

**T.C.**  
**FIRAT ÜNİVERSİTESİ**  
**SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ**  
**İLETİŞİM BİLİMLERİ ANABİLİM DALI**



**İLETİŞİM FAKÜLTESİ RADYO TELEVİZYON VE**  
**SİNEMA ÖĞRENCİLERİNİN AKILLI CEP**  
**TELEFONU KULLANIMINA İLİŞKİN GÖRÜŞLERİ**

**YÜKSEK LİSANS TEZİ**

**DANIŞMAN**  
**Yrd. Doç. Dr. Feridun NİZAM**

**HAZIRLAYAN**  
**Tolgay DURMUŞ**

**ELAZIĞ-2017**

T.C.  
FIRAT ÜNİVERSİTESİ  
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ  
İLETİŞİM BİLİMLERİ ANABİLİM DALI

İLETİŞİM FAKÜLTESİ RADYO TELEVİZYON VE SİNEMA  
ÖĞRENCİLERİNİN AKILLI CEP TELEFONU KULLANIMINA  
İLİŞKİN GÖRÜŞLERİ

YÜKSEK LİSANS TEZİ

**DANIŞMAN**  
Yrd. Doç. Dr. Feridun NİZAM

**HAZIRLAYAN**  
Tolgay DURMUŞ

Jürimiz, 12.5.2017 tarihinde yapılan tez savunma sınavı sonunda bu yüksek lisans tezini oy birliği / oy çokluğu ile başarılı saymıştır.

**Jüri Üyeleri:**

1. Yrd. Doç. Dr. Feridun NİZAM
2. Yrd. Doç. Dr. Fatma KİFSARLI
3. Yrd. Doç. Dr. Gülsel GÖKER
- 4.

F. Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü Yönetim Kurulunun ..... tarih ve ..... sayılı kararıyla bu tezin kabulü onaylanmıştır.

Prof. Dr. Ömer Osman UMAR  
Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürü

**ÖZET****Yüksek Lisans Tezi****İletişim Fakültesi Radyo Televizyon ve Sinema Öğrencilerinin Akıllı Cep  
Telefonu Kullanımına İlişkin Görüşleri****Tolgay DURMUŞ****Fırat Üniversitesi****Sosyal Bilimler Enstitüsü****İletişim Bilimleri Anabilim Dalı****Elazığ-2017; Sayfa: XI+81**

Bu çalışmada hem günlük yaşamın hem de iş yaşamının iletişimde vazgeçilmez bir unsur haline gelmiş olan akıllı cep telefonlarının kullanımına ilişkin üniversite öğrencilerinin görüşleri incelenmiştir. Araştırmanın örneklemini 2016-2017 eğitim öğretim yılında Fırat Üniversitesi İletişim Fakültesi Radyo Televizyon ve Sinema Bölümü 1, 2, 3 ve 4. sınıflarında öğrenim gören 324 öğrenci oluşturmaktadır. Üniversite öğrencilerinin akıllı telefon kullanımına ilişkin görüşlerini yansıtabilmek amacıyla Kakı (2014) tarafından güvenilirlik ve geçerliliği yapılmış “Akıllı Telefon Kullanımı Görüş Anketi” ve anket formuna ve akıllı telefon kullanımına ilişkin detaylı bilgiler elde etmek amacıyla araştırmacı tarafından uzman görüşü alınarak hazırlanmış “Akıllı Telefon Kullanımı Görüş Formu” kullanılmıştır. Tezde karma araştırma deseni uygulanmıştır. Araştırmanın nicel kısmında, üniversite öğrencilerinin akıllı telefon kullanımına ilişkin görüşlerini tespit etmek amacıyla tarama yöntemi kullanılmıştır. Araştırmanın nitel kısmında ise üniversite öğrencilerinin akıllı telefon kullanımına ilişkin görüşlerinin yansıtılması amacıyla görüşme (mülakat) tekniği kullanılmıştır. Öğrenciler arasından gönüllü seçilen 36 öğrenci ile açık uçlu sorulardan oluşan görüşme formu aracılığıyla görüşmeler yapılmıştır. Böylelikle akıllı telefon kullanımının günlük hayatta sağladığı kolaylıklar, akıllı telefon kullanım amaçları, akıllı telefonlar kullanımının sosyal çevreyle iletişime etkisi, akıllı cep telefonları aracılığıyla yapılan sosyal medya paylaşımlarının etkisi, akıllı telefonlarla yapılan tanıtım ve pazarlama

faaliyetlerinin satın alma davranışına etkisi ve akıllı cep telefonu kullanımının olumsuz yönlerine ilişkin görüşleri hakkında detaylı bilgiler elde edilmesi sağlanmıştır. Araştırma verileri anket formu ve açık uçlu sorulardan oluşan görüşme formu aracılığı ile toplanmıştır. Verilerinin analizinde yüzde, frekans, aritmetik ortalama ve standart sapma kullanılmıştır. Görüşme verilerinin analizinde ise içerik analiz yöntemi kullanılmıştır. Elde edilen görüşme verileri kodlanarak, temalar oluşturulmuş ve bu çerçevede analiz edilerek yorumlanmıştır. Araştırma sonucuna göre, üniversite öğrencilerinin akıllı telefon kullanımına ilişkin olumlu görüşlerinin yanı sıra olumsuz görüşlerinin de olduğu görülmüştür. İçerik analizleri sonucu öğrencilerin görüşlerinden, akıllı telefonların öğrencilere günlük hayatta fatura ödemeleri yapmada, toplu taşıma araçlarının hareket saatlerini öğrenmede kolaylıklar sağladığı, derslerde not alımını ve bilgiye ulaşımı kolaylaştırdığı tespit edilmiştir. Öğrencilerin sosyal çevreleriyle iletişimde olumlu ve olumsuz etkilerinin olduğu, uzak çevresiyle görüntülü ve sesli görüşme imkânı sağlamasıyla iletişimi artırırken yakın çevresiyle akıllı telefonlarla fazla meşgul olduğundan sosyalleşmeyi azaltarak iletişimi azalttığı tespit edilmiştir. Akıllı telefonlarla yapılan tanıtım ve pazarlama faaliyetlerinin satın alma davranışına olumlu ve olumsuz etkilerinin olduğu tespit edilmiştir. Bazı öğrenciler tanıtım yapılan ürün hakkında daha kolay bilgi edinme ve ürüne daha hızlı ulaşım imkânı sağlamasından dolayı olumlu görüş belirtirken bazıları güvenlik sebebiyle ve ürünü deneme imkânı olmamasından dolayı olumsuz görüş belirtmiştir. Akıllı telefonlarla yapılan sosyal medya paylaşımlarının öğrenciler üzerinde paylaşım ya da paylaşımı yapan kişi hakkında bilgi sahibi olunması sebebiyle olumlu, paylaşımı yapılan hayatlara özenmeye neden olması sebebiyle olumsuz etkisinin olduğu tespit edilmiştir. Genel olarak bakıldığında üniversite öğrencilerinin akıllı cep telefonu kullanımına ilişkin görüşlerinden olumlu yönlerinin olumsuz yönlerine göre daha fazla olduğu tespit edilmiştir.

**Anahtar Kelimeler:** İletişim, Sosyal Medya, Akıllı Telefon, Radyo Televizyon ve Sinema, Tanıtım ve Pazarlama

**ABSTRACT**

**Master's Thesis**

**Opinions of the Faculty of Communication on Radio, Television and Cinema  
Students' Use of Smart Mobile Phones**

**Tolgay DURMUŞ**

**Firat University**

**Social Sciences Institute**

**Communication Science Department**

**Elazig-2017; Page: XI+81**

This study examines the views of university students on the use of smartphones, which have become an indispensable element in both everyday life and communication of business life. The sample of the research consists of 324 students who were educated in the first, second, third and fourth classes of Radio Television and Cinema Department of Firat University Communication Faculty in the academic year of 2016-2017. In order to reflect the opinions of university students about smartphone usage “ Smart Phone Usage Opinion Survey “ which is credible and validated by Kakı (2014) is used and in order to obtain detailed information about the questionnaire form and smart phone usage 'Smartphone Usage Usage Opinion Form “ which is prepared by expert 's opinion by the researcher is used. Mixed research design was applied in the thesis. In the quantitative part of the study, a screening method was used to determine the opinions of university students regarding smartphone use. In the qualitative part of the study, interview techniques were used to reflect the views of university students regarding smartphone use. 36 students selected voluntarily from the students were interviewed through an open-ended questionnaire. Thus detailed information about the the convenience of smartphone use in everyday life, smartphone usage purposes, the communication effect of the use of smartphones in the social environment, the impact of social media sharing via smartphones, impact of promotional and marketing activities on smartphones on purchasing behavior and views on the negative aspects of

smartphone usage has been provided. The research data was collected through a questionnaire form and an interview form consisting of open ended questions. In the analysis of the data, the percentage, frequency, arithmetic mean and standard deviation are used. Content analysis method was used in analysis of interview data. The obtained interview data was coded, the themes were formed and analyzed and interpreted in this frame. According to the results of the research, it is seen that university students have negative views as well as positive opinions about smart phone usage. Content analysis based on the opinions of the students showed that smartphones made it easier for students to make bill payments in daily life, to find moving hours of public transportation vehicles, to make notes in class and to facilitate access to information. It has been founded that it have positive and negative effects on students communication with their social environment, while increasing communication by providing visual and voice conversation to the remote environment, it reduces communication by reducing socialization if students are too busy with smartphones in close vicinity. It has been determined that promotional and marketing activities made with smartphones have positive and negative effects on purchasing behavior. Some students expressed a positive opinion because they provided more information about the advertised product and provided faster access to the product, while others expressed a negative opinion for security reasons and not having the opportunity to try the product. Social media sharing made with smartphones It has been determined that it has a positive effect on students since there isn't information about the sharing or the person who make the sharing and it has a negative effect because it causes care for the lives that are shared. In general, it has determined that university students have more positive than negative aspects of smart phone usage.

**Key Words:** Communication, Social Media, Smart Phone, Radio Television and Cinema, Promotion and Marketing

## İÇİNDEKİLER

|                        |      |
|------------------------|------|
| ÖZET .....             | I    |
| ABSTRACT.....          | IV   |
| İÇİNDEKİLER .....      | VI   |
| ŞEKİLLER LİSTESİ ..... | VIII |
| TABLolar LİSTESİ ..... | IX   |
| ÖNSÖZ .....            | X    |
| KISALTMALAR .....      | XI   |
| GİRİŞ .....            | 1    |

### BİRİNCİ BÖLÜM

|  |   |
|--|---|
| 1. KURAMSAL ÇERÇEVE .....              | 7 |
| 1.1. Araştırmanın Problemi .....       | 7 |
| 1.2. Alt Problemler .....              | 7 |
| 1.3. Araştırmanın Önemi .....          | 7 |
| 1.4. Araştırmanın Varsayımları .....   | 8 |
| 1.5. Araştırmanın Sınırlılıkları ..... | 9 |
| 1.6. Tanımlar .....                    | 9 |

### İKİNCİ BÖLÜM

|  |    |
|--|----|
| 2. KURAMSAL ÇERÇEVE VE İLGİLİ LİTERATÜR.....                               | 10 |
| 2.1. İletişimde Yeni Teknolojiler ve Cep Telefonları .....                 | 10 |
| 2.1.1. Teknoloji Kavramı.....  | 10 |
| 2.1.2. Teknoloji ve İletişim.....  | 11 |
| 2.2. İletişim Kavramı ve Kitle İletişimi .....                             | 15 |
| 2.2.1. İletişim Kavramı .....  | 15 |
| 2.2.2. İletişim Süreci.....  | 17 |
| 2.2.4. Kitle İletişimi ve Özellikleri.....                                 | 18 |
| 2.3. İletişim Aracı Olan Akıllı Cep Telefonlarının Kullanımı .....         | 22 |
| 2.3.1. Akıllı Telefon Kavramı ve Tanımı .....                              | 23 |
| 2.3.2.1. Akıllı Cep Telefonlarında 3G' nin Getirmiş Olduğu Yenilikler..... | 26 |
| 2.3.2.2. Akıllı Cep Telefonlarında 4G' nin Getirmiş Olduğu Yenilikler..... | 27 |
| 2.4. Kişilerarası İletişimde Akıllı Cep Telefonlarının Yeri ve Önemi ..... | 28 |
| 2.5. Akıllı Cep Telefonu Kullanımı İle İlgili Yapılmış Araştırmalar .....  | 29 |

## ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

|  |           |
|--|-----------|
| <b>3. YÖNTEM .....</b>                             | <b>33</b> |
| 3.1. Araştırmanın Modeli .....                     | 33        |
| 3.2. Araştırma Grubu.....                          | 34        |
| 3.3. Veri Toplama Araçları .....                   | 35        |
| 3.3.1. Akıllı Telefon Kullanımı Görüş Anketi ..... | 35        |
| 3.3.2. Akıllı Telefon Kullanımı Görüş Formu.....   | 36        |
| 3.4. Araştırmanın İşlem Yolu.....                  | 37        |
| 3.5. Araştırma Verilerinin Analizi .....           | 37        |

## DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

|  |           |
|--|-----------|
| <b>4. BULGULAR ve YORUM .....</b>  | <b>40</b> |
| 4.1. Akıllı Telefon Kullanımına İlişkin Görüş Anketi' ne Ait Bulgular ve Yorum....   | 40        |
| 4.2. Akıllı Telefon Kullanımına İlişkin Görüş Formu'na Ait Bulgular ve Yorum .....   | 45        |
| 4.2.1. Akıllı Telefon Kullanımının Günlük Hayatta Sağladığı Kolaylıklara İlişkin Görüşlere Ait Bulgular ve Yorum .....                               | 46        |
| 4.2.2. Akıllı Telefonu Kullanım Amaçlarına İlişkin Görüşlere Ait Bulgular ve Yorum.....  | 48        |
| 4.2.4. Akıllı Telefonlar Aracılığıyla Yapılan Sosyal Medya Paylaşımlarına İlişkin Görüşlere Ait Bulgular ve Yorum .....                              | 52        |
| 4.2.5. Akıllı Telefon Yerine Yüz Yüze İletişim Tercihine İlişkin Görüşlere Ait Bulgular Ve Yorum .....   | 54        |
| 4.2.6. Akıllı Telefonlarla Yapılan Tanıtım Ve Pazarlama Faaliyetlerinin Satın Alma Davranışına Etkisine İlişkin Görüşlere Ait Bulgular Ve Yorum..... | 56        |
| 4.2.7. Akıllı Cep Telefonu Kullanımının Olumsuz Yönlerine İlişkin Üniversite Öğrencilerinin Görüşleri Nelerdir?.....                                 | 58        |

## BEŞİNCİ BÖLÜM

|                                   |           |
|-----------------------------------|-----------|
| <b>5. SONUÇ VE TARTIŞMA .....</b> | <b>61</b> |
| 5.1. Öneriler .....               | 67        |
| <b>KAYNAKLAR .....</b>            | <b>68</b> |
| <b>EKLER .....</b>                | <b>75</b> |
| Ek 1. Orijinallik Raporu.....     | 75        |
| Ek 2. Anket.....                  | 76        |
| Ek 3. Görüşme Mülakatı .....      | 79        |
| <b>ÖZGEÇMİŞ .....</b>             | <b>81</b> |



**ŞEKİLLER LİSTESİ**

|   |    |
|---|----|
| <b>Şekil 1.</b> Bir İletişim Modeli .....   | 18 |
| <b>Şekil 2.</b> Katılımcıların Cinsiyet Dağılımı .....  | 34 |
| <b>Şekil 3.</b> Katılımcıların Sınıf Dağılımı.....  | 35 |
| <b>Şekil 4.</b> Akıllı Telefon Kullanımına İlişkin Temalar.....   | 45 |
| <b>Şekil 5.</b> Akıllı Telefon Kullanımının Günlük Hayatta Sağladığı Kolaylıklara İlişkin Temalar .....                                 | 46 |
| <b>Şekil 6.</b> Akıllı Telefonu Kullanım Amaçlarına İlişkin Temalar .....   | 48 |
| <b>Şekil 7.</b> Akıllı Telefonların Çevreyle İletişime Etkisine İlişkin Temalar.....  | 50 |
| <b>Şekil 8.</b> Akıllı Telefonlar Aracılığıyla Yapılan Sosyal Medya Paylaşımlarına İlişkin Temalar .....                                | 52 |
| <b>Şekil 9.</b> Akıllı Telefon Yerine Yüz Yüze İletişim Tercihine İlişkin Temalar .....   | 54 |
| <b>Şekil 10.</b> Akıllı Telefonlarla Yapılan Tanıtım ve Pazarlama Faaliyetlerinin Satın Alma Davranışına Etkisine İlişkin Temalar ..... | 57 |
| <b>Şekil 11.</b> Akıllı Cep Telefonu Kullanımının Olumsuz Yönlerine İlişkin Temalar .....   | 59 |

**TABLULAR LİSTESİ**

|   |    |
|---|----|
| <b>Tablo 1.</b> Güvenilirlik Analizi .....  | 36 |
| <b>Tablo 2.</b> Ölçek Seçenekleri ve Puan Aralıkları .....  | 36 |
| <b>Tablo 3.</b> Akıllı Telefonların Bireysel Kolaylık Sağlamasına Yönelik Verilen İfadelerin Dağılımı .....                                       | 40 |
| <b>Tablo 4.</b> Akıllı Telefonların Halkla İlişkilere Etkisine Yönelik İfadelerin Dağılımı.....   | 42 |
| <b>Tablo 5.</b> Akıllı Telefonların Sosyal Çevre Açısından İhtiyaç Olup Olmadığına Yönelik İfadelerin Dağılımı .....                              | 44 |
| <b>Tablo 6.</b> Akıllı Telefonların Halkla İlişkiler Sürecinde Etkili Bir Pazarlama Aracı Olarak Kullanılmasına Yönelik İfadelerin Dağılımı ..... | 45 |



**ÖNSÖZ**

2010 yılında girmiş olduğum Fırat Üniversitesin de tanıştığım ve kendileriyle bir arkadaş, bir dost gibi ilişkiler kurduğum hocalarıma, tez süresince ilgisini ve yardımlarını benden esirgemeyen değerli danışman hocam Yrd. Doç. Feridun NİZAM'a sonsuz saygı ve sevgilerimi sunarım. Tezimin tüm sorularını saygı ve hoş görü ile cevaplayan tüm katılımcılara, derslerinde bana zaman ayırarak anket ve mülakatları yapmama olanak sağlayan değerli hocam Öğretim Görevlisi Günşad ÖZGER'e teşekkürü bir borç bilirim.

Tezimin yazımı süresince her türlü yardım ve desteğini esirgemeyen ablam Yrd. Doç. Dr Ayten ARSLAN'a sonsuz saygı ve sevgilerimi sunuyorum.

Hayatımdaki en değerli varlıklarım olan ve her anımda yanımda olduklarını hissettiren aileme sonsuz teşekkür ediyorum. Bu günlere gelmemde en büyük etkisinin olduğuna inandığım ve her konuda bilgi ve tecrübesiyle yardımlarını benden esirgemeyen teyzem Yrd. Doç. Dr. Esen DURMUŞ'a sonsuz saygı ve sevgilerimi sunuyorum.

**ELAZIĞ-2017**

**Tolgay DURMUŞ**

**KISALTMALAR**

|             |   |
|-------------|---|
| <b>ATKA</b> | : Akıllı Telefon Kullanımına İlişkin Görüş Anketi             |
| <b>ATKF</b> | : Akıllı Telefon Kullanımına İlişkin Görüş Formu              |
| <b>BT</b>   | : Biyo Teknoloji  |
| <b>BTK</b>  | : Bilgi Teknolojileri ve İletişim Kurumu                      |
| <b>CD</b>   | : Compact Disc (Yoğun disk)                                   |
| <b>DVD</b>  | : Digital Versatile Disc (Çok Amaçlı Sayısal Disk)            |
| <b>GSM</b>  | : Mobil Cep Telefonu (Global System for Mobile Communication) |
| <b>HDTV</b> | : Yüksek Çözünürlüklü Televizyon Yayını                       |
| <b>IDC</b>  | : International Data Corporation                              |
| <b>KKTC</b> | : Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti                               |
| <b>MP3</b>  | : Uzmanlar Grubu Ses Katmanı 3                                |
| <b>NT</b>   | : Nano Teknoloji  |
| <b>SMS</b>  | : (Short Message Service)                                     |
| <b>TÜİK</b> | : Türkiye İstatistik Kurumu                                   |

## GİRİŞ

21. yüzyılın iletişim kuramları arasında kesinlikle en çok etkisini gösteren McLuhan teorisi Global Köy (The Global Village) kavramıdır. Marshall McLuhan'ın "Araç Mesajdır" sözü en çok üstünde görüş bildirilen kuramlardan birisi haline gelmiştir. "Birçok kişi teknolojinin, yani kullanılan aracın doğuştan iyi olduğu ve ya kötü olmadığı kanısındadırlar. Aracın değeri nasıl kullanıldıklarıyla ortaya çıkar. McLuhan ise bu görüşün tamamen tersi bir görüş içerisindedir. McLuhan'a göre aracın gerçek içeriği kendisidir"(Altay,2005:15).

Araç İnsanın uzantısı olmuştur. Bu uzantı da insan aklına gelebilen her şey olabilir. Yazılan ve konuşulan sözcük, ev, giysi, basın, para, yol, tekerlek, araba, fotoğraf, uçak daktilo, telefon, sinema, radyo, televizyon, telgraf... Kısacası McLuhan'ın söylediği gibi araç mesajın tamamen kendisidir. McLuhan bu sloganıyla sözlerine dayanak olarak gösterilen düşünceleri şu şekilde ifade edilebilir: "Konuya yönelmek yerine biçime yönelmek gerekir. İletişimin şekli kısıtlı gönderiler için tercihe açıktır. Konu daima açık bir şekilde ortadır ve bu biçimin dinamiği tarafından belirli bir dereceye kadar yöneltilir. Araç, aracı kullanan bireylerin algısal düşüncelerini değiştirebilir. Araç tarafsız değildir. Kişileri yönlendirdiği kadar toplumu da yönlendirir." Kısacası McLuhan mesajın içeriğinin gönderildiği araçtan daha önemli olduğu görüşünün tam tersine bir düşüncüyü savunmaktadır. McLuhan'a göre araçla neyin ifade edildiği ve ya gönderildiği önemli olmamaktadır. Örnek verilecek olursa bir hikâye, radyodan anlatılması, sözle söylenmesi, filmde gösterilmesi, televizyonda sergilenmesi ve sahnede oynanmasıyla farklı anlamlar bireylerde yaratmaktadır. Araç doğal olarak bir eğilime ve dile sahip olmaktadır. Yani araç mesajdır (Altay,2005:15).

McLuhanın Global Köy Kuramının çalışmalarında kitle iletişim araçlarının, baskı makinesinden başlayıp radyo ve özellikle de televizyonun, toplum üstündeki etkilerini araştırmış ve elektronik iletişim araçlarının kültürü genişleterek dünyayı küresel bir köye dönüştüreceklerini iddia etmiştir. McLuhan elektronik medyayı, dünyayı algılamanın kolektif yollarını bir tür geri dönüş olarak ifade etmiştir. Aslında McLuhan 'küresel köy' kuramını elektronik medyanın insanlığı yeniden bir araya getireceğini ortaya çıkarması üzerine düşüncelerini oturtmaktadır. Ona göre Global Köy haline gelen dünya tek bir bilinçlilik haline çevrilecektir. Bu konudaki görüşlerini ise şu şekilde ifade etmektedir. "Eğer kent çalışması insanı göçmen atalarının başardığından daha

uygun bir forma getiriyorsa, şimdi bütün yaşamlarımızın tek bir bilgi ruhuna getirilmesi tüm insanları tek bir bilinçliliğe getiriyor” (Altay,2005:17).

Marschal McLuhan’a göre telgrafın icat edilmesinden sonra insanlar elektronik çağa girmişler ve teknoloji sayesinde iletişimle insanların yeniden duyma ve dokunma duyuları ön plana gelmiştir. Bunun sonucunda bireysellik faktörü, kültürümüzden ayrı bir hal almış ve ‘Global Köy’ ortaya çıkmıştır. McLuhan’a göre matbaanın bulunmasından sonra kitaplar taşınabilir hale gelmiş, bundan dolayı da el yazması kültüründe olduğu gibi kitaplar toplu bir şekilde okunmamaya başlanmıştır. İnsanlar kitapları sessizce bireysel olarak okumaya başlamışlardır. Bunun sonucunda ise bireysellik ön plana gelmiş ve insanlar birbirlerinden kopuk bir durum içine sokulmuştur. İnsanlar arasındaki iletişim eski değerini kaybetmiştir. Oysa elektronik çağda bu durumun tam tersi yaşanmaktadır. Marschall McLuhan elektronik medya sayesinde, sözel geleneğin tekrardan ortaya çıktığını ve insanların bütün duyuları eşit bir şekilde kullanmaya başladığını ön plana çıkarır. Kanadalı iletişim uzmanı ‘Araç Mesajdır’ kitabında küresel bir köyde var olduğumuzu ve bu köyde her şeyin aynı anda gerçekleştiğini yer ve zaman kavramının yok olduğunu söylemektedir. (Altay,2005:17).

Gerçekten de insanların aynı marka sigara ve içecekler içtiği, aynı marka kıyafetler giydiği bir çağda yaşamaktayız. McLuhan’ın 1967 yılında söylediği ‘Global Köy’ bugün web ve internet sayesinde yaşamını devam ettiriyor. Marschal McLuhan, bilgi akışının elektronik çağda hız kazandığının önemini vurgulamaktadır. ‘‘Enformasyon tüketimi dünyayı bir tüketim fonksiyonu haline getirmiştir. Yaşadığımız dünyada, insanların her şeyi aynı anda öğrenme imkânı bulunduğu bir köy haline gelmektedir. Bunun yanında günümüzde Marshall McLuhan’ın Global Köyü 1970’lerden sonra, uydularla birbirine bağlanan, post-endüstriyalizmle, düşüncenin sonunun geldiğinin ilan edildiği ve hizmet sektörüne dayandırılan bir global kente dönüşmüştür. Dünya modern uydu iletişimi ve kapitalist üretim şeklindeki gelişmelerle bütünleşik bir dünya haline gelmiştir. Global kent, reklamcılarının reklamlarını yaptıkları, tüketim mallarının üreticisi olan uluslararası firmalar ve ortaklarının köyü haline gelmiştir (Altay, 2005:17-18).

Marshall McLuhan, insanlık tarihini dört ana dönemde açıklamıştır. Bu dönemlerden bir diğerine geçiş sağlayan, iletişimin toplum üzerinde önemli bir değişikliğe yol açan modelleridir. Kabile Çağı; Bu dönemde yaşayan ilk insanlar için, duyma en temel duyu olmuştur. Fonetik yazının ortaya çıkmasıyla birlikte insanlık

tarihi ikinci bir adım olan Edebiyat Çağı'na geçmiştir. Edebiyat Çağı; İnsanlar bu çağda Kabile Çağı'nda aktivitelerinde kullandıkları kulakları kadar gözlerini de kullanmaya başlamışlardır. Fakat basım teknolojisinin gelişmesiyle bu çağ da son bulmuştur. Basım Çağı; Matbaanın keşfinden sonra insanlar, kitapları ve harfleri yazılı olarak görmüşler ve bu kelimelerin anlamları onlar için farklı bir anlam ifade etmiştir. Taşınabilir kitapların çoğalmasıyla birlikte insanların toplu olarak bir araya gelmelerini engellemiş ve bireyselliği ön plana çıkarmıştır. Toplumlar bölünmüş ve insanlar tek başına okuma imkânına sahip olmalarıyla birlikte toplumdan uzak kalmışlardır. Elektronik Çağ; McLuhan'a göre telgrafın icat edilmesinden sonra insanlar köklü bir değişim içine girerek Elektronik Çağa adım atmışlardır. McLuhan, basılı kitapla ortaya çıkan bireyselliğin, Global Köyde yeniden ortadan kaldırıldığını savunmaktadır. Telgrafın icadıyla başlayan yeni süreç toplumsal ve bireysel bilinçlenmeyi ortaya çıkarmıştır. Bizim içinde bulunduğumuz dönem bilgi (enformasyon) ve iletişim dönemidir. Elektronik medyada bütün insanların katılımı önemlidir. McLuhan televizyonun ve gelişen teknolojik aletlerin, aynı anda oldukça büyük bir hızla insanları bütün ortam ve zamanlara götürdüğünü önemle vurgulamaktadır (Altay, 2005:20-21).

Marschall McLuhanın şekil verdiği kuramlardan biri de Teknolojik Determinizm'dir. Bu kuramın aslında yatan temel düşünce, insanların iletişiminin insanların varoluşlarını biçimlendirdiğidir. McLuhan'a göre kültürümüz iletişime geçiş şeklimize bağlı olarak kendine biçim verir. İletişim teknolojisindeki ortaya çıkarılan yeni bir buluş kültürel değişime sebep olur. İletişim modelindeki değişim insan yaşamına şekillendirir. Marshall McLuhan'a göre biz ilk olarak araçlarımıza (aletlerimize) şekil veririz ve daha sonra araçlarımız da bize şekil verirler. "Teknolojik determinizm şimdi ve geçmişte neler yaşandığının ortaya çıkarılmasına olanak sağlar. Fakat ona göre teknolojik determinizm gelecekle ilgili bir tahminde bulunmaz. Böyle bir kuramın test edilmesi de neredeyse imkânsızdır. Örneğin alfabenin insanlar üzerinde gösterdiği etkisini ilk alfabeyi bulan insanların tarihlerini yazma imkânları var olmadığı için tam olarak değerlendirme imkânı bulamayız. Bu kuramla insanların dünyaya bakış açısını değiştireceği sonucuna ulaşılabilir. Teknolojik determinizm bize içerik yerine araca bakmamızı söyler. İçinde bulunduğumuz çevreye sadece teknolojilerin şekil verdiğini düşünmek, aslına bakacak olursak dar bir bakış açısı olur. Bu bakış; doğal evrimi ve dini yok saymaktadır. Bu ileri gidişin Tanrı'nın ve politikacıların elinden alınarak mühendislerin ve bilim adamlarının eline verilmesi anlamına gelmektedir.

Aslında McLuhan'ın teknolojik determinizme olan inancını en iyi “araçlarımızı (aletlerimizi) biz şekillendiririz ve karşılığında onlar bizi şekillendirir” sözü ile ifade etmektedir (Altay,2005: 21-22).

Teknoloji, insanın üretimiyle ve meydana getirdikleri ile ilgilidir. İnsan bir yandan, çevresinin üstesinden gelmek için eşya yapmaktadır, bir yandan ise yaptığı, ürettiği eşya insanın bilgisiyle, duyumlarıyla, eylemiyle, duygularıyla iç içe girmektedir. Teknoloji, insanın “çıplak doğa”ya bir katkı sağlamasıdır. Fiziksel bir alanda yer kaplayan eşya ile eşyayı yapan makineler ortaya çıkarılmaktadır. İnsan bedeni teknolojik araç gereçlerle donanmakta ve insanın içi yaygınlaşmaktadır. İşitmesi zor sesleri duymakta, gidilmesi zor yerlere gitmekte ve görülmesi zor uzakları görmektedir. Ulaşılabilirliği artmaktadır (İnam, 1993:142). Modern kullanımında, “teknoloji”, dünyaya, doğaya, eşyaya ve malzemelere şekil sağlamakla alakalı bir ifadedir. Burada, günden güne “enformasyon” ve “bilgiye” ait süreçler ve bunlara bağlı ürünlerin ve hizmetlerin de dâhil olduğu belirtilmektedir (Baykara, 2006:33).

Kitle iletişimi birçok farklı toplumsal ekonomik ve teknolojik ilerlemeler sonunda, telekomünikasyon olarak da adlandırılan iki nokta arasındaki veri iletişimi ve iletişim gibi çeşitli iletişim şekillerini giderek birbirine dönüştürmüş ve aralarındaki bağı ortadan kaldırmıştır. Bu sürece yöndeşme (convergence) ya da yakınsama olarak da denilmektedir. Bunun yaygın örneklerinden biri, ülkemizde de uydu üzerinden yapılan sayısal televizyon yayıncılığıdır (StarDigital, Digitürk). Bilgisayarların ve mikroşlemcilerin telefon gibi eski bir teknolojiyle bir araya gelmesi, sistemi oluşturan bütünler arasında, ayrıca kullanıcı ile sistemin bütünü arasındaki iletişimi daha da yüksek bir seviyeye getirmektedir. Benzer bir durumda, birçok ülkedeki geleneksel telekomünikasyon altyapısına bilgisayarların katılım sağlaması ve sayısallaşması nedeniyle yeni iletişim teknolojileri çerçevesinde derecelendirilmektedir (Geray, 2003:120). Cep telefonları bizim gerçek ya da gerçek olmayan olaylara tepki verme kabiliyetimizde gerçekten bir çığır yaratmıştır. Bize sosyal statü kazandırmıştır. İş bulma olanaklarımızın artmasına imkân kazandırmıştır. Dinlemek istediğimiz her müzik parçasını kolaylıkla kayıt altına alabilme ve içlerinden en çok beğendiğimiz ve hoşlandığımız müziği istediğimiz mekânda ve zamanda dinleme olanağı kazandırmıştır. Onlar artık sizin yapmak istediğiniz herhangi bir şeye ulaşabilmenizi olanak sağlayan olmazsa olmaz birer araç durumundadır: hisse senetlerini takip etmek, en sevdiğiniz fotoğrafları paylaşmak, spor müsabakalarının sonuçlarını takip etmek ve global köyün



dört bir köşesine metin, görüntü, video ve sesli mesaj gönderme imkanı sağlamıştır. Başarılı olabilmek için 7/ 24 bazında ulaşılabilir olmanız gerekmektedir. Bu mucizevî elektronik aletin, sizin kendinizi insanlarla olan bağlarımızın daha kuvvetli, daha eğlenceli, daha verimli ve daha iyi hissetmenizi sağlamadığını kim söyleyebilir ki? Bu telefonların en son modelleri bizleri bugüne kadar hiç gelemediğimiz hızlı bir şekilde birbirimize yaklaştırmaktadır (Davis, 2011: 22-23).

Teknolojik araçlar, gösterdikleri ilerlemelerle insan hayatında vazgeçilmez bir unsur haline gelmiştir. Bilgilerin işlenmesi, depolanması ve taşınması alanlarında büyük gelişmeler yaşadığımız çağımızda teknolojik ürün, mağazadan alınıp eve getirilene kadar değerini kaybetmektedir. Kullanıcı sayısının her geçen gün daha da arttığı cep telefonları, 1990 yılından itibaren hayatımıza girmeye başlamış ve dünyada en hızlı gelişen sektörlerden biri haline gelmiştir. Cep telefonlarının hepsini aynı kategoride değerlendirmemek gerekir. Teknolojinin gelişmesi ve ilerlemesi ile geline son nokta olan akıllı telefonlar ile basit cep telefonları birbirinden ayrılmalıdır. Bu telefonlar arasındaki en büyük fark işletim sistemlerinin birbirinden farklı olmasıdır. Basit cep telefonları sadece sesli iletişim, sms (short message service) ve çok kısıtlı olarak internet hizmeti sunarken; akıllı telefonlar, çok gelişmiş bir internet bağlantısı, multimedya, kamera, navigasyon, ses kayıt cihazı, hesap makinesi, kamera, uzaktan kumanda, bluetooth, Televizyon izleme, Store, E-posta, v.b. hizmetleri sunmaktadır. Her özelliği ile normal cep telefonlarından daha üstün olan akıllı telefonlar, hızlı ve yaygın bağlantı sistemi ve ileri düzey programlama yapısı ile tasarlanmıştır.

Tüketiciler akıllı telefon satın alırken görünümüne, markasına, fonksiyonlarına ve bütçelerine göre tercih yapmaktadırlar. Akıllı cep telefonu kullanıcı sayısındaki artış mobil internet teknolojisinde de gelişmeye öncü olmuştur. İnsanların hayatının şekillenmesinde çok fazla etki yaratmaya başlayan bu telefonlar taşınabilir bilgisayar olarak da kullanım imkânı sağlamaktadır. Her geçen gün daha fazla ve daha yeni özellikler eklenerek piyasaya çıkarılan akıllı telefonlar, tüketicileri etkilemekte ve bu gelişmeler doğrultusunda yeni bir akıllı telefon alma isteği kendilerinde oluşmaktadır.

Bireylere mutluluk veren, temelinde tekrarlanan davranışların yer aldığı davranışsal bağımlılıklar bireyler de alışkanlık durumuna gelmeye başlamıştır. Alışkanlık boyutuna gelen bu davranışları bağımlılık davranışı olarak ifade ederken bu durum karşısında ise dikkatli olmak gerekmektedir. Her türlü bağımlılıkta olduğu gibi belirli bir davranışla gereğinden fazla uğraşmak, bu olaydan zevk almaya başlamak ve

gerçek yaşamdan kopmak, bu davranıştan kendini uzak tutamamak ve tolerans geliştirmek; engellemeye çalışılınca da oluşan gerginlik ve huzursuzluk durumları gibi yoksunluk belirtileri işlevselliğin bozulmasına yol açmaktadır.

Akıllı telefonlar en fazla genç bireylerin ilgisini çekmektedir. Mobil telefon kullanımı yapılan araştırmalarda en fazla üniversite öğrencilerin yani 18-25 yaş grubu bireylerin diğer yaş gruplarına göre mobil telefon kullanımının daha fazla olduğu görülmüştür (Wilska, 2003:441-463). Diğer ülkelerde yapılan araştırmalarda da Japonya, Finlandiya, İngiltere, Kore akıllı telefon kullanıcılarının 18-25 yaş grubu olduğu belirlenmiştir. (Hashimoto, 2002: 441-63). Toplumda akıllı telefonların bu kadar kontrolsüz ve hızlı kullanımı geleceğin mimarı olan gençleri akıllı telefonlara bağımlı olma noktasına açık hale getirdiğini görmekteyiz. Genç nüfusun sahip oldukları akıllı telefonlarını yanlarından ayırmamaları, sürekli ellerinde taşımak istedikleri, her zamanda ve ortamda telefonlarına bakmak telefona göz atmak gibi dikkatini yoğun bir şekilde telefona yönelttikleri ve bu durumu tutku haline getirdikleri görülmüştür (Gümüş ve Örgev, 2015:310-315). Bu durumun gençlerin davranış şekilleri, öğrenim faaliyetleri, iletişim biçimi ve dikkat performanslarında da olumsuz bir duruma yol açtığı görülmektedir. Bireylerin akıllı telefonlarının yanlarında olmaması nedeniyle yüksek düzeyde rahatsızlık ve endişe duydukları bildirmişlerdir (Ling, 2005: 127–150). Bu bağlamda akıllı telefonların çok daha kontrollü bir şekilde kullanımı son derece önemli bir durum haline gelmiştir.

Marshall McLuhan'ın Global Köy kuramının 'Araç Mesajdır' hipotezinden yola çıkılarak çalışmamızda da belirttiğimiz gibi teknolojinin gelişmesi ve internet kullanımının yaygınlaşması ile birlikte öğrencilerin akıllı cep telefonlarını her zaman yanında taşıma isteği içinde olmaları ve dâhil oldukları sosyal ortamlarda zamanlarının büyük bir kısmını akıllı telefonlar ile uğraşarak geçirdikleri ve kendilerini içinde buldukları sosyal ortamlardan soyutlamaları araştırmamızı desteklediği tespit edilmiştir.

# BİRİNCİ BÖLÜM

## 1. KURAMSAL ÇERÇEVE

### 1.1. Araştırmanın Problemi

Teknoloji çağında elimizden düşürmediğimiz akıllı cep telefonlar hayatımızın merkezine yerleşmişlerdir. Bu boyutu bir cep telefonu olmanın yanı sıra küçük bir bilgisayar, radyo, televizyon ve internet işlevi ile toplumun her kesimi tarafından oldukça ilgi görmektedir. Bu özellikleriyle geleceğin yapı taşları üniversite öğrencilerinin üniversite öğrencilerinin akıllı cep telefonlarının kullanımına ilişkin görüşlerini yansıtmak araştırmanın problemini oluşturmaktadır.

### 1.2. Alt Problemler

Araştırmanın alt problemleri aşağıda sıralanmıştır.

1. Akıllı telefon kullanımını günlük hayatta sağladığı kolaylıklara ilişkin üniversite öğrencilerinin görüşleri nelerdir?
2. Akıllı telefonu kullanım amaçlarına ilişkin üniversite öğrencilerinin görüşleri nelerdir?
3. Akıllı telefonlar kullanımının çevreyle iletişime etkisine ilişkin üniversite öğrencilerinin görüşleri nelerdir?
4. Akıllı cep telefonları aracılığıyla yapılan sosyal medya paylaşımlarına ilişkin üniversite öğrencilerinin görüşleri nelerdir?
5. Akıllı telefon yerine yüz yüze iletişim tercihinin ilişkin üniversite öğrencilerinin görüşleri nelerdir?
6. Akıllı telefonlarla yapılan tanıtım ve pazarlama faaliyetlerinin satın alma davranışına etkisine ilişkin üniversite öğrencilerinin görüşleri nelerdir?
7. Akıllı cep telefonu kullanımının olumsuz yönlerine ilişkin üniversite öğrencilerinin görüşleri nelerdir?

### 1.3. Araştırmanın Önemi

Son dönemlerde bilgi ve iletişim teknolojileri alanında ortaya çıkan gelişmeler sosyal hayatı, sosyal iletişimi ve sosyal ilişkileri etkilemesinin yanı sıra teknolojiyi ve teknolojinin kullanımını da etkilemektedir (Çoklar, 2010: 185-208). Bilişim teknolojileri aracılığıyla bireylerin iletişim ağları ve günlük yaşamları daha kolay bir

durum haline gelmektedir. Akıllı telefon alanında yaşanan gelişmeler ve akıllı telefonların sağladığı avantajlar bireylerin dikkatini daha kolay çekmektedir. Fakat teknolojinin kontrolsüz bir şekilde hızlı gelişimi ile birlikte yaygınlaşması birçok tehdit ortamını da kendisiyle birlikte getirmektedir. Teknolojik gelişmelerin etkisi ciddi şekilde hissedilirken mobil telefon kullanımında da orantısız bir gelişim olduğu açığa çıkmaktadır (Aydın, 2004: 149-164). Bu aşamada bireyler üzerinden topluma etki eden teknoloji, gereğinden fazla bir şekilde isteğe dönüşmeye başlamasıyla, tartışılması gereken bir problem alanı olarak karşımıza çıkmaktadır. Dünyada büyük bir kullanıcı kitlesi olan akıllı cep telefonlarının Türkiye’de de özellikle genç kitlenin akıllı telefonlarıyla kullanım sürelerini kontrol edemedikleri gereğinden fazla zaman geçirdikleri ortamlar haline gelmiştir. Geleceği oluşturacak gençlerin zamanlarının büyük bir kısmını akıllı telefonlarla uğraşarak geçirmesi, arkadaş ilişkilerinde bozulmaların yaşanmasına, sosyalleşmek yerine akıllı telefonların kullanımının tercih edilmesi aynı zamanda da ruh sağlıklarında olumsuzluklar yaşanmasına neden olmaktadır. Bu bağlamda bilimsel bir açıdan araştırmaya ihtiyaç duyulan akıllı telefon kullanımına ilişkin geleceğin yapı taşları üniversite öğrencisi gençlerin görüşlerinin belirlenmesi ve ortaya çıkabilme ihtimali olan problemleri durumların en az seviyeye indirilmesi ve bu durumun değerlendirilmesi gerekmektedir. Bu araştırma hem iş yaşamının hem de günlük yaşamın iletişimde olmazsa olmaz bir unsur haline gelmiş akıllı cep telefonlarının kullanımına ilişkin üniversite öğrencilerinin görüşlerini açığa çıkarmayı hedeflemektedir. Bu kapsamda akıllı telefon kullanım amaçları, akıllı telefon kullanımının günlük hayatta sağladığı kolaylıklar, , akıllı telefonların kullanımının çevreyle iletişime etkisi, akıllı cep telefonları aracılığıyla yapılan sosyal medya paylaşımları, akıllı telefonlarla yapılan tanıtım ve pazarlama faaliyetlerinin satın alma davranışına etkisi ve akıllı cep telefonu kullanımının olumsuz yönlerine ilişkin görüşler yansıtılmaya çalışılmıştır. Tüm bu nedenlerden dolayı yapılan bu çalışma, akıllı telefon kullanımına ilişkin literatüre katkıda bulunacaktır.

#### **1.4. Araştırmanın Varsayımları**

1. Araştırmaya katılan üniversite öğrencilerinin kullanılan veri toplama araçlarını doğru ve içtenlikle cevapladıkları varsayılmaktadır.

2. Kullanılan veri toplama araçlarının istenilen bilgiye ulaşmakta geçerli ve güvenilir olduğu varsayılmaktadır.

### **1.5. Araştırmanın Sınırlılıkları**

1. Bu araştırma 2016-2017 eğitim öğretim yılında Fırat Üniversitesi İletişim Fakültesi Radyo Sinema ve Televizyon Bölümü 1, 2, 3 ve 4. sınıflarında öğrenim gören 400 öğrenciye anket yapılmıştır. Yapılan anketlerin 76 tanesi gereken özveri ile cevaplanmayıp istenilen sonuca ulaşılamayacağından dolayı araştırma kapsamından çıkarılmış ve toplamda 324 anket araştırmamızda geçerli sayılmıştır.

2. Bu araştırmada üniversite öğrencilerinin görüşlerini elde etmek amacıyla kullanılan Akıllı Telefon Kullanımına İlişkin Görüş Anketi ve Akıllı Telefon Kullanımına İlişkin Görüş Formunun ölçtüğü özelliklerle sınırlıdır.

### **1.6. Tanımlar**

#### **Akıllı Telefon**

Sıradan (temel telefon yetenekleri ile kısıtlı) telefon (feature phone)'lara oranla daha gelişmiş bir seviyede işlem yapma kapasitesi olan, gelişmiş bağlantı seçenekleri olan ve üzerinde mobil uygulamaları etkinleştirebileceğiniz ileri seviyedeki mobil iletişim cihazlarına denir (<http://www.androidturkey.net>).

Gelişmiş bir seviyede işlem yapma özelliğine sahip, ileri seviyede bağlantı seçenekleri sunan ve birçok mobil uygulamaları etkinleştirebileceğiniz ileri seviyedeki mobil iletişim cihazlarına denir (<http://www.nedir.com/akıllı-telefon>).

Akıllı telefon yani İngilizce Smartphone olarak bilinen, cep telefonunun sağladığı klasik özelliklere, bilgisayar ortamının bir ürünü olan PDA' ların özelliklerinin de dâhil edilmesiyle birlikte tasarlanan ileri seviyedeki mobil iletişim cihazıdır ([https://tr.wikipedia.org/wiki/Akıllı\\_telefon](https://tr.wikipedia.org/wiki/Akıllı_telefon)).

#### **Sosyalleşme**

Birey, içine doğduğu kültürel dünyanın özelliklerini ailesinden, akrabalarından, arkadaşlarından, sokaktan, okuldan ve iş ortamından öğrenir. Ömür boyu devam eden bu öğrenme ve uyum sağlama sürecine denir (<http://sosyallesme.nedir.org>).

#### **İletişim**

İletişim, aktaran ve aktarılan konumundaki iki insan ya da insanlar grubu arasında gerçekleşen düşünce, duygu, davranış ve bilgi alışverişine iletişim denir (<http://www.nedir.com>).

## İKİNCİ BÖLÜM

### 2. KURAMSAL ÇERÇEVE VE İLGİLİ LİTERATÜR

#### 2.1. İletişimde Yeni Teknolojiler ve Cep Telefonları

Çoğu teknolojinin, doğuşundan yaşlanmasına değin geçirdiği bir yaşam seyri vardır. Teknolojinin gençlik dönemlerinde, o teknolojiyi kullanan ürünler oldukça çekicidir ancak zaman geçip de teknoloji olgunlaştıkça ve yeni teknolojiler doğmaya başladıkça, eski teknolojiyi taşıyan ürünler de çekiciliklerini kaybetmeye başlamaktadır. Cep telefonları da bu değışen ve gelişen teknolojik çağa ayak uydurarak her geçen gün gelişimini ve değışimini devam ettirmektedir. (Norman ve Donald A. 1999 :26)

##### 2.1.1. Teknoloji Kavramı

Teknoloji kelimesi, üretmek ve yapmak gibi anlamları olan Antik Yunanca “tekhne” kelimesine ve yine Antik Yunancaya “logos” kelimesinin eklenmesiyle ortaya çıkmıştır. Bir nesneyi ortaya çıkarmanın, o nesneyi yapmanın ve üretmenin sistemli bilgisi anlamına gelmektedir. Teknoloji ile teknik arasındaki en temel fark, üretim bilgisinin topluma yansımış olmasıdır. Bir şeyi elde etmek, üretmek ve yapmak için gerekli bilgilerin öz hali tekniktir. Ancak bu bilgilerin topluma yansması ve ya toplumsal süreçlere konu olması halinde biliriz ki teknolojiyi ifade ediyoruzdur (Tutar, Yılmaz ve Erdönmez, 2004: 133). İlkel avcı toplumlardan sonra gelişen ve ilk ziraat toplumlarının geliştirdiği hidrolik ve sulama sistemleri kurdukları ilk kentlerle, “teknolojinin” gerçek anlamda ilk uygulamalarının adımları atılmıştır. İnsanoğlu, gündün güne doğaya karşı üstünlük ve hâkimiyet kurmaya başlamıştır. Bilim on dokuzuncu yüzyılın son dönemi boyunca sanayi üzerinde köklü bir etkiye sahip olmuştur. Organik kimya alanındaki ilerlemeler, büyük ölçekli sentetik boya üretimine geçilmesine olanak sağlamıştır; elektrik ile manyetiğin niteliği üzerine yapılan çalışmalar ise, aydınlatma, enerji ve ulaşım endüstrilerinin temellerini atmıştır. Yirminci yüzyıla gelindiğinde ise, bilim kökenli teknolojilerin daha fazla yayılmasına tanık olunmuştur (Basalla ve George 1996: 37). Abraham Maslow’a hitap edilen ünlü bir söz ile, “Eğer elinizde bir çekiç varsa, her şey gözünüze bir çivi gibi görünmeye başlar” demektedir. Günümüz insanların sahip olduğu en dikkat çekici, en gösterişli araçların da bilgisayarlar ve iletişim teknolojileri olduğu bilinmektedir (Çoban, 1997: 18). Teknik, insanın kendi ihtiyaçlarını karşılamak için doğada yaptığı bir yeniliktir. Bu

yenilikte insanı doğayı kullanmaya zorlamıştır. Çünkü insan, o eksik organik yapısıyla, kendisine acı çektiren bu zorlu ve kırıcı doğada yaşama fırsatı bulamazdı. Yaşama imkânı bulmak için ise, çevresine böyle güçlü ve enerjik bir tepki göstermesi gerekmektedir. Bu tepkisi ile de insan, doğayı kendi ihtiyaçlarına, kendi zorunluluklarına uygun bir duruma getirip, doğa içinde yeni bir doğa, bir “üst doğa” kurmaktadır (Gökberk, 1997: 36). Tekniğin gelişmesi, incelenmesi, kullanılan aletlerin çoğalması ve bunun için de planlı düşünme ve aramaların yerleşmesiyle, kökleşmesi yolunda yürütülmüştür. Nitekim tekniğin şimdi içinde bulunduğu evresinde alet artık ön plana çıkmıştır. Bu evrenin aracı makinedir (Gökberk, 1997: 41).

### **2.1.2. Teknoloji ve İletişim**

Üretimin kitle üretimine dayalı olduğu on sekizinci, on dokuzuncu ve yirminci yüzyılın sanayi toplumunun yerini alan bilgi toplumu, bilişim teknolojisindeki gelişmelere bağlı olarak şekillenmektedir. Bilişim teknolojisi, son üç yüz yıllık dönemde meydana gelen teknolojik değişimin bir sonucudur (Tekin, Güleş ve Öğüt, 2003: 8-9). İletişim teknolojisinin ortaya çıkardığı en önemli ürün, iletişimin gönderileni, kulakla duyulanı ve gözle görülenidir. Bu ürünler medya teknolojisinin özelliğine göre çeşitli araçların yardımı ile taşınarak, çeşitli araçların denetiminden geçerek, çeşitli biçimlerde karşımıza gelmektedir. Kitle medyası ürünü (software) akımının iki ana kısmı vardır: birincisi ideolojik ve kültürel yönü, ikincisi de ticari yönüdür. İdeolojik yönü, ticari yöne destek vermek, tüketicileri pazarlara alışık bir hale getirmek ve tüketiciyi pazara yerleştirmek görevlerini üstlenmektedir. Birinci yön bakımından, Amerikan kitle kültürü, ideolojisi ve yaşam tarzı dünyada rakipsiz bir hâkimiyet yapısı kurmuştur. Dünya bu bakımdan 24 saat durmadan bombardımana maruz kalmaktadır. Bu da ne kendiliğinden ne de bu tarzın gerçeküstülüğünden kaynaklanmaktadır. Tarzın sürekli olarak tekrar edilmesinden, üstün görülmesinden ve tek düze olmaktan öte çoğulcu, umut verici ve renkli bir görünüm içinde sunulduğundan dolayı alternatifleri ortadan kaldıran pazar gücünden, insanlara fiziksel ve duygusal heyecan ve fanteziye kaçışla doyum sağlayan eğlence özelliğinden kaynaklanmaktadır. İkinci, yani ticari yönünde ise dünya pazarlarında Amerikan egemenliği gerileyen bir şekilde devam etmektedir. Bu egemenlik altında kendi etki alanlarını genişletmeye çalışan Japonya ve Avrupa kapitalistleri ve bu egemenlik tarzını taklit ederek kendi yakın çevresinde iş yapan diğer ülkelerin kapitalistleri yer almaktadır (Erdoğan ve

Sailas, 2000:295). İnsanlık tarihinde nadir sayıda teknoloji, bilgi ve iletişim teknolojilerini etkilediği kadar insan yaşamını etkileyebilmiştir. Bilginin toplanmasını, işlenmesini, depolanmasını ağlar aracılığıyla bir yerden bir yere iletilmesini sağlayan, iletişim ve bilgisayar teknolojilerini de içine alan bütün teknolojiler, “bilgi teknolojisi” olarak adlandırılmaktadır. İletişim teknolojisi, mesajların bir yerden bir yere hızlı bir şekilde gönderilmesine olanak sağlamakta, bilgisayar teknolojisi ise hesaplama ve bilgi işleme yeteneklerimizi milyonlarca sayıda yükseltmektedir. Bilgisayar ve iletişim teknolojilerinin bir araya gelmesiyle insan yetenekleri ilk kez milyonlarca kat artmaktadır (Tutar ve ark., 2004: 135). Elektronik araçların kullanılarak ortaya çıkarılan iletişime elektronik iletişim adı verilmektedir. Televizyon, radyo ve çeşitli ses kayıt cihazları yoluyla mesaj, elektronik ortamda iletilmektedir. Bu cihazlara elektronik medya olarak adlandırılmaktadır. Elektronik medyanın başlangıcı çok eski zamanlara dayanmaktadır. Pioneer’in elektronik medya olarak ortaya çıktığı tarih 1800’lü yılların başlarıdır: fakat elektronik iletişimin geliştiği yıllar yirminci yüzyıl da olmuştur. Elektronik iletişim; elektronik posta (e-mail), faks makineleri, bilgisayar ağları, bilgisayar ve video görüşmelerini kapsamaktadır. Elektronik araçların iletişimde kullanılır hale gelmesi, özellikle multimedya uygulamalarının kullanımının artması, sanal organizasyon yapılarının ortaya çıkmasına sebep olmuştur. Sanal yapılar iş yapma şeklini değiştirdiği gibi, iş yapım mekânlarını da örgüt merkezlerinden evlere taşımıştır. İş görenler işlerini multimedya uygulamaları ile istedikleri yere istedikleri zaman taşıyabilmektedir. Bu aktarma işlemleri şimdilerde artık uydu teknolojileri aracılığıyla gerçekleştirilmektedir. Sanal organizasyon yapılarının oluşumuna katkı sağlayan bilgi teknolojileri işletmelerde mesai kavramına da esneklik getirmiştir (Çağlar ve Kılıç, 2009: 28-29). Teknik iletişim kavramı ise teknolojik araçlar (iletişim teknolojileri) yardımıyla sağlanan iletişim türüdür. Televizyon, radyo ve çeşitli ses kayıt cihazları yardımıyla sağlanan iletişime, teknik iletişim denilmektedir. Bilgi ve iletişim teknolojilerindeki gelişmeler, teknik iletişimin boyutlarını değiştirmekte, iletişimin önemini de ayrı bir noktaya getirmektedir (Tutar ve ark., 2004: 133). Tarihsel süreç içinde insanlık kendine özgü karakteristik özellikler taşıyan birtakım toplumsal aşamalardan geçmiştir. Bunlar: ilkel toplum, tarım toplumu ve en sonunda bilginin önemli bir kaynak olarak kullanılmasına fırsat veren bilgi (enformasyon) ve iletişim (telekomünikasyon) teknolojilerinde ortaya çıkan gelişmelerin sonucu olan bilgi toplumdur. Bilgi toplumu, iletişim ve bilgisayar teknolojilerindeki gelişmeler sonucu



kimi sektörlerin git gide birbirleriyle yakınlık kurmasının bir ürünü olmuştur. Bu sektörler şu şekilde belirtilebilir: Bilgi sağlayıcıları, (hükümet, yerel yönetimler, televizyon programı yapımcıları, yayımcılar vb.), Elektronik bilgi taşıyıcıları, iletişim kurumları (kablolu telefon ve telefon şirketleri, televizyon ve radyo yayın şirketleri vb.), Elektronik bilgiye kullanıcıların ulaşmasına olanak sağlayan üreticiler (mikro elektronik endüstrisi, bilgisayar ve telefon üreticileri, televizyon vb.), Yazılım şirketleri (bilginin toplanması, bilginin depolanması, dağıtımı ve kullanımına olanak sağlayacak uygulamaları geliştiren şirketler). Ancak teknik, insanların içinde bulunduğu alan dâhil hayatın her alanına girdiğinde insan için önemsiz olmaktan çıkıp onun bizzat özlük durumuna gelmiş olmasıdır. Teknik insanla artık yüz yüze değildir; onunla bir bütün haline gelmiş ve giderek onu içselleştirmiştir. Bu açıdan bakıldığında makineden farklı bir biçimde yeni bir tekniktir. Modern toplumda çok açık olan bu dönüşüm, tekniğin özerkleşmiş olması gerçeğinin sonucudur (Ellul, 2003: 16). İletişim teknolojileri alanındaki gelişmeleri farklı açılardan göz önünde bulundurabiliriz: iletişim teknolojisindeki mükemmel gelişmelerin nedenlerinden biri, transistörle başlayan ve çiplerle etkisini sürdüren mikro elektronik devrimin var olması, bir diğer nedeni ise, hemen hemen bütün iletişim araçlarına bilgisayarlar aracılığıyla dijital iletim (transmission) ve işleme (processing) yöntemlerinin girmiş olmasıdır. Mikro elektronikteki gelişmeler ile birlikte, iletişim teknolojisinde de gelişmeler olmuştur. Mikro elektronik ve iletişim bir bütün haline gelerek birlikte yenilenmektedir. Mikro elektronik teknolojisindeki ortaya çıkan gelişmeler, yeni ürün ve teknolojileri ortaya çıkmasına neden olurken, iletişim donanımındaki gelişmeler ise endüstri üretiminin altyapısını oluşturarak getirdiği hızlı gelişme sayesinde, üretim için her türlü bilgi akışını kolaylaştırıp hızlı bir hale getirdiği gibi, mekan ve zaman kullanımında da sağladığı olanaklarla, üretimde verimliliği ve etkinliği yüksek bir seviyeye getirmiştir (Tutar v.d., 2004:147). İletişim teknolojilerinin toplumsal yaşamı etkileyen temel unsurundan bahsedilebilmektedir. Bunlar; karşılıklı etkileşim, eş zamansızlık (asynchronism) ve kitlesizleştirme (demassification)' dir. Karşılıklı etkileşim, tek yönlü devam eden geleneksel kitle iletişim araçlarına göre enformasyon ve kullanıcılar arasındaki karşılıklılığı belirtmektedir. Eş zamansızlık bir iletişim sisteminde kontrolün iletişim kaynağından alıcıya geçmesidir. Kitlesizleştirme ise büyük bir kitle yerine her bireyle özel bir şekilde bilgi paylaşımını yapabilmeyi ifade etmektedir. Alıcı, iletişime kendisi için en uygun zamanda ulaşabilmektedir (Özdemir ve Yücesan, 2008.16-17).

Yeni iletişim teknolojilerinin, dünya üzerinde gelişmiş ve gelişmekte olan ülkeler arasında karşılıklı evrensel ve bağımlılık uyumunu arttıracığı iddia edilmektedir. Dolayısıyla, yeni iletişim teknolojileri, dünya düzeninin, soğuk savaş sonrasında etkisini sürdüren tek sistemin, Berlin duvarı yıkıldıktan sonra tek yaşam kültürü, kalkınma ve demokrasi modeli olarak doğallaştırılmasında etkili olan genelleştirici küreselleşme düşüncesinin en önemli yapı taşlarından birisidir (Özdemir, 2008: 22-23). Elektronik teknoloji, çeşitli ses kayıt araçları televizyon, telefon ve radyolar bizi “ikincil sözlü kültür çağı”na dâhil etmiştir. Katılımcı gizemi, yaşanan anı etkin bir şekilde odaklayışı, topluluk düşüncesini geliştirmesi, hatta kalıplaşmış sözlü ifadeleri kullanmasıyla bu ikincil sözlü kültür, birincil sözlü kültüre inanılmaz derecede benzerlik göstermektedir. Fakat yeni sözlü kültür, daha amaçlı ve bilinçlidir; temelini, araçların üretimi, kullanımı ve işleyişi için gerekli olan yazı ve matbaadan oluşturmaktadır. İkincil sözlü kültür ise birincil sözlü kültüre hem çok benzemekte hem de hiçbir şekil de benzememektedir. Matbaa ve yazı, okumakta oldukları metni anlamlandırabilmeleri için insanları yalnız bir şekilde bırakıyorsa, birincil ve ikincil sözlü kültürler de dinleyiciler arasında etkili bir grup düşüncesi oluşturabilmektedir. Ancak ikincil sözlü kültürün, grup düşüncesiyle bir araya topladığı dinleyici topluluğu, birincil sözlü kültürdekinden çok daha fazla büyük bir kitleye sahip olmuştur. McLuhan’ın söylediği gibi bir “dünya köyü”dür (Ong J. , Walter, 2013: 161). Batı toplumunun bilgi teknolojisine kazandırdığı büyük bir yenilik ve bu yeniliğin sağlamış olduğu olanakların ülkeler arasında sebep olduğu eşitsizlik durumu dünyayı kabaca iki kutba ayırmıştır: az gelişmiş ve gelişmiş kutuplar. Oysa Batı şartlarına göre az gelişmişlik, bazı gözlemcilere göre farklı kültürel özelliklere, farklı coğrafi özelliklere ve tarihi özelliklere sahiptir. Dolayısıyla farklı değişim politikalarının var olması gereken ülkelerde Batı toplumunun gelişim modellerinin taklit edilerek kullanılmasından kaynaklanmaktadır. Kaynaklarını iyi değerlendirmeyi öğrenmeden, İnsanına yatırım sağlamadan, gereksinim önceliklerini titizlikle belirlemeden, iletişim alt yapısını oluşturmadan yapılan teknoloji transferi çoğunlukla belirsizlik ve karmaşa yarattığı gibi gelişmeye de yüzeysellik dışında fazla bir katkı sağlamayacaktır. Ancak, birçok gelişmekte olan ülkelerde bütün bu şartlar gerçekleştirilmeden, halkın oy vererek yönetime getirdiği, halklarına gelişmişlik seviyesine sahip olduklarını ortaya çıkarmak ve yönetimlerini devam ettirmek için plansız ve programsız iletişim teknolojilerini satın alabilmektedirler. Çoğu zaman hızlı

bir şekilde alınan kararlarla boş yere alınan araç ve gereçler kendi yerlerini çok kısa bir zamanda başkalarına bırakmak zorunda kalmışlardır (Tekinalp, 1990: 128).

## **2.2. İletişim Kavramı ve Kitle İletişimi**

### **2.2.1. İletişim Kavramı**

İletişim kelimesi, “Komünikasyon” sözcüğünün Türkçe ’deki karşılığını ifade etmektedir. Latince “Communicationem”, “Communicare” fiilinin mış’lı geçmiş halinden türetilmiş, eylem yani ifade anlatan bir isimdir. Communicare, çoğunluğa genellemek, herkesin yararlanmasını sağlamak, çoğunluğa pay vermek anlamlarını taşımaktadır. Burada insan faktörü hemen ortaya çıkmaktadır. İletişim, insanların paylaştığı bir olgudur (Öngören, 1995:251). İletişim mesajlar aracılığıyla gerçekleştirilen toplumsal etkileşimdir. (Mutlu, 2012:148). İletişim, insan aktivitelerinin tamamlayıcı bir yönüdür, nerede bir insan hareketi varsa, orada iletişim söz konusudur. İletişim insan aktivitelerinin bir önceliği, ayrıcalığı ve zorunluluğudur. İletişim kısa ifade ile ileti alışverişi ise ileti de, malların üretimi ve dağıtımıdır. Pazar ilişkileri, paranın dolaşımı, aynı zamanda düşüncenin ve deneyimin üretimi, alışverişi ve dağıtımı iletişimi ifade etmektedir. İletişim insan ilişkilerinin devam eden bir sürecidir; gerçek zaman ve gerçek uzayda yer almaktadır; toplumsal bir olgudur. Bu nedenle onu toplumsal, tarihsel, siyasal ve ekonomik koşullar içinde anlamaya çalışmak gerekmektedir. (Erdoğan ve Alemdar, 1990: 170). İletişim, “belirli araçlar kullanılarak, bilgi, tutum ve düşüncelerin karşılıklı iletilmesi” olarak adlandırılmaktadır. Burada önemli olan kısım, bir ‘ileti’nin bulunması ve bunun ‘iletilmesidir (Aziz, 2013: 26). İnsanlar için varlığı ve önemi çok eski zamanlara dayanmasına karşın iletişimin asıl ilgi alanı haline gelmesi de yaşadığımız dönemin yeniliğidir (Alemdar., 1996: 11). İnsanı diğer canlılardan ayıran en temel özelliklerinden biri semboller kullanarak kendi cinsinden olanlarla iletişim kurabilmesidir. Dolayısıyla iletişimin tarihi, insanlığın tarihi kadar çok eski zamanlara dayanmaktadır. İletişim tarihsel evriminde başlıca dört sıçrama yaşamıştır, yani yaşadığı evrimde tarihsel açıdan dört dönüm noktası vardır: konuşma kabiliyetini kazanmak, yazı yazmayı öğrenmek, yazının toplu şekilde çoğaltılmasına olanak sağlamak ve son olarak ise telgraftan uydulara kadar uzanan elektronik iletişim araçlarından faydalanmayı öğrenmektir (Kocabaşoğlu, 1980: 1). İletişim, insanın varlığını devam ettirme biçiminin bir ürünü ve insanın varlığını devam ettirmesinde yaşadığı gelişmelere ve değişimlere uğraması insana özgü bir durumdur.

Araç gereçleri, doğal çevresi, üretim süreçlerindeki insanların birbirleri arasındaki ilişkiler, bu ilişkilerde farklılaşmaları tarafların gözünde haklı duruma gelmesini sağlayan değerler bütünü ise, insanın toplumsal yaşam tarzını ortaya çıkarmaktadır. Bunun mayası iletişimdir (Oskay, 1992: 7). İletişim, en kolay düzeyde bile, üç bölüme ayrılır. İletiyi gönderen, iletiyi açıklayan ve bu iki kavram arasındaki iletinin gönderilmesini sağlayan bir iletişim kodlamasıdır. İletiyi gönderene kaynak, iletinin gönderildiği yere hedef kitle, iletişimde gönderilen bildireme ise ileti adı verilmektedir. İleti, insanlar arasında geçen iletişim sözel olarak gerçekleştirilebilir. Yüz yüze iletişimde ortam, telefon görüşmelerinde, elektrik akımında değişimleri taşıyan kablo, telsizde havadaki iyonlar ve bu iletiyi taşıyan kanal görevi üstlenmektedir (Oskay, 1992: 16). İletişimin gerçekleşebilmesi için bir tarafta bir şey göndermek isteyen ve bunu herkes tarafından bilinen işaretlere dönüştüren, yani anlamı açıklayan bir kişinin (kaynak); diğer taraftan da bu gönderilen iletiyi almaya ve bu iletiye anlam kazandırmaya hazır olan yani aynı anlamı ortaya çıkaran ve tüketen bir başka kişinin (hedef) var olması gerekmektedir. Bu iki kişi birbirleriyle hem gönderilen mesaj, hem de onu mesaj veya anlamı taşıyan bir araç (kanal) üzerinden bir araya getirmektedir. Kısaca, bir iletişimin gerçekleşebilmesi, bu dört ögeyi olmazsa olmaz olarak ifade etmektedir. Bunlardan birinin var olmaması halinde iletişim hiçbir zaman gerçekleşmeyecektir (Gökçe, 2006: 27). Bir diğer ifadeyle iletişim, karşılıklı sağlanan bir ilişkide ve ya etkileşimde bulunan kişilerin benzer ifadelerle sahip olmaları ve bu ifadelerin anlamlarının aynı sosyal ve kültürel çevreye dayandırılması sonucunda, her iki tarafın düşünce seviyesinde benzer ya da aynı şeyleri göstermesiyle mümkün hale gelmektedir (Gökçe, 2006: 10). On dokuzuncu yüzyıl, iletişimi “uygarlık görevlisi” olarak açıklamaktadır. İletişim ağları dünyayı, tüm bölgelerinin aynı çatıda bir araya gelme çabası içinde olacağı bir “büyük organizma” biçiminde ifade etmektedir (Mattelart, 1996: 47). Günümüzde, gelişmiş toplumlarda iletişim gereksinimi, gelişen teknolojilerin ürünü olan mektup, faks, televizyon, sinema, telefon, telgraf, teleks, gazete, kitap, dergi, radyo, film, resim, teyp, plak, kaset, tiyatro, kompakt disk, video videobant, video- kaset, DVD, VCD, İpod, bilgisayar ağları (İnternet),uydu ve bu gibi araçlarla gerçekleştirilmektedir (Aziz, 2013: 23). İnsanlar arası iletişim, elektronik aygıtlar aracılığıyla geniş kitlelere yayıldıkça, birçok sorunu da kendisiyle birlikte getirmektedir. İletişim kanallarındaki eksiklikler, seslenen kitlenin niteliklerinin ihtimallere dayandırılması, çoğulculuk düşünceleri ile düşük beğeni düzeyi

eleştirilerinin zıtlaşması, toplumsal değişim, tek tipleşme, Globalleşme tartışmaları ve kültürel parçalanma gibi sorunlar bunlardan sadece bazılarıdır. (Türkoğlu, 2010: 13).

### 2.2.2. İletişim Süreci

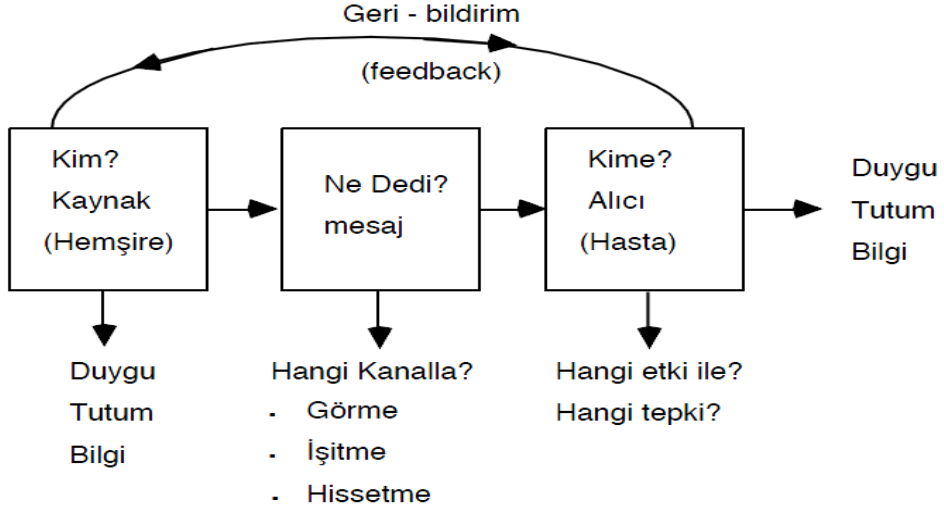
Tuna (2012)'ya göre kişiler sözel yollarla (konuşarak) ve sözel olmayan (mimikler ve jestler) yollarıyla birbirleriyle etkileşim halinde olurlar. Ancak ister sözel olarak, ister sözel olmadan iletişimin sağlanmasında bazı öğelere ihtiyaç vardır.

Bunlar;

- Kaynak
- Kanal
- Mesaj
- Alıcı

Kaynak, mesajları ortaya çıkaran kişi, örgüt, küme ya da aygıttır. Kaynak, iletişimin ilk adımını başlatan kişidir. Mesajı kodlayan, yani mesajı ileten kişidir. Dolayısıyla kaynak mesajı kodlamayı bilen, bilgili, tanınan ve güvenilir bir kişi olması gerekir. İletişim sürecinin ortaya çıkışını temsil eder. Kaynak, mesajın hedef üzerinde beklenen sonucu ve ya etkiyi oluşturmasında en önemli seviyede olan kişidir. İletişim sürecinde beklenen sonucun alınması yönünden, kaynağın mesajı göndermedeki durumu hem mesajın net olması hem de hedef kitle üzerinde etki bırakması açısından incelendiğinde büyük bir kapsama alanına sahiptir. Grup ve ya kişi olabilen kaynak, önceleri hedef kitle iletişimde yetersiz bir rol oynayan unsur olarak görülürken, günümüzde aktif ve etkili bir işlev sağlamaktadır (Tutar, H. 2003, : 41).

Mesaj, kaynak aracılığıyla alıcıya iletilen ve farklı bir anlamı ifade eden söz, yani iletidir. Mesaj, açık, net ve anlaşılır olmalıdır. Kullanılan dil kesinlikle sade olmalı ve anlam bozukluğuna yer vermeyecek şekilde hazırlanmalıdır. Genel olarak mesajı iletecek olan kaynak, alıcının tüm özelliklerini çok iyi bilmeli ve alıcı hakkında önceden bilgi sahibi olmalıdır. Burada gelenek, görenek, anlayış ve yaşanan çevrenin iyi bilinmesi oldukça önemli bir yere sahiptir. İletişim şekilleri toplumdan topluma büyük farklılıklar içermektedir. Mesajın etki ettiği bütün bu unsurların biliniyor olmasına bağlıdır. Aynı zamanda önemli olan bir diğer konu da mesajın doğru zamanda gönderilmesinin gerekli olduğudur. Mesaj, doğru zamanda, doğru alıcıya, doğru kanallarla gönderilirse görevini yeterli bir şekilde tamamlamış olacaktır (Çöklü, 2004 : 14).



**Şekil 1.** Bir İletişim Modeli

Kaynak, Alıcı ve hedef kitle arasında olan ve işaret haline dönüşmüş mesajın gönderilmesine imkân sağlayan yola kanal denilmektedir. Kanal, sinyallerin iletildiği fiziksel araçlardır. Bu araçlar sözsüz, sözlü, yazılı, işitsel ya da görsel araçlar olabilir. Bu araçlardan hangisinin tercih edilmesi gerektiği iletişimin etki alanında önemli bir rol oynamaktadır. Doğal olarak iletişim öğelerinin ortaya çıkardığı bu dolaşım etkisiyle gerçekleşen kitle iletişim aracı olan telefonda önemli bir temel unsur olmuştur. Her geçen gün kullanımın daha kolay bir hale gelmesi ve kolay bir şekilde taşınabilir hale gelmeleri ile son yıllarda akıllı cep telefonları hayatımıza önemli ölçüde yön vermeye başlamıştır. (Ada, 2012).

### 2.2.3. Kitle İletişimi ve Özellikleri

Daha fazla kitlelere seslenebilmek, onlarla iletişime geçmek için sürekli çaba gösteren insan, çağımıza ulaşıncaya kadar bu imkânı pek bulamamıştır. Yaşadığımız yüz yılda ortaya çıkarılan teknoloji, elektromanyetik dalgaların ve bu dalgaların alıcılarının kullanımı ile tüm kitleye ulaşılma imkânı tanımaktadır. McLuhan'ın "Evrensel Köy", en azından nicel olarak bir dayanağı olmuştur. Çünkü günümüz toplumlarında toplumsal iletişimin önemli bir bölümü bilginin, haberin en kapsamlı anlamıyla kültürün topluma yayımı, dağıtımı özellikle bu amaç için gerçekleştirilen araçlar yoluyla gerçekleştirilmektedir. Bu araçlar ve araçların işleyişleri hemen hemen tüm toplumlarda gerçek bir kurum haline gelmiştir. Böyle kurumlar içerisinde ortaya çıkan iletişim olgusuna kitle iletişimi denilmektedir (Kaya, 1985: 2). İletişimin

gerçekleşmesini sağlayan her türlü araç (yazı, söz, beden dili, davranış jestler, ses, mimikler, giyim kuşam, hatta koku, vb.) iletişim araçları olarak kabul edilir ancak yüz yüze olmaya gerek duymadan anında iletişim kurmaya imkân sunan ve bunu toplumsal düzeyde ortaya çıkaran araçlara kitle iletişim araçları denilmektedir. Bir takım yazarlar en eski olarak bilinen kitle iletişim aracının kitap olduğunu iddia ederler. Elektronik iletişim araçlarının halkın çoğunluğunu etkisi altına almak amacıyla, seri üretim ve kullanım yoluyla yaşamlarımıza dâhil olmasıyla birlikte, kitle iletişiminden ve kitle iletişim araçlarından söz edilmeye başlanmıştır (Türkoğlu, 2010: 69-70). Tarih boyunca kitle iletişim araçları o çağın teknik veya teknoloji seviyesine bağlı kalmış, yetkinlik ve etkinlik göstermiştir. Diğer açıdan, kitle iletişim teknolojisinin veya araçlarının ekonomik isteğin karşılanması ve güç göstergesi olarak diğerlerine iletilmesinin yanı sıra ülkeler ve toplumlar arası milli düşünceler, kültür ve hümanizmaların geçişlerinde de iletişim mekanizmasının işletilmesi yoluyla doğal olarak psikolojik toplumsal egoları tatmin etmek için kullanılabilir (Açıköz, 2003: 175-177). On beşinci yüzyılda basılı yayınların iletişim aracı olarak kullanılmaya başlanması, kitle iletişiminin asıl önemini ortaya çıkmasına imkân sağlamıştır. Daha sonraları radyo, televizyon ve sinemanın bulunması ve kitle iletişim araçları olarak görev almaya başlamalarıyla kitle iletişimin önemini günden güne artmaya başlamıştır (Gökçe, 1997: 17). 1770'li yıllarda İngiltere'de tekstil sahasında önemli gelişmelerle Avrupa'da Sanayi Devrimi olgusu ortaya çıkmıştır. Bunu elektrik, kimya ve petrole dayalı motor sanayindeki gelişmeler takip ederek birinci sanayi devrimi ile ilgili bağlar birbirini izlemişlerdir. Birinci sanayi devrimi sonucu petrol, kimya ve elektrik alanlarındaki gelişmeler, On dokuzuncu Yüzyılda Amerika, Rusya, Fransa ve Almanya gibi ülkelerde de yayılarak kendilerine uygulama sahası bulmuşlardır. Birinci sanayi devrimiyle birlikte insan gücü ile çalışan makineler için insan gücü yerine makine gücü üretimde tercih edilmeye başlanmıştır. İkinci sanayi devrimi ise, ikinci dünya savaşını takiben haberleşme ve elektronik alanlarında oldukça ileri düzeydeki gelişmeler sonucu üretilen makinelerle otomasyona geçilmiş ve insan beyin gücünün yerini geliştirilen bilgisayar gibi makineler tercih edilmiştir. (Aral, 2000). 1840 yılından sonra tutarlı bir teknik belirir ve 1950 yılına kadar esasta aynı kalır. Bu bütünün olgunlaşması, uzlaşım olarak icat tarihlerini belirten birçok önemli tarih bunun etrafında gelişmiştir: 1837 yılında telgrafın icat edilmesi, 1876 yılında telefonun ortaya çıkışı; 1899 yılında radyo iletişim araçlarının düzenlenmesidir (Barbier ve Lavenir, 2001: 132). 1850 ile 1950'li yılların en önemli

özelliği, bu yıllarda iletişimin bütün dünyaya yayılmış olmasıdır. Telgraf, Posta ve telefon şebekeleri, sonra da 1900 yılından itibaren radyo iletişimi enformasyonunun genel ekonomisi üzerine çift etkide bulunmuştur. Posta, basılı yayın ve enformasyon alanındaki önemli dönüşümlere katkı sağlayarak gazetelerin, kitapların ve haberlerin gönderilmesini sağlamaktadır. Özel mesaj, ticari veya diplomatik mesaj, mektup gibi her şey daha hızlı bir şekilde ve daha uzak mesafelere gönderilebilmekte, böylece düşünceleri, uygulamaları, kullanımları, hatta zaman ile mekânın algılanma biçimini değiştirebilmektedir. Mektuplaşmanın günler ya da aylar boyunca sürdüğü yerlerde, telgrafların hedeflerine ulaşması için saatler ya da dakikalar yeterli olmaktadır. Bütün olarak, tüm mesajlar daha hızlı şekilde, daha uzak mesafeye gönderilebilir ve bu mesajlar daha geniş bir kitlelere ulaşabilmektedir (Barbier ve Lavenir, 2001: 131). 1960'tan itibaren ses ve görüntü destekli tüm kitle iletişim araçları köklü değişimlere maruz kalmıştır. Bunlar, yüzyılın ilk yarısında geliştirilmiş olan teknik alt yapıları düzenleme ile çevreleri ve kullanım şekilleri hep birlikte tartışılmaya başlanmıştır. İlk olarak, sınırlar silikleşmiştir. Yirminci yüzyılın başından itibaren radyo, televizyon ve sinema, teknolojik alt yapılarını komşu alanlarla paylaşmaktadır: ilk olarak telekomünikasyon ve bilgiişlem de bir paylaşım gerçekleşmiştir. Gene de bu teknik yakınlığa rağmen, telekomünikasyon, bilgiişlem ve işitsel görsel kitle iletişim araçları, tamamen aynı ticari ve sınaî şekiller altında gelişmiştir (Barbier ve Lavenir, 2001: 338). 1970'li yıllar da haber üretimini yöneten endüstriyel mekanizmalar, uluslararası akış, kitle kültürü ve iletişim dengesizlikleri açısından tarihsel bir dönüm noktası olmuştur (Tekinalp ve Uzun 2004: 173). Bilişim alanında meydana gelen performanslar eklenen sayısal devrim, yeni bir toplumun ortaya çıkmasına olanak sağlamıştır (Ramonet, 2000: 144). Modern kent toplumu endüstrisinde teknoloji kullanımından dolayı gelen güç, taşımacılığın hızı, otomasyon ve büyük ölçekli kitle üretimi ile önceki toplumlardan farklılık göstermektedir. Kent toplumunda birden fazla yönü olan endüstri aynı zamanda bir iletişim endüstrisinin ortaya çıkmasına da olanak sağlamıştır (Bal, 2004: 54). 1980 yılı sonrası kitle iletişim araçlarının toplumları etkileme oranlarında büyük değişimler olmuştur. İletişim teknolojisindeki akıl almaz değişim, bu araçların toplumları etkileme derecesini de değiştirmiştir. O zamana kadar toplumlarda olan biteni ortaya çıkarmakta yeterli olmayan güçler, artık kamuoyunu yaratma ve etkileme şekline dönüşmüştür. Teknolojik gelişmelerin ekonomik boyutu, bu araçları ellerinde bulunduranların önemini arttırmıştır. Teknolojik gelişmelerin büyük yatırımları



gerektirmesi bu araçlara sahip olanların iletişimci niteliğinden ayrılmalarını bir bakıma mecbur kılmıştır. Araçlara sahip olma, ekonomik bir güç simgesi durumuna gelmiştir. Bu durum ise “Medya Grupları”nın ortaya çıkmasına neden olmuştur. Bunun doğal bir sonucu olarak da yeni bir “Medya Politikası” oluşmuştur (Aziz, 1994: 27). KİA bilgi ve imge satarak, toplumun isteklendirme potansiyelini yönlendirme imkânına sahiptirler. İzleyici farkına bile varmadan kitle iletişim araçlarından gönderilen bilgilerle, başka kültürlerin, başka toplumların, hayat standartları, birbiriyle ilişkileri, yaşam biçimleri, davranış kalıpları, tüketim alanları ve sosyal sorunları konusunda bilgilerle donanmaktadır (Odabaşı, 1999: 35). Bütün ekonomik olayların temelinde, teknolojik değişimin yer aldığı bir sosyal ilişkiler bağı vardır. Bu nedenle, gerek sanayi ve tarım toplumlarının gerekse bilgi toplumunun özünde, kendine özgü belirli bir teknoloji ve teknolojik düzey var olmaktadır. Teknolojik gelişme ile tabiata hâkim olma savaşı veren insanlığı, sürekli yeni teknolojiler açığa çıkarma ve üretme çabası içindedir. Bu yüzden ülkelerin ekonomik kalkınması ve gelişmesi bir bakıma yeni teknolojileri keşfetme, geliştirme, üretme faaliyetleri yanında, bunların sosyo kültürel boyutları ile bunlara uyum gösterme faaliyetlerini de gerektirmektedir (Çoban, 1997: 30). Bu yeni enformasyon teknolojileri nelerdir? Son yirmi yıl içinde yaşanan teknolojik gelişmelerin iki önemli tarafı vardır. İlki; ‘bireysel bilgisayarların ve buna bağlı yazılımın ortaya çıkarılması ve gelişmesidir. Aslında, kayda değer miktarda iletişim gücü ve hafızasına sahip bir bilgisayar, (evde ya da işte) kitlesel kullanım için hazırlanmıştır ve evde kullanılabilen bir gereç olarak satın alınmaya uygundur. Teknolojik gelişmedeki ikinci boyut ise telekomünikasyondaki ‘yeniliktir. Bu yenilik, önceden düşünülmesi imkânsız olan bir hız ve nicelik dâhilinde, yeni enformasyon türleriyle bağ kurma imkânı sunmuştur. Kablolu TV, faks makinesi ve internet, söz konusu dönüşümün popüler temsilileridir. Bu araçlar, bilgisayar teknolojisinde bir birini takip eden gelişmelerle birlikte büyük ölçüdeki veriyi dünya geneline sanal düzlemde dağıtmış, böylece bireylerin sahip olduğu ve kontrol ettiği bilgisayarlar arasında karşılıklı etkileşime olanak sağlamıştır (Mcchesney, ve ark. : 242-243). Post modern çağ; yaşantı, medya, bilgi çağı gibi farklı ifadelerle belirtilen yaşadığımız çağın en belirgin özelliği, karmaşık bir yapı göstermesidir. Bu karmaşık yapıyı ve yaşamı, insanların sadece kendi gözlemlerine dayalı olarak kavrayabilmeleri ve algılayabilmeleri ihtimal değildir. İnsanlar gündelik yaşamlarını sürdürmede, karmaşık çevrelerine uyum sağlamada başka araçların yardımına ihtiyaç duymaktadırlar. Bu araçların önemli bir bölümünü kitle

iletişim araçları oluşturmaktadır (Gökçe, 2006: 121). Son yıllarda Türkiye’de toplumu etkileyebileceği düşünülen bütün kurumlar içinde en çok gelişen iletişim alanı olmuştur. Hiçbir kurum, ne yürütme, ne yasama, ne de yargı kitle iletişim araçlarının gelişimiyle, dönüşümüyle orantılı bir gelişme göstermemiştir. Bunda şüphesiz uluslararası gelişmelerin büyük etkisi var olmuştur. Ama sonuç olarak Türkiye’nin karşılaştığı sorunları ortadan kaldırması gereken kurumların yerine, olan biteni rekabet ortamı içinde, yüzeysel olarak iletmeye çalışan, asıl amacı kazanç elde etmek olan iletişim araçları güçlenmiş ve sorunların daha da fazlaşmasına yol açmıştır. Kendi geçmişini umursamayan, toplumun geçmişine de ilgi duyma zorunluluğu hissetmeyen iletişim araçları, gerçekleri her gün yeniden ortaya çıkarırken, herkesi de belleksiz ve yeni şartlara uyum sağlamaya hazır bireyler haline sokmaktadır (Alemdar, 1996: 8).

#### **2.2.4. İletişim Aracı Olan Akıllı Cep Telefonlarının Kullanımı**

Yaşadığımız dönemin teknolojisinde iletişim teknolojileri hızlı bir şekilde gelişim göstermektedir. Bu gelişim ise akıllı cep telefonlarının yaygın bir şekilde kullanılmasına neden olmaktadır. Bu araçların en başında sosyal medya var olmaktadır. Yeni teknolojiler her günden güne paylaşılacak bilgilerin artmasına yol açmış ve herkesin bilgiyi üretmesine ve çevresine, kısa ifadeyle herkese göndermesine imkân sağlamıştır. Sosyal medya online (çevrimiçi) olarak düşünce, görüş ve bilgi aktarmak amacıyla bir arada toplanan insanların aktivitelerine, uygulamalarına ve davranışlarına gönderme yapmaktadır. Burada kullandıkları medyanın içeriği ise resim, video, yazı ve ses formatına kolay bir şekilde dönüştürülebilen ya da bu formatlarda üretilen internet tabanlı uygulamalardır (Gölönü, S. 2006 :45). Sosyal medya farklı bir açıdan kullanıcıların özgür bir şekilde düşünce ve davranışlarını ifade ettikleri ve diğer kullanıcılar ile iletişim kurduğu bir sosyal iletişim ağıdır. Sosyal medya araçlarında var olan içerikler sosyal medya pazarlamasını ve tüketici davranışını ortaya çıkarmaktadır. Sosyal medyadaki tüketiciler firma veya medyadaki kullanıcı tarafından ortaya çıkarılmış içeriklerden satın alma konusunda etki altında kalmaktadırlar. Doğal olarak sosyal medya da bir ürünün ya da hizmetin ne kadar ve nasıl konuşulduğu işletmeler için önemli bir durum haline gelmiştir. Dayanağında iletişimin yattığı ya da yer aldığı halkla ilişkiler, yirmi birinci yüzyılın başından beri değişik bir anlam kazanmaya başlamış ve oldukça büyük bir hızla gelişim kazanmıştır. Bu gelişme, bir yandan ekonomik, kültürel ve sosyal ilerlemeden destek alırken diğer yandan ise iletişim

teknolojisindeki yeniliklerle hız kazanmıştır. Yılmaz (1996)'a göre internetin genel özelliğini tanımlarken,

“İletişim ve bilgisayar teknolojilerinin bir ürünü olan internet, büyük bir hızla yayılarak hem özel, hem de kamusal alanlarda olmak üzere toplumsal yaşamın vazgeçilmezlerinden birisi olmuştur. Elektronik medya ile enteraktif iletişimin oluşturulması, yatırımcılar ve çalışanlar diğer hedef kitlelere katılım, paylaşım ve tartışma zemini çıkarırlar. Sosyal ağlar, kişisel bloglar, sohbet odaları, elektronik ticaret ve sanal forumlar halkla ilişkiler dünyasına sadece hedef kitleye kolay ve maliyete etkin bir biçimde ulaşma imkânı kazandırmaz, aynı zamanda da hedef kitleyle iletişime geçme fırsatı da yaratmaktadır”( Yılmaz, 1996:56).

Günümüzde erişim teknolojilerinin günden güne gelişim göstermesi, internetin yaygınlaşmasının hatta kendi başına bir ihtiyaç olarak karşımıza çıkmasından kaynaklanmaktadır. Sosyal medya ile yapılan erişimler artık ofislerde ve evlerde kullanılan sabit araçlar olabildiği gibi, mobil araçlar olarak da bireyin yanında götürülebildiği araçlar olarak karşımıza çıkabilmektedirler. Bu durum bağlantı türlerinin de buna benzer bir çeşitliliğin ortaya çıkmasına sebep olmaktadır. Eğlenceden işe kadar günlük hayattaki ihtiyaçların mobil telefonlarla internet üzerinden giderilebiliyor olması, hem akıllı cep telefonlarının çeşitliliğinin artmasına hem de farklı sosyal iletişim programlarının oluşmasına neden olmuştur.

Bilgi toplumunun, en basit ifadeyle bilginin ortaya çıkarılması, saklanması ve dağıtılması aşamalarının, toplumda en önemli faaliyetler olarak ifade edildiği toplum türüdür. Profesyonellik insana, temelini insanların sadece kendilerinin yararlanamayacağı bilgiden alan yetenekler sağlar. Bu yüzden kullanılan cihazlar, bu yeteneklerin mutluluğu herkese eşit olarak dağıtacağı bir şekilde herkese açık ve anlaşılır bir dilde olmasını gerektirmektedir. Böylesi ihtiyaçların ortaya çıkardığı ve toplum yaşamının içine yerleştirilen araçlardan biri ise cep telefonlarıdır (Balay, 2002:91).

### **2.3. Akıllı Telefon Kavramı ve Tanımı**

Kitle iletişim araçları içinde en büyük buluşlar arasında gösterilecek olan telefonlar etkili bir iletişim fırsatı sunmaktadır. Günlük hayatımızın olmazsa olmazı haline gelen mobil telefonlar kısa zamanda bir takım işlevsel yeni özelliklerle donatılarak hayatımızda büyük bir önem kazanmaya başlamıştır. İstenilen zaman ve

mekânda iletişim imkânı tanınmasının yanı sıra bir çeşit kimlik ve statü sembolü haline gelmiştir. Sosyal yaşamı, iş yaşamını ve özel hayatımızda sık kullanmaya başladığımız mobil telefonlar iletişim ve bilgi teknolojilerinin hızlı gelişimiyle birlikte “Akıllı Telefon” olarak adlandırılmaya başlanmıştır. Yaşamı kolay bir hale getirecek birçok özelliğe sahip olan akıllı telefonların bilgisayarların çoğu özelliğini de içinde barındırmasıyla birlikte kullanıcı sayısında artışlar olmuştur. 1800’lü yılların sonlarında başlayan radyo iletişim türünün devamı sayılan cep telefonunun gelişimi çeşitli bilim adamlarının radyo sinyalleri ile ilgili yaptıkları çalışmaları kapsamaktadır (Ling, 2004:). 1945 yılı sonrasında geleneksel telefon kullanımı asıl gelişimini bu dönemde göstermiştir. Ancak birey sadece tek bir kişi ile görüşme imkânına sahipken, 1947 yılında Bell Labs’ in birçok kişi tarafından kullanılabilir şekilde birden fazla hat kullanımına olanak sağlayan sistemi bulup geliştirmesi cep telefonlarının gelişimini önemli bir biçimde etkileyen asıl çalışma olmuştur (Humphreys, 2007). 1960’lı yıllara gelindiğinde bu sistem daha da gelişmiş bir yapıya getirilmiş ve bir hat yüzlerce kişi tarafından kullanılabilir hale getirilmiştir (Agar, 2003). 1980’li yıllara gelindiğinde mobil telefon ve zaman ayırmalı telefon sistemlerinin gelişmesi ile cep telefonları çok fazla bilinir bir duruma gelmiştir. Avrupa’ da Nordik Cep Telefonu sistemi İsviçre, Norveç, Finlandiya ve Danimarka’ da 1980’ li yıllarda kurularak uluslar arası kullanıma uygun olarak kullanılan ve bu bağlamda başarı sağlayan ilk sistemdir. Diğer ülkeler de bu sistemlerden daha farklı sistemleri kullanmaya başlayınca 1980’ li yılların sonunda bütün sistemlerin toplamı olan GSM (Global System for Mobile Communication) sistemi geliştirilmiştir. 1990’ lı yılların ortalarında Avrupa’ da çok fazla başarı sağlayan GSM sistemi cep telefonu kullanım oranını daha da yüksek seviyelere çıkarmıştır. Sadece özel alanlarda değil, iş alanında da aynı zamanda kullanımı hızlı bir şekilde artış göstermiştir. 2007 yılının verilerine göre dünyanın %80’ inden fazlası GSM şebekeleri ile çevrilmiş bir şekildedir (GSM Association, 2007). Türkiye’ de 1994 yılında başlayan cep telefonu kullanım oranı her geçen yıl hızlı bir şekilde artış göstermektedir. BTK (Bilgi Teknolojileri ve İletişim Kurumu) verilerine göre, 2014 yılı ocak ayında 69 milyon 797 bin olan mobil telefon kullanıcı sayısı, 2014 yılının sonu itibariyle 71 milyon 888 bine ulaşmıştır. Cep telefonlarının hayatımıza giriş amacı günün her anında iletişim imkânı sunabilmesi ve taşınabilir olması iken daha sonra teknolojik gelişmelerle birlikte birçok farklı yönleriyle ön plana çıkmışlardır (Karaaslan ve Budak, 2012 : 4548–4525). Mobil telefonlar sadece kısa mesaj gönderime ve telefonla görüşme

amaçlarından çıkmış üstün bir kalitede bilgi işlem yeteneğine ve erişim imkânına sahip olmuştur. Görüntülü iletişim, fotoğraf makinesi, kayıt cihazı, video-ses, müzik çalar, internet, dokunmatik ara yüz, hesap makinesi, aynı anda birçok programı çalıştırabilme gibi özellikleri içinde barındıran akıllı telefonların kullanım oranı hızlı bir şekilde artış göstermiştir. Gelişmiş bağlantı seçenekleri ile iletişim imkânında büyük oranda boyut atlamış ve akıllı telefon bağımlılığının ortaya çıkmasına neden olmuştur. Gelişen ve değişen dünyada teknolojik gelişmeler birçok kolaylık sağlayan akıllı telefonları hayatımızın içine dâhil etmesiyle hayatımızın her alanını kaplamaya başlamıştır. Akıllı telefonlarla vakit geçiren kullanıcı sayısı her geçen gün önemli bir miktarda artış göstermektedir. Dünyadaki akıllı telefon kullanıcılarının şuanda 1,5 milyarın üzerinde olduğu ve 2016 yılında 1 milyardan daha fazla bir sayıda akıllı telefonun satılacağı tahmin edilmektedir (IDC, 2013). Buna ek olarak 2015 yılında Türkiye nüfusunun %96,8'i cep telefonu veya akıllı telefon kullandığı tespit edilmiştir (TÜİK, 2014). Akıllı telefonların farklı çevrimiçi aktiviteleri içinde barındırması ve taşınabilirliğin kolay olması gibi avantajları olduğu için bilgisayarlarla yer değiştirdiği tespit edilmiştir. Akıllı telefonlar olabilen her zamanda ve her yerde insanlarla bağlantı içinde olabilmek, oyun oynayıp müzik dinlemek, aile bireyleri ve arkadaş gruplarıyla internet veya arama aracılığıyla görüşebilmek gibi imkânları bizlere sunmaktadır (Coogan ve Kangas, 2001: 158). Yapılan araştırmalara göre teknolojik yeniliklere sahip olma, neşe ve eğlence kaynağı olma, mobil telefonlara sahip olmak arkadaş grupları içinde kimlik ve prestij elde etme, sosyal ilişki kurma ve bu ilişkiyi devam ettirmeyi sağladığı için tercih edilmelerini sağlamaktadır (Lobet-Maris, 2003; Özcan ve Koçak, 2003; Taylor ve Harper, 2003; Mathews, 2004; Wei ve Lo, 2006:93–102). Auter (2007) yaptığı çalışmada üniversite öğrencilerinin haftada on buçuk saat akıllı telefon kullanarak zaman geçirdiklerini ve çoğunluğunun zamanlarını akıllı telefon üzerinden sosyal medya sitelerinde kişilerarası iletişimle geçirdiklerini ortaya çıkarmıştır. Teknolojik gelişmelerin hayatımızı yaşanılır kılan birçok olumlu yanı olduğu gibi hayatımızı olumsuz etkileyen yönleri de bulunmaktadır. Akıllı telefonlar hayatımızda etkili ve önemli bir iletişim aracı olmasına rağmen çok fazla zaman harcanıldığında yeni bağımlılıkları içeren ruh sağlığı bozukluklarını ve bununla ilgili korkuları beraberinde getirmektedir (Emad ve Haddad, 2015: 52-56).

### 2.3.1. Akıllı Cep Telefonunun Özellikleri

Akıllı telefonlar yaşadığımız çağda verilerin gönderimi, anlık mesajların gönderimi ve e-mail gibi şirket içindeki sistemlerle veri gönderimi yapılması, internet erişimi ve dijital içeriğin görüntülenmesi vb. gibi bilgisayarların olanak sağladığı birçok işin yapılmasına olanak sağlamaktadırlar. gelecekteki birkaç yıl sürecinde akıllı cep telefonu, notebook, netbook, ve tablet bilgisayar gibi mobil aygıtların internet erişimi gibi bilgi ihtiyaçlarının giderilmesinde önemli araçlar olacağı, işletmelerin ise bilgi işlem süreçlerini masaüstü bilgisayarların yerini bu mobil aygıtlarla yer değiştireceği öngörülmektedir.

Akıllı telefonlar ve bunların içinde barındırdıkları özellikler, sadece ticari işletmelere değil her türlü örgüte de fayda sağlamaktadır. Bu faydalar örgütlere genel olarak maddi konu da tasarruf yapma, verimlilik artışı ve yenilikçilik imkânları olarak yansımaktadır. Akıllı telefonların örgütlere sağladığı faydalar aşağıda verilmiştir (Ada, 2012).

Akıllı telefonlar aşağıdaki özelliklere sahiptirler;

- ✓ Görüntülü Telefon konuşması yapabilme ve kısa mesaj
- ✓ Mobil internet bağlantısı
- ✓ WiFi, GPS, Bluetooth, 3G gibi ileri seviyede bağlantı seçenekleri
- ✓ Görüntü ve ses kaydı
- ✓ Dokunmatik ara yüz
- ✓ Üzerinde uygulama geliştirilebilen bir mobil işletim sistemi
- ✓ Dâhili yada eklenebilir hafıza
- ✓ Birden fazla uygulamayı aynı anda çalıştırabilmesi
- ✓ Mobil uygulamaların yüklenebileceği bir uygulama marketi

#### 2.3.2.1. Akıllı Cep Telefonlarında 3G' nin Getirmiş Olduğu Yenilikler

- Gelişmiş hizmet kalitesi
- Görüntülü konuşma
- İnternet erişimi, mesajlaşma ve yüksek hızda çoklu ortam haberleşme imkânı
- İşletim ve bakım kolaylığı
- Gelişmiş pil ömrü
- Konumlandırma hizmetlerinin sağlanması

- İleri seviyede güvenlik yöntemleri sayesinde mobil ticaret yapma imkânı sağlama
- Var olan şebekelerle birlikte çalışabilme imkânı sağlama, 2G'ye dolaşım sağlayabilme
- Mevcut şebekelere geriye doğru uyum sağlayabilme, düşük kurulum maliyeti
- 4 saatte indirim imkânı sağlayan 700 MB'lık Divx bilgisini 1 saatte indirebile imkânı sunma (2 mbit hız)
- Medya haberciliği yönünde çekilen videoların en hızlı bir şekilde haber merkezine gönderilebilme imkânı sunması

### 2.3.2.2. Akıllı Cep Telefonlarında 4G'nin Getirmiş Olduğu Yenilikler

- 1 DVD'yi 30 saniye içinde kablosuz ağdan gönderebilme
- Bir film CD'sini (800 MB) 5,6 saniyede gönderilme
- 20 dakikalık bir HDTV yayını 12,5 saniyede aktarma.
- Sabit mekânlarda 1 Gbps, hareket durumunda ise 100 Mbps düzeyinde veri gönderme hızı
- 1 Gbps'lik hızla, 100 MP3 dosyasını (yaklaşık 300 MB) 2,4 saniyede gönderilme
- Mobil iletişim teknolojisinin gelecek kuşağı olan 4G; kablosuz ve kablolu yayın ve iletişim teknolojilerini entegre ederek yüksek kapasiteli sanal gerçeklik, biyometrik tanımlama ve veri hizmetleri gibi biyo teknoloji (BT) bilgi teknolojileri (IT), ve nano teknolojiyi (NT) bir bütün haline getiren ve 3G döneminde imkanlar dahilinde olmayan çok çeşitli hizmetlerin gerçekleşmesini sağlama.
- 4G teknolojisi ile insanlar çok kanallı yüksek çözünürlüklü Televizyon yayınlarını izleyebilme imkânı bulacaklar ve cep telefonları aracılığıyla evlerindeki aletleri kontrol edip bu aletleri yönlendirebileceklerdir. Dördüncü nesil (4G) Teknolojisi, 3G ve 2G uygulamalarından sonra altyapı ve terminallerin aynı standartlara sahip olmasını sağlayacaktır.
- Handover teknolojisi; Bu teknoloji, 100 Mbps' lik mükemmel hızlı mobil iletişimi, saatte 60 km hıza ulaşan bir araç içerisinde bile iletişimde kesinti yaratmadan sürmesine imkân sağlama.

## 2.4. Kişilerarası İletişimde Akıllı Cep Telefonlarının Yeri ve Önemi

Bireysel iletişim araçlarının en genel şekilde kullanıldığı bölüm, kişilerarası iletişimde kişiler arası sağlanan haber ve bilgi akışıdır. Daha çok bu yaygın iletişim kişiler arası iletişimle birlikte farklı ihtiyaçları gidermek bazen de bilgiyi özgürce elde etmek ve yeterli iletişim sağlamak amacıyla gerçekleşmektedir. Kişiler arası iletişimde, iletişim özgürlüğünü üç temel unsur olarak göstermektedir. Saygılı (2006)” ya göre:

“Haber, düşünceleri özgürce öğrenebilme hakkı olan bir ülkede iletişim özgürlüğünden konuşabilmek için o ülkede her türlü düşünce, haber ve kanıların özgürce öğrenilebilmesi ve toplanabilmesi gerekir. Düşünce ve kanıları özgürce ifade edebilme hakkı ise, haber kaynağının söz ve düşünce özgürlüğünün var olmasıdır. Gerçekten söz ve düşünce özgürlüğü, genel nitelikte bir temel özgürlük olması dolayısıyla, basın iletişim özgürlüğünde en önemli var oluşlarından biri durumundadır. Haber, düşünce ve kanıları serbestçe ifade edebilme hakkı, basın için yazılan bir ön kontrole girilmeden haberlerin basılabilmesi, basılan haberlerin ise gerektiği gibi serbestçe dağıtılması anlamına gelmektedir”(Saygılı, 2006:28).

Genel olarak kişiler arası iletişimde var olması gereken iletişim özgürlüğü ve kişinin kendini rahat bir şekilde ifade etme özgürlüğü etkin bir iletişimde olması gereken en temel unsur olarak karşımıza gelmektedir. İletişim, kavramları ve uygulanması yönünden çok yaygın özelliklere sahip olmakla birlikte kişide en iyi geribildirim özelliğini içerisinde barındırmaktadır. Compete tarafından 2008 yılında ortaya çıkarılan bir diğer araştırmaya göre ise A.B.D.’de, MySpace aylık olarak 65.5 milyon ziyaretçi ve aylık 955 milyon ziyaret alım oranıyla en çok kullanımı sağlanan sosyal ağ sitesi olmaktadır (Gökçe, 1998: 22).

Facebook aylık olarak 28.5 milyon ziyaretçi girişi ve 326.5 milyon ziyaret oranıyla ikinci sırada Classmates aylık 12 milyon ziyaretçi ve 22.5 milyon ziyaret oranıyla üçüncü sırada kendine yer bulmuştur. Kuruluş şirketleri sosyal ağ sitelerinde marka ve ürünleriyle ilgili görüntü oluşturmada ve oluşturdukları bu görüntüler sayesinde bireyler kendi aralarında doğrudan iletişim kurabilme fırsatını yakaladıkları gibi yapılan yorumlar ve forumlar sayesinde de hedef kitlelerinin kendileri ile ilgili olumlu ya da olumsuz düşüncelerini takip edebilmektedir. Buna göre bir sonraki aşamada neler yapmaları gerektiği konusunda ise daha kesin bilgilere sahip olmaktadırlar (Güçdemir, 2003 :54). Kişiler arası etkileşimde ise sosyal ağ sitelerindeki görüntülerine video ya da fotoğraf koyabilmekte ve bu video ve fotoğrafları



arkadaşlarıyla paylaşabilmektedir. Bunun dışında kendi aralarında gruplar oluşturabilmekte, bu gruplara üye olmaları için arkadaşlarına davet isteği gönderebilmektedirler. Düzenlenen yarışmalara ya da tartışma gruplarına katılabilmekte ve bu gruplara yorumlarını serbestçe gönderebilmektedirler.

## **2.5. Akıllı Cep Telefonu Kullanımı İle İlgili Yapılmış Araştırmalar**

Çalışmanın bu aşamasında akıllı cep telefonu kullanımı ile ilgili daha önce Türkiye’de ve dünyada yapılmış araştırmaları konu alan bilgilere yer verilmiştir.

Tayvan’ da 387 üniversite öğrencisiyle yapılan çalışmada algılanan öz yeterlilik, sosyal öz yeterlilik ve stres gibi akıllı telefon bağımlılığı çerçevesini araştırmıştır. Yapılan analizler sonucunda akademik stresin öğrenme ve sosyal öz yeterliliğini eksi yönde yordayıcısı, sosyal öz yeterliliğin de akıllı telefon bağımlılığının artı yönde yordayıcısı olduğu, yine aile ve duygusal stresin akıllı telefon bağımlılığının kuvvetli bir yordayıcısı olduğu tespit edilmiştir (Chiu, 2014:49–57). Yaşadığımız hayatın stresinin akıllı telefon bağımlılığını önemli ölçüde etkilediği ortaya çıkarılmıştır (Bae, 2015: 513–531). Algılanan anne baba tarzı, arkadaşlık ilişkisi ve akademik etkinin, akıllı telefon bağımlılığına etkisi derinlemesine bir araştırmayla işlenmiştir. Yapılan analiz çalışmalarının sonucunda demokratik aile tutumunun akıllı telefon bağımlılığı ile eksi yönde bir ilişkisinin olduğu, demokratik aile tutumu ile akademik motivasyon ve arkadaşlık ilişkisinin artı yönde bir ilişkisinin olduğu belirlenmiştir. Ayrıca arkadaşlık ilişkisi ve akademik motivasyonun da akıllı telefon bağımlılığında koruyucu bir faktör olduğu belirlenmiştir (Van Deursen ve ark. 2015: 411-420). Akıllı telefon bağımlılığı ve alışkanlığı ile cinsiyet, yaş, sosyal stres, duygusal zekâ ve öz düzenleme arasındaki ilişkiyi 386 katılımcı ile açıklanmaya çalışılmıştır. Yapılan incelemeler sonucunda akıllı telefon kullanma alışkanlığının akıllı telefon bağımlılığına çok büyük bir etkisi olduğu ve akıllı telefonun kullanılış tarzı, akıllı telefon alışkanlığının giderek bağımlılık düzeyine çıkmasında önemli bir etken olduğu tespit edilmiştir. Akıllı telefon bağımlılığının duygusal zekâ ile herhangi bir ilişkisi yokken, sosyal stres yüksek seviyede ve öz düzenleme becerisi düşük olan kişilerde akıllı telefon bağımlılığı yüksek bir risk olarak ortaya çıkarılmıştır. Ayrıca kadınlarda akıllı telefon bağımlı olma riski erkeklere oranla daha yüksek bir seviyedeysen, yaş ilerledikçe akıllı telefon bağımlısı olma riski oranlarında da artış olduğunu görülmüştür (Hadlington, 2015 : 75–81). Yaşları 18 ile 65 arasında değişen, 107 erkek ve 103 kadından oluşan 210 katılımcıyla

yapılan çalışmada internet bağımlılığı, sorunlu mobil telefon kullanımı ile günlük hayatta bilişsel bozukluk arasındaki ilişkiyi araştırmıştır. Yapılan araştırmanın sonucunda ise sorunlu akıllı telefon kullanımı ile bilişsel bozukluk arasında güçlü bir pozitif ilişki ortaya çıkarılmıştır. Ayrıca depresyon, yalnızlık, düşük dürtü kontrolü, sosyal rahatlık, dikkatin dağılması, alt boyutları olan çevrimiçi bilişsel ölçeğin puanlarıyla sorunlu akıllı telefon kullanımı arasında pozitif yönde bir ilişki bulunmuştur (Kim ve ark. , 2015: 440–447). Depresyon, problem ve akıllı telefon kullanımının incelendiği araştırmada depresif kişilerin olumsuz düşüncelerinden uzaklaşmak için ve mobil telefon yardımıyla daha fazla iletişim halinde kalmak için problemlili akıllı telefon kullanımını negatif etkilediği ortaya çıkarmıştır. Ayrıca yüz yüze iletişim halinde olmanın ise mobil telefon yardımıyla iletişimi ve sorunlu mobil telefon kullanımını azaltmada etkin bir rol oynadığını açıklamaktadır (Chen ve ark. 2016: 856–866). Yaptığı araştırmada genç yetişkinlerin mobil telefon bağımlılık seviyesi ile olumsuz duyguların, kişiler arası ilişkilerinin önemli bir etkisi olup olmadığını araştırmıştır. Mobil telefon bağımlısı olanların mobil telefon da daha fazla zaman geçirdikleri, para harcadıkları, olumsuz duygulara karşı daha kırılğan oldukları tespit edilmiştir. Kişilerarası ilişkilerin mobil telefon bağımlılığında ve negatif duygulara sahip olmakta önemli bir etkisinin olduğu tespit edilmiştir.

ABD’de ki üniversite öğrencilerinin cep telefonu ve akıllı cep telefonu kullanımına ilişkin çalışmada kullanıcıların motivasyonları ve memnuniyet durumları, mobil cihaz kullanım oranları değerlendirilmiştir. Araştırma, Kuzeydoğu ABD Üniversitesinde 101 öğrenci üzerinde yapılmıştır. Buna göre kullanıcılar için mesajlaşma, elektronik haberleşme ve cep telefonları en önemli araç olarak gösterilmiştir. Akıllı cep telefonlarından internete girme en fazla görülen aktivite olarak tespit edilmiştir. Akıllı cep telefonu kullanıcılarının normal cep telefonu kullanıcılarına kıyasla memnun kalma oranları daha yüksek olduğu açığa çıkarılmıştır (Peslak, 2011:407-417). Manner ve Lane’in rastgele örneklem metodu ile 312 denek üzerinde gerçekleştirdiği “Akıllı Telefon Mülkiyeti ve Kullanımında Kişilik Özelliklerinin Etkisi” isimli çalışmasında akıllı telefon kullanımı ve sahipliğinin kişilik üzerindeki etkileri ortaya çıkarılması hedeflenmiştir. Araştırmaya göre akıllı cep telefonu kullanıcılarının çevreler ile iletişim kurmak için kayda değer bir derecede isteğe sahip oldukları görülmüştür. Araştırma ayrıca akıllı cep telefonu fonksiyonlarının dışadönüklük düzeyinde en az etkiye sahip olduğunu ortaya çıkarmıştır. Akıllı cep

telefonu fonksiyonlarına verilen önemin yaşla birlikte azaldığı da araştırmanın sonuçları arasında yer almaktadır (Lane and Manner, 2011: 22-28). “Kullanıcıların Davranışları Üzerinde Bir Keşif Çalışması: Akıllı Telefon Kullanımı” adlı çalışmada bireylerin akıllı telefon kullanım motivasyonları nitel ve nicel araştırma yöntemleri kullanılarak cinsiyet, yaş ve diğer yapılar arasındaki kullanım farklılıkları incelenmiştir. Araştırmada akıllı cep telefonlarının eğlence, eğitim ve iletişim faktörlerinin ön plana çıktığı belirlenmiştir. Birçok özelliği içinde barındıran akıllı telefonlar kullanıcılar tarafından en çok internete bağlanma, sosyal medya ortamlarına erişme ve video özellikleri nedeniyle tercih edilmektedir (Mutchler, Shim and Ormand, 2011: 1-9). Malezya’da tüketicilerin akıllı telefon kullanım davranışları üzerine yapılan araştırma büyükşehirlerde yaşayan 1814 katılımcı tarafından gerçekleştirilmiştir. Akıllı telefon kullanıcıların marka, hizmet sağlayıcılar, aşinalık ve satın almayı etkileyen belirleyiciler ortaya çıkarılmıştır. Buna göre tüketiciler akıllı cep telefonu tercih ederken en çok fiyatına, işlem gücüne ve tasarıma önem vermektedirler. Tüketicilerin kullanım davranışları incelendiğinde ise web, oyun ve e-posta göze çarpmaktadır. Kullanıcılar tarafından akıllı cep telefonu tercih nedenlerinin başında ise statü göstergesi olması, prestij sağlaması, üstün özelliklere sahip olması, kaliteli olması ve iletişim ihtiyaçlarını karşılaması gelmektedir. Araştırmaya göre bir diğer sonuç ise genç erkek katılımcıların eğlence ve medya gibi uygulamalara diğer katılımcılara kıyasla daha fazla önem verdiği belirlenmiştir (Osman ve ark., 2012: 275-286). Chung ve Chun’un kullanıcıların akıllı cep telefonu tercihleri ile ilgili yaptıkları çalışmada bu telefonların kullanım nedenleri ortaya koyulmaya çalışılmıştır. Buna göre kullanım kolaylığı, işlevsellik, kullanıcı güvenliği ile ilgili değişkenler test edilmiştir. Kullanıcıların akıllı telefon seçiminde kullanım kolaylığının önemli etkiye sahip olduğu görülmektedir. Yine kullanıcılar için önemli görülen özellikler arasında mevcut uygulamalar olarak tespit edilmiştir. Çalışma sonuçlarında dikkat çeken bir diğer unsur da akıllı cep telefonu tercihinde sosyal ekran etkisidir. Bu sonuçlara göre ileri yaşlar için sosyal ekran etkisi daha düşük düzeydedir (Chung and Chun, 2011: 291-300). Çakır ve Demir’in “Üniversite Öğrencilerinin Akıllı Telefon Satın Alma Tercihlerini Belirlemeye Yönelik Bir Araştırma” adlı çalışmalarında elde ettikleri verilere göre üniversite öğrencilerinin akıllı cep telefonu tercihlerinde marka, reklam ve ürün özellikleri, çabalarının önemli bir etkisinin olduğu belirlenmiştir. Akıllı telefon satın alma tercihinde en yüksek etkiye sahip olan faktör ise reklam çabaları olarak belirtilmiştir. Bir diğer faktör ise bu cihazların işlevselliği olarak

belirtilmiştir. Kullanıcıları akıllı telefon satın almaya yönelten unsurlardan biri de marka olarak belirlenmiştir (Çakır ve Demir., 2014: 213-243). Ada ve Tatlı tarafından gerçekleştirilen “Akıllı Telefon Kullanımını Etkileyen Faktörler Üzerine Bir Araştırma“ adlı çalışmada akıllı telefonların kullanım seviyesini etkileyen faktörler ve bu faktörlerin akıllı telefon kullanımını ne seviye de etkilediğinin ortaya çıkarılması gibi konular incelenmiştir. Araştırma çerçevesinde, mobil iletişim sektörü çalışanlarına yönelik bir anket uygulaması yapılmıştır. Araştırmanın temel bulgularına göre işletme büyüklüğü, girişimcilik yeteneği, üst yönetim desteği vb. gibi bileşenlerden oluşan örgütsel faktörler akıllı telefon kullanımına kayda değer bir miktarda etki etmektedir. Diğer yandan, yaş, eğitim, kişisel özellikler, araştırmanın sonuçları, deneyim gibi bileşenlerden oluşan bireysel faktörlerin, işletme yönetimi ve diğer kişiler gibi bileşenlerden oluşan sosyal faktörlerin akıllı telefon kullanımını etkilemediğini ortaya çıkarmaktadır (Ada ve Tatlı, 2012). Son olarak Ömür Bek ve Şimşek tarafından Süleyman Demirel Üniversitesi öğrencileri ile yapılan “Üniversite Öğrencilerinin Cep Telefonu Tercihlerinin Analitik Hiyerarşi Prosesi İle Belirlenmesi” adlı çalışmada akıllı cep telefonu marka seçiminde etkili olan unsurun marka özelliği olduğu tespit edilmiştir. Öğrencilerin cep telefonu modelini tercih ederken en çok dikkat ettikleri unsur arasında kullanım özellikleri gelmektedir. En az tercih edilen özellik ise % 5,5 ile teknik özellikler olmuştur. Öğrencilerin % 43,3’ü diğerleri grubuna ait cep telefonlarını seçmektedir. Diğerleri adı altındaki cep telefonu modelleri, Sony Ericsson, Motorola ve Apple’dır. İkinci olarak seçilen % 30,9’luk bir oranla Nokia cep telefonları olmuştur. Daha sonra sırasıyla LG (% 17,9) ve Samsung (% 7,9) cep telefonları gelmektedir. Diğerleri grubunda yer alan cep telefonu markalarının kullanıcıları genellikle yüksek gelire sahip ve daha fonksiyonel cep telefonuna sahip kişilerdir. Nokia’nın cep telefonu model yelpazesinin ve fiyat aralığının çok büyük olması bir avantaj gibi görülse de, Apple’in daha fonksiyonel fakat çeşit ve fiyat bakımından daha dar bir alana sahip olmasının avantaj olarak görülmektedir (Ömürbek ve Şimşek, 2012: 116-132).

## ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

### 3. YÖNTEM

Bu çalışmanın amacı, hem günlük yaşamın hem de iş yaşamının iletişimde vazgeçilmez bir unsur haline gelmiş akıllı cep telefonlarının kullanımına ilişkin üniversite öğrencilerinin görüşlerini yansıtabilmektir. Çalışmanın bu bölümünde araştırmanın modeli, çalışma grubunu, araştırma sürecinde kullanılan veri toplama araçları, verilerin işlem yolu ve toplanma süreci ve toplanılan bu verilerin analizinde kullanılan istatistiksel tekniklere yer verilmiştir.

#### 3.1. Araştırmanın Modeli

Hem günlük yaşamın hem de iş yaşamının iletişim de vazgeçilmez bir unsur haline gelmiş akıllı cep telefonlarının kullanımına ilişkin üniversite öğrencilerinin görüşlerinin tespit edilmeye çalışıldığı bu çalışmada karma araştırma modeli kullanılmıştır.

Karma araştırma modelinde, nitel ve nicel araştırma yöntemleri birlikte kullanılır (Fraenkel and Wallen, 2006). Karma araştırma modeli; nitel yöntemlerden yararlanarak sözcükleri, nicel yöntemlerden yararlanarak ise tam sayıları bir araya getirerek bağımsız ve orijinal sonuçları bir araya getirmeye çalışır (Punch, 2005; Creswell and Plano, 2011).

Araştırmanın nicel kısmında, üniversite öğrencilerinin akıllı telefon kullanımına ilişkin görüşlerini belirlemek amacıyla tarama yöntemi kullanılmıştır.

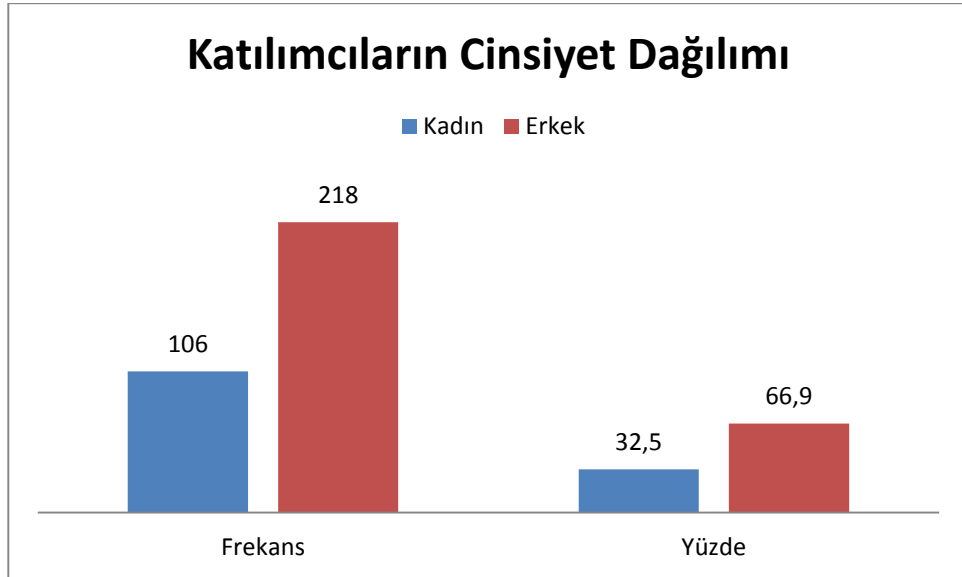
Araştırmanın nitel kısmında ise üniversite öğrencilerinin akıllı telefon kullanımına ilişkin görüşlerinin ortaya çıkarılması amacıyla görüşme tekniği kullanılmıştır. Öğrenciler arasında gönüllük esasına dayalı olarak seçilen 40 öğrenci ile yapılmıştır. Görüşme formlarının 4 tanesinin gerekli özveri ile cevaplanmayıp gereken güvenilirliğin gerçekleşmemesinde dolayı çalışmadan çıkarılmış ve 36 öğrenci ile açık uçlu sorulardan oluşan görüşme formu aracılığıyla görüşmeler kabul edilmiştir. Böylece akıllı telefon kullanımının günlük hayatta sağladığı kolaylıklar, akıllı telefon kullanım amaçları, akıllı telefon kullanımının çevreyle iletişime etkisi, akıllı cep telefonları aracılığıyla yapılan sosyal medya paylaşımları, akıllı telefonlarla yapılan tanıtım ve pazarlama faaliyetlerinin satın alma davranışına etkisi ve akıllı cep telefonu

kullanımının olumsuz yönlerine ilişkin görüşleri hakkında detaylı bilgiler elde edilmesi sağlanmıştır.

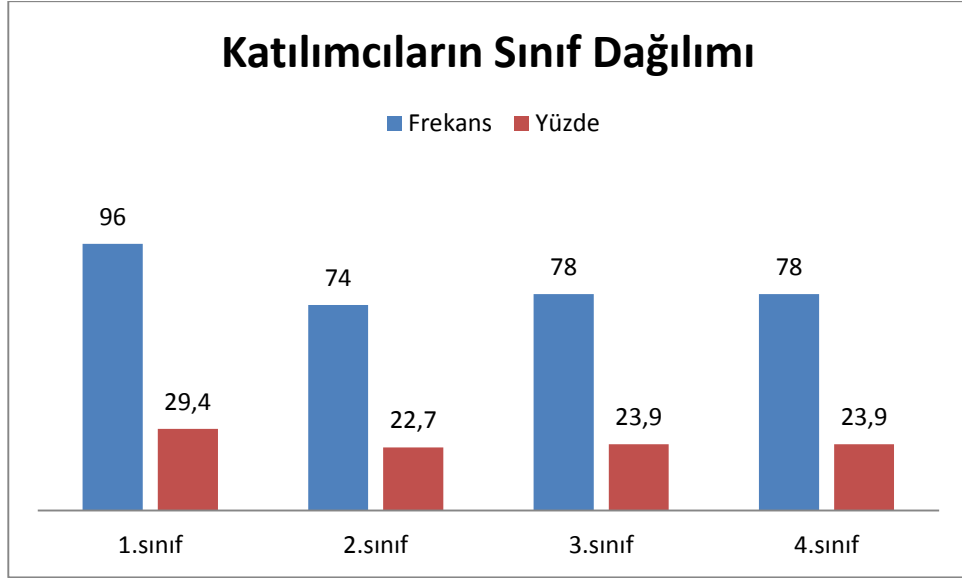
### 3.2. Araştırma Grubu

Araştırma evrenini, çalışmanın yapıldığı zaman dilimi içerisinde Fırat Üniversitesi İletişim Fakültesi Radyo Televizyon ve Sinema Bölümü'nde öğrenim gören aktif öğrenci statüsündeki öğrenciler oluşturmaktadır. Rastlantısal örneklem metodu (random sample) kullanılarak Fırat Üniversitesinde İletişim Fakültesi Radyo Televizyon ve Sinema Bölümünde 285'i birinci öğretim, 265'i ikinci öğretim olmak üzere toplam 540 öğrenci bulunmaktadır. Anket ders aşamasında olduğu için rahatlıkla uygulanarak akıllı telefon kullanan 400 öğrenciye uygulanmıştır. Böylelikle çalışma evreninin %75'i oranında bir temsille örneklem oluşturulmuştur.

Araştırma grubunu Fırat Üniversitesi İletişim Fakültesi Radyo Sinema ve Televizyon Bölümü 1, 2, 3 ve 4. sınıflarında öğrenim gören öğrenciler oluşturmuştur. Araştırmaya 106 kadın (%32,5) ve 218 erkek (%66,9) olmak üzere 324 kişi katılmıştır. Araştırmaya katılan öğrencilerin sınıf düzeyi dağılımı; 96 birinci sınıf (%29,4), 74 ikinci sınıf (%22,7), 78 üçüncü sınıf (%23,9) ve 78 dördüncü sınıf % (23,9) şeklindedir. Çalışma grubuna ait cinsiyet ve sınıf dağılımları Şekil 2 ve Şekil 3 te verilmiştir.



Şekil 2. Katılımcıların Cinsiyet Dağılımı



**Şekil 3.** Katılımcıların Sınıf Dağılımı

### 3.3. Veri Toplama Araçları

Araştırmanın çalışma grubunu oluşturan üniversite öğrencilerinin akıllı telefon kullanımına ilişkin görüşlerini yansıtabilmek amacıyla Kakı (2014) tarafından güvenilirlik ve geçerliliği yapılmış “Akıllı Telefon Kullanımı Görüş Anketi” ve araştırmacı tarafından uzman görüşü alınarak Kakı (2014)’ den izin alınmış ve hazırlanmış “Akıllı Telefon Kullanımı Görüş Formu” kullanılmıştır.

#### 3.3.1. Akıllı Telefon Kullanımı Görüş Anketi

Araştırma kapsamında üniversite öğrencilerinin akıllı cep telefonu kullanımına ilişkin görüşlerinin ortaya çıkarılması amacıyla kullanılan “Akıllı Telefon Kullanımı Görüş Anketi” Kakı (2014) tarafından “KKTC’de Akıllı Cep Telefonlarının Yaygınlaşmasının Halkla İlişkilere Olan Yansımaları” adlı yüksek lisans tez çalışmasında kullanılmak üzere geliştirilen anket kullanılmıştır (EK 1). Anket formu 30 maddelik ve 5’li likert tipi şeklindedir. Araştırma kapsamında sorulan soruların güvenilirlik ve geçerlilik analizi gerçekleştirilmiştir. Bu kapsamda aşağıdaki tabloda görüldüğü gibi Cronbach’s Alpha değeri **0,888** olarak oldukça yüksek bir değer olarak tespit edilmiştir. Alpha değerinin yüksek çıkması çalışmanın güvenilirliği hakkında önemli bir gösterge olmuştur.  $0,70 < \alpha < 0,90$  ölçek yüksek güvenilirlik düzeyine sahiptir. Ölçek toplum taramalarında ve bilimsel yargıların oluşturulmasında güvenli bir şekilde kullanılabilir (Özdamar, 2011:605).

**Tablo 1.** Güvenilirlik Analizi

|                  |            |
|------------------|------------|
| Cronbach's Alpha | N of Items |
| ,888             | 35         |

Özellikle her bir ifade için, “Tamamen Katılıyorum”, “Katılıyorum”, “Kararsızım”, “Katılmıyorum” ve “Hiç Katılmıyorum” şeklinde öğrencilerin düşüncelerini ortaya çıkarabilecek cevaplar var olmaktadır. Olumlu ifadeler yukarıda verilen sıralamaya uygun şekilde 5, 4, 3, 2 ve 1; olumsuz ifadeler ise 1, 2, 3, 4 ve 5 şeklinde puanlandırılmıştır. Her bir ifadeye verilen puanlar bir araya getirilip toplanarak öğrencilerin toplam tutum puanları belirlenmiştir. Ölçek 5 eşit parçaya bölünmüş ve her seçeneğe karşılık gelen puan aralıkları da tespit edilmiştir. Ölçek seçenekleri ve puan aralıkları Tablo 6’da verilmiştir.

**Tablo 2.** Ölçek Seçenekleri ve Puan Aralıkları

| Seçenekler              | Puanlar | Puan Aralığı |
|-------------------------|---------|--------------|
| Kesinlikle Katılıyorum  | 5       | 4.20-5.00    |
| Katılıyorum             | 4       | 3.40-4.19    |
| Kararsızım              | 3       | 2.60-3.39    |
| Katılmıyorum            | 2       | 1.80-2.59    |
| Kesinlikle Katılmıyorum | 1       | 1.00-1.79    |

### 3.3.2. Akıllı Telefon Kullanımı Görüş Formu

Akıllı telefon kullanımına ilişkin öğrencilerin düşünce, öneri ve görüşlerini tespit etmek amacıyla açık uçlu sorulardan oluşan görüşme formu hazırlanmıştır. Sorular anket formuna yönelik detaylı bilgiler elde edebilmek amacıyla incelenerek, araştırmacı tarafından hazırlanmıştır (Kakı, 2014). Bu görüşmelerle üniversite öğrencilerinden, akıllı telefon kullanımının günlük hayatta sağladığı kolaylıklar, akıllı telefon kullanım amaçları, akıllı telefonlar kullanımının çevreyle iletişime etkisi, akıllı cep telefonları aracılığıyla yapılan sosyal medya paylaşımları, akıllı telefonlarla yapılan tanıtım ve pazarlama faaliyetlerinin satın alma davranışına etkisi, akıllı telefon ya da yüz yüze etkileşim tercihleri ve akıllı cep telefonu kullanımının olumsuz yönlerini değerlendirmeleri istenmiştir (EK 2). Görüşmeler gönüllü 36 üniversite öğrencisi ile gerçekleştirilmiştir. Öğrencilere öncelikle sorular hakkında bilgi verilmiş, soruları nasıl



yanıtlayacakları açıklanmış ve görüşme formundaki sorulara içtenlikle cevap vermelerinin önemi üzerinde durulmuştur. Ayrıca öğrencilere verdikleri yanıtların araştırma kapsamında kullanılacağı ve herhangi bir not verilmeyeceği söylenmiştir. Böylelikle öğrencilerin sorulara rahat bir şekilde cevap vermeleri sağlanmaya çalışılmıştır. Görüşmelerin bireysel değil de form aracılığıyla yazılı olarak yapılmasının nedeni, öğrencilerin çekinmeden, rahat ve içtenlikle sorulara cevap vermelerini sağlamaktır. Böylece anket formundan elde edilen bulgular ile birlikte analiz edilebilmiştir.

### **3.4. Araştırmanın İşlem Yolu**

Çalışmalara başlanması ve sağlıklı biçimde yürütülmesi için Etik Kurul ve gerekli birimlerden izinler alındıktan sonra 2016-2017 eğitim öğretim yılında Fırat Üniversitesi İletişim Fakültesi Radyo Televizyon ve Sinema bölümünde öğrenim gören toplam 324 öğrenciye “Akıllı Telefon Kullanımı Görüş Anketi” ile “Akıllı Telefon Kullanımı Görüş Formu” uygulanmıştır. Uygulanmaya başlamadan önce araştırmacı tarafından katılımcılara gerekli açıklamalar yapılmış ve anket ve görüşme formunu içtenlik ve samimiyetle doldurmaları istenmiştir.

### **3.5. Araştırma Verilerinin Analizi**

Araştırmada elde edilen verilerden yola çıkarak nicel verilerin çözümlenmesinde nicel analiz yöntemleri kullanılmıştır. Elde edilecek sonuçların aritmetik ortalama ve standart sapma değerleri hesaplanmıştır. Araştırmada elde edilecek nitel verilerin çözümlenmesinde, hem nicel hem de nitel karma analiz yöntemleri kullanılmıştır. Verilerin analizinde nitel analiz yöntemlerinden içerik analizi yöntemi kullanılırken nicel analiz olarak elde edilen sonuçların frekans analizi ve yüzde dağılımlarına bakılmıştır. Anket sonuçları ve mülakat soruları gerekli analiz programları kullanılarak analiz edilmiştir. Anket kapsamında sorulan ifadelerin gruplandırılması yapılmış, bu ifadelerin uygun istatistik programıyla aritmetik ortalamaları ve standart sapmaları hesaplanmış ve mevcut ifadelerden yola çıkarak araştırma sorularına yanıt aranmıştır. Bu kapsamda 4 grup altında ifadelerin dağılımı gerçekleştirilmiştir. Birinci grupta; akıllı cep telefonlarının kullanıcılara kullanım kolaylığı sağladığı yönündeki ifadeler, ikinci grupta; akıllı cep telefonlarının halkla ilişkilerdeki etkisine yönelik ifadeler, üçüncü grupta; akıllı cep telefonlarının sosyal çevre açısından ihtiyaç olup olmadığına yönelik

ifadeler ve dördüncü grupta; akıllı cep telefonlarının halkla ilişkiler sürecinde etkili bir pazarlama aracı olmasına yönelik ifadeler yer almıştır. Daha sonra bu ifadeler bulgular ve yorum bölümünde yorumlanmıştır.

Araştırmada elde edilen nitel verilerin çözümlenmesinde, hem nicel hem de nitel analiz yöntemleri kullanılmıştır. Verilerin analizinde nitel analiz yöntemlerinden içerik analizi yöntemi kullanılırken nicel analiz olarak elde edilen sonuçların frekans ve yüzde dağılımlarına bakılmıştır. İçerik analizinin esas hedefi, elde edilen verileri açıklayabilecek ilişkilere ve kavramlara ulaşmaktır. Veriler en ince ayrıntısına kadar incelenerek konuyla ilgili temaların ve kavramların meydana gelmesi sağlanır. İçerik analizi belirli aşamalardan meydana gelir. Bunlar verilerin kodlanması, kodlara uygun temaların oluşturulması, kod ve temalar çerçevesinde elde edilen bulguların tanımlanması ve bulguların yorumlanması aşamalarıdır (Yıldırım ve Şimşek, 2006).

İçerik analizi dört aşamada gerçekleştirilir. İlk olarak araştırmadan elde edilen veriler ayrıntılı bir şekilde incelenerek anlamlı parçalara bölünür ve bu parçaları açıklayan küçük veri parçaları meydana getirilir. Ardından küçük parçalara ayrılan kendi içerisinde anlamlı bu bölümler adlandırılır, başka bir ifadeyle kodlanır (Yıldırım ve Şimşek, 2006). Diğer aşamada, kodlanan bu verileri özelliklerine uygun kategoriler altında bir araya getirip, bir genelleme yapabilecek şekilde açıklayabilen temalar oluşturulur. Üçüncü aşamada, oluşturulan temalar çerçevesinde ulaşılan veriler derlenip, okuyucuların anlayabileceği bir dille açıklanır. En son aşamada detaylı bir biçimde açıklanan veriler yorumlanır. Bu aşamada araştırmacı, toplanan veriler arasındaki ilişkileri ifade etmeli, toplanan verilere anlam kazandırmalı, sebep-sonuç ilişkileri kurmalı, sonuçların önemine ilişkin açıklamalarda bulunmalı ve bulgulardan sonuç çıkarmalıdır (Yıldırım ve Şimşek, 2006).

Nitel araştırmalarda en büyük sorun, araştırmaların geçerliğinin ve güvenilirliğinin sağlanması sorunudur. Nicel araştırmalarda testler, yöntem ve tanımların oluşu geçerliğin ve güvenilirlik sağlanmasını kolaylaştırırken bu durum nitel araştırmalarda bazı eleştirilere sebep olmuştur. Fakat bu konuda alınacak bazı tedbirler, bu sorunun ortadan kalkmasını sağlayacaktır (Yıldırım ve Şimşek, 2006). Nitel araştırmalarda geçerlik ve güvenilirlik çalışmaları nicel araştırmadaki gibi değildir. Nitel araştırmalarda geçerlik ve güvenilirliği sağlamak konusunda belirli analizleri yapmaktan ziyade dikkate alınması gereken bazı noktaların araştırma süreci ve sonrasında karşılanması gerekir. Nitel araştırmalarda geçerlik ve güvenilirliği sağlamanın

en önemli aşaması; araştırmacının veri toplama, veri analizi ve yorumlanması süreçlerinde anlamlı olması, araştırmanın tüm aşamalarını açık ve ayrıntılı bir şekilde ifade etmesidir (Yıldırım ve Şimşek, 2011). Bu araştırmada da geçerliğin ve güvenilirliğin sağlanması için; araştırmanın çalışma grubu, deseni, veri toplama aracı, veri analizleri ve araştırma süreci açıkça ifade edilmiştir.

Görüşmelerden elde edilen veriler bilgisayar ortamında yazıya aktarılmış ve analize uygun hale getirilmiştir. Bu metinler işlemeyi kolaylaştırmak amacıyla basit, kısa ve açık semboller halinde kodlanmıştır. Akıllı telefon kullanımı hakkında sorulan sorular birer alt başlık gibi değerlendirilerek her soru için öğrencilerin ifade ettikleri görüşleri üzerinden çeşitli kavramlar belirtilmiştir. Bu yolla kaç öğrencinin aynı kavram üzerinde durduğu ortaya konmuştur. Ortaya kodlamalar ve çözümlemelere dair bir model çıkmıştır. Kodlamanın ardından, kod listesi oluşturularak ortak yönleri belirlenmiş ve araştırmanın bulgularının ana hatlarını oluşturacak temalar ortaya çıkarılmıştır. Bu çerçevede temalar, bulgular kısmında tanımlanmış ve yorumlanmıştır.

## DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

### 4. BULGULAR ve YORUM

Bu bölümde araştırma sürecinde elde edilen nitel ve nicel verileri ilişkin analizlere ait bulgular yer almaktadır. Araştırmanın nicel verilerinin analizinde “Akıllı Telefon Kullanımına İlişkin Görüş Anketi” ne ait analizlerin bulgularına yer verilirken, nitel verilerin analizinde “Akıllı Telefon Kullanımına İlişkin Görüş Formuna ait analizlerin bulgularına yer verilmiştir. Verilerin analizine ilişkin bulgular yorumlanmıştır.

#### 4.1. Akıllı Telefon Kullanımına İlişkin Görüş Anketi’ ne Ait Bulgular ve Yorum

Üniversite öğrencilerinin akıllı telefon kullanımına yönelik görüşlerinin elde edildiği anket dört gruba ayrılmış her bir gruba ait aritmetik ortalama ve standart sapma değerleri hesaplanmış ve her bir gruba ait bulgular Tablo 3, Tablo 4, Tablo 5 ve Tablo 6 da verilmiştir.

**Tablo 3.** Akıllı Telefonların Bireysel Kolaylık Sağlamasına Yönelik Verilen İfadelerin Dağılımı

| 1. Grup İfadeler  | Aritmetik Ortalama ( X ) | Standart Sapma (SS) |
|---|--------------------------|---------------------|
| Toplumsal açıdan bakıldığı zaman akıllı cep telefonları bireylere kullanım kolaylığı sağlar.  | 4,1043                   | 1,1128              |
| Akıllı telefon kullanmak zamanımı daha iyi kullanmamı ve günümü daha iyi planlamamı sağlar.   | 3,9202                   | 1,2327              |
| Akıllı telefonların internet kullanımını artırdığını düşünmekteyim.   | 4,3436                   | 1,1059              |
| Anlık mesajlaşmayı birebir iletişimden daha yoğun olarak kullanmaktayım.  | 3,3282                   | 1,3586              |
| Toplumsal açıdan, akıllı telefon ve uygulamaları hayatı kolaylaştırmakta ve bireylerin birçok ihtiyacını karşılamakta sosyal iletişimi artırmaktadır. | 3,3221                   | 1,3046              |
| Sosyal çevremizde akıllı telefonla ilgili kullanım kolaylığı çoğu kez bilgi olarak verilmektedir.   | 2,5184                   | 1,2858              |
| Birey olarak, akıllı telefon sosyal medya uygulamalarını duyduğum zaman kullanıcı olma isteğim artmaktadır.   | 3,8558                   | 1,2028              |
| Cep telefonlarındaki anlık yazışmanın iletişimde büyük kolaylık sağladığımı düşünüyorum.  | 3,7669                   | 1,3499              |
| Akıllı telefon kullanmak daha az zamanda daha çok iş halletmemi sağlar.   | 3,5644                   | 1,3337              |

Tablo 3 incelendiğinde 1. grupta ilgili 3. ifade olan “Akıllı telefonların internet kullanımını arttırdığını düşünmekteyim” ve ilk ifade olan “Toplumsal açıdan bakıldığı zaman akıllı cep telefonları bireylere kullanım kolaylığı sağlar” ifadelerine katılımcıların verdikleri yanıtların ortalamasının sırasıyla  $X=4,3436$  ve  $X=4,1043$  olarak katılıyorum ile kesinlikle katılıyorum arasında bir ifade olduğu görülmektedir. Katılımcılar akıllı cep telefonlarının bireylere kullanım kolaylığı sağladığını ve internet kullanımını artırdığını düşünmektedirler. Ayrıca 6. ifade olan “Sosyal çevremizde akıllı telefonla ilgili kullanım kolaylığı çoğu kez bilgi olarak verilmektedir.” İfadesine bakıldığında katılımcıların verdikleri yanıtların ortalamasının  $X=2,5184$  olarak katılmıyorum ve kararsızım arasında bir ifade olduğu görülmektedir. Bu değer düşük olması katılımcıların çevrelerinden böyle bir bilgi almadıklarını düşünmektedirler. Tablo 3 de yer alan diğer ifadelerin ortalamaları incelendiğinde bütün ifadelerin ortalamalarının “3,00-4,00” arasında yer aldığı ve katılıyorum yönünde olduğu görülmektedir. Katılımcıların akıllı telefon kullanarak zamanlarını daha iyi kullanarak günlerini daha iyi planladıkları, bilgiye daha hızlı ve kolay ulaşmalarını sağladıkları, akıllı telefonların hayatı kolaylaştırdığı, bireylerin birçok ihtiyacını karşıladığını, sosyal iletişimi arttırdığını, akıllı telefon kullanarak az zamanda daha çok iş hallettiklerini düşündükleri görülmüştür. Bu bulgular katılımcıların akıllı cep telefonlarının bireysel kullanım kolaylığı sağladığını düşündüklerini göstermektedir.

**Tablo 4.** Akıllı Telefonların Halkla İlişkilere Etkisine Yönelik İfadelerin Dağılımı

| <b>2. Grup İfadeler</b>   | <b>Aritmetik Ortalama<br/>( X )</b> | <b>Standart Sapma<br/>(SS)</b> |
|---|-------------------------------------|--------------------------------|
| Akıllı telefonların sosyal çevre ile etkileşimde etkin bir araç olduğunu düşünmekteyim.   | 4,1902                              | 1,2529                         |
| Toplumsal açıdan, akıllı telefonlar aracılığıyla sosyal medya paylaşım sitelerinde gerçekleştirilen anlık ileti paylaşımlarının bireyleri etkilediğini düşünmekteyim. | 3,9571                              | 1,0545                         |
| Toplumsal açıdan bakıldığında bireylerin yaşam biçimlerinin sosyal medya paylaşımları aracılığıyla diğer bireyleri etkilediğini düşünmekteyim.                        | 2,7362                              | 1,3556                         |
| Akıllı telefonlar sosyal ağlarda tanıştığımız kişilerle yüz yüze görüşme olanağı sağlamaktadır.   | 3,1258                              | 1,3471                         |
| Halkla ilişkilerde akıllı telefon uygulamalarının sosyal mesaj ve anlık mesajlaşmada değişiklik yarattığını düşünmekteyim.  | 3,2546                              | 1,3653                         |
| Akıllı telefonların, sıradan mobil telefonlara göre bireyler arasında daha etkili iletişim sağladığını düşünmekteyim.   | 3,4816                              | 1,2321                         |
| Toplumsal açıdan teknolojik yeniliklerin bireyler arasındaki etkileşim şekillerini değiştirdiğini düşünmekteyim.  | 3,6411                              | 1,0422                         |
| Toplumda sosyal etkileşim açısından akıllı telefonların iletişimi güçlendirdiğini düşünüyorum.  | 3,5982                              | 1,3726                         |
| Toplum için, akıllı cep telefonu uygulamalarında anlık haberleşmenin hızlı olduğunu düşünüyorum.  | 3,2883                              | 1,3954                         |
| Toplum için, akıllı cep telefonu uygulamalarında anlık haberleşmenin güvenli olduğunu düşünüyorum.  | 3,7393                              | 1,1460                         |
| Sosyal iletişimde halkla ilişkilerin rolünün kullanılan iletişim araçlarıyla ilişkilendirilebileceğini düşünüyorum.   | 3,3589                              | 1,1595                         |
| Halkla ilişkilerde etkin iletişimin günümüz teknoloji araçlarıyla daha etkili ve verimli bir biçimde yapılacağına inanıyorum.   | 3,8712                              | 1,1510                         |
| Akıllı telefonlarla birlikte daha yeni uygulamaların ve farklı iletişim araçlarının da zamanla ortaya çıkabileceğini düşünmekteyim.                                   | 3,1043                              | 1,2990                         |

Tablo 4 incelendiğinde ifadelerin genel olarak ortalamalarının 3,00- 4,00 Aralığında olduğu ve katılımcıların bu gruptaki ifadelere fikrim yoktan katılıyorum'a doğru bir eğilim içerisinde olduğu görülmektedir. Tabloda yer alan ilk ifadeye "Akıllı

telefonların sosyal çevre ile etkileşimde etkin bir araç olduğunu düşünmekteyim.” Katılımcıların verdikleri yanıtların ortalamasının  $X=4,1902$  olduğu ve katılıyorum şeklinde algılandığı görülmektedir. Ayrıca tablodaki diğer ifadeler incelendiğinde katılımcıların akıllı telefonlar aracılığıyla akıllı telefonların sosyal ağlarda iletişim kurulan diğer bireylerle yüz yüze görüşme olanağı sağlayarak bireyler arası iletişimin daha güçlü olmasına katkı sağladığını, toplumsal açıdan, akıllı telefonlar aracılığıyla sosyal medya paylaşım sitelerinde gerçekleştirilen anlık ileti paylaşımlarının bireyleri etkilediğini, toplum için akıllı cep telefonu uygulamalarında anlık haberleşmenin güvenli olduğunu, halkla ilişkilerde akıllı telefon uygulamalarının sosyal mesaj ve anlık mesajlaşmada değişiklikler yarattığını, akıllı telefonların sahip olduğu teknolojik uygulamalar sayesinde sıradan mobil telefonlara göre iletişimde farklılık yarattığını ve teknolojik yenilikler sayesinde değişik etkileşim aracı olarak kullanıldığını, akıllı telefonların hızlı ve etkili bir iletişim aracı olduğunu, akıllı telefonlarla birlikte daha yeni uygulamaların ve farklı iletişim araçlarının da zamanla ortaya çıkarak halkla ilişkilere yeni boyutlar katacağını düşündükleri görülmektedir. Ayrıca Tablo 4 de katılımcıların “Toplumsal açıdan bakıldığında bireylerin yaşam biçimlerinin sosyal medya paylaşımları aracılığıyla diğer bireyleri etkilediğini düşünmekteyim” ifadesine verdikleri yanıtların ortalamasının  $X=2,7362$  olduğu görülmektedir. Yani katılımcıların bu ifadeye ilişkin düşünceleri kararsızım seviyesindedir. Bu durum katılımcıların bireylerin yaşam biçimlerini sosyal medyada paylaşımlarının bireyleri etkilemesi hususunda kararsız olduğunu göstermektedir.

**Tablo 5.**Akıllı Telefonların Sosyal Çevre Açısından İhtiyaç Olup Olmadığına Yönelik İfadelerin Dağılımı

| <b>3. Grup İfadeler</b>   | <b>Aritmetik Ortalama (X)</b> | <b>Standart Sapma (SS)</b> |
|---|-------------------------------|----------------------------|
| Sosyal çevrem ile iletişimi akıllı telefonlara gerek duymadan etkin bir biçimde gerçekleştirebiliyorum.                             | 3,1135                        | 1,3252                     |
| Akıllı telefonları kullanırken belli süre sonra boşa vakit geçirdiğim hissine kapılıyorum.  | 4,0491                        | 1,1860                     |
| Akıllı telefonlarla yapılan iletişimin yüz yüze kurduğumuz ilişkilerin yerini tutmadığını düşünüyorum.                              | 2,8773                        | 1,3371                     |
| Sosyal çevrem tarafından akıllı cep telefonu kullanmamam bir eksiklik olarak görülmektedir.   | 3,9356                        | 1,1172                     |
| Sosyal medya anlık iletişimini, yüz yüze iletişime göre, daha rahat ve özgüveni yüksek olarak hissettirdiği için tercih etmekteyim. | 3,6258                        | 1,0789                     |

Tablo 5 incelendiğinde katılımcıların “Akıllı telefonları kullanırken belli süre sonra boşa vakit geçirdiğim hissine kapılıyorum.” ifadesine verdikleri yanıtların ortalamasının  $X=4,0491$  ile katılıyorum’dan kesinlikle katılıyorum’a doğru bir eğilimde olduğu görülmektedir. Katılımcılar bu noktada akıllı telefonları kullanırken belli süre sonra boşa vakit geçirdikleri hissine kapıldıklarını düşünmektedirler. Tablodaki diğer ifadeler incelendiğinde akıllı telefonlarla yapılan iletişimin yüz yüze kurduğumuz ilişkilerin yerini aldığı hususunda öğrencilerin verdikleri yanıtların ortalamasının  $X=2,8773$  ve kararsızım derecesinde olduğu görülmektedir. Bu durumun akıllı telefonların sesli ve görüntülü iletişim kurabilme özelliklerine sahip uygulamalarından kaynaklandığı söylenebilir. Ayrıca öğrenciler akıllı telefonlarla yapılan iletişimi yüz yüze iletişime göre, daha rahat ve özgüveni yüksek olarak hissettirdiği için tercih ettiklerini ( $X=3,6258$ ) ve akıllı telefon kullanmalarının sosyal çevre tarafından bir eksiklik olarak algılandığını düşündüklerini ( $X=3,9356$ ) göstermektedir. Tablo 4 de son olarak sosyal medyadaki iletişimin yüz yüze iletişimden daha rahat ve özgüveni yüksek hissettirdiği ve akıllı telefonlara gerek duymadan sosyal çevre iletişimi etkin bir biçimde gerçekleştirdikleri ( $X=3,1135$ ) görülmektedir.



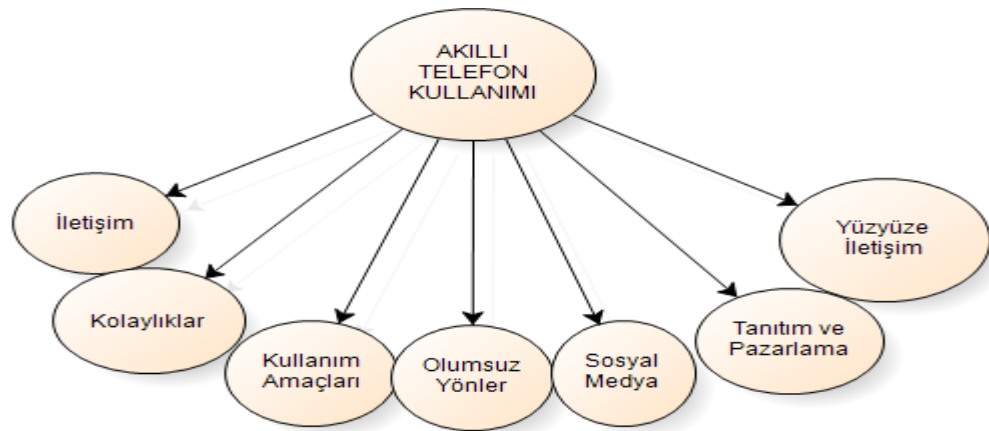
**Tablo 6.** Akıllı Telefonların Halkla İlişkiler Sürecinde Etkili Bir Pazarlama Aracı Olarak Kullanılmasına Yönelik İfadelerin Dağılımı

| 4.Grup İfadeler  | Aritmetik Ortalama ( X) | Standart Sapma |
|--|-------------------------|----------------|
| Akıllı telefonlarda marka bağımlılığının, kişinin akıllı telefonlara ilgisini arttırdığını düşünmekteyim   | 3,7730                  | 1,1860         |
| Sosyal medya paylaşım platformları üzerinden yapılan tanıtım kampanyalarının, TV ve Gazete gibi medya araçlarından daha etkili olduğunu düşünmekteyim. | 3,6104                  | 1,2121         |
| Marka bağımlılığına ait akıllı telefonların sosyal iletişimde etkin bir rol oynadığını düşünmekteyim.  | 4,1012                  | 1,1524         |

Tablo 6 incelendiğinde katılımcıların akıllı telefonlardaki marka bağımlılığının kişinin akıllı telefonlara olan ilgisini arttırdığını ve akıllı telefonlar sayesinde sosyal medya paylaşım platformları üzerinde yapılan reklam ve tanıtım kampanyaları ile sosyal olaylardaki duyarlılığın diğer medya araçlarından daha etkili bir iletişim gerçekleştirdiğini düşündükleri görülmektedir. Ayrıca katılımcıların 4.gruptaki son ifadeye verdikleri yanıtların ortalamasının ( $X=4.1012$ ) katılıyorum'dan kesinlikle katılıyorum'a doğru bir eğilimde olduğu görülmektedir. Yani katılımcılar akıllı telefon kullanımında marka bağımlılığının sosyal iletişimde etkin bir rol oynadığını düşünmektedirler.

#### 4.2. Akıllı Telefon Kullanımına İlişkin Görüş Formuna Ait Bulgular ve Yorum

Üniversite öğrencilerinin akıllı telefon kullanımına ilişkin görüşlerinden elde edilen temalar ve bu temalara ait frekanslar Şekil 4 te verilmiştir.

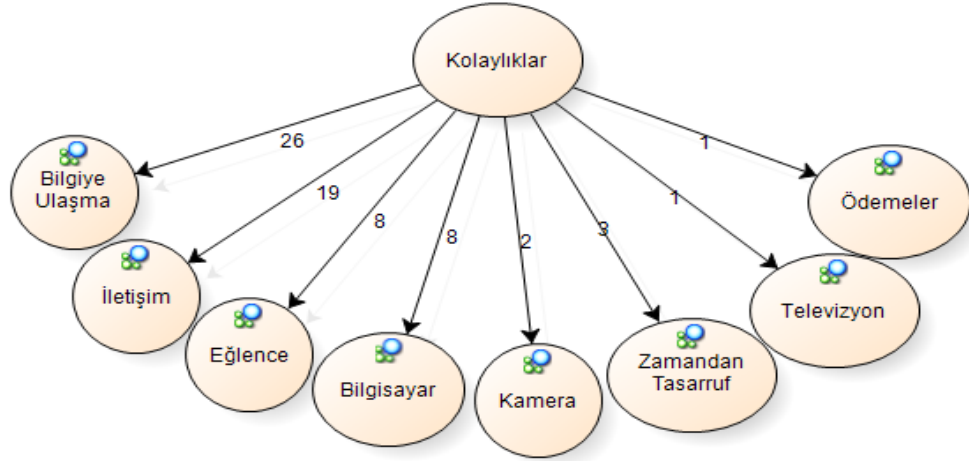


**Şekil 4.** Akıllı Telefon Kullanımına İlişkin Temalar

Yukarıdaki şekilde üniversite öğrencileri ile akıllı telefon kullanımına ilişkin yapılan görüşmelerden elde edilen 7 tema yer almaktadır. Öğrencilerle yapılan görüşmelerde sorulan soruların her biri bir tema olarak belirlenmiş ve temalar alt başlıklara ayrılarak ayrı ayrı kodlanmış ve kodlardan her bir temaya ait yeni temalar oluşturulmuştur. Aşağıda bu temalar ve temalara ilişkin alt temalar araştırma soruları kapsamında ayrı ayrı değerlendirilmiştir.

#### 4.2.1. Akıllı Telefon Kullanımının Günlük Hayatta Sağladığı Kolaylıklara İlişkin Görüşlere Ait Bulgular ve Yorum

Öğrencilerin akıllı telefon kullanımının günlük hayatta sağladığı kolaylıklara ilişkin temalar ve temalara ait frekanslar Şekil 5 te verilmiştir.



**Şekil 5.** Akıllı Telefon Kullanımının Günlük Hayatta Sağladığı Kolaylıklara İlişkin Temalar

Araştırmanın birinci alt problemi için öğrencilere “Akıllı telefon kullanımının günlük hayatta sağladığı kolaylıklara ilişkin görüşleriniz nelerdir? Sorusu yöneltilmiştir. Yapılan görüşmelerde öğrencilerin akıllı telefon kullanımı ile günlük hayatta birçok kolaylık sağladıkları ortaya çıkmıştır. Öğrencilerin soruya verdikleri cevaplarda “bilgiye ulaşma”, “iletişim”, “eğlence”, ”bilgisayar”, “zamandan tasarruf” gibi ifadeler kullandıkları görülmektedir. Öğrenciler akıllı telefonlar ve sahip olduğu özellikler sayesinde ödemelerini telefon aracılığıyla kolaylıkla yaptıklarını böylece zamandan tasarruf sağladıklarını, her türlü haber, bilgi ve ödev paylaşımlarına hızlı bir

şekilde ulaşabildiklerini bilgisayar ve kamera özellikleri sayesinde fotoğraf ve video çekimlerini herhangi bir kamera ya da fotoğraf makinesine gerek duymadan yapabildiklerini, oyun ve müzik paylaşım siteleri sayesinde eğlenceli vakit geçirdiklerini, arkadaşları ile sosyal paylaşım siteleri ve anlık ileti paylaşımları ile iletişim kurabildiklerini ve yine evde televizyona ihtiyaç duymadan televizyon izleyebildiklerini belirtmişlerdir. Bu bulgular araştırmanın nicel bulgularıyla da desteklenmektedir.

Öğrencilerin, cevaplarından bazıları şu şekildedir.

**Ö.1.** *Birçok şeyde bilgisayarın yerine geçebiliyor oyun, video özelliklede sosyal medya kullananlar için bilgisayardan daha iyi taşınabilir yani cepte taşınması her an istediğimiz şeyi arama motorunda bulabiliyoruz. Sürekli bahis sitelerine girip oynadığım için cepten kolaylıkla oynayabiliyorum. Fotoğraf çekmek için sürekli yanımda fotoğraf makinesi taşımamız da gerekmiyor.*

**Ö.2.** *İnternet erişiminde daha hızlı ve kolay olması daha çabuk ve kolayca olaylardan haberdar olmamda bana yardımcı olmaktadır. Anlık haberleşme daha etkili ve ilgi çekici özelliklere sahip olmasından dolayı çokça kullanılıyor olması birçok kişinin aynı hızda haberleşmesini sağlar. Bilgi, görüntü ve ses kayıt işlemleri gibi işlemlerde de kullanılıyor olması kullanımında da daha çok yardımcı oluyor.*

**Ö.3.** *Sosyal medyayı daha kolay takip etmemi, haberlere daha kolay ulaşmamı, görüntülü konuşma imkânı sunması, görüntülü mesaj atma imkânı sunması, ders takiplerini yapmamı daha kolay bir hale getirmektedir.*

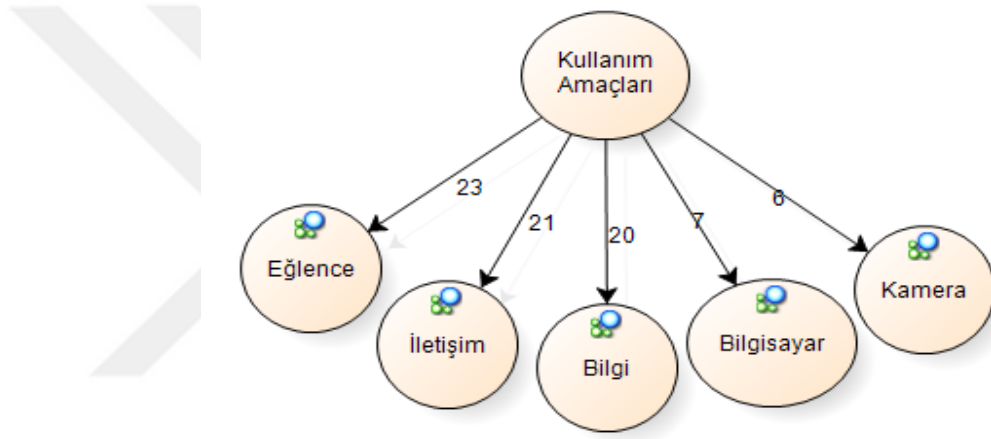
**Ö.4.** *Yakın mesafelerde baz alınmazsa eğer akıllı telefonlar, şehirler arası ya da belli mesafedeki insanlarla iletişim kurmada internetle birlikte alışveriş, devlet işleri, hastane işlerinde kolaylaştırıcı unsurlardır benim için. Bilgilendirme amaçlı güvenilirliğinden eminsem eğer güncel olaylarla alakalı bilgilendirme, haber platformunda etkin kullanımı vardır.*

**Ö.5.** *Sosyal medyadan kolaylıkla haberlerden haberdar olma imkânı sunmaktadır. İnsanın canı sıkıldığında internet aracılığıyla komik video paylaşımlarına ulaşmak ve farklı bilgilere ulaşma imkânları sunmaktadır.*

Öğrencilerin verdikleri cevaplarda görüldüğü gibi araştırmanın birinci alt problemi olan “Akıllı telefon kullanımı üniversite öğrencilerine günlük hayatta birçok kolaylık sağlar.” Sorusuna, akıllı cep telefonları gerek günlük hayattaki aktivitelerinde gerek ise eğitim gibi ihtiyaçlarını karşılamak amacıyla kullandıkları belirtilmiş ve akıllı cep telefonları öğrencilerin hayatını kolaylaştırmakla kalmıyor aynı zaman da hayatlarını daha eğlenceli bir şekilde yaşamalarına da olanak sağlamaktadır.

#### 4.2.2. Akıllı Telefonu Kullanım Amaçlarına İlişkin Görüşlere Ait Bulgular ve Yorum

Öğrencilerin Akıllı Telefon Kullanım Amaçlarına İlişkin temalar ve temalara ait frekanslar şekil 6 da verilmiştir.



Şekil 6. Akıllı Telefonu Kullanım Amaçlarına İlişkin Temalar

Araştırmanın ikinci alt problemi için öğrencilere “Akıllı telefonun kullanım amaçlarınız nelerdir?” sorusu yöneltilmiştir. Yapılan görüşmeler sonucunda akıllı telefonları çeşitli amaçlarla kullandıkları ortaya çıkmıştır. Öğrencilerin sorulara verdikleri cevaplarda; “Eğlence”, “İletişim”, “Bilgi”, “Bilgisayar” ve “Kamera” gibi ifadeler kullandıkları görülmektedir. Öğrenciler akıllı telefonları genellikle oyunlar oynayarak, video ve film siteleri aracılığıyla filmler ve videolar izleyip, müzik dinleyerek boş zamanlarını değerlendirebilecekleri bir araç olarak, yakın ve ya uzak çevreleri ile sesli ya da görüntülü konuşma amacıyla, Sitelerden güncel haberlere ve okul dersleri için telefonda çeşitli bilgilere ulaşmak için kullanmışlardır. Ayrıca bilgisayarlarını yanlarında taşımadan istedikleri zaman ulaşabilecekleri oyun oynama, video ve filmler izleme, çeşitli sosyal medya hesaplarına girebilecekleri bir cep bilgisayarı gibi kullanabilmektedirler. Akıllı telefonlarını anında çekim imkânı

sağlaması yönünden doğa çekimleri ve kendi fotoğraflarını çekmek (öz çekim) gibi amaçlarla fotoğraf makinelerini kendileriyle birlikte taşımaya ihtiyaç duymadan kullanabilmektedirler. Bu bulgular araştırmanın nicel bulgularıyla da desteklenmektedir.

Öğrencilerin, cevaplarından bazıları şu şekildedir.

*Ö.1. Haberleri izlemek ve okumak için, sosyal medyada gezinmek ve vakit geçirmek için, ders takiplerini yapmak için ve fotoğraf (öz çekim) çekmek amaçlarıyla akıllı cep telefonlarını kullanmaktayım.*

*Ö.2. İletişim kurma, bilgi alma, hoşça vakit geçirmek amacıyla kullanıyorum. Anlık iletişimlerde çok işime yaradığı için sıkça kullanmaktayım. Sosyal medyadan bilgi almak için de kullanıyorum. İnternette araştırma yapmak içinde kullanıyorum. Bunun yanında da film ve video izlemek içinde kullanıyorum.*

*Ö.3. Sosyal medya, film, e-kitap uygulamaları, internet vs... bunun dışında mesajlaşma, yüz yüze iletişim olmadığı zamanlarda iletişim kurmak amaçlı kullanırım.*

*Ö.4. Akıllı telefonumu genellikle boş zamanımı öldürmek için kullanıyorum. Mesela sosyal medya hesaplarıma giriyorum, çeşitli videolar izliyorum ve merak ettiğim her alanda ki merakımı gidermek için kullanıyorum.*

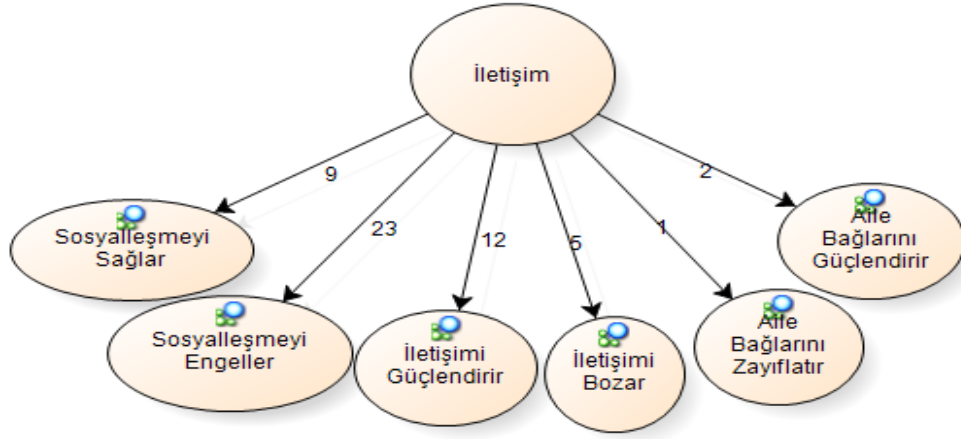
*Ö.5. İletişim kurma, haber alma, bilgi ulaşımını sağlama ve sosyal medya da zaman harcama gibi aktiviteler amacıyla kullanıyorum.*

Öğrencilerin verdikleri cevaplarda görüldüğü gibi araştırmanın ikinci alt problemi olan ‘‘Üniversite öğrencileri akıllı telefonları bilgi ve eğlence amaçlı kullanırlar.’ Sorusuna öğrenciler, akıllı cep telefonlarıyla oyun oynamak, çeşitli videolar izlemek, sosyal ağlarda vakit geçirmek, fotoğraf ve video çekimleri yapmak ve boş vakitlerini eğlenceli bir şekilde değerlendirmek için eğlence amaçlı kullandıkları, Aynı zamanda ders takiplerini yapmak, internet üzerinden kitap okumak ve internet aracılığıyla her türlü bilgiye kolaylıkla ulaşım imkânı elde ettikleri görülmektedir.

### **4.2.3. Akıllı Telefon Kullanımının Çevreyle İletişime Etkisine İlişkin**

#### **Görüşlere Ait Bulgular Ve Yorum**

Öğrencilerin Akıllı Telefon Kullanımının Çevreyle İletişime Etkisine İlişkin temalar ve temalara ait frekanslar şekil 7 de verilmiştir.



**Şekil 7.** Akıllı Telefonların Çevreyle İletişime Etkisine İlişkin Temalar

Araştırmanın üçüncü alt problemi için öğrencilere “Akıllı telefonlar çevrenizle iletişiminizi nasıl etkiliyor?” sorusu yöneltilmiştir. Yapılan görüşmeler sonucunda akıllı telefonların çeşitli etkilerinin olduğu görülmüştür. Öğrencilerin sorulara verdikleri cevaplarda “Sosyalleşmeyi Sağlar”, “Sosyalleşmeyi Engeller”, “İletişimi Güçlendirir”, “İletişimi Bozar”, “Aile Bağlarını Zayıflatır”, “Aile Bağlarını Güçlendirir” gibi ifadeler kullandıkları görülmektedir. Öğrencilerin büyük bir çoğunluğu akıllı telefonların sosyalleşmelerini engellediğini belirtmektedir. Girdikleri ortamlarda muhabbet etmek yerine akıllı telefonlarla uğraşıp birbirleriyle pek ilgilenmediklerini hatta bazı zamanlarda birbirlerinin yüzüne bile bakmadıklarını belirtmişlerdir. Öğrencilerin bir kısmı ise sosyalleşmeyi sağladığını belirtmişlerdir. Akıllı telefonlar aracılığıyla uzaktaki yakınlarıyla telefonlar aracılığıyla sesli ya da görüntülü konuşabildiklerini ve sosyal medya hesapları aracılığıyla yeni arkadaşlıklar kurduklarını belirtmişlerdir. Bu da onların sosyal çevreleriyle sürekli iletişim halinde kalmalarını sağlamıştır. Akıllı telefonların çeşitli uygulamaları aracılığıyla daha hızlı haberleşme imkânı bulmaları sebebiyle iletişimi güçlendirdiğini belirtmişlerdir. Bunun aksine bazı öğrenci grupları ise telefon aracılığıyla gerçekleştirilen iletişim yolunu eleştirmiş ve akıllı telefonlarla yapılan iletişim ile kendilerini olduğu gibi ifade edemeyeceklerini ve kurulan iletişimin samimi ve anlaşılır olmadığını ifade etmişlerdir. Öğrencilerin diğer kısmı aile üyelerinin bir araya geldiği zamanlarda aile bireylerinin telefonlarla ilgilenmesi bu nedenle aile içinde sohbet ortamlarının kurulamamasının, aile bağlarını zayıflattığını belirtmiştir. Geri kalan öğrenciler ise farklı bir şehir ya da mekânda olduğunda akıllı telefonların sesli ve görüntülü iletişim olanağı sunmasıyla aile bireylerinin birbirlerini görme

imkânını elde ettiklerini ve bu sayede aile bağlarını güçlendirdiğini belirtilmiştir Bu bulgular araştırmanın nicel bulgularıyla da desteklenmektedir.

Öğrencilerin, cevaplarından bazıları şu şekildedir.

**Ö.1.** Gerçek anlamda negatif etkilendiğimi düşünüyorum. Yakın arkadaşlarımla çok az sohbet etmeme sebep olurken, akrabalarımınla, uzaktaki dostlarımla konuşmamda onlarla iletişim kurmamda ciddi anlamda pozitif etkilerini görmekteyim.

**Ö.2.** Anlık iletişim haberleşme ve görüntü ve ses paylaşımında daha etkin ve kolay olması olumlu bir etki sağlamaktadır. Yalnız, kötü etkileri de vardır. Şöyle ki bir akıllı telefon birçok işlemi uygulamayı barındırdığından ve neredeyse bağımlılık yarattığı için belki de sosyal çevrenin aksamasına, yüz yüze görüşmelerin ve etkileşimlerin aksamasına, zarar görmesine neden olabilmektedir.

**Ö.3.** Yüz yüze iletişimi öldürdüğünü düşünüyorum. Toplu halde olsak bile her zaman telefonlarımızla ilgileniyoruz. Yan yanayken bile telefonlarımız aracılığıyla haberleşebiliyoruz. Akıllı cep telefonları hayatımızın büyük bir parçası oldu. Telefonsuz hiçbir iş yapamaz hale geldik.

**Ö.4.** Olumsuz olarak Birebir iletişimde bağı zayıflatıyor. Olumlu yani ise daha çok insanla sınırlı da olsa iletişim kurmanıza olanak sağlıyor. Daha çok insanla tanışmak, sosyal çevreyi genişletmek için akıllı telefonlar oldukça etkilidir.

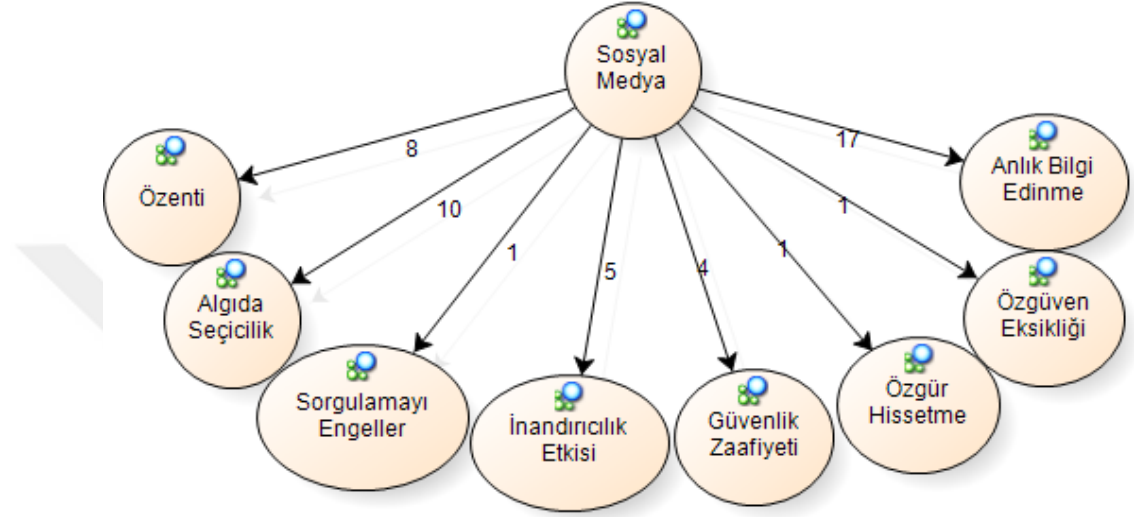
**Ö.5.** Yerine göre değişiyor. Bazen çevreme yardım amaçlı kullanabiliyorum. Mesela biz öğrenci olarak sınav haftalarında herkesten not ister bir hale geliyoruz ve bu durumda notları olan arkadaşlardan not alıyoruz bu da olumlu bir iletişim sağlamamıza yardımcı oluyor. Bazen de arkadaşlarla aynı ortam içindeyken telefonlara kilitlenir hale geliyoruz. Arkadaşlarımızla konuşmak bir yana onların yüzüne bile bakmayacak duruma giriyoruz.

Öğrencilerin verdikleri cevaplara göre araştırmanın üçüncü alt problemi olan “Akıllı telefonların kullanımı üniversite öğrencilerinin çevreleriyle iletişimini etkiler.” Sorusuna karşı öğrencilerin farklı görüşler belirttikleri görülmektedir. Akıllı cep telefonlarının öğrencileri çevreleriyle olumlu ya da olumsuz yönden etkilediği görülmektedir. Öğrencilerin bir kısmı cep telefonlarının sosyalleşmeyi sağladığını düşünürken bir diğer kısmı ise sosyalleşmeyi engellediğini söylemektedirler. Cep telefonlarının çevreleriyle olan iletişimini olumsuz yönde etkilediğini söylerken diğer bir kısmı ise olumlu yönde etkilediğini söylemektedirler. Aile bağlarıyla ilgili düşüncelerinde ise yine farklı düşünceler içinde oldukları görülmektedir. Akıllı cep

telefonları öğrencileri olumlu ve olumsuz açıdan çevreleriyle iletişimlerini etkilemektedir.

#### 4.2.4 Akıllı Telefonlar Aracılığıyla Yapılan Sosyal Medya Paylaşımına İlişkin Görüşlere Ait Bulgular ve Yorum

Akıllı Telefonlar Aracılığıyla Yapılan Sosyal Medya Paylaşımına İlişkin temalar ve bu temalara ait bulgular şekil 8 de verilmiştir.



**Şekil 8.** Akıllı Telefonlar Aracılığıyla Yapılan Sosyal Medya Paylaşımına İlişkin Temalar

Araştırmanın dördüncü alt problemi için öğrencilere “Akıllı cep telefonları aracılığıyla yapılan sosyal medya paylaşımına ilişkin görüşleriniz nelerdir?” sorusu yöneltilmiştir. Yapılan görüşmeler sonucunda öğrencilerin farklı görüşlerinin olduğu görülmüştür. Öğrencilerin sorulara verdikleri yanıtlarda “Özenti”, “Algıda Seçicilik”, “Sorgulamayı Engeller”, “İnanırcılık Etkisi”, “Güvenlik Zafiyeti”, “Özgür Hissetme”, “Özgüven Eksikliği”, “Anlık Bilgi Edinme” gibi ifadeler kullandıkları görülmektedir. Öğrencilerin büyük bir çoğunluğu sosyal medya paylaşımının bilgi verici özelliği üzerinde durmuşlardır. Yapılan paylaşımlar aracılığıyla öğrencilerin birbirlerinden zaman ve mekân bakımından haberdar olduklarını, güncel bir olay ya da durum hakkında bilgi sahibi olduklarını, gündemi takip edebildiklerini belirtmişlerdir. Öğrenciler yapılan paylaşımların içeriğine ya da özelliğine bakarak kendi yaşam tarzlarına yakın buldukları paylaşımlardan etkilenirken, ilgi alanlarına girmeyen paylaşımların kendilerini etkilemediğinin hatta ilgilenmediklerini belirtmişlerdir.



Bireylerin gidilen tatil, yenilen yemek ya da yeni alınan bir ürün paylaşımlarında öğrenciler kendinde olma isteğinin (özenme) oluştuğunu belirtmişlerdir. Bu durumun ise öz güven eksikliğine neden olduğunu belirtmişlerdir. Bazı öğrenciler sosyal medya ortamlarının kendilerini açıkça ve özgürce ifade edebildikleri bir ortam olarak belirtmişlerdir. Öğrenciler sosyal medyayı paylaşımlarını her an her yerde anında yapabilecekleri ve her konuda fikirlerini rahatça ifade edebilecekleri bir ortam olarak görmüşlerdir. Bazı öğrenciler yapılan her paylaşımın doğruluk değeri taşıyıp taşımadığının bilinmemesinden dolayı da bu paylaşımlara karşı bir güvensizlik durumunun oluştuğunu belirtmişlerdir. Bazı öğrenciler ise konum ve kişisel bilgi içeren paylaşımların olmasından dolayı sosyal medya ortamında bir güvenlik problemine yol açacağını ifade etmişlerdir. Sosyal medya üzerinden her türlü bilgiye ulaşma ve o bilgiye inanma ihtimalinin fazla olmasından dolayı da öğrencilerin bir kısmı kişilerde araştırma ve sorgulama yetisinin azaldığını belirtmişlerdir. Bu bulgular araştırmanın nicel bulgularıyla da desteklenmektedir.

Öğrencilerin, cevaplarından bazıları şu şekildedir.

**Ö.1.** *Sosyal medya haberlerinin güvenilirliğine inanmamak ile birlikte bu haberlerden dolayı da olsa etkileniyorum. Çevremın inanmasından dolayı ve bende güvensizde olsa yarattığı izlenimler sonucu etkilenmekteyim.*

**Ö.2.** *İlgimi çeken konular üzerinde daha çok duruyorum. Bu da sosyal medyaya daha fazla ilgi duymama neden oluyor.*

**Ö.3.** *Her ne kadar gitmediğimiz yerleri görebilme ve ya hiç dinlemediğimiz bir şarkıyı duyabilme ve ya arkadaşlarımızın nereye gidip gezdiklerini görebilme imkânı sağlasa da insanları özendirme duygusu yaşatabiliyor. Başkalarının hayatını insan kendisi yaşayamayınca İnsanın kendisini pasif hissetmesine sebep oluyor.*

**Ö.4.** *Hem olumlu hem de olumsuz açıdan etkilemektedir. Olumlu açıdan bakacak olursak, aradığım ürünü belki bir paylaşımında görüp paylaşımı yapan kişiye ulaşım ürünü nereden ve nasıl alabileceğimi öğreniyorum. Olumsuz olarak ise, kırıcı ve üzücü paylaşımlar görüp üzülebilir ve kırılabilirim.*

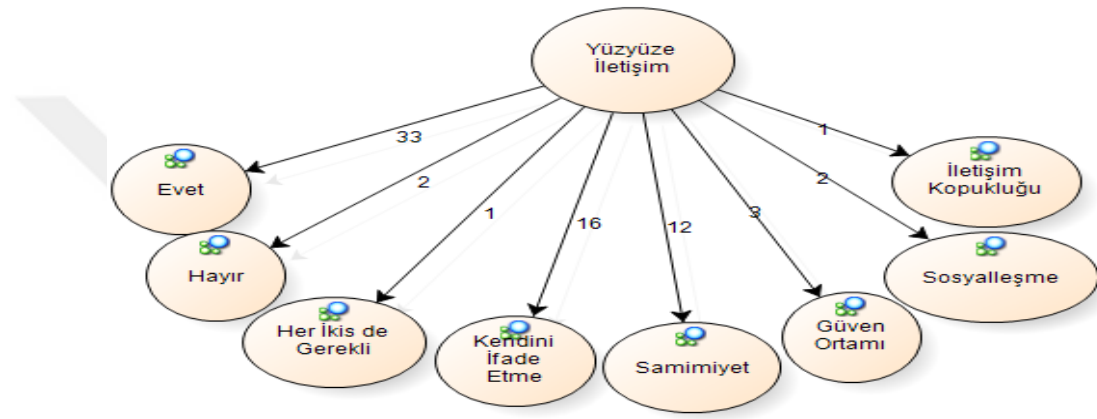
**Ö.5.** *Olumlu ve olumsuz yanları vardır. Olumlu olarak; Güzel şeylerden haberdar olmak hoşuma gidiyor. Olumsuz olarak da Gördüğümüz hayatlara özenmemizi belki de kimi zaman etki altında kalmamızı sağlıyor.*

Araştırmanın dördüncü alt problemi olan “Akıllı cep telefonları aracılığıyla yapılan sosyal medya paylaşımları üniversite öğrencilerini etkiler.” Sorusuna göre

öğrencilerin verdikleri cevaplarda olumlu ve olumsuz açılardan etkilendikleri görülmektedir. İlgi alanlarına göre ihtiyaç duydukları paylaşımlara olumlu tepkiler yönelttikleri, ilgi duymadıkları ya da kendilerini rahatsız eden paylaşımlara ise olumsuz tepkiler yönelttikleri görülmüştür.

#### 4.2.5. Akıllı Telefon Yerine Yüz Yüze İletişim Tercihine İlişkin Görüşlere Ait Bulgular Ve Yorum

Akıllı Telefon Yerine Yüz Yüze İletişim Tercihine İlişkin temalar ve bu temalara ait bulgular şekil 9 da verilmiştir.



Şekil 9. Akıllı Telefon Yerine Yüz Yüze İletişim Tercihine İlişkin Temalar

Araştırmanın beşinci alt problemi için öğrencilere “Akıllı telefon yerine yüz yüze iletişimi tercih eder miydiniz? Neden?” sorusu yöneltilmiştir. Öğrencilerin sorulara verdikleri yanıtlarda 33 öğrenci “Evet”, 2 öğrenci “Hayır”, 1 öğrenci “Her ikisi de Gerekli” yanıtını vermiştir. Öğrencilere seçimlerinin nedenleri sorulduğunda evet yanıtı altında “Kendini İfade Etme”, “Samimiyet”, “Güven Ortamı”, “Sosyalleşme”, “İletişim Kopukluğu” gibi ifadeler kullandıkları görülmektedir. Öğrencilerden yüz yüze iletişimi tercih eden ve evet yanıtını veren 33 öğrenci öncelikle düşünce ve fikirlerini açık ve net bir şekilde ifade edemediklerinden yakınmaktadırlar. Sohbet esnasında kimi zaman söylenenlerin anlaşılabilmesi sonucu iletişim kopukluğu yaşadıklarını bu durumdan dolayı rahatsız olduklarını belirtmişlerdir. Ayrıca akıllı telefonlar üzerinden kurulan iletişimlerde samimiyet olmadığını belirtmişlerdir. Özellikle çeşitli uygulamalarla yapılan mesajlaşmalarda, gösterilmek istenen duyguların yeterince yansıtılmadığını belirtmişlerdir. Kurulan sohbetlerde karşı tarafla yan yana

olamamaktan ve birbirlerini göremedikleri için yeteri kadar sıcak ve içten bir muhabbet ortamı kuramadıklarından bahsetmişlerdir. Akıllı telefonlar aracılığıyla yeteri kadar arkadaş gruplarına dâhil olamadıklarını ve bu arkadaş gruplarından uzak kaldıkları için de sosyalleşemediklerini belirtmişlerdir. Bu bulgu araştırmanın nicel bulgularıyla çelişmektedir. Tablo 4’de 3. grup ifadeler incelendiğinde akıllı telefonlarla yapılan iletişimin yüz yüze kurduğumuz ilişkilerin yerini aldığı hususunda öğrencilerin verdikleri yanıtların ortalamasının  $X=2,8773$  ve kararsızım derecesinde olduğu görülmektedir. Nitel bulgularda ise öğrenciler yüz yüze iletişimi tercih ettiklerinin belirtmişlerdir. Bu durumun çalışma grubu öğrencilerinin tamamıyla görüşme yapılamamasından dolayı ortaya çıktığı söylenebilir.

Öğrencilerden akıllı telefonları yüz yüze iletişime tercih eden ve hayır yanıtını veren iki öğrenciye nedenleri sorulduğunda, öğrenciler “ Kendini İfade Etme “ ifadesini kullanmışlardır. Kendilerini yüz yüze geldiği durumlarda yeteri kadar ifade edemediklerinden sosyal medya iletişimini tercih ettiklerini belirtmişlerdir. Bunun nedenini utanma, çekinme ve öz güven eksikliği olarak açıklamışlardır. Bu bulgu araştırmanın nicel bulgularıyla da desteklenmektedir. Tablo 4’te 3. Grup ifadeler incelendiğinde öğrenciler akıllı telefonlarla yapılan iletişimi yüz yüze iletişime göre, daha rahat ve özgüveni yüksek olarak hissettirdiği için tercih ettiklerini ( $X=3,6258$ ) belirtmişlerdir.

Öğrencilerden hem yüz yüze hem de akıllı telefonların sağladığı iletişimi tercih eden bir öğrenciye tercih nedeni sorulduğunda, öğrenci ailesinin ya da sosyal çevresinin bulunduğu mekân ve ya mesafeye göre iletişim türünü tercih ettiğini belirtmiştir. Bu bulgu araştırmanın nicel verileriyle desteklenmektedir. Tablo 4’de 3. grup ifadeler incelendiğinde akıllı telefonlarla yapılan iletişimin yüz yüze kurduğumuz ilişkilerin yerini aldığı hususunda öğrencilerin verdikleri yanıtların ortalamasının  $X=2,8773$  ve kararsızım derecesinde olduğu görülmektedir.

Öğrencilerin, cevaplarından bazıları şu şekildedir.

**Ö.1.** *Mutlaka yüz yüze etkileşim daha etkilidir. Yazılan mesaj ile söylenen mesaj arasında dağlar kadar fark var aynı duyguyu hiçbir zaman karşınızdakine iletemeyiz. Emojilerle duygusunu göstermeye çalışsak da hiç bir zaman o duyguyu yüz yüze kadar yaşayamayız.*

**Ö.2.** *Evet yüz yüze iletişimi tercih ederdim. Çünkü akıllı telefonlarda jest, mimik ve beden dilimi kullanamadığım için kendimi doğru ifade edemeyebilir, yanlış*

*anlaşılabilirim. Yüz yüze iletişimde kendimi doğru, anlaşılır ve net ifade etme olasılığım çok daha iyi ve yüksektir.*

*Ö.3. Evet tercih ederdim. Çünkü mimik, jest iletişimi güçlendirir. Samimiyet etki açısından yüz yüze iletişimi tercih ederim. Karşı tarafla olan ikna, güven hissi akıllı telefonlarla karşıdaki kişiye geçmediğinden kurulan iletişimin sağlamlığı da irdelenir. Yüz yüze iletişimde karşı tarafla kurulan diyalog yanlış anlamlara çekilme olasılığı daha azdır.*

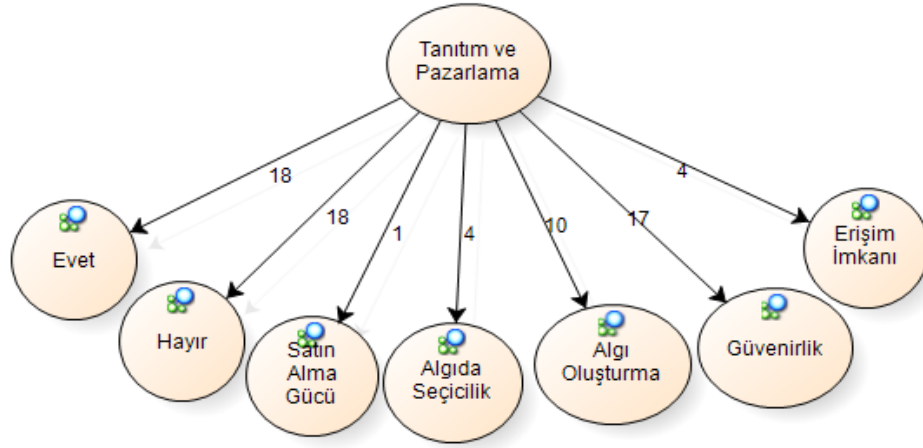
*Ö.4. Hayır tercih etmem. Yüz yüze iletişimde insanlara karşı öz güven eksikliği yaşadığım için net ve düzgün bir şekilde konuşamamaktayım. Akıllı cep telefonları benim için daha rahat ve düşünerek cevap verme gibi bir lükse sahiptir.*

*Ö.5. İkisini de tercih ederim. İçinde bulunduğum ortam ve duruma göre tercihlerim farklılık gösterir. Tercih yapmak doğru olmaz.*

Öğrencilerin verdikleri cevaplara göre araştırmanın beşinci alt problemi olan “Üniversite öğrencileri akıllı telefonlarla yapılan iletişim yerine yüz yüze iletişimi tercih ederler.” Sorusuna verdikleri cevaplarda farklı düşünceler içinde oldukları görülmektedir. Yüz yüze iletişimi daha samimi ve içten bulan öğrenciler yüz yüze iletişimi tercih etmektedirler. Yüz yüze iletişim yerine akıllı telefonlar aracılığıyla iletişim kurmayı seçen öğrenciler yüz yüze iletişimi tercih etmemişlerdir. Buldukları çevreye ya da ortama göre öğrenciler her iki iletişim yönteminden birini tercih etmişlerdir.

#### **4.2.6. Akıllı Telefonlarla Yapılan Tanıtım Ve Pazarlama Faaliyetlerinin Satın Alma Davranışına Etkisine İlişkin Görüşlere Ait Bulgular Ve Yorum**

Akıllı Telefonlarla Yapılan Tanıtım Ve Pazarlama Faaliyetlerinin Satın Alma Davranışına Etkisine İlişkin temalar ve bu temalara ait bulgular şekil 10 da verilmiştir.

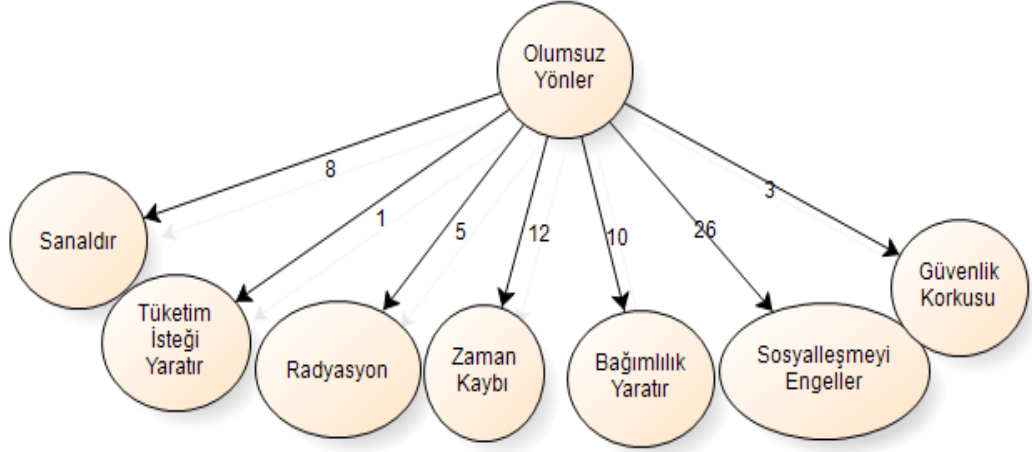


**Şekil 10.** Akıllı Telefonlarla Yapılan Tanıtım ve Pazarlama Faaliyetlerinin Satın Alma Davranışına Etkisine İlişkin Temalar

Araştırmanın altıncı alt problemi için öğrencilere “Akıllı telefonlarla yapılan tanıtım ve pazarlama faaliyetlerinin satın alma davranışınızı etkiliyor mu? Neden?” sorusu yöneltilmiştir. Öğrencilerin sorulara verdikleri yanıtlarda 18 öğrenci “Evet”, 18 öğrenci “Hayır” yanıtını vermiştir. Öğrencilere seçimlerinin nedenleri sorulduğunda evet yanıtı altında, “Algıda Seçicilik”, “Algı Oluşturma”, “Erişim İmkânı” gibi ifadeler kullandıkları görülmektedir. Evet yanıtını veren 18 öğrenci, sosyal medya üzerinde gezindikleri zaman sıklıkla karşlarına çıkan reklamlara maruz kaldıklarını ve bu reklamlardan olumlu yönde etkilendiklerini belirtmişlerdir. Yapılan reklamın etkileyici olmasından dolayı, insanlarda “Al Beni” hissi meydana getirdiğini belirtmişlerdir. Kendi ilgi ve ihtiyaçlarına yakın bir ürün gördükleri zaman o ürünü alma hissine kapıldıklarını ifade etmişlerdir. Tanıtım ve pazarlamaların, internet erişimi sayesinde istenilen ürüne her an ve her yerde kolayca erişim imkânı sağlaması, bir tıkla ürünü sipariş verebilme imkânıyla satın alma durumlarını etkilediğini belirtmişlerdir.

Hayır, yanıtını veren 18 öğrenciye nedenleri sorulduğunda “Güvenirlilik” ve “Satın Alma Gücü” gibi ifadeler kullandıkları görülmüştür. Öğrencilerin bir çoğu akıllı cep telefonları aracılığıyla yapılan tanıtım ve pazarlamalardan etkilenmediklerini çünkü güvenilir bulmadıklarını ifade etmişlerdir. Öğrenciler herhangi bir ürün alacağı zaman bu alış verişini yüz yüze yapacaklarını, kendilerinin ürünü görerek ve test ederek alacaklarını ve ürünü alacağı kişilerden her konuda emin olmak istediklerini belirtmişlerdir. Bu nedenlerden dolayı internet üzerinden herhangi bir alış veriş yapmayacaklarını ifade etmişlerdir. Başka bir öğrenci ise hiçbir şekilde maddi açıdan





**Şekil 11.** Akıllı Cep Telefonu Kullanımının Olumsuz Yönlerine İlişkin Temalar

Araştırmanın yedinci alt problemi için öğrencilere “Akıllı cep telefonu kullanımının olumsuz yanları nelerdir?” sorusu yöneltilmiştir.. Öğrencilerin sorulara verdikleri yanıtlarda “ Sanaldır “, “ Tüketim İsteği Yaratır “, “ Radyasyon “, “ Zaman Kaybı “, “ Bağımlılık Yaratır“, Sosyalleşmeyi Engeller “ ve “ Güvenlik Korkusu “ gibi ifadeler kullandıkları görülmektedir. Öğrencilerin çoğu akıllı telefonların sosyalleşmeyi engellediğini düşündüğünü belirtmişlerdir. Bireysel ya da grupla gidilen mekânlarda öğrencilerin genellikle yüz yüze iletişim kurmak ya da birbirleri ile vakit geçirmek yerine akıllı telefonlar ile ilgilendiklerini ve bulunulan ortamda kendilerini soyutladıklarını belirtmişlerdir. Ayrıca zamanlarının çoğunu telefonlarla geçirdiklerinden bazı işlerine zaman ayıramadıklarını bu nedenle zamanlarının çoğunu boşa geçirdiklerini düşündüklerini belirtmişlerdir. Belirli bir kullanım süresinden sonra bu telefonları isteseler de bırakamadıklarını güne başladıkları ilk saniyeden itibaren telefonla uğraşma isteğine kapıldıklarından dolayı kendilerinde bağımlılık yarattığını belirtmişlerdir. Telefonların yaymış olduğu radyasyondan dolayı sağlık sorunlarının ortaya çıkacağını belirtmişlerdir. Akıllı telefonlar ile kurulan ilişkilerin genellikle gerçeği yansıtmadığını, samimi ilişkilerin kurulmamasından dolayı kendilerini sanal bir ortamda hissettiklerini belirtmişlerdir. Akıllı telefonlarda yapılan tanıtım ve reklamların çok olması ve kolay erişim imkânı sağlaması, bireylerin gereğinden fazla harcama yapması sebebiyle bir öğrenci tarafından olumsuz bir olgu olarak belirtilmiştir. Akıllı telefonlarda kişisel bilgilerin olması, başkaları tarafından bu bilgilere internet üzerinden

ulaşılabilme imkânını barındırması sebebiyle güvenlik hassasiyetinin ortaya çıkacağı da bir başka olumsuz yönü olarak belirtilmiştir.

Öğrencilerin, cevaplarından bazıları şu şekildedir.

**Ö.1.** *Gün boyu kullanma etkisi yaratarak bağımlılık yapıcı özelliği vardır. İnsanlarda zaman kaybına yol açıyor. Çünkü telefonla geçirilen zamanı daha iyi şeylerle değerlendirmek varken zamanımızın çoğunu telefon başlarında boşu boşuna geçiriyoruz.*

**Ö.2.** *İnsanları asosyal yapıyor. Yüz yüze sohbet etmek yerine telefonlarımıza sarılıyoruz. Yüz yüze iletişimi yok ediyor. İnsanın kendine güvenini azaltıyor. Kendimizi sadece telefondan ifade edebiliyoruz. İnsanlarla iletişimimizi yok ediyor.*

**Ö.3.** *Yüz yüze iletişimi zayıflatıyor. Samimiyet duygusunu azaltıyor. İnsanları sosyallik yerine asosyalliğe itiyor. İletişim kopukluğuna sebep olduğundan dolayı karşı tarafla iletişim kurmak isteğini azaltıyor. Akıllı telefonlar şahsın bütün gizli (kimlik bilgileri gibi) bilgilerini ortaya çıkarma imkânı sunduğundan dolayı insanlara gereken siteler üzerinden maddi zararlar verebilir.*

**Ö.4.** *Boş zamanımızda daha yararlı şeyler yapacağımıza o zamanımızı telefonlarla uğraşmakla geçiriyoruz. Bir anket vardı yanlış hatırlamıyorsam her 10 insandan 8 i sabah kalkar kalkmaz hemen telefonlarını ellerine alıyorlarmış. Bu durumda telefonların insanlarda bağımlılık yaptığını göstermektedir. Bu da olumsuz bir etkidir.*

**Ö.5.** *Bence zamanımızı daha verimli kullanmamızda olumsuz etkileri vardır. Zamanımızı planlı bir şekilde yürütemiyoruz dolayısıyla telefonla çok uğraştığımız için zaman kaybı yaşamamıza sebep oluyor. Sağlık açısından da radyasyon salgıladığı için radyasyona maruz kalıyoruz. Bir çocuk gibi telefonla ilgileniyoruz.*

Öğrencilerin cevaplarına göre araştırmanın yedinci alt problemi olan “Akıllı cep telefonu kullanımının olumsuz yanları nelerdir?” sorusuna verilen cevaplarda öğrencilerin büyük bir çoğunluğunun akıllı cep telefonlarının kullanılmaya başlandıktan sonra kendilerinde bağımlılık hissini yarattığını ve dolayısıyla cep telefonlarının aşırı kullanımından dolayı ise zamanlarının büyük bir kısmını gereksiz yere harcadıklarını belirtmektedirler.



## BEŞİNCİ BÖLÜM

### 5. SONUÇ VE TARTIŞMA

Bu araştırmada Fırat Üniversitesi İletişim Fakültesi Radyo sinema ve Televizyon Bölümü öğrencilerinin akıllı telefon kullanımına ilişkin görüşleri yansıtılmaya çalışılmıştır. Bu bölümde elde edilen bulgulara ilişkin sonuçlar ve tartışmaya yer verilmiştir. Araştırma sürecinde öncelikle üniversite öğrencilerine anket uygulaması yapılmış daha sonra akıllı cep telefonu kullanımı ve anket ile ilgili detaylı bilgiler elde edebilmek amacıyla gönüllü öğrencilerle görüşmeler yapılmıştır. Yapılan araştırma sonucunda şu sonuçlar elde edilmiştir.

- Uygulamaya katılanların demografik özellikleri incelendiğinde, katılımcıların % 32,5' inin kadın ve % 66,9'unun erkeklerden oluştuğu, % 29,4'ünün birinci sınıf, % 22,7'sinin ikinci sınıf, % 23,9'ünün üçüncü sınıf ve % 23,9'ünün dördüncü sınıf olduğu görülmektedir.
- Elde edilen veriler istatistiksel olarak analiz edilerek yorumlanmıştır. Bu analizler sonucunda anket formunda verilen ifadelerin büyük bir kısmının ortalamasının “3,00- 4,00” Aralığında ve katılıyorum düzeyinde olduğu belirlenmiştir.
- Akıllı telefonların katılımcılara günlük hayatta bireysel kullanım kolaylığı yarattığı, özellikle sosyal çevre ile iletişim sürecinde önemli bir araç olduğu, bilgiye daha hızlı ve kolay ulaşma imkânı ve zamandan tasarruf sağladığı görülmüştür
- Katılımcıların, akıllı telefonları eğlence, bilgisayar, kamera, bilgi ve iletişim aracı olarak gördükleri belirlenmiştir.
- Akıllı telefonların katılımcıların sosyal çevreleriyle ilişkilerini sosyalleşmeyi sağlama, aile bağlarını güçlendirme ve iletişimi artırma yönlerinden olumlu etkilerken, sosyalleşmeyi engelleme, iletişimi azaltma ve aile bağlarını zayıflatma bakımında olumsuz etkilediği görülmüştür.
- Akıllı telefonlar aracılığıyla yapılan sosyal medya paylaşımlarının katılımcıları anlık bilgi edinme ve fikirlerini özgürce ifade edebilmek bakımından olumlu etkilerken, özentî yaratma, özgüven eksikliğine neden

olma, güvenlik zafiyetine sebebiyet verme bakımından olumsuz etkilediği belirlenmiştir.

- Akıllı telefonlarla yapılan tanıtım ve pazarlama faaliyetlerinin katılımcıların satın alma davranışını güvenlik ve satın alma gücü bakımından olumsuz etkilerken, algı oluşturma, algıda seçicilik ve kolay erişim imkânı bakımından olumlu etkilediği belirlenmiştir.
- Katılımcıların akıllı telefonlarla iletişim yerine yüz yüze iletişim tercihinde anket formunda kararsız kaldıkları belirlenirken yapılan görüşmelerde yüz yüze iletişimi tercih ettikleri görülmüştür.
- Katılımcıların akıllı telefon kullanımına yönelik bazı olumsuz görüşlerinin olduğu görülmüştür.

Araştırmanın genel sonuçlarına bakıldığında üniversite öğrencilerinin akıllı telefonların kullanılmasına yönelik birçok olumlu görüşlerinin olmasının yanı sıra bazı olumsuz düşüncelerinin de olduğu görülmüştür. Öğrencilerin akıllı telefonları günlük hayatta özellikle haber alma ve dersleri ile ilgili bilgiye ulaşma, iletişim, bilgisayar gibi kullanabilme kolaylığı sağlamasından kullandıkları belirlenmiştir. Bu sonuç akıllı telefonların hızla gelişen ve ilerleyen bilgi toplumunda öğrencilerin anında bilgiye ulaşmaya ve bu ihtiyacını karşılaması bakımından önemli bir sonuçtur. Alan yazın incelendiğinde araştırma sonuçlarını destekleyen çalışmaların olduğu görülmektedir (Lütfi ve Akay 2016:228). Her zaman her yerde eğitim için mobil iletişim teknolojilerinin kullanımına dair üniversite öğrencilerinin ve öğretim elemanlarının düşüncelerini ortaya çıkardıkları bu çalışmada öğrencilerin özellikle cep telefonu kullanarak internet erişimi sağladığı ve çoğunlukla internet erişimini eğitsel amaçlı kullandıkları belirlenmiştir. Aynı zamanda eğlence ve sosyal medya gibi amaçlar ile mobil teknoloji kullanımının bireyin günlük yaşantısında ön plana çıktığı görülmüştür. Bazı öğrenciler çevrim içi oyunlar ve sosyal medya aracılığıyla özellikle İngilizce kelimeleri öğrendiklerini ve yabancı dilde kolay iletişim sağladıklarını ifade etmişlerdir. Bununla birlikte öğretmen adayları mobil iletişim teknolojilerinin zamandan tasarruf etmeyi kolaylaştırdığını ve hızlı geribildirim sağladığını gösteren ifadeler kullanmışlardır. Bireyler daha yüzlerini yıkamadan akıllı telefonlarından facebook, instagram, twitter gibi yeni medya ortamlarında ya başkalarını kolaylıkla takip edebilmekte ya da paylaşımlarda bulunmaktadır. Bu “anlık” paylaşım ve yaşam şekli bireyleri bir hayli memnun ettiği için akıllı telefonların ortaya çıkmasıyla bu sosyal

ağların hızla artmasına ve yaşamlarımıza yeni bir boyutta şekil vermesine sebep olmuştur. Mobil yaşam şekli zaman ve mekân bağımlılığını ortadan kaldırarak bireyleri eğlendirip, zamanı verimli kullanmayı ve iş yapmayı kolaylaştırmayı sağlar (Yengin, 2016: 111). Japonya'daki üniversite öğrencileri üzerinde yapılan araştırmanın sonuçları da öğrencilerin diğer cihazlara oranla cep telefonundan daha az internete bağlandıklarını göstermiştir. Ancak, bunu yaptıklarında ise genellikle üniversitedeki ödevleri ve çalışmaları için kullandıklarını söylemektedir (Thornton ve Houser 2004: 23–25). Kaki (2014), "KKTC'de Akıllı Cep Telefonlarının Yaygınlaşmasının Halkla İlişkilere olan Yansımaları" adlı çalışmasında katılımcıların akıllı telefonu kullanarak günlerini daha iyi planladıkları, zamanlarını daha iyi kullandıklarını, akıllı telefonların internet kullanımını arttırarak bilgiye daha kolay ve hızlı ulaşmalarını sağladıkları, akıllı telefonların hayatı kolaylaştırdığı, sosyal iletişimi arttırdığı, bireylerin birçok ihtiyacını karşıladığı, akıllı telefon kullanarak kısa zamanda daha fazla iş hallettiklerinin sonuçlarına ulaşımlardır. Yıldırım ve Duru, öğrenci ve öğretmen görüşleri temelinde akıllı telefonların eğitim öğretim ortamlarında kullanılmasının etkilerini inceledikleri bu çalışmalarında akıllı telefonların öğrencilerin hoşuna gittiği ve bilgiye anında erişim imkânı sağladıkları sonucuna ulaşmıştır (Yıldırım ve Duru 2016: 80-81).

Öğrencilerin akıllı telefon kullanımının sosyal çevreyle olan etkilerine yönelik sonuçlar incelendiğinde, katılımcıların bu konuda hem olumlu hem de olumsuz görüşlerinin olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Bazı katılımcılar hem sosyal çevre hem de aile ile bir araya geldikleri anlarda arkadaşlarının ya da aile bireylerinin akıllı telefonların çeşitli özelliklerinden dolayı birbirleriyle konuşma imkânı bulamadıklarını bu durumda iletişimlerinin giderek azaldığını ve aile bağlarının zayıfladığını belirtmişlerdir. Bazı katılımcılar ise akıllı telefonların sosyal medya uygulamaları aracılığıyla yeni çevreler ve arkadaşlıklar edindiklerini dolayısıyla sosyalleşme fırsatı bulduklarını, arkadaş gruplarıyla sürekli iletişim halinde olduklarını ve yakınlarıyla aralarında mesafe bulunan öğrenciler akıllı telefonların sesli ve görüntülü konuşma imkânı veren uygulamaları ile onlardan sürekli haberdar olduklarını ifade etmişlerdir. Bu sonuçlar alan yazında yapılan bazı çalışmaların sonuçlarıyla benzerlik göstermektedir. Kaki (2014), akıllı cep telefonu kullanımının halkla ilişkilerde sosyal mesaj ve anlık mesajlaşmada değişikliklere neden olduğunu, akıllı telefonların sahip olduğu teknolojik uygulamalar sayesinde sıradan mobil telefonlara göre iletişimde farklılık yarattığı ve teknolojik yenilikler sayesinde değişik etkileşim aracı olarak

kullanıldığı, akıllı telefonların hızlı ve etkili bir iletişim aracı olduğu sonucunu elde etmiştir.

Yalnız kişilerin sosyalleşme tavırlarını internet üzerinden, sanal olarak çevre ve arkadaşlar edinerek gerçekleştirdikleri sonucuna ulaşmıştır. Bireyler yoksunluk hissettikleri sosyalleşme tatminliğini yine internet üzerinden edindikleri arkadaşlar üzerinden sağlamaktadırlar ve yine interneti kullanarak duygusal destek sağlamaktadırlar ( Morahan Martin ve Schumacher 2003: 659-671).

Akıllı telefonlar aracılığıyla yapılan tanıtım ve pazarlama faaliyetlerinin öğrencilerin satın alma davranışını hem olumlu yönden hem de olumsuz yönden etkilediği sonucuna ulaşılmıştır. Bazı öğrenciler internet üzerinden yapılan satışları ürünü görememe, deneyememe ve ürün sahibi ile şahsen irtibat kurma gerekçeleriyle güvenilir bulmazken, bazı öğrenciler yeterli alım gücüne sahip olmadıkları için ürünlerle hiçbir şekilde ilgilenmediklerini belirtmişlerdir. Öğrenciler interneti kullanırken karşılarına çıkan bir ürün reklamına ilgilerini çekmiyorsa önemsemediklerini ancak sevdikleri ya da kullandıkları bir ürün ise ihtiyaçları olmasa bile incelediklerini ve kimi zaman aldıklarını belirtmişlerdir. Yine internet kolay erişim imkânı sunması öğrencileri satın almaya teşvik etmiştir. Alan yazın incelendiğinde araştırma sonuçlarını destekleyen çalışmalar olduğu görülmektedir. Deloitte (2013), mobil pazarlamanın en önemli aracı akıllı telefonlar olduğunu, bu cihazların kullanımının 2013 yılı sonunda dünya çapında bir milyar kişiye ulaşacağını iddia etmiştir. Yuan ve Cheng de mobil pazarlama anlayışının gelişen teknoloji ile olan birlikteliğine dikkat çekmekte ve mobil telefonların pazarlama faaliyetleri açısından önemini şu şekilde ortaya koymaktadırlar;

Mobil telefonlar her zaman açıktır.

- Mobil telefonlar daima tüketicinin yanındadır.
- Mobil telefonlar aracılığıyla, sesli ve görüntülü iletişim kurma olanağı vardır.
- Kişiyeye özel algısı uyandıran ve bu nedenle tüketicilere daha cazip gelen, işletmeler için ise daha etkin bir pazarlama faaliyeti sürdürülebilmesini sağlayan bir pazarlama aracı olmasıdır.
- Mobil telefonlar doğrudan nihai tüketiciye ulaşma olanağı sağlar.

Mobil internet ve mobil telefonlar aracılığıyla hem tüketiciler istedikleri mal veya hizmete anında ulaşabilmekte hem de işletmeler pazarlama ve satış odaklı mesajlarını doğrudan tüketicilere ulaştırarak onların satın alma davranışlarında bir etki

oluşturabilmektedirler. İşte tüm bu nedenler doğrultusunda mobil telefonların, pazarlama ve satış faaliyetlerinde çok önemli bir araç olduğu belirtilmektedir (Yuan ve Cheng 2004: 461-476), (Scharl ve ark., 2005: 159-173).

Akıllı telefonla yapılan iletişimin yüz yüze yapılan iletişime tercihi konusunda yapılan görüşmelerde anket formu ile elde edilen bulgularla görüşme formundan elde edilen bulgular arasında farklılıklar ortaya çıkmıştır. Anket formundan elde edilen bulgularda öğrenciler yüz yüze iletişim ile akıllı telefonlarla yapılan iletişim tercihi arasında kararsız kalınırken, görüşme formunda elde edilen bulgularda öğrencilerin büyük çoğunluğu yüz yüze iletişimi tercih etmişlerdir ve yüz yüze yapılan iletişimi akıllı telefonlarla yapılan iletişime göre daha samimi ve gerçek bulduklarını belirtmişlerdir. Kaki (2014) çalışmasında, akıllı telefonlarla yapılan iletişimin yüz yüze iletişimin getirdiği samimiyeti oluşturmadığı ve sosyal medyadaki iletişimin yüz yüze iletişimden daha rahat ve özgüveni yüksek hissettirmediği sonucuna ulaşmıştır. Bazı öğrenciler ise akıllı telefonlarla yapılan iletişimi tercih etmişlerdir. Bunun nedeni olarak da kendilerini daha rahat, özgür ve özgüvenli olarak hissetmeleri olduğunu belirtmişlerdir.

Alan yazında araştırmancının bu sonucunu destekleyen çalışmalar bulunmaktadır. Bireyler artık sözcüklere bile ihtiyaç duymadan emoji yardımıyla birbirlerine birçok şey söyleyebilmekte ya da kullanılan bu yeni iletişim ortamları kendi yapısına ait kendi dilini geliştirerek dillerin temel yapısına kendini kolaylıkla yerleştirebilmektedir. Yeni medya hepimiz için oldukça önemli bir araç ve sosyal medya da bireylerin bu aracı kullanarak sosyalleştiği önemli bir alan olmuştur. Bu bağlamda sosyalleşerek toplum içerisinde varlığını devam ettirmeyi amaçlayan bireyler sosyal medyada oluşturdukları ortamlarda sosyo kültürel, psikolojik, ekonomik ve karakteristik özellikleri doğrultusunda kendilerini bir yere yerleştirmekte ve yerleştirdikleri bu yerden yine topluma mesajlar ileterek kendilerini açıklamaktadırlar. Yine bu doğrultuda, yaşanan teknolojik ilerlemeler bağlamında mobil yaşamın getirdiği kolaylıklara hızlı bir şekilde uyum sağlayabilen bireyler, kullanmakta oldukları araçlarla da topluma mesaj verebilen bir yapıya gelerek tüketim alışkanlıklarına ilişkin de mesajlar vermektedirler. Bu tür mesajlar tüketim alışkanlıklarının ortak olduğu insanlarca yine sosyal medya aracılığıyla yeni gruplarla bir araya gelerek aralarında kullandıkları ortak dille yeni boyutlar kazanmaktadırlar (Yengin, 2016: 113). Öğrencilerin geri kalan kısmı kararsız kalmış ve her iki iletişim türünü de tercih ettiklerini belirtmişlerdir. Bunun nedeni

olarak da akıllı telefonları aralarında mesafe bulunan arkadaşları ya da aileleriyle, akıllı telefonların sesli ve görüntülü iletişim kurabilme özelliklerinden kaynaklı olduğunu belirtmişlerdir. Bu sonuç araştırmanın nicel bulgularıyla da desteklenmektedir.

Öğrencilerin akıllı telefonların bazı olumsuz yanlarına ilişkin görüşleri değerlendirildiğinde, çoğunlukla sosyalleşmeyi engellediği, bağımlılık yarattığı, zaman kaybına neden olduğu tespit edilmiştir. Akıllı telefonlarla her ortamda çok fazla zaman geçirilmesi sosyalleşmeyi engellemiş, yalnızlaştırmaya ve zaman kaybına neden olmuştur. Ayrıca akıllı telefonların çok fazla kullanılması radyasyon yaymasından dolayı sağlık açısından zararlı olarak görülmüştür. Ayrıca sosyal medya ortamlarında paylaşılan ve kredi kartı ve banka işlemleri için kullanılan bazı kişisel bilgilerin güvenlik açısından bir zafiyet olduğu düşünülmektedir. Alan yazın incelendiğinde araştırmanın sonuçlarını destekleyen çalışmaların olduğu görülmektedir. Amerika Birleşik Devletleri'nde 383 katılımcıyla yaptığı çalışmada akıllı telefon kullanımının sosyal ağ üzerinden diğer kişilerle temas halinde olmak ve temas halinde oldukları kişilere erişilebilir bir sosyal durumda olmak ile ilişkili olduğunu ortaya çıkarmıştır (Totten ve ark., 2005:13-39). Günümüzde akıllı telefon kullanıcılarının sabahları kalkar kalkmaz yaptıkları ilk iş ve yine uyumadan önce yaptıkları son iş telefonlarına göz atmak olmaktadır (Lee, Chang ve Cheng, 2014: 373-383). Yapılan bir araştırma kişilerin telefonlarına ihtiyaç olmadığı halde günde 3-4 kez baktıklarını ve bunun da kolayca bir alışkanlık haline geldiğini belirtmiştir. Oldukça yoğun paylaşımın olduğu bir ortamda bireyler yan yanayken bile birbirleriyle iletişim kurmak yerine ellerindeki telefonlarından ya nerede olduklarını, ya ne hissettiklerini, ya ne yaşamakta olduklarını ya da kiminle olduklarını paylaşmakta, görüntülemektedirler (Oulasvirta ve ark., 2012: 105–114). Bireylerin sosyal olduklarına ilişkin verilerimiz gibi görülse de 'karşısındaki ile yüz yüze iletişim kurmaktan sakınan ve sanal bir ortamda, daha yaşamadan önce yaşayacaklarını paylaşan bireylerin' aslında daha fazla bireyselleştiği, gerçekten sosyalleşme olgusunun tam tersi bir durumun yaşandığı yönünde de görüşler belirtilmektedir (Yengin, 2016: 108).

### 5.1. Öneriler

Yapılan araştırmanın sonuçları doğrultusunda aşağıdaki önerilere yer verilmiştir.

- Bu çalışma Fırat Üniversitesi İletişim Fakültesi Radyo Sinema ve Televizyon bölümü öğrencileri üzerinde yapılmıştır. Daha sonraki araştırmalarda genişletilerek farklı üniversitelerin farklı bölümlerini de kapsayacak şekilde yapılabilir.
- Akıllı telefonların farklı yaş grupları tarafından kullanılması göz önünde bulundurulduğunda bu araştırma eğitimin farklı kademelerinde öğrenim gören öğrenciler üzerinde uygulanabilir.
- Akıllı telefon kullanımının olumsuz yanları göz önüne bulundurulduğunda, bu olumsuzlukların kaldırılmasına yönelik araştırmalar yapılabilir.
- Bireylerin akıllı cep telefonu kullanım motivasyonlarını ölçmeye yönelik çalışmalar yapılabilir.
- Üniversitelerde okuyan öğrencilere yönelik sanatsal, kültürel ve sportif faaliyetlerin artırılması ve öğrencilerin sosyalleşmesini sağlayacak etkinliklerin düzenlenerek yaşam kalitelerinin artırılmasını amaçlayan etkinlikler uygulamaya koyulabilir.
- Kültürel farklılıkların akıllı cep telefonu kullanım alışkanlıklarını etkileyip etkilemediği yapılacak çalışmaların konusu olabilir.
- Akıllı telefonların psikolojik ve fiziksel sağlık üzerindeki etkilerine yönelik çalışmalar yapılabilir.
- Akıllı telefon kullanımı hakkında seminerler verilerek kaliteli vakit geçirme konusunda bilinçlendirme sağlanabilir.

## KAYNAKLAR

- Açık öz, M. H. (2003). İletişim Felsefesine Giriş. İstanbul: Birey Yayıncılık.
- Ada, S. (2012). Akıllı Telefon Kullanımını Etkileyen Faktörler Üzerine Bir Araştırma. Kahramanmaraş: K.Maraş Sütçü İmam Üniversitesi, İ.İ.B.F. İşletme Bölümü,
- Ada, S.ve Tatlı, H.S., (2012). Akıllı Telefon Kullanımını Etkileyen Faktörler Üzerine Bir Araştırma. Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi İşletme Bölümü. <http://ab.org.tr/ab13/bildiri/74.pdf> Erişim Tarihi: 06.06.2015.
- Agar, J. (2003). Constant Touch: A Global History of Mobile Phone. Cambridge: Icon Books.
- Alemdar, M.K., (1996). İletişim ve Tarih. Ankara: İmge Kitabevi.
- Altay D. (Editör Rigel N.) 2005 Kadife Karanlık, 21. Yüzyıl İletişim Çağını Aydınlatan Kuramcılar. Marshall McLuhan. Su Yayınevi.
- Aral, N., (2000). Su Medeniyet ve Teknoloji. İstanbul: Birleşik Yayıncılık.
- Aydın, K. (2004). “Üniversite Öğrencilerinin Cep Telefonu Kullanımı ve GSM Operatörü Tercihleri Üzerine Bir Çalışma”, Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 9(1); 149-164. Baykara, Tarık (2006). 21. Yüzyılda Teknoloji ve Teknoloji Yönetimi ve Gelecek. Kocaeli: TÜBİTAK Marmara Araştırmaları Yayınları.
- Aziz, A., (1994), Kitle İletişim Araçları ve Kamuoyu. İstanbul: İktisadi Araştırmalar Vakfı Yayınları.
- Aziz, A. (2013). Televizyon ve Radyo Yayıncılığı. İstanbul: Hiperlink Yayınları.
- Bae, S. M. (2015). The Relationships Between Perceived Parenting Style, Learning Motivation, Friendship Satisfaction and The Addictive Use of Smartphones With Elementary School Students of South Korea: Using Multivariate Latent Growth Modeling. School Psychology International. 36(5) 513–531.
- Bal, H. (2004). İletişim Sosyolojisi. Isparta: Süleyman Demirel Üniversitesi Yayınları.
- Barbier, F. ve Lavenir, C. B., (2001). Diderot’dan İnternete Medya Tarihi, Çev: Kerem Eksen. İstanbul: Okyanus Yayınları.
- Basalla, G., (1996). Teknolojinin Evrimi. Çev: Cem Soydemir. Ankara: Tübitak Popüler Bilim Kitapları Nurol Matbaacılık.



- Chen, L. , Yan, Z., Tang, W., Yang, F., Xie, X., He. (2016). Mobile Phone Addiction Levels and Negative Emotions Among Chinese Young Adults: The Mediating Role Of inter Personal Problems. *Computers in Human Behavior*, 55, 856–866.
- Chung, D. and Chun, G.S., (2011). An Exploratory Study on Determining Factors for the Smartphone Selection Decision, *Issues in Information Systems*, 12: 291-300.
- Coogan, K. ve Kangas, S. (2001). Nuoret Ja Kommunikaatioakrobatia, 16-18-Vuotiaiden Nuorten K. Annykk. A-Ja Internetkulttuurit. Nuorisotutkimusverkosto Ja Elisa Ommunications. Elisa tutkimuskeskus. Raportti 158.
- Creswell, J. W. ve Plano Clark, V. L. (2011). *Designing And Concucting Mixed Methods Research*. (2nd Edition). California: Sage Publications Inc.
- Çağlar, İ., ve Kılıç, S., (2009). Genel İletişim. Nobel Yayın Dağıtım.
- Çakır, F. ve Demir, N. (2014). Üniversite Öğrencilerinin Akıllı Telefon Satın Alma Tercihlerini Belirlemeye Yönelik Bir Araştırma. *Dokuz Eylül Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*. 29 (1), 213-243.
- Çoban, H., (1997). *Bilgi Toplumuna Planlı Geçiş*. İstanbul: İnkılap Kitabevi.
- Çoklar, A. N. (2010). *Bilgi ve İletişim Teknolojileri Işığında Dönüşümler*. F. Odabaşı (Editör.), *Ailede Dönüşümler*, s. 185-208. Ankara: Nobel Yayın
- Çöklü, Y. (2004). *Halkla İlişkilerde Medya Yönetimi*, 1. Basım, İstanbul: Set Systems Yayınları.
- Davis, D., (2011). *Cepteki Tehlike*. İstanbul: İnno Yayıncılık.
- Deloitte, Türkiye Mobil Tüketici Anketi 2013, [http://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/tr/Documents/technologymedia-telecommunications/tr\\_globalmobilesecurirtysurvey\\_infographic.pdf](http://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/tr/Documents/technologymedia-telecommunications/tr_globalmobilesecurirtysurvey_infographic.pdf) (en son erişim 20.10.2015)
- Ellul, J., (2003). *Teknoloji Toplumu*. Çev: Musa Ceylan. İstanbul: Bakış Yayınları.
- Emad, A.S. ve Haddad, E. (2015). The Influence of Smart Phones on Human Health and Behavior: Jordanians' Perceptions. *International Journal of Computer Networks and Applications*. 2(2): 52–56.
- Erdoğan, İ. ve Alemdar, M.K., . (1990). *Kitle İletişim Kuramları- Tutucu ve Değişimci Yaklaşımlar*. Ankara: Bilgi Yayınevi.

- Erdoğan, İ., ve, Sailas, V. D. (2000). Kapitalizm Kalkınma Post modernizm ve Sömürünün Paketlenişi. Ankara: Erk Yayınları.
- Fraenkel, J. R. And Wallen, N. E. (2006). How To Design And Evaluate Research İn Education (Sixth Edition). New York: Mcgraw-Hill International Edition.
- Geray, H., ( 2003). Uluslararası Birikim Düzeninde Yeni Medya Politikaları. Ankara: Ütopya Yayınevi.
- Gökberk, M. (1997). Değişen Dünya Değişen Dil. İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- Gökçe, G., (1997). Televizyon Program Yapımcılığı ve Yönetmenliği. İstanbul: Derin Yayınları.
- Gökçe, O., (1998). İletişim Bilimine Giriş, 1. Basım, Ankara: Turhan Kitabevi.
- Gökçe, O., (2006). İletişim Bilimi- İnsan İlişkilerinin Anatomisi. Ankara: Siyasal Kitabevi.
- Gölönü, S. (2006). Gelişen Teknolojiler, Öğrenen Örgütler ve Halkla İlişkiler, Selçuk İletişim.
- Güçdemir, Y. (2003).: Halkla İlişkilerde Yeni Teknolojiler ve İnternet Kullanıcıları, Doktora Tezi, İstanbul Üniversitesi SBE, İstanbul.
- Gümüş, İ. ve Örgen, C. (2015). Önlisans Öğrencilerinin Akıllı Cep Telefon Kullanmalarının Başarı ve Harcama Düzeylerine Olası Etkileri Üzerine Bir Çalışma. Akademik Platform. 310-315.
- Hadlington, L. J. (2015). Cognitive Failures in Daily Life: Exploring The Link With İnternet Addiction and Problematic Mobile Phone Use. Computers in Human Behavior, 51(2015) 75–81
- Hashimoto, Y. (2002). The Spread of Cellular Phones and Their İnfluence On Young People in Japan. School of Communication. 26(4):441-63
- Howard, B. (2003). Go Mobile: Marketing Takes to the Wireless Web, <http://www.targetmarketingmag.com/article/gomobile-marketing-takes-wireless-web-28846/2>, Erişim tarihi: 11.02.2013.
- Humphreys, L. (2007). Mobile Sociality and Spatial Practice: A Qualitative Fieldstudy of New Social Networking Technologies. Doktora Tezi. Pennsylvania Üniversitesi, Felsefe Anabilim Dalı.
- International Data Corporation (IDC). Third Quarter Report (2013). <http://www.idc.com/getdoc.jsp?containerId=prUS24418013>. Accessed February 8, 2016.

- İnam, A., (1993:142). Teknoloji Benim Neyim Oluyor?. Ankara: Alamuk Yayınları.
- Karaaslan, A. İ. ve Budak, L. (2012). Üniversite Öğrencilerinin Cep Telefonu Özelliklerini Kullanımlarının ve Gündelik İletişimlerine Etkisinin Araştırılması. *Journal of Yaşar University*. 26(7) 4548 – 4525
- Kasesniemi, E.L. ve Rautiainen, P. (2002). *Mobile Culture of Children and Teenagers in Finland*. Cambridge University Press, Cambridge, 170-92.
- Kaya, R. A. (1985). *Kitle İletişim Sistemleri*. Ankara: V. Teori Yayınları.
- Kim, Y., Seob, M., David, P. (2015). Alleviating Depression Only to Become Problematic Mobile Phone Users: Can Face-To-Face Communication Be The Antidote? *Computers in Human Behavior* 51, 440–447
- Kocabaşoğlu, U., (1980). *Şirket Telsizinden Devlet Radyosuna*. Ankara: Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Yayınları.
- Lane, W. and Manner, C. (2011). The Impact of Personality Traits on Smartphone Ownership and Use, *International Journal of Business and Social Science*, 2: 22-28.
- Lee, Y., Chung, C., Lin, Y. ve Cheng, Z. (2014). The Dark Side of Smartphone Usage: Psychological Traits, Compulsive Behavior and Technostress. *Computers In Human Behaviour*. 31(373-383).
- Ling, R. (2004). *The Mobile Connection: The Cell Phone's Impact on Society*. San Francisco, CA: Morgan Kaufmann.
- Ling, R. (2005). The Sociolinguistics of SMS: An Analysis of SMS Use By A Random Sample of Norwegians. In *Mobile communications* (335-349). Springer London
- Lobet-Maris, C. (2003). Mobile Phone Tribes: Youth and Social Identity. In: Fortunati L., Katz J. E., Riccini R., editors. *Mediating the Human Body: Technology, Communication and Fashion*. New York, NY: Lawrence Erlbaum; 93–102.
- Lütfi ve Akay. (2016) Öğretmen Adaylarının Ve Öğretim Elemanlarının “Her Yerde Her Zaman” Eğitim İçin Mobil İletişim Teknolojilerinin Kullanımına Dair Görüşleri. *Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi Mustafa Kemal University Journal of Social Sciences Institute Sayı/Issue: 34, s. 219-237 ♦ Cilt/Volume: 13 ♦ Yıl/Year: 2016*
- Martin, J.M., Schumacher, P. 2003, Loneliness and social uses of the Internet, *Computers in Human Behavior*, 19, 659-671.

- Mattelart, A., (1996). İletişimin Dünyasallaşması, Çev: Halime Yücel. İstanbul: İletişim Yayınları.
- Mc. Chesney, (2003). Kapitalizm ve Enformasyon Çağı, Çev: Çınga, N.S., Baltacı, E., Yalçın, Ö.. Ankara: Epos Yayınları.
- Mutchler, L., Shim, J.P and Ormand, D., (2011). Exploratory Study On Users Behavior: Smartphone Usage, Proceeding of the Seventeenth Americas Conference on Information Systems.
- Morahan-Martin, J.,&Schumacher, P. (2003). Loneliness and social uses of the internet. Computers in Human Behavior, 19(6), 659-671.
- Mutlu, E., (2012). İletişim Sözlüğü. Ankara: Sofos Kıta Basın Dağıtım Yayıncılık.
- Norman, Donald A. The Invisible Computer: Why Good Products Can Fail, the Personal Computer Is So Complex, and Information Appliances Are the Solution. The MIT Press, 1999.
- Odabaşı, Y., (1999). Tüketim Kültürü / Yetinen Toplumun Tüketen Topluma Dönüşümü. İstanbul: Sistem Yayıncılık.
- Ong, J.,W., (2013). Sözlü ve Yazılı Kültür Sözü'nün Teknolojileşmesi, Çev: Sema Postacıoğlu Banon. İstanbul: Metis Yayınları.
- Oskay, Ü., (1992). İletişimin ABC'si. İstanbul: Simavi Yayınları.
- Oulasvirta, A., Rattenbury, T., Ma, L. ve Raita, E. (2012). Habits Make Smartphone Use More Pervasive. Personal and Ubiquitous Computing, 16(1), 105–114.
- Ömürbek, N. ve Şimşek A., (2012). Üniversite Öğrencilerinin Cep Telefonu Tercihlerinin Analitik Hiyerarşi Projesi İle Belirlenmesi, Niğde Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 5 (1): 116-132.
- Öngören, G., (1995). Uluslararası İletişim. İstanbul: Der Yayınları.
- Özata, F.Z. (2009)., Yüksek Teknoloji Yeniliği Olarak Akıllı Telefonların Genç Tüketiciler Tarafından Benimsenmesinde Etkili Olan Faktörler, Yayınlanmış Doktora Tezi, Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eskişehir.
- Özdemir- Yücesan, G., (2008). İletişim Emek ve Kalkınma- Ekonomi Politik Yaklaşım. Ankara: Gazi Üniversitesi İletişim Fakültesi Kırkıncı Yıl Kitaplığı.
- Peslak, A., (2011). An Empirical Study of Cell Phone and Smartphone Usage, Issues in Information Systems, 12: 4079-417.
- Punch, K. F., (2005). Sosyal Araştırmalara Giriş: Nicel Ve Nitel Yaklaşımlar. Ankara: Siyasal Kitabevi.

- Ramonet, I., (2000). Medyanın Zorbalığı, Çev: Aykut Derman. İstanbul: Om Yayınevi.
- Scharl, A., Dickinger A. ve Murphy, J. (2005). Diffusion and Success Factors of Mobile Marketing, *Electronic Commerce Research and Applications*, 4 (2): 159-173.
- Süler, M. (2016)., Akıllı Telefon Bağımlılığının Öznel Mutluluk Düzeyine Etkisinin Çeşitli Değişkenler Açısından İncelenmesi, Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi, Sakarya Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Sakarya.
- Tekin, M., Güleş K. H ve Öğüt, A., ( 2003). Değişim Çağında Teknoloji Yönetimi. Ankara: Nobel Yayın Dağıtım
- Tekinalp, Ş., ( 1990). Elektronik Kitle İletişim ve Değişim. İstanbul: Beta Basım Yayım Dağıtım.
- Tekinalp, Ş. ve Uzun, R., (2004). İletişim Araştırmaları ve Kuramları. İstanbul: Derin Yayınları.
- Thornton P. , Houser C. (2004) Using mobile phones in education. In: Paper presented at The 2nd IEEE International Workshop on Wireless and Mobile Technologies in Education. JungLi, Taiwan, March 23–25, 2004.
- Totten, J., Lipscomb, T., Cook, R. A. ve Lesch, W. C. (2005). “General Patterns of Cell Phone Usage Among College Students: A Four-State Study.” *Services Marketing Quarterly*, 26 (3), 13–39.
- Tutar, H. (2003). Örgütsel İletişim, 1. Basım, Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Tutar, H., Yılmaz, M. K., Erdönmez, C., (2004). Genel ve Teknik İletişim. Ankara: Nobel Yayın Dağıtım
- Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK)., (2014). Hane Halkı Bilişim Teknolojileri Kullanım Araştırması, [www.tuik.gov.tr](http://www.tuik.gov.tr) (Erişim Tarihi: 24.12.2015).
- Türkoğlu, N., (2010). Toplumsal İletişim, Tanımlar, Kavramlar, Tartışmalar. İstanbul: Urban Yayınları.
- Ünal, M.H., (2015)., Ankara Yıldırım Beyazıt Üniversitesi Tıp Fakültesi Öğrencilerinin Akıllı Telefon Bağımlılık Düzeylerinin Belirlenmesi, Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi, Yıldırım Beyazıt Üniversitesi Tıp Fakültesi Aile Hekimliği Anabilim Dalı, Ankara.
- Van Deursen, A. J., Bolle, C. L., Hegner, S. M. ve Kommers, P. A. (2015). Modeling Habitual and Addictive Smartphone Behavior: The Role of Smartphone Usage Types, Emotional Intelligence, Social Stress, Self-Regulation, Age, and Gender. *Computers in Human Behavior*, 45, 411-420.

- Wilska, T. A. (2003). Mobile Phone Use as Part of Young People's Consumption Styles. *Journal of Consumer Policy*, 26(4), 441-463.
- Yengin, D.A. (2016). Sosyal Medya Ve Akıllı Mobil Teknoloji: Akıllı Sosyal Yaşamlar. *The Turkish Online Journal of Design, Art and Communication - TOJDAC* April 2016 Volume 6 Issue 2
- Yıldırım K., Yaşar Ö. ve Duru M., (2016). Öğretmen Ve Öğrenci Görüşleri Temelinde Akıllı Telefonların Eğitim Öğretim Ortamlarında Kullanılmasının Ve Etkilerinin İncelenmesi.
- Yıldırım, A. ve Şimşek, H. (2006). Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri. Ankara: Seçkin Yayınları.
- Yuan, S. T. ve Cheng, C. (2004). Ontology-Based Personalized Couple Clustering for Heterogeneous Product Recommendation in Mobile Marketing, *Expert Systems with Applications*, 26 (4): 461-476.

#### **İNTERNET KAYNAKLARI**

- <http://www.androidturkey.net/2011/12/24/akilli-telefon-nedir-ne-ise-yarar-dunyadaki-akilli-telefon-kullanim-oranlari-ve-turkiyedeki-durum/>
- <http://sosyallesme.nedir.org>
- <http://www.nedir.com/iletisim>
- [https://tr.wikipedia.org/wiki/Akıllı\\_telefon.](https://tr.wikipedia.org/wiki/Akıllı_telefon)

## EKLER

## Ek 1. Orijinallik Raporu



SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

YÜKSEK LİSANS TEZ ÇALIŞMASI ORJİNALLİK RAPORU

| ÖĞRENCİ BİLGİLERİ             |   |
|-------------------------------|---|
| Adı-Soyadı                    | TOLGAY DURMUŞ   |
| Öğrenci Numarası              | 142209110   |
| Enstitü Anabilim Dalı         | İLETİŞİM BİLİMLERİ  |
| Programı                      |   |
| Danışmanın Unvanı, Adı-Soyadı | YRD.DOÇ.DR.FERİDUN NİZAM  |
| Tez Başlığı (Türkçe)          | İLETİŞİM FAKÜLTESİ RADYO TELEVİZYON VE SİNEMA BÖLÜMÜ ÖĞRENCİLERİNİN AKILLI CEP TELEFONU KULLANIMINA İLİŞKİN GÖRÜŞLERİ |

## SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ MÜDÜRLÜĞÜ'NE

Yukarıda başlığı belirtilen tez çalışmamın a) Kapak sayfası, b) Giriş, c) Ana bölümler ve d) Sonuç kısımlarından oluşan toplam 95 sayfalık kısmına ilişkin, 26/04/2017 tarihinde şahsım/tez danışmanım tarafından Turnitin adlı intihal tespit programından aşağıda belirtilen filtrelemeler uygulanarak alınmış olan orijinallik raporuna göre, tezin benzerlik oranı % 21'dir.

Uygulanan filtrelemeler:

- 1- Kabul/Onay ve Bildirim sayfaları hariç,
- 2- Kaynakça hariç
- 3- Alıntılar hariç/dâhil
- 4- 5 kelimedenden daha az örtüşme içeren metin kısımları hariç

Yukarıda bilgileri verilen öğrencinin doktora tezi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yönetim Kurulu tarafından belirlenen azami benzerlik oranlarını aşmadığını ve tez çalışmamın herhangi bir intihal içermediğini; aksinin tespit edileceği muhtemel durumda doğabilecek her türlü hukuki sorumluluğu kabul ettiğini ve yukarıda vermiş olduğum bilgilerin doğru olduğunu beyan ederim. Gereğini saygılarımla arz ederim.

YRD.DOÇ.DR.FERİDUN NİZAM  
Danışmanın Adı-Soyadı  
(İmzası)

PROF.DR.MUSTAFA YAĞBASAN  
Anabilim Dalı Başkanı  
(İmzası)

## F.Ü.LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ÖĞRETİM YÖNETMELİĞİ

**Madde 41-** Lisansüstü tezleri ile birlikte teslim edilmesi gereken belgeler şunlardır:

- a) Lisansüstü tezler, savunma öncesinde **intihal program raporu** ve ilgili makale şartını<sup>1</sup> sağladığına dair belgeleri ile birlikte enstitüye teslim edilir.
- b) İntihal raporu ile ilgili olarak etik kurallar dâhilindeki benzerlik oranları ilgili Enstitü Yönetim Kurulu tarafından belirlenir. (Enstitü Yönetim Kurulu tarafından tezin, intihal kapsamı dışında değerlendirilmesi için TURNITIN'den alınan raporda "benzerlik oranı"na, "alıntılar hariç" en fazla %10, "alıntılar dâhil" % 30'u geçmemesi şeklinde kabul edilmiştir).

<sup>1</sup> Makale şartı doktora öğrencilerini kapsamaktadır.

**Ek 2. Anket****Cinsiyet:****Kadın( )****Erkek( )****Sınıf:**

| <b>KATILMA DERECEŚİ</b>   | <b>Kesimlikle<br/>Katılmıyorum</b> | <b>Katılmıyorum</b> | <b>Fikrim yok</b> | <b>Katılıyorum</b> | <b>Kesimlikle<br/>Katılıyorum</b> |
|---|------------------------------------|---------------------|-------------------|--------------------|-----------------------------------|
| <b>İFADE</b>  |                                    |                     |                   |                    |                                   |
| 1. Toplumsal açıdan bakıldığı zaman akıllı cep telefonları bireylere kullanım kolaylığı sağlar.   |                                    |                     |                   |                    |                                   |
| 2.Akıllı telefonlarda marka bağımlılığının, kişinin akıllı telefonlara ilgisini arttırdığını düşünmekteyim  |                                    |                     |                   |                    |                                   |
| 3.Akıllı telefonların internet kullanımını arttırdığını düşünmekteyim.  |                                    |                     |                   |                    |                                   |
| 4.Akıllı telefonların sosyal çevre ile etkileşimde etkin bir araç olduğunu düşünmekteyim.   |                                    |                     |                   |                    |                                   |
| 5.Sosyal çevrem ile iletişimi akıllı telefonlara gerek duymadan etkin bir biçimde gerçekleştirebiliyorum.   |                                    |                     |                   |                    |                                   |
| 6. Akıllı telefon kullanmak zamanımı daha iyi kullanmamı ve günümü daha iyi planlamamı sağlar.  |                                    |                     |                   |                    |                                   |
| 7. Toplumsal açıdan, akıllı telefonlar aracılığıyla sosyal medya paylaşım sitelerinde gerçekleştirilen anlık ileti paylaşımının bireyleri etkilediğini düşünmekteyim. |                                    |                     |                   |                    |                                   |
| 8.Akıllı telefonları kullanırken belli süre sonra boşa vakit geçirdiğim hissine kapılıyorum.  |                                    |                     |                   |                    |                                   |



| <p><b>KATILMA DERECEŚİ</b></p> <p><b>İFADE</b></p>   | Kesinlikle Katılmıyorum | Katılmıyorum | Fikrim yok | Katılıyorum | Kesinlikle Katılıyorum |
|--|-------------------------|--------------|------------|-------------|------------------------|
| 9.Sosyal medya paylaşım platformları üzerinden yapılan tanıtım kampanyalarının, TV ve Gazete gibi medya araçlarından daha etkili olduğunu düşünmekteyim. |                         |              |            |             |                        |
| 10.Akıllı telefonlarla yapılan iletişimin yüz yüze kurduğumuz ilişkilerin yerini tutmadığını düşünüyorum.  |                         |              |            |             |                        |
| 11.Toplumsal açıdan bakıldığında bireylerin yaşam biçimlerinin sosyal medya paylaşımları aracılığıyla diğer bireyleri etkilediğini düşünmekteyim.        |                         |              |            |             |                        |
| 12.Sosyal medya anlık iletişimini, yüz yüze iletişime göre, daha rahat ve özgüveni yüksek olarak hissettirdiği için tercih etmekteyim.                   |                         |              |            |             |                        |
| 13.Sosyal çevrem tarafından akıllı cep telefonu kullanmamam bir eksiklik olarak görülmektedir.   |                         |              |            |             |                        |
| 14.Marka bağımlılığına ait akıllı telefonların sosyal iletişimde etkin bir rol oynadığını düşünmekteyim.   |                         |              |            |             |                        |
| 15.akıllı telefonlar Sosyal ağlarda tanıştığımız kişilerle yüz yüze görüşme olanağı sağlamaktadır.   |                         |              |            |             |                        |
| 16.Halkla ilişkilerde akıllı telefon uygulamalarının sosyal mesaj ve anlık mesajlaşmada değişiklik yarattığını düşünmekteyim.                            |                         |              |            |             |                        |
| 17.Akıllı telefonların, sıradan mobil telefonlara göre bireyler arasında daha etkili iletişim sağladığını düşünmekteyim.                                 |                         |              |            |             |                        |
| 18.Anlık mesajlaşmayı birebir iletişimden daha yoğun olarak kullanmaktayım.  |                         |              |            |             |                        |
| 19.Toplumsal açıdan, akıllı telefon ve uygulamaları hayatı kolaylaştırmakta ve bireylerin birçok ihtiyacını karşılamakta sosyal iletişimi artırmaktadır. |                         |              |            |             |                        |
| 20.Sosyal çevremizde akıllı telefonla ilgili kullanım kolaylığı çoğu kez bilgi olarak verilmektedir.   |                         |              |            |             |                        |
| 21.Toplumsal açıdan teknolojik yeniliklerin bireyler arasındaki etkileşim şekillerini değiştirdiğini düşünmekteyim.                                      |                         |              |            |             |                        |
| 22.Toplumda sosyal etkileşim açısından akıllı telefonların iletişimi güçlendirdiğini düşünüyorum.  |                         |              |            |             |                        |
| 23.Birey olarak, akıllı telefon sosyal medya uygulamalarını  |                         |              |            |             |                        |

|  |  |  |  |  |  |
|--|--|--|--|--|--|
| duyduğum zaman kullanıcı olma isteğim artmaktadır.   |  |  |  |  |  |
| 24.Toplum için, akıllı cep telefonu uygulamalarında anlık haberleşmenin hızlı olduğunu düşünüyorum.                                    |  |  |  |  |  |
| 25. Toplum için, akıllı cep telefonu uygulamalarında anlık haberleşmenin güvenli olduğunu düşünüyorum.                                 |  |  |  |  |  |
| 26. Cep telefonlarındaki anlık yazışmanın iletişimde büyük kolaylık sağladığını düşünüyorum.   |  |  |  |  |  |
| 27.Sosyal iletişimde halkla ilişkilerin rolü sizce kullanılan iletişim araçlarıyla ilişkilendirilebilir mi ?                           |  |  |  |  |  |
| 28. Akıllı telefon kullanmak daha az zamanda daha çok iş halletmemi sağlar.  |  |  |  |  |  |
| 29. Halkla ilişkilerde etkin iletişimin günümüz teknoloji araçlarıyla daha etkili ve verimli bir biçimde yapılacağına inanıyorum.      |  |  |  |  |  |
| 30.Akıllı telefonlarla birlikte daha yeni uygulamaların ve farklı iletişim araçlarının da zamanla ortaya çıkabileceğini düşünmekteyim. |  |  |  |  |  |

**Ek 3. Görüşme Mülakatı****İLETİŞİM FAKÜLTESİ RADYO TELEVİZYON VE SİNEMA BÖLÜMÜ  
ÖĞRENCİLERİNİN AKILLI CEP TELEFONU KULLANIMINA İLİŞKİN  
GÖRÜŞLERİ****1.Cinsiyet:****Kadın ( ) Erkek( )****2. Akıllı telefon kullanıyor musunuz ?****Evet ( ) Hayır ( )**

Sevgili öğrenciler akıllı cep telefonu kullanımına ilişkin aşağıdaki sorulara içtenlikle ve dürüst cevaplar vermenizi temenni ediyorum. Bu görüşler araştırma kapsamında kullanılacaktır ve not değeri taşımamaktadır. Teşekkürler.

**S.1.**Akıllı telefon kullanmak günlük hayatınızda ne gibi kolaylıklar sağlamaktadır?

**S.2.**Akıllı telefonu hangi amaçlarla kullanıyorsunuz?

**S.3.** Akıllı telefonlar çevrenizle iletişiminizi nasıl etkiliyor?

**S.4.** Akıllı cep telefonları aracılığıyla yapılan sosyal medya paylaşımları sizi nasıl etkiliyor?

**S.5.** Akıllı telefon yerine yüz yüze iletişimi tercih eder miydiniz, Neden?

**S.6.** Akıllı telefonlarla yapılan tanıtım ve pazarlama faaliyetleri satın alma davranışınızı etkiliyor mu, Neden?

**S.7.** Akıllı cep telefonu kullanımının sizce olumsuz yönleri nelerdir.?

## ÖZGEÇMİŞ

### **Kişisel Bilgiler:**

Adı: TOLGAY

Soyadı: DURMUŞ

Tel: 0534 838 69 71

E-mail: tolgay\_23\_34@hotmail.com

### **Eğitim Durumu:**

Elazığ Lisesi mezuniyetinden sonra Fırat Üniversite İletişim Fakültesi Radyo Televizyon ve Sinema Bölümünden mezun oldum. Ardından Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İletişim Bilimleri Yüksek Lisans programına başladım.

