başlamak üzere katılımcıların hissettiği dijital sosyal baskı her üst eğitim kademesinde giderek artmaktadır. Öyle ki doktora seviyesindeki bir kişinin hissettiği dijital sosyal baskı liseli bir katılımcıya kıyasla ortalama puan olarak .91206\* kadar daha fazladır. Bu sonuçtan hareketle bireylerin giderek dijital sisteme entegre olduğunu ve her yeni eğitim kademesinde kollektif olarak daha fazla dijital sosyal baskı hissettiğini ifade edebiliriz. Zira dijital teknolojiler günümüzde eğitim sektörü için hayati bir konumdadır. Bulut bilişim sistemleri, mobil iletişim teknolojileri, dijital sınıflar ve daha fazlası eğitim sektörü için yeni devrimlere yol açmıştır, kollektif öğrenme biçimleri ortaya çıkmıştır ([Lucking vd., 2012; Singh, 2021](#korkmaz)). Örneğin 2020 yılı itibariyle Türkiye’de Google üzerinden en çok aratılan 4. kelime Eğitim Bilişim Ağı’nın kısaltması olan EBA kelimesidir ([Wearesocial, 2021](#içli)). Teknolojide yaşanan bu gelişmelerin tabana yayılmasıyla birlikte modern eğitim sistemi dijital teknolojilerin infüzyonu olmadan hayal edilemez duruma gelmiştir. Dolayısıyla eğitim kademesinde ilerleme kaydedildikçe kollektif olarak insanların dijital teknolojilerle daha etkileşimli bir yaşam sürdüğü düşünülmektedir ([Singh, 2021](#kara)). Olumsuz sonuçların asgariye indirilmesi adına her yeni eğitim kademesinde daha etkili savunma mekanizmalarının geliştirilmesi elzemdir.

Bulgularımıza göre akıllı telefon bağımlılığı konusunda ise eğitim kademesi açısından tam tersi bir durum söz konusudur. Daha çok lise düzeyindeki katılımcıların akıllı telefon bağımlısı olduğu gözlenmektedir (Tablo 7). Telefon kullanımının gün içinde giderek uzaması ve sabah uyanır uyanmaz telefonu ele alma isteği gibi birçok fiziksel ve bilişsel göstergeye sahip olan akıllı telefon bağımlılığı dünyanın dört bir yanında, üzerine tartışmalar sürdürülen güncel bir konudur. Mevcut bulgumuz ile tutarlı olarak geçmiş araştırmalar da gençler arasında akıllı telefon bağımlılığının oldukça yüksek olduğunu göstermektedir, özellikle genç ergenler (15-16 yaş) diğer gruplara kıyasla daha bağımlı gruplardır ([Olson vd., 2022; Haug vd., 2015; Olson vd., 2022](#kara)). Covid 19 sebebiyle pandemi döneminde evden eğitime devam edilmesi yönündeki hükümet politikaları da öğrencilerin akıllı telefon kullanımı üzerinde pozitif bir etki oluşturmuştur. Dolayısıyla son dönemde gerçekleştirilen araştırmalarda bağımlılık düzeyinin daha alt gruplardaki çocuk kullanıcılar özelinde de artış gösterdiği aktarılmaktadır ([Nasution, 2021](#Boyd)). Daha geniş bir perspektifle konu irdelendiğinde de sonuçlar benzerdir. 24 farklı ülke özelinde 33.831 katılımcı üzerinden gerçekleştirilen bir meta analizinin bulgularına göre akıllı telefon bağımlılığı dünyanın dört bir yanında giderek artmaktadır. Sudi Arabistan, Çin ve Malezya bağımlılık konusunda en yüksek orana sahip iken Almanya ve Fransa ise en düşük oranlara sahiptir ([Olson vd, 2022](#karakulak)). Dolayısıyla sunulan araştırmamızın bulgularına dayanarak bireylerin maruz kaldığı dijital sosyal baskının kontrol altına alınması gerektiğini düşünüyoruz, bu sayede akıllı telefon bağımlılığının da azalacağını öngörmekteyiz. Her ne kadar kimi dijital uygulamalarda ekranda geçirilen sürenin kullanıcıya gösterilerek ve çeşitli yüksek kullanım bildirimleriyle kullanıcılar uyarılarak önlemler alınmaya çalışılsa da bu girişimler yeterli olmamaktadır. Ne yazık ki çoğu dijital platform, psikolojik olarak halen insan fizyolojisindeki zafiyetlerden yararlanmakta ve kullanım bağımlılığını halen teşvik etmektedir. Bu olumsuz sonuçların önüne geçebilmek adına çeşitli eğitimlerle bilinçli kullanım alışkanlıkları pekiştirilebilir ya da teknoloji detoksları gerçekleştirilebilir. Özellikle daha küçük yaş gruplarında ekran bağımlılığını engelleyebilmek adına çocukların dikkati daha sağlıklı aktivitelere yönlendirilmelidir. Şayet kullanım durumu söz konusuysa da ebeveyn gözetiminde kontrollü olarak akıllı cihaz kullandırımı tercih edilmelidir.

Öte yandan sunulan araştırmanın birtakım sınırlılıklara sahip olduğunu da belirtmek gerekmektedir. Araştırma verileri olasılıklı olmayan örneklem üzerinden toplanmıştır. Bu nedenle sonuçlar tüm toplum üzerine genellenemez fakat benzer gruplar üzerinde çıkarım yapabilmek adına verimli bir ön bilgi sağlamaktadır. Öte yandan zaman bütçe gibi kısıtlılıklar nedeniyle araştırma tasarımı kesitsel (cross-sectional) olarak tasarlanmıştır. Farklı zaman ve popülasyon dilimleri üzerinde yeni araştırmalar gerçekleştirilerek boylamsal sonuçlar elde edilebilir ve daha sağlıklı çıkarımlar elde edilebilir. Bu noktada özellikle spesifik dijital platformlara odaklanan yeni araştırmalar gerçekleştirilmesi önerilmektedir. Örneğin bu araştırma sonuçlarına dayanarak Instagram’da vakit geçirmeyi tercih eden kişilerin Youtube, Twitch ve Borsa uygulamalarında vakit geçirenlere kıyasla daha fazla akıllı telefon bağımlısı oldukları ve lise öğrencilerinin daha fazla dijital baskı hissettikleri düşünülmektedir. Benzer temalarda araştırmalar gerçekleştirilerek daha geniş bir çıkarım haritası oluşturulabilir.

**Kaynakça**

Asch, E. S. (1955). Opinions and Social Pressure. Scientific American, 193(5), 31-35.

Blabst, N., & Diefenbach, S. (2017, July). WhatsApp and Wellbeing: A study on WhatsApp usage, communication quality and stress. In Proceedings of the 31st International BCS Human Computer Interaction Conference (HCI 2017) 31 (pp. 1-6).

Boyd, D. M. (2008). American teen sociality in networked publics. Unpublished Doctoral Thesis, University of California, Berkeley.

Brenner, J., & Smith, A. (2013). 72% of online adults are social networking site users. Washington, DC: Pew Internet & American Life Project.

Castells, M. (2008). Enformasyon Çağı: Ekonomi, Toplum ve Kültür I Ağ Toplumunun Yükselişi (Çev: Kılıç, E.). İstanbul: Bilgi Üniversitesi Yayınları.

Chawla, A. (2020). Coronavirus (COVID-19) – ‘Zoom’application boon or bane. Available at SSRN 3606716.

Cormode, G., & Krishnamurthy, B. (2008). Key differences between Web 1.0 and Web 2.0. First Monday, 13(6). https://doi.org/10.5210/fm.v13i6.2125

Ersöz, B. Yeni Nesil Web Paradigması-Web 4.0. Bilgisayar Bilimleri ve Teknolojileri Dergisi, 1(2), 58-65.

Freedman J.L., Sears D.O. ve Carlsmith J.M. (1993). Sosyal Psikoloji (Çev: Dönmez, A), (2. Baskı). Ankara: İmge Kitabevi.

Fullwood, C., James, B., & Chen-Wilson, C. (2016). Self-concept clarity and online selfpresentation in adolescents. Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking, 19(12), 716-720.

Gui, M., & Büchi, M. (2021). From use to overuse: Digital inequality in the age of communication abundance. Social Science Computer Review, 39(1), 3-19.

Güler, Ş., Şahin, Y. & Balcı, E. V. (2022). Sosyal Medyada Çevrimiçi Benlik Sunumunun Öznel İyi Oluş Üzerine Etkisi: Instagram Kullanıcıları Üzerine Bir Araştırma. Erciyes İletişim Dergisi, 9 (1), 361-380. doi: 10.17680/erciyesiletisim.993055

Gündüz, M. Z., & Resul, D. A. Ş. (2018). Nesnelerin interneti: Gelişimi, bileşenleri ve uygulama alanları. Pamukkale Üniversitesi Mühendislik Bilimleri Dergisi, 24(2), 327-335.

Haug, S., Castro, R. P., Kwon, M., Filler, A., Kowatsch, T., & Schaub, M. P. (2015). Smartphone use and smartphone addiction among young people in Switzerland. Journal of behavioral addictions, 4(4), 299-307.

Herrero, J., Torres, A., Vivas, P., Arenas, A.E. ve Urueña, A. (2021). Examining the empirical links between digital social pressure, personality, psychological distress, social support, users’ residential living conditions, and smartphone addiction. Social Science Computer Review, 0894439321998357.

Iivari, N., Sharma, S., & Ventä-Olkkonen, L. (2020). Digital transformation of everyday life–How COVID-19 pandemic transformed the basic education of the young generation and why information management research should care?. International Journal of Information Management, 55, 102183.

İçli, G. (2011). Sosyolojiye Giriş. (5. Baskı). Ankara: Anı Yayıncılık

Jackson, J. C. (2006). Web Technologies. Pearson India.

Jesse, G. R. (2015). Smartphone and app usage among college students: Using smartphones effectively for social and educational needs. In Proceedings of the EDSIG Conference (No. 3424).

Kağıtçıbaşı, Ç. ve Cemalcılar, Z. (2014). Dünden bugüne insan ve insanlar, sosyal psikolojiye giriş (14. Baskı). İstanbul: Evrim Yayınevi

Kara, T., & Ozgen, E. (2015). Sahte düşler: Benliğin araçsallaşması ve sosyalleşme yanılgısı.“. Ağdaki Şüphe Bir Sosyal Medya Eleştirisi, 59-80.

Karakulakoğlu S.E. ve Uğurlu, Ö. (2015). İletişim çalışmalarında dijital yaklaşımlar: Twitter. (1. Baskı). Ankara: Heretik Basın Yayın.

Korkmaz, A. (2015). Yeni toplumsal hareketler ve twitter. (Editör; S.E. Karakulakoğlu ve Ö. Uğurlu). İletişim çalışmalarında dijital yaklaşımlar: Twitter. (1. Baskı), Ankara: Heretik Basın Yayın.

Kutup, N. (2011). Nesnelerin interneti; 4H her yerden, herkesle, her zaman, her nesne ile bağlantı. XVI. Türkiye'de İnternet Konferansı, 11, 151-156.

Kwon, M., Lee, J. Y., Won, W. Y., Park, J. W., Min, J. A., Hahn, C., ... & Kim, D. J. (2013). Development and validation of a smartphone addiction scale (SAS). PloS one, 8(2), e56936.

Liang, J., & Leung, L. (2018). Comparing smartphone addiction: The prevalence, predictors, and negative consequences in Hong Kong and Mainland China. The Journal of Social Media in Society, 7(2), 297-322.

Langmia, K. (2005). “The Role of ICT in the Economic Development of Africa: the Case of South Africa”. International Journal of Education and Development using Information and Communication Technology, 2. (4), 144- 156.

Luckin, R., Bligh, B., Manches, A., Ainsworth, S., Crook, C., & Noss, R. (2012). Decoding learning: The proof, promise and potential of digital education.

Meriç, Ö. (2015). Karakter ile siyaset konuşmak: Twitter ve siyasetçi-yurttaş etkileşimi. (Editör; S.E. Karakulakoğlu ve Ö. Uğurlu). İletişim Çalışmalarında Dijital Yaklaşımlar: Twitter, Ankara: Heretik Basın Yayın.

Nagel, L. (2020). The influence of the COVID-19 pandemic on the digital transformation of work. International Journal of Sociology and Social Policy.

Nasution, M. (2021, January). Factors Affecting Smartphone Addiction In Children. In Proceeding International Seminar of Islamic Studies (Vol. 2, No. 1, pp. 108-115).

Nath, K., Dhar, S., & Basishtha, S. (2014, February). Web 1.0 to web 3.0-evolution of the web and its various challenges. In 2014 International Conference on Reliability Optimization and Information Technology (ICROIT) (pp. 86-89). IEEE.

Neumann E.N. (1998). Kamuoyu, suskunluk sarmalının keşfi. (1. Baskı). Ankara: Dost Kitabevi.

Noyan, C. O., Enez Darçın, A., Nurmedov, S., Yılmaz, O., & Dilbaz, N. (2015). Akıllı telefon bağımlılığı ölçeğinin kısa formunun üniversite öğrencilerinde Türkçe geçerlilik ve güvenilirlik çalışması. Anatolian Journal of Psychiatry/Anadolu Psikiyatri Dergisi, 16.

Olson, J. A., Sandra, D. A., Colucci, É. S., Al Bikaii, A., Chmoulevitch, D., Nahas, J., ... & Veissière, S. P. (2022). Smartphone addiction is increasing across the world: A meta-analysis of 24 countries. Computers in Human Behavior, 129, 107138.

Oral, B. (2005). İnternet ve Eğitim. (Editör; A. Tarcan). İnternet ve Toplum. (1. Baskı), Ankara: Anı Yayıncılık

Orlowski, J. (Director), Rhodes, L. (Producer). (2020). Social Dilemma [Docudrama]. Exposure Labs/Argent Pictures/The Space Program.

Ögel, K. (2017). İnternet bağımlılığı: internetin psikolojisini anlamak ve bağımlılıkla başa çıkmak. (3.Baskı). İstanbul: İş Bankası Külltür Yayınları.

Öztürk, E. (2021). Sosyal Medyadan Kaçış Bir Çözüm mü? Sosyal İkilem Belgeseli Üzerine Bir Değerlendirme. Yeni Medya, (10), 160-163.

Parsa, A. F. (2009). Dijital yerlilerle web 2.0 önde. Habertürk Gazetesi, 3.

Polat, R. (2017). Dijital Hastalık Olarak Nomofobi. Yeni Medya Elektronik Dergisi, 1(2), s. 164-172.

Sarıbay, B. ve Durgun, G. (2019). Dokunmatik Toplumların Fobileri: Netlessfobi, Nomofobi ve Fomo Kavramları Üzerine Bir İçerik Analizi Çalışması. Journal of Yaşar University, 15, 280-294.

Singh, M. N. (2021). Inroad of digital technology in education: Age of digital classroom. Higher Education for the Future, 8(1), 20-30.

Taner, N. (2013). Kullanıcıların Akıllı Telefonları Değerlendirmeleri: Kastamonu Şehir Merkezinde Bir Değerlendirme. Business & Management Studies: An International Journal, 1(2), 127-140.

Tarcan, A. (2005). İnternet ve Toplum. (1. Baskı). Ankara: Anı Yayıncılık.

Ting, D. H., Lim, S. F., Patanmacia, T. S., Low, C. G., & Ker, G. C. (2011). Dependency on smartphone and the impact on purchase behaviour. Young consumers, 12 (3), 193-203.

Türkoğlu, T. (2010). Dijital kültür. (1.Baskı). İstanbul: Beyaz Yayınları.

We are social, (2021). Digital 2021. Erişim Adresi: https://wearesocial.com/uk/blog/2021/01/digital-2021-uk/. Erişim Tarihi: 12.01.2022.

Wearesocial (11 Şubat 2021). Digital 2021: Turkey. https://datareportal.com/reports/digital-2021-turkey. Erişim tarihi: 04.02.2022.

Webster, D., Dunne, L., & Hunter, R. (2021). Association between social networks and subjective well-being in adolescents: A systematic review. Youth & Society, 53(2), 175-210.

Yalçın, C. (2003). Sosyolojik bir bakış açısıyla internet. Cumhuriyet Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Sosyal Bilimler Dergisi, 27(1), 77-89.

Yegen, C. ve Yanık, H. (2015). Yeni medya ile değişen tüketim anlayışı: kadınların Instagram üzerinden alış-veriş pratiği. (Editör; T. Kara ve E. Özgen). Ağdaki Şüphe: Bir Sosyal Medya Eleştirisi. (1. Baskı), İstanbul: Beta Basım Yayım.

1. \* Bu çalışma için International Science and Technology University Etik Komiteden 11.11.2024 tarih ve 4651465861-204.01.07-493 sayılı karar ile etik onay alınmıştır. [↑](#footnote-ref-1)
2. Doç. Dr. Suleyman Demirel Universitesi, Türkiye, [sakirguler@yandex.com](mailto:sakirguler@yandex.com) [daire, grafik, simge, sembol, renklilik içeren bir resim

   Yapay zeka tarafından oluşturulmuş içerik yanlış olabilir.](https://orcid.org/0000-0002-7365-6639) 0000-0002-7365-6639 [↑](#footnote-ref-2)
3. Doç. Dr. Suleyman Demirel Universitesi, Türkiye, [selimkanat@sdu.edu.tr](mailto:selimkanat@sdu.edu.tr) daire, grafik, simge, sembol, renklilik içeren bir resim

   Yapay zeka tarafından oluşturulmuş içerik yanlış olabilir. 0000-0002-4392-6203 [↑](#footnote-ref-3)
4. Bu durum sunulan bu çalışmamızın da temel hipotezini oluşturmaktadır.

   Hipotez 1 (H1): Dijital sosyal baskı akıllı telefon kullanımını pozitif yönde etkilemektedir. [↑](#footnote-ref-4)