



Dijital Bağımlılık ile Yaratıcı Düşünme Eğilimi Arasındaki İlişkinin İncelenmesi: Üniversite Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma

Investigation of the Relationship between Digital Addiction and Creative Thinking Tendency: A research on University Students

Mustafa TAŞLIYAN¹, Fatma Nur KARAKUŞ², Zeliha ÇAKIROĞLU³

Öz

Amaç: Bu araştırmanın amacı, üniversite öğrencilerinin dijital bağımlılık düzeyleri ve yaratıcı düşünme eğilimlerini ve aralarındaki ilişkileri çeşitli değişkenler itibarıyla incelemektir.

Tasarım/Yöntem: Araştırmada tesadüfi olmayan yöntemlerden kolayda örneklem yöntemiyle belirlenen 400 katılımcı ile yüz yüze anket yapılmış ve 377 anket değerlendirilmiştir. Elde edilen veriler SPSS 21 paket programı ile analiz edilmiştir.

Bulgular: Katılımcıların yaratıcı düşünme eğilimi düzeylerine göre dijital bağımlılık ölçeği boyutlarından "nüksetme" ve "bırakamama" arasında anlamlı bir farklılık olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Katılımcıların öğrenim gördüğü fakülteler itibarıyla yaratıcı düşünme eğilimi ve dijital bağımlılık puanları arasında anlamlı bir farklılığa ulaşılamamıştır. Cinsiyetler itibarıyla dijital bağımlılık düzeyleri arasında anlamlı bir farklılığa ulaşılamamış ancak yaratıcı düşünme eğilimleri açısından erkekler lehine anlamlı bir farklılık bulunmuştur. Katılımcıların akademik başarıları ile dijital bağımlılıkları arasında ve dijital oyun oynama durumları ile yaratıcı düşünme eğilimleri arasında anlamlı bir fark bulunamamıştır. Korelasyon analizi sonuçlarına göre ise dijital bağımlılık ölçeği "nüksetme" ve "bırakamama" boyutları ile yaratıcı düşünme eğilimleri arasında kısmen anlamlı ilişkilere ulaşılmıştır.

Sınırlılıklar: Örneklemin sadece Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi öğrencilerinden oluşması ve kolayda örnekleme yöntemi kullanılması bakımından sonuçların genellenememesi araştırmanın kısıtları arasındadır.

Özgünlük/Değer: Literatür incelendiğinde dijital bağımlılığın yaratıcı düşünme eğilimi ile ilişkisinin incelendiği bir çalışma ile karşılaşılmalıdır. Bu nedenle hem konusu ve yöntem hem de sonuçları bakımından araştırma özgün bir nitelik taşımaktadır.

Anahtar Kelimeler: Dijital Bağımlılık, Yaratıcı Düşünme Eğilimi, Üniversite Öğrencileri

Abstract

Purpose: The purpose of this research is to examine the digital addiction levels and creative thinking tendencies of university students and the relationships between them in terms of various variables.

Design/Methodology: In the research, a face-to-face survey was conducted with 400 participants who were determined by the convenience sampling method, which is one of the non-random methods, and 377 surveys were evaluated. Obtained data were analyzed with SPSS 21 pack program.

Findings: According to the creative thinking tendency levels of the participants, it was concluded that there is a significant difference between the digital addiction scale dimensions "relapse" and "inability to quit". According to the faculties of the participants, there was no significant difference between the creative thinking disposition and digital addiction scores. There was no significant difference between the levels of digital addiction in terms of genders, but a significant difference was found in favor of men in terms of creative thinking tendencies. No significant difference was found between the academic achievements of the participants and their digital addictions, and between their digital game playing status and their creative thinking tendencies. According to the results of the correlation analysis, there were partially significant relationships between the digital addiction scale's "relapse" and "inability to quit" dimensions and creative thinking tendencies.

Limitations: It is among the limitations of the research that the results cannot be generalized in terms of the sample consists only of students from Kahramanmaraş Sütçü İmam University and that the convenience sampling method is used.

Originality/Value: When the literature is examined, no study has been encountered that examines the relationship between digital addiction and creative thinking disposition. Therefore, the research has its original value in terms of both its subject and method and its results.

Keywords: Digital Addiction, Creative Thinking Tendency, University Students

¹ Prof. Dr., Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü, mustafatasliyan@hotmail.com, ORCID: 0000-0003-1141-9846

² Doktora Öğrencisi, Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Ana Bilim Dalı, karakusfatmanur@hotmail.com, ORCID: 0000-0001-6572-1595

³ Doktora Öğrencisi, Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Ana Bilim Dalı, cakiroglu_21@hotmail.com, ORCID: 0000-0002-3956-1927

1. GİRİŞ

Dijital bağımlılık uzmanlar tarafından diğer bağımlılık türleri (sigara, alkol vb.) kadar dikkate alınması gereken bir aşırı tüketim sorunu olarak karşımıza çıkmaktadır. Dijital bağımlılık cep telefonu bağımlılığı, internet bağımlılığı, oyun bağımlılığı ve sosyal medya bağımlılığını da içerisine alan dijital medya araçlarının çok sık kullanımı şeklinde kendini gösteren bir bağımlılık türü olarak ele alınmaktadır. Sorunlara karşı duyarlı olma, çözüm arama/bulma, üretken düşünce olarak ifade edilen yaratıcı düşünme eğilimlerine (Özgenel & Çetin, 2017) sahip olmanın ise bu sorunların çözümüne yardımcı olabilecek özelliklerden biri olduğu ve sorunlara bilinçli yaklaşabilmeyi sağladığı düşünülmektedir. Yaratıcı düşünce bireysel, kurumsal ve toplumsal sorunları çözmeye, mevcut durumları ve süreçleri geliştirme konusunda geleceğin doğru bir şekilde planlanmasında, mevcut kaynakların verimli bir şekilde kullanılmasında, yeni ürünler, hizmetler ve teknolojinin kullanılmasında vb. konu ve sorunlarda fayda sağlayabilecek bir değer olarak karşımıza çıkmaktadır (Yıldırım, 1998). Bilindiği üzere teknolojik gelişmeler toplumları geleneksel yaşantıdan uzaklaştırarak yenilikçilik ve yaratıcılığın önemini ön plana çıkarmıştır. Yaratıcı düşünceler yeni dünya şartları üzerinde kontrol sağlayabilmek için oldukça önemlidir. Küresel tarihe bakıldığında da insanlığın gelişmesinde etkili olan tüm yeniliklerin yaratıcı düşünceye sahip bireylerin çabaları sonucu oluştuğu ve toplum refahı ile yakından ilişkili olduğu bilinmektedir. Bu bağlamda yaratıcı düşünme eğilimi ve dijital bağımlılık arasındaki ilişki insanlığın geleceği açısından önem arz etmektedir. Bu çalışma ile özellikle küçük yaşlarda yaratıcı düşünme eğilimlerinin geliştirilmesi yönünde çalışmalar yapılması, eğitimler verilmesi ve dijital araçları tüketenlerin bilinçlendirilmesi konusunda farkındalık yaratmak amaçlanmaktadır. Bu nedenle üniversite öğrencilerinin dijital bağımlılıkları ve yaratıcı düşünme eğilimleri “cinsiyet, fakülte, akademik başarı, dijital oyun oynama durumu” değişkenleri açısından Korelasyon, Anova ve T-testleri kullanılarak aralarındaki ilişkiler test edilmiştir. Literatürde yaratıcı düşünme eğilimlerine sahip bireyler olmanın dijital bağımlılık oluşturma konusunda bir farklılık yaratıp yaratmayacağı üzerine bir çalışmaya rastlanmamıştır. Bu çalışma sınırlı bir örneklem üzerinden yürütülmesinden dolayı sonuçlarını tüm bireyler açısından genellemek mümkün değildir. Ancak keşifsel bir araştırma olarak belirli bir alanda dijital bağımlılık ve yaratıcı düşünme eğilimleri ilişkisi üzerine yapılmış olması nedeni ile toplumun bilinçlendirilmesi açısından rehber oluşturabilecek bir çalışmadır. Ayrıca günümüzde oldukça popüler bir davranış olarak toplumumuzda -özellikle çocuklar ve gençler için- önemli bir sorun haline gelen ve artık bir hastalık olarak kabul edilen dijital bağımlılık hali ile ilgili olarak toplumsal alanda yapılacak olan çalışmalara temel oluşturabileceği düşünülmektedir.

2. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

2.1. Yaratıcı Düşünme Eğilimi

İnsanlar yeni ve daha iyi şeyler bulmak için içten gelen bir dürtü sebebi ile benzersiz düşüncelere girebilmektedir. Bu tarz bir düşünce eğilimine “yaratıcı düşünme” denilmektedir. Yalnızca bireysel anlamda bir faydadan daha fazlasını ifade eden yaratıcı düşünce, kaliteli ve eşsiz bir bilgi birikimi sunarak bir ulusu güçlü konuma getirebilecek güce sahiptir. Bu nedenle gizli yetenekler ve yaratıcılıklar ulusal düzeyde geliştirilmeli ve desteklenmelidir. Literatür incelendiğinde yaratıcılık üzerine çok sayıda tanım yapılmıştır. Bu tanımlar içerisinde en basit hali ile yaratıcılık, bireyin uygun ve yeni şeyler üretme yeteneği olarak ifade edilmiştir (Hennessey & Amabile, 1988; Ochse & Ochse, 1990). Psikologlar ise yaratıcılığı bir karakter, yaratıcı süreç, yaratıcı çevre ve yaratıcı ürün olarak kabul etmişlerdir. Araştırmacılar, karakter, süreç, çevre ve ürün özelliklerinin birbirleriyle etkileşime girdiğinde yaratıcılığın harekete geçtiğini söylemektedirler (Isaksen vd., 1993). Yıllar önce yayınlanan “101 yaratıcılık tanımı” (Aleinikov vd., 2000) yaratıcılığı ölçmenin yöntemlerinin yaratıcılık türleri kadar çeşitli olduğunu açıklamıştır.

1970’lerde yaratıcı kişilik paradigmasıyla ilgili memnuniyetsizlikler söz konusu olmuş ve bu durum giderek artış göstermiştir. Temel itirazlardan biri çevrenin yeterince dikkate alınmamasıdır. Bazı eleştirmenler, yaratıcı düşünmenin kişisel gücünü açıklamak ya da en azından, yaratıcı düşünme ile ailenin ve sosyal sınıfın avantajları arasındaki güçlü ilişkilerin incelemesini yapmak istemişlerdir (Albert, 1980; Hogan, 1980). Amabile (1983), Harrington (1990), Mumford ve Gustafson (1988) yaratıcı kişiliğin yaratıcılığın tahmininde kullanılacak bir dizi faktörden biri olduğu yaratıcılığın

kavramsallaştırılmasını savunmuşlardır. ‘‘Yaratıcılık davranışı nerede?’’ Csikszentmihalyi (1988) bunun insanda değil sosyal sistemde olduğu sonucuna varmıştır. Diğer itirazlar, yaratıcı kişilik paradigmasının, yaratıcı bireyin gelişiminin benzersizliğine, değişim süreçlerine veya son derece yaratıcı olan insanlara yeterince dikkat gösterilmediği yönünde olmuştur (Feldman, 1980). Wallace’ a (1985) göre, bireysel yaratıcılık leklerinin hiçbir zaman gerçek yaratıcı başarı ile ilişkili olduğu gösterilmemiştir. Yine bir başka memnuniyetsizlik, yaratıcı kişiliğin farklı popülasyonlara sahip farklı yöntemler kullanan araştırmacılar için farklı Şeyler ifade etmesi ve yaratıcı bireylere övgü alan kişilik özellikleri listesinin yayılması ve gereksiz olmasıdır (Amabile, 1983; Hocevar, 1981; Mumford & Gustafson, 1988). Yaratıcı kişiliğin kalıcılığı ile ilgili sorular da başka bir memnuniyetsizlik oluşturmaktadır. Yaratıcı kişiliğin kalıcılığı ile ilgili sorular kapsamlı araştırmalar gerektirmektedir, ancak bu tür çalışmaların yapılması oldukça zor olmaktadır (Kogan, 1973).

Yaratıcı düşünme sürecinde gerekli olan yetenekler arasında duyarlılık, akıcılık, esneklik, özgünlük, zen ve hayal gücü sıralanmaktadır. Yaratıcı davranışla ilgili özellikler, başarı için bilişsel süreçle ilgili olan merak, risk koşulu, bağımsızlık, görev taahhüdü, mizah ve motivasyondur. Renzulli’nin üç halka modeli (Davis & Rim, 1994) ortalamanın üzerinde zeka, yaratıcılık ve görev bağlılığını üstün zekliliği açıklayan önemli faktörler olarak görmektedir. Bu modelde hem yaratıcılık hem de bağlılık bilgiden çok daha önemli faktörlerdir. Terman’a (1925) göre yaratıcılıkta, başarı motivasyonu ve duyu kontrol yeteneğinin bilgiden daha önemli bir rol oynadığını söylemektedir. Yaratıcı düşünme yeteneği akıcılık, esneklik, özgünlük ve zen içermektedir. Yaratıcı kişilik, merak, bağımsızlık, risk alma ve görev taahhüdünü içermektedir.

2.2. Dijital Bağımlılık

Bağımlılık bir durum veya nesne ile kurulan ilişki sonucunda oluşan özel bir durum ve birbiri ile ilişkili davranışlar neticesi olarak nitelendirilmektedir (Young, 1999). Bağımlılık kavramından hareketle ortaya çıkan dijital bağımlılık ise ilk olarak uluslararası literatürde internet bağımlılığı olarak ifade edilmiştir (Köksal, 2015). İnternetin bağımlılık yaratan bir araç olduğuna dair bilgiler Goldberg’in (1996, Akt. Cover, 2004) yapmış olduğu bir çalışma ile ortaya atılmıştır. Bu çalışmaya göre internet bağımlısı kişi bilgisayarına bakmak için aile sorumluluklarını yerine getirmeyen kişidir. Bireyler fiziksel ve psikolojik sağlığına ya da sosyal hayatlarına zarar vermesine rağmen bağımlı davranışı tekrar etmeye yönelik engel olunamaz bir arzu duymaktadır (Koçak vd., 2015).

Yaşamakta olduğumuz dijital dünyada 7,6 milyar nüfusun yarısından daha fazlası internet kullanıcısıdır. Neredeyse 5 milyar kişi mobil telefon kullanmakta ve bunlar arasında 2,5 milyardan fazlası internete bağlanabilmektedir. 1 saniye içerisinde Twitter’dan yaklaşık 9 bin Tweet atılmakta, yaklaşık 1000 Instagram fotoğrafı paylaşılmaktadır (Kk, 2020). Dolayısıyla dijital teknolojilerin hayatımızda ne kadar önemli bir yer tuttuğunu, dijital dönüşümün boyutlarını etrafımızdaki kişilere veya kendimize baktığımızda rahatlıkla gzlemleyebilmemiz mümkündür. Őüphesiz dijital ortamlar özellikle gençlerin sosyal ve kültürel dzeyelerinin gelişimine katkı sağlamakta ve bilgi birikimlerini arttırabilmektedir. Onların farklı yaşam deneyimleri ve hikyeleri izlemelerine fırsat sunarak bilinçli bir dünya insanı olmaları yönünde desteklemektedir. Zira dijital araçlarla geçirilen zaman kontrol edilemediği takdirde bağımlılık söz konusu olmakta ve sağladığı faydalar vereceği zararların gölgesinde kalmaktadır.

Dijital bağımlılık, dijital çağda kitle iletişim araçları ile de bütünleşen dijital teknolojilerin bir sonucu olarak yaygınlık kazanmış (Arslan vd., 2015) ve internet bağımlılığı, dijital bağımlılık, teknolojik bağımlılık dijital oyun bağımlılığı ve akıllı telefon bağımlılığı perspektiflerinden Türkçe literatürde de çok sayıda araştırmacının üzerinde durduğu bir konu olmuştur (Köksal, 2015; Gezgin & Kaplan Akıllı, 2016; Savcı & Aysan, 2017; Eryılmaz & Çukurluöz, 2018). Araştırma sonuçlarına göre bu bağımlılığın temelinde yatan neden, davranışı gerçekleştirirken beynimizin sinir-bilişsel ödüller alıyor olmasıdır. Bu dl beyindeki dopamin gibi nrokimyasallardan sorumlu olan ödül merkezini harekete geçirmektedir. Bir oyun bağımlısı daha önce hissettiği duyguyu hissedebilmesi için bir öncekinden daha fazla süre oyunda kalmak ister. Bu durum alkol ya da uyuşturucu kullanan bireylerin yaşadığı durumla eşdeğerdir (Ali vd., 2015). Eşgi’ ye (2013) göre dijital bağımlılığın düzeyi dijital medya araçlarının kullanımına yönelik tutum ve algılar doğrultusunda değişkenlik gösterebilmektedir.

Bireylerin dijital bağımlı olduğunu gösteren özellikler internete karşı yoğun ilgi, internet olmadığı durumlarda kaygılı davranışlar, sorumluluklarını yerine getirmeme, aşırı vakit harcama, asosyal bir hayat, zarar görse de kullanmaya devam etme ve şiddetli tepkiler verme şeklinde kendini göstermektedir (Yengin, 2019). Ayrıca bağımlılık düzeyi yüksek olan gençlerin başarı düzeylerinin de düştüğü görülmektedir (Batıgün & Hasta, 2010; Kardefelt-Winther, 2014). Bu bağımlılığın sonucunda günümüzde Nomofobi, Netlessfobi gibi kavramlarla ifade edilen dijital hastalıklarla sonuçlanmaktadır. Nomofobi, bireylerin akıllı telefonlarından ayrı kalmaya yönelik olarak duyduğu endişedir (Polat, 2017). Netlessfobi ise, internete bağlanamama durumunda hissedilen korku durumudur (Güney, 2017). Çağın hastalığı denilebilecek bu psikolojik rahatsızlıklar bireylerin sağlığını önemli ölçüde tehdit etmekte ve ruhsal çöküş şeklinde travmatik sonuçlara yol açmaktadır. Ayrıca dijital bağımlılığın depresyon, yaratıcılık ve üretkenlikte azalma, uykusuzluk ve gerçeklikten kopma gibi olumsuz etkiler oluşturduğu sonuçlarına ulaşmıştır (Fredricks, 2019). Dijital bağımlı bireyler iş hayatlarında hem de günlük hayatlarında yaşayabilecekleri birçok deneyimi erteleyerek (Çakır Balta & Horzum, 2008) hayatın güzelliklerini kaçırmaktadır.

1998 yılında Young'un (Akt. Cover, 2004) yaptığı psikoloji çalışmasının yayımlanması ile bu konu medyanın ilgisini çekmiş, beraberinde internet bağımlısı bireylerin sağlık durumları ve bağımlılığın nasıl önleneceği konusundaki stratejiler de gündem oluşturmaya başlamıştır. Dijital bağımlılık durumunun önüne geçebilmek ve bu hastalığı tedavi edebilmek adına birçok ülkede rehabilitasyon merkezleri kurularak önlem alma yoluna gidilmiştir (Yengin, 2019). Bu konuda en önemli alınabilecek önlemin ise gençlerin bilinçli bir tüketim sergilemelerini ve dijital araçları etkili ve efektif bir biçimde kullanmaya gayret göstermelerini sağlamaktır. Özellikle küçük yaşlardan itibaren hem okul hem de aile hayatında onları bu yönde yetiştirmek oldukça önemlidir (Ertemel & Pektaş, 2018).

3. METODOLOJİ

3.1. Evren ve Örneklem

Araştırmanın evreni, Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi'nde lisans öğrenimine devam etmekte olan İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi ile Mühendislik-Mimarlık Fakültesi öğrencilerinden oluşmaktadır. Araştırma verileri 2019 yılında toplanacağı için Üniversite Rektörlüğü Öğrenci İşleri Birimi'nden alınan bilgilere göre 2019-2020 eğitim öğretim yılında kayıtlı öğrenci sayısı yaklaşık 3000 öğrencidir. Örneklem büyüklüğü Sample Size Calculator mobil programı kullanılarak %95 güven aralığında alfa=0.05 düzeyinde 3000 kişilik bir evren için örneklem büyüklüğü 374 kişi olarak hesaplanmıştır. Araştırmada kolayda örnekleme yöntemi kullanılarak 400 kişiye yüz yüze anket uygulanmıştır. Eksik ve hatalı anketler de çıkarıldığında 377 adet anket üzerinden analizler gerçekleştirilmiştir. Literatür incelendiğinde de çok değişkenli analizler için örnek hacmi yeterlilik düzeyi 200-500 aralığında kabul edildiği görülmektedir (Nakip, 2006). Örneklem grubuna ait bilgilere Tablo 1'de yer verilmiştir.

3.2. Ölçekler

Çalışmada kullanılan ölçeklere ilişkin veriler nicel araştırma yöntemlerinden biri olarak anket yöntemi kullanılarak toplanmıştır. Anket formu iki bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde katılımcıların demografik bilgileri ve araştırma konusunun bütünleyici hususlarını içeren temel bilgilerden oluşan ilave sorular yer almaktadır. İkinci bölümde ise araştırma kapsamında kullanılan değişkenlere ilişkin ölçekler yer almaktadır.

3.2.1. Dijital bağımlılık ölçeği

Kesici ve Tunç'un (2018) hazırladığı "aşırı kullanım", "nüks etme", "hayatın akışını engelleme", "duygu durumu" ve "bırakamama" olarak adlandırılan 5 boyut ve 28 maddeden oluşan bir ölçektir. Ölçek Dijital Oyun Bağımlılığı Ölçeği (Yalçın Irmak & Erdoğan, 2015), Facebook Bağımlılığı Ölçeği (Çam, 2012), Akıllı Telefon Bağımlılığı Ölçeği (Noyan vd., 2015) ve İnternet Bağımlılığı Ölçeği (Kutlu vd., 2016) incelenerek hazırlanmıştır. Geliştirilen ölçeğin alfa güvenilirlik katsayısı 0,875 olarak hesaplanmıştır. Alfa katsayısı 0,60 ile 0,90 arasında olduğu için ölçek oldukça güvenilir kabul edilmiştir (Can, 2014). Her bir boyut için ayrı ayrı değerlendirildiğinde de sırasıyla

0,753, 0,845, 0,739, 0,695 ve 0,695 alfa katsayıları ile oldukça güvenilir sonuçlar veren bir ölçektir (Kesici & Tunç, 2018).

3.2.2. Yaratıcı düşünme eğilimleri ölçeği

Özgenel ve etin (2017) tarafından hazırlanan ölçek uzman görüşleri sonucu 40 maddeye düşürülmüş ve bu hali üzerinden yapılan açımlayıcı faktör analizi sonucunda 6 boyut ve 25 maddeden oluşan bir ölçek formu oluşturulmuştur. Ölçeğin boyutları “yenilik arama”, “cesaret”, “özdisiplin”, “merak”, “şüpheli etme” ve “esneklik” olarak isimlendirilmiştir. 5’li Likert tipinde hazırlanan ölçek olumsuz madde içermemektedir. Ölçeğin alfa güvenilirlik katsayısı 0,87 olarak hesaplanmıştır. Alfa katsayısı 0,60 ile 0,90 arasında olduğu için ölçek oldukça güvenilir kabul edilmiştir (Can, 2014).

3.3. Araştırmanın Hipotezleri

Konu üzerine yapılan literatür incelemesi doğrultusunda aşağıdaki hipotezler oluşturulmuştur:

H₁: İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi ile Mühendislik-Mimarlık Fakültesi öğrencilerinin yaratıcı düşünme eğilimleri arasında anlamlı bir farklılık vardır.

H₂: İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi ile Mühendislik-Mimarlık Fakültesi öğrencilerinin dijital bağımlılık düzeyleri arasında anlamlı bir farklılık vardır.

H₃: Katılımcıların cinsiyetine göre dijital bağımlılık düzeylerinde anlamlı bir farklılık vardır.

H₄: Katılımcıların cinsiyetine göre yaratıcı düşünme eğilimlerinde anlamlı bir farklılık vardır.

H₅: Katılımcıların akademik başarıları ile dijital bağımlılıkları arasında anlamlı bir farklılık vardır.

H₆: Katılımcıların dijital oyun oynama durumları ile yaratıcı düşünme eğilimleri arasında anlamlı bir farklılık vardır.

H₇: Katılımcıların dijital bağımlılık ile yaratıcı düşünme eğilimi düzeyleri arasında anlamlı bir farklılık vardır.

H₈: Dijital bağımlılık boyutları ile yaratıcı düşünme boyutları arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H_{8a}: Aşırı kullanım boyutu ile özdisiplin, cesaret, merak, şüpheli, esneklik ve yenilik boyutları arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H_{8b}: Nüks etme boyutu ile özdisiplin, cesaret, merak, şüpheli, esneklik ve yenilik boyutları arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H_{8c}: Hayatın akışını engelleme boyutu ile özdisiplin, cesaret, merak, şüpheli, esneklik ve yenilik boyutları arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H_{8d}: Duygu durumu boyutu ile özdisiplin, cesaret, merak, şüpheli, esneklik ve yenilik boyutları arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H_{8e}: Bırakamama boyutu ile özdisiplin, cesaret, merak, şüpheli, esneklik ve yenilik boyutları arasında anlamlı bir ilişki vardır.

4. BULGULAR

4.1. Katılımcılara İlişkin Demografik Bilgiler

Araştırma kapsamında değerlendirilen öğrencilerin demografik özellikleri Tablo 1’de verilmiştir.

Tablo 1: Katılımcılara İlişkin Demografik Bilgiler

Değişken	Grup	N	%	Değişken	Grup	N	%
Cinsiyet	Kadın	154	40,8	Aylık Gelir	400 TL ve altı	88	23,3
	Erkek	223	59,2		401-800	171	45,4
	Toplam	377	100,0		801-1200	61	16,2
Yaş	20 ve altı	79	29,0	1201 ve üstü	57	15,1	Toplam
	21-24	249	66,0	377	100,0		
	25 ve üzeri	17	5,00	Birinci Sınıf	38	10,1	
	Toplam	377	100,0	İkinci Sınıf	92	24,4	
Fakülte	İ.İ.B.F.	190	50,4	Üçüncü Sınıf	170	45,1	Sınıf
	Mühendislik F.	187	49,6	Dördüncü Sınıf	65	17,2	
	Toplam	377	100,0	+(Uzatma)	12	3,2	
				Toplam	377	100,0	

Tablo 1’de görüleceği üzere araştırmaya katılan 377 kişinin çoğunluğu erkektir (%59,2) ve katılımcılar en fazla 21-24 (%66) yaş aralığında bulunmaktadır. Katılımcıların %50,4’ünün İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi öğrencisi, % 49,6’sının ise Mühendislik Fakültesi öğrencisi olduğu ve genellikle üçüncü sınıf öğrencisi (%45) oldukları görülmektedir. Ayrıca katılımcıların gelir grubu olarak en fazla burs ve kredi miktarına denk gelen 401-800 TL arası gelire (%45,4) sahip oldukları görülmektedir.

Tablo 2: Katılımcıların Genel Not Ortalamaları

Akademik Başarı Düzeyi (GNO)	Sayı	Oran (%)
0,00-2,00	46	12,2
2.01-3,00	243	64,5
3,01-4,00	45	11,9
Toplam	334	100,0

Tablo 2’de araştırmaya katılan öğrencilerin akademik başarı düzeylerini belirleme üzere genel not ortalamalarına yer verilmiştir. Katılımcıların %64,5’inin 2.01-3.00 arasında bir genel not ortalamasına sahip olduğu görülmektedir.

Tablo 3: Katılımcıların Dijital Oyun Oynama Durumları

Dijital Oyun Oynama Durumu	Sayı	Oran (%)
Evet	132	35,0
Hayır	245	65,0
Toplam	377	100,0

Tablo 3’te araştırmaya katılan öğrencilerin dijital oyun oynama durumları yer almaktadır. Verilen bilgiye göre katılımcıların çoğunluğu (%65) en az bir tane dijital oyun oynamaktadır.

4.2. Ölçeklere İlişkin Güvenilirlik, KMO ve Bartlett’s Testi Sonuçları

Tablo 4: Dijital Bağımlılık Ölçeğine Yönelik Güvenilirlik, KMO ve Bartlett’s Testi Sonuçları

Dijital Bağımlılık Ölçeği Boyutları	Cronbach’s Alpha	N of Items (Soru Sayısı)	Açıklanan Varyans	Bartlett’s Testi	KMO	p
Dijital Bağımlılık Ölçeği	,855	19	53,146	2775,5	,926	0,000
Aşırı Kullanım	,825	5	50,725	450,6	,747	0,000
Nüks Etme	,833	3	67,52	274,2	,696	0,000
Hayatın Akışını Engelleme	,790	4	60,81	413,9	,767	0,000
Duygu Durumu	,790	4	58,60	380,73	,756	0,000
Bırakamama	,884	3	67,48	278,5	,688	0,000

Tablo 4’te dijital bağımlılık ölçeğine ait güvenilirlik, KMO ve Bartlett’s testi sonuçlarının birlikte yer aldığı görülmektedir. Analiz sonuçlarının her birisi için Bartlett’s küresellik testi sonucu $p < 0,01$ düzeyinde anlamlıdır. Dijital bağımlılık ölçeğinin KMO değeri 0,926, açıklanan toplam varyans değeri %53,14 olarak tespit edilmiştir. Ayrıca ölçek güvenilirlik değeri 0.85 olarak tespit edilmiş olup 19 maddeden oluşmaktadır. Aşırı kullanım boyutu KMO değeri 0,747, açıklanan toplam varyans değeri %50,72 olarak tespit edilmiştir. Ayrıca ölçek güvenilirlik değeri 0.82 olarak tespit edilmiş olup 5 maddeden oluşmaktadır. Nüks etme boyutu KMO değeri 0,696, açıklanan toplam varyans değeri %67,52 olarak tespit edilmiştir. Ayrıca ölçek güvenilirlik değeri 0.83 olarak tespit

edilmiş olup 3 maddeden oluşmaktadır. Hayatın akışını engelleme boyutu KMO değeri 0,767, açıklanan toplam varyans değeri %60,81 olarak tespit edilmiştir. Ayrıca ölçek güvenilirlik değeri 0.79 olarak tespit edilmiş olup 4 maddeden oluşmaktadır. Duygu durumu boyutu KMO değeri 0,756, açıklanan toplam varyans değeri %58,60 olarak tespit edilmiştir. Ayrıca ölçek güvenilirlik değeri 0.79 olarak tespit edilmiş olup 3 maddeden oluşmaktadır. Bırakamama boyutu KMO değeri 0,688, açıklanan toplam varyans değeri %67,48 olarak tespit edilmiştir. Ayrıca ölçek güvenilirlik değeri 0.88 olarak tespit edilmiş olup 3 maddeden oluşmaktadır.

Tablo 5: Yaratıcı Düşünme Eğilimleri Ölçeğine Yönelik Güvenilirlik, KMO ve Bartlett's Testi Sonuçları

Yaratıcı Düşünme Eğilimleri Ölçek Boyutları	Cronbach's Alpha	N of Items (Soru Sayısı)	Açıklanan Varyans	Bartlett's Testi	KMO	p
Yaratıcı Düşünme Eğilimi Ölçeği	,903	25	56,036	3565,9	,937	0,000
Özdisiplin	,892	5	47,50	314,1	,790	0,000
Yenilik Arama	,872	8	44,62	797,9	,877	0,000
Cesaret	,888	4	51,15	222,2	,729	0,000
Merak	,885	3	55,47	138,9	,563	0,000
Şüphe Etme	,891	2	65,26	36,61	,500	0,000
Esneklik	,885	3	59,09	151,19	,657	0,000

Tablo 5'te yaratıcı düşünme eğilimleri ölçeğine ait güvenilirlik, KMO ve Bartlett's testi sonuçlarının birlikte yer aldığı görülmektedir. Analiz sonuçlarının her birisi için Bartlett's küresellik testi sonucu $p < 0,01$ düzeyinde anlamlıdır. Yaratıcı düşünme eğilimi ölçeğinin KMO değeri 0,937, açıklanan toplam varyans değeri %56,03 olarak tespit edilmiştir. Ayrıca ölçek güvenilirlik değeri 0.90 olarak tespit edilmiş olup 25 maddeden oluşmaktadır. Özdisiplin boyutu KMO değeri 0,790, açıklanan toplam varyans değeri %47,50 olarak tespit edilmiştir. Ayrıca ölçek güvenilirlik değeri 0.89 olarak tespit edilmiş olup 5 maddeden oluşmaktadır. Yenilik arama boyutu KMO değeri 0,877, açıklanan toplam varyans değeri %44,62 olarak tespit edilmiştir. Ayrıca ölçek güvenilirlik değeri 0.87 olarak tespit edilmiş olup 8 maddeden oluşmaktadır. Cesaret boyutu KMO değeri 0,729, açıklanan toplam varyans değeri %51,15 olarak tespit edilmiştir. Ayrıca ölçek güvenilirlik değeri 0.88 olarak tespit edilmiş olup 4 maddeden oluşmaktadır. Merak boyutu KMO değeri 0,563, açıklanan toplam varyans değeri %55,47 olarak tespit edilmiştir. Ayrıca ölçek güvenilirlik değeri 0.88 olarak tespit edilmiş olup 3 maddeden oluşmaktadır. Şüphe etme boyutu KMO değeri 0,500, açıklanan toplam varyans değeri %65,26 olarak tespit edilmiştir. Ayrıca ölçek güvenilirlik değeri 0.89 olarak tespit edilmiş olup 2 maddeden oluşmaktadır. Esneklik boyutu KMO değeri 0,657, açıklanan toplam varyans değeri %59,09 olarak tespit edilmiştir. Ayrıca ölçek güvenilirlik değeri 0.88 olarak tespit edilmiş olup 3 maddeden oluşmaktadır.

4.3. Hipotez Testleri

H₁: İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi ile Mühendislik-Mimarlık Fakültesi öğrencilerinin yaratıcı düşünme eğilimleri arasında anlamlı bir farklılık vardır.

Tablo 6: Fakülteler İtibariyle Katılımcıların Yaratıcı Düşünme Eğilimleri Arasındaki Farklılığa İlişkin T-Testi

Yaratıcı Düşünme	N	\bar{X}	ss	t-test		
				T	Sd	p
Mühendislik	190	3,72	,679	1,040	,066	,299
İİBF	187	3,65	,599			

Tabloda verilen bilgilere göre yaratıcı düşünme eğilimleri fakülte bazında anlamlı olup olmama durumları itibariyle değerlendirildiğinde anlamlı bir farklılık olmadığı görülmektedir ($t=1,040$, $p > 0,05$). Öğrencilerin yaratıcı düşünme eğilimleri ortalamaları incelendiğinde anlamlı olmasa da yüksek düzeyde yaratıcı düşünme eğilimlerine sahip oldukları görülmektedir. Bu bakımdan **H₁ hipotezi reddedilmiştir.**

H₂: İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi ile Mühendislik-Mimarlık Fakültesi öğrencilerinin dijital bağımlılık düzeyleri arasında anlamlı bir farklılık vardır.

Tablo 7: Fakülteler İtibariyle Katılımcıların Dijital Bağımlılık Düzeyleri Arasındaki Farklılığa İlişkin T-Testi

Dijital Bağımlılık	N	\bar{X}	ss	t-test		
				T	Sd	p
Mühendislik/Mimarlık	190	2,64	,055	,451	,076	,652
İİBF	187	2,60	,053			

Tabloda verilen bilgilere göre dijital bağımlılık durumu fakülte bazında anlamlı olup olmama durumları itibariyle değerlendirildiğinde anlamlı bir farklılık olmadığı görülmektedir ($t=,451$, $p>0,05$). Analiz sonuçlarına göre anlamlı olmasa da mühendislik/mimarlık fakültesi öğrencilerinin ($\bar{X}=2,64$) dijital bağımlılık ortalamalarının İİBF öğrencilerine ($\bar{X}=2,60$) göre daha yüksek olduğu görülmektedir. Bu bakımdan **H₂ hipotezi reddedilmiştir.**

H₃: Katılımcıların cinsiyetine göre dijital bağımlılık düzeylerinde anlamlı bir farklılık vardır.

Tablo 8: Katılımcıların Cinsiyetine Göre Dijital Bağımlılık Düzeylerindeki Farklılığa İlişkin T-Testi

Dijital Bağımlılık	N	\bar{X}	ss	t-test		
				T	Sd	p
Kadın	154	2,70	,758	1,679	,077	,094
Erkek	223	2,57	,733			

Tabloda verilen bilgilere göre dijital bağımlılık durumu cinsiyet bazında anlamlı olup olmama durumları itibariyle değerlendirildiğinde anlamlı bir farklılık olmadığı görülmektedir ($t=,451$, $p>0,05$). Analiz sonuçlarına göre anlamlı olmasa da kadınların ($\bar{X}=2,70$) dijital bağımlılık ortalamalarının erkeklere ($\bar{X}=2,57$) göre daha yüksek olduğu görülmektedir. Bu bakımdan **H₃ hipotezi reddedilmiştir.**

H₄: Katılımcıların cinsiyetine göre yaratıcı düşünme eğilimlerinde anlamlı bir farklılık vardır.

Tablo 9: Katılımcıların Cinsiyetine Göre Yaratıcı Düşünme Eğilimlerindeki Farklılığa İlişkin T-Testi

Yaratıcı Düşünme	N	\bar{X}	ss	t-test		
				T	Sd	p
Kadın	154	3,61	,631	-1,949	,066	,052
Erkek	223	3,74	,643			

Tabloda verilen bilgilere göre yaratıcı düşünme eğilimleri cinsiyet bazında anlamlı olup olmama durumları itibariyle değerlendirildiğinde anlamlı bir farklılık olduğu görülmektedir ($t=-1,949$, $p<0,05$). Ortalamalar incelendiğinde erkeklerin yaratıcı düşünme eğilimlerinin ($\bar{X}=3,74$) kadınlara ($\bar{X}=3,61$) göre daha yüksek olduğu görülmektedir. Bu nedenle **H₄ hipotezi kabul edilmiştir.**

H₅: Katılımcıların akademik başarıları ile dijital bağımlılıkları arasında anlamlı bir farklılık vardır.

Tablo 10: Katılımcıların Akademik Başarıları ile Dijital Bağımlılık Arasındaki Farklılık Durumunu Tespit Etmeye Yönelik Yapılan Tek Yönlü ANOVA Testi Sonuçları

Gruplar	N	\bar{X}	ss	ANOVA	
				F	p
Dijital Bağımlılık					
GNO					
0,00-2,00	46	2,84	,133	2,63	,073
2,00-3,00	243	2,61	,046		
3,00-4,00	45	2,51	,091		

Tabloda verilen bilgilere göre dijital bağımlılıklar akademik başarı açısından anlamlı olup olmama durumları değerlendirildiğinde anlamlı bir farklılık olmadığı görülmektedir ($F=2,63$, $p>0,05$). Analiz sonuçlarına göre anlamlı olmasa da not ortalaması düşük olan öğrencilerin ($\bar{X}=2,84$) dijital bağımlılık ortalamalarının not ortalaması yüksek olanlara ($\bar{X}=2,51$) göre daha yüksek olduğu görülmektedir. Bu bakımdan **H₅ hipotezi reddedilmiştir.**

H₆: Katılımcıların dijital oyun oynama durumları ile yaratıcı düşünme eğilimleri arasında anlamlı bir farklılık vardır.

Tablo 11: Katılımcıların Dijital Oyun Oynama Durumları ile Yaratıcı Düşünme Eğilimleri Arasındaki Farklılık Durumunu Tespit Etmeye Yönelik Yapılan T-Testi Sonuçları

Yaratıcı Düşünme	N	\bar{X}	ss	t-test		
				T	Sd	p
Dijital Oyun	Evet	132	3,76	1,781	,069	,076
	Hayır	245	3,64			

Tabloda verilen bilgilere göre dijital oyun oynama durumu ile yaratıcı düşünme eğilimleri arasında anlamlı bir farklılık olmadığı görülmektedir ($t=1,781$, $p>0,05$). Analiz sonuçlarına göre anlamlı olmasa da dijital oyun oynayanların ($\bar{X}=3,76$) dijital bağımlılık ortalamalarının dijital oyun oynamayanlara ($\bar{X}=3,64$) göre daha yüksek olduğu görülmektedir. Bu bakımdan **H₆ hipotezi reddedilmiştir.**

H₇: Katılımcıların dijital bağımlılık ile yaratıcı düşünme eğilimi düzeyleri arasında anlamlı bir farklılık vardır.

Tablo 12: Dijital Bağımlılık ve Yaratıcı Düşünme Eğilimi Düzeyleri Arasındaki Farklılık Durumunu Tespit Etmeye Yönelik Yapılan T-Testi Sonuçları

Dijital Bağımlılık	Yaratıcı Düşünme Düzeyi	N	\bar{X}	ss	t-test		
					T	Sd	p
Aşırı Kullanma	Düşük	177	2,56	,770	1,136	0,851	,892
	Yüksek	200	2,55	,869			
Nüksetme	Düşük	177	2,63	,984	2,010	0,106	,045
	Yüksek	200	2,42	1,06			
Hayatın Akışını Engelleme	Düşük	177	2,52	,880	0,939	0,971	,348
	Yüksek	200	2,43	,991			
Duygu Durumu	Düşük	177	2,52	,880	0,939	0,971	,348
	Yüksek	200	2,43	,991			
Bırakamama	Düşük	177	2,20	1,04	-2,302	0,111	,022
	Yüksek	200	2,46	1,11			

Tablo 12' de yaratıcı düşünme eğilimleri yüksek ve düşük olmak üzere düzeyler itibari ile gruplandırılarak farklılık analizine tabi tutulmuştur. Analiz sonuçlarına göre yaratıcı düşünme eğilimi düzeyleri itibariyle dijital bağımlılık ölçeğinin nüksetme ve bırakamama boyutları istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermektedir. Buna göre yaratıcı düşünme eğilimi düzeyi yüksek olan öğrencilerin nüksetme boyutu ortalaması daha düşüktür. Yaratıcı düşünme eğilimi düzeyi yüksek olan öğrencilerin bırakamama boyutu ortalaması daha yüksektir. Bu bakımdan **H₇ hipotezi kısmen kabul edilmiştir.**

4.4. Korelasyon Analizi Sonuçları

Tablo 13: Dijital Bağımlılık ve Yaratıcı Düşünme Eğilimi Arasındaki İlişkilere Yönelik Pearson Korelasyon Analizi

		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
Aşırı Kullanım (1)	R	1	,615**	,579**	,579**	,460**	-0,016	0,044	0,064	0,037	0,036	0,015
	P		0,000	0,000	0,000	0,000	0,753	0,396	0,215	0,469	0,488	0,777
	N	377	377	377	377	377	377	377	377	377	377	377
Nüks Etme (2)	R		1	,591**	,591**	,352**	-,126*	-0,076	-0,099	-,114*	-,109*	-,129*
	P			0,000	0,000	0,000	0,015	0,141	0,054	0,027	0,034	0,012
	N		377	377	377	377	377	377	377	377	377	377
Hayatın Akışını Eng. (3)	R			1	1,00**	,406**	-0,044	0,003	-0,048	-0,030	-0,015	-0,032
	P				0,000	0,000	0,396	0,959	0,356	0,560	0,776	0,542
	N			377	377	377	377	377	377	377	377	377
Duygu Durumu (4)	R				1	,406**	-0,044	0,003	-0,048	-0,030	-0,015	-0,032
	P					0,000	0,396	0,959	0,356	0,560	0,776	0,542
	N				377	377	377	377	377	377	377	377

Tablo 13 (Devamı): Dijital Bağımlılık ve Yaratıcı Düşünme Eğilimi Arasındaki İlişkilere Yönelik Pearson Korelasyon Analizi

		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	
Brakamama (5)	R					1	0,086	,171**	,256**	,238**	,222**	,149**	
	P						0,095	0,001	0,000	0,000	0,000	0,004	
	N					377	377	377	377	377	377	377	
Özdisiplin (6)	R						1	,595**	,558**	,535**	,529**	,690**	
	P							0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	
	N					377	377	377	377	377	377	377	
Cesaret (7)	R							1	,618**	,512**	,593**	,685**	
	P								0,000	0,000	0,000	0,000	
	N					377	377	377	377	377	377	377	
Merak (8)	R								1	,565**	,631**	,695**	
	P									0,000	0,000	0,000	
	N					377	377	377	377	377	377	377	
Şüphe (9)	R									1	,635**	,671**	
	P										0,000	0,000	
	N					377	377	377	377	377	377	377	
Esneklik (10)	R										1	,667**	
	P											0,000	
	N					377	377	377	377	377	377	377	
Yenilik (11)	R											1	
	P												0,000
	N					377	377	377	377	377	377	377	

**0.01 * 0.05

Tablo 13’de dijital bağımlılık ve yaratıcı düşünme eğilimleri arasındaki ilişkilerin tespit edilebilmesi için yapılan ilişki analizi sonuçları incelendiğinde; dijital bağımlılık alt boyutlarından aşırı kullanım boyutu, hayatın akışını engelleme ve duygu durumu boyutu ile yaratıcı düşünme eğilimi boyutları arasında istatistiksel açıdan anlamlı ($p<0,05$) ilişkiler olmadığı görülmektedir. $H_{8(a,c,d)}$ hipotezi reddedilmiştir. Başka bir ifade ile dijital bağımlılık aşırı kullanım, hayatın akışını engelleme ve duygu durumu boyutları bakımından yaratıcı düşünme yeteneğini olumlu veya olumsuz anlamda yönlendirmemektedir. Dijital bağımlılık alt boyutlarından nüks etme ile yaratıcı düşünme eğilimi boyutlarından özdisiplin, şüphe, esneklik ve yenilik boyutları arasında düşük düzeyde negatif yönlü istatistiksel açıdan anlamlı ilişkiler ($p<0,05$) olduğu, cesaret ve merak boyutları ile anlamlı ($p<0,05$) ilişkiler olmadığı görülmektedir. H_{8b} hipotezi kısmen kabul edilmiştir. Dijital bağımlılık alt boyutlarından bırakamama boyutu ile yaratıcı düşünme eğilimi boyutlarından özdisiplin boyutu arasında istatistiksel açıdan anlamlı ($p<0,05$) bir ilişki olmadığı ancak cesaret, merak, şüphe, esneklik ve yenilik boyutları ile güçlü pozitif yönlü istatistiksel açıdan anlamlı ($p<0,01$) ilişkiler olduğu görülmektedir. H_{8c} hipotezi kısmen kabul edilmiştir.

5. SONUÇ

21.yy’da dijital bağımlılık genelde bir problem olarak kabul edilmektedir (Çiftçi & Sevin, 2019). Bireylerin sahip oldukları yaratıcı düşünme eğilimlerinin teknoloji ile beraber gelen dijital bağımlılık üzerindeki rolünün iyi bir şekilde analiz edilmesi mevcut durumda hem gençlere hem de karar verici, yönetici ve uygulayıcılara farkındalık kazandırılması ile beraber gelecekteki durumlar için de bilinçli yönlendirmeler yapılabilmesini kolaylaştıracaktır. Konunun öneminden hareketle bu araştırmanın amacı, üniversite öğrencilerinin dijital bağımlılık düzeyleri ve yaratıcı düşünme eğilimlerinin çeşitli değişkenler itibarı ile incelenmesidir. Araştırma kapsamında karşılaştırmalı değerlendirme yapılabilmesi açısından, fakülte bazında, fen bilimleri alanından bir fakülte olan Mühendislik-Mimarlık Fakültesi ve sosyal bilimler alanında yer alan İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi tercih edilmiştir. Ayrıca bu araştırma kapsamında katılımcıların araştırma değişkenlerine ilişkin durumların bazı sosyo-demografik özelliklere göre farklılaşıp farklılaşmadığı ve akademik başarı üzerindeki etkilerini tespit etmek de amaçlanmıştır.

Yapılan bu çalışmada elde edilen sonuçlar şu şekilde sıralanabilir:

- Katılımcıların yarısından fazlasının (%65) en az bir tane dijital oyun oynadığı görülmektedir.

- Korelasyon analizi sonuçlarına bakıldıđında dijital bađımlılık alt boyutlarından nüksetme ile yaratıcı dūřınme eđilimi boyutlarından özdisiplin, řūphe, esneklik ve yenilik boyutları arasında dūřuk dūzeyde negatif ynlū istatistiksel açıdan anlamlı iliřkiler ($p<0,05$) olduđu görülmektedir. Tam aksine dijital bađımlılık alt boyutlarından bırakamama boyutu ile yaratıcı dūřınme eđilimi boyutlarından cesaret, merak, řūphe, esneklik ve yenilik boyutları ile glū pozitif ynlū istatistiksel açıdan anlamlı ($p<0,01$) iliřkiler olduđu görülmektedir. Bařka bir ifade ile dijital bađımlılıđın bırakamama boyutunun dūzeyi arttıka yaratıcı dūřınme eđilimlerinden cesaret, merak, řūphe, esneklik ve yenilik becerilerinin dūzeyinin de arttıđı görülmektedir. Bu bulgu dijital bađımlılıđın olumlu bir özelliđine dikkat çekiyor gibi görünse de yaratıcı dūřınme yeteneđinin bu boyutlarının yalnızca dijital ortamda kendini gösterip göstermediđinin üzerinde durulması gerekmektedir (rneđin; dijital oyunlarda).
- Yaratıcı dūřınme eğilimleri fakülte bazında anlamlı olup olmama durumları itibariyle değerlendirildiğinde anlamlı bir farklılık olmadığı görülmüş ve **H₁ hipotezi reddedilmiştir**. Bölümlerin fen bilimleri ve sosyal bilimler kapsamında olması açısından bakıldığında fakülteler bazında bir farklılık durumunun olmaması üzerine ayrıntılı incelemeler yapılması gereken bir durum olarak görülebilir. Mühendislik-Mimarlık Fakültesi đrencilerinin yaratıcı dūřınme eğilimleri ortalamaları incelendiğinde anlamlı olmasa da yüksek dūzeyde yaratıcı dūřınme eğilimlerine sahip oldukları görülmektedir. Aynı şekilde dijital bağımlılık dūzeylerinde de fakülte bazında anlamlı bir farklılık bulunamamış ve **H₂ hipotezi reddedilmiştir**.
- Katılımcı erkekler ve katılımcı kadınların dijital bağımlılık dūzeylerinde anlamlı bir farklılık görülmemiş ve **H₃ hipotezi reddedilmiştir**. Bu durum katılımcı bireylerin cinsiyetlerinin dijital bağımlılıkları üzerinde etkili olmadığını göstermektedir. Ayrıca yaratıcı dūřınme eğilimleri cinsiyet bazında anlamlı olup olmama durumları itibariyle değerlendirildiğinde ise anlamlı bir farklılığa ulaşılmıştır. Ortalamalar incelendiğinde ise erkeklerin yaratıcı dūřınme eğilimlerinin kadınlara oranla daha yüksek olduğu görülmektedir. Bu nedenle **H₄ hipotezi kabul edilmiştir**. Bu durum katılımcı bireylerin cinsiyetlerinin yaratıcı dūřınme eğilimleri üzerinde etkili olduğunu göstermektedir.
- Dijital bağımlılık dūzeyleri ile akademik başarı arasında anlamlı bir farklılık olup olmadığı değerlendirildiğinde dijital bağımlılığın akademik başarıya göre anlamlı bir şekilde farklılaşmadığı sonucuna ulaşılmıştır. Bu nedenle **H₅ hipotezi reddedilmiştir**.
- Ayrıca katılımcıların dijital oyun oynama durumu ile yaratıcı dūřınme eğilimleri arasında anlamlı bir farklılık olmadığı görülmüş ve **H₆ hipotezi reddedilmiştir**.
- Yaratıcı dūřınme eđilimi dūzeyler itibariyle farklılık testine tabi tutulduđunda dijital bađımlılık leđinin nüksetme ve bırakamama boyutları, yaratıcı dūřınme eđilimi dūzeyleri itibariyle istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermektedir. Fakat ařırđı kullanım, hayatın akıřını engelleme, duygu durumu boyutları, yaratıcı dūřınme eđilimi dūzeyleri itibariyle anlamlı bir farklılık göstermemektedir. Buna göre yaratıcı dūřınme eđilimi dūzeyi yüksek olan öđrencilerin nüksetme boyutu ortalaması daha dūřuktur. Yaratıcı dūřınme eđilimi dūzeyi yüksek olan öđrencilerin bırakamama boyutu ortalaması daha yüksektir. **H₇ hipotezi kısmen kabul edilmiřtir**.

Bireylerin dijital araçları bağımlılık dūzeyinde tksetmelerini etkileyen birtakım unsurların araştırılmasının amaçlandığı bu çalışmanın sonuçlarına bakıldığında dijital bağımlılık, ele alınan değişkenlerden bağımsız bir davranış olarak karşımıza çıkmaktadır. Daha fazla yaratıcı yetenekler gerektirdiği dūřnlen mimarlık/mühendislik fakültesi đrencilerinin yaratıcılık dūzeyinde de bir farklılığa ulaşılamaması araştırma sonuçları bakımından dikkat çekilmesi gereken bir husustur. Bilindiđi üzere teknolojik gelişmeler geleneksel yaşantıdan uzaklaşarak yenilikçilik ve yaratıcılığın önemini ön plana çıkarmıştır. Yaratıcı dūřnceler yenidoğya şartları üzerinde kontrol sağlayabilmek için oldukça önemlidir (Günaydın, 2011). nemli olan önceki kuşakların yaptıklarını tekrarlamak değil özgün ve yeni şeyler oluşturma yeteneğine sahip, esnek ve faydalı çözümler üreten insanlar yetiştirmektedir (Sungur, 1997). İnsanlar teknolojik yaşam üzerinde kontrol güçlerini ellerinde bulundurmak için yeniliklere gerek duymaktadır ve bu yeniliklerin kaynağı yaratıcı dūřncelerdir.

Yeniliklerin öncüsü olmak ve onları faydalı biçimde kullanabilmek için yaratıcı düşünmenin kaynağını ve bireylerin yaratıcılıklarının nasıl geliştirilebileceği üzerine odaklanılmadır (Burkus, 2015). Bu bakımdan dijital teknolojilerin yaratıcılık ve yaratıcı düşünme yeteneklerine hizmet etmesi sağlanabilir. Böylece bireylerin hep birlikte dayanışma içerisinde ortaya koyduğu yaratıcı faaliyetlerin dijital teknolojilerin hâkim olduğu ortak yaşam alanlarını dönüştürmeye katkı sağlayabileceği düşünülmektedir. Bu çalışma tesadüfi olmayan bir örneklem grubu ile yürütülmesi bakımından sonuçların yorumlanması araştırma kapsamı ile sınırlı kalsa da gelecek araştırmalar için temel oluşturması beklenmektedir. Araştırma kapsamına alınan örneklem grubu itibari ile değerlendirildiğinde ileride konu üzerine yapılacak olan çalışmalar daha geniş ve demografik özellikler bakımından birbirinden ayrılan bir örneklem üzerinden farklı değişkenleri de ele alarak gerçekleştirilirse farklı sonuçlara ulaşılabileceği düşünülmektedir.

Etik Beyan: Bu çalışmada kullanılan veriler 2019 yılına ait olup, verilerin toplanmasında etik ilkelere uygun davranılmıştır. Aksi bir durumun tespiti halinde AKAD Dergisinin hiçbir sorumluluğu olmayıp, tüm sorumluluk çalışmanın yazar (lar) ına aittir.

Yazar Katkı Beyanı: 1. Yazarın katkı oranı %20, 2. Yazarın katkı oranı %40, 3. Yazarın katkı oranı ise %40'tir.

Çıkar Beyanı: Yazarlar arasında çıkar çatışması yoktur.

Ethics Statement: The data used in this study belong to the year 2019, and ethical principles were followed in the collection of data. In case of detection of a contrary situation, AKAD Journal has no responsibility and all responsibility belongs to the author (s) of the study.

Author Contributions Statement: 1st author's contribution rate 20%, 2nd author's contribution rate 40%, 3rd author's contribution rate 40%.

Conflict of Interest: There is no conflict of interest among the authors.

KAYNAKÇA

- Albert, R. S. (1980). Family positions and the attainment of eminence. *Gifted Child Quarterly*, 24, 87-95. <https://doi.org/10.1177/001698628002400208>
- Aleinikov, A. G., Kackmeister, S., & Koenig, R. (2000). *101 definitions: Creativity midland*. Dow Creativity Center Press.
- Ali, R., Jiang, N., Phalp, K., Muir, S., & Mcalaney, J. (2015). The emerging requirement for digital addiction labels. International working conference on requirements engineering: Foundation for software quality (pp. 198-213). In S. Fricker, & K. Schneider (Eds.), *Requirements engineering: Foundation for software quality*. REFSQ 2015. Lecture Notes in Computer Science, Vol 9013. Springer, Cham. https://doi.org/10.1007/978-3-319-16101-3_13
- Amabile, T. (1983). The social psychology of creativity: A componential conceptualization. *Journal of Personality and Social Psychology*, 45, 357-376. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.45.2.357>
- Arslan, A., Kırık, A. M., Karaman, M., & Çetinkaya, A. (2015). Lise ve üniversite öğrencilerinde dijital bağımlılık. *Uluslararası Hakemli İletişim ve Edebiyat Araştırmaları Dergisi*, 8(8), 34-58. <https://doi.org/10.17361/UHIVE.2015813153>
- Çakır Balta, Ö., & Horzum, M. B. (2008). The factors that affect internet addiction of students in a web based learning environment. *Ankara University Journal of Faculty of Educational Sciences (JFES)*, 41(1), 187-205. https://doi.org/10.1501/Egifak_0000000214
- Batıgün, A. D., & Hasta, D. (2010). İnternet bağımlılığı: Yalnızlık ve kişilerarası ilişki tarzları açısından bir değerlendirme. *Anadolu Psikiyatri Dergisi*, 11(3), 213-219. https://www.researchgate.net/publication/233764646_internet_bagimliliği_Yalnızlık_ve_kisiler_arası_iliski_tarzları_acısından_bir_değerlendirme
- Batıgün, A. D., & Kılıç, N. (2011). İnternet bağımlılığı ile kişilik özellikleri, sosyal destek, psikolojik belirtiler ve bazı sosyo-demografik değişkenler arasındaki ilişkiler. *Türk Psikoloji Dergisi*, 26(67),1-10. <https://www.psikolog.org.tr/tr/yayinlar/dergiler/1031828/tpd1300443320110000m000093.pdf>

- Burkus, D. (2015). *Yaratıcılık mitleri*. Nobel Akademik Yayıncılık.
- Can, A. (2014). *SPSS ile yapılacak işlemler nicel veri analizi (3. Baskı)*. Pegem Akademi.
- Csikszentmihalyi, M. (1988). Society, culture, and person: A systems view of creativity. In R. J. Sternberg (Ed.), *The nature of creativity* (pp. 325-339). Cambridge University Press.
- Cover, R. (2004). Digital addiction: The cultural production of online and video game junkies. *Media International Australia incorporating Culture and Policy*, 113(1), 110-123. <https://doi.org/10.1177/1329878X0411300113>
- am, E. (2012). *Öğretmen adaylarının eğitsel ve genel amaçlı facebook kullanımları ve facebook bağımlılıkları (SAÜ eğitim fakültesi örneği)* [Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Sakarya Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü]. Yüksek Öğretim Kurumu Tez Merkezi. <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/tezSorguSonucYeni.jsp>
- Davis, G. A., & Rimm, S. B. (1994). *Education of the gifted and talented*. Allyn and Bacon.
- Ertemel, A. V., & Pektaş, G. Ö. E. (2018). Dijitalleşen dünyada tüketici davranışları açısından mobil teknoloji bağımlılığı: Üniversite öğrencileri üzerine nitel bir araştırma. *Yıldız Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 2(2), 18-34. <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/564137>
- Eryılmaz, S., & Çukurluöz, Ö. (2018). Lise öğrencilerinin dijital bağımlılıklarının incelenmesi: Ankara ili, Çankaya ilçesi örneği. *Electronic Journal of Social Sciences*, 17(67), 889-912. <https://doi.org/10.17755/esosder.311314>
- Eşgi, N. (2013). Dijital yerli çocukların ve dijital göçmen ebeveynlerinin internet bağımlılığına ilişkin algılarının karşılaştırılması. *Hacettepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 28(28-3), 181-194. <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/87208>
- Feldman, D. (1980). *Beyond universals in cognitive development*. Nor- wood, Ablex.
- Fredricks, R. (2019, 5 Aralık). Digital addiction. *Dr. Randi Fredricks*. <http://drrandifredricks.com/digital-addiction/>
- Gezgin, D. M., & Akıllı, G. K. (2016). Investigation of high school students' internet addiction in the light of various variables. *Mersin Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 12(3), 917-931. <https://doi.org/10.17860/mersinefd.282390>
- Golberg, I. (1995). Internet addiction disorder-diagnostic criteria. *Addiction Support Group(IASG)*. *Disponible en*. <http://iucf.indiana.edu/~brown/hyplan/addict.html>
- Günaydın, H. (2011). *Yaratıcı yönetim*. IQ Kültür Sanat Yayıncılık.
- Güney, B. (2017). Dijital bağımlılığın dijital kültüre dönüşmesi: Netlessfobi. *Yeni Medya Elektronik Dergisi*, 1(2), 207-213. <https://doi.org/10.17932/IAU.EJNM.25480200.2017.1/2.207-213>
- Harrington, D. M. (1990). The ecology of human creativity: A psychological perspective. In M. A. Runco, & R. S. Albert (Eds.), *Theories of creativity* (pp. 143-169). Newbury Park.
- Hennessey, B., & Amabile, T. (1988). Storytelling as a means of assessing creativity. *Journal of Creative Behavior*, 22, 235-247. <https://doi.org/10.1002/j.2162-6057.1988.tb00502.x>
- Hocevar, D. (1981). Measurement of creativity: Review and critique. *Journal of Personality Assessment*, 45, 450-464. https://doi.org/10.1207/s15327752jpa4505_1
- Hogan, R. (1980). The gifted adolescent. In J. Adelson (Ed.), *Hand-book of adolescent psychology* (pp. 536-559).
- Horzum, M. B., Ayas, T., & Çakır Balta, Ö. (2016). Çocuklar için bilgisayar oyun bağımlılığı ölçeği. *Türk Psikolojik Danışma ve Rehberlik Dergisi*, 3(30). <https://toad.halileksi.net/olcek/cocuklar-icin-bilgisayar-oyun-bagimliliği-olcegi>
- Isaksen, S. C., Murdock, M. C., Firestein, R. L. & Treffinger, D. J. (Eds.) (1993). *Nurturing and developing creativity: The emergence of a discipline*. Ablex.

- Kardefelt-Winther, D. (2014). A conceptual and methodological critique of internet addiction research: Towards a model of compensatory internet use. *Computers in Human Behavior, 31*, 351-354. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2013.10.059>
- Kesici, A., & Tunç, N. F. (2018). The development of the digital addiction scale for the university students: Reliability and validity study. *Universal Journal of Educational Research, 6*(1), 91-98. <https://doi.org/10.13189/ujer.2018.060108>
- Koçak, D. Y., Hotun-Şahin, N., & Büyükkayacı-Duman, N. (2015). Alkol ve sigara bağımlılığı, kadın sağlığına etkileri ve hemşirelik girişimleri. *Literatür Sempozyum Psikiyatri/Nöroloji/Davranış Bilimleri Dergisi, 1*(5), 43-47. https://www.researchgate.net/publication/317091552_Algol_ve_Sigara_Bağımlılığı_Kadın_Sağığına_Etkileri_ve_Hemşirelik_Girişimleri
- Kogan, N. (1973). Creativity and cognitive styles: A life-span perspective. In P. B. Baltes, & K. W. Schaie (Eds.), *Life-span developmental psychology: Personality and socialization* (pp. 145-178). Academic Press.
- Köksal, Y. (2015). İnternet bağımlılığı ile internette alışveriş ilişkisi üzerine bir inceleme; Üniversite öğrencileri uygulaması. *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 7*(12), 117-130. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/makusobed/issue/19444/206859>
- Kutlu, M., Savcı, M., Demir, Y., & Aysan, F. (2016). Young internet bağımlılığı testi kısa formunun Türkçe uyarlaması: Üniversite öğrencileri ve ergenlerde geçerlilik ve güvenilirlik çalışması. *Anadolu Psikiyatri Dergisi, 17*(1), 69-76. <https://doi.org/10.5455/apd.190501>
- Küçük, B. (2020, 20 Ocak). *İnternette 1 saniye içinde neler oluyor?*, Euronews. <https://tr.euronews.com/2020/01/20/internette-1-saniye-icinde-neler-oluyor>
- Mumford, M. D., & Gustafson, S. B. (1988). Creativity syndrome: Integration, application, and innovation. *Psychological Bulletin, 103*, 27-43. <https://doi.org/10.1037/0033-2909.103.1.27>
- Nakip, M. (2006). *Pazarlama araştırmaları, teknikler ve SPSS destekli uygulamalar*. Seçkin Yayınları.
- Noyan, C. O., Enez Darçın, A., Nurmedov, S., Yılmaz, O., & Dilbaz, N. (2015). Akıllı telefon bağımlılığı ölçeğinin kısa formunun üniversite öğrencilerinde Türkçe geçerlilik ve güvenilirlik çalışması. *Anatolian Journal of Psychiatry/Anadolu Psikiyatri Dergisi, 16*(1), 73-81. <https://doi.org/10.5455/apd.176101>
- Ochse, R. A., & Ochse, R. (1990). *Before the gates of excellence: The determinants of creative genius*. CUP Archive.
- Özgenel, M., & Çetin, M. (2017). Marmara yaratıcı düşünme eğilimleri ölçeğinin geliştirilmesi: Geçerlik ve güvenilirlik çalışması. *Marmara Üniversitesi Atatürk Eğitim Fakültesi Eğitim Bilimleri Dergisi, 46*(46), 113-132. <https://doi.org/10.15285/maruaebd.335087>
- Polat, R. (2017). Dijital hastalık olarak nomofobi. *Yeni Medya Elektronik Dergisi, 1*(2), 164-172. <https://doi.org/10.17932/IAU.EJNM.25480200.2017.1/2.164-172>
- Savcı, M. & Aysan, F. (2017). Teknolojik bağımlılıklar ve sosyal bağıllık: İnternet bağımlılığı, sosyal medya bağımlılığı, dijital oyun bağımlılığı ve akıllı telefon bağımlılığının sosyal bağıllığı yordayıcı etkisi. *Dusunen Adam The Journal of Psychiatry and Neurological Sciences, 30*(3), 202-216. <http://doi.org/10.5350/DAJPN2017300304>
- Sungur, N. (1997). *Yaratıcı düşünce*. Evrim Yayınevi.
- Terman, L. M. (1925). *Genetic studies of genius: Mental and physical traits of a thousand gifted children*. Stanford University Press.
- Wallace, D. B. (1985). Giftedness and the construction of a creative life. In F. D. Horowitz, & M. O'Brien (Eds.), *The gifted and talented* (pp. 361-385). Washington, American Psychological Association. <https://doi.org/10.1037/10054-012>

- Yağıcı ifti, M., & Sevin, S. (2019, 22 Ekim). *Dijital bağımlılık en sık okul çağındaki çocuklarda görülüyor*. TRThaber. <https://www.trthaber.com/haber/saglik/dijital-bagimlilik-en-sik-okul-cagindaki-cocuklarda-goruluyor-436964.html>
- Yalçın Irmak, A., & Erdoğan, S. (2015). Dijital oyun bağımlılığı leği Türkçe formunun geçerliliği ve güvenilirliği. *Anatolian Journal of Psychiatry/Anadolu Psikiyatri Dergisi*, 16(1), 10-18. <https://doi.org/10.5455/apd.170337>
- Yengin, D. (2019). Teknoloji bağımlılığı olarak dijital bağımlılık. *The Turkish Online Journal of Design Art and Communication*, 9(2), 130-144. <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/685284>
- Yıldırım, R. (1998). *Yaratıcılık ve yenilik*. Sistem Yayıncılık.
- Young, K. S. (1999). Internet addiction: Evaluation and treatment. *Student British Medical Journal*, 7, 351-352. <https://doi.org/10.1136/sbmj.9910351>
- Young, K. S., & Rogers, R. C. (1998). The relationship between depression and internet addiction. *CyberPsychology & Behavior*, 1, 3-8. <https://doi.org/10.1089/cpb.1998.1.25>