

Üniversite Öğrencilerinin Akıllı Telefon Oyun Tercihleri ile Cinsiyet, Gelir ve Akıllı Telefon Kullanım Alışkanlıkları Arasındaki İlişkiler Üzerine İnceleme

Dr. Öğr. Üyesi Zafer ÖZDEMİR¹

Öz

Bu çalışma, üniversite öğrencilerinin akıllı telefon oyun tercihleri ile cinsiyet, gelir ve akıllı telefon kullanım sıklığı arasındaki ilişkileri belirlemek amacıyla yapılmıştır. Çalışma grubunu İstanbul Gelişim Üniversitesi ve Kocaeli Üniversitesi'nde farklı fakültelerde okuyan 405 öğrenci oluşturmaktadır. Veri toplama amacı ile Durdu, Tüfekçi ve Çağıltay (2005) tarafından yapılan "Üniversite Öğrencilerinin Bilgisayar Oyunu Oynama Alışkanlıkları ve Oyun Tercihleri" adlı çalışmada uygulanan anket formu, akıllı cep telefonları dikkate alınarak güncellenip kullanılmış ve katılımcılara toplamda 29 soru yöneltilmiştir. Çalışma sonucunda cinsiyet ile daha fazla oyun oynama arasında anlamlı bir ilişki bulunmuş ve erkek katılımcıların kadınlara oranla oyunlarını geliştirmek veya seviyelerini yükseltmek için daha fazla para harcadıkları görülmüştür. Araştırmada literatürü destekler nitelikte, hareket ve serüven türünde oyunların en fazla tercih edilen oyun türleri olduğu bulgusuna ulaşılmıştır. Katılımcıların çoğu stres atmak amacıyla oyun oynadıklarını ifade etmiştir. Ayrıca ailenin aylık geliri ile akıllı telefon kullanmaya başlama yaşı arasında anlamlı bir ilişki olduğu, ancak ailenin aylık geliri ile akıllı telefona oyun yükleme arasında herhangi bir ilişki bulunmadığı elde edilen bulgular arasındadır.

Anahtar Kelimeler: Akıllı telefon oyunları, oyun tercihleri, oyun alışkanlığı, oyun türü, oyun içi kredi satın alma.

¹Dr. Öğretim Üyesi, Beykoz Üniversitesi Sanat ve Tasarım Fakültesi, Dijital Oyun Tasarımı Bölümü, zaferozdemir@beykoz.edu.tr.

An Evaluation on Relationships Between Gender, Income and Smart Telephone Use Habits With University Students, Smart Phone Game Preferences

Abstract

This study was carried out to determine the relationship between the university students' preferences of smartphone games and the gender, income, and the frequency of smartphone use. The study group consists of 405 students studying at different faculties of Istanbul Gelişim University and Kocaeli University. In order to collect data, a survey form that was used in the study of Durdu, Tüfekçi and Çağıltay (2005) on Computer Game Habits and Game Preferences of the University Students was used with an update, considering the smart mobile phones, 29 questions were asked to participants in total. As a result of the study, it was seen that there was a significant correlation between gender and more game-playing and male participants spent more money to improve their games or raise their level compared to women. It has been found that games in the type of animation and adventure are the most preferred types of games in both universities and this result is supported by the literature. Most of the participants stated that they played games in order to blow off steam. It has been also found that there is a significant correlation between the monthly income of the family and the age of starting to use a smartphone, however, there is no correlation between the monthly income of the family and the game loading for smart phones.

Keywords: *Smart phone games, game preferences, game habits, type of game, purchasing credits in-game.*

Giriş

Oyun, insanlık tarihi boyunca hayatın vazgeçilmez bir parçası olarak çok farklı şekillerde ve amaçlarla oynanmıştır. Günümüze kadar gelişerek varlığını sürdüren oyun; eğlence, eğitim, problem çözme aracı olarak kullanılmasının yanında, kültürün temelini oluşturan yapı taşlarından biridir. Yaklaşık 60 yıl önce ilk bilgisayarla birlikte geleneksel oyunların ilk dijital uygulamalarının ortaya çıkması, oyun kavramına yeni anlamlar kazandırmıştır (Sezen ve Sezen, 2011: 249).

Oyun, antropolojiden psikolojiye, pedagojiden iletişim bilimine kadar çeşitli disiplinlerin çalışma alanına giren bir olgudur. Ludoloji, çoğunlukla “video oyunlarını inceleyen” oyun çalışmaları alanını karakterize eden disiplinin adıdır. Oyun kavramı, saklambaç, körebe, yakar top gibi geleneksel çocuk oyunlarından tavla, dama, satranç gibi masa oyunlarına, tetris, mayın tarlası gibi arkaik bilgisayar oyunlarından, kitlesel/ devasa çevrimiçi oyunlara kadar çeşitlilik gösterdiği için oyuna ilişkin tanımlamalar da bir o kadar çeşitlik göstermektedir (Akbulut, 2009: 25). Bu çalışmada akıllı telefon oyunları ele alındığından, herhangi bir oyun tanımı geliştirme amacı içine girilmeyip, dijital oyun ve akıllı telefon oyun tanımlarına yer verilecektir.

Günümüzde ise oyun, bilgisayar ve ağ teknolojilerinin gelişmesi ile farklı bir boyuta erişmiştir. Bilgisayar ve akıllı cep telefon kullanımının yaygınlaşması, gençlerin bu platformlar üzerinden oyun oynamalarına imkân tanımıştır. Dijital oyunların gelişmesi geleneksel oyunların oynanmasını giderek azaltmış, öyle ki geleneksel oyunlar unutulma noktasına gelmiştir. Bu durum akademik çevrelerin de ilgisini çekmiş ve gençlerin oyun tercihleri ve alışkanlıkları üzerine düzinelerce araştırma yapılmıştır.

Yapılan araştırmalar dünyada ve Türkiye’de internet ile akıllı cep telefonu kullanımının giderek arttığını göstermektedir. Dijital medya platformu “HootSuite” ve küresel dijital medya ajansı “We Are Social” tarafından Ocak 2018’de yayınlanan “Digital in 2018” raporuna göre, dünyada 4 milyardan fazla kişi internet kullanmakta ve bu rakam geçen yıllara göre toplamda 250 milyonluk bir artışa tekabül etmektedir. Bu araştırmaya göre; 2017 yılı içinde 200 milyon kişi ilk defa mobil cihaz kullanmış, böylece cep telefonu kullananların sayısı 5,1 milyar kişiye ulaşmıştır. Rapor 2017 yılı

içinde interneti kullanan kişi sayısı ile birlikte internette geçirilen vaktin de arttığını göstermiştir. Buna göre her bir internet kullanıcısı günde ortalama 6 saatini internette sörf yaparak veya oyun oynayarak geçirmektedir.

Rapor 2017 yılı içinde Türkiye'deki dijital kullanım verilerini şöyle sıralamaktadır: Türkiye'deki internet kullanıcılarının %70'i internetin faydalı olduğunu düşünmektedir. 82 milyon ülke nüfusunun 54.3 milyonu internet kullanıcısıdır, bunların 51.5 milyonu ise mobil internet kullanmaktadır. Ülkedeki mobil cep telefonu kullanım oranı da oldukça dikkat çekicidir. Rapora göre mobil telefon kullananların sayısı 59 milyona ulaşarak nüfusun %73'ünü kapsamaktadır. Cep telefonlarının yaygınlaşması ile sosyal medyayı mobilden kullananların oranı da 44 milyona ulaşmıştır. Türkiye'deki toplam mobil telefon kullanımı oranı %98'dir, bunun %77'sini akıllı telefonlar oluşturmaktadır. Buna karşılık bilgisayar kullanımı ise %48 oranında kalmaktadır. Araştırmaya göre ülkemizde internette geçirilen süre günde 7 saattir, sosyal medyada ise 2.5 saat süre geçirilmektedir. Toplam internet kullanıcılarının %84'ü günlük olarak internete girmektedir. Var olan internet trafiğinin %36'sı masaüstü ve dizüstü bilgisayar ile yapılırken, %62'si mobil cihazlar ile yapılmaktadır (<https://wearesocial.com/blog/2018/01/global-digital-report-2018>, erişim tarihi: 10 Eylül 2018).

Ankara Kalkınma Ajansı tarafından yayınlanan Dijital Oyun Sektörü Raporuna göre 2016 yılındaki oyuncu sayısı 21.8 milyondur. Bu rakamın 2018 yılında 30 milyona erişeceği düşünülmektedir. Türkiye'deki genç nüfusun büyüklüğü çevrim içi konsol oyunları, mobil/tablet oyunlar ve sosyal oyunlara olan talebi her geçen gün artırmaktadır. Gartner Oyun Sektörü Araştırması Raporuna göre Türkiye'deki oyuncuların 11,4 milyonu dijital oyunlara harcama yapmaktadır. Genç nüfus ile birlikte günde 39 milyon saat oyun oynandığı tahmin edilmektedir. Yaş profilleri incelendiğinde ise beklenildiği üzere 16-24 ve 25-34 yaş aralığı toplan oyuncu kitlesinin büyük bir bölümünü oluşturmaktadır (http://www.ankaraka.org.tr/tr/dijital-oyun-sektoru-raporu_3414.html, erişim tarihi 22 Eylül 2018).

Türkiye'de yapılan bilimsel araştırmalar oyun tercihlerinin de değiştiğini göstermektedir. Tuğrul vd. tarafından 2014 yılında bir grup lisans öğrencisi, onların anne babaları ve dedeleri üzerinde yapılan kapsamlı araştırmada

üç kuşak boyunca oyun oynama alışkanlıklarının fiziksel oyunculardan dijitalle, sokaktan ekran başına ve mobil cihazlara yöneldiği açıkça ortaya konulmuştur. Bu araştırmanın sonuçlarına göre büyük anne ve babaların oynadıkları oyunların dağılımı sırasıyla; saklambaç %48, beş taş %45, sek sek %40 iken, onların çocuklarının saklambaç %48, top oyunları %37'dir. Araştırmanın son kuşağı lisans öğrencisi torunların oyun tercihleri ise sırasıyla; bilgisayar oyunları %47 , telefon oyunları %43, savaş oyunları %39 ve top oyunları %22dir. Görüldüğü üzere torun kuşağında dijitalleşme yüzünden geleneksel oyunlar hemen hemen ortadan kalkmış, bir tek top oyunları %22 civarlarına düşse de varlığını sürdürmüştür.

Durdu, Tüfekçi ve Çağıltay'ın (2005) üniversite öğrencilerinin bilgisayar oyunu oynama alışkanlıkları ve oyun tercihleri üzerine yaptıkları çalışmaya Ortadoğu Teknik Üniversitesi'nden 225 ve Gazi Üniversitesi'nden 271 öğrenci katılmıştır. Araştırmanın sonucunda öğrenciler arasında en çok tercih edilen oyun türlerinin strateji, yarış, aksiyon/serüven olduğu görülmüştür. En çok tercih edilen oyun temaları ise serüven ve keşif olarak belirlenmiştir. Oyun oynama nedeni olarak ise çoğunlukla stres atma gösterilmiştir. Katılımcıların aylık geliri ve oyun oynamaları arasında ise istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki gözlenmemiştir.

Tüfekçi (2007), bilgisayar öğretmen adaylarının oyun oynama alışkanlıklarını incelediği çalışmasında Gazi Üniversitesi Endüstriyel Sanatlar Fakültesi Bilgisayar Öğretmenliği Bölümü birinci sınıfında öğrenimini sürdüren 24 öğrenciden anket ile veri toplamıştır. Bilgisayar başında geçen süre arttıkça bilgisayar oyununa ayrılan süre de artmaktadır. Araştırma sonuçlarına göre erkek öğrenciler kız öğrencilere göre daha çok bilgisayar oyunu oynamaktadır. Bilgisayar oyunu oynayanların çoğu, oyun oynama nedenini stres atma olarak belirtmiştir (Akt. Tüzün, Özdiç, 2010: 175).

Gökkaya ve Deniz'in (2014) Marmara Üniversitesi'nde, üniversite öğrencilerinin bilgisayar oyunu oynama alışkanlıkları ve oyun tercihleri üzerine gerçekleştirdikleri çalışmada erkek ve kadın katılımcıların oyun türü tercihlerinin cinsiyet değişkenine göre farklılaştığı görülmüştür. Tercih edilen oyun türlerinin cinsiyetlerine göre dağılımına bakıldığında keşif temalı oyunları tercih eden erkek katılımcılar %72,41, kadın katılımcılar ise %27,59 oranındadır. Oyun oynayan katılımcıların %21,30'unun tercih

ettiği başkalaşım temalı oyunlarda ise cinsiyetlere göre tercih oranı daha yakındır. Başkalaşım temalı oyunları tercih eden katılımcıların %47,83'ü kadın, %52,17'si erkek katılımcılardan oluşmuştur. Oyun oynayan erkek katılımcıların kadınlara göre oranının daha yüksek olduğu göz önünde bulundurulduğunda, kadın katılımcıların başkalaşım temalı oyunları daha çok tercih ettikleri sonucuna ulaşılmıştır. Ayrıca katılımcıların çoğunluğu oyun oynama tercihi olarak stres atmayı göstermiştir.

Dijital Oyunların Kavramsal Çerçevesi

Dijital oyunlar 1980'lerin ortalarından itibaren bilgisayar oyunları, video oyunları ve elektronik oyunlar şeklinde tanımlanmıştır. Ancak 2000'li yılların ortalarından itibaren dijital oyun kavramsallaştırmasının da kullanılmaya başlandığı görülmektedir. Dijital oyunlar; atari (arcade), PC, konsol, mobil oyunların farklı ve tüm türlerini içermektedir (Kerr, 2006a: 3; Binark ve Bayraktutan-Sütçü, 2008: 42-43).

Dijital oyunu tanımlayacak olursak, “Görsellik veya metin temeline inşa edilmiş, dijital tabanlı, mobil cihazlar, tabletler, oyun konsolları gibi elektronik ortamlar üzerinden bir ya da birden fazla oyuncunun fiziksel veya çevirim içi ağlar aracılığı ile kullanabildikleri bir eğlence ve aktivite yazılımıdır” (Frasca, 2001). Bu tanımdan anlaşılacağı üzere dijital oyunlar kendilerinden önceki oyunlardan farklı olarak aynı zamanda birer yazılım veya dijital medya yapıtıdır (Sezen, 2011: 120).

Türk Dil Kurumu dijital kavramını, “verilerin bir ekran üzerinde elektronik olarak gösterilmesi” olarak tanımlamaktadır. Bu kavram, “oyun” kavramının tanımlayıcısı olarak kullanıldığında, oyunu oluşturan mantıksal ilişkileri içeren görsel verilerin bilgisayar monitörü, televizyon ve cep telefonu ekranları, akışkan kristal ekranlar gibi çeşitli gösterim teknikleriyle ve çeşitli platformlar vasıtasıyla kullanıcıya yansıtıldığı oyunlara işaret etmektedir (Özhan, 2011: 22).

Dijital oyunların geleneksel oyunlardan farkı, yeni medyanın etkileşim, multimedya gibi özelliklerinin oyun oynama edimine dahil edilmesidir. Özellikle, gerçek yaşam simülasyon oyunları ve yaşam platformları ile devasa çevrimiçi oyunlar oyuncunun oyun oynama zaman ve uzamına büyük bir ciddiyetle hem maddi hem manevi yatırım yapmasını gerektirmektedir (Binark ve Bayraktutan-Sütçü, 2008: 43). Türkiye’de

oyun üreticileri gelirlerin %42,5'ini mobil, %57,5'ini de bilgisayar ve diğer oyun konsollarından elde etmektedirler. Oyun geliri elde etme sıralamasında Türkiye dünya sıralamasında 16. olarak yer almaktadır (http://www.ankaraka.org.tr/tr/dijital-oyun-sektoru-raporu_3414.html, erişim tarihi 22 Eylül 2018).

Günden güne gelişen teknoloji ile oyun ve oyuncak kavramları bilgisayar oyunları (atari, commodore64 vb.), video oyunları (Playstation, Xbox, Wii vb.) ve taşınabilir cihazlarda oynanan mobil oyunlar (cep telefonu, taşınabilir playstation, gameboy vb.) olarak karşımıza çıkmaktadır. “Video oyunları”, “mobil oyunları” ve “bilgisayar oyunları” terimleri birbirlerinin yerine dönüşümlü olarak kullanılabilen terimlerdir. Çünkü her üçünde de veri girişi joystick, tuş takımı ya da klavye gibi araçlarla sağlanırken, oyunun görüntülenmesi de ekran vasıtası ile olmaktadır (Kirriemuir, 2002, akt: Durdu, Tüfekçi ve Çağıltay, 2005). Bu ortaklıklardan yola çıkarak çalışmada, mobil oyunlar “dijital oyun” üst başlığı altında yorumlanmaktadır.

Mobil oyunlar ise mobil platformlar ve akıllı telefonlar için üretilmiş olan ve bu platformlarda oynanabilen oyunlardır. Genellikle telekomünikasyon teknolojilerindeki ilerlemelere bağlı olarak oyunlarda farklılaşmalara gidilmektedir (<http://www.ankaraka.org.tr/archive/files/yayinlar/ankaraka-dijital-oyun-sektoru.pdf>, Erişim tarihi; 22 Eylül 2018.)

Akıllı telefonların yaygınlaşması, mobil oyunların kullanıcılar tarafından tercih edilmesini sağlamıştır. İçinde oyun olan Hagenuk MT 2000 modeli 1994 yılında piyasaya sürülmüş olan ilk telefondur. Bu telefon ile Tetris oyunu oyuncular tarafından mobil bir cihazda kolaylıkla oynanabilir hale getirilmiştir (Nick, 2014). Nokia cep telefonu ise mobil oyunların temelini Snake oyunu ile başlatmıştır. Sosyal ağların giderek popülerleşmesi de Farmvie gibi günlük oyunlar için yeni pazarlar ortaya çıkmasına neden olmuştur. Kullanıcıların oyunla etkileşimlerinin ortaya çıktığı Sony PlayStation ve Microsoft Kinect gibi oyunlar, 2009 yılında satışa sunulmuştur.

Mobil oyunlar, platform olarak cep telefonları ve tabletler gibi kullanıcıların sürekli olarak yanlarında bulundurdıkları cihazları hedef alan oyun türüdür. Oldukça geniş bir çeşitliliği olan mobil oyunlar, her yaş aralığı

ve cinsiyetteki kullanıcılardan ilgi görmektedir. Akıllı telefon oyunları ise, telefonların üretimleri aşamasında telefonların içerisinde bulunan ya da İOS ve Android gibi işletim sistemine sahip olan akıllı telefonlarda App Store ve Google Play Store gibi uygulamalar üzerinden ücretli veya ücretsiz olarak indirilen oyunlardır.

Araştırmanın Yöntemi ve Amacı

Çalışmada güvenilir bilgi elde etmek adına nitel ve nicel veriler bir arada kullanılmış, elde edilen bulgular tarama modeline uygun olarak toplanmıştır. Tarama modelleri bilindiği üzere, bir olay ya da durumu var olduğu şekliyle betimlemeyi amaçlayan modellerdir. Ele alınan durum ya da olaylar kendi şartları içinde ve var olduğu şekliyle tanımlanır (Karasar, 2004).

Bu çalışma, üniversite öğrencilerinin akıllı telefon oyun tercihleri ile cinsiyet, gelir ve akıllı telefon kullanım sıklığı arasındaki ilişkileri belirlemek amacıyla yapılmıştır. Çalışmada, günümüzde yaş ve cinsiyet farkı gözetilmeksizin her kesim tarafından oynanan dijital oyunlar, akıllı telefon oyunları özelinde ele alınmaktadır. Üniversite öğrencilerinin oyun tercih nedenlerinin ve oynadıkları oyun türlerinin çeşitli değişkenler açısından incelenmesi amaçlanmaktadır.

Çalışmanın hipotezleri aşağıdaki gibidir

H1: Özel üniversitede okuyan öğrenciler devlet üniversitesinde okuyan öğrencilere göre oyunlara daha çok para harcamaktadır.

H2: Erkek öğrenciler kız öğrencilere göre daha çok oyun oynamakta ve daha çok para harcamaktadır.

H3: Gelir durumu yüksek ailelerin çocukları daha erken yaşlarda akıllı telefon sahibi olmaktadır ve daha çok oyun oynamaktadır.

H4: Günlük stres atma isteği öğrencilerin oyuna yönelmesindeki en büyük etkidir.

H5: Akıllı telefon kullanan öğrencilerin büyük bir çoğunluğu telefonlarına oyun yüklemektedir.

H6: Akıllı telefon oyunları, öğrencilerin tv izleme, kitap okuma ve sosyal etkinliklere ayırdığı zamanı önemli ölçüde azaltmaktadır.

Çalışma Grubu

Araştırmanın çalışma grubunu, 2016-2017 Eğitim Öğretim Bahar Yarıyılında İstanbul Gelişim Üniversitesi ve Kocaeli Üniversitesi'ndeki lisans düzeyinde öğrenim gören öğrenciler oluşturmaktadır. Çalışma grubundaki öğrenciler buldukları fakültelerden rastgele örneklem yolu ile belirlenmiştir. Çalışmaya İstanbul Gelişim Üniversitesi'nden 206, Kocaeli Üniversitesi'nden 199 kişi katılmıştır, toplamda 405 kişi üzerinde anket uygulanmıştır. Örneklemin ayrıntıları Tablo 1'de detaylı olarak gösterilmektedir.

Tablo 1: Çalışma Grubunun Cinsiyet, Sınıf ve Gelir Durumuna Göre Dağılımı

		Okul			
		Kocaeli Üniversitesi		Gelişim Üniversitesi	
		n	%	n	%
Cinsiyet	Kadın	114	57,3	104	50,5
	Erkek	85	42,7	102	49,5
Sınıf	1	99	49,7	78	37,9
	2	33	16,6	62	30,1
	3	22	11,1	28	13,6
	4	45	22,6	38	18,4
Aylık gelir	1750 TL'den az	49	24,9	21	10,8
	1750-2500 TL	65	33,0	31	16,0
	2501-4000 TL	60	30,5	66	34,0
	4001-7000 TL	19	9,6	47	24,2
	7000 TL'den fazla	4	2,0	29	14,9

Kocaeli Üniversitesi'nde okuyan katılımcılardan kadınların oranı %57,3, erkeklerin oranı %42,7; 1. sınıf olanların oranı %49,7; 2. sınıf olanların oranı %16,6; 3. sınıf olanların oranı %11,1; 4. sınıf olanların oranı %22,6; ailesinin aylık geliri 1750 TL'den az olanların oranı %24,9; 1750-2500 TL olanların oranı %33,0; 2501-4000 TL olanların oranı %30,5; 4001-7000 TL olanların oranı %9,6; 7000 TL'den fazla olanların oranı %2,0'dir.

Gelişim Üniversitesi'nde okuyan katılımcılardan kadınların oranı %50,5, erkeklerin oranı %49,5; 1. sınıf olanların oranı %37,9; 2. sınıf olanların

oranı %30,1; 3. sınıf olanların oranı %13,6; 4. sınıf olanların oranı %18,4; ailesinin aylık geliri 1750 TL'den az olanların oranı %10,8; 1750-2500 TL olanların oranı %16,0; 2501-4000 TL olanların oranı %34,0; 4001-7000 TL olanların oranı %24,2; 7000 TL'den fazla olanların oranı %14,9'dur.

Veri Toplama Aracı

Üniversite öğrencilerine uygulanan anket Durdu, Tüfekçi ve Çağıltay'ın 2005 yılında yaptıkları "Üniversite Öğrencilerinin Bilgisayar Oyunu Oynama Alışkanlıkları ve Oyun Tercihleri" adlı çalışmasında uygulanan anketin akıllı cep telefonları dikkate alınarak güncellenmiş halidir. Ankette katılımcılara 29 soru yöneltilmiştir. Bu doğrultuda demografik bilgi olarak katılımcıların yaş, cinsiyet, fakülte, bölüm, gelir düzeyleri tespit edilmiştir. Akıllı cep telefonuna sahip olma ve akıllı cep telefonu kullanma yetkinlikleri ile sıklıkları ölçülmüştür. Akıllı telefon oyunu oynayan katılımcıların ne sıklıkla, ne kadar süredir, hangi platformlarda oyun oynadıkları ve hangi tür oyunları tercih ettikleri tespit edilmiştir.

Anketlerden elde edilen nicel veriler bilgisayar ortamına aktarılmış ve SPSS istatistik programı ile analiz edilmiştir. Ayrıca Ki-Kare istatistiği kullanılarak alt problemlere cevap aranmış ve sonuçlar rapor edilmiştir. Böylece üniversite öğrencilerinin akıllı telefon oyunu oynama alışkanlıkları ve tercihlerinin tespit edilmesi hedeflenmiştir.

Verilerin Analizi ve Bulgular

Çalışmanın bu bölümünde elde edilen verilerin SPSS programı ile analizinden ortaya çıkan sonuçlar alt problemlere göre yorumlanmıştır.

Tablo 2: Akıllı Telefonları Kullanma Amacı

		Okul			
		Kocaeli Üniversitesi		Gelişim Üniversitesi	
		n	%	n	%
Genellikle akıllı telefonlarını hangi amaçla kullanıyorsunuz?	Haberleşme	182	91,5	180	87,4
	Chat	138	69,3	147	71,4
	Fotoğraf	148	74,4	155	75,2
	Oyun	74	37,2	79	38,3
	Sosyal medya	171	85,9	168	81,6
	Diğer	0	0,0	15	7,3

Kocaeli Üniversitesi'nde okuyan katılımcılardan genellikle akıllı telefonları haberleşme için kullananların oranı %91,5; chat için kullananların oranı %69,3; fotoğraf için kullananların oranı %74,4; oyun için kullananların oranı %37,2; sosyal medya için kullananların oranı %85,9'dur.

Gelişim Üniversitesi'nde okuyan katılımcılardan genellikle akıllı telefonları haberleşme için kullananların oranı %87,4; chat için kullananların oranı %71,4; fotoğraf için kullananların oranı %75,2; oyun için kullananların oranı %38,3; sosyal medya için kullananların oranı %81,6; diğer amaçlar için kullananların oranı %7,3'tür. Verilerin analizinden elde edilen bulgular yorumlandığında her iki üniversitede katılımcıların akıllı telefonları kullanım amaçlarının birbirine yakın olduğu sonucu çıkarılabilir.

Tablo 3: Tercih Edilen Oyun Türleri

		Okul			
		Kocaeli Üniversitesi		Gelişim Üniversitesi	
		n	%	n	%
Hangi oyun türlerini genellikle tercih ediyorsunuz?	Hareket/serüven	67	33,7	70	34,0
	Tetris	26	13,1	29	14,1
	Oyun kâğıdı	34	17,1	41	19,9
	Klasik oyun tahtası	22	11,1	26	12,6
	FRP	6	3,0	20	9,7
	Dövüş	18	9,0	30	14,6
	Bulmaca	45	22,6	54	26,2
	Bigi yarışması	54	27,1	56	27,2
	Yarış	34	17,1	45	21,8
	Shooter	4	2,0	21	10,2
	SİM	13	6,5	29	14,1
	Spor	28	14,1	42	20,4
	Strateji	35	17,6	45	21,8
	Savaş	20	10,1	43	20,9

Kocaeli Üniversitesi'nde okuyan katılımcılardan genellikle oyun türü olarak hareket/serüveni tercih edenlerin oranı %33,7; tetrisi tercih edenlerin oranı %13,1; oyun kâğıdını tercih edenlerin oranı %17,1; klasik oyun tahtasını tercih edenlerin oranı %11,1; FRP'yi tercih edenlerin oranı %3,0; dövüş türünü tercih edenlerin oranı %9,0; bulmacayı tercih edenlerin

oranı %22,6; bilgi yarışmasını tercih edenlerin oranı %27,1; yarışma tercih edenlerin oranı %17,1; shooteri tercih edenlerin oranı %2,0; sını tercih edenlerin oranı %6,5; sporu tercih edenlerin oranı %14,1; stratejiyi tercih edenlerin oranı %17,6; savaşı tercih edenlerin oranı %10,1'dir.

Gelişim Üniversitesi'nde okuyan katılımcılardan genellikle oyun türü olarak hareket/serüveni tercih edenlerin oranı %34,0; tetrisi tercih edenlerin oranı %14,1; oyun kâğıdını tercih edenlerin oranı %19,9; klasik oyun tahtasını tercih edenlerin oranı %12,6; FRP'yi tercih edenlerin oranı %9,7; dövüş türünü tercih edenlerin oranı %14,6; bulmacayı tercih edenlerin oranı %26,2; bilgi yarışmasını tercih edenlerin oranı %27,2; yarışma tercih edenlerin oranı %21,8; shooteri tercih edenlerin oranı %10,2; sını tercih edenlerin oranı %14,1; sporu tercih edenlerin oranı %20,4; stratejiyi tercih edenlerin oranı %21,8; savaşı tercih edenlerin oranı %20,9'dur. Hem Kocaeli hem İstanbul Gelişim Üniversitesi'ndeki katılımcıların sıklıkla hareket/serüven türündeki oyunları oynamayı tercih ettikleri görülmektedir.

Tablo 4: Oyunlarda Tercih Edilen Temalar

		Okul			
		Kocaeli Üniversitesi		Gelişim Üniversitesi	
		n	%	n	%
Oyunlarda hangi temaları tercih ediyorsunuz?	Serüven	57	28,6	49	23,8
	İntikam	12	6,0	25	12,1
	İnşa etme	44	22,1	32	15,5
	Başkalaşım	7	3,5	7	3,4
	Takip	7	3,5	24	11,7
	Keşif	25	12,6	33	16,0
	İyi-kötü	3	1,5	6	2,9
	Kurtarma	8	4,0	21	10,2
	Eğitim	35	17,6	39	18,9
	Yarış	42	21,1	50	24,3
	Müzik	23	11,6	15	7,3
	Kaçış	20	10,1	31	15,0
	Kurban	1	,5	10	4,9
	Savaş	34	17,1	44	21,4
Diğer	4	2,0	7	3,4	

Kocaeli Üniversitesi'nde okuyan katılımcılardan oyunlarda serüven teması tercih edenlerin oranı %28,6; intikam teması tercih edenlerin oranı %6,0; inşa etme teması tercih edenlerin oranı %22,1; başkalaşım teması tercih edenlerin oranı %3,5; takip teması tercih edenlerin oranı %3,5; keşif teması tercih edenlerin oranı %12,6; iyi-kötü teması tercih edenlerin oranı %1,5; kurtarma teması tercih edenlerin oranı %4,0; eğitim teması tercih edenlerin oranı %17,6; yarış teması tercih edenlerin oranı %21,1; müzik teması tercih edenlerin oranı %11,6; kaçış teması tercih edenlerin oranı %10,1; kurban teması tercih eden bir kişinin oranı %,5; savaş teması tercih edenlerin oranı %17,1; diğer temalardan birini tercih edenlerin oranı %2,0'dir.

Gelişim Üniversitesi'nde okuyan katılımcılardan oyunlarda serüven teması tercih edenlerin oranı %23,8; intikam teması tercih edenlerin oranı %12,1; inşa etme teması tercih edenlerin oranı %15,5; başkalaşım teması tercih edenlerin oranı %3,4; takip teması tercih edenlerin oranı %11,7; keşif teması tercih edenlerin oranı %16,0; iyi-kötü teması tercih edenlerin oranı %2,9; kurtarma teması tercih edenlerin oranı %10,2; eğitim teması tercih edenlerin oranı %18,9; yarış teması tercih edenlerin oranı %24,3; müzik teması tercih edenlerin oranı %7,3; kaçış teması tercih edenlerin oranı %15,0; kurban teması tercih edenlerin oranı %4,9; savaş teması tercih edenlerin oranı %21,4; diğer temalardan birini tercih edenlerin oranı %3,4'tür.

Tablo 5: *Oyunları Tercih Etme Nedenleri*

Okul					
Kocaeli Üniversitesi Gelişim Üniversitesi					
		n	%	n	%
Oyunları tercih etme nedeniniz ne?	Rekabet	26	13,1	37	18,0
	Sosyal iletişim	10	5,0	12	5,8
	Düşsel ortamlar	15	7,5	12	5,8
	Meydan okuma	20	10,1	16	7,8
	Stres atma	83	41,7	89	43,2
	Canlandırıcı etki	17	8,5	14	6,8

Kocaeli Üniversitesi'nde okuyan katılımcılardan oyunları tercih etme nedeni rekabet olanların oranı %13,1; sosyal iletişim olanların oranı %5,0; düşsel ortamlar olanların oranı %7,5; meydan okuma olanların oranı %10,1; stres atma olanların oranı %41,7; canlandırıcı etki olanların oranı %8,5'tir.

Gelişim Üniversitesi'nde okuyan katılımcılardan oyunları tercih etme nedeni rekabet olanların oranı %18,0; sosyal iletişim olanların oranı %5,8; düşsel ortamlar olanların oranı %5,8; meydan okuma olanların oranı %7,8; stres atma olanların oranı %43,2; canlandırıcı etki olanların oranı %6,8'dir.

Tablo 6: Cinsiyet ile Akıllı Telefona Oyun Yükleme Durumu Arasındaki İlişkinin İncelenmesi

			Cinsiyet		Total	Ki-kare	p
			Kadın	Erkek			
Akıllı telefonunuza oyun yüklüyor musunuz?	Evet	n %	103 47,2%	105 56,1%	208 51,4%	3,193	,074
	Hayır	n %	115 58,4%	82 43,9%	197 48,6%		
Total		n %	218 100,0%	187 100,0%	405 100,0%		

Kadınların çoğunluğu (%58,4) akıllı telefonuna oyun yüklememiş iken erkeklerin çoğunluğu (%56,1) akıllı telefonuna oyun yüklemiştir. Cinsiyet ile akıllı telefona oyun yükleme durumu arasında ilişki bulunmamaktadır ($p>0,05$).

Tablo 7: *Cinsiyet ile Akıllı Telefondaki Oyun Sayısı Arasındaki İlişkinin İncelenmesi*

			Cinsiyet		Total	Ki-kare	p
			Kadın	Erkek			
Akıllı telefonunuzda kaç tane oyun var?	Hiç yok	n	116	80	197	7,873	,020
	1-3	%	53,2%	42,8%	48,6%		
	3 taneden fazla	n	88	81	168		
		%	40,4%	43,3%	41,5%		
	n	14	26	40			
	%	6,4%	13,9%	9,9%			
Total			n	218	187	405	
			%	100,0%	100,0%	100,0%	

Kadınların çoğunun (%53,2) akıllı telefonunda hiç oyun bulunmaz iken erkeklerin çoğunun (%43,3) 1-3 oyun bulunmaktadır. Erkekler kadınlara göre daha çok oyun oynamaktadır. Cinsiyet ile akıllı telefonundaki oyun sayısı arasında ilişki bulunmaktadır ($p < 0,05$).

Tablo 8: *Cinsiyet ile Akıllı Telefonda Oyun Oynama Sıklığı Arasındaki İlişkinin İncelenmesi*

			Akıllı telefon oyunlarını ne sıklıkta oynarsınız?			Total	Ki-kare	p
			Haftada birkaç saat	Günde birkaç saat	Hiç			
Cinsiyet	Kadın	n	58	41	116	215	10,506	,005
	%	27,0%	19,1%	54,0%	100,0%			
Erkek	n	48	60	76	184			
%	26,1%	32,6%	41,3%	100,0%				
Total			n	106	101	192	399	
			%	26,6%	25,3%	48,1%	100,0%	

Kadınların çoğunluğu (%54,0) ve erkeklerin çoğunluğu (%41,3) hiç oyun oynamamaktadır. Günde birkaç saat oynayan erkekler kadınlara göre daha fazladır. Katılımcıların %48,1'i hiç oyun oynamamaktadır. Akıllı telefonda oyun oynama sıklığı ile cinsiyet arasında ilişki bulunmaktadır ($p < 0,05$).

Tablo 9: Cinsiyet ile Akıllı Telefona Yüklenen Oyunlara Para Ödeme Durumu Arasındaki İlişkinin İncelenmesi

			Cinsiyet		Total	Ki-kare	p
			Kadın	Erkek			
Akıllı telefonunuza yüklediğiniz oyunlara hiç para ödediniz mi?	Evet	n %	12 5,5%	20 10,9%	32 8,0%	3,222	,073
	Hayır	n %	206 94,5%	164 89,1%	370 92,0%		
Total		n %	218 100,0%	184 100,0%	402 100,0%		

Ankete cevap veren kadınlardan akıllı telefonuna yüklediği oyun için para ödemiş olanların oranı %5,5 iken erkeklerden akıllı telefonuna yüklediği oyun için para ödemiş olanların oranı %10,9'dur. Katılımcıların %92,0'si akıllı telefonuna yüklediği oyun için hiç para ödemiş değildir. Cinsiyet ile akıllı telefona yüklenen oyunlara para ödeme durumu arasında ilişki bulunmamaktadır ($p>0,05$).

Tablo 10: Cinsiyet ile Akıllı Telefonda Oyunları Geliştirmek ya da Seviyesini Yükseltmek İçin Para Harcama Durumu Arasındaki İlişkinin İncelenmesi

			Cinsiyet		Total	Ki-kare	p
			Kadın	Erkek			
Akıllı telefonunuzdaki oyunları geliştirmek için ya da seviyenizi yükseltmek için hiç para harcadınız mı?	Evet	n %	8 3,7%	18 9,8%	26 6,5%	5,138	,023
	Hayır	n %	209 96,3%	166 90,2%	375 93,5%		
Total		n %	217 100,0%	184 100,0%	401 100,0%		

Kadınlardan akıllı telefonundaki oyunları geliştirmek ya da seviyesini yükseltmek için para ödemiş olanların oranı %3,7 iken, erkeklerden akıllı telefonuna yüklediği oyun için para ödemiş olanların oranı %9,8'dir. Katılımcıların %93,5'i akıllı telefonundaki oyunları geliştirmek ya da seviyesini yükseltmek için para ödememiştir. Cinsiyet ile akıllı telefonundaki oyunları geliştirmek ya da seviyesini yükseltmek için para ödeme durumu arasında ilişki bulunmaktadır ($p<0,05$).

Tablo 11: Okul ile Akıllı Telefona Yüklenen Oyunlara Para Ödeme Durumu Arasındaki İlişkinin İncelenmesi

			Okul		Total	Ki-kare	p
			Kocaeli Üniversitesi	Gelişim Üniversitesi			
Akıllı telefonunuza yüklediğiniz oyunlara hiç para ödediniz mi?	Evet	n %	16 8,1%	16 7,8%	32 8,0%	0,000	1,000
	Hayır	n %	181 91,9%	189 92,2%	370 92,0%		
Total		n %	197 100,0%	205 100,0%	402 100,0%		

Kocaeli Üniversitesi'nde okuyan katılımcılardan akıllı telefonuna yüklediği oyun için para ödemiş olanların oranı %8,1 iken, Gelişim Üniversitesi'nde okuyanlardan akıllı telefonuna yüklediği oyun için para ödemiş olanların oranı %7,8'dir. Okul ile akıllı telefona yüklenen oyunlara para ödeme durumu arasında ilişki bulunmamaktadır ($p>0,05$).

Tablo 12: Okul ile Akıllı Telefondaki Oyunları Geliştirmek ya da Seviyesini Yükseltmek İçin Para Harcama Durumu Arasındaki İlişkinin İncelenmesi

			Okul		Total	Ki-kare	p
			Kocaeli Üniversitesi	Gelişim Üniversitesi			
Akıllı telefonunuzdaki oyunları geliştirmek için ya da seviyenizi yükseltmek için hiç para harcadınız mı?	Evet	n	12	14	26	,012	,912
		%	6,1%	6,9%	6,5%		
	Hayır	n	185	190	375		
%		93,9%	93,1%	93,5%			
Total		n	197	204	401		
		%	100,0%	100,0%	100,0%		

Kocaeli Üniversitesi'nde okuyan katılımcılardan akıllı telefonundaki oyunları geliştirmek ya da seviyesini yükseltmek için para ödemiş olanların oranı %6,1 iken, Gelişim Üniversitesi'nde okuyarlardan akıllı telefonuna yüklediği oyun için para ödemiş olanların oranı %6,9'dur. Okul ile akıllı telefonundaki oyunları geliştirmek ya da seviyesini yükseltmek için para ödeme durumu arasında ilişki bulunmamaktadır ($p>0,05$).

Tablo 13: *Ailenin Aylık Geliri ile Akıllı Telefon Kullanılmaya Başlama Yaşı Arasındaki İlişkinin İncelenmesi*

			Kaç yaşından beri akıllı telefon kullanmaktasınız?		Total	Ki-kare	p
			5-15 yaş	15 yaşından büyük			
Aylık gelir	1750 TL'den az	n 24 % 16,1%	n 44 % 18,6%	68	17,780	,001	
	1750-2500 TL	n 25 % 16,8%	n 70 % 29,5%	95			
	2501-4000 TL	n 47 % 31,5%	n 79 % 33,3%	126			
	4001-7000 TL	n 37 % 24,8%	n 27 % 11,4%	64			
	7000 TL'den fazla	n 16 % 10,7%	n 17 % 7,2%	33			
Total		n 149 % 100,0%	n 237 % 100,0%	386			

5-15 yaşından beri akıllı telefon kullananların çoğunun (%31,5) ve 15 yaşında sonra kullanmaya başlayanların çoğunun (%33,3) ailesinin aylık geliri 2501-4000 TL arasındadır. Geliri 1750 TL'den az olanlarda 15 yaşından sonra akıllı telefon kullanımı daha fazladır. Ailenin aylık geliri ile akıllı telefon kullanmaya başlama yaşı arasında ilişki bulunmaktadır ($p < 0,05$).

Tablo 14: Akıllı Telefonuna Oyun Yükleme Durumu ile Ailenin Aylık Geliri Arasındaki İlişkinin İncelenmesi

			Akıllı telefonunuza oyun yüklüyor musunuz?		Total	Ki-kare	p
			Evet	Hayır			
Aylık gelir	1750 TL'den az	n	34	36	70	1,948	,745
		%	16,6%	19,4%	17,9%		
	1750-2500 TL	n	52	44	96		
		%	25,4%	23,7%	24,6%		
	2501-4000 TL	n	69	57	126		
		%	33,7%	30,6%	32,2%		
	4001-7000 TL	n	31	35	66		
		%	15,1%	18,8%	16,9%		
	7000 TL'den fazla	n	19	14	33		
		%	9,3%	7,5%	8,4%		
Total		n	205	186	391		
		%	100,0%	100,0%	100,0%		

Akıllı telefonuna oyun yükleyen katılımcıların çoğunluğunun (%33,7) ve oyun yüklemeyenlerin çoğunluğunun (%30,6) ailesinin aylık geliri 2501-4000 TL arasındır. Katılımcıların %32,2'sinin geliri 2501-4000 TL arasındır. Gelir ile akıllı telefonuna oyun yükleme durumu arasında ilişki bulunmamaktadır ($p>0,05$).

Tablo 15: Akıllı Telefonda Oyun Oynama Sıklığı ile Ailenin Aylık Geliri Arasındaki İlişkinin İncelenmesi

			Akıllı telefon oyunlarını ne sıklıkta oynarsınız?			Total	Ki-kare	p
			Hiç	Haftada birkaç saat	Günde birkaç saat			
Aylık gelir	1750 TL'den az	n %	20 18,9%	16 16,2%	33 18,3%	69 17,9%	6,022 ,645	
	1750-2500 TL	n %	26 24,5%	23 23,2%	44 24,4%	93 24,2%		
	2501-4000 TL	n %	29 27,4%	39 39,4%	57 31,7%	125 32,5%		
	4001-7000 TL	n %	22 20,8%	11 11,1%	32 17,8%	65 16,9%		
	7000 TL'den fazla	n %	9 8,5%	10 10,1%	14 7,8%	33 8,6%		
Total		n %	106 100,0%	99 100,0%	180 100,0%	385 100,0%		

Haftada birkaç saat oyun oynayanların çoğunluğunun (%27,4); günde birkaç saat oynayanların çoğunluğunun (%39,4) ve hiç oyun oynamayanların çoğunluğunun (%31,7) ailesinin aylık geliri 2501-4000 TL arasındır. Akıllı telefonda oyun oynama sıklığı ile ailenin aylık geliri arasında ilişki bulunmamaktadır ($p>0,05$).

Tablo 16: Akıllı Telefonu Kullanma Sıklığı ile Akıllı Telefona Oyun Yükleme Durumu Arasındaki İlişkinin İncelenmesi

			Akıllı telefonunuza oyun yüklüyor musunuz?		Total	Ki-kare	p
			Evet	Hayır			
Akıllı telefon kullanıyorsunuz	1 saatten az	n %	5 2,4%	5 2,6%	10 2,5%	5,384	,250
	1-5 saat	n %	37 18,0%	52 27,4%	89 22,5%		
	5-10 saat	n %	47 22,8%	39 20,5%	86 21,7%		
	10-15 saat	n %	50 24,3%	37 19,5%	87 22,0%		
	15 saatten fazla	n %	67 32,5%	57 30,0%	124 31,3%		
	Total	n %	206 100,0%	190 100,0%	396 100,0%		

Akıllı telefonuna oyun yükleyenlerin çoğunluğu (%32,5) ve oyun yüklememiş olanların çoğunluğu (%30,0) akıllı telefonunu haftada ortalama 15 saatten fazla kullanmaktadır. Katılımcıların %31,3'ü ortalama 15 saatten fazla akıllı telefon kullanmaktadır. Haftada ortalama akıllı telefonu kullanma süresi ile akıllı telefona oyun yükleme durumu arasında ilişki bulunmamaktadır ($p>0,05$).

Tablo 17: *Haftada Ortalama TV Seyretme Süresi ile Akıllı Telefona Oyun Yükleme Durumu Arasındaki İlişkinin İncelenmesi*

			Akıllı telefonunuza oyun yüklüyor musunuz?		Total	Ki-kare	p
			Evet	Hayır			
Televizyon seyrediyorsunuz?	1 saatten az	n %	84 40,8%	87 45,5%	171 43,1%	5,705	,222
	1-5 saat	n %	71 34,5%	70 36,6%	141 35,5%		
	5-10 saat	n %	27 13,1%	24 12,6%	51 12,8%		
	10-15 saat	n %	21 10,2%	8 4,2%	29 7,3%		
	15 saatten fazla	n %	3 1,5%	2 1,0%	5 1,3%		
Total		n %	206 100,0%	191 100,0%	397 100,0%		

Akıllı telefonuna oyun yükleyenlerin çoğunluğu (%40,8) ve oyun yüklememiş olanların çoğunluğu (%45,5) haftada ortalama 1 saatten az TV seyretmektedir. Katılımcıların %43,1'i ortalama 1 saatten az TV izlemektedir. Haftada ortalama TV seyretme süresi ile akıllı telefona oyun yükleme durumu arasında ilişki bulunmamaktadır ($p>0,05$).

Tablo 18: Haftada Ortalama Kitap Okuma Süresi ile Akıllı Telefona Oyun Yükleme Durumu Arasındaki İlişkinin İncelenmesi

			Akıllı telefonunuza oyun yüklüyor musunuz?		Total	Ki-kare	p
			Evet	Hayır			
Kitap okuyorsunuz? (ödevleriniz dışında)	1 saatten az	n %	78 38,0%	76 40,0%	154 39,0%	4,044	,400
	1-5 saat	n %	80 39,0%	61 32,1%	141 35,7%		
	5-10 saat	n %	25 12,2%	34 17,9%	59 14,9%		
	10-15 saat	n %	16 7,8%	12 6,3%	28 7,1%		
	15 saatten fazla	n %	6 2,9%	7 3,7%	13 3,3%		
	Total	n %	205 100,0%	190 100,0%	395 100,0%		

Akıllı telefonuna oyun yükleyenlerin çoğunluğu (%39,0) haftada 1-5 saat kitap okuyor iken oyun yüklememiş olanların çoğunluğu (%40,0) 1 saatten az okumaktadır. Katılımcıların %39,0'u ortalama 1 saatten az kitap okumaktadır. Haftada ortalama kitap okuma süresi ile akıllı telefona oyun yükleme durumu arasında ilişki bulunmamaktadır ($p>0,05$).

Tablo 19: *Haftada Ortalama Sosyal Aktivitelere Katılma Süresi ile Akıllı Telefona Oyun Yükleme Durumu Arasındaki İlişkinin İncelenmesi*

			Akıllı telefonunuza oyun yüklüyor musunuz?		Total	Ki-kare	p
			Evet	Hayır			
Sosyal aktivitelere katılıyorsunuz? (arkadaşlarınızla, ailenizle)	1 saatten az	n %	13 6,3%	23 12,2%	36 9,1%	7,397	,116
	1-5 saat	n %	64 30,9%	50 26,5%	114 28,8%		
	5-10 saat	n %	68 32,9%	52 27,5%	120 30,3%		
	10-15 saat	n %	29 14,0%	37 19,6%	66 16,7%		
	15 saatten fazla	n %	33 15,9%	27 14,3%	60 15,2%		
Total		n %	207 100,0%	189 100,0%	396 100,0%		

Akıllı telefonuna oyun yükleyenlerin çoğunluğu (%32,9) ve oyun yüklememiş olanların çoğunluğu (%27,5) haftada ortalama 5-10 saat sosyal aktivitelere katılmaktadır. Katılımcıların %30,3'ü ortalama 5-10 saat sosyal aktivitelere katılmaktadır. Haftada ortalama sosyal aktivitelere katılma süresi ile akıllı telefona oyun yükleme durumu arasında ilişki bulunmamaktadır ($p>0,05$).

Sonuç ve Değerlendirme

Bu çalışma, Türkiye'de üniversite öğrencilerinin akıllı telefon oyunu oynama alışkanlıkları ve tercihlerini belirlemek üzere yapılan çalışmalardan birisidir. Akıllı telefon kullanımının her geçen gün yaygınlaşması, bu araçlar üzerinden oyun oynama eylemini de beraberinde getirmiştir. Akıllı telefonlar son günlerde adeta vücudumuzun bir uzvu haline gelecek şekilde sık kullanılmaya başlanmıştır. Dolayısı ile akıllı telefonların kullanım amaçlarının ve bu amaçlardan biri olan oyun oynama eyleminin değişik yönlerinin incelenmesi önem kazanmıştır.

Elde edilen veriler analiz edildiğinde, akıllı telefonların üniversite öğrencileri tarafından, temel amacına da uygun olarak ilk sırada haberleşme, sonra sosyal medya, fotoğraf, chat ve daha sonra oyun oynama amacıyla kullanıldığı görülmüştür.

Üniversite öğrencilerinin oyun türü tercihleri sorgulandığında ise her iki üniversitede öğrencilerin hareket/serüven türünde oyunları daha çok tercih ettikleri saptanmıştır. Yine tema açısından bakıldığında her iki üniversite öğrencilerinin tercih ettiği oyun teması *serüvendir*. Bu bulgu, oyun tercihleri konusunda daha önce yapılan araştırma sonuçları ile benzerlikler göstermiştir.

H1: Özel üniversitede okuyan öğrenciler devlet üniversitesinde okuyan öğrencilere göre oyunlara daha çok para harcamaktadır.

Yapılan incelemede okul ile akıllı telefona yüklenen oyunlara para ödeme ve okul ile akıllı telefondaki oyunları geliştirmek ya da seviyesini yükseltmek için para harcama durumu arasında anlamlı bir ilişki bulunmadığı sonucuna ulaşılmıştır. Buna göre devlet okulunda okuyan öğrencilerin de özel üniversitesinde okuyan öğrencilerin de oyunlara harcanan paralar açısından farklılık göstermediğini söylemek yanlış olmayacaktır.

H2: Erkek öğrenciler kız öğrencilere göre daha çok oyun oynamaktadırlar ve daha çok para harcamaktadırlar.

Cinsiyet ile akıllı telefona oyun yükleme arasında anlamlı bir ilişkinin bulunup bulunmadığı incelendiğinde, bu iki değişken arasında anlamlı bir ilişkinin olmadığı gözlemlenmiştir. Ancak bunun yanında erkeklerin kadınlara oranlara akıllı telefonlarına daha çok oyun yüklediği ve bundan dolayı da cinsiyet ile akıllı telefondaki oyun sayısı arasında anlamlı bir ilişkinin olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Yine cinsiyet ile akıllı telefon oyunu oynama sıklığı arasında anlamlı bir ilişki bulunmuştur. Buna göre erkekler kadınlara oranla daha sık oyun oynamaktadırlar. Ankete katılan kadın ve erkeklerin çoğunluğu oyun yüklerken para ödemediğini ifade ederken, oyun yükledikten sonra erkeklerin oyunu geliştirmek ve seviyesini yükseltmek için kadınlara oranlara daha çok para harcadığı görülmüştür. Sonuçları incelediğimizde erkeklerin kadınlara göre daha çok oyun oynadıkları ve bunun sonucu olarak da daha çok para harcadıkları ispatlanmıştır.

H3: Gelir durumu yüksek ailelerin çocukları daha erken yaşlarda akıllı telefon sahibi olmaktadır ve daha çok oyun oynamaktadır.

Ailenin aylık geliri ile akıllı telefon kullanmaya başlama yaşı, oyun yükleme ve oyun oynama sıklığı arasında anlamlı bir ilişkinin olup olmadığı sorgulandığında, ailenin aylık geliri ile akıllı telefon kullanmaya başlama yaşı arasında anlamlı bir ilişki olduğu görülmüştür. Buna göre 5-15 yaşından beri akıllı telefon kullananların çoğunun (%31,5) ve 15 yaşında sonra kullanmaya başlayanların çoğunun (%33,3) ailesinin aylık geliri 2501-4000 TL arasındadır. Geliri 1750 TL'den az olanların çocuklarının ise daha çok 15 yaşından sonra akıllı telefon kullanmaya başladığı görülmektedir. Bu da geliri yüksek olan ailelerin çocuklarının akıllı telefonlar ile daha erken yaşta tanışırken, gelir düzeyi düşük olan aile çocuklarının daha geç yaşta kullanmaya başladıklarını göstermektedir. Dolayısı ile bu hipotez doğrulanmıştır.

H4: Günlük stres atma isteği öğrencilerin oyuna yönelmesindeki en büyük etkidir.

Öğrencilerin oyun oynama amaçlarına bakıldığında, araştırma sonuçlarına göre stres atma ve rahatlama isteği öğrencileri akıllı telefon oyunlarına yönlendiren en büyük etkenlerden biri olarak karşımıza çıkmıştır. Stres atmayı sırasıyla rekabet, meydan okuma, canlandırıcı etki, düşsel ortam ve sosyal iletişim takip etmiştir. Bu sonuçlar hipotez 4'ü doğrular niteliktedir.

H5: Akıllı telefon kullanan öğrencilerin büyük bir çoğunluğu telefonlarına oyun yüklemektedirler.

Yapılan çalışmada akıllı telefonuna oyun yükleyenlerin çoğunluğunun (%32,5) ve oyun yüklememiş olanların çoğunluğunun (%30,0) akıllı telefonunu haftada ortalama 15 saatten fazla kullanmakta olduğu görülmüştür. Buna göre akıllı telefon kullanma sıklığı ile akıllı telefona oyun yükleme durumu arasında da anlamlı bir ilişki olmadığı bulgusuna ulaşılmıştır. Dolayısıyla hipotez 5 doğrulanamamıştır.

H6: Akıllı telefon oyunları, öğrencilerin TV izleme, kitap okuma ve sosyal etkinliklere ayırdığı zamanı önemli ölçüde azaltmaktadır.

Yapılan araştırma TV izleme, kitap okuma ve sosyal aktivitelere katılma sıklığı ile oyun oynama sıklığı arasında anlamlı bir ilişki bulunamamıştır. Dolayısı ile bu hipotez doğrulanamamıştır.

Bu çalışmada, görüldüğü gibi akıllı telefon oyunları konusunda cinsiyetler arasında farklılıklar vardır. Özellikle oyun yükleme ve oyun oynama alışkanlıkları göz önünde bulundurulduğunda erkek katılımcıların kadın katılımcılara oranla daha fazla oyun oynadığı gözlenmektedir. Bunun yanında erkek katılımcıların oyun oynamak için kadınlara oranla daha fazla para harcamaya meyilli olduğunu söylemek de yanlış olmayacaktır.

Çalışma, İstanbul Gelişim Üniversitesi ve Kocaeli Üniversiteleri ile sınırlı olduğundan bulguların daha fazla geçerlilik kazanabilmesi için farklı kurumlarda da yapılması önem taşımaktadır. Teknolojinin hızla değişmesi ve gelişmesi sonucunda ortaya çıkacak yeni oyunlar olacağından, araştırmanın zaman içinde tekrar edilmesi önerilen bir noktadır.

Kaynakça

- 1.Akbulut, H. 2009, *Gelenekselden Dijitale, Mekândan Uzama Oyun Kültürü*, Kalkedon Yayınları, İstanbul.
- 2.Ankara Kalkınma Ajansı Dijital Oyun Sektörü Raporu (2016). <http://www.ankaraka.org.tr/archive/files/yayinlar/ankaraka-dijital-oyun-sektoru.pdf>, Erişim tarihi; 22 Eylül 2018.
- 3.Bınark, M. ve Sütçü, G. B. (2008), *Kültür Endüstrisi Ürünü Olarak Dijital Oyun*, Kalkedon Yayınları, İstanbul.
- 4.Digital In 2018, <https://wearesocial.com/blog/2018/01/global-digital-report-2018>, Erişim tarihi: 10 Eylül 2018
- 5.Durdu, P., Tüfekçi, A. ve Çağıltay, K. (2005), Üniversite öğrencilerinin *Bilgisayar Oyunu Oynama Alışkanlıkları ve Oyun Tercihleri*: ODTÜ ve Gazi Üniversitesi öğrencileri arasında karşılaştırmalı bir çalışma. *Eurasian Journal of Educational Research*, 19: 66-76
- 6.Frasca, G. (2001), *Rethinking Agency and Immersion: Video Games as a Means of Consciousness-Raising*, SIGGRAPH 2001.
- 7.Gökkaya, Z. ve Deniz, L. (2014), Üniversite Öğrencilerinin *Bilgisayar Oyunu Oynama Alışkanlıkları ve Oyun Tercihleri*: Marmara Üniversitesi Örneği. *Asos Journal- Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi* 6.
- 8.Karasar, N. (2004). *Bilimsel Araştırma Yöntemi*, Nobel Yayın Dağıtım, İstanbul

- 9.Kerr, A. (2006a), *The Business and Culture of Dijital Games*, Gamework/ Gameplay, Sage Publication, London.
- 10.Nick, T. (2014, 16 Kasım), *This was the world's first cell phone with a game loaded on it*. http://www.phonearena.com/news/This-was-the-worlds-first-cell-phone-with-a-game-loaded-on-it_id62920, Erişim Tarihi: 16. Eylül 2018
- 11.Özhan, S. (2011), *Dijital Oyunlarda Değerlendirme ve Sınıflandırma Sistemleri ve Türkiye Açısından Öneriler*, Aile ve Toplum Eğitim Kültür ve Araştırma Dergisi, 12-7: 21-33.
- 12.Sezen, T.İ. ve Sezen, D. (2011), *Dijital Oyun Tarihinin Dönüm Noktaları Oyunlar, Yorumlar, Teknolojik ve Toplumsal Gelişmeler*, Derin Yayınları, İstanbul.
- 13.Tuğrul, B., Ertürk G., Altınkaynak, Ş., Güneş G. (2014), *Oyunun Üç Kuşaktaki Değişimi*, The Journal of Academic Social Science Studies,
- 14.Tüzün, H., Özdiñç, F. (2010), *Öğretmen Adaylarının Bilgisayar Oyunu Oynama Alışkanlıkları ve Tercihlerine Yönelik Bir Durum Çalışması*. II. Uluslararası Öğretmen Yetiştirme Politikaları ve Sorunları Sempozyumu, Ankara.