



Enes Bal

Necmettin Erbakan University, enesbal@hotmail.com, Konya-Turkey

<http://dx.doi.org/10.12739/NWSA.2017.12.3.4C0220>

**TEKNOLOJİ ÇAĞINDA CEP TELEFONU KULLANIM ALIŞKANLIKLARI VE
MOTİVASYONLAR: SELÇUK ÜNİVERSİTESİ ÖĞRENCİLERİ ÜZERİNE BİR İNCELEME**

ÖZ

Bilgi ve iletişim teknolojilerinin hızla hayatımızı dönüştürdüğü bu dönemde, yeni bir iletişim teknolojisi olarak cep telefonları artık sosyal ve kültürel bir fenomen haline gelmektedir. İletişimde yer ve zaman kısıtlamasını ortadan kaldıran cep telefonları, ileri teknolojik unsurları da içine katarak günden güne başta gençler olmak üzere toplumun tüm bireylerini kuşatmaktadır. Bu bağlamda toplumsal alanda gençler tarafından büyük ilgi gören cep telefonlarına yönelik araştırmalar da son yıllarda giderek artmaya başlamıştır. Benzer şekilde gençleri odak noktasına alan bu çalışma da, kullanımlar ve doyumlar perspektifinden hareket ederek Selçuk Üniversite öğrencileri özelinde gençlerin cep telefonu kullanım alışkanlıklarını ortaya koymayı amaçlamaktadır. Rastlantısal örneklem tekniği kullanılarak seçilen 1175 denek üzerinde yapılan araştırmada, üniversite öğrencilerinin cep telefonu kullanımında etkili olan beş faktör önem sırasına göre şu şekilde ortaya çıkmıştır: Moda/Statü, İşlevsellik/Sosyalleşme, Eğlence/Rahatlama, Mobilite ve Bilgilenme.

Anahtar Kelimeler: İletişim Araştırmaları, Kullanımlar ve Doyumlar Yaklaşımı, Gençlik, Cep Telefonları, Teknoloji

**CELL PHONE USAGE HABITS AND MOTIVATIONS IN TECHNOLOGY AGE: A STUDY ON
SELÇUK UNIVERSITY STUDENTS**

ABSTRACT

In this age, as information and communication technologies are transforming our lives faster than ever, cell phones have become a social and cultural phenomenon. By removing time and place restraints in communication, and by inclusion of ever advanced technologies, cell phones are surrounding day by day the lives of all members of the society and in particular those of the youth. Thus, studies focusing on cell phones in connection with youth have increased. Similarly, this study aims to explore the cell phone using habits on the example of Selçuk University students from a "uses and gratifications" perspective. The study, conducted on 1175 participants who selected with using random sampling technique, has found out the five factors being effective on mobile phone usage behaviours of university students like this: Fashion/Status, Functionality/Socialization, Entertainment/Relaxing, Mobilization and Informed.

Keywords: Communication Studies, Uses and Gratifications Approach, Youth, Cell Phones, Technology

How to Cite:

Bal, E., (2017). Teknoloji Çağında Cep Telefonu Kullanım Alışkanlıkları ve Motivasyonlar: Selçuk Üniversitesi Öğrencileri Üzerine Bir İnceleme, **Humanities Sciences (NWSAHS)**, 12(3):112-132, DOI: 10.12739/NWSA.2017.12.3.4C0220.



1. GİRİŞ (INTRODUCTION)

Telgrafla başlayan sinema, telefon, radyo ve televizyonun iletişim dünyasına katılmasıyla birlikte devam eden süreç iletişimi dönüştürmüş, iletişim eşzamanlı niteliğe kavuşurken keskin sınırlar da ortadan kalkmıştır. İnternetin sunduğu iletişim olanaklarıyla atılan adımlar teknolojiyle ilişkileri açısından X, Y, Z kuşakları gibi yeni demografik tanımlamaları tartışmaya açmış; akıl, enformasyon ve ileri teknoloji çağını yakalayabilmenin ve sürdürülebilirliğin temel şartı haline gelmiştir. Bununla birlikte 3G teknolojisi, akıllı telefonlar ve tabletlerin de gündelik yaşamın bir parçası haline gelmesiyle birlikte, geleneksel medyanın iletişim kurma, eğitim ve eğlenmek olan temel işlevlerinde de büyük çapta değişim ve dönüşümün yaşandığı yeni bir döneme girilmiştir (Peltekoğlu, 2012:4). Sözü edilen bu yeni dönemde kitleler, akıllı televizyonlar, yeni nesil cep telefonları, internet ve tüm iletişim teknolojilerinin birbirinin uzantısı haline geldiği, iç içe geçtiği bir sosyal atmosferde yaşamaktadır. Özellikle 90'lı yıllardan sonra tüm gezegeni kuşatan bu yepyeni ortamın dönüştürücü etkisi ise çalışma hayatından siyasete, eğlenceden kişilerarası iletişime kadar her alana sirayet etmektedir. Bu küresel yayılış ile birlikte yeni iletişim teknolojileri yaşamın vazgeçilemez bir parçası haline gelmiştir. Bunun sonucunda da ev merkezli yaşam, eğitim ve çalışmaya evrilme, bilgiye dayalı işgücü ihtiyacının artışı, kişilerarası iletişimin sanal iletişim mecraları ile daha fazla yürütülmesi gibi sosyal yaşamı etkileyen, yeni sorun ve imkânları içinde barındıran bir süreç yaşanmaktadır (Uslu, 2007:225).

Bu yeni süreci daha iyi anlayabilmek için 20. yüzyılda yaşanan teknolojik gelişmeleri çok iyi incelemek gerekmektedir. İletişim bilimi teknolojiyle yakınlaştıkça biçim ve kapsam yönünden oldukça değişim göstermiştir. Aslında bakıldığında, ilkçağlardan günümüze iletişim amaçlı kullanılan her türlü araç, gereç, yöntem ve teknik temelde teknolojidir, fakat özellikle telefon teknolojisiyle birlikte başlayan teknolojik iletişim çağı üzerinde konuşulmaya değer niteliktedir. Telefonun iletişim sürecine temel katkısı yer engelini ortadan kaldırmış olmasıdır. Nitekim iletişim ve haberleşme, tarih boyunca temel insan gereksinimlerinden biri olmuştur. Duvar resimleri, simgeler, duman, posta güvercini, haberci, mektup vb. hep iletişim amaçlı kullanılagelmiş araçlardır. Fakat bu araçların hiçbirisi telefonun icadına kadar hızlı ve anlık iletişimi olanaklı kılamamıştır. Alexander Graham Bell tarafından 1876 yılında geliştirilen telefon kısa sürede gündelik yaşamın bir parçası haline gelmiş, insanlar için anında iletişim kurabilme bir gereksinime dönüşmüştür. Zaman geçtikçe teknolojik gelişmelerden geleneksel telefonlar da etkilenmiş ve kısa sürede evlerden çıkıp önce arabalara, ardından da ceplere girmiş; şimdilerde ise sese dayalı iletişim teknolojisiyle doğrudan internet üzerinden görüşmeye imkân sağlayan bir noktaya evrilmiştir. Bu sayede artık bireyler arası iletişimin mekân ve yer sınırlaması tamamen ortadan kalkmıştır. Bu mobil yaşam her teknolojik gelişmede olduğu gibi, kısa sürede kendi kültürünü de oluşturmuş, bir bakıma bireysel bir ihtiyaca dönüşmüştür (Dursun, 2010:241).

Bu noktada, mobil iletişim teknolojilerinin nihai amacı, kişinin her koşulda ve her zaman bilgiye ve diğer unsurlara daha hızlı erişmesini sağlamak olmuştur. Söz konusu amaca yönelik olarak iletişim, enformasyon ve mobilizasyon yapılarının yeniden organize edilmesine küresel çapta büyük önem verilmektedir. Bu yeniden yapılandırma süreci, cep telefonunun gündelik hayata entegrasyonu ile başlamış ve bugün de bu sürecin devam ettiği açıkça görülmektedir. Mobil iletişim teknolojisi, spesifik olarak iletişim yapısı içerisinde



cep telefonu diyalogundan içerik paylaşımına ve hatta kullanıcılarının sosyalleşmesine kadar birçok süreci bünyesinde barındırmaktadır.

Diğer yandan internet, uydu bağlantısı ve profesyonel kalitede fotoğraf çekebilen kameralarla entegre cep telefonlarının yaygınlaşması ise toplumsal hayatta birçok değişimin yaşanmasına neden olmuştur. Bir diğer deyişle, iletişim kurmayı kullanıcının istediği zaman ve mekânda mümkün kılan bu araçlar, acil durumlarda ulaşılmaya imkân tanımasından sosyal medya uygulamalarına izin vererek sosyal etkileşimi arttırmaya kadar birçok konuda hayatımıza yeni boyutlar eklemiştir. Sosyal ilişkilerin geliştirilmesinde ve yeni ilişkilerin kurulmasında yardımcı olan cep telefonları, birçok alanda olduğu gibi habercilik alanına da farklı kazanımlar getirmiştir. Habere konu gelişmelerin görüntülerinin kaydedilip anlık bağlantılarla izleyiciye ulaştırılması gazetecilik alanında devrim yaratmıştır. Artık sıradan bir kullanıcı bile karşılaştığı önemli bir gelişmeyi kaydederek adeta bir muhabir gibi işlev görmektedir. Bu bağlamda cep telefonları, yayıncılık ve iletişim teknolojilerindeki sınırları gittikçe ortadan kaldırmaktadır.

Buraya kadar ifade edilenlerden hareketle, dünyadaki kullanıcı sayısının 5 milyara, ülkemizde ise 67 milyonun üzerine çıktığı düşünüldüğünde, cep telefonlarının artık sosyal ve kültürel bir fenomene dönüştüğünü söylemek yanlış olmayacaktır. Böylesi bir durum ise iletişim araştırmalarının bu alana yönelik eğilimlerinin artmasını beraberinde getirmektedir. Zaten geçmişten günümüze iletişim araştırmaları genel olarak toplumda en yaygın kitle iletişim aracı hangisiyse ve kitleler üzerinde çok etkinse ona doğru bir yönelim içinde olmuştur. Ancak Dimmick, Sikand ve Patterson (1994:645)'nin de ifade ettiği gibi ilk başlarda, kişilerarası iletişim araştırmalarında cep telefonları aracılıdırılmış bir iletişim aygıtı olarak görüldüğü için araca ilişkin çok fazla araştırma yapılmamıştır. Yine kitle iletişim üzerine yapılan çalışmalarda da cep telefonları, birebir iletişim sağlayan bir araç olarak görüldüğü için üzerinde çok fazla durulmamıştır.

Son dönemlere bakıldığında, cep telefonlarının giderek yaygınlaşması ve ileri teknoloji birçok unsuru kendi bünyesine entegre etmesiyle beraber birçok açıdan dikkatleri üzerine çekmeye başladığı görülmektedir. Dolayısıyla toplumun tüm kesimlerini, özellikle de gençleri fazlasıyla kuşatan cep telefonları, sosyal bir fenomen haline dönüştükçe daha fazla araştırmacının odak noktasına oturmuştur. Bu bağlamda cep telefonu kullanımının bağımlılık boyutu, bireylerin iletişim biçimi tercihlerine etkisi, bireylerin günlük hayat aktivitelerinin koordinasyonuna etkisi, bireylerin kendilerini güvende hissetme durumuna etkisi, moda ve statü sembolü olma özelliği ve cep telefonunun halka açık alanlarda kullanımının yarattığı yeni kamusal alan kavramı gibi cep telefonunun farklı boyutları ile ilgili teorik ve ampirik düzeyde birçok çalışma gerçekleştirilmiştir (Özaşçılar, 2009:14).

Gerçekleştirilen bu çalışmalara bakıldığında, ağırlıklı olarak gençlerin cep telefonu teknolojisine yönelik adaptasyon düzeyleri, kullanım ve doyum alışkanlıkları, satın alma tercihleri gibi konuların cinsiyet, bireysel farklılıklar, etnik aidiyet, gelir vb. değişkenler üzerinden sosyal ve kültürel açıları değerlendirildiği görülmektedir. Yine mobil iletişim araçlarının özellikle ilköğretim ve lise düzeyindeki öğrenciler tarafından kullanılmasının eğitim, sağlık ve psikolojik yönlü etkileri de yapılan araştırmaların sorunsalları içinde yer almaktadır. Bu çalışma ise saha araştırması yöntemi üzerinden kullanımlar ve doyumlar yaklaşımı ekseninde üniversite



öğrencilerinin cep telefonu kullanım motivasyonlarını ampirik verilerle ortaya koymayı hedeflemektedir.

2. ÇALIŞMANIN ÖNEMİ (RESEARCH SIGNIFICANCE)

Mevcut araştırma, kullanımlar ve doyumlar yaklaşımından hareketle, üniversite öğrencilerinin cep telefonu kullanım alışkanlıklarını tespit etmeye yönelik olarak yapılmıştır. Ortaya konan bu çalışma, cep telefonu kullanımında etkili olan faktörlerin saptanması ve faktörler arasındaki ilişkinin gücünü ve yönünü belirlemek açısından önemlidir. Daha genel bir açıdan değerlendirildiğinde ise çalışma, tespit edilen örneklem üzerinden ülkemizdeki gençlerle farklı coğrafyalarda yaşayan gençlerin cep telefonlarına yönelik bakış açıları arasında bir benzerlik olup olmadığının anlaşılması bakımından önemli görülmektedir. Yine cep telefonları gibi Türkiye’de çok farklı boyutlarıyla çalışılmayan bir konuya iletişim alanındaki araştırmacıların dikkatini çekmesi ve bu sahada çalışacak olanlara kaynak materyal oluşturması yönüyle bu çalışma önemlidir.

3. LİTERATÜR TARAMASI (LITERATURE REVIEW)

3.1. Cep Telefonu Kullanımı ve Genç Bireyler (Cell Phone Use and Young Individuals)

Cep telefonları, “kişisel, bedene eklenilebilir ve taşınabilir” bir iletişim aracı olarak kullanıcısının yaşantısının, kimlik bilgilerinin parçalarını saklayan ve kullanıcısının sosyal ilişkilerini sürdürmek üzere ötekilere neredeyse her an ve her yerde bağlayan bir teknolojidir. Bu teknolojinin araçsal yararından çok, üretilmek istenen kişisel ya da kolektif kimliklere olası katkıları nedeniyle hızla benimsenmiş, sahip olma arzusunun tetiklenmiştir. Bu bağlamda cep telefonu arzu edilen ama sahip olunamayan toplumsal statüyü gösteren bir sembol gibi işlev görmektedir (Çelik, 2010:59-64). Dolayısıyla cep telefonunun sahipliği, gösterimi ve sembolik kullanımı, birçok kültürde yetişkin olabilmenin gerekli bir parçası olarak değerlendirilmektedir. Genç bireyler için bir kimlik sunumu olarak karşımıza çıkan cep telefonları, semboller evreninde vazgeçilmez bir anlam taşımaktadır (Ling, 2004:99). Nitekim cep telefonlarıyla birlikte sosyal ağ siteleri, çevrimiçi oynanan oyunlar, video paylaşım siteleri, tabletler ve mobil uygulamalar yeni dönemin gençlik kültürünün demirbaşları haline gelmiş durumdadır. Gençler kendilerini ifade etmek ve benliklerini ortaya koymak için bu araçlardan yararlanmaktadır. Dijital teknolojiler sayesinde zevklerini, beğenilerini, arzularını paylaşmakta, kim olduklarını ya da olmak istediklerini bu ortamlar aracılığıyla anlatmaktadırlar (Özata, 2009:18). Günümüzde cep telefonları, gençlerin bir teknolojisi olarak kabul edilmektedir.

İsveç’te 2003 yılında 15-24 yaş arasındaki gençlerin yüzde 98’inin cep telefonuna sahip olduğu yapılan araştırmalarla ortaya çıkartılmıştır. Bu bağlamda, genç bireylerin mobil telefon teknolojisinin temel tüketicileri olduğu kabul edilmektedir. Yine bu teknolojilerin adaptasyonu ve ilerlemesi için toplum nezdinde öncü kişiler olarak gençler görülmektedir. Dolayısıyla telefon teknolojisinde yapılacak yeniliklerin gençlerin beklentileri doğrultusunda şekillendiği telefon endüstrisinin öncü kuruluşları tarafından da kabul görmektedir (Thulin ve Vilhelmson, 2007:236). Cep telefonları gençlerin hayatı için yeni bir unsur olarak karşımıza çıkmaktadır. Gençler ailelerine göre daha hızlı bir adaptasyonla cep telefonlarını gündelik hayatlarına dâhil etmişlerdir. Cep



telefonlarının yoğun kullanıldığı İtalya, Japonya, Güney Kore, İskandinav ülkeleri gibi ülkelerde neredeyse tüm gençlerin cep telefonu vardır. Bu hızlı popülaritenin birkaç gerekçesine değinilecek olursa; öncelikle cep telefonlarının genç bireylerin özgürlük alanını genişlettiği söylenebilmektedir. Öte yandan enformasyon elde etme ve iletişim kurma istenci, cep telefonu kullanmaya yönelimi arttırmaktadır. Yine gençlerin cep telefonu kullanmalarının bir başka nedeni ise güvenlik ve koordinasyon motivasyonlarıdır (Ling, 2004:98-99). Gençler ailelerinden uzak kaldıkları zaman ve sosyalleşme ihtiyacını üst düzeyde duydukları zaman cep telefonu kullanımına daha çok yönelmektedirler. Ayrıca cep telefonları gençleri sosyal hayatın içine daha fazla çekerken onların yeni ilişkiler kurmasına da katkı sağlamaktadır (Ling ve Yttri, 2002:165). Benzer şekilde Taylor ve Harper (2003:281) de gençlerin mesajlaşma özelliği nedeniyle cep telefonlarını daha çok kullandıklarını ifade etmektedir. Anlık kısa mesajlaşma (SMS) özelliği ise gençlerin gündelik hayata ve sosyal ilişkilere daha hızlı katılımını sağlamaktadır. Öte yandan, bir cep telefonuna sahip olmak genç bireyler açısından "kendi iletişim kanalını kontrol edebilmek" anlamına gelmektedir. Cep telefonu onlara bağımsız bir iletişim ağı sağlamaktadır. Birçok konuda, neyin doğru neyin yanlış olduğuna yönelik bilgiye de cep telefonları sayesinde ulaşan gençler, mahrem bilgilerin paylaşımını da bu araç üzerinden yapmaktadırlar.

Çocuklar ve aileler arasında işlevsel bir koordinasyon kurulmasında etkin bir misyon üstlenen cep telefonları, özellikle ailelerin çocuklarına ulaşmasında önemli bir amaca hizmet etmektedir (Ling, 2004:86). Ling ve Yttri (2002:145-147)'nin yapmış oldukları çalışmada, gençlerin cep telefonu kullanımına yönelik adaptasyonları, iki ana entegrasyon süreci bağlamında ortaya konmaktadır. Bu süreçler, "mikro ve hiper koordinasyon" süreçleri olarak adlandırılmaktadır. "Mikro koordinasyon" kavramıyla cep telefonlarının sosyalleşme adına düzenlenen toplantılar, buluşmalar gibi etkinliklerde kullanımı kastedilirken; "hiper koordinasyon" kavramıyla duygusal ve sosyal iletişimi, grup normlarını geliştirmeyi amaçlayan ve ayrıca bireysel sunum süreçlerini de kapsayan daha genel duruma gönderme yapılmaktadır. O'Brien (2010:377-378) ise gençlik kültürü üzerinden cep telefonu kullanım olgusunu tartıştığı çalışmada, öncelikle mobil aygıtların gençler için bir özgürleşim aracı olarak görüldüğünü vurgulamaktadır. Artık gençlerin cep telefonu kullanımı teknik bir süreç olarak değil; sosyal ve kültürel bağlamlarla da düşünülmesi gereken bir süreç olarak değerlendirilmektedir. Ayrıca söz konusu mobil iletişim araçları, sosyal grup içerisinde genç bireylerin grup ve bireysel kimliklerinin oluşumuna katkı sağlamaktadır.

Gençlik kültürü içerisinde ortak bir dilin yaratılmasında önemli bir sosyalleşme ajanı olarak kabul gören cep telefonları, gençler arasında özgün kültürel anlamlar ve pratiklerin üretilmesine de neden olmaktadır. Cep telefonu, gençlerin sosyal hayatını koordine etmede, farklı sosyal gruplarla iletişime geçmelerinde, gündelik hayatlarını düzenlemede fonksiyonel bir araç olarak değerlendirilmektedir. Bu sayede gençler zaman ve mekânın sınırlılıklarından kurtularak sürekli bir sosyal entegrasyon sürecine dahil olabilmektedirler. Bütün bunların ötesinde cep telefonu, gençler tarafından bir moda unsuru olarak düşünülmektedir.



Yapılan bir sormacada, "genç bireylerin cep telefonlarını neden çok önemsedikleri" sorusuna verdikleri cevaplar şu şekilde olmuştur:

- Sosyal statü göstergesidir.
- Moda aracıdır.
- Popülerite aracıdır.
- Ne kadar cool olduğun kullandığın modele bağlıdır.
- Ne kadar pahalı bir telefon kullanıyorsan o kadar saygınsındır.

Dolayısıyla yakın dönemlerde cep telefonu kullanım amacında bir dönüşüm yaşanarak araç, bir moda ve statü göstergesi haline dönüşmüştür (Ling, 2004:85-86). Sabit telefonların aksine kişinin üzerinde taşınabilir olması nedeniyle cep telefonları kişinin bireysel bir sunum sağlamasına imkân vermektedir. Bu bağlamda cep telefonunun markası, teknik özellikleri, rengi, melodisi gibi özellikleri telefonların kendisini sembolik bir araca dönüştürmektedir. Gençler de bu sembolik aracı kullanarak kendilerini sembolik bir sunum açısından imkân tanımaktadır. Dolayısıyla bireysel kullanımın ötesinde gençler, sosyal ortam içerisinde telefonların fiziksel görünüşlerine bir hayli önem vermektedirler (Campbell ve Park, 2008:373).

Birçok yönden cep telefonları, birçok ülkede modern gençler için bir ikon olarak değerlendirilmektedir. Bu semboller ve ikonların anlamları kullanıcılar için güçlü bir statü göstergesi noktasına doğru evrilmiştir. Dolayısıyla bir cep telefonuna sahip olan birey, toplum bilincinde ekonomik olarak belirli bir düzeye ulaştığını ve teknik bilgi beceriye sahip olduğu düşüncesini yeniden üretmektedir. Zira doğru bir cep telefonu modeline sahip olmak bir gencin cep telefonu modasını takip ettiğini ve gencin kendi kimlik oluşumunu da cep telefonu üzerinden ürettiğini göstermektedir. Cep telefonunun sembolik anlamı, araca sahip olmanın çok ötesinde bir gerçeğe işaret etmektedir. Bir başka ifadeyle gençler cep telefonunu fonksiyonel amaçlarla kullandıklarını söylediler de cep telefonu bir arzu nesnesi haline dönüşmekte ve sosyal statü göstergesi olarak kullanılmaktadır. Gençler arasında birçok özelliği ile cep telefonu, duyguların ve yaşam stiline bir sunum nesnesi haline dönüşmüştür (Ling, 2004:103-104). Öte yandan, cep telefonunun gençlerin sosyal hayatı açısından olumlu etkilerinin yanı sıra bazı olumsuz etkileri de söz konusudur. Campbell (2005), bu negatif yönlü etkileri, toplumdaki kaçış (ostracism) ve sanal zorbalık (cyber bullying) kavramlarıyla ortaya koymaktadır.

Cep telefonları bazı durumlarda duygusal ifadelerin açıklanmasında konuşma yerine mesaj yazmayı gerekli kılmaktadır. Bu durum da gençlerin sosyal entegrasyon kapasitelerini olumsuz yönde etkileyerek gençlerin daha çekingen ve içe dönük bir yapıya bürünmesine neden olmaktadır. Yine cep telefonlarına aşırı bağımlılık, gençlerde sanal zorbalık adıyla kavramsallaştırılan olumsuz bir sürecin yaşanmasına da sebep olmaktadır. Bu süreç cep telefonu gibi teknolojik cihazlar kullanılarak diğer insanların taciz edilmesi gibi durumları içinde barındırmaktadır. Cep telefonu ile yapılan taciz ya da saldırı, yüz yüze yapılan tacizden daha güçlü etkilere sahiptir. Çünkü yüz yüze iletişimde söylenen bir sözün tekrar tekrar duyulması mümkün değilken cep telefonu ile gönderilen yazılı bir metnin tekrar okunması olanaklıdır. Böylesi bir durum da saldırıya maruz kalan kişinin bunu defalarca görerek acı çekmesine neden olmaktadır. Bunların dışında cep telefonlarının olumsuz bir diğer etkisi, gençlerin kontrolsüz kullanımları sonucu ortaya çıkan cep telefonu faturalarının ebeveynler tarafından ödenmesinde yaşanan güçlüklerdir. Yine gençlerin eğitim kurumlarında cep telefonlarını kullanmaları birçok olumsuz duruma neden olmaktadır. Konuya yönelik gerçekleştirilen araştırmaların da işaret ettiği üzere; öğrencilerin ders



konsantrasyonlarına olumsuz ket vuran bu aygıtlar, eğitimcilerin işini de günden güne zorlaştırmaktadır (Campbell, 2005). Sonuç olarak, uygulamalara bakıldığında, cep telefonlarının günlük yaşantının içine dâhil olan önemli bir iletişim teknolojisi olduğu, sosyal ilişki ve etkileşimlerimizi dolaylı ya da dolaysız şekillerde etkilediği görülmektedir. Yapılan pek çok araştırmada, gençlerin cep telefonu aracılığı ile kendilerini görme ve diğerlerini algılama şekli, cep telefonu davranışlarıyla ilişkili görülmektedir (Demir, 2013:109-110). Dolayısıyla bir sonraki adımda, ağırlıkla gençleri odak noktasına almış cep telefonu araştırmalarından söz edilecektir.

3.2. Cep Telefonu Kullanımı ile İlgili Yapılmış Araştırmalar (Cell Phone Use related to Made Research)

Cep telefonunun toplumsal boyutuna ilişkin araştırmaların tarihi çoğunlukla 2000'li yılların başlarına kadar dayanmaktadır. Bu dönemden önce yapılan çalışmaların çoğu telefon teknolojisinin mühendislik boyutu üzerine odaklanmaktadır. 2000'li yıllardan sonra ise bazı araştırmalar dikkatleri cep telefonu kullanımının ve yaygınlaşmasının sosyal boyutu ve cep telefonunun bireyin günlük hayatına ve ilişkilerine yönlendirmişlerdir (Aoki ve Downes, 2003:350). Aşağıda genel olarak Türkiye ve yabancı ülkelerde gençlerin cep telefonu kullanımlarına yönelik bazı çalışmalara yer verilmiştir:

Buldukları yaşlar itibarıyla cep telefonu kullanımına daha uygun olduğu düşünülen üniversite öğrencileri üzerinde yapılan araştırmalar, genel olarak mobil telefonların kullanım nedenleri, kullanımdan elde edilen doyumlar ve cep telefonlarının sosyal ilişkilere yansıma biçimleri üzerine odaklanmaktadır. Cep telefonuna ilişkin akademik literatürde önemli araştırmacılardan kabul edilen Leung ve Wei (2000:313-316)'nin yaptıkları araştırmanın bulgularına göz atıldığında, cep telefonu kullanımında birinci faktör olarak "Moda ve statü" çıkmıştır. İkinci faktör, etkileme ve sosyallik olarak ortaya konurken, rahatlama faktörü ise üçüncü sırada yer almaktadır. Dördüncü olarak mobile faktörü karşımıza çıkmaktadır. Beşincisi "anında ulaşım", altıncı faktör ise araçsallıktır.

Cep telefonlarının acil durumlarda ulaşmaya ya da ulaşılmaya imkân tanınması ve bazı güvenlik gerekçeleriyle kullanımı ile ilgili olan "güvence vermek" ise son faktördür. Araştırmaya göre doyum boyutundaki farklar, cep telefonu kullanıcılarının demografik değişkenlerindeki farklılıklarla ve telefon kullanım tarzlarındaki farklarla doğrudan ilişkili görülmektedir. Çabukluk, mobilite ve araçsallık doyumları, telefon kullanımındaki amaçların temel göstergeleridir. İş yaşamında ve cinsiyete göre cep telefonu kullanımında farklılıklar da bu araştırmada dikkat çekmektedir. Buna göre çalışma hayatında olanlar, cep telefonlarını çabukluk, mobilite ve araçsallık gibi unsurlara yönelik kullanmaktadır.

Cinsiyete göre farklılaşmada ise erkek kullanıcılar daha çok iş hayatı için cep telefonlarına başvururken, genç kızlarsa uzun görüşmeler yaparak sosyalleşme amacına dönük bir kullanım tutumu göstermektedir. Cinsiyete göre farklılaşma, geleneksel telefon kullanımına yönelik araştırmalarla benzerlik taşımaktadır. Sonuç olarak bu araştırmaya göre, cep telefonu kullanımında gelişmiş hizmetlere üyelik ve bu hizmetlerin kullanımın yüksekliği, cep telefonu kullanımının da fazla olduğunun bir göstergesidir. Cep telefonundaki bu gelişmiş özelliklerle birlikte mobilite, çabukluk ve araçsal işlevsellik, cep telefonlarının sosyo demografik spektrum içerisinde neden bu kadar çok popüler olduğunu göstermektedir. Türkiye'de tesadüfi örneklem yoluyla seçilen 630 kişi üzerinde cep



telefonu kullanımının ve doyumunun araştırıldığı bir çalışmada, statü, rahatlama, güvenlik ve sosyallik cep telefonu kullanımında temel faktörler olarak tespit edilmiştir. Araştırmada düşük gelir düzeyindeki insanların, daha yüksek gelir grubuna oranla daha fazla cep telefonunu kullandıkları saptanmıştır. Yine cep telefonu aygıtlarının çeşidine göre kullanım düzeyinde de bir farklılık olduğu gözlenmiştir. Buna göre pahalı ve prestij sembolü olan telefonlara sahip kullanıcıların daha az görüşme yaptığı, bunun karşısında orta kalitede telefona sahip olanların ise daha yoğun bir görüşme trafiği içinde yer aldıkları bilgisine ulaşılmıştır (Özcan ve Koçak, 2003:249-253).

Norveç'te gerçekleştirilen "Mobil Enformasyon Toplumunun Geleceğini Şekillendirmek" isimli çalışmada, gençlerin cep telefonu sahipliğine yönelik faktörler tespit edilmiştir. Buna göre, ilk olarak gençler cep telefonlarını kendi sosyal ortamlarına bir güç katması anlamında, aracın işlevselliğine bir gönderme yapmaktadırlar. Sabit mekân gerektirmeden mobil bir özellik taşıması nedeniyle gençler, bu aracın bireysel kimlik oluşturduğuna inanmaktadırlar. İkinci olarak, faturaların genç bireyin kendisi tarafından ödenmesi nedeniyle cep telefonları bir yönüyle aileden bağımsızlığı temsil etmektedir. Üçüncü olarak cep telefonları, acil durumlarda ulaşım olanak veren bir araç olması nedeniyle güvenlik kaygısıyla da kullanımı revaçtadır. Dördüncü olarak, bireyin günlük hayatını hızlı bir şekilde organize etmesinde yardımcı bir araç olarak görülmektedir. Son olarak ise cep telefonları, bir statü göstergesi olarak algılanmaktadır (ITU, 2004:29).

Katz ve Sugiyama (2005:72-73)'nin yaptıkları araştırmada, cep telefonlarının bir moda enstrümanı olarak kullanılması incelemiştir. Buna göre cep telefonu markalarının reklamlarında, aracın kamuya yönelik sunumunda bir moda göstergesi olarak ön plana çıkartılması dikkatleri çekmektedir. Bu bağlamda hedef kitlenin mobil teknolojiyi moda ve statü unsuru olarak algılaması, mobil endüstri tarafından da karşılık bulduğu gerçeğini ön plana çıkarmaktadır. Bir grup Amerikan ve Japon gençle derinlemesine mülakat yöntemiyle gerçekleştirilen bu araştırmada, alınan cevaplar genel olarak cep telefonlarının bir araçtan çok bireyi daha "cool" hale getiren bir arzu nesnesi ve statü göstergesi olarak görüldüğünü ortaya çıkartmıştır.

Finlandiya'da bireylerin cep telefonu tercihlerini etkileyen faktörlerin araştırıldığı bir çalışma, cep telefonlarının satın alım sürecinde her ne kadar geleneksel koşullar geçerli olsa da birçok durumda bu sürecin ürünün sembolik anlamı ve marka değerinden etkilendiğini ortaya koymaktadır. Araştırmaya katılan Finli öğrenciler kadar değişim programıyla ülkeye gelen yabancı öğrenciler için de cep telefonlarının markası, aracın fiyat ve özellik durumunun önüne geçmektedir (Karjaluo vd., 2005:78-79).

Fortunati (2005:36)'nin İtalyan lise öğrencilerinin cep telefonlarını bir moda unsuru olarak algılaması konulu araştırmasında, mobil aygıtlar gençler nezdinde kıyafetin bir parçası ve fiziksel görünümün merkezi bir unsuru olarak kabul edilmektedir. Çalışma kapsamında cep telefonlarının moda unsuruna dönüşmesinde üç temel eğilimin olduğu ortaya çıkmıştır: Birinci eğilim, öğrenciler gözünde cep telefonlarının giderek bir moda unsuru haline dönüşüyor olmasıdır. İkinci eğilim, cep telefonlarının kıyafetin bir unsuru olarak algılanıyor olmasıdır. Son eğilim ise aracın kendi bağlamının da ötesine geçerek insan vücudunun bir uzvu haline geliyor olmasıdır.

Baron ve Ling (2007:13-15)'in ABD'de biri özel, diğeri devlet olmak üzere iki büyük üniversitede gerçekleştirdikleri çalışmalarında,



üniversite öğrencilerinin cep telefonlarında en çok konuşma ve mesajlaşma özelliğini kullandıklarını ortaya koymuşlardır. Öğrencilerin kültürel farklılıklarının ve ekonomik gelirlerinin ana değişken olduğu bu çalışmada kızlar, erkeklere göre daha fazla konuşup daha fazla mesajlaşmaktadır. Kızlar telefonlarının özelliklerine ve dış görünüşüne daha çok önem verirken erkekler ise cep telefonunun ekonomik olmasına önem vermektedirler. Çalışmada ortaya çıkan en ilginç bulgulardan bir tanesine de değinilecek olursa, gençler cep telefonlarını ana nedenlerin dışında gerçekleşmesi muhtemel "sorunlu" bir iletişim anından kaçış için de kullanmaktadırlar.

Almanya'da gençlerin sosyal ilişkilerinde cep telefonlarının etkisini ölçen bir çalışmada, cep telefonu kullanımı sonucunda sosyal iletişim yapılarının üç yönde etkilendiği ortaya konmaktadır. Birincisi cep telefonları yüz yüze iletişim ve ilişki biçimlerini etkilemekte; ikincisi farklı mobilizasyon şekilleri ortaya çıkarmakta; üçüncüsü ise bireysel planlama ve zamanlama yapılarını etkilemektedir. Göteborg'ta 40 genç üzerinde yapılan bu araştırmada, cep telefonu kullanımının gençlerin sosyal çevreye uyum sürecine katkı sağlarken onlara daha esnek bir hayat akışı önerdiği ortaya konmaktadır. Mobil yaşamla birlikte zaman, mekân ve içeriğe bağlı iletişim yapılarında bir azalma yaşandığı gözlenmektedir. Bununla birlikte cep telefonları sağladığı kesintisiz ulaşım sayesinde zaman ve mekân sınırlamasından kurtulan bireyin araca yönelik bağımlılığı da artmaktadır (Thulin ve Vilhelmson (2007:248-249).

Yunanistan'da 384 üniversite öğrencisi üzerine gerçekleştirilen bir çalışmada, gençlerin ortalama günlük cep telefonu kullanım süresi 4 saat olarak saptanmıştır. Araştırmaya katılan üniversite öğrencilerinin cep telefonlarını konuşmak ve mesajlaşmak dışında en çok fotoğraf çekmek için kullandıkları bulgular içinde ortaya konmuştur. Daha çok sosyalleşme motivasyonu ile evlerinden arkadaşlarıyla iletişime geçmek için cep telefonlarını kullanan gençler arasında cinsiyet değişkeniyle cep telefonu kullanımı arasında anlamlı bir farklılık saptanmamıştır (Economides ve Grousopoulou, 2008:739-741).

Haddon (2008), gençlerin multi medya özelliklerine sahip cep telefonu kullanım çeşitliliğini araştırdığı çalışmada, cep telefonlarının pozitif ve negatif yönlü etkilerinden bahsetmektedir. Çalışmada, genç bireylerin sosyal hayata adaptasyonunda yararlı bir araç olarak değerlendirilen cep telefonlarının bunun karşısında taciz, saldırı vb. gibi olumsuz yönlü etkilerinin de olduğu hatırlatılmaktadır.

Chen ve Katz (2009:184-187)'in gençlerin aile ilişkileri bağlamında cep telefonu kullanım motivasyonlarını araştırdıkları çalışmanın temel sonucu, üniversite öğrencilerinin aileleriyle daha sık iletişim kurabilmeleri ve ailedeki rollerini gerçekleştirebilmeleri için cep telefonlarının bir zorunluluk olarak kabul etmeleridir. Fokus grup yöntemi üzerinden 40 üniversite öğrencisiyle yapılan araştırmada, erkeklere göre kızların daha çok cep telefonu ile ailelerine ulaştıkları ortaya konulmuştur. Araştırmaya göre, genç bireyin cep telefonunun sürekli açık olması aynı zamanda aile içi ilişkilerin de açık olması anlamına gelmektedir.

"Moda, Cep Telefonu ve İletişim: Farklı Kültürlerden Üniversite Öğrencileri Arasında Cep Telefonunun Sembolik Anlamı Üzerine Bir Çalışma" isimli araştırmasında Sugiyama (2009), on farklı ülkeden öğrencilerle yaptığı derinlemesine mülakatlarda, bütün öğrencilerin cep telefonu modelinin yeni olmasına çok önem verdiklerini ortaya koymuştur. Buna gerekçe olarak, üniversite öğrencilerinin cep



telefonlarını sosyal alanda bir gösterge şeklinde görmelerindedir. Modelin yeni olmasında uzlaşan gençler, telefonun dekorasyonu, stili, ebadı, kullanım kolaylığı gibi unsurlarda kültürel farklılıklarını ortaya çıkartmışlardır.

Simay (2009:188), gençlerin cep telefonu kullanımı ve araç seçimine ilişkin yaptığı çalışmasında, 642 üniversite öğrencisi üzerine bir alan araştırması gerçekleştirmiştir. Araştırmaya katılan gençler için cep telefonu satın alınırken görünüm, stil ve fiyat gibi unsurlar ön plana çıkmaktadır. Kızlar, cep telefonlarının daha çok görünümüne önem verirken, erkekler ise aracın ekonomikliği ve işlevselliğine daha fazla önem atfetmektedirler.

Green ve Singleton (2009:138-140)'un Pakistan asıllı İngiliz gençlerin arkadaşlık ilişkilerinde cep telefonunun rolünü keşfetme üzerine yapmış olduğu araştırmaya göre, genç erkek ve kızların sosyalleşme, arkadaşlık ilişkilerini devam ettirme, duygusal ilişkiler içerisine girme gibi motivasyonlarla cep telefonu kullandıkları ortaya konmuştur. Arkadaşlık ilişkileri kapsamında gençler benzer motivasyonlara sahiplerken; bireysel ilişkilerde bu motivasyonlar kültür ve yaş gibi değişkenlerden etkilenmektedir. Araştırma bulgularının satır aralarına göz atıldığında kızların cep telefonuna yöneliminde dedikodu olgusu ön plana çıkarken, erkeklerde ise daha çok iş hayatında işlevsel kullanım ve değişen sosyal koşullara uyum adına cep telefonu kullanıldığı gözlenmiştir.

Avustralya'da 15-24 yaş arası 946 genç üzerinde yapılan bir araştırmada, cep telefonu kullanım sıklığı ve araca yönelik adaptasyon süreçlerinin genç bireylerin cep telefonuna entegrasyonunu bilişsel ve davranışsal yönde olumlu etkilediği ortaya çıkmıştır. Cep telefonu kullanımının bireysel kimliğin oluşumunda pozitif yönlü bir katkısı olduğunun bulgulandığı bu araştırmada, gençlerin cep telefonu kullanımındaki farklılıklar ise psikolojik nedenlere dayandırılmaktadır (Walsh vd., 2010:199-200).

Barkhuus ve Polichar (2010), akıllı cep telefonların gündelik yaşamda kullanıcılara göre nasıl bir değişiklik gösterdiğine yönelik yaptıkları araştırmalarında, yetişkin bireylerin akıllı telefonları daha çok iş yaşamına katkı motivasyonu ile kullandıklarını keşfetmişlerdir. Sormaca yöntemiyle oluşturulan bu çalışmada, akıllı telefonların kişinin özgün durumlarıyla bağlantılı olarak kullanıldığı ortaya çıkmıştır.

Eskişehir'de 2140 lise öğrencisi üzerinde yapılan bir araştırmada, gençlerin cep telefonu kullanım alışkanlıkları tespit edilmiştir. Buna göre araştırmaya katılan üniversite gençlerinin cep telefonu kullanımında "trend" birinci faktör, "yoğun kullanım" ikinci faktör, "ekonomiklik" ise üçüncü faktör olarak saptanmıştır. Cep telefonunu "trend" motivasyonu ile kullanan gençler için akran gruplarına kabul edilme, "cool" olma ve sosyal statüye sahip olma anlamına da gelmektedir. Sözü edilen bu faktörler, Batı ülkelerindeki gençlerle Türk gençleri arasında bir benzerlik ortaya koymaktadır. Ayrıca Türk gençlerinin cep telefonu kullanımında en önemli unsurlardan bir tanesi de fiyatı dikkate alan yaklaşımın benimsenmesidir (Torlak vd. 2011:55-60).

Özaşçılar (2012:63-65) tarafından İstanbul'da yaşayan 18-25 yaş arası 24 üniversite öğrencisine fokus grup yöntemiyle gerçekleştirilen bir araştırmanın sonuçlarına göz atıldığında; katılımcıların çoğunluğunun cep telefonu kullanmaya "herkes" in cep telefonu kullanması nedeniyle başladıklarını bildirmişlerdir. Gençlerin büyük çoğunluğu, cep telefonlarının 24 saat açık olduğunu ve cep telefonu kullanımını sadece iletişim aracı olarak değil, aynı zamanda mp3



çalar, sabahları alarm olarak da kullandıklarını ifade etmişlerdir. Cep telefonunu geceleri yanlarında ulaşabilecekleri yerlerde bulundurma nedenleri olarak ise; herhangi bir acil durumda aramak, alarmın sesini duyabilmek ve gece biri aradığında konuşabilmek şeklinde belirtmişlerdir. Genç bireyler cep telefonu kullanımının günlük hayatlarına etkisi ile ilgili değerlendirmelerde; özellikle arkadaşlarıyla yaptıkları organizasyonlara olan etkisini vurgulamışlardır. Ayrıca katılımcılar, özellikle aileleri ile devamlı iletişim halinde olma ve buldukları yerleri bildirme durumundan duydukları rahatsızlığı da belirtmişlerdir. Bununla birlikte kadın katılımcılar, cep telefonlarını yanlarında bulduklarında ailelerinin ya da yakınlarının onlar için daha az endişe ettiğini bildirmişlerdir.

Kırgızistan-Türkiye Manas Üniversitesi'ndeki 400 öğrenci üzerinde gerçekleştirilen bir araştırmanın bulgularına göre, üniversite öğrencilerinin cep telefonlarını ağırlıklı olarak internet, konuşma, müzik-radyo dinleme, fotoğraf çekme ve cihazlar arasında kablosuz iletişim (bluetooth) amacıyla kullandıkları tespit edilmiştir. Ayrıca üniversite öğrencilerinin mobil telefon tercihlerini internet bağlantısı, bilgi/görüntü transferi, kamera, GPS/GPRS gibi teknik özelliklerin; pil ömrü, renkli ekran, ekran çözünürlüğü, estetik, görünüm ve ekran büyüklüğü gibi fiziksel özelliklerin ve ürün kalitesi, marka, fiyat, garanti ve model gibi fiziksel olmayan özelliklerin etkilediği saptanmıştır (Polat ve Maksudunov, 2012:422).

Son olarak, ABD'de 2252 kişi üzerine Pew Research Center tarafından yapılan araştırmanın sonuçlarına göre, ABD'de yetişkinlerin yüzde 91'inin cep telefonuna sahip olduğu ortaya çıkmıştır. Yaş, cinsiyet, eğitim ve gelir düzeyi gibi demografik değişkenlerin cep telefonu sahipliğini etkilediğinin ortaya çıktığı çalışmada, 12-17 yaş arasındaki gençlerin de yüzde 78 oranında cep telefonlarına adaptasyon sağladığı gözlemlenmiştir. Akıllı telefonların yüzde 56'lık bir tercihle gündün güne yaygınlaştığı bulgusunun da aktarıldığı çalışmada, artık klasik telefonların çok fazla rağbet görmediği de ifade edilmektedir. Ayrıca bu çalışmada, cep telefonunun dünya tarihinde tüketiciler tarafından en hızlı adaptasyonun sağlandığı bir teknoloji olduğuna işaret edilmektedir (Rainie, 2013).

4. YÖNTEM (METHODS)

Bu bölümde araştırmanın tasarımı ve uygulanmasına, evren ve örnekleminin belirlenmesine, veri toplama araçlarına ve verilerin değerlendirilmesinde kullanılan istatistiksel analizlere yer verilmiştir.

4.1. Araştırmanın Tasarımı ve Uygulanması (Design of Research and Practicing)

Literatür taramasıyla teorik altyapının inşa edildiği bu çalışma, Selçuk Üniversitesi'nde öğrenim gören kişiler üzerinde gerçekleştirilen alan araştırması ile desteklenmiştir. Bu araştırma, genel tarama modeli kimliğine sahip olup çalışmanın bağımlı ve bağımsız değişkenleri arasında karşılaştırmalı ilişkisel tarama yapılmıştır. Araştırmada 17 yaş ve üzeri üniversite öğrencilerinin cep telefonu kullanım alışkanlıkları ve motivasyonlarını ortaya koymak amacıyla veriler toplanmıştır.



4.2. Araştırmanın Evreni ve Örnekleme (Universe of Research and Sample)

Araştırma evreni, çalışmanın yapıldığı zaman dilimi içerisinde Selçuk Üniversitesi'nde eğitim gören bütün öğrencilerden meydana gelmektedir. Rastlantısal (random) örneklem tekniği kullanılarak seçilen 1175 öğrenci ise bu çalışmanın örneklemini oluşturmaktadır. Ülke üniversiteleri arasında öğrenci sayısı itibarıyla ilk sıralarda yer alması ve katılımcılara kolay ulaşılabileceği düşüncesiyle araştırma, Selçuk Üniversitesi'nde gerçekleştirilmiştir. Araştırmaya dâhil edilen katılımcılar, Selçuk Üniversitesi'nin Konya merkezde faaliyet gösteren fakülte ve yükseköğretimden öğrenci yoğunluğuna göre seçilmiştir.¹ Yüksek lisans ve doktora öğrencilerinin kapsam dışı tutulduğu araştırmada, ön lisans ve lisans düzeyinde toplam 50.891 öğrenci içinden 1200 öğrenciyle yüz yüze görüşülerek yapılan anketle bilgiler alınmıştır. 25 anketin geçersiz sayılması nedeniyle örneklem sayısı 1175 olarak netleşmiştir.

4.3. Veri Toplama Araçları (Data Collection Tools)

Çalışma kapsamında görüşülen kişilerden elde edilen veriler, kavramsal çerçevenin oluşturulmasından sonra hazırlanan soru kağıdı aracılığıyla toplanmıştır. Soru kağıdında üniversite öğrencilerini cep telefonu kullanmaya yönelten faktörleri keşfetmek amacıyla 36 maddeden oluşan bir ölçeğe yer verilmiştir. Hazırlanan bu ölçek 5'li likert tipinde yani "1. Hiç Katılmıyorum, 2. Katılmıyorum, 3. Kararsızım, 4. Katılıyorum, 5. Kesinlikle Katılıyorum" şeklindeki seçeneklerden oluşturulmuştur. Anket formunun hazırlanmasında Leung ve Wei (2000)'nin çalışmasında kullandıkları ölçek esas alınmış; bazı düzenlemeler gerçekleştirilmiştir. Anket formunun diğer kısmında ise hazırlanan 6 soru ile katılımcıların sosyo-demografik özellikleri belirlenmeye çalışılmıştır.

4.4. Verilerin Analizi ve Kullanılan Testler (Analyzing Data and Used Tests)

Araştırmaya katılanların cep telefonu kullanım motivasyonlarını belirlemek için Keşfedici Faktör Analizi kullanılmıştır. Cep telefonu kullanım motivasyonları arasındaki ilişki ise Korelasyon Analizi ile tespit edilmiştir. Cinsiyet ile cep telefonu kullanım motivasyonları arasındaki ilişkiyi ortaya koymada Bağımsız Örneklem T-Testi esas alınmıştır.

5. BULGULAR (FINDINGS)

5.1. Katılımcıların Sosyo-Demografik Özellikleri (Socio-Demographic Features of Participants)

Betimleyici istatistik analizleri sonucunda, katılımcılardan elde edilen demografik özelliklere (yaş, cinsiyet, eğitim düzeyi, aylık ortalama harcama miktarı, vb.) ilişkin bilgiler aşağıda sunulmuştur. Çalışmaya katılan öğrencilerin yüzde 52.5'i kadınlar, yüzde 47.5'i ise erkeklerden oluşmaktadır. Kadınlar lehine bir farklılık görünse de örneklemin cinsiyet bakımından çok da dengesiz bir dağılıma sahip olduğu söylenemez. Çalışmaya katılan öğrencilerin yaşları merkezi eğilim istatistikleri aracılığıyla incelenmiştir. Buna göre çalışmaya katılan öğrencilerin yaşları 17 ile 46 arasında değişmektedir.

¹ Selçuk Üniversitesi bünyesinde faaliyet gösteren Meram Tıp Fakültesi, Ahmet Keleşoğlu Eğitim Fakültesi ve İlahiyat Fakültesi, 27.12.2011 tarihinde Bakanlar Kurulu Kararı ile yeni kurulan Necmettin Erbakan Üniversitesi'ne bağlanmıştır. Araştırmanın yapıldığı tarih (Kasım 2011) itibarıyla söz konusu fakülteler Selçuk Üniversitesi'ne bağlı akademik birimler olarak faaliyetlerini yürütmekteydi.



Öğrencilerin yaşlarının ortalaması ise 21.44 olarak saptanmıştır. Sosyo-demografik değişkenler içerisinde çalışmaya katılan öğrencilerin öğrenim gördükleri fakülte ve yüksekokullara göre dağılımı örneklemi tanıma noktasında işlevsel bir veri olarak karşımıza çıkmaktadır. Araştırmada yüzde 13.4'lük oranla Ahmet Keleşoğlu Eğitim Fakültesi başı çekerken, bu fakülteyi sırasıyla yüzde 11.1'le Mühendislik ve Mimarlık Fakültesi, yüzde 7.7 ile Edebiyat Fakültesi, yüzde 7.6 ile İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, yüzde 7.1'le Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu, yüzde 5.1 ile Fen Fakültesi, yüzde 4.9 ile Teknik Bilimler Meslek Yüksekokulu, yüzde 3.7 ile Mesleki Eğitim Fakültesi, yüzde 3.6 ile İletişim Fakültesi, yüzde 3.3 ile Hukuk Fakültesi, yüzde 2.8 ile İlahiyat Fakültesi ve Güzel Sanatlar Fakültesi, yüzde 2.7 ile Veteriner Fakültesi ve Beden Eğitimi ve Spor Yüksekokulu, yüzde 2.6 ile Selçuk Tıp Fakültesi ve Konservatuar, yüzde 2.5 ile Adalet Meslek Yüksekokulu, Ziraat Fakültesi ve Teknik Eğitim Fakültesi takip etmektedir. Sıralamanın son basamaklarını ise yüzde 2.4 ile Turizm Meslek Yüksekokulu, yüzde 2.3 ile Sağlık Bilimleri Fakültesi, yüzde 2.1 ile Dış Hekimliği Fakültesi ve Sağlık Hizmetleri Meslek Yüksekokulu oluşturmaktadır.

Araştırmanın örneklemine dâhil edilen öğrenciler içinde normal öğretimler, ikinci öğretimlere göre daha baskın bir orandadır. Buna göre, normal öğretimdeki öğrencilerin yüzde 70.4, ikinci öğretimdeki öğrencilerin ise yüzde 29.6 oranında olduğu görülmektedir. Araştırmanın örneklemini oluşturan üniversite öğrencilerinin sınıf düzeylerine bakıldığında, birinci sınıf öğrencilerinin oranı yüzde 30.6, ikinci sınıftakilerin oranı yüzde 30.9, üçüncü sınıftakilerin oranı yüzde 22.6, dördüncü sınıftakilerin oranı ise yüzde 15.9 olarak karşımıza çıkmaktadır. Araştırma deneklerinin üniversite yıllarında ikamet etme biçimlerine bakıldığında ilk üç sırayı yüzde 37.5'le yurtlar, yüzde 34.4'le öğrenci evleri ve yüzde 23.2'le aile yanı oluşturmaktadır. Öğrencilerin aylık harcama miktarları merkezi eğilim istatistikleri aracılığıyla incelendiğinde, aylık harcama miktarlarının 50 TL ile 3000 TL arasında değiştiği görülmektedir. Öğrencilerin aylık harcama ortalaması ise 454.2 TL olarak saptanmaktadır.

5.2. Katılımcıların Cep Telefonu Kullanım Motivasyonları (Cell Phone Usage Motives of Participants)

Cep telefonu kullanım nedenlerini belirlemek için hazırlanan ölçek 36 maddeden oluşmaktadır. Söz konusu maddeler iki ayrı uzmana yüzey geçerliliği için incelenmiş ve onların önerileri doğrultusunda gerekli düzenlemeler yapılmıştır. Ölçek 100 kişi üzerinde ön teste (pretest) tabii tutulmuş ve sonuçlar analiz edilerek son hali verilmiştir. Ölçekte yer alan ifadelerin aritmetik ortalama ve standart sapma değerlerini gösteren tablo aşağıda sunulmaktadır.

Tablo 1 incelendiğinde aritmetik ortalama itibarıyla listede; "zor ve acil durumlarda birilerine ulaşma ya da başkalarının bize ulaşması, insanlarla iletişim kurmada yardımcı olması, mekân ve zaman sınırlamasını ortadan kaldırması ve kullanımın kolay olması" gibi cihazın temel fonksiyonlarının ön plana çıktığı görülmektedir. Yine listenin devamında cihazın işlevselliğine, moda ve statü bağlamında niteliklerine ve sosyalleşme olgusuna yönelik katkılarına ilişkin maddeler yer almaktadır.

Tablo 1. Cep telefonu kullanım nedenlerine ilişkin maddelerin betimleyici istatistikleri
(Table 1. Descriptive statistics of the rationale for cell phone usage)

Cep Telefonu Kullanımında Etkili Faktörler	\bar{X}	SD
Herhangi Bir Aksaklık Durumunda Yakınlarıma Bilgi Veririm	4.61	0.63
İnsanlarla İletişim Kurmama Yardımcı Oluyor	4.59	0.61
Beni Merak Ettiklerinde Bana Ulaşmalarını Sağlıyor	4.56	0.70
İletişime Geçmem İçin Mekân ve Zaman Sınırlamasını Ortadan Kaldırıyor	4.46	0.70
Kullanımının Çok Kolay Olduğunu Düşünüyorum	4.45	0.67
Acil Durumlarda İlgili Merkezlere (112, 155, 110 Vb) Ücretsiz Ulaşmamı Sağlıyor	4.44	0.85
Olup Bitenler Hakkında Çevremdekileri Kolayca Bilgilendirmeme Yardımcı Oluyor	4.39	0.83
Çevremdeki Kişilerle Daha Sık İletişim Kurabiliyorum	4.35	0.78
Çevremde Olup Bitenler Hakkında Kolayca Bilgi Sahibi Olmamı Sağlıyor	4.34	0.87
Rahatlıkla Taşıyabiliyorum	4.26	0.81
İnsanlar Her Nerede Olurlarsa Olsunlar Rahatça Ulaşabiliyorum	4.25	0.87
Fonksiyonları Sayesinde Birçok Araca İhtiyaç Kalmıyor	4.21	1.03
Her Yerde Yanımda Bulundurabiliyorum	4.16	0.97
Hareket Halindeyken De İletişim Kurabiliyorum	4.13	0.96
Sıkıldığımda Birileriyle Konuşmama İmkân Sağlıyor	4.08	1.02
İşlerimi Koordine Etmeme Yardımcı Oluyor	3.92	1.05
Uygun Olmayan Ortamlarda Da (Toplantı, Ders, vb) İletişim Kurmamı Sağlar	3.43	1.29
Yüz Yüze İletişim Kurabileceğim Birini Her An Bulamadığım İçin	3.32	1.36
Haber, Hava Durumu ve Benzeri Hizmetleri Sunuyor	3.15	1.28
Ürün ve Hizmetlere İlişkin Kampanyaları Öğrenebiliyorum	3.13	1.27
Cep Telefonu Kullanmak Beni Rahatlatıyor	3.12	1.27
Her Yerde ve Her Zaman Bana Güven Veriyor	2.98	1.25
Cep Telefonu Eğlence İhtiyacımı Gidermeme Yardımcı Oluyor	2.90	1.31
Mesajlaşarak veya İnternette Chat Yaparak Rahatlıyorum	2.80	1.39
Kendimi Daha Az Yalnız Hissettiriyor	2.75	1.32
Son Model Bir Telefon Kullanmak Hoşuma Gidiyor	2.63	1.32
Oyun Oynayarak Stres Atabiliyorum	2.63	1.31
Bankacılık İşlemlerini Yürütmeme, Bağış Yapmama, Oy Vermeme ve İnteraktif Katılımıma Fırsat Veriyor	2.60	1.34
Cep Telefonsuz Bir Kişinin Toplumda Yadırgandığını Düşünüyorum	2.37	1.28
Son Model Bir Telefon, Kişinin İmajına Olumlu Bir Katkı Sağlar	2.32	1.16
Cep Telefonu Benim İçin Bir Yaşam Tarzıdır	2.31	1.27
Kaliteli Bir Cep Telefonu Kullanmak Sosyal Bir Statü Göstergesidir	2.20	1.19
Çevremde Prestij Edinmemi Sağlar	2.19	1.12
Son Model Bir Cihaz İlgileri Üzerime Çeker	2.04	1.16
Yeni Arkadaşlar Edinmemde Önemli Bir Araçtır	2.03	1.14
Etrafımdaki İnsanlara Cep Telefonumu Göstermekten Hoşlanıyorum	1.81	1.05

Öte yandan yukarıda aritmetik ortalama ve standart sapma oranları verilen 36 madde faktör analizine tabii tutularak cep telefonu kullanım motivasyonları tespit edilmeye çalışılmıştır. Faktör gruplarının sınıflandırma ve değerlendirilmesinde Varimax Rotasyonlu tablo dikkate alınmıştır. Faktör analizine tabii tutulan maddelerin özdeğerleri 1'den daha büyük ve minimum yükleme büyüklüğü olarak 0.40 kriteri esas alınmıştır. Analiz sonucunda ortaya çıkan 5 faktör, katılımcıların cep telefonu kullanım motivasyonları açısından toplam varyansın yüzde 53.78'ini açıklamaktadır.



Tablo 2. Faktör özdeğerleri, açıklanan varyansları ve güvenilirlik katsayıları
(Table 2. Factor eigenvalues, explained variances and reliability coefficients)

	Özdeğer	Açıklanan Varyans (%)	Güvenilirlik (α)
Moda ve Statü	6.97	15.93	.873
İşlevsellik-Sosyalleşme	4.01	13.67	.803
Eğlence-Rahatlama	1.29	9.85	.779
Mobilite	1.18	8.63	.684
Bilgilenme	1.04	5.69	.572

Araştırma bulguları incelendiğinde; üniversite öğrencilerini cep telefonu kullanmaya yönelten en başat motivasyon "Moda ve Statü"dür. Toplam varyansın yüzde 15.93'ünü açıklayan bu faktörün öz değeri 6.97 ve güvenilirlik katsayısı Cronbach's Alpha=0.873'dür. Faktör analizi sonucunda ortaya çıkan ikinci motivasyon "İşlevsellik-Sosyalleşme" ismini taşımaktadır. İkinci faktör tek başına toplam varyansın yüzde 13.67'sini açıklarken, bu faktörün özdeğeri 4.01 ve güvenilirlik değeri Cronbach's Alpha= 0.803'tür. "Eğlence-Rahatlama" ismini taşıyan üçüncü faktör ise toplam varyansın yüzde 9.85'ini açıklama potansiyeline sahiptir. Bu faktörün güvenilirlik (Cronbach's Alpha=0.779) ve özdeğeri (Eigenvalue=1.29) oldukça tatmin edici düzeydedir. Gençleri cep telefonu kullanmaya yönelten dördüncü motivasyon olarak "Mobilite" karşımıza çıkmaktadır. Bu faktör, toplam varyansın yüzde 8.63'ünü açıklarken; bu faktörün özdeğeri 1.18 ve güvenilirlik katsayısı Cronbach's Alpha=0.684'tür. Son olarak toplam varyansın yüzde 5.69'unu açıklama gücüne sahip "Bilgilenme" ismini taşıyan beşinci sıradaki motivasyonun özdeğeri 1.04 ve güvenilirlik katsayısı Cronbach's Alpha=0.572'dir.

Tablo 3. Cep telefonu kullanım motivasyonları arasındaki korelasyon analizi bulguları (Pearson r)

Table 3. Correlation analysis among cell phone usage Motives (Pearson r)

Faktörler Arası Korelasyon	Moda ve Statü	İşlevsellik Sosyalleşme	Eğlence-Rahatlama	Mobilite	Bilgilenme
Moda ve Statü	1				
İşlevsellik Sosyalleşme	.075**	1			
Eğlence Rahatlama	.561**	.386**	1		
Mobilite	.194**	.560**	.431**	1	
Bilgilenme	.378**	.242**	.444**	.308**	1

**Correlation is significant at the 0.01 level (2 tailed)

Tablo-3'te cep telefonu kullanım motivasyonları arasındaki ilişkinin gücünü ve yönünü tanımlamak açısından korelasyon analizi bulguları incelendiğinde; en güçlü ilişkinin "Moda-Statü" motivasyonu ile "Eğlence-Rahatlama" motivasyonu arasında yaşandığı dikkat çekmektedir ($r=.561$; $p<.01$). Bir başka ifadeyle katılımcıların Moda-Statü yönelimli cep telefonu kullanımına verdikleri önem arttıkça aynı zamanda Eğlence-Rahatlama motivasyonuna verdikleri önemde de bir artış kendini hissettirmektedir. Yine "İşlevsellik-Sosyalleşme" motivasyonu ile "Mobilite" motivasyonu arasında pozitif yönde orta düzeyde anlamlı ilişki bulunmaktadır ($r=.560$; $p<.01$). Diğer bir ifadeyle katılımcıların İşlevsellik-Sosyalleşme yönelimli cep telefonu kullanım ihtiyacı arttıkça Mobilite yönelimli cep telefonu kullanımında da bir artış yaşanmaktadır. Cep telefonları kullanım



motivasyonları arasında en zayıf anlamlı ilişki "Moda-Statü" ile "İşlevsellik-Sosyalleşme" arasında ortaya çıkmaktadır ($r=.075$; $p<.01$). Bunun anlamı; Moda-Statü yönelimli cep telefonu kullananlar, İşlevsellik-Sosyalleşme motivasyonuna daha az önem vermektedirler.

5.2.1. Moda ve Statü Motivasyonu (Motive of Fashion and Status)

Üniversite öğrencilerini cep telefonu kullanmaya yönelten ilk ve en önemli faktör "Moda ve Statü"dür. Moda ve Statü faktörü, tek başına toplam varyansın yüzde 15.93'ünü açıklamaktadır. Bu faktörün özdeğeri 6.97 ve güvenilirlik katsayısı Cronbach's Alpha=0.873'dür. Demografik değişkenler bakımından Moda ve Statü faktörü incelendiğinde cinsiyetin anlamlı bir farklılaşma oluşturduğu dikkat çekmektedir ($t=-3.15$; $sd=1173$; $p<.01$). Betimleyici istatistik sonuçları incelendiğinde; erkekler 2.31 aritmetik ortalama değeriyle kadınlara ($\bar{x}=2.14$) göre cep telefonu kullanımında Moda ve Statü motivasyonuna daha fazla önem atfetmektedirler. Üniversite öğrencilerinin aylık harcama miktarına ile Moda ve Statü faktörü arasında pozitif yönde, zayıf anlamlı ilişki bulunmaktadır ($r=.102$; $p<.01$). Başka bir ifadeyle; araştırma sorularına cevap veren üniversite gençliğinin aylık harcama miktarı arttıkça Moda ve Statü yönelimli cep telefonu kullanımlarında da bir artış yaşanmaktadır.

5.2.2. İşlevsellik ve Sosyalleşme Motivasyonu (Motive of Functionality and Socialization)

Araştırmaya katılan üniversite öğrencilerinin cep telefonu kullanım motivasyonları arasında ikinci sıradaki motivasyon "İşlevsellik ve Sosyalleşme"dir. Toplam varyansın yüzde 13.67'sini açıklayan bu faktörün özdeğeri 4.01 ve güvenilirlik katsayısı Cronbach's Alpha=.803'tür. İşlevsellik ve Sosyalleşme faktörü demografik değişkenler bakımından incelendiğinde; cinsiyetin anlamlı bir farklılaşma oluşturduğu göze çarpmaktadır ($t=6.65$; $sd=1173$; $p<.001$). Betimleyici istatistik sonuçları incelendiğinde; kadınlar 4.48 aritmetik ortalama değeriyle erkeklere ($\bar{x}=4.28$) nazaran cep telefonu kullanımında İşlevsellik ve Sosyalleşme motivasyonuna daha fazla önem atfetmektedirler. Üniversite öğrencilerinin aylık harcama miktarıyla İşlevsellik ve Sosyalleşme faktörü arasında anlamlı bir ilişkiye rastlanmamıştır ($r=.048$; $p>.05$).

5.2.3. Eğlence ve Rahatlama Motivasyonu (Motive of Entertainment and Relaxation)

Araştırma sonucunda ortaya çıkan üçüncü cep telefonu kullanım motivasyonu "Eğlence ve Rahatlama"dır. Bu faktör, tek başına toplam varyansın yüzde 9.85'ini açıklamaktadır. Faktörün özdeğeri (eigenvalue=1.29) ve güvenilirlik katsayısı (Cronbach's Alpha=.779) oldukça tatmin edici düzeydedir. Demografik değişkenler bakımından Eğlence ve Rahatlama incelendiğinde; cinsiyetin anlamlı bir farklılaştırma meydana getirmediği dikkat çekmektedir ($t=1.78$; $sd=1173$; $p>.05$). Betimleyici istatistik sonuçları incelendiğinde; hem kadınlar hem de erkekler, cep telefonu kullanımında Eğlence ve Rahatlama yönelimli doyum arayışları bakımından birbirlerine yakın oranlara sahiptirler. Yine üniversite öğrencilerinin aylık harcama miktarıyla Eğlence ve Rahatlama faktörü arasında anlamlı bir ilişkinin oluşmadığı dikkat çekmektedir ($r=-.033$; $p>.05$).

5.2.4. Mobilite Motivasyonu (Motive of Mobility)

Araştırma örneklemini oluşturan üniversite öğrencilerinin verdikleri cevaplar doğrultusunda ortaya çıkan sonuçlara bakıldığında



dördüncü olarak "Mobilite" faktörü karşımıza çıkmaktadır. Mobilite faktörü tek başına toplam varyansın yüzde 8.63'ünü açıklarken, faktörün özdeğeri 1.18 ve Crombach's Alpha katsayısı .684'tür. Demografik değişkenler itibarıyla Mobilite motivasyonu incelendiğinde; cinsiyetin anlamlı bir farklılaştırma meydana getirdiği ortaya çıkmaktadır ($t=6.29$; $sd=1173$; $p<.001$). Betimleyici istatistik sonuçları incelendiğinde; kadınlar 4.23 aritmetik ortalama değeriyle erkeklere ($\bar{x}=3.99$) nazaran cep telefonu kullanımında Mobilite yönelimli daha fazla doyum arayışı içerisine girmekte ve cep telefonu kullanmaktadırlar. Ayrıca üniversite öğrencilerinin aylık harcama miktarıyla Mobilite faktörü arasında anlamlı bir ilişkinin oluşmadığı dikkat çekmektedir ($r=.007$; $p>.05$).

5.2.5. Bilgilenme Motivasyonu (Motive of Information)

Araştırmaya katılan üniversite öğrencilerinin cep telefonu kullanım saikleri içerisinde son sırayı "Bilgilenme" motivasyonu almaktadır. Bilgilenme motivasyonu, tek başına toplam varyansın yüzde 5.69'unu açıklarken, faktörün özdeğeri 1.04 ve güvenilirlik katsayısı Cronbach's Alpha=.572'dir. Demografik değişkenler bakımından Bilgilenme motivasyonu incelendiğinde; cinsiyetin anlamlı bir farklılaştırma meydana getirmediği ortaya çıkmaktadır ($t=0.77$; $sd=1173$; $p>.05$). Betimleyici istatistik sonuçları incelendiğinde; hem kadınlar hem de erkekler, cep telefonu kullanımında Bilgilenme yönelimli doyum arayışları bakımından birbirlerine yakın oranlara sahiptirler. Diğer yandan korelasyon analiz sonuçları incelendiğinde, üniversite öğrencilerinin aylık harcama miktarıyla Bilgilenme faktörü arasında anlamlı bir ilişkinin olmadığı ortaya çıkmaktadır ($r=.044$; $p>.05$).

6. TARTIŞMA VE SONUÇ (DISCUSSION AND CONCLUSION)

Teknolojinin iletişim alanındaki hızlı gelişimiyle birlikte geleneksel kitle iletişim araçlarının önüne geçmeye başlayan ve yeni medya olarak da nitelendirilen yeni iletişim teknolojileri günden güne hayatımızı kuşatmaya devam etmektedir. İnternet, sosyal medya, cep telefonları gibi yeni medya unsurları, geleneksel iletişim araçlarının birçok fonksiyonunu kendi içine entegre etmesiyle birlikte artık kitlelerin vazgeçilmezleri arasında yerini almıştır. Yeni iletişim teknolojileri içinde cep telefonları ise yer ve zaman kısıtlamasını ortadan kaldırması başta olmak üzere birçok yönüyle iletişim alanında yeni bir çığır açmıştır. Sesli ve yazılı haberleşmeyi, interneti, sosyal medya uygulamalarını, kamerayı, uydu bağlantısını, haritayı ve daha birçok özelliği küçük gövdesinde bir araya getiren cep telefonları yaygınlaştıkça sosyal ve kültürel bir fenomen haline gelmektedir. Toplumsal yaşamda neredeyse her yaşta insanı kendisine müptela kılan bu aygıtlar, özellikle gençlerin vazgeçilmezleri arasında yer almaktadır. Bu açıdan günümüzde cep telefonları, gençlerin bir teknolojisi olarak kabul edilmektedir. Gençlik kültürü içerisinde ortak bir dilin oluşmasında bir sosyalleşme ajanı olarak betimlenen cep telefonları, genç bireylerin sosyal hayatını koordine etmede, farklı sosyal gruplarla bağlantı kurmalarında ve gündelik yaşamlarını düzenlemede fonksiyonel bir araç olarak değerlendirilmektedir.

Şüphesiz bu değerlendirmeler, iletişim araştırmaları açısından da kayda değer önemli gelişmeler arasında ilk sıralarda yer almaktadır. Öncesinde her evde televizyonların başköşeye konumlandırılması ve bireylerin bu ekrana olan yoğun ilgisinin ne tür etkilere yol açacağı merak edilirken, bugün artık herkesin elinde adeta yapışmış gibi duran



cep telefonu ekranlarının kitlelere ne yaptığı sorusu sıkça sorulmaya başlanmıştır. Dolayısıyla genç insanların hayatındaki böylesine önemli bir gelişme, başta iletişimsel boyutu olmak üzere sosyal, kültürel, ekonomik ve pedagojik yönleriyle birçok açıdan merak uyandırmaktadır. İşte böylesi bir merak hissiyle gerçekleştirilen bu çalışmada ise cep telefonlarının gençlere ne yaptığından daha çok, gençlerin cep telefonlarıyla ne yaptığı sorusuna cevap aranmıştır. Bu bağlamda üniversite öğrencilerinin cep telefonu kullanım alışkanlıklarını ve motivasyonlarını keşfetmeyi amaçlayan bu çalışma, teorik çerçeve olarak kullanımlar ve doyumlar teorisini temel almıştır. Genç bireylerin cep telefonlarıyla ilişkisini ortaya koymak için Selçuk Üniversitesi'nde öğrenim gören 1175 öğrenci ile bir saha araştırması gerçekleştirilmiştir.

Elde edilen bulgular ışığında gençlerin cep telefonu kullanım alışkanlıklarına dair önemli ipuçları elde edilmiştir. Araştırma kapsamında görüşülen gençlerin, diğer ülkelerde gerçekleştirilen kullanımlar ve doyumlar araştırmalarına benzer motivasyonlarla cep telefonlarını kullandıkları görülmektedir. Buna göre, Moda ve Statü gençlerin cep telefonu kullanım motivasyonlarında ilk sırayı oluşturmaktadır. Dolayısıyla üniversite gençliğinin imaj oluşturmak, statü sağlamak, ilgi çekmek, prestij kazanmak gibi nedenlerle de cep telefonu kullanması dikkat çekmektedir. Demografik değişkenler bakımından Moda ve Statü faktörü incelendiğinde, cinsiyetin anlamlı bir farklılaşma oluşturduğu göze çarpmaktadır. Buna göre, erkekler kadınlara göre cep telefonu kullanımında Moda ve Statü motivasyonuna daha fazla önem verdiği görülmektedir. Yine genç bireylerin aylık harcama miktarı arttıkça Moda ve Statü yönelimli cep telefonu kullanımlarında da bir artış yaşanmaktadır.

Üniversite öğrencilerini cep telefonu kullanımına yönelten bir başka motivasyon İşlevsellik ve Sosyalleşmedir. Motivasyonu oluşturan maddeler incelendiğinde genç bireylerin zaman ve mekân sınırlamasını ortadan kaldırması, kullanım kolaylığı, insanlarla iletişim kurmaya yardımcı olması, kişi sıkıldığında başka insanlarla diyalog kurmayı sağlaması, acil durumlarda yakın çevreye bilgi verme kolaylığı ve hareket halindeyken de konuşma imkânı tanınması gibi nedenlerle doyum arayışı içerisine girdikleri ve bu amaçla cep telefonu kullandıkları ortaya çıkmaktadır. Eğlence ve Rahatlama, üniversite öğrencilerini cep telefonu kullanmaya yönelten bir başka motivasyon olarak dikkat çekmektedir. Öyle ki üniversite gençliği cep telefonu kullanmak suretiyle farklı eğlence ihtiyaçlarını karşılamakta, bir an olsun yalnızlıktan kurtulmakta, rahatlamakta ve hoşça zaman geçirmektedir. Bununla birlikte üniversite gençliği için cep telefonları, her yere taşınabilen, mekân sınırlamasını ortadan kaldıran, fonksiyonları sayesinde birçok araca gereksinimi azaltan, insanlara ulaşmada kullanıcıya kolaylıklar sunan bir teknolojidir. Bu açıdan değerlendirildiğinde genç bireyler açısından cep telefonu kullanımında etkili bir diğer motivasyon olarak Mobilite karşımıza çıkmaktadır. Kadınlar, erkeklere kıyasla Mobilite yönelimli daha fazla doyum arayışına girmekte ve cep telefonu kullanmaktadırlar. Son olarak, cep telefonu kullanımında etkili bir diğer motivasyon Bilgilenmedir. Bu motivasyonu oluşturan maddeler incelendiğinde, katılımcıların çevrelerinde olup bitenleri öğrenmek, ürün ve hizmetler hakkında bilgi almak amacıyla cep telefonu kullandıkları ortaya çıkmaktadır.

Özetle ifade etmek gerekirse, bir kimlik, moda ve statü unsuru olarak cep telefonlarına bir kullanım değeri atfeden gençler, işlevsel olarak kullandıkları cihaz üzerinden başka insanlara ulaşarak sosyalleşebilmektedir. Bununla birlikte cihazın sunduğu oyun, chat,



radyo gibi özellikler sayesinde eğlence ve rahatlama ihtiyaçlarını giderirken, aynı zamanda belli bir yere sabit kalmamanın özgürlüğünün de farkındadırlar.

NOT (NOTICE)

Bu araştırma; Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Gazetecilik Anabilim Dalı'nda hazırlanan ve kabul edilen Doktora Tezinin özetini içermektedir.

KAYNAKLAR (REFERENCES)

- Aoki, K. and Downes, E.J., (2003). An Analysis of Young People's Use of and Attitudes Toward Cell Phones, Telematics and Informatics, 20, pp:349-364.
- Barkhuus, L. and Polichar, V.E., (2010). Empowerment Through Seamfulness: Smart Phones in Everyday Life, Pers Ubiquit Comput, DOI 10.1007/s00779-010-0342-4, <http://cseweb.ucsd.edu/~barkhuus/barkhuus-polichar.pdf>, Erişim Tarihi: 13.07.2013.
- Baron, N.S. and Ling, R., (2007). Emerging Patterns of American Mobile Phone Use: Electronically-mediated Communication in Transition. http://doczine.com/bigdata/2/1366989405_23054102ae/emerging-patterns-of-american-mobile-phone-use-3.pdf, Erişim Tarihi: 27.04.2013.
- Campbell, M., (2005). The Impact of the Mobile Phone on Young People's Social Life, In Social Change in the 21st Century Conference, <http://eprints.qut.edu.au/3492/1/3492.pdf?q=on-the-mobile-the-effects-...>, 28 October 2005, QUT Carseldine, Brisbane.
- Campbell, S.W. and Park, Y.J., (2008). Social Implications of Mobile Telephony: The Rise of Personal Communication Society, Sociology Compass, 2(2), pp:371-387.
- Chen, Y. and Katz, J.E., (2009). Extending Family to School Life: College Students' Use of The Mobile Phone. International Journal of Human-Computer Studies, 67, pp:179-191.
- Çelik, B., (2010). Türkiye'de Cep Telefonu, Melankoli ve Teknoloji, Toplum ve Bilim, 117, ss:56-74.
- Demir, M., (2013). Modası Olan Bir Aksesuar Olarak Görülen Cep Telefonları Üzerine Bir İnceleme (Editör: Müge Demir), Yeni Medya Üzerine: Yeni İletişim Teknolojileri. Konya: Literatürk Yayınları, ss:109-136.
- Dimmick, J.W., Sikand, J. and Patterson, S.J., (1994). The Gratification of the Household Telephone, Communication Research, 21(5), pp:643-663.
- Dursun, Ö.Ö., (2010). İletişimde Dönüşümler (Editör: H. Ferhan Odabaşı), Bilgi ve İletişim Teknolojileri Işığında Dönüşümler. Ankara: Nobel Yayınları, ss:231-255.
- Economides, A. and Grousopoulou, A., (2008). Use of Mobile Phones by Male and Female Greek Students, International Journal of Mobile Communications (IJMC), 6(6), pp:729-749.
- Fortunati, L., (2005). Mobile Phones and Fashion in Post-Modernity, Telelektronikk, 3(4), pp:35-48.
- Green, E. and Singleton, C., (2009). Mobile Connections: An Exploration of the Place of Mobile Phones in Friendship Relations, Sociological Review, 57(1), pp:125-144.



- Haddon, L., (2008). Young People's Diverse Use of Multimedia Mobile Phones, Conference of The International Communications Association, Communicating for Social Impact, Montreal, May 22nd-26th 2008, <http://www.lse.ac.uk/media@lse/whosWho/AcademicStaff/LeslieHaddon/ICAPanelHaddon.pdf>, Erişim Tarihi: 19.07.2013.
- ITU (International Telecommunication Union)., (2004). Shaping The Future Mobile Information Society: The Case of The Kingdom of Norway, Document: SMIS/09, Seoul, 4-5 March 2004.
- Karjaluoto, H., et al., (2005). Factors Affecting Consumer Choice of Mobile Phones: Two Studies from Finland, *Journal of Euromarketing*, 14(3), pp: 59-82.
- Katz, J.E. and Sugiyama, S., (2005). Mobile Phones as Fashion Statements: The Co-creation of Mobile Communication's Public Meaning, <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.126.3888&rep=rep1&type=pdf>, Erişim Tarihi: 13.07.2013.
- Leung, L. and Wei, R., (2000). More than Just Talk on the Move: Uses and Gratifications of the Cellular Phone, *Journalism and Mass Communication Quarterly*, 77(2), pp:308-320.
- Ling, R., (2004). *The Mobile Connection: The Cell Phone's Impact on Society*. San Francisco: Morgan Kaufman Publishers.
- Ling, R. and Yttri, B., (2002). *Hyper-coordination Via Mobile Phones in Norway* (Edited by James E. Katz and Mark Aakhus), *Perpetual Contact: Mobile Communication, Private Talk, Public Performance*. Cambridge: Cambridge University Press, pp:139-169.
- O'Brien, M., (2010). *Consuming Talk: Youth Culture and the Mobile Phone*, Unpublished Doctoral Dissertation, Department of Sociology, National University of Ireland Maynooth, Faculty of Social Sciences.
- Özaşçılar, M., (2009). *Cep Telefonu Kullanımının Sosyolojik Boyutu: Bireysel Güvenlik ve Günlük Hayattaki Yeri*, Yayınlanmamış Doktora Tezi. İstanbul Üniversitesi Adli Tıp Enstitüsü, İstanbul.
- Özaşçılar, M., (2012). *Genç Bireylerin Cep Telefonu Kullanımı ve Bireysel Güvenlik: Üniversite Öğrencilerinin Cep Telefonunu Bireysel Güvenlik Amaçlı Kullanımları*, *Sosyoloji Araştırmaları Dergisi*, 15(1), ss:42-74.
- Özata, Z.F., (2009). *İleri Teknoloji Yeniliği Olarak Akıllı Telefonların Genç Tüketiciler Tarafından Benimsenmesinde Etkili Olan Faktörler*, Yayınlanmamış Doktora Tezi. Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eskişehir.
- Özcan, Y.Z. and Koçak, A., (2003). Research Note: A Need or a Status Symbol? Use of Cellular Telephones in Turkey, *European Journal of Communication*, 18(2), pp:241-254.
- Peltekoğlu, F.B., (2012). *Sosyal Medya Sosyal Değişim* (Editörler: Tolga Kara ve Ebru Özgen), *Sosyal Medya-Akademi*. İstanbul: Beta Yayınları, ss:3-8.
- Polat, C. ve Maksudunov, A., (2012). *Mobil Telefon Pazarında Üniversite Öğrencilerinin Tercihleri: Kırgızistan Örneği*, *International Conference on Eurasian Economies*, 11-13 October 2012, Almaty-Kazakhstan, pp:414-422.
- Rainie, L., (2013). *Cell Phone Ownership*, <http://www.pewresearch.org/fact-tank/2013/06/06/cell-phone-ownership-hits-91-of-adults/>, Erişim Tarihi: 15.07.2013.



-
- Simay, A.E., (2009). Mobile Phone Usage and Device Selection of University Students, Symposium for Young Researchers, 20-22, pp:185-193.
 - Sugiyama, S., (2009). Fashion, The Mobile Phone and Interpersonal Communication: A Study of Symbolic Meanings of The Mobile Phone Amongst College Students From Difference Cultures, <http://www.abs-center.si/gbccd/papers/P077.pdf>, Erişim Tarihi: 15.07.2013.
 - Taylor, A.S. and Harper, R., (2003). The Gift of the Gab?: A Design Oriented Sociology of Young People's Use of Mobiles, *Journal of Computer Supported Cooperative Work (JCSCW)*. 12(3), pp:267-296.
 - Thulin, E. and Vilhelmson, B., (2007). Mobiles Everywhere: Youth, the Mobile Phone and Changes in Everyday Practice, *Young: Nordic Journal of Youth Research*, 15(3), pp:235-253.
 - Thulin, E. and Vilhelmson, B., (2007). Mobiles Everywhere: Youth, the Mobile Phone and Changes in Everyday Practice, *Young: Nordic Journal of Youth Research*, 15(3), pp:235-253.
 - Torlak, Ö., et al., (2011). Young Consumers' Cell Phone Usage in Developing Market: The Case of Turkish Youth Market, *Journal of Marketing Development and Competitiveness*, 5(3), pp:47-67.
 - Uslu, Z.K., (2007). Yeni İletişim Araçları ve Toplumsal Etkileri, *Sosyoloji Araştırmaları Dergisi*, 1, ss:224-234.
 - Walsh, S.P., White, K.M., and Young, R.M., (2010). Needing to Connect: The Effect of Self and Others on Young People's Involvement with Their Mobile Phones, *Australian Journal of Psychology*, 62(4), pp:194-203.