



T.C.
KIRIKKALE ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

**Z KUŞAĞINDA SERBEST ZAMAN DEĞERLENDİRMEDE YENİ MEDYA
BAĞIMLILIĞI**

BÜŞRA SULTAN GENÇER
SOSYOLOJİ ANABİLİM DALI

YÜKSEK LİSANS TEZİ

DANIŞMAN
Dr. Öğr. Üyesi HAKAN ARIKAN

KIRIKKALE-2024



T.C.
KIRIKKALE ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

**Z KUŞAĞINDA SERBEST ZAMAN DEĞERLENDİRMEDE YENİ MEDYA
BAĞIMLILIĞI**

BÜŞRA SULTAN GENÇER
SOSYOLOJİ ANABİLİM DALI

YÜKSEK LİSANS TEZİ

DANIŞMAN
Dr. Öğr. Üyesi HAKAN ARIKAN

KIRIKKALE-2024

Büşra Sultan Gençer tarafından hazırlanan “Z KUŞAĞINDA SERBEST ZAMAN DEĞERLENDİRMEDE YENİ MEDYA BAĞIMLILIĞI” adlı tez çalışması, aşağıdaki jüri tarafından OY BİRLİĞİ ile Kırıkkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Sosyoloji Anabilim Dalında YÜKSEK LİSANS TEZİ olarak kabul edilmiştir.

Danışman: Dr. Öğr. Üyesi HAKAN ARIKAN

İmza:.....

Sosyoloji Anabilim Dalı, Kırıkkale Üniversitesi

Bu tezin, kapsam ve kalite olarak Yüksek Lisans Tezi olduğunu onaylıyorum.

Başkan: Prof. Dr. İbrahim MAZMAN

İmza:.....

Sosyoloji Anabilim Dalı, Kırıkkale Üniversitesi

Bu tezin, kapsam ve kalite olarak Yüksek Lisans Tezi olduğunu onaylıyorum.

Üye: Doç. Dr. Ahmet ÖZALP

İmza:.....

Felsefe ve Din Bilimleri Din Sosyolojisi Anabilim Dalı, ESOGÜ

Bu tezin, kapsam ve kalite olarak Yüksek Lisans Tezi olduğunu onaylıyorum.

Tez Savunma Tarihi: 16/07/2024

Jüri tarafından kabul edilen bu tezin Yüksek Lisans Tezi olması için gerekli şartları yerine getirdiğini onaylıyorum.

.....

Doç. Dr. Abdüssamed YEŞİLDAĞ

Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürü

ETİK BEYAN

Kırıkkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Tez Yazım Kurallarına uygun olarak hazırladığım bu tez çalışmada;

- Tez içinde sunduğum verileri, bilgileri ve dökümanları akademik ve etik kurallar çerçevesinde kabul ettiğimi,
- Tüm bilgi, belge değerlendirme ve sonuçları bilimsel etik ahlak kurallarına uygun olarak sunduğumu,
- Tez çalışmada yararlandığım eserlerin tümüne uygun atıfta bulunarak kaynak gösterdiğimi,
- Kullanılan verilerde herhangi bir değişiklik yapmadığımı,
- Tez çalışmada yararlandığım eserlerin tümüne uygun atıfta bulunarak kaynak gösterdiğimi,
- Kullanılan verilerde herhangi bir değişiklik yapmadığımı
- Bu tezde sunduğum çalışmanın özgün olduğunu,

bildirir, aksi bur durumda aleyhime doğabilecek tüm hak kayıplarını kabullendiğimi beyan ederim.

Büşra Sultan GENÇER

16.07.2024

ÖZET

Z KUŞAĞINDA SERBEST ZAMAN DEĞERLENDİRMEDE YENİ MEDYA BAĞIMLILIĞI

Kırıkkale Üniversitesi

Sosyal Bilimler Enstitüsü

Sosyoloji Anabilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi

Danışman: Dr. Öğr. Üyesi Hakan ARIKAN

Haziran 2024, 77 sayfa

Küreselleşme ve dijitalleşmeyle birlikte toplumsal hayatın bir parçası olan yeni medya, serbest zaman değerlendirme araçlarından biri haline gelmiş ve aşırı kullanımının getirdiği bağımlılık sonucu sosyal bir problem olarak hayatımıza dahil olmuştur. Bu çalışmada yeni medya araçlarının yaratmış olduğu bağımlılığın bireysel ve toplumsal, neden ve etkilerinin tespit edilmesi için internet kullanıcılarının, sosyolojik profillerinin incelenmesine odaklanılmıştır. Spesifik olarak yeni medya kullanımının en çok etkilediği ve etkilendiği Z kuşağının, yeni medya araçlarını kullanım amaç, şekil ve sıklıklarının sosyolojik analizler eşliğinde açıklanarak, internet bağımlılığının olumlu ve olumsuz etkilerinin ortaya çıkarılması hedeflenmiştir. Bu araştırmanın amacı; serbest zaman değerlendirme faaliyetlerinden biri olarak kabul edilen yeni medyanın, Z kuşağı yaş aralığında bulunan bireyler tarafından kullanım şeklinin ve alışkanlıklarının, sosyolojik analizler ve teoriler eşliğinde açıklanması, aynı zamanda yapılan mülakatlar sayesinde Z kuşağının teknoloji kullanım ve doyumlarının internet bağımlılığı çerçevesinde ele alınarak incelenmesi amaçlanmıştır. Nitel araştırma yöntemi kullanılan bu çalışmada, Z kuşağı yaş aralığında bulunan Erciyes Üniversitesi ve Kırıkkale Üniversitesinde eğitim gören basit örneklem ve kartopu örneklem yoluyla seçilen toplamda 48 öğrenciye demografik ve betimsel sorular yöneltilmiş, bu bilgiler eşliğinde katılımcıların internet kullanımları esnasında sahip oldukları duygu, düşünce, davranış ve deneyimlerine dair bilgiler anlaşılmaya ve aktarılmaya çalışılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Bağımlılık, Yeni Medya, Z kuşağı, Serbest Zaman, İnternet

ABSTRACT

NEW MEDIA ADDICTION IN LEISURE TIME SPEND IN GENERATION Z

Kırıkkale University

Institute of Social Sciences

Department of Sociology, Master's Thesis

Supervisor: Assoc. Prof. Dr. Hakan ARIKAN

June 2024, 77 pages

New media, which has become a part of social life with globalization and digitalization, has become one of the means of leisure time evaluation and has been included in our lives as a social problem as a result of the addiction caused by its excessive use. This study focuses on examining the sociological profiles of internet users in order to determine the individual and social causes and effects of the addiction created by new media tools. Specifically, it is aimed to reveal the positive and negative effects of internet addiction by explaining the purpose, pattern and frequency of using new media tools of Generation Z, which is most affected and affected by the use of new media, with sociological analysis. The aim of this research is to explain the usage patterns and habits of new media, which is accepted as one of the leisure time evaluation activities, by individuals in the age range of Generation Z, accompanied by sociological analysis and theories, and at the same time, thanks to the interviews conducted, it is aimed to examine the technology use and satisfaction of Generation Z within the framework of internet addiction. In this study, which uses qualitative research method, demographic and descriptive questions were asked to a total of 48 students who were selected through simple sampling and snowball sampling at Erciyes University and Kırıkkale University in the age range of Generation Z. With this information, it was tried to understand and convey information about the emotions, thoughts, behaviors and experiences of the participants during their internet use.

Key Words: Addiction, New Media, Generation Z, Leisure Time, Internet

İÇİNDEKİLER

ÖZET	III
ABSTRACT	IV
İÇİNDEKİLER	V
TABLolar DİZİNİ	VIII
KISALTMALAR ve SİMGELER	XI
1. GİRİŞ	1
2. KUŞAKLARIN SINIFLANDIRILMASI	4
2.1. Kuşak Kavramının Tanımı.....	4
2.2. Kuşakların Sınıflandırılması.....	5
2.2.1. Sessiz Kuşak (1925-1945).....	5
2.2.2. Bebek Patlaması Kuşağı (1946-1964)	5
2.2.3. X Kuşağı (1965-1979)	5
2.2.4. Y Kuşağı (1980-1994)	6
2.2.5. Z Kuşağı (1995-2012).....	7
2.2.6. Geleceğin Nesli: Alfa Kuşağı (2012-)	8
3. SERBEST ZAMAN	9
3.1. Serbest Zaman	9
3.2. Serbest Zaman Teorileri.....	10
3.2.1. Max Kaplan	10
3.2.2. Thorstein Veblen	10
3.2.3. Paul Lafargue.....	11
3.3. Serbest Zamanın Temel Fonksiyonları	12
3.3.1. Dinlenme Fonksiyonu.....	12
3.3.2. Eğlenme Fonksiyonu	12
3.3.3. Gelişme Fonksiyonu	12

3.4. Serbest Zamana Katılımı Etkileyen Faktörler	13
3.4.1. Demografik Faktörler	13
3.4.2. Ekonomik Faktörler	13
3.4.3. Sosyal Faktörler	13
3.5. Serbest Zaman Etkinlik Çeşitleri	14
3.5.1. Sıradan Serbest Zaman Etkinlikleri	14
3.5.2. Ciddi Serbest Zaman Etkinlikleri	14
4. BAĞIMLILIK	15
4.1. Bağımlılık Kavramı	15
4.2. Bağımlılık Çeşitleri.....	15
4.2.1. Davranışsal Bağımlılık Çeşitleri.....	18
4.2.1.1. Teknoloji Bağımlılığı.....	18
4.2.1.2. İnternet Bağımlılığı.....	19
4.2.1.3. Sosyal Medya Bağımlılığı	20
5. YENİ MEDYA	21
5.1. Yeni Medya	21
5.2. Yeni Medya da Olanaklar ve Riskler	21
5.3. Yeni Medya Araçları	23
5.3.1. Online Oyun Kavramı.....	23
5.3.1.1. Online Oyun Bağımlılığının Nedenleri ve Etkileri.....	23
5.3.2. Sosyal Medya Kavramı.....	25
5.3.2.1. Sosyal Medya Bağımlılığı Nedenleri ve Etkileri.....	25
5.3.3. Çevrimiçi Alışveriş Kavramı	26
5.3.3.1. Çevrimiçi Alışveriş Bağımlılığı Nedenleri ve Etkileri	27
6. NİTEL ARAŞTIRMANIN ANALİZİ ve YORUMU	28
6.1. Araştırmanın Amacı	28
6.2. Araştırmanın Önemi.....	28

6.3. Araştırmanın Evren ve Örneklemi	29
6.4. Veri Toplama Araçları	29
6.5. Verilerin Analizi	30
6.6. Araştırmanın Bulguları ve Yorumları	31
6.6.1. Demografik Bulgular	31
6.6.2. Mülakat Sorularından Elde Edilen Bulgular.....	35
7. TARTIŞMA ve SONUÇ	58
KAYNAKLAR.....	66
EKLER.....	73
EK-1. Derinlemesine Görüşme Mülakat Soruları	74
EK-2. Etik Kurul Onayı.....	76
ÖZGEÇMİŞ.....	77

TABLÖLER DİZİNİ

<u>ÇİZELGE</u>	<u>Sayfa</u>
6.1. Cinsiyet dağılımı	31
6.2. Doğum tarihi dağılımı	32
6.3. Yaşanılan şehir dağılımı.....	32
6.4. Eğitim alınan bölüm dağılımı.....	33
6.5. Öğrencilerin sınıf dağılımı	33
6.6. Çalışma durumu	34
6.7. Annenin eğitim durumu	34
6.8. Babanın eğitim durumu.....	34
6.9. Ailenin aylık gelir düzeyi dağılımı	35
6.10. İkamet ettiği şehirde kiminle/nerede yaşanıldığı	35
6.11. Katılımcıların boş zamanlarını değerlendirmek için yaptığı faaliyetler ve hobilere dair dağılım.....	35
6.12. Katılımcıların boş zamanlarında yaptığı faaliyetlerin onlara neler kattığı ve hissettirdiğine dair dağılım.....	37
6.13. Katılımcıların sosyal faaliyetleri içinde spor, sanat, müzik, eğlence ve internetin ne derecede pay sahibi olduğuna dair dağılım	38
6.14. Katılımcıların boş zamanlarını değerlendirirken günlük ortalama ne kadar süre internette zaman geçirdiğine dair dağılım.....	39
6.15. Günlük internette geçirilen sürenin cinsiyet faktörüne göre dağılımı	39
6.16. Teknoloji bağımlılığı olduğunu düşünen bireylerin günlük internet kullanım sürelerinin dağılımı.....	39
6.17. Katılımcıların internet kullanımında iletişim, oyun, eğlence, alışveriş ve eğitim nasıl olduğuna dair dağılım	40
6.18. Katılımcıların internet kullanımına ve teknolojik araçlarınıza aylık ne kadar ücret ayırdığına dair dağılım.....	41
6.19. Katılımcıların internet kullanımı için ayırdıkları bütçenin cinsiyet faktörüne göre dağılımı.....	41
6.20. Katılımcıların internet kullanımı için ayırdıkları bütçenin bireylerin aylık gelirlerine göre dağılımı.....	42

6.21. Katılımcıların en çok tercih ettikleri sosyal medya uygulamasına dair dağılım	43
6.22. Katılımcıların tercih ettiği uygulamayı seçme nedenine dair dağılım	43
6.23. Fenomen ve influencerların sosyal medya üzerinden yapmış olduğu paylaşımların katılımcıların internet kullanım alışkanlığına etkisine dair dağılım	44
6.24. Fenomen ve influencerların sosyal medya üzerinden yapmış olduğu paylaşımların internet kullanım alışkanlığı üzerine olan etkisinin cinsiyet faktörüne göre dağılımı.....	44
6.25. Sosyal medyanın olumsuz etkilerine dair dağılım	46
6.26. Sosyal medyanın olumlu etkilerine dair dağılım	47
6.27. Katılımcıların gerçek yaşamda karşılaştığı üzüntü, kaygı, stres gibi negatif durumlar karşısında internette zaman geçirmenin size iyi gelip-gelmemesine dair dağılım	48
6.28. Gerçek yaşamda karşılaşılan üzüntü, kaygı, stres gibi negatif durumlar karşısında internette zaman geçirmenin katılımcılara iyi gelip-gelmemesinin cinsiyet faktörüne göre dağılımı	49
6.29. Katılımcıların internete erişimlerinin kısıtlanmasını nasıl karşıladığına dair tablo	50
6.30. Teknoloji bağımlılığı olduğunu düşünen katılımcıların internete erişimlerinin kısıtlanmasına karşı verdikleri tepkilerin dağılımı	50
6.31. Katılımcıların internet kullanım süresini aşarak günlük hayattaki görevlerini aksatıp-aksatmamasına dair dağılım	51
6.32. İnternet kullanım süresini aşarak günlük hayattaki görevlerini aksatan katılımcıların teknoloji ile ilişkilerinde kontrolü kimde olduğunu düşünmelerine dair dağılım	52
6.33. Katılımcıların teknolojiyle ilişkilerinde kontrolün kimde olduğunu düşünme dair tablo	53
6.34. Teknoloji bağımlılığı olduğunu düşünen katılımcıların teknoloji ile ilişkilerinde kontrolün kimde olduğunu düşündüğüne dair dağılım	53
6.35. Katılımcıların aile, akraba, arkadaş çevresinin internet kullanım şekli ve süreleri ilgili düşüncelerine dair tablo	54
6.36. Katılımcıların teknoloji bağımlılığı olup-olmadığı düşüncelerine dair dağılım	55
6.37. Teknoloji bağımlılığı olduğunu düşünen bireylerin cinsiyet faktörüne göre dağılım	55

6.38. Teknoloji bağımlılığı olduğunu düşünen katılımcıların profesyonel yardım alması veya kendisinin çözüm yolu üretip uygulamasına dair dağılım	56
6.39. Kendi çözüm üreten katılımcıların başarılı-başarısız olmasına dair dağılım	56



KISALTMALAR ve SİMGELER

SİMGELER DİZİNİ

%	Yüzde
<	Küçüktür

KISALTMALAR DİZİNİ

FoMO	Fear Of Missing Out
TL	Türk Lirası
TÜİK	Türkiye İstatistik Kurumu



1. GİRİŞ

Günümüzde teknoloji ve internet kullanımı yaygınlaşarak, hayatın vazgeçilmez unsurları haline gelmişlerdir. Bilgi edinmek, alışveriş yapmak, iletişimi sağlamak, keyifli zaman geçirmek vb. yapmak istediğimiz birçok aktiviteyi teknolojinin sağladığı imkanlarla, kolay ve hızlı bir şekilde gerçekleştirebilmekteyiz. Hayatımızın her alanına dahil olan teknolojik gelişmeler bir yandan yaşantımıza kolaylıklar sağlarken bir yandan da çok yönlü bir şekilde hayatımızı etkilemektedirler (Bayrak ve Cihan, 2017:78).

Teknolojik alanda yaşanan gelişmelerle birlikte bilgi ve içeriklerin sayısallaşması dijitalleşmeye yol açarak, yaşanacak çeşitli toplumsal değişimlere kapı aralamıştır. Bunlardan ilki dijitalleşmenin hayatımıza dahil olmasıyla birlikte sosyal ağlar üzerinden bilgilerin küresel ölçekte dolaşmasıdır. Giddens'a göre (2012) küreselleşme siyasal, toplumsal, kültürel ve ekonomik etkenlerin bir araya gelmesiyle medyana gelmiştir ancak her şeyden çok bilgi ve iletişim teknolojilerindeki gelişmeler tarafından yönlendirilmiştir. Artan küreselleşmeyle birlikte tüm kuşaklar internet kullanımına ağırlık vermiştir. Tüm kuşaklar bu süreçten etkilense de yaşanan değişim her kuşağın farklı bir yaş dönemine denk gelmektedir. Küreselleşme ve dijitalleşme süresinden en çok etkilenen kuşak internet çağının içine doğan Z kuşağı olarak görülmektedir. Böyle görülmesinin sebebi ise hem internetsiz bir yaşama şahit olamamaları hem de teknoloji konusunda oldukça gelişmiş olup internet, sosyal medya, akıllı telefon ve tablet gibi teknolojik cihazların kullanımlarında önceki kuşaklara göre daha başarılı olmalarıdır (Seymen, 2017:472). İnternete bu kadar çok hâkim olabilme yeteneği Z kuşağının gerçek bir birey olarak sosyal hayata katılım sağlamasından çok internet üzerinde kendine kurduğu dünyada yaşamasına neden olabilmektedir.

Teknoloji ile iç içe büyüyen Z kuşağının serbest zaman etkinlikleri de içinde büyüdükleri dönem neticesinde diğer kuşaklara göre farklılaşmaktadır. Kırık ve Köyüstü (2018) teknolojiyi iyi derecede kullanabilen Z kuşağının serbest zamanlarında geçirdikleri vakit boyunca bilgisayarı kitaba, yazışma metinlerini

konuşmaya, dışarda zaman geçirmeyi ise uzaktan iletişim kurmaya daha çok tercih ettiklerini belirtmiştir. Temelde bireylerin ihtiyaçlarını karşılama arzusu ile kullanılmaya başlanan yeni medya araçlarının ihtiyaç dışı kullanılması ve gereğinden fazla zaman harcanmasıyla birlikte, bireyler üzerinde bağımlılık geliştirebilmektedirler. Gelişen bağımlılıklar neticesinde bireylerin sosyal hayatları; aile, akraba arkadaş çevreleriyle ilişkileri etkilenebilmekte ve günlük yerine getirmesi gereken sorumlulukları aksatarak olumsuz yönlerinin daha çok açığa çıkmasına neden olabilmektedirler.

Bireylerin dinlenmek, rahatlamak, günlük yaşamın stresinden uzaklaşmak, gelişmek, daha iyi hissetmek ve motive olmak için kullanmaları gereken serbest zamanın büyük bir kısmı gerçek olmayan sanal bir dünya içinde hapsolarak geçirmeleri bireylerin serbest zaman tatminine ulaşmalarını engellemektedirler. Bireyler serbest zamandan almaları gereken verimi alamadan; iş, öğrencilik ve çalışma hayatlarına geri dönmektedirler. Serbest zaman değerlendirme alanında yapılan pek çok çalışma serbest zaman etkinliklerine katılımın, bireylerin hayatlarını olumlu yönde etkilediği ve bu etkinliklerle yaşamın doygunluğa ulaştırdığı görüşündedir (Öner, 2017:39-44).

Çalışmamızın ana problemi “Z kuşağının serbest zaman değerlendirme aracı olarak kullandıkları yeni medyaya karşı zamanla gelişen bağımlılığın nedenleri ve etkileri nelerdir?”. Dolayısıyla çalışmamız içerisinde, Z kuşağı bireylerinin serbest zaman değerlendirme faaliyetlerinden biri kabul edilen internette zaman geçirmenin bağımlılığa dönüşerek bireyin hayatını olumlu ve olumsuz etkileyecek yönlerinin açığa çıkartılması, bireyin internet kullanımı esnasında duygu, düşünce ve davranışlarının nasıl etkilendiğinin kullanımlar ve doyumlar bağlamında incelenmesi, çoklu teoriler eşliğinde mülakatlardan elde ettiğimiz bulguların tartışılması, araştırmamız açısından önem taşımaktadır. Nitel araştırma yöntemi kullanılarak hazırlanan bu araştırma da Z kuşağı yaş aralığında bulunan Erciyes Üniversitesi ve Kırıkkale Üniversitesinde eğitim gören, basit örneklem ve kartopu örneklem yoluyla seçilen toplamda 48 öğrenciye demografik ve betimsel sorular yöneltilmiş, bu bilgiler eşliğinde katılımcıların internet kullanımları esnasında sahip oldukları duygu, düşünce, davranış ve deneyimlerine dair bilgiler anlaşılmalı ve aktarılmaya çalışılmıştır. Bu kapsam da katılımcılardan nitel ve nicel boyutta elde ettiğimiz veriler eşliğinde katılımcıların demografik özelliklerini göz önünde tutarak, Z kuşağı yaş aralığında bulunan katılımcıların yeni medya araçlarının kullanım sürelerini, kullanım

şekillerini, kullanım amaçlarını, kullanımlarında etken olan duygu, düşünce ve davranışlarını, sosyal çevresinin onun kullanım şekli ve süresiyle ilgili olan düşüncelerini, kendi kullanım biçimleriyle ilgili düşüncelerini ölçmeye yönelik sorular yönelterek Z kuşağının internet kullanım alışkanlığı hakkında fikir edinilmeye çalışılmıştır. Bu mülakatlardan elde edilen veriler, sosyolojik bakış açısıyla yorumlanmış ve çalışmaya aktarılmıştır.

Çalışmamızın ilk bölümünde kuşak kavramının ne olduğu, teorilerinin neleri kapsadığını ve kuşakların hangi özellikleri taşıdığını aktarmaya çalıştık. Çalışmamızın ikinci bölümde serbest zaman kavramından, serbest zaman teorilerinden, serbest zamanın çeşitlerinden ve taşıması gereken temel fonksiyonlarından bahsettik. Çalışmamızın üçüncü bölümünde bağımlılık kavramından, bağımlılık çeşitlerinden bahsederek bağımlılığın nedenlerine ve sonuçlarına değindik. Çalışmamızın dördüncü bölümünde yeni medya kavramından, yeni medyanın içinde barındırdığı olanak ve risklerden, yeni medya araçlarının çeşitlerinden ve yeni medya araçlarına karşı gelişen bağımlılıkların nedenlerinden ve etkilerinden bahsederek konumuzun önemini açıklamaya çalıştık. Araştırmamızın beşinci bölümü analiz, bulgular ve yorumlardan oluşurken araştırmamızın son bölümü olan altıncı bölüm ise sonuç, tartışma ve önerilerden oluşmaktadır.

2. KUŞAKLARIN SINIFLANDIRILMASI

2.1. Kuşak Kavramının Tanımı

Türk Dil Kurumu'nun "Yaklaşık olarak aynı yıllarda doğmuş, aynı çağın şartlarını, dolayısıyla birbirine benzer sıkıntıları, kaderleri paylaşmış, benzer ödevlerle yükümlü olmuş kişilerin topluluğu" (TDK, 2022) olarak tanımladığı kuşak kavramı benzer sosyal olayları yaşamış bireylerin birbirine benzer kişilik özellikleri göstermesini nitelemektedir. Kuşaklar sosyolojine göre her kuşağın oluşumunda yaşanan toplumsal bir değişim kendini göstermektedir. Benzer deneyimlere sahip olarak bir araya gelen kuşaklar, farklı toplumsal gruplardan ayrılarak karşılaştıkları durumlar karşısında benzer tepkileri vermektedirler. Kuşakların oluşturduğu artık ritüel halini almış kolektif eylemler, giyim-kuşam ve müzik tarzı gibi standartlaştırdıkları orijinal uygulamalar, kolektif kimliklerinin oluşumuna ve içselleştirilmesine tanıklık eden bir azınlığın bulunmasıyla inşa edilmektedir (Çakır ve Azman, 2022:338).

Kuşaklar arası çalışmaları yürüten ilk isim sosyolojinin isim babası kabul edilen August Comte olmuştur. Comte, toplumsal anlamda gelişim ve ilerlemenin ancak kuşaklar arası aktarımla gerçekleşebileceğini ifade etmektedir (Uğurbulduk ve Efeoğlu, 2021). Comte kuşaklar teorisinde, her yeni gelen kuşağın bir önceki kuşaktan daha bilgili ve donanımlı olduğunu bu donanımın kuşakların sayısı arttıkça daha da gelişeceğini ifade etmiştir.

Mannheim kuşak teorisini Marx'ın görüşleri eşliğinde geliştirse de sadece toplumsal sınıflar olarak değerlendirmenin ötesine geçmiştir (Bozkurt, 2023:2). Mannheim, toplumsal sınıflar haricinde bir grubun fikirlerini o grubun içinde yaşamış olduğu toplumsal yapıdaki konumuyla, kuşaklar arasındaki farklılıkları dikkate alarak değerlendirmeye çalışır (Ritzer ve Stepnisky, 2018:71).

2.2. Kuşakların Sınıflandırılması

2.2.1. Sessiz Kuşak (1925-1945)

“Gelenekselciler”, “Savaş Kuşağı” veya “Sessiz Kuşak” isimlendirilen bu kuşak 1925-1945 yılları arasında büyük ekonomik buhran ve savaş dönemi içinde doğmuş ve büyümüşlerdir. Zorlu hayat koşullarına doğan bu çocuklar yaşadıkları dönemin sorunlarında fiili olarak etken rol almasalar da zor şartlar altında büyümüş olmanın etkilerini hayatları boyunca yaşamışlardır. Bu kuşağın sessiz kuşak olarak adlandırılmasının nedeni de bu zorlu süreç içinde doğan çocukların hayatları boyunca taşıyacakları kalıcı izlerle bireyleri içine kapanık, temkinli ve suskun kişilere dönüştürmüş olmasıdır. (Yaman, 2020).

Sessizler kuşağı geçtiğimiz yüzyılda dünyaya gelen en küçük kuşak olmasıyla birlikte bu kuşak üyeleri, direktif almaya hazır ve otoriteye karşı sadık bireylerdir (Toruntay ve Kulak, 2021:69).

2.2.2. Bebek Patlaması Kuşağı (1946-1964)

Bebek patlaması kuşağı 1946-1964 yılları arasında doğan bireyleri kapsamaktadır. İkinci dünya savaşı sırasında yaşanan ölümler neticesinde nüfus da azalma meydana gelmiştir. Savaştan sonraki dönemde toplumsal hayatın kalkınabilmesi için nüfusun çoğalması gerekmektedir. Bu dönemde yaşanan nüfus artışı bebek patlaması kuşağı olarak adlandırılmıştır.

Bebek patlaması kuşağı ebeveynlerinin savaş anılarıyla büyümüştür. Yıkılan toplumsal düzenin yeniden inşa edilebilmesi adına çabalamaların gerçekleştiği dönemde dünyaya gelen bu kuşak çalışmayı seven, rekabetçi bir yapıya sahiptir. Başarı odaklı, bağımsız, kontrolcü, sadık ve saygılı kişiler olarak tanımlanmaktadır (Yaman, 2020).

2.2.3. X Kuşağı (1965-1979)

“Geçiş dönemi kuşağı” veya “Gölge Kuşak” olarak da isimlendirilen bu kuşak 1965-1979 yılları arasında doğan bireyleri içine almaktadır. X kuşağı genellikle sessiz kuşağın çocuklarından oluşmaktadır. Anne ve babalarının yüksek disiplinle, durmaksızın çalıştıklarını gören bu kuşaktaki bireyler, onlar kadar yoğun bir çalışma hayatı benimsememişlerdir. Çok stresli işlerden uzak durmaya çalışan bu kuşak

yaptıkları işleri sadeleştirerek, çalışmak için yaşamaktan ziyade yaşamak için yaptığı işten keyif alma çabası içinde olmuştur (Adıgüzel, Batur ve Ekşili, 2014:172).

Renkli ve çok kanallı televizyonların yaygınlaştığı, bilgisayarın günlük işler için daha fazla kullanıldığı teknolojik devrim çağına denk gelmişlerdir (Duygulu, 2018). Bu özellikleriyle kendinden önceki kuşaklara nazaran çok daha fazla teknolojiye maruz kalmışlardır ancak kendinden sonraki nesillere nazaran da teknolojik gelişmelerin sadece başlangıç kısmını yaşamış ve onlar kadar yetkin kullanamamışlardır. İki kuşak arasındaki bağlayıcı özelliğinin de geçiş dönemi olarak isimlendirilmesinde etken olduğunu söyleyebiliriz.

2.2.4. Y Kuşağı (1980-1994)

“Milenyum Kuşağı” olarak da isimlendirilen bu kuşak 1980-1994 yılları içinde doğmuş, teknoloji çağının içinde büyümüş bireylerden oluşmaktadır. Teknoloji çağının içine doğan bireylerin en temel özelliklerinden biri çok meraklı olmaları ve her şey için neden sorusunu yöneltmeleridir. “Y Kuşağı” ismini de buradan almıştır. İngilizce de “why” soru kalıbı neden anlamına gelmektedir. “Y” harfi ile “why” kelimesi İngilizce de sesteş olduğu için “Y Kuşağı” ismini buradan gelmektedir (Kuyucu, 2014). Bu kadar araştırmacı ve meraklı olmaları, birçok konuda kendilerini geliştirmelerine katkı sağlamıştır. Konulara farklı perspektiflerden bakma yetenekleri yüksektir.

Farklı işleri aynı anda yapabilme becerisi yüksek olan bu kuşak, sık sık iş değiştirme eğilimindedir. Y kuşağı çalışanlarının çalışma koşullarında esneklik beklentisi içinde oldukları, işyerinde kendilerini rahat hissetmelerinin Y kuşağının motivasyonunu etkileyen önemli bir unsur olduğu görülmüştür (Keleş, 2011).

Hak ve özgürlüklerinin farkında olan Y kuşağı otoriteye boyun eğmeyen, özgüvenli bireylerden oluşmaktadır. Sadakat duyguları önceki kuşaklara oranla çok daha azdır. Küresel ekonomik krizden daha fazla etkilenmelerine rağmen beklentilerini yüksek tutarak geleceğe daha iyimser bakmaktadırlar (Ekşili ve Antalyalı, 2017).

Önceki kuşaklardan onları ayıran en büyük farklılıkları tabi ki teknolojinin içine doğmuş olmalarıdır. Arkadaşlarıyla iletişime geçmek, bilgi edinmek, haberleri takip etmek gibi pek çok işini internet üzerinden halleden bireyler vakitlerinin büyük bir kısmını internette geçirmektedirler. Yoğun internet kullanımı sonucunda olaylara daha bireyci yaklaşmaktadırlar.

2.2.5. Z Kuşığı (1995-2012)

Başlangıç yılı net olarak belli olmayan Z kuşağının 1995 – 2000 yıllarından başlayıp, 2012 yılına kadar doğan bireyleri kapsadığını söyleyebiliriz. Bu kuşak “Kristal Nesil” olarak da anılmaktadır (Taş, Demirdöğmez ve Küçüköğlu, 2017). Kendinden önceki kuşaklardan farkı, teknoloji olmaksızın bir hayatı hayal edemeyecek kadar teknolojiyle iç içe geçmiş olmalarıdır. Y kuşağı da teknolojik gelişmelere hâkim bir kuşaktır ancak Z kuşağının teknolojiye ve internete olan bağlılığı çok daha farklı bir boyuttadır. Teknolojinin içine doğan bu bireyler kendinden önceki kuşakların serbest zamanlarını değerlendirme aktivitelerinin hepsini dijital ortamda yapma imkânı bulmuşlardır. Sokakta oyun oynamak yerine bilgisayar oyunu oynamış, kitabı okumak yerine o kitap hakkında çekilmiş filmleri izlemeyi tercih etmişlerdir. Teknolojik gelişmelerle gerçek dünya da var olan her şeyin sanal birer karşılığı bulunmuştur, Z kuşağı bireyleri de gerçek dünyadan ziyade sanal karşılıklarını tercih etmişlerdir.

Z kuşağını tanımlayan özellikler yoğun şekilde sanal dünya içinde yaşamalarına bağlı olarak şekillenmiştir. Sanal dünya da her şey bir akış içinde gerçekleşmektedir. Özellikle sosyal medya düzeneği bu akışın hızlı bir şekilde sağlanabilmesi üzerine kuruludur. Bu özelliğiyle bireyler sıkılma duygusu hissetmeden akışın içine kendilerini bırakarak sonu bağımlılığa kadar uzanan bir kullanım gerçekleştirmektedirler. Her şeyin çok hızlı yaşandığı bu sistem, bireylerin uzun süreli odaklanma yetilerine ciddi anlamda zarar vermektedir. Z kuşağının herhangi bir konuya odaklanma süresi 8 saniye kadar kısa bir zaman dilimini kapsamaktadır (Seymen, 2017). Uzun yazılar ya da yüksek konsantrasyon gerektiren işler onlara göre değildir. Aceleci ve sabırsız oldukları için yoğun emek harcanacak işlerde bulunmayı da tercih etmezler.

Y kuşağı gibi iyimser olmayan bu kuşak daha gerçekçi yapıya sahiptir. Hayata karşı daha temkinli yaklaşmaktadırlar. Teknolojiyle yetişmiş olmanın getirisi olarak el, göz, kulak koordinasyonları önceki kuşaklara göre daha gelişmiştir. Sosyalleşme yöntemleri sosyal ağlardır. Diğer kuşaklardan daha eğitilmiş ve donanımlıdır. Sonuç odaklı yaşam sürerek hızlı şekilde tüketme eğilimleri vardır. Z kuşağı bireyler kişiselleşmiş, kendine özgü ve imaja dayanan ürünleri tüketmeye yönelirler (Gümüş, 2020).

Sorgulayıcı yapıya sahip olan Z kuşağı, bilgiye hızlı erişim imkanının sağladığı olanaklarla birlikte kendinden önceki nesillere nazaran kişisel hak ve özgürlüklerinin daha çok farkındadırlar. Kişisel hak ve özgürlüklerinin bilicinde olan her birey gibi adaletsizlik ve eşitsizlik Z kuşağının tahammül edemediği en belirgin kavramlardır. Farkındalıklarının yüksek olması aynı zamanda daha kaygılı bir yapıya sahip olmalarına da sebep olmaktadır. Geleceğe karşı besledikleri endişe ve korkuların büyük bir çoğunluğu ekonomik temeldedir. Bilinç düzeyi yüksek, sorgulayıcı ve söz hakkı arayan bir yapıya sahip olmaları Z kuşağı bireylerinin yaratıcılıklarını ve liderlik özelliklerini ön plana koyabilecekleri işleri tercih etmelerine de sebep olmaktadır. Fakat aceleci ve yenilikçi yapıya sahip olmalarının standart ve emek isteyerek yapılması gereken klasikleşmiş işlerde çalışma ihtimallerinin önünde engel olduğunu söyleyebiliriz.

Aynı anda fazla iş yapabilme (multitasking) özelliğine sahip olan bu kuşak tek bir işle yetinmekten hazzetmezler. Hali hazırda odaklanma problemine sahip olmaları bu kuşağın en büyük sorunlarından birini oluştururken, birkaç farklı görevi aynı anda yönetmeye çalışmaları tamamlanmamış ve sürekli ertelenmesi gereken görev yığınlarını doğurmaktadır.

2.2.6. Geleceğin Nesli: Alfa Kuşağı (2012-)

Alfaların tamamı 21. yüzyılda doğmuş bireyleri kapsayan ilk kuşağı temsil ettiği için, yeni bir başlangıç simgelemesi adına Yunan Alfabesinin ilk harfi olan “Alfa” olarak adlandırılmışlardır (Kayıkçı ve Bozkurt, 2018). Dijital ortam içine doğmuş olan alfa kuşağına “dijital yerliler” de denmektedir (Demirel, 2021). Alfa kuşağı günümüzde yenidoğanları, bebekleri, küçük çocukları ve henüz doğmamış olanları kapsamaktadır. Geleceğin nesli olarak görülen alfa kuşağının en belirgin özelliklerinden biri bencilliktir. Paylaşmaktan hoşlanmayan alfa kuşağı, kurallardan da hoşlanmazlar. Özgürlük ve yalnızlığı sevmektedirler.

3. SERBEST ZAMAN

3.1. Serbest Zaman

19. yy'da sanayi devrimiyle birlikte makineleşme yaygınlaşarak, insan gücüne düşen yük azaltılmıştır. Yaşanan gelişmeler neticesinde o döneme kadar kabul gören toplumsal düzen pek çok alanı kapsayacak şekilde değişime uğramıştır. Makineleşmeden önce günün büyük bir kısmını çalışmaya ayıran bireyler için sanayi toplumunun getirdiği yeniliklerden bir tanesi de çalışma saatleri dışında ortaya çıkan “serbest zaman” olgusu olmuştur (Çelik, 2018). Yaşam içinde zorunlu olduğumuz yemek, içmek, barınmak gibi gereksinimlerden ve bu gereksinimleri karşılamamıza olanak tanıyan işimizden, arta kalan süre serbest zaman olarak adlandırılmaktadır ve bu zaman dilimini birey kendi iradesiyle özgür bir biçimde doldurmaktadır (Cizmeci, 2015).

Sürekli olarak çalışmanın kutsallığından dem vurulan dünya düzeninde serbest zamanın gerekliliğinden bahsetmemiz büyük ehemmiyet taşımaktadır. Bireylerin hapsedildikleri kapitalist yaşam standartları içinde makine gibi sekmeksizin benzer işleri tekrarlamaları, zamanla bireysel isteklerin göz ardı edilmesine ve özgünlüğün kaybedilmesine yol açmaktadır. Bu durum bireylerin serbest zaman etkinliklerine de yansımaktadır.

Serbest zaman, kopyalanmış hayatlardan bizi kopararak; yenilenmemize, gelişmemize, dinlenmemize ve özgünlüğümüze katkı sağlayacak zaman dilimini temsil etmektedir. Ancak günümüzde gelişen teknolojiyle birlikte kitle kültürü ürünlerini yoğun şekilde tüketmeye başlamamız, bizi toplumdan kopararak yalnızlığa itmekte ve serbest zamanlarımızda bu sistemde adeta ücretsiz işçiler olarak çalışmamıza sebep olmaktadır (Taşcı ve Ekiz, 2018). Endüstrileşme ve küresel pazarla yaygınlaşan kitle kültürüyle, bireyler bilinçli ve etken bir şekilde özgün faaliyetlerde bulunmaktan ziyade kollektif yaşam pratiklerine göre hareket etmek zorunda bırakılarak bilinç dışı ve popüleriteye uygun hareket etmeye başlamaktadırlar. Özellikle yaygınlaşan yeni medya araçlarıyla bu etki hızlı bir şekilde yayılarak geniş

kitlelerce daha kolay kabul edilmektedir. Dolayısıyla günümüzde serbest zaman değerlendirme aktivitelerinin başında yer alan internette zaman geçirme faaliyeti serbest zamanın bize sağlaması gereken yenilenme, gelişme ve özgün hareket edebilme kriterlerini yeteri kadar sağlayamamaktadır.

3.2. Serbest Zaman Teorileri

3.2.1. Max Kaplan

Max Kaplan serbest zaman teorileri konusunda çalışmalar yürütmüş düşünürlerin başında gelmektedir. “Serbest Zaman Üzerine Makaleler: İnsanlık ve Politika Meseleleri” ve “Amerika’da Serbest Zaman: Sosyal Bir Araştırma” isimli, serbest zaman üzerine yazmış olduğu önemli eserleri bulunmaktadır.

Max Kaplan’a göre serbest zaman;

- “1) Göreceli olarak kişinin kendisi tarafından karar verilen bir aktivitedir.
- 2) Psikolojik olarak keyif vericidir
- 3) Farklı adanmışlık ve yoğunluk düzeylerine sahiptir.
- 4) Rekreasyon için olasılıklar sağlar, kişiyi geliştirir ve diğerlerine hizmet etmesini sağlar.
- 5) Pozitif beklentiler içerir” (Şentuna, 2010:53-54).

3.2.2. Thorstein Veblen

Boş zaman kavramına ilk kez sistematik şekilde yaklaşan Veblen, “The Theory of Leisure Class” (Aylak Sınıf Teorisi) isimli eserinde bu kavramı kendi özgün yaklaşımıyla açıklamıştır. Veblen (2005) kitabında aylaklık terimini üşengeçliği ya da hareket etmemeyi ifade etmek için kullanmamıştır. Aylaklık, Veblen’e göre “zamanın üretici olmayan tüketimidir” (Veblen, 2005:44). Veblen çalışmasında boş zamanın ne olduğundan ya da nasıl değerlendirilmesi gerektiğinden bahsetmekten ziyade, boş zamana sahip olan varlıklı sınıftan ve boş zamana sahip olma göstergelerinden bahsetmiştir. Veblen ‘Aylak Sınıfı’nın sadece servetleriyle yani üretim araçlarının mülkiyetiyle, üretime dahil olduklarından, geriye kalan tüm zamanlarını tüketimle geçirdiklerinden bahseder. Gerçekleşen tüketim; ihtiyaç dışı, tamamen lüks odaklı, gösterişçi/kıskandırıcı özellikler taşımaktadır (Aytaç, 2002). Tüketim bu denli önem verilmesinin sebebi, bunun bir sosyal statü göstergesi olduğu düşünülmektedir.

Tüketime ve gösterişe dayalı her şey onlar için büyük önem taşır. Zaman içinde bu durum o kadar ilerler ki boş zaman bile bireyler için zenginlik göstergesi haline gelir. Makinelerde çalışan işçilerin yapmış olduğu üretimin getirisi olan parayı zenginlik göstergesi olarak kullanmalarının yanında, bu durumun sağlamış olduğu boş zamanı da bir zenginlik göstergesi olarak kullanmışlardır (Turan, Nakiboğlu ve Bozkaya, 2015). Boş zaman kavramına “gösterişçi tüketim” kavramıyla farklı bir bakış açısı katan Veblen, modern toplumda her şey gibi boş zaman eylemlerine katılımın da nesneleşerek alınıp satılabilir bir kavrama dönüştüğünden bahseder (Aytaç, 2002).

3.2.3. Paul Lafargue

Tembellik hakkı Paul Lafargue’nin ironik bir şekilde isimlendirdiği düşüncesini taşıyan en önemli eserleridir. Lafargue bu kitabında çalışmanın kutsandığı, kapitalist sistem içerisinde bireylerin “boş zamana” olan ihtiyaçlarını vurgulamaktadır. Serbest zaman kavramını açıklarken Lafargue ile benzer bir bakış açısı sağlayan Marx, serbest zaman dilimi içerisinde çalışma hayatının getirmiş olduğu sorunların aşılması için gerekli olan bir zaman dilimi olarak tanımlamıştır (Öztaş ve Kıyılıoğlu, 2021).

Kapitalist sistem içerisinde bireyler bitmek, tükenmek bilmeyen çalışma saatleri boyunca geçimlerini tayin etmeye yetmeyecek bir iş uğrunda satmaya razı edilmek zorunda kalmaktadırlar. Köklerini dini öğretilere dayandırıldığı bu sistem içinde bireylere uzun saatler boyu çalışırlarsa hem bu dünya için fayda sağlayacağı hem de manevi olarak tatmine ancak o zaman ulaşabileceği aşılmalıdır. Durmaksızın çalışmanın kutsandığı bu sistem içinde bireylerin boş zaman kavramları elinden alınmış, hayatları sadece temel ihtiyaçlarını gidermek ve çalışmak üzerine kurulu bir sisteme dönüşmüştür.

Sanayileşmenin getirileriyle birlikte makinelerin işlevinin ve kullanımının artmasının insan gücüne duyulan ihtiyacı azaltacağı düşünülse de, Lafargue bu durumu eserinde şu şekilde ifade etmektedir: “Makineler mükemmelleştikçe ve durmaksızın artan hızı ve kusursuzluğuyla insan emeğini geride bıraktıkça işçi, dinlenme süresini aynı ölçüde artırmak yerine makineyle yarışmak istemişçesine çektiği cefayı ikiye katlıyor.” (Lafargue, 2021:40). Bu ifadelerle işçilerin makinelerle yarış halinde olduğunu ve en az makinelerin yaptığı kadar üretim yapma çabasında olduğunu görmekteyiz. Bireylerin bu dünya ekseninde sadece çalışmak üzerine bir hayat inşa ettiklerini

gördüğümüzde işçilerin hayatları içerisinde soluklanabilecek, dinlenebilecekleri gerçek anlamda ‘yaşıyorum’ diyebilecekleri hiçbir olanağın var olmadığı açıktır.

3.3. Serbest Zamanın Temel Fonksiyonları

Serbest zaman aktivitelerinin temelde 3 fonksiyonu vardır.

3.3.1. Dinlenme Fonksiyonu

Serbest zamanın asıl işlevi dinlenmektir. Gün içinde ister bedenen ağır bir yük altında çalışın, ister hiç hareket etmeyerek zihnen sizi yoran bir işte çalışın, bir sonraki güne yine aynı enerjiyle verimli bir şekilde devam edebilmek için dinlenmek en önemli adımdır. Dinlenmek bireyin fiziksel, mental ve bilişsel olarak yenilenmesine katkı sağlayan serbest zamanın temel fonksiyonudur. Çalışanların verimliliğini artırmak ve deşarj olabilmelerini sağlamak için bireylere verilen en büyük hediye, dinlenebilmelerini sağlamaktır. Bundan dolayı sanayileşme sonrası her bireyin çalıştığı saatle orantılı olarak belli bir dinlenme süresi verilmiştir.

3.3.2. Eğlenme Fonksiyonu

Serbest zamanın eğlenme fonksiyonu genellikle serbest zaman içinde sıkılma durumunu yaşayan bireyin çözüm arayışıyla karşımıza çıkmaktadır. Sadece sıkılma ve bunalma duygusuyla yapılan bir davranış olmanın ışında bir kaygıyı ya da bir hevesi tatmin etme aracı olarak da kullanılmaktadır (Çalık ve Yönet, 2020: 22). Oyun oynamak, TV izlemek, gezmek gibi pek çok serbest zaman etkinlikleri içeriğinde aktif ya da pasif şekilde eğlenme fonksiyonunu barındırmaktadır.

3.3.3. Gelişme Fonksiyonu

Gelişme fonksiyonu bireylerin otomatikleşen günlük işlerden kurtulmasını sağlayarak, sosyal aktivitelerde daha sık bulunmasını ve kültürel açıdan donanımını geliştirmesini kapsamaktadır. Birey kendine vermiş olduğu değeri sanatsal, bilişsel ve bedensel becerilerini iyileştirme çabasıyla göstermektedir.

3.4. Serbest Zamana Katılımı Etkileyen Faktörler

3.4.1. Demografik Faktörler

Yaş aralığı, cinsiyet, medeni durum gibi farklı demografik özelliklere sahip grupların, serbest zamana katılımları da birbirinden büyük oranda farklılaşmaktadır.

Üniversite öğrencilerinin serbest zaman tutumlarının farklılaşmasına dair gerçekleştirilen çalışmada, cinsiyet faktörünün bireylerin serbest zaman tutumları konusunda ayırt edici bir özellik olduğunu saptanmış, özellikle kadınların serbest zaman değerlendirmeye dair tutumlarının daha olumlu olduğu bulguları elde edilmiştir (Karadeniz, Müftüler ve Gülbeyaz, 2019).

Her yaş grubunun katılmış olduğu boş zaman değerlendirme faaliyetinin türü ve sıklığı da farklılık arz etmektedir (Demir ve Demir, 2006). Örneğin, gençler boş zamanlarında daha çok hareket edebilecekleri aktif sporları seçerken, yaşlılar daha az hareket edecekleri serbest zaman faaliyetlerini tercih etmektedirler.

3.4.2. Ekonomik Faktörler

Bireylerin gelir düzeyi seçecekleri serbest zaman etkinliklerini belirleyen önemli kısıtlardan birini temsil etmektedir. Bireyler ancak temel ihtiyaçlarını karşıladıktan sonra gelirlerinden bir kısmını arttırabiliyorlarsa, boş zaman faaliyetlerine katılmaları söz konusu olabilmektedir (Demir ve Demir, 2006). Aynı zamanda gelir düzeyinin yetersizliği serbest zaman etkinliği seçerken bireyin keyif alacağı, dinleneceği ya da eğleneceği etkinliklerden ziyade gelir getirici bir alan seçmeye yöneltebilir. Ekonomik düzeyleri orta seviyede olan bireylerin serbest zaman aktivite seçiminde daha çok gelir getirici aktivitelere yöneldiği görülmektedir (Akar, 2021). Yani bireyler gelir düzeylerine göre serbest zaman değerlendirme etkinliği seçerken aynı zamanda gerçekleştirecekleri etkinliği para kazanma aracı olarak da görebilmektedirler.

3.4.3. Sosyal Faktörler

Aile, din, kültür vb. sosyal kurumlar içinde bireyler çeşitli serbest zaman etkinliklerini gözlemleyerek, hayatlarına dahil etmektedirler. Etkilendikleri bu kurumlar bireylerin hayatları boyunca karar verme mekanizmalarının temelini oluşturan merkezler olarak karşımıza çıkmaktadırlar. Tabi ki aynı sosyal faktörlere maruz kalan bireyler farklı serbest zaman etkinlikleri seçebilirler ama içinde yaşadığımız toplum bizim hayat kriterlerimizi ve bakış açımızı derinden etkileyen özelliklere sahiptir. Bireysel

farklılıklara sahip olsak da birey karar verme aşamasında içine bulunduğu durumlarda sosyal faktörlerden şüphesiz etkilenmektedir.

3.5. Serbest Zaman Etkinlik Çeşitleri

3.5.1. Sıradan Serbest Zaman Etkinlikleri

Hiçbir eğitim ve hazırlık olmaksızın bireylerin gerçekleştirebileceği faaliyetler, sıradan serbest zaman etkinlikleri sınıfında yer almaktadır. Bireyler bu faaliyetleri gerçekleştirirken kendi mantık yürütmelerini kullanarak ya da çok az bilgi edinerek katılım göstermektedirler. Sosyal medya da zaman geçirmeyi sıradan serbest zaman etkinliklerine örnek gösterebiliriz. Bireyin mantık yürütmesiyle kavrayabileceği kolay bir mekanizmaya sahip olan sosyal medyayı hiç anlamasak bile sosyal çevremizden alacağımız minik tüyolarla çok kolay şekilde öğrenebilir ve zaman geçirebiliriz. Hızlı şekilde kavranabilen bu etkinliklerin sağladığı haz da öğrenme süresi kadar kısa olmaktadır.

3.5.2. Ciddi Serbest Zaman Etkinlikleri

Ciddi serbest zaman etkinliklerine katılabilmeniz için özel bir bilgi-beceriye veya eğitim sahip olmanız gerekmektedir (Akar, 2021). Bu tür etkinliklerde katılımcılar, yoğun bir doyum sağlayacakları ve özel beceri, bilgi ve deneyim kazanacakları, çalışma dışı kariyerlere yönelirler (Arslan, 2011). Aynı zaman da yapılan etkinlik bireylerin çok daha uzun süreli ve yüksek bir doyum hazzına sahip olmasını sağlar. Bu etkinlikler gerçekleştirilirken sistematik ve düzenli aralıklarla tekrarlamaı oldukça önemlidir.

4. BAĞIMLILIK

4.1. Bağımlılık Kavramı

Bağımlılık kavramından ilk bahsedildiğinde bireylerin zihninde genellikle sadece somut bir maddeye olan bağımlılık ve o maddeye duyulan ihtiyaç belirdiğini görmekteyiz. Halbuki bağımlılık kavramını incelendiğinde bireylerin nesnelere olduğu kadar duygulara ve davranışlara karşı da bağımlılık geliştirdiği görülmektedir. Bu durum bağımlılık çeşitlerinin sandığımızdan çok daha fazla olduğunu bize göstermektedir. Birçok farklı bağımlılık türünün bulunması, bağımlılığın farklı boyutları göze alınarak yapılan birçok tanımlamanın ortaya çıkmasına sebebiyet vermiştir. Uluslararası alanda genellikle “addiction” ve “dependence” olarak kullanılan bağımlılığın genel bir tanımını yapmamız gerekirse; bireylerin süreklilik arz eden bir tutku ile bir nesneye, duyguya veya bir davranışa karşı konulamaz şekilde arzu duyması ve ona tutsak olmasıdır diyebiliriz. Bir başka tanıma göre bağımlılık bir nesne ya da davranışı vazgeçilemez bir alışkanlık haline getirerek sürekli olarak tekrarlanması durumudur (Şahin, Topal ve Topal, 2018).

Bağımlılık süreci bireyin kendi istek ve iradesi başlamış olsa da zamanla birey bağımlılık yapıcı uyaran üzerinde irade yetisini yitirerek bağımlı olduğu uyarının esiri olmaya başlamaktadır. Bağımlı olunan uyaran bireyin bedenini, ruhunu ve zihnini etkileyerek bireysel olarak zarar görmesine sebep olurken aynı zamanda bireyin sahip olduğu sosyal çevresine, ilişkilerine, eğitimine, ailesine de yansarak bireyin sosyal bir varlık olarak da etkilenmesine sebebiyet verebilmektedir. Bu nedenle bağımlılığın araştırılması neden ve sonuçlarının ortaya konularak alınabilecek önlemlerin tartışılması büyük önem taşımaktadır.

4.2. Bağımlılık Çeşitleri

Bireyin karşı koyamadığı ve irade yetisini kaybederek etkisi altına girdiği bağımlı olunan uyaran, madde ya da eylem (davranış) ile ilişkilendirilerek iki başlık altında incelenmektedir (Çakır ve Oğuz, 2017). Madde bağımlılığı, kimyasal olarak etken

yapıda olan bir maddenin (sigara, alkol, uyuşturucu) bireyi uyarması ve baskılaması sonucunda bireyin, mental, bilişsel ve fiziksel işlevlerinde değişiklikler meydana getirerek gerçekleşen bir bağımlılık türü olarak tanımlanmaktadır (Ayhan ve Köseliören, 2019). Davranışsal bağımlılık ise madde bağımlılığından farklı olarak, duygu ve davranış gibi madde-dışı bağımlılıkları ifade etmektedir. Teknoloji bağımlılığı, yemek yeme bağımlılığı, kumar bağımlılığı, alışveriş bağımlılığı, spor bağımlılığı vb. çeşitli alt başlıkları bulunan bu bağımlılık çeşidi oldukça geniş bir yelpazeye sahiptir.

Bağımlılıkla ilgili en büyük yanılsamalardan birinin bağımlılıktan ilk bahsedildiğinde bireylerin zihninde sadece madde bağımlılığının belirmesi olduğundan bahsetmiştik. Madde bağımlılığını incelerken de “madde” kelimesinin sadece “uyuşturucu madde” yi nitelediğinin düşünülmesi ve bu anlamı vurgular şekilde kullanılmasının da bir yanılsama içerdiğinden bahsedebiliriz. Çünkü madde kullanımı tıbbi endüksiyon dışında kullanılan tüm ilaçları ve kimyasal maddeleri nitelemektedir (Kaya ve Şahin, 2010). Sigara, alkol, uyuşturucu gibi kimyasal içeriklere sahip tüm maddelere karşı gelişen orantısız istek “madde bağımlılığı” kategorisi altında incelenebilmektedir. Bu maddeler amacı dışında kullanımıyla bireylerin yaşantısında yol açtığı tüm kötü sonuçlara rağmen hayatlarının adeta vazgeçilemez noktası haline gelmektedir. Bağımlı olunan maddeye karşı konulamaz şekilde istek duymaya başlanmasıyla birlikte zamanla maddenin kullanım dozunun arttığı gözlemlenirken, madde alımının azaltılması sonucunda bireyde yoksunluk belirtilerinin ortaya çıktığından da bahsedebiliriz (Uğurlu ve ark., 2012).

Madde bağımlılığının insanlık tarihi kadar eskiye dayandığı ve bu bağımlılık çeşidi ile sürekli olarak mücadele halinde olduğu bilinmektedir. Bu mücadelenin sebebi madde kullanımının bireyi etkilediği kadar toplum sağlığını ve huzurunu da etkilemesidir. Uğruna büyük mücadeleler sarf edilen bağımlılığın nedenlerinin, birey ve toplum üzerindeki olumsuz etkilerinin gözler önüne serilmesi büyük önem taşımaktadır.

Bireyler üzerinde gelişen bağımlılığın nedenleri incelendiğinde psikolojik etkenlerin ilk sıralarda yer aldığını görmekteyiz. Psikanalizin temellerini atmış olan Freud bireyin gelişiminde etkili gördüğü oral dönemde bağımlılığın geliştiğinden bahsetmektedir. Freud, bireylerin geçmiş olduğu oral dönemde etkin olan anne memesi, biberon, oyuncak vb. nesnelerin eksikliğini tamamlamak için ileride sigara, alkol, ya da

maddeye başvurduğundan böylelikle de bağımlılığın geliştiğinden bahsetmektedir (Ögel, 2010) Psikolojinin önemli isimlerinden olan Adler ise bireylerin hayatlarında yaşadıkları başarısızlıklar, hayal kırıklıkları, aşağılık kompleksleri gibi durumların duygu karmaşası yarattığından, duygu durumunun kontrolünü sağlayabilmek adına alkol ya da uyuşturucu maddelerle bireylerin bu hisleri düzeltmeye çalıştıklarından ve bağımlılığın bu şekilde geliştiğinden bahsetmektedir.

Medya araçlarında madde kullanımının özendirilmesi, bağımlılık yapıcı maddelere ulaşımın kolaylaşması, madde bağımlılıklarının yarattığı tahribatların ve etkilerinin neler olabileceği hakkında yeterli bilgilendirmenin yapılmaması, özellikle ergenliğe geçiş döneminde yanlış arkadaş seçimleri, gelecek kaygısı, genetik yatkınlıklar, aile bireylerinde kullanımın olması vb. sayabileceğimiz pek çok etken madde bağımlılıklarının gelişiminde önemli rol oynamaktadırlar. Baskıcı aile ve arkadaş çevresi bireylerin kendini yeteri kadar ifade edememelerine sebep olarak bağımlılık yapıcı maddeleri deneme isteğini artıran bir diğer etkidir (Uzbay, 2009).

Madde bağımlılığının derin bir geçmişi olduğundan bahsetsek bile davranış bağımlılığı için aynı şeyden bahsedemeyiz. Davranış bağımlılığının gelişimi günümüze daha yakın dönemde kendini göstermeye başlayıp, teknoloji de yaşanan gelişmelerle birlikte görünürlüğü ve farkındalığı artmıştır.

Madde bağımlılığında bahsettiğimiz maddeyi düzenli aralıklarla ve gittikçe artan bir istekle arzulama durumu bu bağımlılık çeşidinde davranışlar üzerinden gerçekleşmektedir. Birey tıpkı madde bağımlılığında olduğu gibi periyodik aralıklarla bu davranışı gerçekleştirme eğiliminde hisseder kendini. Yapılan araştırmalarda davranışsal bağımlılık ile madde bağımlılığının genetik, biyolojik ve tekrarlama durumunun oldukça benzer yanlarının olduğu göstermiştir (Yanardağ, Bilge ve Yanardağ, 2020).

Davranışsal bağımlılığın madde bağımlılığı ile farklılaştığı nokta ise maddenin özünde bulunan kimyasal bileşenler sebebiyle kullanan her birey üzerinde bağımlılık etkisi yaratmasıdır. Davranışsal bağımlılıkta ise böyle bir durum söz konusu değildir. Bireyin bağımlılığı devam ettirmesi ve geliştirmesi için kimyasal bir bileşene değil gerçekleşen davranış faaliyeti ile beynin ödül ve haz bölgesini sürekli olarak uyarması gerekmektedir. Bundan dolayı davranış bağımlılıkları madde bağımlılığı kadar kolay fark edilememektedir. Davranışsal bağımlılığa sahip olan bireyin içinde bulunduğu

durum bir hastalıktan ziyade kötü alışkanlıklar olarak görülmektedir bundan dolayı da bağımlılığın fark edilip tedavi aşamasına geçmesi daha problemli olmaktadır (Ayhan ve Köseliören, 2019).

Davranışsal bağımlılığın gelişme sürecine baktığımızda; birey davranışı, haz alma kaynağı ya da stres yaratan durumdan kaçış kaynağı olarak görmeye başlar. Sığınacak bir liman görevine sahip olan bağımlı olunan uyarıcı, bireyin hayatındaki en önemli etkinliğe dönüşerek bireyin duygu, düşünce ve davranışlarını ele geçirmeye başlar. Tıpkı madde bağımlılığında olduğu gibi bireyin zamanla tolerans seviyesi artar ve davranışı gerçekleştirmediğinde rahatsız hissetmeye başlar. Bu durum bireyin hayatı üzerindeki kontrolünü yitirmesine sebebiyet vererek yanında birçok olumsuz sonucun doğmasına neden olur.

4.2.1. Davranışsal Bağımlılık Çeşitleri

Davranışsal bağımlılıklar madde-dışı pek çok bağımlılığı kapsamasından dolayı çok fazla çeşidi vardır. Davranışsal bağımlılık çeşitlerine baktığımızda birçoğunun gelişiminde teknolojik ilerlemenin ve internet kullanımının yaygınlaşmasının etkisi olduğunu görmekteyiz. Bizde diğer davranışsal bağımlılıklar üzerinde önemli rolü olan ve konumuzun esas içeriğini oluşturan teknoloji, internet ve sosyal medya bağımlılıklarına yakından bakmaya çalışacağız.

4.2.1.1. Teknoloji Bağımlılığı

Bilişim çağında yaşanan gelişmelerle birlikte teknoloji, hayatımızın her alanına etki etmeye başlamış, ayrılmaz parçalarımızdan biri haline gelmiştir. Dijitalleşme ile firmalar bireylerin ortak noktalarını keşfedip onlara yön vererek teknolojik ürünlere karşı duyulan hassasiyeti artırmaya ve bağımlı bireylerden meydana gelen toplum düzeninin oluşmasına neden olurlar (Akar, 2021).

Elimizde bulunan telefon, bilgisayar, tablet gibi teknolojik cihazlar sayesinde internete erişim sağlayabiliriz. Bundan dolayı internet bağımlılığı başta olmak üzere sosyal medya bağımlılığı, online oyun bağımlılığı, çevrimiçi alışveriş bağımlılığı, yeni medya bağımlılığı gibi pek çok davranışsal bağımlılığın gelişmesinin ön koşulunu teknoloji oluşturmaktadır. Teknoloji bağımlılığının artmasıyla doğru orantılı olarak davranışsal bağımlılık türlerinin arttığından bahsedebiliriz. Birbirinin yerine

geçirilerek kullanılan bu bağımlılık türleri sürekli olarak karıştırılsa da her biri, diğerinin gelişmesine olanak tanıyan ve birbirini besleyen farklı bağımlılık türleridir.

4.2.1.2. İnternet Bağımlılığı

Amerikalı psikiyatrisi Dr. Ivan Goldberg 1995 yılında şaka amaçlı yolladığı bir e-posta ile internet bağımlılığının rahatsızlık olasılığını ilk kez dile getirmiş ve bu durumu “patolojik internet kullanımı” şeklinde ifade etmiştir (Doğan, 2013:15). İnternet bağımlılığı çalışmamalarının öncü isimlerinden olan Young’ın 1996 yılında yürüttüğü çalışmanın neticesinde, 1998 yılında “internet bağımlılığı” literatüre girmiştir.

İnternet bağımlılığının tanımlama ve isimlendirmelerine baktığımızda “patolojik internet kullanımı”, “aşırı internet kullanımı” ya da “uygun olmayan internet kullanımı” olarak ele alındığını görmekteyiz (Arısoy, 2009). Yapılan isimlendirmeleri incelediğimiz zaman aslında internet bağımlılığının neleri kapsadığını görmekteyiz. Bu çeşitli tanımlamalar neticesinde patolojik yani hastalık derecesinde gerçekleşen, süre olarak sınır tanımayan ve yararlı kullanıma uygun olmayan internet kullanımları, internet bağımlılığının temel faktörlerini nitelediklerinden bahsedebiliriz.

İnternetin; iletişim kurabilmek, duygu ve düşüncelerini özgürce ifade edebilmek, bilgiye sınırsız erişim sağlayabilmek ve gündelik yorucu olabilecek işleri kolaylaştırmak gibi pek çok olumlu işlevi olması sebebiyle hayatın vazgeçilmez elemanlarından biri haline geldiğini kabul etmeliyiz. Ancak internet kullanımının hayatın vazgeçilmez parçası haline gelmesiyle birlikte kullanım alanlarının giderek artması sınırsız, denetimsiz ve yasaksız her türlü bilgiye veya kişilere erişimin kolaylığı sağlaması, çok olumlu gelişmelerin yanında bazı önemli ama olumsuz neticelerin doğmasına da sebep olabilmekte ve bu olumsuz sonuçlar bireye zarar verebilmektedir (Turan, 2008). Çevrimiçi internet kullanımının artması; bireylerin yaşamlarının merkezlerini yönetememesine, yaklaşan önemli teslim tarihini kaçırmalarına, boş zamanlarında ailesi ile daha az zaman geçirmesine ve yavaş yavaş arkadaşlarından uzaklaşarak sosyal hayatlarını ihmal etmelerine sebebiyet verir (Young, 2007). İnternet bağımlılığı depresyon, içe kapanma, anksiyete gibi pek çok psikolojik rahatsızlığa sebep olabileceği gibi daha az hareket etmeye bağlı olarak obezite, duruş bozuklukları, eklem, kas ağrıları vb. bedensel sorunlara da yol açabilmektedir (Aydemir, 2020).

4.2.1.3. Sosyal Medya Bağımlılığı

Sosyal medyanın bir internet uygulaması olması ve sosyal medyaya erişimin sadece internet üzerinden sağlanabilmesi sosyal medya ve internet bağımlılıklarının birbirleri ile iç içe olduğunu bizlere göstermektedir. Bundan dolayı iki bağımlılığın gelişimde etken olan nedenlerin ve ortaya çıkan sonuçların benzer olduğunu söyleyebiliriz.

Sosyal medya, 1997 yılında ortaya çıkmış olup 200'ün üzerinde uygulamaya sahip iletişimi kolaylaştıran bir yeni medya aracıdır. Sosyal medya, internet ortamında bireylerin başka bireylerle buluşup sosyalleşebildiği, birbirleri ile iletişim kurmasına olanak sağlayan web tabanlı hizmetler bütünüdür (Ünlü, 2018).

Her yaştan kesimin ilgisini çeken sosyal paylaşım ağları, kurulan sanal dünya ile gerçek hayatın önüne geçmektedir (Ayğar ve Uzun, 2018). Kurulan sanal dünya üzerinde bireyler kendilerini, arzu ettikleri şekilde tanıtabilmekte ve sosyal paylaşım ağlarını istedikleri şekilde kullanabilmektedirler. Sosyal ağlarda tanımlanan bu özgürlük her birey için farklı amaçlara hizmet etmektedir. Sosyal medya kimi insan için sosyalleşmek, görünür olmak, takdir ve beğeni toplamak amacını taşıırken kimisi için tam tersini nitelemekte, sosyalleşmeden kaçmak, yalnız kalmak sadece izleyici olarak aktif olmak amacını taşımaktadır (Çalışkan ve Mencik, 2015). Sosyal paylaşım ağları hangi amaçla kullanılacak olursa olsun bireyleri gerçek hayatın dertlerinden, üzüntü ve kaygılarından izole etmesiyle etkileme gücüne sahip, bağımlılık yaratabilecek en önemli araçlardan biri olarak görülmektedir. Ancak hayatın sıkıntılarından kaçış yolu olarak gördüğümüz bağımlılık, kullanım süresinin artmasıyla birlikte eski doyum hissini vermemeye başlar ve bunu aşmak için daha fazla aracı kullanmaya başlarız (Hazar, 2011). Bağımlılığa karşı gelişen tolerans eşiği gittikçe düşmeye başlar, tolerans seviyesi düştükçe birey sosyal medya da daha fazla zaman geçirmeye başlar ve bu bir döngü halini alır. Sosyal ağlarda gerekenden daha fazla zaman harcayan birey, sosyal medya ile davranışsal olarak meşgul olmadığı zamanlarda bile bilişsel olarak sürekli meşgul olmaktadır (Bozkurt, 2021).

5. YENİ MEDYA

5.1. Yeni Medya

Geleneksel medyayı kökten değiştirerek yeni bir iletişim çağı başlatan yeni medya; açık, ağ tabanlı, sınırsız ve merkezi olmayan bir yapıya sahip olup, birbirinden farklı ve etkileşimli ortamları bir araya getiren özelliğiyle bireylerin işini kolaylaştıran iletişim ağıdır (Aydoğan ve Kırık, 2012).

Yeni medya ile geleneksel medya arasında belirgin farklılıklar bulunmaktadır. Yeni medya da her şey sayısal uzantılarla sağlanmakta, bundan dolayı var olan hiçbir bilgi kaybolmamakta ve veri kaybı önlenmektedir (Dilmen, 2007). Geleneksel medya da ise çoğunlukla sayısal olmayan bir ortamda veri miktarının tam anlamıyla ölçülemediği dolayısıyla bilgilerin bire bir şekilde kopyalanamadığı bir ortam söz konusudur.

Yeni medyanın bir diğer önemli özelliği ise geleneksel medya da olduğu gibi bireyin sadece pasif bir izleyici, dinleyici ya da okuyucu olmasından ziyade aktif şekilde katılım sağlayabileceği etkileşim ortamını sağlamasıdır. Böylelikle geleneksel medyanın monolog olarak kurduğu iletişimi diyaloga dönüştürerek var olan konu üzerinden bireylerin görüşleri, beğeni ve eleştirileri konunun içine müdahil olur (Bulunmaz, 2014).

5.2. Yeni Medya da Olanaklar ve Riskler

Yeni medyanın sağladığı en etkili olanaklardan bir tanesi hızlı şekilde bilgiye erişim imkanıdır. Dünyanın en dezavantajlı bölgesin de bile bulunsanız iletişim teknolojisi sayesinde istediğiniz bilgiye ulaşım sağlanabilmektedir (Karaduman, 2019). Yeni medya sağladığı bu olanakla birlikte özellikle eğitim sistemine pozitif katkısı olmuştur. Evden çıkamadığımız pandemi dönemlerinde yeni medyanın sağladığı olanaklarla öğrenciler eğitim hayatlarına uzaktan eğitimle devam edebilmişlerdir. Aynı zaman da öğrenciler araştırma yapacakları konular için kütüphaneye gitmelerine ya da özel ders alarak konularını tamamlamaya çalışmalarına gerek kalmamış evlerinden bağlanabildikleri internetle ya da mobil verileriyle tüm bilgilere rahatça ulaşmışlardır.

Yeni medyanın izleyicinin de katılım sağlayabileceği bir ortama sahip olmasının geleneksel medyadan ayırıcı özellik taşıdığından bahsetmiştik. İzleyicilerin yeni medya üzerinde katılım sağlayabilmesi eleştiri, reklamlar, içerik üreticiliği gibi pek çok alanın gelişmesine katkı sağlayarak yeni meslek tanımlamalarına imkân vermiştir. Yeni medyanın sağladığı olanakların başında yeni iş istihdamı sağlanabilecek alanları yaratması veyahut önünü açması gelmektedir.

Yeni medyanın sağladığı olanaklardan birisi de bireyin istediği zaman istediği içeriği tercih edebilmesidir. Birey etkileşime geçme alanında özgürdür ve yeni medyayı kullanım biçimi biriciktir. Video, dizi, film, müzik, haberler vb. takip ettiği birçok içeriği istediği tarihte ve istediği saatte, istediği ortamda ve istediği hızda takip etme olanağı bulunmaktadır. Bu olanaklar bireyler için özgürleştirici alanları temsil etmektedir. Geleneksel medyanın sunduğu gibi belirli saatlerde ve belirli günlerde, belli başlı bazı dizi, haber ve programlar bulunmamaktadır. Yeni medyanın bireyleri ekran başına kilitleyecek katı sınırları olan bir ortamı yoktur.

Yeni medya kullanıcıları çeşitli sosyal medya mecralarında kişisel hayatlarına dair fazlaca paylaşım da bulunmaktadırlar. Bu paylaşımlar eleştiri ve yorumlara açık şekilde yayınlanmaktadır. Bireyler olumlu-olumsuz her eleştiriye yakınında bulunmayan herkes için rahatça gerçekleştirebilmektedirler. Bu durum nefret söylemlerinin yaygınlaşmasına, acımasız yorumların artmasına sebebiyet vermektedir. Fiziksel yaptırımın olmadığı sanal ortam, nefret, aşağılama, hakaret etme, küfür, tehdit, sözlü ve cinsel içerikli taciz gibi birçok riskler barındırmaktadır (Karaduman, 2019). Bireyler hakkında olumsuz eleştirilerin keskin ve kırıncı üslupla yansıtılmasının bireyler üzerinde olumsuz etkileri olmaktadır. Yani yeni medyanın yaygınlaştırdığı risklerden biri nefret söylemlerini artırmasıdır.

Yeni medyanın şiddet, kavga, cinayet vb. tehlikeli birçok farklı içeriği kendi içinde barındırması taşıdığı bir diğer önemli risk faktörünü bize göstermektedir. Özellikle genç ve çocukların çok fazla kullandıkları yeni medya platformlarının, kontrol edilemez derece de risk taşıyan içeriğe sahip olması gelecek nesillerin yetişmesinde etken olan risk faktörlerinin temelini oluşturmaktadır.

5.3. Yeni Medya Araçları

5.3.1. Online Oyun Kavramı

Dijitalleşme ile değişen alanlardan bir tanesi de oyun kavramıdır. Geleneksel anlamda oyun, bireylerin boş zamanlarında hoşça vakit geçirmelerine yarayan genellikle fiziksel aktiviteye bağlı bir kavramdır. Dijitalleşmeyle geleneksel oyun kavramı yıkılmış, fiziksel aktiflikten uzak ‘online oyun’ kavramı ortaya çıkmıştır. Online oyunlar bilgisayar, telefon, tablet gibi pek çok teknolojik aletle oynanabilen oyunlardır. Serbest zaman değerlendirme aktivitelerinin başında gelen online oyunlar genellikle çocuklar ve gençler tarafından tercih edilmektedir. Fiziksel aktivitenin önem taşıdığı gelişim döneminde online oyunla tanışan çocuklar için ekran başında uzun süre zaman geçirmek, istenmeyen sonuçlar doğurabilmektedir.

Online oyunlar kendi içinde farklı çeşitlere ayrılmaktadır. Bireyler online oyun tercihinde bulunurken kendi kişiliklerine göre seçim yaparlar. Bunun yanı sıra oynadıkları oyunlar sahip oldukları kişilikleri de etkileme ve değiştirme özelliğine sahiptir. İki yönlü etkileşime sahip olan online oyunlarda bireyler kendilerini olmak istedikleri kişiler olarak gösterebilmektedirler. Bu durumun sağladığı özgüven bireylerin online oyun oynamayı tercih etmelerindeki bir diğer etkidir.

Online oyun çeşitlerine baktığımızda; sosyal durumla ilgili online oyunlar, strateji oyunları, askeri oyunlar, macera oyunları, tarihsel temaları içeren oyun çeşitleri karşımıza çıkmaktadır.

5.3.1.1. Online Oyun Bağımlılığının Nedenleri ve Etkileri

Online oyun bağımlılığı bireylerin kendini rahatlatmak ve motive etmek amaçlı açtığı oyundan kendini alıkoyamaması ve adeta ona tutsak vaziyette yaşamasıyla kendini göstermektedir. Dijital oyun bağımlılığına sahip birey uzun süre oyun oynamayı bırakamayarak oyunu gerçek hayatıyla ilişkilendirir, oyun oynamaktan dolayı görevlerini zamanında yerine getirememeye başlar ve farklı etkinlikler yerine sürekli oyun oynamayı tercih eder (Arslan, Kırık, Karaman ve Çetinkaya, 2015).

Online oyun bağımlılığının nedenlerine baktığımızda bu bağımlılığın gelişmesinde hem bireylerin kişilik özelliklerinin etkili olduğunu hem de oynanan oyunun içinde bireylerin bağımlı olmasına etken olacak içeriklerin kullanıldığı görülmektedir. Dijital oyun bağımlılığının nedenleri ile ilgili yapılan araştırmalarda sıklıkla karşılaşılan

ifadeler; fiziksel aktivitenin az olması, boş zaman doldurma ihtiyacı, akranları arasında kabul görme ihtiyacı, varlığını sanal dünyada da gösterme isteği ve stresten kaçınmak olarak karşımıza çıkmaktadır (Erkılıç, 2021). İçinden bulunduğu yaşam şartlarının dışında vakit geçirmek bireylerin rahatlamasına ve stresten uzaklaşmasına yol açmaktadır. Bu rahatlama hissinden uzaklaşmak istememek zamanla bağımlılığın gelişmesine yol açmaktadır.

Bağımlılık kavramından bahsedildiğinde sadece olumsuz etkilerinin var olacağı düşünülmektedir. Ancak online oyun bağımlılığının yol açtığı etkilere baktığımızda ise olumlu-olumsuz pek çok etkisi olduğunu görmekteyiz. Dijital oyunların olumlu etkilerine bakıldığında el-göz koordinasyonunu sağlama, uzamsal yetenekler, geometri ile matematiksel yüksek düşünme, kimya ve fizikle ilgili nesneleri göz önünde canlandırabilme, uzaydaki şekillerin bütünleşmesini sağlamak, gibi faydaları bilinmektedir (Horzum, Aras ve Balta, 2008). Bireyler online oyunlar esnasında farklı takım arkadaşları edinirken arkadaşlıklar kurarak sosyal hayatta da görüşebilecekleri bireylerle tanışmaktadırlar. Aynı zamanda çoğu oyunun takım arkadaşı olmayı gerektirmesinden ötürü iş birliği yapma duygusunu artırması gibi etkileri bulunmaktadır. Oyunların dil seçeneği içermemesi bireyi keyif aldığı oyunu oynarken aynı zamanda da yabancı bir dil öğrenmeye itebilmektedir. Bunlar haricinde tarih, coğrafya gibi sosyal alanlar hakkında oyunları oynaması bireyler üzerinde geliştirici etkilere sahiptir. Dijital oyunların kontrollü oynanması durumunda, bireyin algısını geliştirerek daha hızlı düşünmesini sağlamakta ve aniden ortaya çıkan problemlerle baş etmesini öğretmektedir (Uzunoğlu, 2021).

Online oyunlarının kontrolsüz şekilde uzun süre oynanması bağımlılığı doğurarak, olumsuz etkilerini açığa çıkartmaktadır. Öncelikle oynanmakta olan oyunların çoğunluğu şiddet sahneleri içermektedir. Şiddet içerikli görsellere fazla maruz kalınması bireyleri etkileyerek şiddetin normalleştirilmesine neden olmaktadır.

Bireylerin farkında olmadan uzun saatler boyunca oyun oynayarak zaman geçirmeleri tembelliğe alışmalarına yol açarak obezite, uyku problemi, baş ağrısı, göz kuruluğu, el-bilek rahatsızlığı, kas ve iskelet sisteminde yaşanan bozukluklar gibi bedensel sağlıklarında meydana gelen rahatsızlıkları doğurabilmektedir (Karaduman ve Acıyan, 2020). Bu etkiler bağımlılığın fiziksel anlamda bireylere verdiği zararı gözler önüne sermektedir.

Online oyun bağımlıları oyun oynarken kazandıkları tatmin duygusuyla birlikte oyun başında uzun zaman geçirmeye başlarlar. Bunun sonucu olarak da sosyal aktivitelerden uzaklaşıp içe kapanık, yalnızlığı tercih eden, asosyal yapıya bürünmektedirler. Kendini diğer insanlardan soyutlayan birey sosyalleşmesi gereken ortamlarda yabancılaşma yaşamaya başlar.

5.3.2. Sosyal Medya Kavramı

Sosyal medya, kullanıcıların diğer bireylere açık profiller oluşturabileceği, arkadaşlarıyla ya da tanımadığı bireylerle bağlantı kurup etkileşime geçebileceği web tabanlı bir platformdur. Sosyal medya Web 2.0 teknolojisiyle hayatımıza karışmıştır. Bu teknolojik gelişmeyle birlikte tek taraflı iletişimden çıkarak karşılıklı olarak etkileşime geçme imkânı doğmuştur. Yeni medyayı geleneksel medyadan ayıran karşılıklı etkileşim imkanının en sık kullanıldığı platformu sosyal medya oluşturmaktadır. Bireylerin içerik üretip paylaşımında bulunabileceği, karşılığında anında etkileşim alabileceği bir imkân sunmaktadır sosyal medya. Sunduğu bu geniş imkanla birlikte bireyler hem kendi hayatını paylaşabilir hem de başkalarının hayatını gözlemleyebilmektedirler. Bireyler sosyal medya üzerinden oluşturacağı profili kendi isteğine göre seçebilir. Gerçek anlamda kendini yansıtan bir sanal kimlik oluşturabilir ya da kendi kimliğinden bağımsız, arzu ettiği şekilde kendini göstereceği bir profil hesabı kullanabilir. Sosyal medyanın sağladığı bu özgürlük bireylerin sosyal medyayı aktif şekilde kullanmalarına olanak tanımaktadır. Bu kullanım şekli büyük bir tehlikeyi de içinde barındırmaktadır. Sahte (fake) profilleri ile kendinden başka birisi gibi davranan bireyler başta kendini daha sonra da diğer profilleri yanıltarak tehlike oluşturmaktadırlar.

Bireylerin en fazla kullandıkları sosyal medya ve mesajlaşma uygulamaları %84,9 ile WhatsApp, %69,0 ile YouTube ve %61,4 ile Instagram oldu (TÜİK, Ağustos 2023).

5.3.2.1. Sosyal Medya Bağımlılığı Nedenleri ve Etkileri

Sosyal medya bağımlılığının nedenlerine baktığımızda karşımıza çıkan kavramların başında fomo gelmektedir. “Fear Of Missing Out (FoMO)” psikolojide bireylerin gelişimleri kaçırma korkusu olarak tanımlanmaktadır. Birey bu korkuyla birlikte gereksiz yere pişmanlık yaşamaya başlamaktadır. “Şu an da kaçırdığım bir haber var mı?”, “Herkesin konuştuğu konunun dışında kalır mıyım?”, “Şu anda neler paylaşıyor?” gibi sorgulamalara yönelten bu korku bireyleri sürekli mobil cihazlarını kontrol

etmeye yönelmektedir. Sosyal medya da sergilenen olağanüstü derece de mutlu ve zengin hayatlar, lüks araba, kıyafet, makyaj malzemeleri zamanla takip eden bireylerin kendisiyle kıyaslama yapmasına ve zamanla “ben de” duygusunu oluşturarak gelişmeleri kaçırmamaktan korkmasına sebep olmaktadır (Gürdin, 2019).

Sosyal medyanın etkilerine baktığımızda sanal düzlemde oluşturulan profiller üzerinden iletişime geçmenin, yeni kişilerle tanışmanın ve arkadaşlık kurmanın gerçek hayata nazaran çok daha kolay olduğunu görmekteyiz. Kolay iletişim şekli bireyleri kendine çekmektedir. Bundan dolayı arkadaş ya da aile ortamındayken birey sürekli olarak sosyal medya da zaman geçirmeyi arzulamaktadır. Gerçek hayatta sosyal ortamlara girmekten kaçınarak yalnızlaşma, içe kapanma gibi etkilerini gözlemlememiz mümkündür.

Sosyal medya bağımlılığına sahip olan grubun daha çok çocuk ve gençlerden oluştuğuna değinmiştik. Bu çağlarda bireylerin kaliteli eğitim alabilmesi ve akademik hayatta başarılı olabilmesi hayatlarını şekillendirecek en önemli etkidir. Ancak sosyal medya bağımlılığının en belirgin etkisi akademik başarıdaki düşüştür. Borak ve Beki (2021) lise öğrencileri üzerinde yürüttüğü çalışmada yaş ortalamasına genel anlamda bakılan öğrencilerin %64’ü sosyal medyanın akademik başarıyı olumsuz etkilediği görüşüne ulaşılırken sosyal medyaya olan meşguliyet arttıkça öğrencilerin not ortalamalarının düştüğü ve bu durumun akademik başarılarını olumsuz etkilediği ortaya çıkmıştır.

Yoğun sosyal medya kullanımı güzellik algısında da değişime yol açmaktadır. Sosyal medya kullanıcıları çeşitli filtre ve shop teknikleri ile kusursuz güzellik algısını üretmektedirler. Bireyler kusursuz güzellik algısıyla kendi görünüşlerinden memnun olmamaya başlayıp sonu cerrahi işlemlere gidebilecek kadar görünüşlerini değiştirmek istemektedirler. Türk ve Bayrakçı (2019) 116 kişi ile gerçekleştirdikleri çalışmalarının anket sonuçları değerlendirildiğinde sosyal medyayı yoğun olarak kullanan kişilerin daha estetik görünmek istedikleri sonucuna ulaşılırken, sosyal medyanın estetik işlemleri herkesin yaptırabileceği ulaşılabilir işlemler olarak kullanıcıların zihninde algısal bir değişim gerçekleştirdiği tespit edilmiştir.

5.3.3. Çevrimiçi Alışveriş Kavramı

Ticaret ve alışveriş kavramları insanlığın varoluşundan bu yana kullanılan sistemlerdir. Paranın bulunmadığı dönemde değiş-tokuşla kurulan ticaret, istenilen

ürünün karşılığının farklı bir ürünün teminatıyla sağlanmasıdır. Paranın bulunmasıyla birlikte arzu edilen ürünün teminatı ancak elinde bulunan paranın karşılığı ile mümkün olmaya başlamıştır. Satın alma davranışı ihtiyaçların karşılanması amacıyla kendini var etse de kapitalist sistemin tüketimin sürekliliğini sağlayabilmek adına yaptığı pazarlama çalışmaları, alışveriş alışkanlığının seyrini değiştirmiştir. Alışveriş zamanla bireylerin sıkıntı ve sorunlarından kaçtıkları, eğlence ve motivasyon kaynağı olarak görülmeye başlanmıştır. Çevrimiçi alışveriş bu süreci kolaylaştırarak daha tehlikeli bir hale getirmiştir. Almak istenilen ürün bilgilerine zahmetsiz şekilde ulaşılabilir ve bir tıklamayla alınabilir vaziyete gelmiştir. Alışveriş sürecinin çevrimiçi alışveriş siteleriyle pratikleşmesi alışveriş bağımlılığının artışında karşımıza çıkan önemli etkenlerdendir.

5.3.3.1. Çevrimiçi Alışveriş Bağımlılığı Nedenleri ve Etkileri

Alışveriş bağımlılıklarının temelinde hedonik tüketim olarak adlandırdığımız haz ve mutluluk odaklı bir tüketim anlayışı hakimdir. Çevrimiçi alışveriş de tüketicilerin ürünleri arama ve karşılaştırma olanaklarının daha kolay olması, bu tüketim tarzının vermiş olduğu hazzın çok daha uğraşsız bir yolla sağlanmasına imkân tanımaktadır. Zaman ve mekâna bağlı kalmadan istediği anda alışveriş yapma olanağı sağlayan çevrimiçi alışveriş siteleri, bireyin içinde bulunmuş olduğu stres, depresyon, can sıkıntısı, yalnızlık gibi bireyin hayatını olumsuz yönden etkileyen faktörlerden uzaklaştırıcı bir kaçış yolu olarak görülmektedir.

Çevrimiçi alışveriş bağımlılığının nedenleri arasında reklam, promosyon ve indirimler yer almaktadır. Gün içinde sık sık kullanılan sosyal medya aracılığıyla birçok ürünün reklamına maruz kalınmaktadır. Özellikle influencer, fenomen ve ünlülerin yapmış olduğu ürün tanıtımları ve linkler bireylerin alışveriş yapma isteğini körükleyen etkilere sebep olmaktadır. Tavsiye edilen bir ürünün alınma oranı çok daha yükselmektedir.

Çevrimiçi alışveriş bağımlılığının etkilerine baktığımızda, bireyin etkisini etkileyen sonuçlarının yanı sıra toplumda yaygınlaşma göstermesiyle birlikte toplum ekonomisinin etkileneceği öngörülen sonuçlar arasındadır (Günüç ve Doğan Keskin, 2016).

6. NİTEL ARAŞTIRMANIN ANALİZİ ve YORUMU

6.1. Araştırmanın Amacı

Toplumsal hayatın her alanına etki eden internet ve buna bağlı olarak gelişen yeni medyanın kullanım oranları artmış bu kullanım özellikle Z kuşağında bağımlılık boyutuna ulaşmıştır. Bu araştırmanın amacı; serbest zaman değerlendirme faaliyetlerinden biri olarak kabul edilen yeni medyanın, Z kuşağı yaş aralığında bulunan kullanıcılar tarafından kullanım şeklinin ve alışkanlıklarının sosyolojik bakış açısıyla analize edilmesi, Z kuşağının internet kullanım ve doyumlarının internet bağımlılığı çerçevesinde ele alınarak incelenmesi, gerekli çözüm yöntemi ve önerilerin getirilmesidir.

6.2. Araştırmanın Önemi

Dünya genelinde gerçekleşen dijitalleşme ile yeni medya araçlarının kullanım oranları artmıştır. Sosyal hayatta önemli ölçüde yer kaplayan yeni medyaya özellikle Z kuşağı yoğun şekilde maruz kalmaktadır. Z kuşağının yeni medya araçlarını kullanım oranlarının yoğunlaşması zamanla bağımlılık boyutuna ulaşmış ve ulaşılan yeni medya bağımlılığı serbest zaman değerlendirme aktivitelerinin başında yerini almıştır. Bu bağımlılık gençlerin bireysel yaşantılarına etki etmekle kalmamış sosyal hayatta da gözlemlenebilir değişimlerin yaşanmasına neden olmuştur. Toplumsal değişim yaratan bu sürecin araştırılması, sosyal hayattaki etkilerinin ortaya konması önem taşımaktadır. Bu çalışmada da Z kuşağında serbest zaman değerlendirme aktivitesi olarak gelişen yeni medya bağımlılığının birçok değişkenle birlikte ele alınması, aynı zamanda farklı üniversitelerde ve farklı bölümlerde öğrenim gören Z kuşağı öğrencilerinin sahip oldukları yeni medya kullanım sıklığının ve şeklinin analizi, konu hakkında daha ayrıntılı ve sağlam bilgi edinilmesi açısından önem taşımaktadır.

6.3. Araştırmanın Evren ve Örneklemi

Bu çalışma nitel araştırma yöntemi ile gerçekleştirilmiştir. Belirlenen yöntemin örneklem çerçevesini ise Z kuşağı (1995-2012) yaş aralığında bulunan Erciyes Üniversitesi ve Kırıkkale Üniversitesinde eğitim görmekte olan 48 kişi ile oluşturulmuştur. Katılımcılar basit ve kartopu örneklem yoluyla belirlenmiştir. Katılımcıların belirlenen örneklem çerçevesinde seçilmesinin bir sonucu olarak %70,83'ü kadınlardan oluşmaktadır. Katılımcıların serbest zaman değerlendirme alışkanlıklarından biri olan yeni medyanın bireyler üzerinde bağımlılık geliştirme durumunun tespit edilmesine yönelik sorular tercih edilmiştir.

6.4. Veri Toplama Araçları

Creswell (2009), araştırma tasarımının seçimi, ele alınan konunun niteliğine ve araştırmacının kişisel deneyimlerine dayanmaktadır. Nitel araştırmalar bireylerin veya grupların, sosyal veya beşerî bir soruna yükledikleri anlamı keşfetme aracı olarak kullanılmaktadır (Creswell, 2009). Nitel araştırma yöntemi kullanılarak hazırlanan bu araştırma da Z kuşağı yaş aralığında bulunan Erciyes Üniversitesi ve Kırıkkale Üniversitesinde eğitim gören, basit örneklem ve kartopu örneklem yoluyla seçilen toplamda 48 öğrenciye demografik ve betimsel sorular yöneltilmiş, bu bilgiler eşliğinde katılımcıların internet kullanımları esnasında sahip oldukları duygu, düşünce, davranış ve deneyimlerine dair bilgiler anlaşılmalı ve aktarılmaya çalışılmıştır.

Z kuşağı yaş aralığında bulunan öğrencilerle gerçekleştirilen bu çalışmada veriler yarı yapılandırılmış görüşme yoluyla elde edilmiş. Araştırmacı tarafından demografik bilgileri elde etmeye yönelik sorular haricinde yarı yapılandırılmış mülakat kapsamında 13 tane betimsel soru yöneltilmiştir. Konunun içeriği hakkında derinlemesine bilgi edinilebilecek, açık ve anlaşılabilir şekilde sorular tercih edilmiştir. Yarı yapılandırılmış görüşme formunda yer alan sorular:

- Günlük hayatınızda iş veya okul haricinde kalan boş zamanlarınızı değerlendirmek için ne gibi faaliyetler ve hobiler yapıyorsunuz? Bu faaliyetlerin size katkıları ve hissettirdikleri nelerdir?
- Sosyal faaliyetleriniz içinde Spor, sanat, müzik, eğlence ve internet ne derecede pay sahibidir kısaca anlatır mısınız?

- Boş zamanlarınızı değerlendirirken günlük ortalama ne kadar süre internette zaman geçiriyorsunuz?
- İnternet kullanımınızda sosyal iletişim-faaliyet, oyun, eğlence, alışveriş ve eğitim nasıl bir dağılım göstermektedir kısaca anlatınız?
- İnternet kullanımınıza ve teknolojik araçlarınıza aylık ne kadar ücret ayırmaktasınız?
- En çok kullandığınız sosyal medya uygulaması nedir, bu uygulamayı tercih etmenizin sebepleri nelerdir?
- Fenomen ve influencerların sosyal medya üzerinden yapmış olduğu paylaşımların internet kullanım alışkanlığınıza nasıl bir etkisi var kısaca bahseder misiniz?
- Sosyal medya kullanım alışkanlığınızın sosyal hayatınıza olan olumlu ve olumsuz etkileri nelerdir kısaca açıkla mısınız?
- Gerçek yaşamda karşılaştığınız üzüntü, kaygı, stres gibi negatif durumlar karşısında internette zaman geçirmenin size iyi geldiğiniz düşünüyor musunuz? Düşünüyorsanız internet hangi yönleriyle size iyi geliyor?
- İnternete (sosyal medya, çevrimiçi alışveriş siteleri vb.) erişiminizin kısıtlanmasını nasıl karşılırsınız?
- İnternet kullanım sürenizi aşarak günlük hayattaki görevlerinizi aksattığınız oluyor mu? Teknolojiyle ilişkinizde kontrolün kimde olduğunu düşünüyorsunuz?
- Aile, akraba, arkadaş çevrenizin sizin internet kullanım şekliniz ve sürenizle ilgili düşünceleri nelerdir, kısaca bahseder misiniz?
- Teknoloji Bağımlılığınız olduğunu düşünüyor musunuz? Düşünüyorsanız bunun için kendiniz veya profesyonel yardım alarak çözümler üretip uyguladınız mı? Uyguladıysanız bu yöntemlerde başarılı ya da başarısız olduğunuzu düşünüyor musunuz?

6.5. Verilerin Analizi

- Araştırmanın amacına uygun belirlenen alt sorular yarı yapılandırılmış görüşme formuyla katılımcılara iletilmiş elde edilen bulgular fenomenolojik desen kullanılarak analiz edilmiş ve çalışmaya aktarılmıştır.
- Nitel verilerin analiz edilmesine yönelik gerçekleştirilen görüşmeler araştırmacı tarafından bizzat gerçekleştirilmiş. Görüşmeler esnasında katılımcıların rızası dahilinde ses kaydı alınmış ve ses kayıtları yazıya dökülmüştür.

- Demografik bilgilerden elde edilen veriler tablolar halinde verilmiştir. Mülakat sorularına verilen yanıtlar Microsoft Word programına aktarıldıktan sonra en sık verilen yanıtlar, daha iyi analiz edilebilmesi için kategorilere ayrılmış ve tablolastırılmıştır.
- Katılımcıların kimliklerini gizli tutmak adına “P1, P2, P3...P48” kodlarıyla bireylerin yanıtları aktarılmıştır.

6.6. Araştırmanın Bulguları ve Yorumları

Bu araştırmanın amacı; serbest zaman değerlendirme faaliyetlerinden biri olarak kabul edilen yeni medyanın, Z kuşağı yaş aralığında bulunan kullanıcılar tarafından kullanım şeklinin ve alışkanlıklarının analiz edilerek, yeni medya ve internet bağımlılığının sosyolojik bakış açısıyla incelenmesidir. Bu amaç doğrultusunda Z kuşağı yaş aralığında bulunan, Erciyes Üniversitesinden 30, Kırıkkale Üniversitesinden 18 toplam da 48 öğrenci ile gerçekleştirdiğimiz görüşmeler sonucunda elde edilen veriler içerik analiziyle çözümlenmiş ve bulgular bölümü oluşturulmuştur. İlk olarak katılımcıların demografik özelliklerine ait veriler aktarılmıştır. Ardından yarı yapılandırılmış mülakat verilerinden elde edilen bulgulara yer verilmiştir. Araştırmanın alt sorularının analizinin sağlanabilmesi adına bazı sorulardan çapraz tablolar oluşturularak cevapların daha iyi analiz edilmesi sağlanmıştır.

6.6.1. Demografik Bulgular

Katılımcıların cinsiyet özelliklerine göre dağılımı Tablo 1’de verilmiştir.

Çizelge 6.1. Cinsiyet dağılımı

Cinsiyet	Kişi Sayısı	Yüzde
Kadın	34	70,83%
Erkek	14	29,17%
Toplam	48	100,0%

Araştırmaya katılan toplam 48 kişinin %70,83’ü kadın ve %29,17’si ise erkektir.

Katılımcıların doğum tarihine göre dağılımı tablo Tablo 2’de verilmiştir.

Çizelge 6.2. Doğum tarihi dağılımı

Doğum Yılı	Kişi Sayısı	Yüzde
2005	3	6,25%
2004	1	2,08%
2003	11	22,92%
2002	11	22,92%
2001	9	18,75%
2000	7	14,58%
1999	5	10,42%
1998	1	2,08%
Toplam	48	100,0%

Araştırmaya katılan toplamda 48 kişiden %6,25'i 2005, %2,08'i 2004, %22,92'si 2003, %22,92'si 2002, %18,75' i 2001, %14,58'i 2000, %10,42'si 1999, %2,08 1998 doğumludur.

Katılımcıların ikamet ettiği şehirler Tablo 3'te verilmiştir

Çizelge 6.3. Yaşanılan şehir dağılımı

Yaşadığı Şehir	Kişi Sayısı	Yüzde
Kayseri	18	37,50%
Kırıkkale	7	14,58%
Ankara	9	18,75%
Mersin	2	4,17%
Kahramanmaraş	3	6,25%
İstanbul	1	2,08%
Çankırı	1	2,08%
Osmaniye	1	2,08%
Tokat	1	2,08%
Şırnak	1	2,08%
Konya	1	2,08%
Kırşehir	1	2,08%
Aksaray	1	2,08%
Sivas	1	2,08%
Toplam	48	100,0%

Araştırmaya katılan 48 kişiden %37,50'si Kayseri, %14,58'i Kırıkkale, %18,75'i Ankara, %4,17'si Mersin, %6,25'i Kahramanmaraş, %2,08'i İstanbul, %2,08'i Çankırı, %2,08'i Osmaniye, %2,08'i Tokat, %2,08'i Şırnak, %2,08'i Konya, %2,08'i Kırşehir, %2,08'i Aksaray, %2,08'i Sivas şehrinde ikamet etmektedir.

Katılımcıların eğitim aldıkları bölümlere göre dağılımları Tablo 4'te verilmiştir.

Çizelge 6.4. Eğitim alınan bölüm dağılımı

Bölümü	Kişi Sayısı	Yüzde
Sosyoloji	9	18,37%
İlahiyat	18	37,50%
Türk Dili ve Edebiyatı	3	6,25%
Rus Dili ve Edebiyatı	2	4,08%
İngiliz Dili ve Edebiyatı	4	8,16%
Arapça Tercümanlık	2	4,08%
İngilizce Öğretmenlik	1	2,04%
Tarih	1	2,04%
Radyo Televizyon	1	2,04%
Beden Eğitimi Öğretmenliği	1	2,04%
Turizm	1	2,04%
Matematik	2	4,08%
Spor Bilimleri	1	2,04%
Resim Bölümü	1	2,04%
Psikoloji	1	2,04%
Toplam	48	100,0%

Araştırmaya katılan toplam 48 öğrenciden %18,37'si Sosyoloji, %37,50'si İlahiyat, %6,25'i Türk Dili ve Edebiyatı, %4,08'i Rus Dili ve Edebiyatı, %8,16'sı İngiliz Dili ve Edebiyatı, %4,08'i Arapça Tercümanlık, %4,08'i matematik, %2,04'ü Tarih, %2,04'ü Radyo Televizyon, %2,04'ü Beden Eğitimi Öğretmenliği, %2,04'ü Turizm, %2,04'ü Spor Bilimleri, %2,04'ü Resim Bölümü, %2,04'ü Psikoloji bölümü öğrencisidir.

Katılımcıların eğitim aldıklarını sınıflarının dağılımı Tablo 5'te verilmiştir.

Çizelge 6.5. Öğrencilerin sınıf dağılımı

Sınıfı	Kişi Sayısı	Yüzde
Hazırlık	1	2,08%
1.Sınıf	10	20,83%
2.Sınıf	16	33,33%
3.Sınıf	11	22,92%
4.Sınıf	6	12,50%
Yüksek Lisans	4	8,33%
Toplam	48	100,0%

Araştırmaya katılan toplam 48 öğrenciden %2,08'i Hazırlık, %20,83'ü 1.Sınıf, %33,33'ü 2.Sınıf, %22,92'si 3.Sınıf, %12,50'si 4.Sınıf, %8,33'ü Yüksek Lisans öğrencisidir.

Katılımcıların çalışma durumları Tablo 6'da verilmiştir.

Çizelge 6.6. Çalışma durumu

Çalışma Durumu	Kişi Sayısı	Yüzde
Çalışmıyor	37	77,08%
Çalışıyor	5	10,42%
Part-Time Çalışıyor	6	12,50%
Toplam	48	100,0%

Araştırmaya katılan toplam 48 öğrenciden %77,08'i çalışmıyor, %10,42'si çalışıyor, %12,50'si Part-time çalışmaktadır.

Katılımcıların annelerinin eğitim durumu Tablo 7'de verilmiştir.

Çizelge 6.7. Annenin eğitim durumu

Annenin Eğitimi	Kişi Sayısı	Yüzde
Eğitim almamış	1	2,08%
İlkokul	20	41,67%
Ortaokul	9	18,75%
Lise	12	25,00%
Üniversite	4	8,33%
Yüksek Lisans	2	4,17%
Toplam	48	100,0%

Araştırmaya katılan toplamda 48 kişinin annelerinin %2,08'i eğitim alamamıştır. Geriye kalan %41,67'si ilkokul, %18,75'i ortaokul, %25,00'i lise, %8,33'ü üniversite, %4,17'si yüksek lisans mezunudur.

Katılımcıların babalarının eğitim durumu Tablo 8'de verilmiştir.

Çizelge 6.8. Babanın eğitim durumu

Baba Eğitimi	Kişi Sayısı	Yüzde
Eğitimi Almamış	0	0,00%
İlkokul	11	22,92%
Ortaokul	5	10,42%
Lise	16	33,33%
Üniversite	13	27,08%
Yüksek Lisans	3	6,25%
Toplam	48	100,0%

Araştırmaya katılan toplamda 48 kişinin %22,92'si ilkokul, %10,42' si ortaokul, %33,33'ü lise, %27,08'i üniversite, %6,25'i yüksek lisans mezunudur.

Katılımcıların aylık gelir düzey dağılımı Tablo 9'da verilmiştir.

Çizelge 6.9. Ailenin aylık gelir düzeyi dağılımı

GELİR DÜZEYİ	Kişi Sayısı	Yüzde
<10.000 TL	1	2,08%
10.000-20.000 TL	15	31,25%
20.001-30.000 TL	10	20,83%
30.001-40.000 TL	10	20,83%
40.001-50.000 TL	8	16,67%
50.000 TL ve üstü	4	8,33%

Araştırmaya katılan 48 öğrencinin %2,08'i 10.000 TL'nin altında, %31,25'i 10.000-20.000 TL, %20,83'ü 20.001-30.000 TL, %20,83'ü 30.001-40.000 TL, %16,67'si 40.001-50.000 TL, %8,33'ü 50.000 TL ve üstü aylık gelir düzeyine sahiptir.

Katılımcıların ikamet ettikleri şehirde kiminle yaşadıkları Tablo 10'da verilmiştir.

Çizelge 6.10. İkamet ettiği şehirde kiminle/nerede yaşanıldığı

Aile-Yalnız	Kişi Sayısı	Yüzde
Aile ile Yaşıyor	44	91,67%
Yalnız Yaşıyor	4	8,33%
Toplam	48	100,0%

Araştırmaya katılan toplam 48 kişinin %91,67'si ailesi ile yaşıyor, %8,33'ü yalnız yaşıyor.

6.6.2. Mülakat Sorularından Elde Edilen Bulgular

Katılımcılara yöneltilen “Günlük hayatınızda iş veya okul haricinde kalan boş zamanlarınızı değerlendirmek için ne gibi faaliyetler ve hobiler yapıyorsunuz?” sorusuna karşılık verilen cevaplar bağlamında oluşturulan alt temalar ve alt temaların tekrar edilme sayısı Tablo 11'de gösterilmiştir.

Çizelge 6.11. Katılımcıların boş zamanlarını değerlendirmek için yaptığı faaliyetler ve hobilere dair dağılım

	Kişi Sayısı	Yüzde
Kitap okumak	26	54,17%
Arkadaşlarla Zaman Geçirmek	19	39,58%
İnternette zaman geçirmek	18	37,50%
Spor Yapmak	18	37,50%
Dizi-Film İzlemek	13	27,08%
Ders Çalışmak	11	22,92%
Yürüyüş Yapmak	8	16,67%
Resim yapmak	5	10,42%
Kursa Gitmek	4	8,33%
Seyahat etmek- gezmek	4	8,33%
Sinema-Tiyatroya gitmek	2	4,17%

Yukarıdaki tablo da yer alan cevaplar açık uçlu bir soruya verilmiş olan yanıtlardır. Katılımcıların vermiş olduğu cevaplardan elde edilen alt kategoriler tablolaştırılmıştır. Katılımcılar her kategoriden birkaç farklı cevap verebildikleri için her satırın yüzdesi kendi içinde değerlendirilecektir. Soruya yanıt veren 48 kişinin %54,17'si kitap okuyarak, %39,58'i arkadaşlarıyla zaman geçirerek, %37,50'si spor yaparak, %37,50' internette zaman geçirerek, %27,08'i dizi-film izleyerek, %22,92'si ders çalışarak, %16,67'si yürüyüş yaparak, %10,42'si resim yaparak, %8,33'ü kursa giderek, %8,33'ü seyahat ederek, %4,17' si sinema ve tiyatroya giderek boş zamanlarını değerlendirmektedir. Buna göre katılımcıların boş zamanlarını değerlendirirken en çok kitap okumayı tercih ettiği söylenebilir.

Teknoloji bağımlılığı olduğunu düşünen katılımcıların boş zaman değerlendirme faaliyetlerine katılımlarına dair görüşleri şu şekildedir:

P31: “Genelde telefonla dizi- film izliyorum, oyun oynuyorum. Bazen resim olabilir.”

P33: “Genellikle telefonla uğraşıyorum sosyal medya, oyun, müzik. Asosyal bir insandım ama son dönemlerde bağlama kursu, anketörlük, arkadaşlarla sosyalleşme, gezmek gibi şeyler yapmaya çalışıyorum. Bazen kitap okumayı deniyorum. Asosyalligimi aşmak için cafeler de oturma çabam var o şekilde.”

P43: “Bilgisayar oyunları oynuyorum genelde, Instagram’da, TikTok’ta takılıyorum, video izliyorum. Arkadaşlarıma video atıyorum. Eğer kitap okuma ödevim olursa onu okuyorum.”

P47: “Çoğunluğu Instagram, YouTube gibi sosyal medya da kullanıyorum. Geriye kalan zamanda kitap okuma, araştırma yapma ya da yürüyüş gibi basit şeyler yapıyorum.”,

P22: “Dizi-film izliyorum genelde. Arkadaşlarımla vakit geçiriyorum, oyun oynuyorum (dijital oyunlar) ...”

Teknoloji bağımlılığı olduğunu düşünen bireylerin boş zaman değerlendirme faaliyetlerine baktığımızda dizi-film izleme, sosyal medya da zaman geçirme gibi internet üzerinden gerçekleştirdikleri faaliyetlere ağırlık verdiklerini söyleyebiliriz.

Teknoloji bağımlılığı olduğunu düşünmeyen katılımcıların boş zaman değerlendirme faaliyetlerine katılımlarına dair görüşleri şu şekildedir:

P4: “Seyahat etmeyi seviyorum, yürüyüş seviyorum, müzik dinlerim, kitap okurum, yazı yazarım-, hikâye yazmaya çalışıyorum, spor yapıyorum.”

P9: “Sporcuyum (bilek güreşi ve vücut geliştirme) zaten sporla ilgileniyorum. Kitap okuyorum, yabancı dil çalışıyorum.”

P16: “Erciyes Üniversitesinin spor salonunda yüzme havuzu var oraya gidiyorum, satış işleriyle (ticaret) uğraşıyorum, derslerle uğraşıyorum... Yürüyüşe çıkarım.”

P23: “Arkadaşlarımla geziyorum, farklı yerlere gitmek güzel oluyor. Müzik dinliyorum, kitap okuyorum, dışarda parkta falan dolanıyoruz. Uyumayı seviyorum.”

Katılımcılara yöneltilen “Bu faaliyetlerin size katkıları ve hissettirdikleri nelerdir?” sorusuna karşılık verilen cevaplar bağlamında oluşturulan alt temalar ve alt temaların tekrar edilme sayısı Tablo 12’de gösterilmiştir.

Çizelge 6.12. Katılımcıların boş zamanlarında yaptığı faaliyetlerin onlara neler kattığı ve hissettirdiğine dair dağılım

	Kişi Sayısı	Yüzde
Mutlu Hissetmek	18	37,50%
Bilgilenmek- Gelişmek	12	25,00%
Dinlendiğini Hissetmek	11	22,92%
Kattığı Bir Şey Yok	11	22,92%
Kafa Dağıtmak-Eğlenmek	9	18,75%
Sosyalleşmek	7	14,58%
Sağlıklı Hissetmek	5	10,42%
Özgüvenini Geliştirmek	3	6,25%
Verimli Geçirdiğini Hissetmek	3	6,25%

Yukarıdaki tablo da yer alan cevaplar açık uçlu bir soruya verilmiş olan yanıtlardır. Katılımcıların vermiş olduğu cevaplardan elde edilen kategoriler tablolaştırılmıştır. Katılımcılar her kategoriden birkaç farklı cevap verebildikleri için her satırın yüzdesi kendi içinde değerlendirilecektir. Soruya yanıt veren 48 kişiden %22,92’si kattığı bir şey olmadığını düşünmektedir. Geriye kalanlar ise boş zamanlarında yaptıkları faaliyetler ile %37,50’si mutlu hissettirdiğini, %25,00’i gelişimine katkıda bulunduğunu, %22,92’si dinlendiğini hissettiğini, %18,75’i kafa dağıttığını, %14,58’i sosyalleştirdiğini, %10,42 sağlıklı hissettirdiğini, %6,25’i özgüvenini geliştirdiğini, %6,25’i verimli geçirdiğini ifade etmiştir. Buna göre katılımcıların boş zaman faaliyetlerini gerçekleştirirken en çok mutluluk hissettikleri söylenebilir.

Katılımcıların boş zaman faaliyetlerinin onlara kattıkları ve hissettirdiklerine dair görüşleri şu şekildedir:

P22: “Yalnız bir şekilde köyde yaşadığım için biraz sosyal çevreden uzaklaşıyorum arkadaşlarımla buluşma sayesinde sosyal hayatta kalıyorum biraz daha...Dizi-film izlemek de beni yalnızlıktan kurtarıyor, içe kapanık kalmaktan kurtarıyor, iyi hissettiriyor beni. Oyun oynamak bana hiçbir şey katmıyor vaktimi israf ediyorum.”

P43: “Oyun oynadığımda kafam dağılıyor mutlu oluyorum evden uzaklaşmış oluyorum, derslerden uzaklaşmış oluyorum. Farklı bir dünyaya giriş yapmış gibi hissediyorum, mutlu oluyorum. Instagram’dan da arkadaşlarımla iletişime geçtiğimde daha mutlu oluyorum.”

P47: “Sosyal medyanın kendimden daha fazla şeyi götürdüğünü düşünüyorum bana negatif şey sağlıyor. Geriye kalan aktiviteler de de kültürel anlamda geliştiğimi hissediyorum.”

P16: “Arkadaşlarımla gezince çok mutlu oluyorum, uyuyunca rahatlıyorum, dinleniyorum. Müzik ve kitapta da dinleniyorum, okuma telaffuzum düzeliyor.”

P31: “Kattığı çok bir şey yok aslında yani telefon, ne katabilir ki? En azından bilgi ediniyorsun bazen.”

Katılımcılara yöneltilen “Sosyal faaliyetleriniz içinde Spor, sanat, müzik, eğlence ve internet ne derecede pay sahibidir kısaca anlatır mısınız?” sorusuna karşılık verilen cevaplar bağlamında oluşturulan kombinasyonlar, bu kombinasyonlardan elde edilen alt temalar ve bu temaların tekrar edilme sayısı tablo 13’te gösterilmiştir.

Çizelge 6.13. Katılımcıların sosyal faaliyetleri içinde spor, sanat, müzik, eğlence ve internetin ne derecede pay sahibi olduğuna dair dağılım

	Kişi Sayısı	Yüzde
İnternet-Eğlence-Sanat-Spor	21	43,75%
İnternet-Eğlence-Spor	9	18,75%
İnternet-Eğlence	8	16,67%
İnternet-Eğlence-Sanat	5	10,42%
İnternet-Spor	2	4,17%
Diğer	3	6,25%
Toplam	48	100,0%

Yukarıdaki tabloda yer alan bilgiler, bu soru için en sık tercih edilmiş kombinasyonlardan oluşturulmuştur. Soruya yanıt veren 48 bireyden %43,75’i internet-eğlence-sanat-spor, %18,75’i internet-eğlence-spor, %16,67’si internet-eğlence, %10,42’si internet-eğlence-sanat, %4,17’si internet-spor yanıtını vererek sosyal faaliyetleri içinde spor, sanat, müzik, eğlence ve internetin ne derece pay sahibi olduğunu ifade etmişlerdir. Geriye kalan %6,25’i ise tabloda yer alan kombinasyonlardan farklı tercihlerde bulunan bireylerden oluşmaktadır.

Katılımcıların sosyal faaliyetleri içinde spor, sanat, müzik, eğlence ve internetin ne derece pay sahibi olduğuna yönelik görüşleri şu şekildedir:

P1: “İnternet daha çok paya sahip. Diğerleri çok az müzik, spor falan yok yani onlar, hiçbirisi yok.”

P19: “Sporun bir yeri yok, sanatta yok. Müzik çok dinlerim, eğlence olarak ailemle ya da arkadaşlarımla dışarı çıkarım. İnternette çok zaman harcıyorum...”

P23: “Spor yapmıyorum. Telefonda çok vakit geçiriyorum, dizi-film izlemeyi özellikle. Sanatsal etkinliğim yok. Arkadaşlarımla da çok eğleniyorum.”

P36: “Milli sporcuyum yüzme baya vaktimi alıyor. İnternete olabildiğince az vakit ayırmaya çalışıyorum. Sanata çok vakit ayırmam. Müziği sürekli dinlerim.”

Katılımcıların görüşlerine bakıldığında sosyal faaliyetleri içerisinde internetin önemli bir yeri olduğunu görmekteyiz.

Katılımcılara yöneltilen “Boş zamanlarınızı değerlendirirken günlük ortalama ne kadar süre internette zaman geçiriyorsunuz?” sorusuna karşılık verilen cevaplar Tablo 14’te gösterilmiştir.

Çizelge 6.14. Katılımcıların boş zamanlarını değerlendirirken günlük ortalama ne kadar süre internette zaman geçirdiğine dair dağılım

Süre (Saat)	Kişi Sayısı	Yüzde
<1 saat	2	4,17%
1-2 saat	10	20,83%
3-4 saat	17	35,42%
5-6 saat	11	22,92%
6 üzeri	8	16,67%

Araştırmaya katılan 48 kişinin %4,17'si bir saatin altında, %20,83'ü bir-iki saat arasında, %35,42'si üç-dört saat arasında, %22,92'si beş- altı saat arasında, %16,67'si altı saat üzeri günlük internet kullanım süresine sahiptir.

Katılımcıların boş zamanlarındaki günlük ortalama internette geçirdikleri sürenin cinsiyet faktörüne göre dağılımı Tablo 15'te gösterilmektedir.

Çizelge 6.15. Günlük internette geçirilen sürenin cinsiyet faktörüne göre dağılımı

SÜRE	Kadın Sayısı	Kadın Yüzde	Erkek Sayısı	Erkek Yüzde
<1 saat	2	5,88%	0	0,00%
1-2 saat	8	23,53%	2	14,29%
3-4 saat	10	29,41%	7	50,00%
5-6 saat	9	26,47%	2	14,29%
6 üzeri	5	14,71%	3	21,43%
Toplam	34	100%	14	100,00%

Araştırmaya katılan toplam 34 kadının %5,88'i 1 saatten az, %23,53'ü 1-2 saat arasında, %29,41'i 3-4 saat arasında, % 26,47'si 5-6 saat arasında, %14,71'i 6 saatten fazla günlük internette zaman geçirdiklerini belirtmişlerdir. Araştırmaya katılan toplam 14 erkeğin %14,29'u 1-2 saat arasında, %50,00'si 3-4 saat arasında, % 14,29'u 5-6 saat arasında, %21,43'ü 6 saatten fazla günlük internette zaman geçirdiklerini belirtmişlerdir.

Teknoloji bağımlılığı olduğunu düşünen katılımcıların günlük ortalama internette geçirdikleri sürelerin dağılımı Tablo 16'da gösterilmektedir.

Çizelge 6.16. Teknoloji bağımlılığı olduğunu düşünen bireylerin günlük internet kullanım sürelerinin dağılımı

SÜRE	Bağımlı Olduğunu Düşünen Katılımcıların Sayısı	Bağımlı Olduğunu Düşünen Katılımcıların Yüzdesi	Bağımlı Olduğunu Düşünmeyen Katılımcıların Sayısı	Bağımlı Olduğunu Düşünmeyen Katılımcıların Yüzdesi
<1 saat	0	0,00%	2	8,33%
1-2 saat	1	4,16%	10	41,67%
3-4 saat	7	29,17%	10	41,67%
5-6 saat	9	37,50%	2	8,33%
6 saat üzeri	7	29,17%	0	0,00%
Toplam	24	100,00%	24	100,00%

Araştırmaya katılan internet bağımlılığı olduğunu düşünen 24 katılımcının %4,16'sı 1-2 saat arası, %29,17'si 3-4 saat arası, %37,50'si 5-6 saat arası, %29,17'si 6 saat üzerinde internet kullanımına sahip olduğunu belirtmiştir. İnternet bağımlılığı olduğunu düşünen hiçbir katılımcı bir saatten az süre geçirmemektedir. Araştırmaya katılan internet bağımlılığı olmadığını düşünen 24 katılımcının %8,33'ü bir saat altında, %41,67'si 1-2 saat arasında, %41,67'si 3-4 saat arası, %8,33'ü 5-6 saat arası internet kullanımına sahip olduğunu belirtmiştir. İnternet bağımlılığı olmadığını düşünen hiçbir katılımcı 6 saatten fazla zaman geçirmemektedir. İnternet bağımlılığı olduğunu düşünen katılımcıların büyük çoğunluğu ise internette e az 3 saatin üzerinde zaman geçirmektedir diyebiliriz.

Katılımcılara yöneltilen “İnternet kullanımınızda iletişim, oyun, eğlence, alışveriş ve eğitim nasıl bir dağılım göstermektedir kısaca anlatınız?” sorusuna karşılık verilen cevaplar bağlamında oluşturulan kombinasyonlar ve tercih edilme sayıları Tablo 17’de gösterilmektedir

Çizelge 6.17. Katılımcıların internet kullanımında iletişim, oyun, eğlence, alışveriş ve eğitim nasıl olduğuna dair dağılım

	Sayı	Yüzde
İletişim-oyun-eğlence-alışveriş-eğitim	14	29,17%
İletişim-eğlence- alışveriş-eğitim	12	25,00%
İletişim-oyun-eğitim-eğlence	3	6,25%
İletişim-alışveriş-eğitim	3	6,25%
İletişim- eğitim- oyun	2	4,17%
İletişim- alışveriş- eğitim- oyun	2	4,17%
Diğer	12	25,00%
Toplam	48	100,0%

Yukarıdaki tabloda yer alan bilgiler, bu soru için en sık tercih edilmiş kombinasyonlardan oluşturulmuştur. Soruya yanıt veren 48 bireyden %29,17'si iletişim-oyun-eğlence-alışveriş-eğitim, %25,00'i iletişim-eğlence- alışveriş-eğitim, %6,25'i iletişim-oyun-eğitim-eğlence, %6,25'i iletişim-alışveriş-eğitim, %4,17'si iletişim- eğitim- oyun, %4,17'si iletişim- alışveriş- eğitim- oyun yanıtını vererek internet kullanımı esnasında iletişim, oyun, eğlence, alışveriş ve eğitimin nasıl bir dağılım gösterdiğini ifade etmişlerdir. Geriye kalan %25,00'i ise farklı kombinasyonlara sahip yanıtlar vermişlerdir.

Katılımcıların “İnternet kullanımınıza ve teknolojik araçlarınıza aylık ne kadar ücret ayırmaktasınız?” sorusuna karşılık verilen yanıtlar Tablo 18’de gösterilmektedir.

Çizelge 6.18. Katılımcıların internet kullanımına ve teknolojik araçlarınıza aylık ne kadar ücret ayırdığına dair dağılım

Ücret (TL)	Kişi Sayısı	Yüzde
100-200 TL	8	16,67%
201-300 TL	11	22,92%
301-400 TL	11	22,92%
401-500 TL	8	16,67%
500 TL üzeri	10	20,83%
Toplam	48	100,0%

Araştırmaya katılan toplam 48 kişinin %16,67'si 100-200 TL, %22,92'si 201-300 TL, %22,92'si 301-400 TL, %16,67'si 401-500 TL, %20,83'ü 500 TL üzeri internet kullanımına ve teknolojik araçlarına aylık ayrılan bütçedir.

Katılımcıların internet kullanımı için ayırdıkları bütçenin cinsiyet faktörüne göre dağılımı Tablo 19'da gösterilmektedir.

Çizelge 6.19. Katılımcıların internet kullanımı için ayırdıkları bütçenin cinsiyet faktörüne göre dağılımı

Harcamılan Miktar	Kadın Sayısı	Kadın Yüzde	Erkek Sayısı	Erkek Yüzde
100-200 TL	6	17,65%	2	14,29%
201-300 TL	5	14,71%	6	42,86%
301-400 TL	11	32,35%	0	0,00%
401-500 TL	5	14,71%	3	21,43%
500 TL Üzeri	7	20,59%	3	21,43%
Toplam	34	100%	14	100%

Araştırmaya katılan toplam 34 kadının %17,65'i 100-200 TL, %14,71'i 201-300 TL, %32,35'i 301-400 TL, %14,71'i 401-500 TL, %20,59'u 500 TL üzeri internet kullanımı için aylık harcama miktarıdır. Araştırmaya katılan 14 erkeğin % 14,29'u 100-200 TL, %42,86'sı 201-300 TL, %0,00 3001-400 TL, %21,43'ü 401-500 TL, %21,43'ü 500 TL üzeri internet kullanımı için aylık harcama yapmaktadır. Veriler incelendiğinde kadınların aylık internet harcamalarına, erkeklere oranla daha fazla bütçe ayırdığı görülmüştür.

Katılımcıların internet kullanımı ayırdıkları bütçe için verdikleri yanıtların bireylerin aylık gelirlerine göre dağılımı Tablo 20'de gösterilmektedir.

Çizelge 6.20. Katılımcıların internet kullanımı için ayırdıkları bütçenin bireylerin aylık gelirlerine göre dağılımı

GELİR DÜZEYİ	100-200 TL	201-300 TL	301-400 TL	401-500 TL	500 TL Üzeri	Toplam
<10.000 TL	0	100,00%	0	0	0	100,00%
10.000-20.000 TL	6,67%	20,00%	33,33%	13,33%	26,67%	100,00%
20.001-30.000 TL	10,00%	20,00%	20,00%	30,00%	20,00%	100,00%
30.001-40.000 TL	40,00%	40,00%	0,00%	20,00%	0,00%	100,00%
40.001-50.000 TL	12,50%	12,50%	37,50%	12,50%	25,00%	100,00%
50.000TL Üzeri	25,00%	0,00%	25,00%	0,00%	50,00%	100,00%

Araştırmaya katılan toplam 48 katılımcıdan 10.000 TL altında gelire sahip 1 katılımcı aylık internet ve teknolojik aletlerine 201-300 TL bütçe ayırmaktadır. 10.000-20.000 TL arası aylık gelire sahip olanların %6,67’si 100-200 TL, %20,00’si 201-200 TL, %33,33’ü 301-400TL, %13,33’ü 401-500 TL, %26,67’si ise 500TL üzeri aylık internet ve teknolojik aletlerine bütçe ayırmaktadır. 20.001-30.000 TL arası aylık gelire sahip olanların %10,00’u 100-200TL, %20,00’si 201-300 TL, %20,00’si 301-400 TL, %30,00’u 401-500 TL, %20,00’si 500TL üzeri aylık internet ve teknolojik aletlerine bütçe ayırmaktadır. 30.001-40.000 TL aylık gelire sahip olanların %40,00’ı 100-200 TL, %40,00’ı 201-300 TL, %0,00’ı 301-400 TL, %20,00’si 401-500 TL, %0,00’ı 500 TL üzeri aylık internet ve teknolojik aletlerine bütçe ayırmaktadır. 40.001-50.000 TL aylık gelire sahip olanların %12,50’si 100-200TL, %12,50’si 201-300 TL, %37,50’si 301-400 TL, %12,50’si 401-500TL, %25, 00’i 500 TL üzeri aylık internet ve teknolojik aletlerine bütçe ayırmaktadır. 50.000TL üzeri aylık gelire sahip olanların %25,00’i 100-200TL, %0,00’ı 201-300 TL, %25,00’i 301-400TL, %0,00 401-500 TL, %50,00’si 500TL üzeri aylık internet ve teknolojik aletlerine bütçe ayırmaktadır. Elde edilen veriler incelendiğinde aylık gelir düzeyi ile internet harcamaları arasında anlamlı bir ilişki bulunamamıştır.

Katılımcılara yöneltilen “En çok kullandığınız sosyal medya uygulaması nedir, bu uygulamayı tercih etmenizın sebepleri nelerdir?” sorusuna karşılık verdikleri cevaplar bağlamında oluşturulan alt temalar ve tekrar edilme sayısı Tablo 21’de gösterilmiştir.

Çizelge 6.21. Katılımcıların en çok tercih ettikleri sosyal medya uygulamasına dair dağılım

Uygulamalar	Kişi Sayısı	Yüzde
Instagram	25	52,08%
WhatsApp	9	18,75%
Youtube	6	12,50%
Twitter (x)	6	12,50%
Snapchat	1	2,08%
Pinterest	1	2,08%
Toplam	48	100,0%

Araştırmaya katılan toplamda 48 kişinin %52,08'i Instagram, %18,75'i WhatsApp, %12,50'u Youtube, %12,50'u Twitter (X), %2,08'i Snapchat, %2,08'i Pinterest'i seçerek sosyal medya uygulamalarından en çok kullandıklarını belirtmişlerdir. Katılımcıların yarısından fazlası en çok kullanmayı tercih ettiği uygulama olarak Instagram'ı tercih etmişlerdir.

Katılımcılar en çok tercih ettikleri uygulamaları belirttikten sonra “Bu uygulamayı tercih etmenizın sebepleri nelerdir?” sorusuna karşılık verdikleri cevaplar bağlamında oluşturulan alt temalar ve tekrar edilme sayısı Tablo 22’de gösterilmektedir.

Çizelge 6.22. Katılımcıların tercih ettiği uygulamayı seçme nedenine dair dağılım

	Sayı	Yüzde
İletişim	20	41,67%
İçerikleri takip etmek	15	31,25%
Haberleri takip etmek	8	16,67%
Bilgi edinmek	6	12,50%
Vakit doldurmak	5	10,42%
Eğlence	5	10,42%
Sosyalleşmek	3	6,25%
Kafa dağıtmak	2	4,17%

Yukarıdaki tablo da yer alan cevaplar açık uçlu bir soruya verilmiş olan yanıtlardır. Katılımcıların vermiş olduğu cevaplardan elde edilen kategoriler tablolastırılmıştır. Katılımcılar her kategoriden birkaç farklı cevap verebildikleri için her satırın yüzdesi kendi içinde değerlendirilecektir. Soruya yanıt veren 48 kişiden %41,67'si iletişim, %31,25'i içerikleri takip etmek, %16,67'si haberleri takip etmek, %12,50'si bilgi edinmek, %10,42'si vakit doldurmak, %10,42'si eğlence, %6,25'i sosyalleşmek, %4,17'si kafa dağıtmak için sosyal medya uygulamalarını kullanmayı tercih ediyor. Buna göre katılımcılar en çok iletişim için sosyal medya kullanmayı tercih ediyorlar diyebiliriz.

Katılımcıların en çok kullandıkları uygulamayı tercih etmelerine dair görüşleri şu şekildedir:

P38: “Instagram: Sosyalleşmenin en güzel yönü, fotoğraf çekmeye çok ilgim olduğu için, bir de influencerlık merakından dolayı.”

P29: “Instagram: Gündemi takip etmek, arkadaşlarımı takip etmek için, kafayı dağıtmak...”

P23: “Instagram: Merak, insanlar neler yapıyor, neler oluyor dünyada ya da vakit geçirmek için giriyorum.”

P1: “Instagram: vaktimi doldurmak için kullanıyorum, video içerikli olduğu için tercih etmem de etken.”

P32: “WhatsApp: En çok kullandığım, bunu tercih etmesinin sebebi sosyalleşmek ve iletişim.”

Katılımcılara yöneltilen “Fenomen ve influencerların sosyal medya üzerinden yapmış olduğu paylaşımların internet kullanım alışkanlığınıza nasıl bir etkisi var kısaca bahseder misiniz?” sorusuna karşılık verdikleri cevaplar bağlamında oluşturulan alt temalar ve tekrar edilme sayısı Tablo 23’te gösterilmektedir.

Çizelge 6.23. Fenomen ve influencerların sosyal medya üzerinden yapmış olduğu paylaşımların katılımcıların internet kullanım alışkanlığına etkisine dair dağılım

	Sayı	Yüzde
Etkisi yok	27	56,25%
Etkisi var	21	43,75%

Araştırmaya katılan 48 kişinin %56,25’i etkisinin olmadığını, %39,58’i ise fenomen ve influencerların sosyal medya üzerinden yapmış olduğu paylaşımların internet kullanım alışkanlığı üzerinde etkisinin olduğunu belirtmiştir. Buna göre katılımcıların yarıdan fazlasının fenomen ve infuluencerların sosyal medya kullanımlarına bir etkileri olmadığını belirtmişlerdir.

Katılımcılara yöneltilen “Fenomen ve influencerların sosyal medya üzerinden yapmış olduğu paylaşımların internet kullanım alışkanlığınıza nasıl bir etkisi var kısaca bahseder misiniz?” sorusuna karşılık verdikleri cevaplar bağlamında oluşturulan alt temalar ve tekrar edilme sayısının cinsiyet faktörüne göre dağılımı Tablo 24’te gösterilmektedir.

Çizelge 6.24. Fenomen ve influencerların sosyal medya üzerinden yapmış olduğu paylaşımların internet kullanım alışkanlığı üzerine olan etkisinin cinsiyet faktörüne göre dağılımı

	Kadın Sayısı	Kadın Yüzde	Erkek Sayısı	Erkek Yüzde
Etkisi var	16	47,06%	5	35,71%
Etkisi yok	18	52,94%	9	64,29%
Toplam	34	100%	14	100%

Araştırmaya katılan toplam 34 kadın katılımcının %47,06'sı fenomen ve influencerların internet kullanım alışkanlığı üzerinde etkisi var, %52,94'ü ise etkisi yok cevabını vermiştir. Araştırmaya katılan toplam 14 erkek katılımcının %35,71'i fenomen ve influencerların internet kullanım alışkanlığı üzerinde etkisi var, %64,29'u ise etkisi yok yanıtını vermiştir.

Fenomen ve infuluencerların internet kullanım alışkanlıkları üzerinde etkisi olduğunu düşünen katılımcıların belirttikleri görüşleri şu şekildedir:

P3: “Eğlence yönünden bakıyorum. Önerdikleri bir şeyi alıyım, şunu söylediler yapıyım tarzında bakmıyorum daha çok eğlence. Youtube kullanma süremi arttırıyor.”

P13: “Çok bir etkisi yok ama yine de merak uyandırıyor. Tesettürlü infuluencerları takip ediyorum evet ama özellikle onların önerdiği şeyleri almak gibi bir alışkanlığım yok ama çok beğendiğim bir şey olursa alıyorum. Çok karşıt değilim. Hayatları özendirici olabiliyor, firmaların onlara verdiği reklam ve şartlar insanlarda merak uyandırıyor.”

P17: “Alışveriş yönünden etkisi oluyor infuluencerların. Güvendiğim infuluencerların önerilerini dikkate alıp alışveriş yaptığım oluyor. Alışveriş yapmayı artırıyor. Sosyal medya kullanma süremi de artırıyor, merak ediyor insan.”

P23: “Tabikî bende fenomenleri takip ediyorum. Onlara bakınca beğendiği ürünleri bende alıyorum ya da onların kullandığı ürünleri bende kullanıyorum. Teşvik ediyorlar, kullanma isteğim artıyor.”

P47: “Çok fazla etkiliyor, fenomenler insanları daha fazla sosyal medyaya çektiği için kötü etkiliyor. Çok fazla içine çekiyor o alemin, daha fazla kullanmama sebebiyet veriyor.”

Fenomen ve infuluencerların internet kullanım alışkanlıkları üzerinde etkisi olduğunu düşünen katılımcıların görüşlerine baktığımızda alışveriş ve internet kullanım süresini artırması üzerinde etkisi olduğu bilgisine ulaşılmaktadır.

Fenomen ve infuluencerların internet kullanım alışkanlıkları üzerinde etkisi olmadığını düşünen katılımcıların belirttikleri görüşleri şu şekildedir:

P5: “Hiç sevmiyorum onları beni soğutuyorlar sadece. Mesela en çok Instagram'ı kullanırdım ama infuluencerlar sinirimi bozuyordu azalttım o yüzden. Karşıma çıkan şeyler beni rahatsız ediyor. Sosyal medya kullanım alışkanlığımı azalttım.”

P8: “Ben pek takip etmiyorum. Etkisi yok açıkçası.”

P43: “Fenomenleri çok fazla sevmiyorum...Infuluencerların paylaştıkları linklerden vs. çok fazla etkilenmiyorum, çünkü kardeşim bu konu da mağdur oldu, cilt ürünü konusunda.”

Katılımcılara yöneltilen “Sosyal medya kullanım alışkanlığınızın sosyal hayatınıza olan olumlu ve olumsuz etkileri nelerdir kısaca açıklayınız?” sorusuna karşılık olumsuz etkilerine yönelik verdikleri cevaplar bağlamında oluşturulan alt temalar ve tekrar edilme sayısı Tablo 25'te gösterilmektedir.

Çizelge 6.25. Sosyal medyanın olumsuz etkilerine dair dağılım

	Sayı	Yüzde
Vakit kaybı	32	66,67%
Sosyal hayatı olumsuz etkilemesi	8	16,67%
Dersleri olumsuz etkilemesi	6	12,50%
Fiziksel rahatsızlıklar	4	8,33%
Olumsuz içeriklerden etkilenme	3	6,25%
Uyku düzenini etkilemesi	3	6,25%
Dikkat dağınıklığı Yapması	2	4,17%

Yukarıdaki tablo da yer alan cevaplar açık uçlu bir soruya verilmiş olan yanıtlardır. Katılımcıların vermiş olduğu cevaplardan elde edilen kategoriler tablolştırılmıştır. Katılımcılar her kategoriden birkaç farklı cevap verebildikleri için her satırın yüzdesi kendi içinde değerlendirilecektir. Araştırmaya katılan 48 öğrencinin %66,67'si vakit kaybı, %16,67'si sosyal hayatı olumsuz etkilenmesi, %12,50'si derslerin olumsuz etkilenmesi, %8,33'ü fiziksel rahatsızlıklar, %6,25'i olumsuz içeriklerden etkilenme, %6,25'i uyku düzeninin etkilenmesi, %4,17'si dikkat dağınıklığı yapması cevaplarını vererek sosyal medyanın hayatları üzerindeki olumsuz etkilerini ifade etmişlerdir. Katılımcıların yarısından fazlası sosyal medyanın olumsuz etkileri arasında vakit kaybı yaptığını belirtmişlerdir.

Katılımcıların sosyal medyanın hayatlarına olan olumsuz etkileri hakkındaki düşünceleri şu şekildedir:

P13: "...Olumsuz yönleri de bazen bunalımda olduğum zamanlarda teknoloji kullanımını abartabiliyoruz. Bu da aslında hayatımı olumsuz etkileyebiliyor. Kafamın çok dolmasına sebep olabiliyor, gereksiz şeylerle. Sosyal medyanın dışarıya bu kadar mükemmelmış gibi gösterilmesi yani mesela çoğu infuluencerların çoğu sosyal medya paylaşımlarına baktığınız zaman insanların hayatı çok mükemmelmış gibi görünüyor ve bu da aslında hayatında sorunu olan insanlarda biraz üzüntüye sebep verebiliyor. Benim hayatım neden böyle değil onların hayatında var neden bende yok gibi düşüncelere sebep olabiliyor. Ya da hak etmiyor o gibi şey."

P18: "Ailemle daha az zaman geçirmemi sağlıyor olumsuz olarak... Göz sağlığı, baş ağrısı yapma durumu olumsuz etkileri arasında."

P20: "Olumsuz etkileri daha fazla. O reelse tıkladığında oradan çıkmıyorsun aslında bu bir bağımlılık yani yeni nesil bağımlılık onu engelleyemiyorum ve günümün iki üç saatini çöpe atıyorum. Kapatmayı denedim hesabımı kapattım ama bir hafta sonra geri açtım."

P22: "Arkadaş ortamında da bazen bağlı kalıyorum, kitlendiğim oluyor bu beni sosyal hayatta bir tık daha olumsuz etkiliyor. Vaktimi israf ediyor, beni telefona bağımlı kılıyor, beni hayattan biraz daha soyutluyor."

P23: "Olumsuz yönleri ders çalışacağım vakitte giriyorum geziyorum, vakit kaybediyorum. Yani boş geçirdiğimi aslında biliyorum ama girmeden edemiyorum gibi bir şey oluyor. Bir alışkanlık aslında. Ders ve çevre konusunda olumsuz etkiliyor. Bir süre sonra çok baş ağrısı ya da gözlerde kızarıklıkta yapıyor."

P36: “Olumsuz haber aldığımında da moralim bozuluyor bu yönü de olumsuz etkiliyor. Olumsuz yanları da kullanımı güne vurduğumuz zaman bazı günlerde fazla vakit harcıyorum.”

P47: “Çok fazla zamanımı harcıyor. Instagram çok fazla zaman öldüren bir mecra ama bağımlılıktan dolayı çıkamıyorsun da.”

P48: “Olumlu yanı pek olmadığını hissediyorsun ama daha fazla olumsuz yanı var kapatmayı çok düşündüm. Çok zaman harcıyorum, çok boş, hiçbir katkısı yok yani kendimi kandırmaktan başkasının hayatını izlemekten başka hiçbir işe yaramıyor ben bunun farkındayım ama gündelik hayatımdaki şeylerden kaçmak için kullanıyorum ama keşke kapatsam da diyorum. Olumsuz yanı daha fazla, olumlu bir şey için Instagram kullanmıyorum.”

Belirtilen ifadelerden katılımcıların internette zaman geçirirken zamanının boşa geçtiğini fark ettiğini ama kendilerini engelleyemedikleri bilgisine ulaşılabilir.

Katılımcıların “Sosyal medya kullanım alışkanlığınızın sosyal hayatınıza olan olumlu ve olumsuz etkileri nelerdir kısaca açıkla mısınız?” sorusuna karşılık olumlu etkilerine yönelik verdikleri cevaplar bağlamında oluşturulan alt temalar ve tekrar edilme sayısı Tablo 26’da gösterilmektedir.

Çizelge 6.26. Sosyal medyanın olumlu etkilerine dair dağılım

	Kişi Sayısı	Yüzde
Bilgilendirmesi- Eğitim	18	37,50%
İletişim	13	27,08%
Haberdar olmak	13	27,08%
İçerikleri takip etmek	11	22,92%
Sosyalleşmek	6	12,50%
Kafa dağıtmak	4	8,33%
Alışveriş	2	4,17%

Yukarıdaki tablo da yer alan cevaplar açık uçlu bir soruya verilmiş olan yanıtlardır. Katılımcıların vermiş olduğu cevaplardan elde edilen kategoriler tablolaştırılmıştır. Katılımcılar her kategoriden birkaç farklı cevap verebildikleri için her satırın yüzdesi kendi içinde değerlendirilecektir. Araştırmaya katılan 48 öğrencinin %37,50’si bilgilendirmesi-eğitim, %27,08’i iletişim, %27,08’i haberdar olmak, %22,92’si içerikleri takip etmek, %12,50’si sosyalleşmek, %8,33’ü kafa dağıtmak, %4,17’si alışveriş için kullanmanın sosyal hayatlarına olumlu etkileri olduğunu ifade etmişlerdir.

Katılımcıların sosyal medyanın hayatlarına olan olumlu etkileri hakkındaki düşünceleri şu şekildedir:

P24: “...Olumlu da çoğu şey hakkında önceden bilgi sahibi olabiliyorum. Gezemediğimiz yerleri görüp fikir sahibi olabiliyoruz...”

P25: "...Haberdar oluyorum ne var ne yok ortamda. Ders için kullandığımda bilgi açısından etkiliyor. Olumlu etkileri böyle."

P28: "...Dini sohbet ya da tefsir kurslarını takip edersem hem eğitimim için hem kariyerim için ya da günlük hayatta kulluk için daha iyi şeyler elbette sağlıyor. Normal hayatta haberlere ulaşım daha kolay oluyor."

P35: "Gündemden kopmamış oluyorum sonuçta Z kuşağıyız esprileri falan oradan döndürüyoruz ve her şeyden çok çabuk haber alabiliyoruz."

P20: "...Twitter'ın benim için söyle bir durumu var kitap önerileri, film önerileri vs. bunları faydalı buluyorum kendim için haberleri falan. WhatsApp kilit noktası. Artık her şey WhatsApp'a döndü iletişim kurma vs. bir diğer olumlu yanı kendini geliştirmek, eğitim açısından faydalı YouTube ya da Udemy gibi uygulamalar kullanılıyor. Reklam için internet kilit noktası çevrimiçi alışveriş siteleri bu açıdan olumlu. Ve nasıl satış yapacağımı internet aracılığıyla öğreniyorum."

Katılımcıların ifadelerine bakıldığında bilgilendirmesi (eğitim) ve haberdar olmak amacıyla kullanıldığı bilgisine ulaşılabilir.

Katılımcılara yöneltilen "Gerçek yaşamda karşılaştığınız üzüntü, kaygı, stres gibi negatif durumlar karşısında internette zaman geçirmenin size iyi geldiğiniz düşünüyor musunuz? Düşünüyorsanız internet hangi yönleriyle size iyi geliyor?" sorusuna karşılık verdikleri cevaplar bağlamında oluşturulan alt temalar ve tekrar edilme sayısının dağılımı Tablo 27'de gösterilmektedir.

Çizelge 6.27. Katılımcıların gerçek yaşamda karşılaştığı üzüntü, kaygı, stres gibi negatif durumlar karşısında internette zaman geçirmenin size iyi gelip-gelmemesine dair dağılım

	Sayı	Yüzde
Evet, iyi geliyor	22	45,83%
Hayır, iyi gelmiyor	18	37,50%
Bazen iyi geliyor, bazen iyi gelmiyor	8	16,67%
Toplam	48	100,0%

Araştırmaya katılan 48 kişinin %45,83'ü evet, %37,50'si hayır, %16,67'si ise bazen iyi geliyor bazen iyi gelmiyor yanıtını vermişlerdir.

Katılımcıların "Gerçek yaşamda karşılaştığınız üzüntü, kaygı, stres gibi negatif durumlar karşısında internette zaman geçirmenin size iyi geldiğiniz düşünüyor musunuz? Düşünüyorsanız internet hangi yönleriyle size iyi geliyor?" sorusuna karşılık verdikleri cevaplar bağlamında oluşturulan alt temalar ve tekrar edilme sayısının cinsiyet faktörüne göre dağılımı Tablo 28'de gösterilmektedir.

Çizelge 6.28. Gerçek yaşamda karşılaşılan üzüntü, kaygı, stres gibi negatif durumlar karşısında internette zaman geçirmenin katılımcılara iyi gelip-gelmemesinin cinsiyet faktörüne göre dağılımı

	Kadın Sayısı	Kadın Yüzde	Erkek Sayısı	Erkek Yüzde
Evet, iyi geliyor	16	47,06%	6	42,86%
Hayır, iyi gelmiyor	13	38,24%	5	35,71%
Bazen iyi geliyor, bazen iyi gelmiyor	5	14,71%	3	21,43%
Toplam	34	100%	14	100%

Araştırmaya katılan toplam 34 kadının %47,06'sı evet, %38,24'ü hayır, %14,71'i ise kısmen yanıtını vermiştir. Araştırmaya katılan toplam 14 erkeğin %42,86'sı evet, %35,71'i hayır, %21,43'ü kısmen yanıtını vermiştir. Buna göre katılımcıların görüşleri incelendiğinde, negatif durumlar karşısında internette zaman geçirmenin iyi geldiğini söyleyebiliriz.

Katılımcıların gerçek yaşamda karşılaştıkları üzüntü, kaygı, stres gibi negatif durumlar karşısında internette zaman geçirmenin onlara iyi gelip – gelmediği hakkındaki düşünceleri şu şekildedir:

P16: “Evet etkisi oluyor. Kaygılı ve stresli düşüncelerden uzaklaştırıyor beni.”

P1: “Kesinlikle, mutsuzsam elim zaten direk telefona gidiyor. Instagram’da o gördüğüm videoları izliyorum, o vakitte onu unutmaya çalışıyorum açıkçası o yaşadığım olumsuz durumları. Onu bana unutturuyor açıkçası onu düşünmüyorum bir müddet, hani aklımda ama hani o mutsuzluğumu daha sonraki zamana bırakıyorum.”

P7: “Biraz iyi geliyor. Kafan dağılıyor. Sürekli kaydırıyorsun ya çevir çevir o anlık bir şeyleri unutmanı sağlıyor.”

P19: “Evet, kaygılıyken telefonu kaydırmak, zamanım geçiyor ama insanı geciktirme hissi hoşuna gidiyor, rahatlıyor, iyi geliyor. İyi hissettiriyor.”

P21: “Düşünmüyorum, o beni sadece geciktiriyor, sonra tekrar hatırlıyorum, o geciktirmenin bana iyi geldiğini düşünmüyorum. Sosyal medya yerine gerçekliğe odaklanıp sorunu halletmek daha mantıklı bence. Eskiden etkisi oluyordu.”

P48: “Evet, kaçmak için kullanıyorum. Ders çalışmak istemediğimde Instagram’a girip eğleniyorum.”

Katılımcıların ifadelerinden gerçek yaşamda karşılaştıkları üzüntü, kaygı, stres gibi negatif durumlar karşısında internette zaman geçirerek yaşanan duygu durumundan uzaklaşmak ya da olumsuz duyguyu ertelemek için kullanıldığı bilgisine ulaşılabilir.

Katılımcılara yöneltilen “İnternete erişiminizin kısıtlanmasını nasıl karşılırsınız?” sorusuna karşılık verdikleri cevaplar bağlamında oluşturulan alt temalar ve tekrar edilme sayısının dağılımı Tablo 29’da gösterilmektedir.

Çizelge 6.29. Katılımcıların internete erişimlerinin kısıtlanmasını nasıl karşıladığına dair tablo

	Sayı	Yüzde
Olumsuz karşılarım	33	68,75%
Olumlu karşılarım	11	22,92%
Kararsızım	4	8,33%
Toplam	48	100,0%

Araştırmaya katılan 48 kişinin %68,75'i olumsuz karşılarım, %22,92'si olumlu karşılarım, %8,33'ü kararsızım yanıtlarını vermişlerdir. Buna göre katılımcıların yarıdan fazlasının internete olan erişiminin engellenmesini olumsuz karşılayacağı sonucuna ulaşılabilir.

Katılımcılara yöneltilen “İnternete erişiminizin kısıtlanmasını nasıl karşılırsınız?” sorusuna karşılık verdikleri cevaplar bağlamında oluşturulan alt temalar ve tekrar edilme sayısının, teknoloji bağımlılığı olduğunu düşünen bireylere göre dağılımı Tablo 30’da gösterilmektedir.

Çizelge 6.30. Teknoloji bağımlılığı olduğunu düşünen katılımcıların internete erişimlerinin kısıtlanmasına karşı verdikleri tepkilerin dağılımı

	Bağımlı Olduğunu Düşünen Katılımcıların Sayısı	Bağımlı Olduğunu Düşünen Katılımcıların Yüzdesi	Bağımlı Olduğunu Düşünmeyen Katılımcıların Sayısı	Bağımlı Olduğunu Düşünmeyen Katılımcıların Sayısı
Olumlu karşılarım	4	16,67%	7	29,17%
Olumsuz karşılarım	17	70,83%	16	66,67%
Kararsızım	3	12,50%	1	4,17%
Toplam	24	100%	24	100%

Teknoloji bağımlılığı olduğunu düşünen 24 katılımcının %16,67'si olumlu karşılarım, %70,83'ü olumsuz karşılarım, %12,50'si kısmen olumlu kısmen olumsuz karşılarım yanıtını vererek internete olan erişimlerinin kısıtlanmasına verecekleri tepkileri ifade etmişlerdir. teknoloji bağımlılığı olduğunu düşünmeyen 24 katılımcının %29,17'si olumlu karşılarım, %66,67'si olumsuz karşılarım, %4,17'si kısmen olumlu kısmen olumsuz karşılarım yanıtını vererek internete olan erişimlerinin kısıtlanmasına dair verdikleri tepkileri ifade etmişlerdir.

Katılımcıların verdikleri yanıtlar incelendiğinde katılımcıların internet bağımlılığı olduğunu düşünen katılımcılarda, internet bağımlılığı olmadığını düşünen katılımcıların yarıdan fazlasının erişim kısıtlamasına olumsuz karşılayacaklarını görmekteyiz.

Katılımcıların internete erişimlerinin kısıtlanmasına dair verdikleri görüşleri şu şekildedir:

P12: “Şu an internet çağındayız bu açıdan sıkıntı yaratır. Sert tepki verebilirim.”

P16: “Hoş bir şey olmaz çünkü günümüz tamamen internet çağı olduğu için internete erişimin kısıtlanması çok saçma bir şey olur. Böyle şeylerin olmaması gerektiğini düşünüyorum. Olumsuz karşılarım, sinirlenirim. Neden kısıtlandığımı sorgularım geçerli bir sebep varsa ona diyeceğim bir şey olmaz ama keyfi yapılıyorsa olmaması gerekir.”

P22: “Hoş karşılamam çünkü köyde yapabileceğim başka hiçbir şey yok, yapabileceğim tek şey internet. Yasal olmayan yollardan vpn üzerinden erişimi atlatmaya çalışırım. Telefonum elimden alınsa gider yeni telefon alırım.”

P26: “İyi karşılamam sonuçta alışkanlıklarımız var. Bütün sınırlarımı zorlarım, ulaşmaya çalışırım, internetsiz artık hiçbir şey yapamıyoruz.”

P32: “Hiç iyi karşılamam sinirlenirim ve zaten bunu ben azaltamıyorsam bir başkasının zorla azaltmasını hiç hoş karşılamam. Kendi konfor alanımdan zaten çıkmıyorsam zorla bir insanın çıkartması saçma gelir yani o yüzden baya sinirlenirim.”

P38: “Çok absürt bir durum çünkü internet şu an da ciddi anlamda suyla ekmekle eş değer bir şey o yüzden kötü karşılarım. Tepkim bir an önce kesilen internetin bize ulaşması yönünde bir talep olurdu.”

P39: “Kötü karşılarım çünkü internetsiz herhangi bir şey yapamam diye düşünüyorum. Gerçekten bağımlı bir insanım yapacak bir şey bulamam sadece kitap okurum büyük ihtimalle.”

P43: “Kötü karşılarım çok sinirlenirim büyük ihtimalle çünkü birisi benim internetime karışsa ve kesseler, yasak koysalar ben büyük ihtimalle çok stresli, çok gergin, çok asabi bir insan olurum bu beni çok sinir eder.”

P2: “Sevinirim, kısıtlansa hoşuma gider. Tembelleştirdiği için sanki telefondan başka hayatım yokmuş gibi geliyor bazen. Telefonu bıraktığım zaman yapacak bir şey bulamıyorum kendimi aktifleştirmem için daha iyi gelebilir.”

Katılımcılara yöneltilen “İnternet kullanım sürenizi aşarak günlük hayattaki görevlerinizi aksattığınız oluyor mu?” sorusuna karşılık verdikleri cevaplar bağlamında oluşturulan alt temalar ve tekrar edilme sayısının dağılımı Tablo 31’de gösterilmektedir.

Çizelge 6.31. Katılımcıların internet kullanım süresini aşarak günlük hayattaki görevlerini aksatıp-aksatmamasına dair dağılım

	Sayı	Yüzde
Evet	26	54,17%
Hayır	14	29,17%
Bazen	8	16,67%
Toplam	48	100,0%

Araştırmaya katılan 48 kişinin %54,17’si evet yanıtını verirken, %29,17’si hayır, %16,67’si bazen cevabını vermiştir.

Katılımcılara yöneltilen “İnternet kullanım sürenizi aşarak günlük hayattaki görevlerinizi aksattığınız oluyor mu?” sorusuna karşılık verdikleri cevaplar bağlamında oluşturulan alt temalar ile “Teknolojiyle ilişkinizde kontrolün kimde olduğunu düşünüyorsunuz?” sorusuna oluşturulan alt temalarında tekrar eden sayısına dair dağılım Tablo 32’de gösterilmiştir.

Çizelge 6.32. İnternet kullanım süresini aşarak günlük hayattaki görevlerini aksatan katılımcıların teknoloji ile ilişkilerinde kontrolü kimde olduğunu düşünmelerine dair dağılım

Kullanım Süresini Aşanlar	Kişi Sayısı	Kontrol Bende Yanıtını veren Katılımcılar		Kontrol Teknolojide Yanıtını veren Katılımcılar	Kısmen Bende Kısmen Teknolojide Yanıtını veren Katılımcılar		
Aşanlar	26	10	38,46%	12	46,15%	4	15,38%
Aşmayanlar	14	12	85,71%	0	0	2	14,29%
Bazen Aşan Bazen Aşmayanlar	8	8	100,00%	0	0	0	0
Toplam	48						

Araştırmaya katılan katılımcılardan kontrol bende yanıtını veren 30 katılımcının %38,46’si, kontrol teknolojiye yanıtını veren 12 katılımcının %46,15’i, kontrol kısmen bende kısmen teknolojiye yanıtını veren 6 katılımcının %15,38’ i 46’sı internet kullanım süresini aşarak günlük hayattaki görevlerini aksattığını belirtmiştir. Araştırmaya katılan katılımcılardan kontrol bende yanıtını veren 30 katılımcının %85,71’i, kontrol teknolojiye yanıtını veren 12 katılımcının %0,00’ı, kontrol kısmen bende kısmen teknolojiye yanıtını veren 6 katılımcının % 14,29’u internet kullanım süresini aşmayarak günlük hayattaki görevlerini aksatmadığını belirtmiştir. Araştırmaya katılan katılımcılardan kontrol bende, kontrol teknolojiye ve kontrol kısmen bende kısmen teknolojiye yanıtları arasında internet kullanım süresini bazen aştığını bazen aşmadığını belirten katılımcıların %100,00’ü kontrol bende yanıtını veren katılımcılardan oluşmaktadır.

Katılımcıların internet kullanımlarının günlük hayattaki görevlerini etkilediğine dair görüşleri şu şekildedir:

P1: “Tabii ki de aşırı şekilde aksıyor. Yapmam gereken görevlerim var, şu an vize haftasındayız mesela elim sürekli telefona gidiyor. Bildirim gelse hani çalışmak istiyorum açıkçası o derse ama hani telefon beni çok engelliyor. Ders çalışmamı engelliyor diyebilirim.

P22: “Evet oluyor yemek yapmayı unutabiliyorum.”

P47: “Oluyor özellikle eğitim alanında oluyor. Sorumluluklardan kaçma aracı olarak görüyorum çoğu zaman.”

P32: “Erteleğim oluyor geç kalsam da şunu izleyim diyorum mesela.”

Katılımcılara yneltlen “Teknolojiyle ilişkinizde kontrolün kimde olduğunu düşünüyorsunuz?” sorusuna cevaplar bağlamında oluşturulan alt temalar ve tekrar edilme sayısının dağılımı Tablo 33’de gösterilmektedir.

Çizelge 6.33. Katılımcıların teknolojiyle ilişkilerinde kontrolün kimde olduğunu düşüne dair tablo

	Kişi Sayısı	Yüzde
Kontrol Bende	30	62,50%
Kontrol Teknolojide	11	22,92%
Bazen bende bazen teknolojide	7	14,58%
Toplam	48	100,0%

Araştırmaya katılan 48 kişinin %62,50’si kontrol bende, %22,92’si kontrol teknolojide, %14,58’i ise bazen bende bazen teknolojide yanıtını vermiştir.

Katılımcılara yneltlen “Teknolojiyle ilişkinizde kontrolün kimde olduğunu düşünüyorsunuz?” sorusuna verdiği cevaplar bağlamında oluşturulan alt temalar ve tekrar edilme sayısının, teknoloji bağımlılığı olduğunu düşünen bireylere göre dağılımı Tablo 34’te gösterilmektedir.

Çizelge 6.34. Teknoloji bağımlılığı olduğunu düşünen katılımcıların teknoloji ile ilişkilerinde kontrolün kimde olduğunu düşündüğüne dair dağılım

	Kişi Sayısı	Kontrol Bende		Kontrol Teknolojide		Kısmen	
Bağımlılığı Olduğunu Düşünen Katılımcılar	24	10	41,67%	9	37,50%	5	20,83%
Bağımlılığı Olduğunu Düşünmeyen Katılımcılar	24	20	83,33%	3	12,50%	1	4,17%
Toplam	48						

Teknoloji bağımlılığı olduğunu düşünen 24 katılımcının %41,67’si internet kullanımı esnasında kontrolün kendinde olduğunu düşünürken %37,50’si kontrolün teknolojide olduğunu düşünmektedir. Teknoloji bağımlılığı olduğunu düşünen katılımcıların %20,832’ ise kontrolün bazen kendinde bazense teknoloji de olduğunu düşünmektedir. Teknoloji bağımlılığı olmadığını düşünen 24 katılımcının %83,33’ kontrolün kendinde olduğunu düşünürken %12,50’si kontrolün teknolojide olduğunu düşünmektedir. Katılımcıların %4,17’si ise kontrolün bazen kendinde bazen ise teknolojide olduğunu düşünmektedir.

Katılımcılara yneltlen “Aile, akraba, arkadaş vrenizin sizin internet kullanım şekliniz ve sürenizle ilgili düşünceleri nelerdir, kısaca bahseder misiniz?” sorusuna

verdiği cevaplar bağlamında oluşturulan alt temalar ve tekrar edilme sayısının dağılımı Tablo 35’te gösterilmektedir.

Çizelge 6.35. Katılımcıların aile, akraba, arkadaş çevresinin internet kullanım şekli ve süreleri ilgili düşüncelerine dair tablo

	Kişi Sayısı	Yüzde
Tepki almıyorum	24	50,00%
Olumsuz tepki alıyorum	20	41,67%
Olumlu tepki alıyorum	7	14,58%

Yukarıdaki tablo da yer alan cevaplar açık uçlu bir soruya verilmiş olan yanıtlardır. Katılımcıların vermiş olduğu cevaplardan elde edilen kategoriler tablollaştırılmıştır. Katılımcılar her kategoriden birkaç farklı cevap verebildikleri için her satırın yüzdesi kendi içinde değerlendirilecektir. Araştırmaya katılan 48 kişinin %50,00’si tepki almıyorum, %41,67’si olumsuz tepki alıyorum, %14,58’i ise olumlu tepki alıyorum yanıtını vermiştir. Buna göre katılımcıların yarısı tepki almazken, tepki alan katılımcıların büyük bir kısmının olumsuz tepki aldığını söyleyebiliriz.

Aile, akraba, arkadaş çevresinin katılımcının internet kullanım şekli ve süresiyle ilgili düşünceleri şu şekildedir:

P19: “Babam çok şey yapar, telefonda gezerken neden daha hala telefona bakıyorsun yatıp uyusana diye karışır. Süre konusunda bırak artık telefonu biraz da bizimle zaman geçir dedikleri oluyor. Olumlu tepki olarak, yaşlı bir teyzem var iyi ki bakıyorsun, iyi ki kullanıyorsun bunları biliyorsun diye tebrik eder.”

P23: “Ailem tabii ki de telefonu her elime aldığımda yine mi telefon? Telefonu bırak gibisinden söylemleri oluyor. Arkadaşlarımdan da almadım onlarda öyle zaten.”

P27: “Arkadaşlarımla otururken bazen uyarı alıyorum ama ailemle ya da akrabalarımıyla olmuyor.”

P33: “Ailemde bu duruma çok tepki gösteren var. Bu zamana kadarda çok tavan seviyede kullandığım için hiç başından ayrılmadan, kendi sağlığını riske atacak şekilde kullandığım için ailemde bunu kısıtlamamı istiyor. Sosyalleştiğimde, bağlama kursuna gittiğimde, arkadaşlarla gezme, müzik dinleme gibi daha çok seviniyorlar en azından. Arkadaş çevremde bu durumdan benim iyiliğim için rahatsız diyebilirim. Devamlı telefonun başındasın, bütün gününü telefon başında geçiriyorsun kalk başka bir şeyler yap vs. sosyalleş diyen arkadaşlarım çok. Hepsi bunu söylüyor. Aile ve arkadaş internet kullanımının fazla olmasına tepkili kısaca. Kullanım şekli olarak da karıştıkları Discordda çok uzun zaman geçirdiğimde kızdıkları, çok oldu bundan çok rahatsız oldukları oldu büyük tartışma çıkarttıkları oldu. Oyun oynamayı ve Instagram’da vakit geçirmeyi boş bir şey olarak görüyorlar ve bunu yapacağına başka bir şey yapabilirsin artık bu yaşı geçtin diyenler var.”

P39: “Telefonu, teknolojiyi çok fazla kullandığımı, çok zaman ayırdığımı söylüyorlar. Genel olarak bırak artık telefonu bizimle ilgilen derler.”

P43: “Arkadaşlarım bu konuda biraz sinirli çünkü onlara zaman ayırmıyorum diye. Ailemde aynı şekilde, kariyerimi derslerimi aksatıyorum diye onlara hak veriyorum tabi ama benim stresimi azaltan da oyun olduğu için de dinleyemiyorum onları.”

P47: “Olumsuz, orada yaşadığımı düşünüyorlar bir nevi elimden telefonun düşmediğini ima ediyorlar.”

Katılımcıların söylemlerini incelediğimizde çevresindeki bireylerden tepki alan katılımcıların internet kullanım süresinin, sosyal yaşamlarına olan olumsuz etkilerine yönelik eleştiri aldıklarını söyleyebiliriz.

Katılımcılara yöneltilen “Teknoloji Bağımlılığınız olduğunu düşünüyor musunuz?” sorusuna verdiği cevaplar bağlamında oluşturulan alt temalar ve tekrar edilme sayısının dağılımı Tablo 36’da gösterilmektedir.

Çizelge 6.36. Katılımcıların teknoloji bağımlılığı olup-olmadığı düşüncelerine dair dağılım

	Kişi Sayısı	Yüzde
Evet	24	50,00%
Hayır	24	50,00%
Toplam	48	100,0%

Araştırmaya katılan 48 kişinin %50,00’si evet, %50,00’si ise hayır yanıtını vermiştir.

Katılımcılara yöneltilen “Teknoloji Bağımlılığınız olduğunu düşünüyor musunuz?” sorusuna verilen cevaplar bağlamında oluşturulan alt temalar ve tekrar edilme sayısının, cinsiyet faktörüne dair dağılımı Tablo 37’de gösterilmektedir.

Çizelge 6.37. Teknoloji bağımlılığı olduğunu düşünen bireylerin cinsiyet faktörüne göre dağılım

	Kadın Sayısı	Kadın Yüzde	Erkek Sayısı	Erkek Yüzde
Bağımlı Olduğunu Düşünen Katılımcılar	17	50,00%	7	50,00%
Bağımlı Olduğunu Düşünmeyen Katılımcılar	17	50,00%	7	50,00%
Toplam	34	100%	14	100%

Araştırmaya katılan toplam 34 kadın katılımcının %50,00’si bağımlı olduğunu düşünürken, %50,00’si teknoloji bağımlılığı olmadığını düşünmektedir. Araştırmaya katılan toplam 14 erkek katılımcının %50,00’si teknoloji bağımlılığı olduğunu düşünürken, %50,00’si ise teknoloji bağımlılığı olmadığını düşünmektedir.

Teknoloji bağımlılığı olduğunu düşünen katılımcılara yöneltilen “teknoloji bağımlılığınız olduğunu düşünüyorsanız bunun için kendiniz veya profesyonel yardım olarak çözümler üretip uyguladınız mı?” sorusuna verilen cevaplar bağlamında

oluşturulan alt temalar ve tekrar edilme sayısına dair dağılımı Tablo 38’da gösterilmektedir.

Çizelge 6.38. Teknoloji bağımlılığı olduğunu düşünen katılımcıların profesyonel yardım alması veya kendisinin çözüm yolu üretip uygulamasına dair dağılım

	Kişi Sayısı	Yüzde
Profesyonel destek alanlar	0	0,00%
Kendi çözüm üretenler	21	87,50%
Kendi çözüm üretmeyenler	3	12.50%

Araştırmaya katılan teknoloji bağımlılığınız olduğunu düşünüyor musunuz? Sorusuna “Evet” yanıtını veren katılımcıların %87,50’si kendi çözüm üretmeye çalışırken, %12.50’si kendisi çözüm üretmeyenlerden oluşturmaktadır. Bağımlılığı olduğunu düşünen hiçbir katılımcı profesyonel bir destekten yardım alarak çözüm üretmeye çalışmadığını görmekteyiz.

Teknoloji bağımlılığı olduğunu düşünen katılımcılardan kendi çözüm uygulayanlara yöneltilen “Kendi kendinize çözüm uyguladıysanız bu yöntemlerde başarılı ya da başarısız olduğunuzu düşünüyor musunuz?” sorusuna verilen cevaplar bağlamında oluşturulan alt temalar ve tekrar edilme sayısı Tablo 39’da gösterilmektedir.

Çizelge 6.39. Kendi çözüm üreten katılımcıların başarılı-başarısız olmasına dair dağılım

	Kişi Sayısı	Yüzde
Başarılı	7	33,33%
Başarısız	2	9,52%
Kısmen başarılı	12	57,14%

Katılımcılardan %57,14’ü kısmen başarılı olduğunu düşünürken, %33,33’ü başarılı olduğunu, %9,52’si ise başarısız olduğunu düşünüyor.

Katılımcıların teknoloji bağımlılıklarına ve çözüm üretmelerine yönelik görüşleri şu şekildedir:

P1: “Evet, profesyonel destek hiç almadım ama hani böyle ara ara wifi kapatıp, telefonu başka bir odaya koyup başka şeyler yapmaya çalıştım ama olmadı. Denedim ama olmadı. Başarısız oldum bu konuda.”

P20: “Sosyal medya bağımlılığım olduğunu düşünüyorum. Profesyonel bir destek almadım. Kendim çözmeye çalıştım, instamı kapatarak, disiplinli olmaya çalıştım. Günlük planlı programlı olmaya çalıştım, dopamin detoksu uygulamaya çalıştım bir süre, bazı uygulamalar kullanmayı denedim. Kendimi zorladığımda bir işim ya da ödevim varsa başarılı olduğumu söyleyebilirim. İstesem yaparım ama başka yapacak bir şeyim olmadığı için oraya yöneliyorum.”

P33: “Yani kabullenmemeye çalışıyorum ama olduğu açık ve net ortada bir şey. Daha önce bu konuyla ilgili Yeşilay’la konuştum ne yapabiliriz diye yani burada danışman merkezinin olduğunu söylediler ama pek ona da işte gitmedim çünkü teknolojiden bir şekilde kopamıyorum kopsam da işte yine geri döneceğimi biliyorum. Bilgisayarı, telefonu uzun bir süre bıraktığımda oldu ama yine eninde sonunda geri dönüyorum. Arkadaş çevrem beni bir yere çağırımları arttıkça bunun kesildiğini fark ettim, evde farklı şeylerle uğraştıkça ettikçe. İnternet insanların dışarda sosyal yapacak bir şey bulamadığında bir kaçış yolu gibi görebilir. Ben bu zamana kadar genellikle dış görünüşümden, kişiliğimden dışarda yapacak bir şey bulamadığımdan birini bulamadığımdan interneti bir kaçış gösteriyordum. Ama dışarda yapacak birini bir şeyi bulunca internette uzaklaştığımı fark ettim.”

P38: “Evet, bunu fark ettiğimde şunu yaptım, kendimi internetin sosyal medyanın içinde kaybolduğumu düşündüğümde daha çok kendimi sosyalleştirmeye gittim. Gitara söyle başladım ardından piyanoya gittim. Kendimi kurslara attım. Sosyal medya beni tesiri altına alsa da beni tamamen oraya hapsedmedi. Bu yöntemlerde yarı yarıya başarılı oldum.”

P39: “Evet, profesyonel bir destek almadım. Çok fazla saatlerimi harcadığımı fark ettiğim zaman spora yönelmeye çalıştım. Sporun çok etkisi oluyor ona yöneldiğim zaman teknolojiden uzaklaşıyorum. Başarılı oldu ama sürdürülebilir olmadı.”

P43: “Evet, baya fazla. Profesyonel destek almadım ama çözüm üretmeye çalıştım kendim. Bir hafta kadar bilgisayara hiç bakmadım ama o sürede de telefon elimden hiç düşmedi, bildirim gelmese bile telefona bakma ihtiyacı oldu sürekli kendine çekti yani başarılı olamadım.”

P47: “Evet tabii ki. Uygulamaları sildim ama sonra geri arkadaş çevremden dolayı kullanmak zorunda kaldım. Ama özellikle beni son zamanlarda çok kötü etkilediğini düşünüyorum, önlem almaya çalışıyorum. Yarı yarıya başarılı olduğunu düşünüyorum. Profesyonel bir yardım almayı düşünüyorum.”

P48: “Evet, profesyonel bir destek almadım, almayı isterim. Kendim bir çözüm yolu bulmaya çalıştım Instagram’ı kapattım ama üç gün sonra geri açtım. Azaltmaya çalışıyorum kullanımımı, telefon artık uyarı veriyor bu hafta daha fazla kullandınız diye ama olmuyor. Her boş anımda telefonu alıyorum. Paylaşım yapmayı kessem de reels izliyorum sürekli. Başarısız olduğumu düşünüyorum.”

Teknoloji bağımlılığı olduğunu düşünen katılımcıların görüşleri incelendiğinde profesyonel destek almadıklarını, kendilerinin çözüm üretme çabasında olduklarını bu konuda da kısmen başarı gösterebildiklerini söyleyebiliriz.

7. TARTIŞMA ve SONUÇ

Bu bölümde bulgulardan elde edilen sonuçlar tartışılarak analiz edilmiş, araştırma sonuçları önceden bu alanda yürütülmüş araştırmalardan elde edilen veriler ile karşılaştırılarak, tezin ana ve alt sorularının cevapları aranmaya ve tartışılmaya çalışılmıştır.

Katılımcıların en çok tercih ettikleri serbest zaman değerlendirme faaliyetleri sırasıyla; kitap okumak, arkadaşlarla zaman geçirmek, internette zaman geçirmek olarak belirtilmiştir. Nalçacı ve Öztürk (2022) tarafından yürütülen Z kuşağının rekreasyonel etkinliklere eğilimini tespit etmeye yönelik gerçekleştirdikleri çalışmada bireylerin rekreasyonel etkinliklere eğilimini anlayabilmek adına yöneltilen soruya verilen en popüler cevaplar sırasıyla: İnternette zaman geçirmek, arkadaşlarla toplanmak, sohbet etmek ve evde yapılan etkinlikler olarak tespit edilmiştir. Bizim çalışmamızla çıkan verilerle sıralamaları farklı olsa da birbiriyle paralellik gösteren sonuçların elde edildiğini görmekteyiz. Süzer (2000) tarafından yapılan araştırmaya baktığımızda üniversite öğrencilerinin boş zaman değerlendirme faaliyetlerinde en çok tercih edilenleri sırasıyla kitap okumak, müzik dinlemek, sinema ve konsere gitmek, radyo dinlemek ve televizyon izlemektir. Yaptığımız araştırma ile arasında yaklaşık 24 yıl bulunan bu çalışma da elde edilen veriler Z kuşağının çocukluk ve yeni doğan dönemine denk gelen verilerdir. Farklı kuşakların hayatında yer eden serbest zaman faaliyetlerinin farklılaşması iki araştırma karşılaştırıldığında açık net bir şekilde karşımızdadır.

Katılımcılara yöneltilen “Bu faaliyetlerin size katkıları ve hissettirdikleri nelerdir?” sorusuna verilen en popüler cevapların %37,50’si mutlu hissetmek, %25,00’i bilgilenmek, %22,92’si dinlendiğini hissetmek ve %22,92’si ise kattığı bir şey yok olarak belirlenmiştir. Serbest zaman etkinliklerinin, bireyleri yeterli kullanım ve doyum düzeyine ulaştırabilmesi için barındırması gereken bazı temel özellikler bulundurulmalıdır. Max Kaplan’ın serbest zaman teorisine baktığımızda serbest zamanın barındırması gereken özelliklerinin başında, keyif verici olması, pozitif beklentiler

içermesi ve bireyleri geliştirmesi gelmektedir. Lafargue ise boş zamanların yaratıcılık ve zihinsel potansiyelin artırılması için kullanılması gerektiğini vurgular (Öztaş ve Kıyılıoğlu, 2021). Katılımcıların verdikleri yanıtlar, teorilerde belirtilen özelliklere göre değerlendirildiğinde mutlu hissetmek, dinlendiğini ve bilgilendiğini hissetmek ifadelerinin verilen özellikler ile kısmen bağdaştığını ve bireylerin serbest zaman değerlendirme esnasında doyuma ulaşmasına katkı sağlayabilecek faaliyetlerde bulunduklarından bahsedebiliriz ancak katılımcıların %22,92'sinin “kattığı bir şey yok” yanıtını vermesi, katılımcıların bir kısmının serbest zaman etkinliklerinden yeterli tatmini ve doyumunu yakalayamadığını da bizlere göstermektedir.

“Sosyal faaliyetleriniz içinde spor, sanat, müzik, eğlence ve internetin ne derece pay sahibidir?” sorusu için, katılımcıların cevapları incelendiğinde farklı farklı kombinasyonlarda yanıtlar görmekteyiz. Ancak her kombinasyonda faaliyetlerin yerinin değiştirilmesine ve çıkartılmasına karşılık, internet tüm kombinasyonlarda yer almaktadır. Katılımcıların yaptıkları kombinasyonların tamamında internetin kullanılması, internetin sosyal faaliyetler içerisinde önemli bir yeri olduğunu bizlere göstermektedir. İnternetin sosyal faaliyetler arasında sürekli olarak tekrar edilmesinin bir diğer sebebi de internet dışında kalan eğlence, spor, sanat, müzik gibi sosyal faaliyetlerin hepsini internet üzerinden gerçekleştirebiliyor olmalarıdır. Serbest zaman değerlendirme olarak katılabilecekleri tüm etkinlikleri evde internet başında halledebiliyor olmaları bu faaliyetlerin internetten bağımsız şekilde yapılabileceği konusunda bireyleri uzaklaştırabilmektedir. İnternet üzerinden yapacakları tüm faaliyetler, bireylerin daha az zaman harcayarak daha çok şey yapabilmesine ve daha az maliyetle istediği etkinliği gerçekleştirebilmesine olanak tanımaktadır.

Katılımcıların günlük ortalama internette zaman geçirme sürelerinin 3-4 saat arasında olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Çapraz tablolardan elde edilen bulgulara göre internet bağımlılığı olduğunu düşünen katılımcıların günlük internet kullanım süresinin, internet bağımlılığı olmadığını düşünen katılımcılara oranla daha fazla olduğu tespit edilmiştir. Bu nedenle katılımcıların günlük ortalama internette geçirdikleri süre ile internet bağımlısı olma ihtimali arasında anlamlı bir ilişki bulunduğunu söyleyebiliriz. Çalışmamızda belirtildiği gibi günlük internet kullanım süresinin artmasının ile internet bağımlısı olma ihtimali arasında pozitif yönlü bir ilişki olduğu farklı çalışmalarda da tespit edilmiştir (Durak Batıgün ve Hasta, 2010; Günüş, 2009; Mansuroğlu ,2016; Tekiroğlu, 2019, Akay, Ayhan, Orhan ve Öçalan, 2023; Özşaker

vd., 2016). İnternetin günlük kullanım miktarının artması serbest zaman değerlendirme faaliyetleri arasında yer alan internetin fazla kullanılması sonucu bağımlı olma ihtimalini artırması sebebiyle zarar verici etkilerinin daha kolay ortaya çıkacağını da söyleyebiliriz.

Katılımcıların internet kullanımı için ayırdıkları bütçenin, bireylerin aylık gelirlerine göre dağılımına baktığımızda aylık gelir düzeyinin artmasının, internet kullanımı için ayrılan bütçenin artması ile anlamlı bir ilişkisinin olmadığı tespit edilmiştir. Oluşturduğumuz bir diğer çapraz tablo da katılımcıların internet kullanımı için ayırdıkları bütçenin cinsiyet faktörüne göre dağılımına baktığımızda kadınların erkeklerden daha fazla teknoloji ve internet kullanımına bütçe ayırdıkları belirlenmiştir.

Araştırma bulgularına göre en çok tercih edilen sosyal medya uygulaması Instagram'dır. Katılımcıların seçmiş oldukları sosyal medya uygulamalarını tercih etme nedeni olarak iletişim, içerikleri takip etmek ve haberdar olmak en sık kullanılan yanıtlar olmuştur. Akdağ, Şahan, Özhan ve Şan (2014), üniversite öğrencilerinin internet kullanımlarını ölçmek için yürüttükleri çalışmalarında araştırmamızla benzer bulgulara rastlayarak, öğrencilerin interneti tercih etme nedenlerinin daha çok güncel haberlere ulaşma, iletişim/sohbet ve eğlence amaçlı kullandıkları sonucuna ulaşmışlardır. Çalışmamızda karşılaştığımız yanıtlardan yola çıkarak gelişmeleri takip etmek, haberleşmek ve iletişim de olmak amacıyla sosyal medya kullanımının gerçekleşmesi günceli kaçırma korkusu olarak isimlendirilen FoMO'yu "Fear of Missing Out" akıllara getirmektedir. Yeni bir fobi türü olarak kabul edilen FoMO güncel bilgileri ve içerikleri kaçırma endişesi olarak ifade edilmektedir. Her daim küresel ölçekte bilgilerden haberdar olmak, iletişimde kalarak gelişmeleri takip etmek isteğinde olan birey, daha fazla sosyal medya kullanımına yönelmekte, bu durum gün içerisinde daha sık şekilde telefonu kontrol etmesine sebep olabilmektedir. Bakioğlu, Ekinci ve Deniz (2023) ve Türe (2024) yürüttükleri araştırmalarında FoMO ile internet bağımlılığı arasında pozitif yönde anlamlı bir ilişki bulmuşlardır. Çağlayan ve Arslantaş'ın (2023) yürüttüğü çalışmalarında sosyal medyanın algılanan en olumsuz etkisinin gelişmeleri kaçırma korkusundan kaynaklandığını belirtmişlerdir.

Katılımcıların %56,25'i fenomen ve influencerların sosyal medya üzerinden yapmış olduğu paylaşımların internet kullanım ve alışkanlıkları üzerinde etkisi olmadığını düşünürken, %43,75'i yapılan paylaşımların etkisi olduğunu belirtmişlerdir. Fenomen

ve infuluencerların internet kullanım alışkanlıkları üzerinde etkisi olduğunu düşünen katılımcıların görüşlerine baktığımızda alışveriş ve internet kullanım süresini artırması üzerinde etkisi olduğu bilgisine ulaşılmaktadır. Karataş, Dursun ve Köksal (2022) ve Akdeniz ve Uyar (2021) yapmış oldukları çalışmalarda sosyal medya üzerinden fenomenlerle kurulan parasosyal etkileşimin tüketicilerin satın alma niyetlerini arttırdığını tespit etmişlerdir.

Sosyal medyanın hayatları üzerindeki olumlu-olumsuz etkileri sorulduğunda katılımcılar, olumsuz etkilerinin olumlu etkilerinden çok daha fazla olduğunu ifade etmişlerdir. Katılımcıların yarısından fazlası olumsuz etkilerinin başında vakit kaybının geldiğini belirtirken, olumlu etkilerine verilen en popüler cevap ise sosyal medyanın bilgilendirici içerikleridir. Cengizhan (2005), öğrenciler üzerinde yapmış olduğu internet bağımlılığı araştırmasında olduğu çalışmasında internetin olumsuz etkilerinin başında öğrencilerin %50,00'si internetin zaman kaybına sebep olduğu belirtmişlerdir. İnternet kullanımı içinde olanak ve riskleri aynı anda barındırmaktadır. Bizim interneti kullanım amacımız ve şeklimiz ondan alacağımız faydayı ya da zararı belirlemektedir. İnternet kullanımı esnasında gelişen vakit kaybı interneti çok kullanmaktan ziyade internette geçirilen zamanının neye karşı tercih edildiğiyle ilişkilidir. İnternet bizim zamanımızı kıymetli bir şekilde doldurabilecek bir araçken, vakit kaybı geliştirecek bir araca dönüşmesi bireyin kendi elinde olan kullanım önceliğine bağlı olarak gelişmektir diyebiliriz.

Gerçek yaşamda karşılaşılan üzüntü, kaygı, stres gibi durumlar karşısında internette zaman geçirmenin iyi geldiğini düşünen bireylerin oranı, iyi gelmediğini düşünenlere oranla daha fazladır. İyi gelmediğini ya da kısmen iyi geldiğini düşünen bireylerin görüşleri incelendiğinde internetin o anlık iyi geliyor gibi hissettirdiğini ama sadece üzüntüyü daha sonraki bir zamana ertelemeye yaradığını, bundan kaynaklı olarak iyi gelmediğini ifade etmişlerdir. Verilen cevaplar, cinsiyet faktörüne göre değerlendirildiğinde anlamlı bir farklılık görülememiştir. Duygusal çöküntü ya da stres gibi durumlar karşısında internette zaman geçirmenin iyi gelmesi, var olan duygu durumundan kaçış için yeni medyanın bir araç görevi üstlendiğini göstermektedir. Katılımcıların duygusal tatminini tamamladıklarını düşündüğü internete karşı bağımlılık geliştirme olasılıklarının daha fazla olacağını söyleyebiliriz.

Bulgulara bakıldığında internete olan erişimin kısıtlanmasını “olumsuz karşılarım” yanıtını verenlerin daha fazla olduğu görülmüştür. Yapılan çapraz tablo da bağımlı

olduğunu düşünen ve bağımlı olduğunu düşünmeyen bireylerin bu soruya verdikleri yanıtlar incelenmiştir. Bu soruya yanıt veren iki grubunda internete olan erişim engelini olumsuz karşılayacağı sonucuna ulaşılmıştır. Elde edilen bulgulardan bağımlı olsun ya da olmasın internetin olmadığı durumlarda bireylerin yoksunluk hissedeceğini söyleyebiliriz. Diğer kuşaklara göre kişisel hak ve özgürlüklerinin daha fazla farkında olduğunu belirttiğimiz Z kuşağı, internete olan erişimlerinin kısıtlanmasını hak ve özgürlüklerine karşı konulmuş bir tehdit olarak görmektedir diyebiliriz.

Katılımcıların yarısından fazlası, internet kullanım süresini aşarak günlük hayattaki görevlerini aksattıklarını bildirmişlerdir. Çevrimiçi internet kullanımının artması; bireylerin yaşamlarının merkezlerini yönetememesine, yaklaşan önemli teslim tarihini kaçırmaya sebebiyet verir (Young, 2007). Bireylerin günlük hayattaki görevlerini aksatmaları ya da ertelemeleri sosyal hayatların da pek çok negatif sonucun ortaya çıkmasına sebep olmaktadır. Atamtürk, Var ve Gökler (2020) internet bağımlılığı ile akademik erteleme arasında yüksek düzeyde ilişki olduğunu tespit etmişlerdir. Aynı şekilde Demir ve Kutlu'nun (2017) yaptıkları çalışmaya baktığımızda internet bağımlılığının akademik ertelemeye davranışına yol açtığı, akademik erteleme de akademik başarısızlığa yol açtığını tespit etmişlerdir. İnternet kullanım süresini aşarak görevlerini aksattıklarını bildiren katılımcılardan, “Teknoloji ile ilişkinizde kontrolün kimde olduğunu düşünüyorsunuz?” sorusuna cevap verenlerin %46,15'i kontrolün teknolojiye olduğunu düşünürken, %38,46'sı kontrolün kendinde olduğunu düşünmektedir. Sorulara verilen yanıtlar ve çapraz tablodan elde edilen bulgular incelendiğinde bireyler günlük hayattaki görevlerini aksatsa dahi internet kullanımını esnasında kontrolün kendinde olduğunu düşünmesi, içindeki çelişkili bir durumun varlığını bizlere göstermektedir. Teknoloji kullanımı esnasında iradenin kendilerinde olduğunu düşünen bireylerin günlük kullanım süresini aşması ve yapması gereken görevleri aksatması aslında internet kullanımları esnasında kontrolün teknolojiye geçtiğini göstermektedir. Teknolojiye karşı koyamamaları da kontrolün kendinde olduğunun düşünülmesi var olan bir durumun kabullenilmemesini bize göstermektedir diyebiliriz.

Araştırma bulgularına göre katılımcıların %62,50'si teknoloji ile ilişkisinde kontrolün kendinde olduğunu ifade etmişlerdir. Önceki soru ile benzer şekilde yaptığımız bir diğer çapraz tablo da elde ettiğimiz bulguya göre teknoloji bağımlılığı olduğunu

düşünen katılımcıların %37,50'si kontrolün teknolojide olduğunu düşünürken, %41,67'si kontrolün kendinde olduğunu düşünmektedir. Teknoloji bağımlılığı olduğunu düşünen bir bireyin teknoloji kullanımı esnasında kontrolün kendinde olduğunu düşünmesi, bir bağımlılık durumu gelişse bile iradenin yine kendine bağlı olduğu düşüncesini bize göstermektedir. Teknoloji kullanımı esnasında bireylerin kontrolü sürekli elinde tuttuğunu düşünmesi aynı zamanda bize kullanımlar ve doyumlar yaklaşımını hatırlatmaktadır. Kullanımlar ve doyumlar yaklaşımına göre kitle iletişim süreci içinde bireyler, gönderici tarafından iletilmek istenen mesajın önemini yitirdiğini, birey için kıymetli olanın ancak kendi sosyolojik ve psikolojik ihtiyaçlarına hitap eden ve bu ihtiyaçlar çerçevesinde iletiye yüklenen anlam olduğunu ifade etmektedir (Yaman, 2020, s.48). Medya kullanımında edilgen konumdan çıkarak etken konumuna geçen bireylerin medyayı kullanım alışkanlıkları ve şekilleri, bu kullanım esnasında doyuma ulaşacağı biçimleri seçmesi noktasında özgürleştirmiştir (Karakoç ve Gülsünler, 2012, s.46). Bireyler günlük internet kullanım süresini aşıya ya da teknoloji bağımlılığı yaşasa dahi yeni medya araçlarını kullanımları konusunda hissettikleri özgürlük, bu kullanımlar esnasında kontrolün kendilerinde olduğu düşüncesini beslemektedir diyebiliriz.

Katılımcıların; aile, akraba, arkadaş çevresinin internet kullanım süresine ve kullanım şekline yaptığı yorumlar incelendiğinde katılımcıların %50,00'si tepki almadıklarını, %41,67'si olumsuz tepki aldığını, %14,58'i ise olumlu tepki aldığını belirtmiştir. Bireylerin %41,67'sinin olumsuz tepki alması katılımcıların büyük çoğunluğunu, sosyal hayat düzeni içinde çevresindeki bireyler tarafından rahatsız edici boyutta teknoloji kullanımına sahip olduğunu bizlere göstermektedir. Teknolojiyi olumsuz şekilde kullanmak ya da kullanım süresini aşmak sadece bunu gerçekleştiren bireyi değil çevresindeki bireyleri de etkilemektedir. Teknoloji kullanımı esnasında etrafındakiler tarafından gözlemlenebilir etkilerinin ortaya çıkması, bireyin sosyal çevresi ile olan ilişkisini zedeleyebilmektedir.

Araştırma bulgularına göre araştırmaya katılan katılımcıların %50,00'si teknoloji bağımlılığı olduğunu düşünmektedir. Teknoloji bağımlılığı olduğunu düşünen bireylerin cinsiyet faktörüne göre dağılımları incelendiğinde anlamlı bir farklılık bulunamamıştır. Teknoloji bağımlılığı olduğunu düşünen bireylerin hiçbiri profesyonel bir destek almadıklarını ifade etmişlerdir. İnternetin zararlı etkilerini görse bile bağımlılığı olduğunu düşünen bireylerin hiç profesyonel destek almaması,

bağımlılığı olduğunu düşünmesine rağmen teknolojiyle ilişkisinde kontrolün kendisinde olduğunu düşünen bireylerin ifadeleriyle örtüşmektedir. Kendi iradesiyle bu durumun önüne geçebileceğini düşünmesi bireylerin profesyonel destek almalarının önünde yer alan bir engeldir diyebiliriz. Aynı zamanda destek almak için başvurması gereken sistem ve kurumlar hakkında yeterli bilgiye sahip olunmaması da bu durumun ortaya çıkmasına neden olabilmektedir.

Teknoloji bağımlılığı olduğunu düşünen bireylerin %87,50'si kendi kendine çözüm üretmeye çalışmıştır. Bu sonuca ve verilen ifadelere baktığımızda bireylerin içinde bulundukları bağımlılık durumundan rahatsızlık duyduklarını ve bu durum karşısında bir çözüm bulma gayretine düştükleri söylenebilir. Kendi kendine çözüm üretmeye çalışan bireylerin %57,14'ü ürettikleri çözüm de kısmen başarı gösterdiklerini belirtmişlerdir. Katılımcıların görüşleri incelendiğinde genellikle bağımlılık geliştirdikleri uygulamayı sildiğini ya da internet kullanım süresini kısıtlayan uygulamaları kullandıklarını ancak bu çözümlerin kısa vadeli olduğunu, belli bir süre sonra çok daha fazlasıyla uygulamaları tekrar kullanmaya başladıklarını belirtmişlerdir.

Kavramsal olarak evrensel ve hemfikir bir literatür olamaması ve modern teorik yaklaşımların henüz gelişme aşamasında olması açısından özellikle yeni ve göreceli olarak daha az uygulamalı çalışılmış sosyolojik konular olan Z kuşağı araştırmaları, serbest zaman sosyolojisi araştırmaları, yeni medya, teknoloji ve internet bağımlılığı bizim tez çalışmamızda bazı kavramsal ve teorik bağlantıları ile analiz yaparken sınırlılıklara neden olmuştur.

Teknoloji ve internet bağımlılığı yeni bir alandır ve yeni teorik yaklaşımlar ve anlayışların kullanılması gerekmektedir. İnternet ve dijital teknolojik gelişmeler içinde doğarak büyüyen Z kuşağının, bağımlılık kavramı algısının diğer kuşaklara göre çok farklı algılandığı görülmektedir. Bu tür bağımlılıklar genelde önceki kuşak sosyologları ve araştırmacıları tarafından büyük ve çözülmesi gereken bir problem olarak görülürken bu ve benzer araştırma bulguları, bu kuşağın normal bir hayat aktivitesi ve hatta ciddi bir problem olarak veya ikincil bir problem bile değil hayatlarının normal idame ettirmeleri, çağa ve kuşaklarına uyum sağlamları ve iş hayatında rekabet ederek başarılı olabilecek yardımcı ve gerekli bir aktivite olarak gördüklerini göstermektedir.

Z kuşağının tek bir tipik özelliği olan bir alt kültür kuşağı olarak ele alınması yetersiz kalmaktadır. Özellikle çalışma grubumuzda ele aldığımız örneklem Z kuşağının çok küçük bir bölümüdür. Elde ettiğimiz bulgular sadece bizim ulaşabildiğimiz Kırıkkale ve Erciyes üniversitesinde öğrenim gören Z kuşağı yaş aralığında bulunan 48 öğrenciden oluşmaktadır. Z kuşağı öğrencileri araştırma konusu olarak alınması 2 farklı alt kültür sunmakla beraber bu alt kültüründe altında mülakata katılanların cinsiyet, yaş, bölüm, sosyo-ekonomik durumu geldiği yer vb. birçok demografik özellikleri bakımından farklılıkları vardır. Hem bireysel hem de bulundukları aile, şehir ve üniversiteye ilişkin çok farklı özellikleri taşıyan Z kuşağı üniversitesi öğrencilerini tek bir grup olarak ele almak hatalı ve eksik olacaktır. Bundan dolayı bu çalışmada elde edilen bulgularla Z kuşağının tamamı hakkında bir genelleme yapmak yanlış olacaktır. Bu tür çalışmaların yakın gelecekte ülkenin iş hayatında önemli rol oynayacak Z kuşak gençlerinin daha iyi anlaşılması için genişleterek yapılmalıdır. Bu tür çalışmalar bu gibi sosyal problemleri modern teorik yaklaşım ve çözümlere odaklanmak için faydalı ve kullanışlı bilgi ve öneriler sunmaya katkıda bulunmaktadır. Bundan sonra yürütülecek çalışmalarda örneklemin büyütülerek Türkiye'deki çeşitli üniversitelerin öğrencilerinden oluşan bir örneklem grubu üzerinde, bu sosyal olgu ve problemin analiz edilmesine ve sorunun çözümlerine katkı sağlayacak daha kapsamlı sosyolojik analizlerin yapılması önerilmektedir.

KAYNAKLAR

- Adıgüzel, O., Batur, H. Z., ve Ekşili, N. (2014). Kuşakların Değişen Yüzü ve Y Kuşağı ile Ortaya Çıkan Yeni Çalışma Tarzı: Mobil Yakalılar. *Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (19), 165-182.
- Akar T. (2021). *Serbest Zamanda Sıkılma Algısı, Akıllı Telefon Bağımlılığı ve Yalnızlık Düzeyi İlişkisi Lise Öğrencileri Üzerinde*. Yüksek Lisans Tezi. Manisa Celal Bayar Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Manisa.
- Akay, B., Ayhan, R., Orhan, R. ve Öçalan, M. (2023). Üniversite öğrencilerinin serbest zaman yönetimi ile teknoloji bağımlılık düzeylerinin incelenmesi. *Uluslararası Kültürel ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 9(1), 71-84.
- Akdağ, M., Şahan-Yılmaz, B., Özhan, U., ve Şan İ. (2014). Üniversite Öğrencilerinin İnternet Bağımlılıklarının Çeşitli Değişkenler Açısından İncelenmesi (İnönü Üniversitesi örneği). *İnönü Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 15(1).
- Akdeniz, P. C., & Uyar, K. (2021). Tüketicilerin Satın Alma Niyetlerinde Sosyal Medya Fenomenleri ile Kurulan Parasosyal Etkileşimin Rolü. *Erciyes akademi*, 35(4), 1669-1688.
- Arısoy, Ö. (2009). İnternet Bağımlılığı ve Tedavisi. *Psikiyatride Güncel Yaklaşımlar*, 1(1), 55-67.
- Arslan, A., Kırık, A. M., Karaman, M. ve Çetinkaya, A., (2015). Lise ve Üniversite Öğrencilerinde Dijital Bağımlılık. 8(8), 34-58. Doi: 10.17361/UHive.2015813153
- Arslan, S. (2011). Serbest Zaman Kullanımı: Sıradan Serbest Zaman Etkinlikleri ve Sistemli Serbest Zaman Etkinlikleri. *Erzincan Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 13(2), 1-10.
- Atamtürk, E., Var, E. Ç. ve Gökler, R. (2020). Üniversite Öğrencilerinin İnternet Bağımlılıkları ve Akademik Erteleme Davranışları Arasındaki İlişkinin İncelenmesi. *Sosyal Politika ve Sosyal Hizmet Çalışmaları Dergisi*, 1(1), 1-20.
- Aydemir, B. (2020). *Ergenlerde İnternet Bağımlılığı Belirtileri ile Bağlanma Özellikleri, Arkadaş İlişkileri ve Öz Denetim Becerileri Arasındaki İlişki*. Yüksek Lisans Tezi. İstanbul Gelişim Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, İstanbul.
- Aydoğan, F. ve Kırık, A. M. (2012). Alternatif Medya Olarak Yeni Medya. *Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, (18), 58-69.

- Ayğar, B. B., & Uzun, B. (2018). Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeğinin Geliştirilmesi: Geçerlik ve Güvenirlik Çalışmaları, 5(3), 1-19.
- Ayhan, B., & Köselören, M. (2019). İnternet, Online Oyun ve Sistem. *Çevrimiçi Teknoloji Bağımlılığı ve Siber Zorbalık Dergisi*, 6 (1), 1-30.
- Aytaç, Ö. (2002). Boş Zaman Üzerine Kuramsal Yaklaşımlar. *Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 12 (1), 231-260.
- Bakioğlu, F., Ekinci, N., & Deniz, M. (2023). Gelişmeleri Kaçırma Korkusu (FoMO) ve İnternet Bağımlılığı: Bilişsel Esnekliğin Aracılık Rolü Üzerine Bir Araştırma. *Bingöl Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 26, 264-275. <https://doi.org/10.29029/busbed.1298386>
- Bayrak, T. ve Cihan, B. (2017). Yeni Medyada Bağımlılık Sonucu Gelişen Dijital Obezite Olgusu. *Yeni Medya Elektronik Dergisi*, 5(1), 78-94.
- Borak, N. & Beki, A. (2021). Sosyal Medya Bağımlılığının Lise Öğrencilerinin Akademik Başarıları Üzerindeki Etkisi. *Toplumsal Politika Dergisi*, 2 (1), 61-76. Retrieved From <https://dergipark.org.tr/en/pub/tpd/issue/63038/963920>
- Bozkurt, İ. (2021). Sosyal Medya Bağımlılık Düzeyi ile Temel Psikolojik İhtiyaçlar Arasındaki İlişkinin İncelenmesi: Üniversite Öğrencileri Üzerinde Bir Araştırma. Yüksek Lisans Tezi. İstanbul Gelişim Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, İstanbul.
- Bozkurt, V. (2023). Kuşaklar Sosyolojisi ve Z kuşağı: Data Ne Söylüyor? M. Yılmaz (Ed.), Bursa'da Z Kuşağını Anlamak İçin (s. 44-68). Bursa.
- Bulunmaz, B. (2014). Yeni Medya Eski Medyaya Karşı: Savaşı Kim Kazandı ya da Kim Kazanacak? *Karadeniz Teknik Üniversitesi İletişim Araştırmaları Dergisi*, 4(1), 22-29.
- Cengizhan, C. (2005). Öğrencilerin Bilgisayar ve İnternet Kullanımında Yeni Bir Boyut: “İnternet Bağımlılığı”. *Marmara Üniversitesi Atatürk Eğitim Fakültesi Eğitim Bilimleri Dergisi*, 22(22), 83-98.
- Cizmeci, E. (2015). Yeni Medya ve Serbest Zaman. *İletişim Çalışmaları Dergisi*, 81, 99.
- Creswell, J. W. (2009). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (3. Baskı), CA: Sage.
- Çağlayan, M. T., & Arslantaş, H. (2023). Üniversite Öğrencilerinde Sosyal Medya Bağımlılığını Etkileyen Faktörler ve Sosyal Medya Bağımlılığının Depresyon Ve Gelişmeleri Kaçırma Korkusu İle İlişkisi. *Bağımlılık Dergisi*, 24(3), 334-348.
- Çakır, H. ve Azman, A. (2022). “Sosyal Kuşaklar: Kuşaklar Sosyolojisinde Metodolojik Bir Açılım”, *İmgelem*, 6 (11): 331-350.

- Çakır, Ö. ve Oğuz, E. (2017). Lise Öğrencilerinin Yalnızlık Düzeyleri ile Akıllı Telefon Bağımlılığı Arasındaki İlişki. *Mersin Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 13 (1), 418-429. Doi: 10.17860/Mersinefd.290711
- Çalık, F. ve Yönet, E. (2020). *Liselilerin Sportif Serbest Zaman İlgilenimi Dijital Oyun Bağımlılığı ve Yaşam Kaliteleri*. Ankara: Astana Yayınları.
- Çalışkan, M. & Mencik, Y. (2015). Değişen Dünyanın Yeni Yüzü: Sosyal Medya. *Akademik Bakış Uluslararası Hakemli Sosyal Bilimler Dergisi*, (50), 254-277. Retrieved From <https://Dergipark.Org.Tr/Tr/Pub/Abuhsbd/Issue/32944/366052>
- Çelik, E. (2018). Modern Toplumda Serbest Zamanın İşlevi ve Planlanması. *Akademik Hassasiyetler*, 5(9), 77-92.
- Demir, C., & Demir, N. (2006). Bireylerin Boş Zaman Faaliyetlerine Katılmalarını Etkileyen Faktörler ile Cinsiyet Arasındaki İlişki: Lisans Öğrencilerine Yönelik Bir Uygulama. *Ege Academic Review*, 6(1), 36-48.
- Demir, Y., & Kutlu, M. (2017). İnternet Bağımlılığı, Akademik Erteleme ve Akademik Başarı Arasındaki İlişkiler. *The Journal of Academic Social Science Studies*, 61, 91-105.
- Demirel, Z. H. (2021). Çalışma Hayatında Geleceğin İnsan Kaynağı: Alfa Kuşağı. *Opus International Journal Of Society Researches*, 18(Yönetim ve Organizasyon Özel Sayısı), 1796-1827.
- Dilmen, N. (2007). Yeni Medya Kavramı Çerçevesinde İnternet Günlükleri-Bloglar ve Gazeteciliğe Yansımaları. *Marmara İletişim Dergisi*, 12(12), 113-122.
- Doğan, A. (2013). İnternet bağımlılığı yaygınlığı. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Dokuz Eylül Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, İzmir.
- Durak-Batıgün, A. ve Hasta, D. (2010). İnternet Bağımlılığı: Yalnızlık ve Kişilerarası İlişki Tarzları Açısından Bir Değerlendirme. *Anadolu Psikiyatri Dergisi*, 11, 213-219
- Duygulu, S. (2018). Yeni Medya Teknolojilerinin K-Kuşağının Ebeveynleri ile Olan İletişimine Etkisi. *TRT Akademi*, 3(6), 632-652.
- Ekşili, N., ve Antalyalı, Ö. L. (2017). Türkiye’de Y Kuşağı Özelliklerini Belirlemeye Yönelik Bir Çalışma: Okul Yöneticileri Üzerine Bir Araştırma. *Humanities Sciences*, 12(3), 90-111.
- Erkılıç E., (2021). Ortaokul Öğrencilerinin Dijital Oyun Bağımlılığının Yalnızlık ve Benlik Saygısı Arasındaki İlişkisi ve Çeşitli Demografikler Açısından İncelenmesi, Yüksek Lisans Tezi. Bahçeşehir Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, İstanbul.
- Giddens, A. (2012). *Sosyoloji*. 1. bsk. İstanbul: Kırmızı Yayınevi.

- Gümüş, N. (2020). Z Kuşağı Tüketicilerin Satın Alma Karar Tarzlarının İncelenmesi. *Yaşar Üniversitesi E-Dergisi*, 15(58), 381-396.
- Günüç S., & Doğan Keskin, A. (2016). Çevrimiçi Alışveriş Bağımlılığı: Belirtiler, Nedenler ve Etkiler. *Addicta: The Turkish Journal On Addictions*, 3(3), 339-364.
- Günüç, S. (2009). İnternet Bağımlılık Ölçeğinin Geliştirilmesi ve Bazı Demografik Değişkenler ile İnternet Bağımlılığı Arasındaki İlişkilerin İncelenmesi. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Yüzüncü Yıl Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Van.
- Gürdin, B. (2019). Sosyal Medyanın Hedonik Tüketimi ve Fomo'nun Gücü. *Üçüncü Sektör Sosyal Ekonomi Dergisi*, 54(3), 1259-1278.
- Hazar, M. (2011). Sosyal Medya Bağımlılığı-Bir Alan Çalışması. *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, 2011(32).
- Horzum, M. B., Ayas, T. ve Balta, Ö. Ç. (2008). Çocuklar İçin Bilgisayar Oyun Bağımlılığı Ölçeği. *Türk Psikolojik Danışma ve Rehberlik Dergisi*, 3(30), 76-88.
- İskender, A. (2017). Neulinger Boş Zaman Paradigması ve Boş Zaman Katılım Motivasyonları Üzerine Nitel Bir Araştırma. *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 21(3), 819-825.
- Karadeniz, F., Müftüler, M. ve Gülbeyaz, K. (2019). Üniversite Öğrencilerinin Serbest Zaman Aktivitelerine Yönelik Tutum ve Engellerinin İncelenmesi (Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Örneği). *Spor ve Rekreasyon Araştırmaları Dergisi*, 1(2), 21-36.
- Karaduman, M. ve Acıyan, E. P. (2020). Baudrillard'ın Simülasyon Kuramı Bağlamında Dijital Oyunlar ve Bağımlılık Üzerine Bir Değerlendirme. *Trakya Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 22(1), 453-472.
- Karaduman, S. (2019). Yeni Medya Okuryazarlığı: Yeni Beceriler/Olanaklar/Riskler. *Erciyes İletişim Dergisi*, 6(1), 683-700.
- Karakoç, E. ve Gülsünler, M. E. (2012). Kullanımlar ve doyumlar yaklaşımı bağlamında Facebook: Konya üzerine bir araştırma. *Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, (18), 42-57.
- Karataş, G., Dursun, İ., & Köksal, C. G. (2022). Fenomen Pazarlamasında Tüketici Satın Alma Niyetine Etki Eden Faktörler: Parasosyal Etkileşimin Etkileri ve Öncülleri. *Journal of Research in Business*, 7(2), 515-541.
- Kaya, Y. ve Şahin, N. (2013). Kadınlarda Madde Kullanımı ve Hemşirenin Rolü. *Hemşirelikte Eğitim ve Araştırma Dergisi*, 10(1), 3-7.
- Kayıkçı, M. Y., & Bozkurt, A. K. (2018). Dijital Çağda Z ve Alpha Kuşağı, Robotlar ve Turizmde Yapay Zekâ Uygulamaları. *Sosyal Bilimler Metinleri*, 2018(1), 54-64.

- Keleş, H. N. (2011). Y Kuşağı Çalışanlarının Motivasyon Profillerinin Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma. *Organizasyon ve Yönetim Bilimleri Dergisi*, 3(2), 129-139.
- Kırık, A. M., ve Köyüstü, S. (2018). Z kuşağı konusunda yapılmış tezlerin içerik analizi yöntemiyle incelenmesi. *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, 6(2), 1497-1518.
- Kuyucu, M. (2014). Y Kuşağı ve Facebook: Y Kuşağının Facebook Kullanım Alışkanlıkları Üzerine Bir İnceleme. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 13(49), 55-83.
- Lafargue, P. (2021). *Tembellik Hakkı*, (Çev.: Gözde Koca), Cevher Klasikler. İstanbul: Kapı Yayınları.
- Mansuroğlu, S. (2016). Ergenlerde İnternet Bağımlılığı ve Şiddete Eğilim Düzeylerinin Belirlenmesi. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Mustafa Kemal Üniversitesi, Sağlık Bilimleri Enstitüsü, Hatay.
- Munusturlar, S., Kurnaz, B., Yavuz, G., Özcan, Ö., ve Karas, B. (2017). Boş Zaman Davranışını Açıklamaya Işık Tutan Kuramsal Yaklaşımlar. *Ulusal Spor Bilimleri Dergisi*, 1(1), 1-19.
- Nalçacı İkiz, A., ve Öztürk, İ. (2022). Z kuşağının rekreasyonel etkinliklere eğilimi ve boş zaman tutumları [The tendency of the Z generation to recreational activities and their leisure time attitudes]. In L. Altınay, O. M. Karatepe, & M. Tuna (Eds.), *Daha iyi bir dünya için turizm* (Vol 2, pp. 1–11). USF M3 Publishing. <https://www.doi.org/10.5038/9781955833103>
- Ögel K. (2010). *Sigara, Alkol ve Madde Kullanım Bozuklukları: Tanı, Tedavi ve Önleme*. Yeniden Yayınları, İstanbul.
- Öner, B. (2017). Ergenlerde Serbest Zamanda Sıkılma Algısı, İnternet Bağımlılığı ve Akademik Başarıları Arasındaki İlişkinin İncelenmesi. Yüksek Lisans Tezi. Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Antalya.
- Özşaker, M., Dorak, R. F., Vurgun, N., & Uludağ, S. (2016). Serbest Zaman Tutum Kapsamında Problemlili İnternet Kullanımı ve Yalnızlık: Rekreatif Aktivitelere Katılım Açısından Bir Değerlendirme. *International Journal of New Trends in Arts, Sports & Science Education (IJTASE)*, 5(3).
- Öztaş, Ş., ve Kıyılıoğlu, L. (2021). Kapitalizmle İlişkisi Bağlamında Boş Zaman ve Gençlik. *Kültür Araştırmaları Dergisi*, (9), 338-358.
- Ritzer G. ve Stepnisky J. (2018). Modern Sosyoloji Kuramları. (Çev.: Himmet Hülür) 2. Bsk, Ankara: De Ki Basım Yayım LTD.
- Seymen, A. F. (2017). Y ve Z Kuşak İnsanı Özelliklerinin Millî Eğitim Bakanlığı 2014-2019 Stratejik Programı ve Tübitak Vizyon 2023 Öngörülerini İle İlişkilendirilmesi. *Kent Akademisi*, 10(32), 467-489.

- Süzer, M. (2000). Üniversite Öğrencilerinin Boş Zamanlarını Değerlendirme Alışkanlıkları. *Pamukkale Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 8(8), 123-133.
- Şahin, H., Topal, B. ve Topal, B. (2018). İnternet Bağımlılığı Üzerine Bir Araştırma. *Sosyal Bilimler Metinleri*, 2018(2), 118-136.
- Şentuna, B. (2010). Boş Zamanlar Sosyolojisi. *İstanbul Üniversitesi*, 1, 2020.
- Taş, H. Y., Demirdöğmez, M. ve Küçükoğlu, M. (2017). Geleceğimiz Olan Z Kuşağının Çalışma Hayatına Muhtemel Etkileri. *Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi*, 7(13), 1031-1048.
- Taşçı B. ve Ekiz, S. (2018). Serbest Zaman Aktivitesi Olarak Sosyal Medya Bağımlılığı, 2. Uluslararası İletişimde Yeni Yönelimler Konferansı: Eğlence ve Ürün Yerleştirme, İstanbul Ticaret Üniversitesi, Sayfa: 224-235, İstanbul.
- TDK, <https://sozluk.gov.tr>, Erişim tarihi: 20 Aralık 2022
- Tekiroğlu, Z. (2019). Ortopedik Engelli Bireylerin İnternet Bağımlılığı ve Teknoloji Kullanımlarının İncelenmesi. Yüksek Lisans Tezi. Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Van.
- Toruntay, H. ve Kulak F.A. (2011). Takım Roller Çıalışması: X ve Y Kuşağı Üzerinde Karşılaştırmalı Bir Araştırma. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- TUİK, Türkiye İstatistik Kurumu. Hane halkı Bilişim Teknolojileri (BT) Kullanım Araştırması, (Ağustos 2023)
- Turan, S. (2008). İnternet Ağında Çocukum, Gül Yurdu Yayınları, İzmir, Pdf
- Turan, Z., Nakiboğlu, A. ve Bozkaya, Ş. (2015). Öğretileriyle T. Veblen. *İşletme ve İktisat Çalışmaları Dergisi*, 3(4), 161-200.
- Türe, S. (2024), “Öğretmenlerde İnternet Bağımlılığı ve Fomo: İlişkisel Bir Tarama”, *International QMX Journal*, 3(2), 529-545. ISSN: 3023-6037.
- Türk G. D. ve Bayrakçı, S. (2019). Sosyal Medya ve Toplumda Değişen Estetik İşlem Yaptırma Algısı. *Ajit-E: Academic Journal Of Information Technology*, 10(39), 118-135. <https://doi.org/10.5824/ajit-e.2019.4.005>
- Uğurbulduk, H., & Efeoğlu, İ. E. (2021). Z Kuşağı, Değerleri ve Çalışma Hayatından Beklentileri. *Social And Education*, 56.
- Uğurlu T.T., Şengül C.B. ve Şengül C. (2012) Bağımlılık Psikofarmakolojisi Psikiyatride Güncel Yaklaşımlar.;4(1):37-50.
- Uzbay, İ. T. (2009). Madde Bağımlılığının Tarihçesi, Tanımı, Genel Bilgiler ve Bağımlılık Yapan Maddeler. *Meslek İçi Sürekli Eğitim Dergisi*, 5-15.
- Uzunoglu, A. (2021). Dijital Oyun ve Bağımlılık. *Yeni Medya*, 2021(11), 116-131.

- Ünlü, F. (2018). Orta Yaş Üstü Bireylerde Sosyal Medya Bağımlılığı ve Sosyal İzolasyon. *Pesa Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 4(1), 161-172.
- Veblen, T. (2005). Aylak Sınıfın Teorisi. 1. Bsk, İstanbul: Babil Yayınevi.
- Yaman, D., (2020). Kullanımlar ve Doyumlar Bağlamında İnfluencerların Z Kuşağı Sosyal Medya Kullanıcılarına Etkileri. Yüksek Lisans Tezi. Ondokuz Mayıs Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Samsun.
- Yanardağ, M. Z., Bilge, M. ve Yanardağ, U. (2020). Davranış Bağımlılığına Sahip Müracaatçılara Yönelik Sosyal Hizmet Uygulamaları Üzerine Bir Tartışma. *Celal Bayar Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü Dergisi*, 7(4), 551-560.
- Young, K. S. (2007). Cognitive Behavior Therapywith Internet Addicts: Treatment Outcomes And İmplications. *Cyber Psychology & Behavior*, 10(5): 671-679.





EKLER

EK-1. Derinlemesine Görüşme Mülakat Soruları

DERİNLEMESİNE GÖRÜŞME MÜLAKAT SORULARI

Bu mülakat Kırıkkale Üniversitesi Yüksek Lisans Tezi için gerçekleştirilen akademik bir çalışmadır. Mülakatı gerçekleştirdiğimiz katılımcılarımızın kimlik bilgileri gizli kalacaktır. Mülakat sorularına verilen cevaplar sadece bu araştırma amacı ile kullanılacağını bildirir katılımınız için teşekkür ederiz.

DEMOGRAFİK SORULAR

Cinsiyet

Yaşınız nedir?

Yaşadığınız şehir neresi?

Hangi bölümde eğitim almaktasınız? Kaçınıcı sınıftasınız?

Çalışıyor musunuz? Çalışıyorsanız ne iş yapıyorsunuz?

Ailenizin eğitim seviyesi nedir?

Aylık ortalama gelir düzeyiniz ne kadar?

Ailenizle mi yoksa yalnız mı yaşıyorsunuz?

EK-1. (devam) Derinlemesine Görüşme Mülakat Soruları

MÜLAKAT SORULARI

- 1- Günlük hayatınızda iş veya okul haricinde kalan boş zamanlarınızı değerlendirmek için ne gibi faaliyetler ve hobiler yapıyorsunuz? Bu faaliyetlerin size katkıları ve hissettirdikleri nelerdir?
- 2- Sosyal faaliyetleriniz içinde Spor, sanat, müzik, eğlence ve internet ne derecede pay sahibidir kısaca anlatır mısınız?
- 3- Boş zamanlarınızı değerlendirirken günlük ortalama ne kadar süre internette zaman geçiriyorsunuz?
- 4- İnternet kullanımınızda iletişim, oyun, eğlence, alışveriş ve eğitim nasıl bir dağılım göstermektedir kısaca anlatınız?
- 5- İnternet kullanımınıza ve teknolojik araçlarınıza aylık ne kadar ücret ayırmaktasınız?
- 6- En çok kullandığınız sosyal medya uygulaması nedir? Bu uygulamayı tercih etmenizin sebepleri nelerdir?
- 7- Fenomen ve influencerların sosyal medya üzerinden yapmış olduğu paylaşımların internet kullanım alışkanlığınıza nasıl bir etkisi var kısaca bahseder misiniz?
- 8- Sosyal medya kullanım alışkanlığınızın sosyal hayatınıza olan olumlu ve olumsuz etkileri nelerdir kısaca açıkla mısınız?
- 9- Gerçek yaşamda karşılaştığınız üzüntü, kaygı, stres gibi negatif durumlar karşısında internette zaman geçirmenin size iyi geldiğiniz düşünüyor musunuz? Düşünüyorsanız internet hangi yönleriyle size iyi geliyor?
- 10- İnternete (sosyal medya, çevrimiçi alışveriş siteleri vb.) erişiminizin kısıtlanmasını nasıl karşılırsınız?
- 11- İnternet kullanım sürenizi aşarak günlük hayattaki görevlerinizi aksattığınız oluyor mu? Teknolojiyle ilişkinizde kontrolün kimde olduğunu düşünüyorsunuz?
- 12- Aile, akraba, arkadaş çevrenizin sizin internet kullanım şekliniz ve sürenizle ilgili düşünceleri nelerdir, kısaca bahseder misiniz?
- 13- Teknoloji Bağımlılığınız olduğunu düşünüyor musunuz? Düşünüyorsanız bunun için kendiniz veya profesyonel yardım alarak çözümler üretip uyguladınız mı? Uyguladıysanız başarılı ya da başarısız olduğunuzu düşünüyorsunuz?

EK-2. Etik Kurul Onayı

Evrak Tarih ve Sayısı: 21.02.2024-E.234670

T.C.
KIRIKKALE ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL VE BEŞERİ BİLİMLER ARAŞTIRMALARI
ETİK KURULU TOPLANTISI

KARAR TARİHİ : 18/01/2024
OTURUM NO : 01
TOPLANTI SAATİ : 12.30

Sosyal ve Beşeri Bilimler Araştırmaları Etik Kurulu, Kurul Başkanı Prof. Dr. Ali ÇETİN başkanlığında gündemdeki maddeleri görüşmek üzere toplanarak aşağıdaki kararları almıştır.

- GÜNDEM** 14-Kırıkkale Üniversitesi İnsan ve Toplum Bilimleri Fakültesi Sosyoloji Bölümü Dr. Öğr Üyesi Hakan ARIKAN'ın danışmanı olduğu Büşra Sultan Gençer tarafından yürütülen "Z KUŞAĞINDA SERBEST ZAMAN DEĞERLENDİRMEDE YENİ MEDYA BAĞIMLILIĞI" konulu proje başvurusunun görüşülmesi,
- KARAR** 14- Kırıkkale Üniversitesi İnsan ve Toplum Bilimleri Fakültesi Sosyoloji Bölümü Dr. Öğr Üyesi Hakan ARIKAN'ın danışmanı olduğu Büşra Sultan Gençer tarafından yürütülen "Z KUŞAĞINDA SERBEST ZAMAN DEĞERLENDİRMEDE YENİ MEDYA BAĞIMLILIĞI" konulu proje incelenmiş olup, Kırıkkale Üniversitesi Sosyal ve Beşeri Bilimler Araştırmalar Etik Kurulu Yönergesinde belirtilmiş olan Etik İlkelerine uygun olduğuna karar verildi.

BAŞKAN

Prof. Dr. Ali ÇETİN

ÜYE

Prof. Dr. Mehmet DİKKAYA

ÜYE

Prof. Dr. Eda YEŞİL

ÜYE

Prof. Dr. Sevgi YURT ÖNCEL

ÜYE

Prof.Dr.İbrahim MAZMAN

ÜYE

Prof. Dr. Aysun SUNGURHAN Doç.Dr. Neslin İHTİYAROĞLU

ÜYE

ÜYE

Doç. Dr. Kamil ŞAHİN

ÜYE

Dr.Öğr.Üyesi Fatma HIZIR ASRAV

Bu belge, güvenli elektronik imza ile imzalanmıştır.

ÖZGEÇMİŞ

Adı Soyadı : Büşra Sultan Gençer

Doğum Tarihi :

Yabancı Dil : İngilizce

Eğitim Durumu :

Lisans : Erciyes Üniversitesi 2016-2020

Yüksek Lisans : Kırıkkale Üniversitesi 2021-2024

Çalıştığı Kurum/Kurumlar ve Yıl/Yıllar:

Yayınları (SCI) : Yeni Medya Kullanıcılarının Sosyal İletişim Alanında Karşılaştıkları Risk: Nefret Söylemi

Yayınları (Diğer):

Araştırma Alanları: Boş Zaman Sosyolojisi