



Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi

The Journal of International Social Research

Cilt: 9 Sayı: 47 Volume: 9 Issue: 47

Aralık 2016 December 2016

www.sosyalarastirmalar.com Issn: 1307-9581

İNTERNET BAĞIMLILIĞI VE MEDYA KULLANIMI: ÜNİVERSİTE ÖĞRENCİLERİ ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA*

INTERNET ADDICTION AND MEDIA USAGE: A STUDY ABOUT UNDERGRADUATE STUDENTS

Sefer KALAMAN**

Mikail BAT***

Öz

Bu çalışma, üniversite öğrencilerinin hem internet bağımlılık düzeylerini tespit etmek hem de geleneksel medyayı ve interneti ne oranda kullandıklarını ortaya çıkarmak amacıyla yapılmıştır. Araştırmada, yüz yüze anket yöntemi kullanılmıştır. Anket, internet, internet bağımlılığı, geleneksel medya ve yeni medya konularının incelenmesi ve bu konularla ilgili mevcut literatürün taranması sonrasında hazırlanmış ve uygulanmıştır. 2016 yılında Bozok Üniversitesi'nde öğrenim gören 366 lisans öğrencisine uygulanan anket çalışmasından elde edilen veriler, SPSS adlı program aracılığıyla analiz edilmiştir.

Anket analizinden elde edilen sonuçlarına göre, katılımcıların internet bağımlılık düzeyleri yüksek olmaktadır. Bunun yanında, katılımcılar internet mecrasını buna bağlı olarak yeni medyayı geleneksel medyadan daha çok kullanmaktadır. Analizde ayrıca katılımcıların cinsiyetleri, yaşları ve gelir seviyeleri ile farklı değişkenler karşılaştırılmış ve anlamlı sonuçlara ulaşılmıştır.

Anahtar Kelimeler: İnternet Bağımlılığı, Geleneksel Medya, Yeni Medya.

Abstarct

This study aims to determine the internet addiction levels of university students and indicate their usages of traditional media and internet. Face to face survey method was used in the study. This survey was prepared and done after the analyses of the subjects such as internet, internet addiction, traditional media and new media, and literature review related to them. Data of the survey done by 366 undergraduate students of Bozok University in 2016 were analyzed by SPSS program.

According to these results, the internet addiction levels of students were high. Besides, they use new media more than traditional media. In this analysis, their genders, ages and income levels were also compared with different variables, and significant results were found.

Keywords: Internet Addiction, Traditional Media, New Media.

Giriş

Dijital çağın kuşkusuz en önemli unsuru olan internet, ekonomik, sosyal, siyasal, bilimsel, sanatsal ve daha birçok alana nüfuz ederek bu alanların evrim geçirmesine zemin hazırlamıştır. Söz konusu bu alanlardan yalıtılmış bir yaşam tarzı süremeyecek olan insanoglu da bu evrim sürecinden etkilenmiştir. İnsanlar günlük yaşam rutinlerini gerçekleştirirken sosyal, ekonomik, sanatsal ve diğer aktivitelerini gün geçtikçe daha fazla internet üzerinden gerçekleştirmeye başlamıştır. Bu durum da beraberinde insanların internete daha fazla ihtiyaç duymasını ve beraberinde bir bağımlılık unsurunun meydana gelmesi sonucunu doğurmuştur. İnternet üzerinden sosyalleşmeye çalışan birey daha fazla yalnızlaşmaya, sanat ihtiyacını karşılamak isteyen birey daha fazla suniliğe (dijitalliğe) ve zaman geçirmek/eğlenmek/sorunlarından uzaklaşmak isteyen birey daha fazla psikolojik sorunların oluşumuna maruz kalabilmektedir.

Halihazırdaki durum internetin geleceği hakkında akademik ve diğer çevrelerde distopik ve ütöpic tartışmaların sıklıkla yapılmasına neden olmaktadır. Ancak gerçek olan şu ki, internet Türkiye'de ve dünyada çok büyük kitleler tarafından kullanılmakta ve her geçen gün bu sayı daha da artmaktadır. 2016 yılının üçüncü çeyreğinde elde edilen verilere göre, dünya üzerindeki internet kullanıcı sayısı 3,4 milyara ulaşmıştır. Türkiye'de ise 2015 verilerine göre 77 milyonluk nüfusun yaklaşık 38 milyonu internet kullanıcısı olmaktadır (Kemp, 2015, Internet Live Stats, 2016).

Ferdi ve içtimai açıdan günümüzde çok önemli bir yere sahip olan internet birçok yaşam alanını dönüşüme uğratmıştır. Bu alanlardan birisi de radyo, sinema, televizyon ve gazete gibi iletişim araçlarını içerisinde barındıran geleneksel medya (traditional media) alanıdır. İnternet, getirmiş olduğu teknolojik imkanlar doğrultusunda adına "yeni medya" (new media) denilen yeni bir iletişim ortamının doğmasını sağlamıştır. Yeni medya, aslı itibarıyla küreselleşmenin hız kazanmasına ve teknolojinin gelişmesine paralel

* Bu çalışma 13-15 Ekim 2016'da düzenlenen Uluslararası Sosyal Bilimler Sempozyumu'nda sunulan "Üniversite Öğrencilerinin İnternet Bağımlılık Düzeyleri ve Medya Kullanım Pratikleri" adlı sözlü bildirin genişletilmiş versiyonudur.

** Yrd. Doç. Dr., Bozok Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Radyo, Televizyon ve Sinema Bölümü.

*** Yrd. Doç. Dr., Ege Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümü.

olarak insanoğlunun hayatına giren bilgisayar ve internet aracılığıyla geleneksel medyadan evrilerek şu anki haline kavuşmuştur.

Milyarlarca insan tarafından kullanılan ve forumlar, bloglar, haber siteleri, online medya yayınları (radyo ve televizyon yayınları), internet gazeteciliği, sinema ve sosyal paylaşım ağları gibi birçok sanal ortamı bünyesinde barındıran yeni medya, adına eski ya da geleneksel adı verilen medyayı büyük bir dönüşüme uğratmış toplumun yapısında da köklü değişimler yaratmıştır. Yeni medya yeni kültürü, yeni kültür yeni insanı, yeni insan da yeni toplum yapısını oluşturmuştur.

İnsan hayatına birçok yeniliğin girmesine imkan tanımış olan internet, getirdiği olanakların haricinde doğurduğu zararlarla da insanoğlunun hayatına etki etmektedir. Söz konusu zararların arasında internet bağımlılığı belki de en önemlilerinden birisi olarak öne çıkmaktadır.

İnternet bağımlılığı teknolojik bağımlılığın ve davranışsal bağımlılığın bir alt kümesi olarak tanımlanabilmektedir (Griffith, 1998). Teknolojik bağımlılıklar kapsamında medya bağımlılığı, televizyon bağımlılığı, cep telefonu bağımlılığı, bilgisayar ve internet bağımlılığı gibi bağımlılıklar da ele alınabilmektedir (Günüç ve Kayri, 2010: 221). İnternet bağımlılığı bunun yanında çevrimiçi bağımlılık, sorunlu internet kullanımı, sanal bağımlılık, patolojik internet kullanımı, kompulsif internet kullanımı, dijital bağımlılık gibi farklı isimler kullanılarak da ifade edilmeye çalışılmaktadır.

İnternet bağımlılığının standart bir tanımı yoktur fakat araştırmacılar arasında böyle bir olgunun varlığı büyük oranda kabul görmektedir (Chou ve ark. 2005: 365). İnternet bağımlılığı, internetin aşırı kullanılması isteğinin önüne geçilememesi, çevrimiçi olmadan geçirilen zamanın önem arz etmemesi, internete bağlanmayınca sinirli, mutsuz ya da agresif olunması ve iş, sosyal ve ailevi hayatının internet yüzünden giderek bozulması olarak tanımlanabilmektedir (Young, 2004).

Amacı dışında aşırı derecede internet kullanımı, kullanıcının biyolojik, fizyolojik, psikolojik ve sosyal gelişimini olumsuz olarak etkileyebilmektedir (Caplan, 2002). Öyle ki, bireyin arkadaş ilişkileri, aile ilişkileri, sosyal hayatı, zihinsel aktiviteleri, fiziksel aktiviteleri ve dahi biyolojik yapısı zarar görebilmektedir. Ütopik bir yaklaşıma göre internete bu denli bağımlı olan ve hayatının her noktasına bu sanal ağı adapte eden insanoğlunun ilerleyen yüzyıllarda giderek vücut yapısının değişeceği iddia edilmektedir.

Lamarck'ın (1873) teorisine göre "kullanılan organlar gelişir ve büyür, kullanılmayan organlar körelir. Bu noktadan hareketle bilim adamları, bilgisayarın ve sonrasında internetin insan hayatına girmesiyle birlikte insanoğlunun yaşam aktivitelerinin ve fiziksel aktivitelerin değiştiğini öne sürmekte, bununla birlikte yüzyıllar sonra insan vücudundaki altın oranın bozulup organların/uzuvların şekil değiştireceğini savunmaktadır. Daha yakın tarihe bakılacak olunursa teknolojik imkanların gelişimi paralelinde mekanik uzuvların/organların insan bedenine entegre olacağı birçok bilim insanı tarafından öngörülmektedir.

Bireysel ve toplumsal noktada aşırı internet kullanımı ve bu ağa duyulan bağımlılık insanoğlunu sosyal, fiziksel (hastalık), psikolojik ve daha birçok açıdan dönüşüme uğrattığı ve daha da uğratacağı aşıkardır.

1. Materyal ve metot

1.1. Araştırmanın amacı ve yöntemi

Bu çalışma, üniversite öğrencilerinin internet bağımlılık düzeylerini tespit etmek ve geleneksel medyayı ve interneti ne oranda kullandıklarını ortaya çıkarmak amacıyla yapılmıştır. Araştırmada, katılımcıların internet bağımlılık seviyelerini ölçmek, geleneksel medya ve internet kullanım örüntülerini belirlemek ve bu veriler arasında bir ilişkinin olup olmadığını tespit etmek için bir anket çalışması yapılmıştır.

Anket, internet, internet bağımlılığı, geleneksel medya ve yeni medya konularının incelenmesi ve bu konularla ilgili mevcut literatürün taranması sonrasında hazırlanmış ve uygulanmıştır. Bozok Üniversitesi'nde 2015-2016 yılları arasında farklı fakültelerde öğrenim gören 366 lisans öğrencisine uygulanan anket çalışmasından elde edilen veriler, 'Statistical Package for the Social Sciences' (SPSS) adlı program aracılığıyla analiz edilmiştir. Analizde Ki-Kare testi, Cronbach's Alpha testi, Sıklık analizi, Kolmogorov-Smirnov testi ve Kuruskal-Wallis testi kullanılmıştır.

H1: Üniversite öğrencilerinin internet bağımlılık düzeyleri yüksektir.

H2: Üniversite öğrencileri yeni medyayı ve/veya interneti geleneksel medyadan daha çok kullanmaktadır.

1.2. Araştırmanın önemi

İnternet kullanımı tüm dünyada olduğu gibi Türkiye'de de her geçen gün artmaktadır. Buna bağlı olarak da aşırı internet kullanımı ya da problemlerli internet kullanımı neticesinde insanların bu sanal ağa olan bağımlılığı da gün geçtikçe artmaktadır. Bu noktadan hareketle Türkiye'deki üniversite öğrencilerinin

internet bağımlılık düzeylerini tespit etmek için yapılan çalışma kullanıcıların mevcut durumunu ortaya çıkaracaktır.

Çalışma, üniversite öğrencilerinin internete bağımlı olup olmadıklarını bağımlı iseler bu bağımlılığın ne düzeyde olduğunu tespit edecek olması, üniversite öğrencilerinin yeni medyayı yahut interneti eski/geleneksel medyaya oranla ne kadar fazla kullandıklarını ortaya çıkaracak olması ve yapılacak diğer bilimsel çalışmalara veri oluşturacak olması hasebiyle önem arz etmektedir.

1.3. Sınırlılıklar

Araştırma, Bozok Üniversitesinde 2015-2016 eğitim öğretim yılında öğrenim gören lisans öğrencilerini ve bu öğrencilerden elde edilen verileri kapsamaktadır. Anket ölçeği, Kimberly Young tarafından 1996 yılında geliştirilen İnternet Bağımlık Testi formunda bulunan soruların ölçtüğü niteliklerle sınırlı olmaktadır.

1.4. Araştırmanın evreni ve örnekleme

İnternetin insan hayatına girmesiyle beraber özellikle genç yaşta bireylerin bu mecraya bağımlı hale gelmesini ve geleneksel medyadan ziyade artık daha çok yeni medyayı kullanılıyor olmasını ortaya çıkarmak amacıyla yapılan bu çalışmada, araştırmanın evrenini Bozok Üniversitesi'nde öğrenim gören 7794 lisans öğrencisi oluşturmaktadır. Çalışmanın örnekleme ise farklı fakültelerde bulunan 366 lisans öğrencidir. Örnek kitleye ulaşılırken kasti örneklem yöntemi kullanılmıştır.

1.5. Güvenilirlik ve geçerlilik

1.5.1. Güvenilirlik

366 katılımcıdan elde edilen veriler "Cronbach's Alpha" testine tabi tutulmuş ve elde edilen Alfa (Alpha) değeri "0,947" olarak tespit edilmiştir. Analiz sonucundan elde edilen değere göre çalışmada kullanılan ölçek oldukça güvenilir olmaktadır.

1.5.2. Geçerlilik

Cronbach's Alpha testinden elde edilen verilere göre güvenilir olan anket soruları halihazırda Kimberly Young'un İnternet Bağımlık Testi temel alınarak hazırlanmış olmakta ve anketin içeriğinin geçerli olduğu görülmektedir.

2. Bulgular

2.1. Anket sorularının analizi

Anket çalışmasına dahil olan üniversite öğrencilerinin demografik bilgileri incelendiğinde kadın ve erkek oranının birbirine yakın olduğu, katılımcıların çoğunun 19-20 yaş aralığında bulunduğu (%55), 0-500 TL arasında gelir seviyesine sahip olduğu (%57) ve öğrenci yurdunda ikamet ettiği (%67) görülmektedir (Tablo 1).

Tablo 1: Katılımcıların Demografik Özellikleri

Değişken	Kategoriler	Frekans	%
Cinsiyet	Kadın	197	54
	Erkek	169	46
	Toplam	366	100
Yaş	17-18	66	18
	19-20	203	55
	21-22	71	19
	23-24	17	5
	25 +	9	3
	Toplam	366	100
Gelir	0-500 TL	207	57
	501-750 TL	82	22
	751-1000 TL	38	10
	1001-1250 TL	25	7
	1251TL +	14	4
	Toplam	366	100
Yaşanılan Yer	Öğrenci Yurdunda	245	67
	Aileyle Birlikte	41	11
	Öğrenci Evinde	65	18
	Misafirhanede	4	1
	Diğer	11	3

	Toplam	366	100
--	--------	-----	-----

Çalışmaya dahil olan katılımcıların internet ve medya kullanım pratiklerini ölçmek için hazırlanmış olan soruların analizinden elde edilen sonuçlara göre, öğrencilerin yarısından fazlası (%52) interneti günde en az 4 saat kullanmaktadır. Bunun yanında katılımcıların hemen hemen hepsi (%97) internete cep telefonu aracılığıyla bağlanmaktadır ve interneti en fazla (%62) sosyal paylaşım ağlarına girmek için kullanmaktadır. Katılımcıların ayrıca çok büyük bir kısmı (%72) geleneksel medyaya internet aracılığıyla ulaşmaktadır. İnternet aracılığıyla olmaksızın katılımcıların yarısına yakını da (%44) geleneksel medyayı 1 saatten az takip etmektedir. Katılımcılar bunun yanında geleneksel medyayı ve en çok (%39) gündemi takip etmek ve habere ulaşmak için kullanmaktadır (Tablo 2).

Tablo 2: Katılımcıların İnternet ve Medya Kullanımı

Değişken	Kategoriler	Frekans	%
İnterneti günlük kullanım süresi	1 Saatten Az	38	10
	1-3 Saat	139	38
	4-6 Saat	111	30
	7-9 Saat	49	14
	9 Saatten Fazla	29	8
	Toplam	366	100
İnternete cep telefonundan bağlanma	Evet	357	97
	Hayır	9	3
	Toplam	366	100
İnternet kullanım amacı	Sosyal Paylaşım Ağlarına Girmek	226	62
	Araştırma Yapmak ve Bilgi Edinmek	36	10
	Film ya da Dizi İzlemek / Müzik Dinlemek	74	20
	Oyun Oynamak	14	4
	Diğer	16	4
	Toplam	366	100
İnternette geleneksel medyayı kullanma	Evet	265	72
	Hayır	101	28
	Toplam	366	100
Geleneksel medyayı kullanım süresi	1 Saatten Az	162	44
	1-3 Saat	127	35
	4-6 Saat	20	5
	7-9 Saat	2	0,7
	9 Saatten Fazla	1	0,3
	Kullanmıyorum	54	15
	Toplam	366	100
Geleneksel medyayı kullanım amacı	Gündemi Takip Etmek / Habere Ulaşmak	144	39
	Eğlenmek / Zaman Geçirmek	74	20
	Bilgi Edinmek / Öğrenmek	35	10
	Film ya da Dizi İzlemek / Müzik Dinlemek	73	20
	Diğer	2	0,5
	Kullanmıyorum	38	10,5
	Toplam	366	100

Kimberly Young'un ölçeği baz alınarak katılımcılara yöneltilen internet bağımlılığı konulu sorulara "Kolmogorov-Smirnov Testi" uygulanmış ve elde edilen normallik analizine göre ($0,00 < 0,05$) soruların normal dağılım göstermediği görülmüştür. Normal dağılım göstermeyen soruların analizi için parametrik olmayan Kuruskal-Wallis testi kullanılmıştır.

İnternet bağımlılık ölçeğinde yer alan sorulara yanıt veren 366 katılımcının 270'i internet bağımlısı değilken 96 katılımcı internet bağımlısıdır. Analiz sonunca göre hemen hemen her dört katılımcıdan biri (%26) internet bağımlısı olmaktadır (Tablo 3). Ayrıca internet bağımlısı olan katılımcıların %20'sinde ise internet bağımlılığı çok yüksek seviyededir.

Tablo 3: Katılımcıların İnternet Bağımlılık Düzeyleri

Değişken	Kategoriler	Frekans	%
İnternet Bağımlılığı	Bağımlı	96	26
	Bağımlı Olmayan	270	74
	Toplam	366	100

Analizden elde edilen sonuca göre erkek öğrenciler (%59) kadın öğrencilere (%41) göre daha fazla internet bağımlısı olmaktadır (Tablo 4).

Tablo 4: Katılımcıların Cinsiyetlerine Göre İnternet Bağımlılık Düzeyleri

Cinsiyet	İnternet Bağımlılık Düzeyi	
	Frekans	%
Kadın	39	41

Erkek	57	59
Toplam	96	100

2.2. Katılımcıların cinsiyetleri ile medyaya ve internete yönelmeleri arasındaki ilişki

“İnternet kullanım amacı” ile “Cinsiyet” arasında %5 anlamlılık düzeyinde bir ilişki söz konusudur (p 0.011). Çalışmaya dahil olan kadınların %65’i interneti en çok sosyal paylaşım ağlarına girmek için kullanırken erkeklerin ise %58’i interneti en çok sosyal paylaşım ağlarına girmek için kullanmaktadır. Bunun yanında kadınların sadece %0,5’i interneti en çok oyun oynamak için kullanırken erkeklerin %8’i interneti en çok oyun oynamak için kullanmaktadır (Tablo 5).

Tablo 5: Cinsiyete Göre İnternet Kullanım Amacı

Cinsiyet	İnternet Kullanım Amacı					Toplam
	Sosyal Paylaşım Ağlarına Girmek	Araştırma Yapmak ve Bilgi Edinmek	Film ya da Dizi İzlemek / Müzik Dinlemek	Oyun Oynamak	Diğer	
Kadın	%65	%9,5	%20	%0,5	%5	%100
Erkek	%58	%10	%20	%8	%4	%100

p<0.05

2.3. Katılımcıların yaşları ile medyaya ve internete yönelmeleri arasındaki ilişki

“Geleneksel medya kullanım süresi” ile “Yaş” arasında %5 anlamlılık düzeyinde bir ilişki söz konusudur (p. 0,004). 17-18 yaş aralığındaki katılımcıların %97’si geleneksel medyayı kullanırken 25 ve üzeri yaş gurubundaki katılımcıların sadece %66’sı geleneksel medyayı kullanmaktadır (Tablo 6).

Tablo 6: Yaşa Göre Geleneksel Medya Kullanım Süresi

Yaş	Geleneksel Medya Kullanım Süresi						Toplam
	1 Saatten Az	1-3 Saat	4-6 Saat	7-9 Saat	9 Saatten Fazla	Kullanmıyorum	
17-18	%59	%35	%3	%0	%0	%3	%100
19-20	%44	%33	%6	%1	%0	%16	%100
21-22	%37	%39	%6	%0	%0	%18	%100
23-24	%23	%41	%6	%0	%6	%24	%100
25 +	%33	%22	%11	%0	%0	%34	%100

p<0.05

2.4. Katılımcıların gelir durumları ile medyaya ve internete yönelmeleri arasındaki ilişki

“Geleneksel medya kullanım süresi” ile “Gelir” arasında %5 anlamlılık düzeyinde bir ilişki söz konusudur (p. 0,013). Aylık 0-500 TL gelir seviyesine sahip katılımcıların %91’i geleneksel medyayı kullanırken 1251 TL ve üzeri gelir seviyesine sahip katılımcıların sadece %77’si geleneksel medyayı kullanmaktadır. (Tablo 7).

Tablo 7: Gelir Durumuna Göre Geleneksel Medya Kullanım Süresi

Gelir	Geleneksel Medya Kullanım Süresi						Toplam
	1 Saatten Az	1-3 Saat	4-6 Saat	7-9 Saat	9 Saatten Fazla	Kullanmıyorum	
0-500 TL	%46	%40	%4,5	%0,5	%0	%9	%
501-750 TL	%42	%32	%7	%0	%0	%19	%
751-1000 TL	%34	%34	%5	%0	%3	%24	%
1001-1250 TL	%52	%8	%12	%4	%0	%24	%
1251TL +	%54	%23	%0	%0	%0	%23	%

p<0.05

“Geleneksel medya kullanım amacı” ile “Gelir” arasında %5 anlamlılık düzeyinde bir ilişki söz konusudur (p. 0,00). Aylık 1251 TL ve üzeri gelir seviyesine sahip katılımcıların hiçbiri geleneksel medyayı “bilgi edinmek/öğrenmek” ya da “film ya da dizi izlemek/müzik dinlemek” amacıyla kullanmamakta iken 501-750 TL gelir seviyesine sahip katılımcıların %37’si geleneksel medyayı “bilgi edinmek/öğrenmek” ya da “film ya da dizi izlemek/müzik dinlemek” amacıyla kullanmaktadır (Tablo 8).

Tablo 8: Gelir Durumuna Göre Geleneksel Medya Kullanım Amacı

Gelir	Geleneksel Medya Kullanım Amacı						Toplam
	Gündemi Takip Etmek/ Habere Ulaşmak	Eğlenmek/ Zaman Geçirmek	Bilgi Edinmek/ Öğrenmek	Film ya da Dizi İzlemek/ Müzik Dinlemek	Diğer	Kullanmıyorum	
0-500 TL	%43	%20	%11	%21	%0	%5	%100
501-750 TL	%30	%21	%12	%25	%0	%12	%100
751-1000 TL	%42	%18	%3	%11	%3	%23	%100

1001-1250 TL	%36	%16	%4	%24	%0	%20	%100
1251TL +	%31	%39	%0	%0	%7	%23	%100

p<0.05

2.5. Katılımcıların yaşadığı yer ile medyaya ve internete yönelmeleri arasındaki ilişki

“Geleneksel medya kullanım süresi” ile “Yaşanılan yer” arasında %5 anlamlılık düzeyinde bir ilişki söz konusudur (p. 0,024). Öğrenci yurdunda kalanların %87’si geleneksel medyayı farklı saat düzeylerinde kullanmakta iken öğrenci evinde kalanların sadece %69’u geleneksel medyayı farklı saat düzeylerinde kullanmaktadır. Bunun yanında öğrenci evinde ve öğrenci yurdunda kalan katılımcıların geleneksel medya kullanım süreleri farklılık arz etmektedir (Tablo 9).

Tablo 9: Yaşanılan Yere Göre Geleneksel Medya Kullanım Süresi

Yaşanılan Yer	Geleneksel Medya Kullanım Süresi						Toplam
	1 Saatten Az	1-3 Saat	4-6 Saat	7-9 Saat	9 Saatten Fazla	Kullanmıyorum	
Öğrenci Yurdunda	%47	%35	%4	%1	%0	%13	%100
Aileyle Birlikte	%41	%49	%5	%0	%0	%5	%100
Öğrenci Evinde	%34	%25	%9	%0	%1	%31	%100
Misafirhanede	%25	%50	%25	%0	%0	%0	%100
Diğer	%55	%27	%9	%0	%0	%9	%100

p<0.05

“İnternet kullanım süresi” ile “Yaşanılan yer” arasında %5 anlamlılık düzeyinde bir ilişki söz konusudur (p. 0,007). Öğrenci evinde kalan katılımcılar öğrenci yurdunda kalan katılımcılara nazaran interneti daha fazla kullanmaktadır. İnterneti en az misafirhanede kalan öğrenciler kullanmaktadır (Tablo 10).

Tablo 10: Yaşanılan Yere Göre İnternet Kullanım Süresi

Yaşanılan Yer	İnternet Kullanım Süresi					Toplam
	1 Saatten Az	1-3 Saat	4-6 Saat	7-9 Saat	9 Saatten Fazla	
Öğrenci Yurdunda	%8	%39	%34	%13	%6	%100
Aileyle Birlikte	%7	%51	%25	%15	%2	%100
Öğrenci Evinde	%18	%29	%17	%17	%19	%100
Misafirhanede	%25	%25	%50	%0	%0	%100
Diğer	%18	%18	%37	%9	%18	%100

p<0.05

3. Tartışma ve Sonuç

Günlük yaşam aktivitelerinin değişmesine, insan ilişkilerinin dijitalleşmesine, zaman ve mekan mefhumunun ortadan kalkmasına, medyanın “yeni” bir yapıya bürünmesine, iletişimin ve etkileşimin küresel bir hal almasına, yeni bir kültürün doğmasına kısacası yaşamın topyekun dönüşüme uğramasına zemin hazırlayan internet, sahip olduğu mahiyetler açısından akademik ve sosyal çevre tarafından kimi zaman olumlanmakta kimi zamansa doğurduğu zararlara işaret edilmektedir.

Bu denli kısa zamanda insanoglunun yaşamının vazgeçilmez bir unsuru olmayı başaran internet, etkileşimlilik, çokseslilik, hızlilik ve bilgiye erişimlilik gibi pek çok imkanı insanlığın kullanımına sunmuştur. Yadsınamaz getirisinin yanında götürülerine dikkat edildiği zaman ise internet, telafisi mümkün olmayacak sorunlara ve dönüşümlere yol açabilmektedir. Bu sorunların en yaygınlarından birisi olan siber bağımlılık (internet bağımlılığı) dünyaya paralel olarak ülkemizde de her geçen gün artmaktadır.

Bu sorundan hareketle toplumun seçkin, genç ve eğitimli kesimini oluşturan üniversite öğrencilerinin internet bağımlılık düzeylerini tespit etmek ve interneti, yeni medyayı ve geleneksel medyayı ne oranda kullandıklarını ortaya çıkarmak amacıyla bir araştırma yapılmıştır. Söz konusu amaca ulaşmak için üniversitede öğrenim gören 366 lisans öğrencisine anket çalışması uygulanmış ve anket sonucunda elde edilen veriler farklı testlerle analiz edilmiştir.

Türkiye’deki kadın ve erkek nüfusuna paralel olarak anket çalışmasına katılan kadın ve erkek öğrencilerin oranı birbirine yakın olmaktadır. Bunun yanında üniversitede okuyan öğrencilerin büyük çoğunluğunun 17-22 yaş aralığında olduğu göz önünde bulundurulursa çalışmaya katılan öğrencilerin çok büyük bir oranının da bu yaş aralığında olması örneklemin doğru alındığına işaret etmektedir. Yine katılımcıların yaşadığı şehir baz alındığında büyük çoğunluğunun aylık gelirinin 0-750 TL arasında seyretmesi ve öğrenci yurdunda ikamet etmesi anlaşılır olmaktadır.

Farklı demografik özelliklere sahip olan üniversite öğrencilerinin yeni medyayı ve geleneksel medyayı ne oranda ve hangi amaçlarla kullandıklarını tespit etmek için bir takım sorular sorulmuş ve elde edilen cevaplar analiz edilmiştir. Verilere göre; üniversite öğrencileri, interneti ve/veya yeni medyayı bir günde ortalama 4,3 saat (260 dakika) kullanırken geleneksel medyayı sadece ortalama 1,2 saat (72 dakika) kullanmaktadır. Katılımcıların neredeyse hepsi internete ve/veya yeni medyaya cep telefonu aracılığıyla

bağlanmakta ve bu mecraayı en çok sosyal paylaşım ağlarına girmek amacıyla kullanmaktadır. Adına eski ya da geleneksel dediğimiz medya organlarına ise katılımcıların çok büyük bir kısmı yine internet aracılığıyla ulaşmakta ve en çok "gündemi takip etmek / habere ulaşmak" amacıyla bu medyayı takip etmektedir.

Cinsiyet, yaş, gelir düzeyi ve yaşanan yer noktasında katılımcıların geleneksel medyaya ve internete/yeni medyaya yönelmeleri farklılık arz etmektedir. Kadınlar erkeklere nazaran interneti daha fazla sosyal paylaşım ağlarına girmek için kullanmakta iken erkekler de kadınlara göre interneti daha fazla oyun oynamak amacıyla kullanmaktadır. Gelir düzeyi ve yaş arttıkça medya kullanım oranı azalmakta, gelir arttıkça da medya kullanım amacı çeşitlenmektedir/değişmektedir. Bunun yanında öğrenci evinde kalanlar diğerlerine nazaran geleneksel medyayı daha az kullanmaktadır. Katılımcılardan öğrenci evinde yaşayanların günlük ortalama internet kullanımı 5 saat iken öğrenci yurdunda kalanların günlük ortalama internet kullanım süresi 4 saattir.

"H2: Üniversite öğrencileri yeni medyayı ve/veya interneti geleneksel medyadan daha çok kullanmaktadır." hipotezinin elde edilen veriler ışığında doğrulandığı söylemek mümkündür. Çünkü katılımcılar interneti/yeni medyayı geleneksel medyaya oranla yaklaşık dört katı daha fazla tüketmektedir. Bunun yanında geleneksel medyaya erişme noktasında katılımcıların büyük bir kısmı interneti aracı olarak kullanmaktadır. Dijital çağın medyası olan yeni medya, geleneksel medyayı da içine alarak insanlara bilgiye erişme, eğlenme, sosyalleşme, zaman geçirme vb. noktasında daha önce hiç görülmeyen (komün oluşturma, etkileşimlilik, evrensellik vb.) imkanlar sunmuş ve var olan medyanın evrilerek "yeni" bir yapıya bürünmesini sağlamıştır. Bu sebeple özellikle genç bireyler tarafından geleneksel medyaya nazaran çok daha fazla kullanılmaya başlanmıştır.

Yeni medyanın gelmesiyle geleneksel medya araçlarının yok olacağını söylemek yanlış olsa da bu medya araçlarının ileri bir tarihte topyekun -şuan bu sürecin içerisinde olduğumuzu göz önünde bulundurursak- yeni medyaya entegre olacağını söylemek mümkündür.

Bu medya organını farklı amaçlar doğrultusunda yoğun şekilde kullanan üniversite öğrencileri bu dijital ağın doğurduğu zararlara da her geçen gün daha fazla maruz kalmaktadır. Bu zararların en önemlilerinden birisi kuşkusuz internet bağımlılığı olmaktadır. Üniversite öğrencilerinin interneti kullanım düzeyleri doğrultusunda ne oranda bu sanal ağa bağımlı olduklarını tespit etmek için Kimberly Young tarafından geliştirilen "İnternet Bağımlılık Testi" katılımcılara uygulanmış ve elde edilen sonuçlara aşağıda yer verilmiştir.

Üniversite öğrenim gören hemen hemen her dört öğrenciden biri internet bağımlısıdır. Erkek katılımcılar kadınlara nazaran daha fazla internet bağımlısı olmaktadır. Söz konusu internet bağımlısı olan öğrencilerin %20'sinde ise internet bağımlılığı çok yüksek dereceye ulaşmış görünmektedir.

Kimberly Young (Globaladdiction, 2016) bu internet bağımlılığının seviyelerini üç boyutta ele almıştır. Katılımcılara toplam yirmi soru sorulmuş, her soru için katılımcıların birden beşe kadar sıralanmış olan numaralardan birini işaretlemeleri istemiş ve toplamda katılımcının aldığı puan ortaya çıkarılmıştır. Katılımcı eğer 0-49 arasında bir puan almışsa bu katılımcının internet bağımlısı olmadığını, 50-79 arasında bir puan almış ise katılımcının internet bağımlısı olduğunu ve bu bireyin, zaman zaman ya da sık sık internet yüzünden sorunlar yaşadığını bu yüzden bu kişinin internetin hayatı üzerindeki tüm etkilerini dikkate alması gerektiğini, 80-100 arasında bir puan almış ise katılımcının internet kullanımının hayatında önemli sorunlara neden olduğunu ve internetin hayatın üzerindeki etkilerini azaltmasının ve internet kullanımından dolayı direkt meydana gelen problemleri yok etmesinin gerektiğini göstermektedir.

"H1: Üniversite öğrencilerinin internet bağımlılık düzeyleri yüksektir" hipotezi sayısal açıdan bakıldığında kabul edilmeyecek gibi görünse de aslı itibarıyla her dört katılımcıdan birinin internet bağımlısı olması (bunların da %20'sinin aşırı düzeyde internet bağımlısı olması) bunun yanında aldığı puanlara bakıldığında katılımcıların dörtte birinin ayrıca bağımlılık sınırında bulunduğu göz önüne alınırsa H1 hipotezini kabul etmek mümkündür.

Balcı ve Gülnar'ın (2009: 20) üniversite öğrencileri üzerine yaptıkları çalışmaya göre de, öğrencilerin %23,2'si internet bağımlısı iken %28,4'ü ise riskli internet kullanıcısı olmaktadır. Batıgün ve Hasta (2010: 217) da yapmış oldukları araştırma sonucunda üniversite öğrencilerinin internet bağımlılık oranını %14 olarak tespit etmiştir. Young ise (1996) bu bağımlılık oranının %50'nin üzerinde olduğu sonucuna ulaşmıştır. İnternet bağımlılığı üzerine yapılan çalışmalardan elde edilen veriler, bağımlılık oranının çeşitli etkenlerden ötürü farklılık gösterdiğine işaret etmektedir.

Sonuç olarak, internet üniversite öğrencileri arasında yaygın şekilde kullanılmaktadır. İnternetin mahiyetlerinden ötürü üniversite öğrencileri çok farklı amaçlar için interneti kullanmakta ve hayat aktivitelerini her geçen gün daha fazla bu mecra üzerinden devam ettirmektedir. Söz konusu aktivitelerin en önemlilerinden bir tanesi ise medya kullanımınıdır. Toplumdaki bu genç bireyler, bilgi edinmek, eğlenmek, sosyalleşmek ve daha birçok eylemi gerçekleştirmek için geleneksel olarak adlandırılan medya organından çok interneti/yeni medyayı kullanmaktadır. Günlük yaşam rutinlerinin bu dijital ağ üzerinden

sürdürülmesi beraberinde bir bağımlılık durumunun meydana gelmesine yol açmaktadır. Üniversite öğrencileri arasında halihazırdaki internet bağımlılığı durumu yüksek olsa da bu oranın her geçen gün daha da artacağı ve şuan internet bağımlılığı sınırında yer alan öğrencilerin de yakın zamanda kompulsif internet kullanıcılarına dönüşebileceği mümkün görünmektedir.

KAYNAKÇA

- BALCI, Şükrü, GÜLNAR, Birol (2009). "Üniversite Öğrencileri Arasında İnternet Bağımlılığı ve İnternet Bağımlılarının Profili", *Selçuk İletişim*, S. 6, N. 1, s. 5-22.
- BATIGÜN, D. Ayşegül, HASTA, Derya (2010). "İnternet Bağımlılığı: Yalnızlık ve Kişilerarası İlişki Tarzları Açısından Bir Değerlendirme", *Anadolu Psikiyatri*, S. 11, s. 213-219.
- CAPLAN, E. Scott (2002). "Problematic Internet Use and Psychosocial Well-Being: Development of a Theory Based Cognitive-Behavioral Measurement Instrument", *Computers in Human Behavior*, V. 18, p. 553-575.
- CHOU, Chien, CONDRON, Linda, BELLAND, C. John (2005). "A Review of the Research on Internet Addiction", *Educational Psychology Review*, V. 17, N. 4, p. 363-388.
- GLOBALADDICTION (2016). *Internet Addiction Test*, <http://www.globaladdiction.org/dldocs/GLOBALADDICTION-Scales-InternetAddictionTest.pdf>, Access Date: 03.06.2016.
- GRIFFITHS, Mark (1998). *Internet Addiction: Does It Really Exist*, J. Gackenbach (Ed.), *Psychology and the Internet: Intrapersonal, Interpersonal, and Transpersonal Implication*, New York: Academic Press.
- GÜNÜÇ, Selim, KAYRI, Murat (2010). "Türkiye'de İnternet Bağımlılık Profili ve İnternet Bağımlılık Ölçeğinin Geliştirilmesi: Geçerlik-Güvenirlik Çalışması", *Hacettepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, S. 39, s. 220-232.
- INTERNET LIVE STATS (2016). *Internet and Facebook Users in the World*, <http://www.internetlivestats.com/>, Access Date: 12.08.2016.
- KEMP, Simon (2015). *Digital, Social, and Mobile in Apac 2015: We are Social & IAB Singapore's Compendium of Asia-Pacific Digital Statistics*, <http://wearesocial.net/blog/2015/01/digital-social-mobile-worldwide-2015/>, Access Date: 03.08.2016.
- LAMARCK, B. Jean (1873). *Philosophie Zoologique. Ou Exposition des Considerations Relatives a l'Histoire Naturelle des Animaux, Nouvelle Edition, Revue et Precedee d'Une Introduction Biographique par Charles Martins*, Paris: Savy.
- YOUNG, S. Kimberly (1998) "Internet Addiction: The Emergence of a New Clinical Disorder", *CyberPsychology & Behavior*, V. 1, N. 3, p. 237-244.
- YOUNG, S. Kimberly (2004). "Internet Addiction", *American Behavioral Scientist*, V. 48, p. 402-441.