

Çoklu Medya Görevini Yordayan Değişkenler Üzerine Bir Gözden Geçirme

Mine İmren¹

İmren, M. (2019). Çoklu medya görevini yordayan değişkenler üzerine bir gözden geçirme. *Nesne*, 7(14), 136-147. DOI: 10.7816/nesne-07-14-09

Anahtar kelimeler
çoklu medya görevi,
medya sahipliği,
motivasyon, biliş ihtiyacı,
heyecan arama

Keywords
Media multitasking,
media ownership,
motivation, need for
cognition, sensation
seeking

Öz

İnternet çağının en önemli getirilerinden biri, çok sayıda bilgiye hızlıca erişim kolaylığıdır. Ancak bu durum, insanları sınırlı zaman karşısında çok sayıda bilgi arasından aramaları ile ilgili olanları ayırt etme zorunluluğunda bırakmaktadır. Bu nedenle, bu bilgi bombardımanı ile baş edebilmenin bir yolu olarak çoklu medya görevleri yaygınlaşmıştır. Böylece bireyler bilgi iletişim teknolojilerini ve bu teknolojilerin sahip olduğu fonksiyonları eş zamanlı veya aralarında geçişler yaparak kullanmaktadır. Teknolojinin günlük yaşamlarımızda yaygınlaşması ile birlikte artış gösteren bu bilgi iletişim teknolojisi kullanım çeşidini yordayan birtakım değişkenler ortaya konmuştur. Bu değişkenler, kullanıcı temelli (sosyo-demografik, psikolojik değişkenler), medya temelli (medya sahipliği vs.) değişkenler ve çoklu görev tercih motivasyonlarıdır. Bu derlemenin amacı, çoklu medya görevlerini gerçekleştirmede etkin olan çeşitli değişkenleri ele alarak alan yazında mevcut bazı kavramsal modeller aracılığı ile teorik açıdan incelemektir. Sonuçlar; cinsiyet, sahip olunan cihaz sayısı, yaş, ilişki durumu, eğitim, istihdam durumu, duygu durum ile birtakım motivasyon, kişilik özellikleri ve alışkanlıkların daha fazla çoklu medya görevi davranışı sergilemede etkili olduğunu göstermektedir.

A Review on the Variables Predicting Media Multitasking Abstract

The most important outcome of the net area is providing rapid accessibility to lots of information. However, the outcome constrains individuals to select relevant information from the huge information source against the limited time. Therefore, media multitasking became widespread as a way of coping with the problem. Thus, individuals use information and communication technologies and their functions simultaneously. Some variables predicting this kind of using of information and communication technologies are reported by the literature. The variables are audience-based (e.g., socio-demographic, psychological), media-based (e.g. media ownership) and motivations for multitasking preference. The aim of the current study is to examine all of the variables influencing media multitasking behavior theoretically via some of the conceptual models in the literature. The results showed that gender, age, education, relationship status, employment, mood, some motivations, personality characteristics, and habits affect media multitasking behavior.

Makale Bilgisi
Geliş tarihi: 10 Şubat 2018
Düzeltilme tarihi: 4 Ocak 2019
Kabul tarihi: 30 Nisan 2019

DOI: 10.7816/nesne-07-14-09

¹ Araş. Gör., Ahi Evran Üniversitesi, Psikoloji Bölümü, mine.imren(at)ahievran.edu.tr, ORCID: 0000-0003-0660-5396

Günümüzde oldukça yaygın olarak görülen çoklu medya görevi (ÇMG), genellikle iki veya daha fazla dijital cihazın eş zamanlı veya kısa süreli ardıl geçişler halinde kullanılması olarak tanımlanmaktadır (Foehr, 2006; Ophir, Nass ve Wagner, 2009; Rideout, Foehr ve Roberts, 2010). Esasında, medya ile yürütülen çoklu görev (ÇG) olarak da tanımlanması mümkün olan ÇMG, medya kullanımı ile birlikte interaktif bir özellik kazanmıştır (Todorov, 2017). Bu nedenle, yapılan çalışmalarla ÇG, alan yazınından farklı bir alan yazın oluşturmuş ve yaygın olarak araştırmalara konu olmuştur. ÇMG kullanım oranı ile ilgili yapılan geniş çaplı değerlendirmeler (MillwardBrown, 2014) günümüzde ÇMG'nin ne denli yaygınlaştığını gözler önüne sermektedir. Bu analiz sonuçlarına göre ÇMG %41 ile en fazla Amerika kıtasında gözlenmiş olsa da, ülkemiz %36 olan ÇMG kullanım oranı ile %32 ÇMG kullanım oranına sahip olan Avrupa ülkeleri (İspanya, İtalya, Almanya, Fransa, Çek Cumhuriyeti, Polonya, Macaristan, Romanya ve Slovakya) ortalamasının üzerinde seyretmektedir. ÇMG'yi ortaya çıkaran etkenleri ele alan kaynaklarda sıklıkla bahsedilen nedenlerden biri günümüzdeki bilgi bombardımanı iken, diğeri ise zamanın kısıtlı olmasıdır (Kononova ve Chiang, 2015; Uncapher, Thieu ve Wagner, 2016). Mevcut bilgilerin fazlalığı ve özellikle internet erişiminin evlere taşınmasıyla birlikte bu bilgileri elde etmenin oldukça kolay olması, bilgiler arasından gerekli ve doğru olanı ayırt etmeyi gerektirmektedir. Bu nedenle çağımızın en büyük gereksinimi olarak görülen zamanı verimli kullanma ihtiyacı gitgide önem kazanmış ve çoklu görevleri zorunlu kılmış görünmektedir.

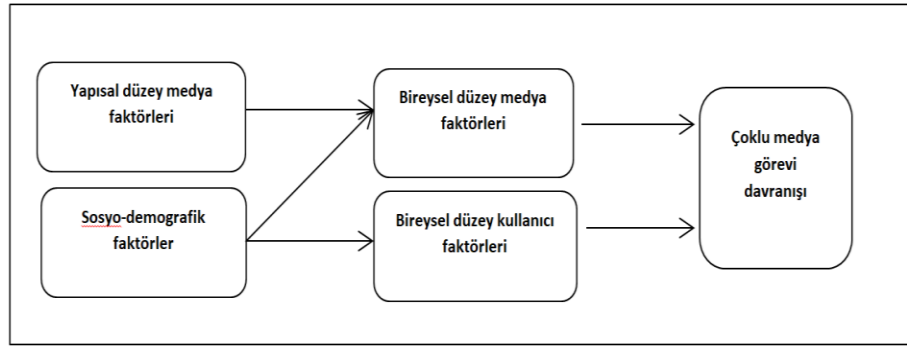
Özetle, bilgi iletişim teknolojilerinin elde edilebilirliğinin kolaylaşması ve evlere girmesi ile birlikte bireyler bir çok farklı kullanım imkanı geliştirmiş ve zamanı verimli kullanma, az zamanda daha fazla işi halledebilme ve daha fazla kişi ile iletişim kurabilme gibi imkanlar sunan çoklu medya görevi sıklığını arttırmıştır (Foehr, 2006; Jeong ve Fishbein, 2007; Kononova ve Chiang, 2015; Lim ve Shim, 2016; Patterson, 2017; Srivastava, Nakazawa ve Chen, 2016; Uncapher ve ark., 2016). Yapılan çalışmalar da odaklarını ÇMG davranışını açıklayan ve yordayan nedenlere çevirmiştir. Böylelikle, çalışmalar çoklu görev gerçekleştiren bireylere yönelmiş ve ÇMG tercihinde bireysel birtakım etkenler olup olmadığı araştırılmaya başlanmıştır (Örn. Baron, 2008; Carrier, Cheever, Rosen, Benitez ve Chang, 2009; Cotten, Shank ve Anderson, 2014; Foehr 2006; Hwang, Kim ve Jeong, 2014). Mevcut derlemenin amacı, bu çalışmalarda medya çoklu görevlerini yordayan etkenler olarak sıklıkla bildirilen yaş, cinsiyet, etnik köken, istihdam durumu, eğitim düzeyi gibi sosyo-demografik özellikler, kişilik özellikleri, duygu durum ve çoklu medya kullanım motivasyonları gibi psikolojik özellikler ile medya sahipliği (media ownership) gibi medya etmenlerinin teorik arka planda incelenmesidir.

Kuramsal Arka Plan

Jeong ve Fishbein (2007) medya araçları ile birlikte yürütülen çoklu görevlerin birtakım etkenlerle etkileşimini içeren bir model önermiştir. Modelde medya ile ilgili bireysel ve sosyo-demografik faktörlerin hem birbirleri ile ilişkileri hem de tek başlarına veya etkileşimli olarak ÇMG davranışına etkileri ayrıntılı olarak ele alınmıştır.

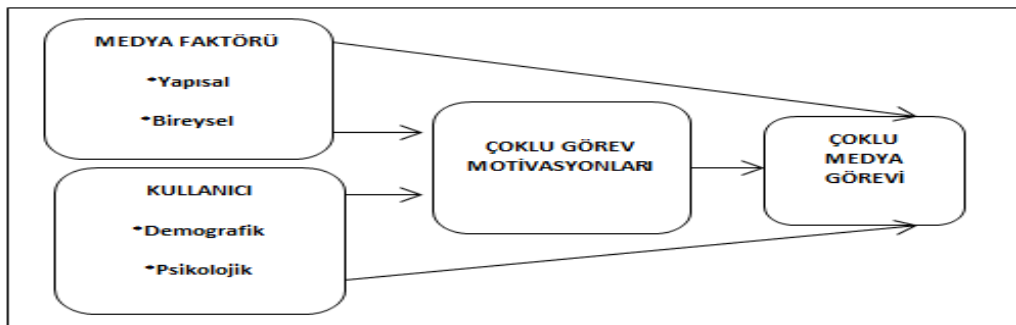
Şekil 1'deki modelde yapısal faktörler, teknolojik ürünlerin elde edilebilirliği ve medya marketi gibi temel bir teknoloji-insan iletişimini ele almaktadır. Örneğin, geniş medya pazarına sahip bir ülkede, bireylerin teknolojiye erişimi daha kolay olacaktır. Sosyo-demografik faktörler daha çok bireysel unsurları (yaş, cinsiyet, eğitim, vs.) içermektedir. Bireysel faktörler ise, hem kullanıcı hem de medya açısından iki

şekilde ele alınmıştır. Bireysel düzey kullanıcı faktörü bireylerin sahip olduğu psikolojik faktörleri (kişilik özellikleri, heyecan arayışı vs.) içerirken, bireysel düzey medya faktörü medya ürünlerine erişim ve sahip olma durumu gibi etkenleri içermektedir. Şekil 1’de açıkça görülebileceği gibi, modele göre yapısal düzey medya faktörleri bireysel medya faktörleri aracılığıyla ÇMG davranışını tetiklemektedir. Örneğin, teknolojik ürünlerin erişilebilir olması, bireylerin o ürünlere sahip olma imkânı ile doğru orantılı olarak daha fazla dijital ürüne sahip olmalarını sağlayabilecek ve böylece aynı anda birden fazla medya kullanma davranışı üzerinde belirleyici olabilecektir. Bireysel medya faktörü, sosyo-demografik ve yapısal faktörlerin de bir fonksiyonu olarak değerlendirilmektedir (Jeong ve Fishbein, 2007). Son olarak, sosyo-demografik faktörler de hem kullanıcı hem de bireysel düzey medya faktörleri üzerinden çoklu medya görevi davranışında belirleyici role sahiptir. Örneğin, yaş ve cinsiyet değişkenleri ile heyecan arayışı düzeyinin ilişkili olduğu bildirilmiştir (Roth, Schumacher ve Brähler, 2005).



Şekil 1. Jeong ve Fishbein (2007) 'in Çoklu medya görevi yordayıcı modeli

Jeong ve Fishbein (2007) Çoklu medya görevi yordayıcı modeli daha sonra Kononova ve Chiang (2015) tarafından günümüz yaygın dijital cihaz ve kullanımları da dâhil edilerek test edilmiş ve birtakım değişimlerle güncellenmiştir. Bu yeni modelde medya ve kullanıcı faktörlerine çoklu görev motivasyonları da eklenmiştir. Modele göre yapısal ve bireysel medya etkenleri medya faktörü altında birleşmiş, demografik ve psikolojik etkenler de kullanıcı faktörü altında ele alınmıştır. Bu iki faktörün hem motivasyonlarla ilişkili olarak hem de direkt ÇMG davranışını yordayacağı öne sürülmüştür (Şekil 2). Diğer bir deyişle, bireylerin sahip olduğu demografik ve psikolojik özellikler ile medya ürünlerinin erişilebilir olması ve bireylerin bu ürünleri elde edebilme düzeyi doğrudan bireylerin ÇMG davranışına yönelmesinde etkili olabildiği gibi, birtakım motivasyonel değişkenler aracılığı ile dolaylı olarak da bireyleri ÇMG'ye yönlendirebilmektedir.



Şekil 2. Kononova ve Chiang (2015)'in kavramsal çoklu medya görevi modeli

Alan yazında ÇMG davranışı üzerinde etkili olan değişkenleri inceleyen çalışma sonuçları, Kononova ve Chiang (2015)'ın kavramsal ÇMG modeli üzerinden incelenmiş ve bundan sonraki bölümde medya faktörü, kullanıcı faktörü ve çoklu görev motivasyonları başlıkları altında ele alınmıştır.

Medya faktörü

Kononova ve Chiang (2015) kavramsal ÇMG modelinde, medya marketi gibi ögeleri içeren yapısal etmenler ve medya sahipliği gibi bireysel medya etmenleri medya faktörünü oluşturmaktadır.

Yapısal etmenler. Bazı çalışmalar ÇMG davranışını, sahip oldukları medya marketi açısından farklılaşan ülkeler üzerinden karşılaştırmalı olarak incelemiştir. Kononova ve Chiang (2015) Amerika'da yaşayan yerli ve Tayvanlı bireylerle yürüttükleri çalışmalarında, Amerikalıların ÇMG davranışını daha fazla tercih ettiklerini göstermiştir. Daha önceki çalışmalar da, Amerikalıların diğer ülkelere oranla daha yüksek ÇMG gerçekleştirdiğini ortaya koymuştur. (Kononova, 2013; Voorveld ve ark., 2014). Bu durum Amerikalıların medya sahipliği oranının daha fazla olmasından kaynaklanabileceği gibi (Kononova ve Chiang, 2015), medya ürünlerinin erişilebilirliği ve dolayısı ile daha fazla dijital üründen oluşan bir çevreye maruz kalma gibi nedenlerden de ileri gelmiş olabilir.

Bireysel etmenler. Teknolojik cihazlara sahip olma ve ev/ofis ortamında medyaya maruz kalma düzeyi de ÇMG davranışı üzerinde belirleyici bir role sahiptir. Foehr (2006) medyaya maruz kalmanın özellikle de TV ile bilgisayarın aynı ortamda olmasının ÇMG davranışına neden olduğunu vurgulamıştır. Kişilerin odalarında kendilerine ait kullanabilecekleri televizyon ve bilgisayar olması veya televizyon ve bilgisayarın birbirine yakın ortamda olması maruz kalma etkisi ile ÇMG davranış olasılığını arttırmaktadır (Jeong ve Fishbein, 2007). Günümüz şartlarında düşünüldüğünde ise kişisel cihazlara dönüşmüş olan birçok taşınabilir teknolojik cihazın hem çok çeşitli fonksiyonlar barındırdığı hem de her ortamda bu cihazlarla birlikte olma avantajı sağladığı açıktır. Böylelikle, teknolojik cihazların taşınabilirliği ÇMG'yi arttırmaktadır (Cotten ve ark., 2014 ; Foehr, 2006; Jeong ve Fishbein, 2007; Kononova ve Chiang, 2015; Rideout ve ark., 2010; Tokan, 2011). Tokan (2011) da dizüstü bilgisayar dışındaki medya sahipliğinin ÇMG'yi yordamadığını bildirmiştir. Bu bulgunun, dizüstü bilgisayarların taşınabilir olması dolayısı ile başka cihazlar ve medya olmayan etkinliklerle çoklu kullanıma imkân vermesinden ve sahip oldukları çeşitli özellikler (internet kullanımı, kelime işleme, oyun vs.) sayesinde tek ekran çoklu görevini mümkün kılmasından kaynaklandığı düşünülmektedir (Toka, 2011).

Özetle, medya faktörünü inceleyen çalışma sonuçları göstermiştir ki, hem dijital çevreyi oluşturan teknoloji marketi gibi yapısal faktörler hem de bireylerin bu marketteki ürünlere sahip olma düzeyleri gibi bireysel faktörler ÇMG tercihinde etkin bir role sahiptir.

Kullanıcı faktörü

Kavramsal ÇMG modelinde (Kononova ve Chiang, 2015) kullanıcı faktörü sosyo-demografik ve psikolojik etmenlerden oluşmaktadır.

Sosyo-demografik etmenler. Bireylerin demografik özellikleri sırasıyla yaş, cinsiyet, etnik köken, eğitim düzeyi, istihdam durumu ve medeni hal başlıkları altında ele alınmıştır.

Yaş.Gençlerin genellikle ÇMG'yi daha fazla tercih ettikleri gözlenebilmektedir. Bunun nedeni, dijital çağda büyümüş olan gençlerin, birçok medya cihazını oldukça iyi seviyede kullanabiliyor olmaları ve yetiştikleri bu dijital çevrede eş zamanlı işleme yetisi edinmiş olmalarıdır (Choudhury ve McKinney 2013). Ağ nesli (net generation) olarak da adlandırılan (Carrier ve ark., 2009) bu bireyleri dijital yerliler olarak sınıflandıran Prensky (2001) onları “internet, bilgisayar oyunu ve bilgisayarların dijital dili, anadili olanlar” olarak tanımlamaktadır. Yapılan çalışmalar da gençlerin farklı medya türlerini daha fazla oranda eşzamanlı olarak kullandıklarını göstermiştir (Carrier ve ark., 2009.; Duff, Yoon, Wang ve Anghelcev, 2014; Hwang ve ark., 2014; Penpece ve Savaş 2015; Rubenking, 2017; Segijn, Voorveld, Vandenberg ve Smit., 2017; Srivastava ve ark., 2016).

Cinsiyet. Penpece ve Savaş (2015) cinsiyet ile ÇMG tercihi arasında anlamlı bir ilişki olmadığını bildirirse de, alan yazın sonuçları genel olarak kadınların erkeklere oranla ÇMG'yi daha fazla tercih ettiğini göstermektedir (Cotten ve ark., 2014; Duff ve ark., 2014; Foehr, 2006; Hwang ve ark., 2014; Jeong ve Fishbein , 2007; Rubenking, 2017; Segijn ve ark., 2017; Zaiceva ve Zimmermann, 2011). Bu durumun kadınların bilişsel olarak eşzamanlı işlemlemeye daha yatkın olmalarından kaynaklanabileceği öne sürülmektedir (Stoet ve ark., 2013).

Etnik köken. Srivastava ve arkadaşları (2016) tarafından Amerika'da yürütülen ve Asya, Hindistan, Amerika, Alaska, Havai ve Pasifik adalarından bireylerin dâhil olduğu çalışma sonuçları, Asyalıların daha yüksek oranda eşzamanlı medya kullanımında bulunduğunu ortaya koymuştur. Ancak, çalışmadaki Asyalı bireylerin değişim öğrencisi olması dolayısı ile yakınlarıyla daha fazla iletişimde kalmak ve günlük gereksinimleri sürdürme arasında kalmış olabilecekleri ve bu nedenle ÇMG'yi daha fazla tercih ediyor olma ihtimallerinin sonuçları etkilemiş olabileceği bildirilmiştir. Bu nedenle çalışmaların kültürü temsil oranı yüksek bireyler arasında yapılarak, karşılaştırılmasının daha sağlıklı sonuçlar ortaya koyacağına vurgu yapılmaktadır. İngiltere'de gerçekleştirilen bir diğer araştırmada, yerli bireyler ile Pakistanlı ve Bangladeşli azınlıkların boş zaman aktiviteleri karşılaştırılmış ve İngilizlerin ÇMG'yi daha fazla tercih ettikleri gösterilmiştir (Zaiceva ve Zimmermann, 2011).

Eğitim ve istihdam durumu. Eğitim düzeyi bireylerin teknolojik cihazların daha etkin bir şekilde kullanımını öğrenmede önemli bir role sahiptir ve ÇMG davranışının önemli belirleyicilerinden biridir (Hwang ve ark., 2014; Penpece ve Savaş, 2015; Srivastava ve ark., 2016). Eğitim düzeyi, bireylerin birden fazla cihazın eşzamanlı veya geçişli şekilde kullanılarak zamanı etkin kullanma ile cihazların ve fonksiyonların birbirleri ile farklı kombinasyonlar halinde kullanılabileceği konusunda bir farkındalık yaratıyor olabilir. Penpece ve Savaş (2015) çalışmalarında, bireylerin istihdam durumlarının da ÇMG tercihinde etkili olduğunu göstermiş, çalışan bireylerin çalışmayanlara göre anlamlı şekilde daha fazla ÇMG bildirmiştir. Gelir düzeyinin de medya sahipliği üzerinde önemli bir etken olduğu düşünülmektedir (Kononova, 2013). TV gibi medya cihazları neredeyse her evde adeta bir demirbaş gibi bulunsa da, iki veya daha fazla cihaza sahip olmak önemli bir maddi yük getirebilmektedir. Bu nedenle, daha fazla medyanın elde edilebilmesi de ÇMG davranışının ortaya çıkmasında önem arz edebilmektedir. Ancak, daha önce belirtildiği gibi tek cihaz ile fonksiyonlar arası geçiş yapılarak (TV kanalları arasında veya cep telefonu fonksiyonları arasında) da ÇMG aktif şekilde yürütülebilmektedir.

Medeni hal. Penpece ve Savaş'ın (2015) çalışmalarında yalnız olduğunu bildiren bireyler evli veya birlikte yaşayan bireylere göre daha fazla ÇMG davranışı bildirmiştir.

Eşzamanlı medya kullanımı ve sosyo-demografik faktörlerin ilişkisine dair çalışma bulgularına göre, kadınlar, Asyalı ve İngilizli bireyler, eğitim düzeyi yüksek olan, bir işte çalışan ve yalnız olan bireyler ÇMG'yi diğerlerine göre daha fazla tercih etmektedir.

Psikolojik etmenler

Kişilik özellikleri. Kişilik özellikleri de sadece ÇMG davranışı ile ilgili bireysel değişkenlerden biri olarak ele alınmaktadır. Yapılan çalışma sonuçları, belirli özelliklere sahip kişilerin ÇMG davranışını daha fazla tercih ettikleri bildirilmiştir. Örneğin öfke, kaygı gibi negatif duygulanım yaşama eğilimi olarak tanımlanan (Costa ve McCrae, 1995; Somer, Korkmaz ve Tatar, 2002) nevrotiklik düzeyi ÇMG davranışı açısından incelenmiştir.

Nevrotiklik düzeyi ile ÇMG arasında herhangi bir ilişki olmadığını bildiren Becker, Alzahabi ve Hopwood (2013)'un aksine Wang ve Tchernev (2012) yüksek nevrotiklik düzeyinin daha fazla ÇMG davranışı sergileme ile ilişkili olduğunu göstermiştir. Wang ve Tchernev (2012), sınırlı zamanda gerçekleştirilmesi gereken görevlerin neden olduğunu kaygı düzeyinin nevrotiklik düzeyi yüksek olan bireylerde ÇMG davranışını arttırabileceğini öne sürmektedir. Ancak Oswald ve arkadaşları (2007) yüksek nevrotiklik düzeyinin performans kaygısına yol açarak ÇMG davranışı üzerinde olumsuz etkiye yol açabileceğini düşünmektedir.(Wang ve Tchernev, 2012).

Bir diğer bireysel değişken olan biliş ihtiyacı (need for cognition), zihinsel çaba gerektiren faaliyetleri gerçekleştirme eğilimi olarak tanımlanmaktadır (Cacioppo, Petty ve Kao, 1984). Lim ve Shim (2016) çalışmalarında daha yüksek ÇMG bildiren katılımcıların daha fazla biliş ihtiyacında olduğu ve biliş ihtiyacının ayrıca heyecan arayışını arttırarak ÇMG'yi yordadığını göstermiştir.

Shih (2013), heyecan arayışı ve ÇMG arasında anlamlı bir ilişki olmadığını bildirmiş, ancak pek çok çalışma heyecan arayışının da ÇMG'nin oldukça güçlü bir yordayıcısı olduğunu göstermiştir (Duff ve ark., 2014; Jeong ve Fishbein, 2007; Sanbonmatsu, Strayer, Medeiros-Ward ve Watson, 2013). Ayrıca, daha fazla yaratıcılık (Duff ve ark., 2014) ve dürtüsellik (Cain, Leonard, Gabrieli ve Finn, 2016; König, Oberacher ve Kleinmann, 2010; Minear, Brasher, McCurdy, Lewis ve Younggren, 2013; Sanbonmatsu ve ark., 2013 Uncapher, vd. 2016) ile daha yoğun ÇMG bildirimi arasında doğrusal bir ilişki ortaya konmuştur. Ancak, Shih (2013) dürtüsellik ve ÇMG kullanım düzeyi arasında herhangi bir anlamlı ilişki olmadığını bildirmiştir. Özetle sonuçlar; dürtüsellik, biliş ihtiyacı, heyecan arayışı ve yaratıcılık düzeyleri yüksek olan bireylerin ÇMG'yi daha fazla tercih ettiğini göstermektedir.

Çok zamanlılık. Birden fazla işi eşzamanlı yürütme tercihi (König, Buhner ve Murling, 2005) olarak tanımlanan çok zamanlılık (polychronicity); Hall (1983) tarafından zaman yönelimi kültürel bir değişken olarak ele alınsa da, aynı anda tek görev tercih eden bireyler monokronik olarak, çoklu görev tercih eden bireyler de polikronik olarak sınıflandırılabilir (akt. Slocombe ve Bluedorn, 1999).

Çok zamanlılık, medya ile yürütülen çoklu görevlerle ilişkili bulunmuştur (Kononova ve Chiang, 2015; König, Oberacher ve Kleinmann, 2010; Magen, 2017; Rubenking, 2017). Ancak, Shih (2013) bu

bulgularının aksine çok zamanlı ve tek zamanlı bireylerin ÇMG davranışında anlamlı bir farklılık olmadığını bildirmiştir. Çalışmaların önemli çoğunluğu bireylerin anda daha fazla işi veya görevi halletme tercihi ile ÇMG tercihinin ilişkili olduğunu göstermektedir.

Duygu durum. Yakın zamanda yürütülen bir çalışmada (Zamanzadeh, 2016) çoklu görev koşulunda katılımcılar, diğer katılımcılara göre daha az hoşnut duygu durum değeri (pleasant mood valence) ve daha fazla uyarılma bildirmiştir. Alan yazındaki nitel araştırma sonuçları ise ÇMG'yi daha sık tercih eden bireylerin bu tercihlerinin nedeni olarak genellikle sıkılma, sabırsız hissetme (Baron, 2008), meşgul olunan görevle ilgili olumsuz hisler hissetme (tıkanıklık (obstruction), hüsrana (frustration), tükenmişlik (exhaustion)) (Adler ve Benbunan-Fitch, 2013) ve yalnız hissetme (Tokan, 2011) gibi olumsuz duygulanımlar rapor ettiklerini göstermiştir. Ayrıca, Becker ve arkadaşları (2013) tarafından yürütülen bir çalışmada, daha yüksek depresyon ve sosyal kaygı puanlarına sahip bireylerin daha sık ÇMG tercih ettiği ortaya konmuştur. Sonuçlar, genellikle negatif duygu durum ile ÇMG kullanımı arasında doğrusal bir ilişki olduğunu vurgulamaktadır.

Bilişsel özellikler. Günüş (2011) özellikle gençlerin ÇMG tercihinde, içinde büyüdüğü dijital ortamda farklı gelişen bilişsel yetilerinin etkili olabileceğini vurgulamaktadır. Alan yazında bildirilen ÇMG düzeyi ile ilişkili bilişsel yetiler genellikle akıcı zekâ ile bilişsel kontrol yetilerini (dikkat, çalışma belleği, görev değişimi ve filtreleme) içermektedir. Akıcı zekâ, karşılaşılan beklenmedik problem veya durumlarda çözüm üretmeyi gerektirmektedir (König, Buhner ve Murling, 2005). Daha fazla ÇMG bildiren bireylerin diğerlerine kıyasla düşük akıcı zekâ puanı elde ettiği gösterilmiştir (Minear ve ark., 2013). Bilişsel kontrol ise genellikle dikkatin hedefe odaklanması (dikkat), bilginin bellekte tutulması ve manipüle edilebilmesi (çalışma belleği), ilgisiz bilgilerin filtrelmesi (filtreleme), hedef odağını kaybetmeden değişen görevlere esnek zihinsel tepki verilebilmesi (görev değişimi) gibi işlevleri sağlayan yetileri içermektedir (Altmann ve Gray 2008; Amer, Amer, Champer ve Hasher, 2016; Banich, 2009; Gbadayan, McMahon, Steinhauer ve Meinzer, 2016; Miller ve Cohen 2001). Bilişsel kontrol yetileri ile ilgili çalışmalar birbirinden farklı sonuçlar ortaya koymuştur. Örneğin, görev değişimi yetisinin eşzamanlı medya kullanımı ile ilişkili olmadığını (Minear ve ark., 2013; Baumgartner, Weeda, Heijden ve Huizinga, 2014) bildiren çalışmaların yanı sıra, ÇMG'nin daha az (Ophir ve ark., 2009) ve daha fazla (Alzahabi ve Becker, 2013) tercih edilmesi ile ilişkili olduğunu bildiren çalışmalar da bulunmaktadır. Dikkat ve ÇMG'nin ilişkili olmadığını bildiren çalışmalar (Moisala ve ark., 2016; Ralph, Thomson, Seli, Carriere ve Smilek, 2015) bulunsada, daha az ÇMG kullanımı ile ilişkili olduğunu gösteren çalışmalar (Cardoso-Leite, Green ve Bavelier, 2015; Ophir ve ark., 2009; Ralph, Thomson, Cheyne ve Smilek, 2014) çoğunluğu oluşturmaktadır. Çalışma belleği ve ÇMG davranış sıklığının ilişkili olmadığını (Baumgartner ve ark., 2014; Cardoso-Leite ve ark., 2015; Edwards ve Shin, 2017; Minear ve ark., 2013; Wiradhany ve Nieuwenstein, 2017) ve daha az ÇMG kullanımı ile ilişkili olduğunu (Cain ve ark., 2016; Cardoso-Leite ve ark., 2016; Ophir ve ark., 2009; Sanbonmatsu ve ark., 2013; Ralph ve Smilek, 2017; Uncapher ve ark., 2016) gösteren çalışmalara da rastlanmaktadır. Son olarak, yüksek filtreleme yetisi daha az ÇMG kullanımı ile ilişkilidir (Lui ve Wong, 2012; Ophir ve ark., 2009). Ancak Murphy, McLauchan ve Lee (2017) çalışmalarında yüksek ve düşük ÇMG tercihi bildiren katılımcılar filtreleme yetisi açısından farklılık göstermemiştir.

Görüldüğü üzere, ÇMG kullanım düzeyi ile ilişkili bilişsel yetileri inceleyen araştırmalar genellikle birbirinden farklı sonuçlar ortaya koymuştur. Ancak bulgular salt çoğunluklarına göre incelendiğinde; düşük

akıcı zekâ puanı ile düşük dikkat ve çalışma belleği performansının daha fazla ÇMG davranışı ile ilişkili olduğu açıkça görülmektedir.

Çoklu medya görevi motivasyonları

ÇMG'nin tercih edilmesinin ardındaki kullanıcı motivasyonları ise ayrıca araştırılan önemli bir etkidir. Yapılan bazı nitel (Baron, 2008; Robinson, 2017; Tokan, 2011) ve nicel araştırmalarda (Foehr, 2006; Hwang ve ark., 2014; Kononova ve Chiang., 2015; Srivastava ve ark., 2016) bireylerin ÇMG motivasyonlarına dair çeşitli bulgular elde edilmiştir. Robinson (2017) ÇMG'nin altında yatan motivasyonları incelediği nitel çalışmasında 8 boyut ortaya koymuştur. Bu boyutlar; ÇMG' de iyi olma, çok kanaldan bilgi edinme tercihi, zamanı etkin kullanma, elverişlilik/kolaylık (cihaz erişim ve kullanım kolaylığı), duygusal memnuniyet (daha az yalnız hissetme, meşguliyet, eğlenme vs.), bilgi edinme, sosyal fayda (iletişimde kalma vs.) ve özümlemedir (assimilation) (yoğun bilgi bombardımanı ile baş etme). Alan yazındaki diğer bulgular da, bu boyutlarla birebir uyuşan ve bu boyutlara ek olacak nitelikte çeşitli motivasyonlar ortaya koymuştur. Bu bulgular; kısıtlı zaman (Baron, 2008; Foehr 2006; Judd ve Kenedy, 2011; Srivastava ve ark., 2016; Tokan, 2011), görevin doğası gereği birden fazla görevle tamamlama gerektirmesi (Baron, 2008), medya performansını geliştirme (Baron, 2008; Tokan, 2011), alışkanlık (Baron, 2008; Hwang ve ark., 2014; Kononova ve Chiang, 2015; Tokan, 2011), istenmeyen medya olmayan (non-media) aktiviteyi katlanabilir kılma (Toka, 2011), medya kullanımını kontrol etme (Hwang ve ark., 2014; Kononova ve Chiang, 2015), diğerleri ile iletişim kurma ve eğlence (Kononova ve Chiang, 2015; Penpece ve Savaş, 2015) ve bilgi edinme (Hwang ve ark., 2014) gibi motivasyonların bireylerin ÇMG tercihinde etkili olduğunu göstermiştir.

Alan yazın çalışmalarınca ortaya konulan tüm bu sonuçlar incelendiğinde en fazla bildirilen motivasyonların zamanın kısıtlı olması ve ÇMG alışkanlığı olduğu açıkça gözlenmektedir. Bu sonuçlar, bireylerin hayatın hızlı akışı içerisinde daha fazla işi veya görevi tamamlayabilmek için ÇMG'ye yöneldikleri ve bu kullanımı muhtemelen sağladığı yarar nedeniyle alışkanlık haline getirmiş olduklarını düşündürmektedir.

Sonuç

Mevcut derleme çalışmasının amacı, günümüzde yaygın olarak gerçekleştirilen çoklu medya görevlerini yordayan değişkenlerin incelenmesidir. Teknolojinin yayımlanması ile birlikte medya ile yürütülen çoklu görevler günlük yaşamın bir parçası haline gelmiş gibi görünmektedir. Bu denli yaygınlaşan medya ürünlerinin eşzamanlı kullanımını belirleyen değişkenler araştırılmaya başlanmış ve bu konudaki çalışmalar son yıllarda artış göstermiştir. Bu derleme çalışmasında, Kononova ve Chiang (2015) tarafından Jeong ve Fishbein (2007)' in modeli güncellenerek oluşturulan kavramsal ÇMG modelinden faydalanılmıştır. Modele göre, kullanıcı ve medya faktörleri hem motivasyonlar ile ilişkili olarak hem de birbirlerinden bağımsız olarak ÇMG davranışı ile doğrudan ilişkilidir. Alan yazın bulguları incelendiğinde, ortaya atılan kavramsal modelin bulgular ile uyumlu olduğu gözlenmektedir. Bulguların modele yerleştirilmesi ile ÇMG kullanımının ardında yatan nedenlerin sadece kullanıcıların bireysel özelliklerinden değil, aynı zamanda medya ile ilgili etmenlerin ve medya ile ilgili ve/veya kişisel motivasyonların da aynı şekilde doğrudan rol oynadığı gözler önüne serilmiştir. Sonuçlar; birden fazla medya ürününe sahip olma, genç olma, kadın olma, yalnız olma, yüksek eğitim düzeyine sahip olma, bir işte çalışma, heyecan arayışı ve bilgi ihtiyacı yüksek olma, negatif duygu durum eğiliminde olma ile genel olarak medya ürünlerini eş

zamanlı kullanmada kısıtlı zamanı değerlendirme motivasyonuna sahip olma ve ÇMG alışkanlığına sahip olmanın daha fazla ÇMG davranışı sergilemede etkili olduğunu göstermektedir.

Mevcut sonuçların incelendiği kavramsal ÇMG modelinde yer almayan bilişsel ve duygu durum ile ilgili bulgular, modelin tüm bu değişkenler ile güncellenmesi gerekliliğini göstermektedir. İleri çalışmalarla modelin bu şekilde güncellenmesi ve/veya test edilmesi ile ÇMG davranışının çok daha anlaşılabilir hale gelebileceği düşünülmektedir. Bunun dışında ileride yürütülecek çalışmalarla bireylerin ÇMG davranışında, sosyal medya etkisinin incelenmesi ile alan yazına önemli katkılar sağlanacağı düşünülmektedir. Ayrıca, ÇMG davranışının bilişsel ve sosyal etkilerine odaklanarak yürütülecek çalışmalar, gençler arasında yaygın olan bu tür yoğun teknoloji kullanımının sonuçları hakkında önemli bilgiler sağlayabilir.

Kaynaklar

- Adler, R. F. ve Benbunan-Fich, R. (2013). Self-interruptions in discretionary multitasking. *Computers in Human Behavior*, 29(4), 1441-1449.
- Alzahabi, R. ve Becker, M. W. (2013). The association between media multitasking, task-switching, and dual-task performance. *Journal of Experimental Psychology Human Perception and Performance* 39(5), 1485-1495.
- Amer, T., Campbell, K. L. ve Hasher, L. (2016). Cognitive control as a double-edged sword. *Trends in Cognitive Sciences*, 20(12), 905-915.
- Banich, M. T. (2009). Executive functions: The search for an integrated account. *Association for Psychological Science*, 18(2), 89-94.
- Baron, N. S. (2008). Adjusting the volume: Technology and multitasking in discourse control. J. E. Katz (Ed.), *Mobile Communication and Social Change in a Global Context*. MIT Press. 03 Ocak 2017, web adresinden alınmıştır. https://www.researchgate.net/publication/239544293_Adjusting_the_Volume_Technology_and_Multitasking_in_Discourse_Control
- Baumgartner, S. E., Weeda, W. D., Van der Heijden, L. L. ve Huizinga, M. (2014). The relationship between media multitasking and executive function in early adolescents. *The Journal of Early Adolescence*, 1-25.
- Becker, M. W., Alzahabi, R. ve Hopwood, C. J. (2013). Media multitasking is associated with symptoms of depression and social anxiety. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 16(2), 132-135.
- Cacioppo, J. T., Petty, R. E. ve Feng Kao, C. (1984). The efficient assessment of need for cognition. *Journal of personality assessment*, 48(3), 306-307.
- Cain, M. S., Leonard, J. A., Gabrieli, J. D. E. ve Finn, A. S. (2016). Media multitasking in adolescence. *Psychonomic Bulletin & Review*, 23, 1932-1941.
- Cardoso-Leite, P., Kludt, R., Vignola, G., Ma, W.J., Green C.S. ve Bavelier, D. (2016). Technology consumption and cognitive control: Contrasting action video game experience with media multitasking. *Attention, Perception, & Psychophysics* 78 (1), 218-241.
- Cardoso-Leite, P., Green, C. S. ve Bavelier, D. (2015). On the impact of new technologies on multitasking. *Developmental Review*, 35, 98-112.
- Carrier, L. M., Cheever, N. A., Rosen, L. D., Benitez, S. ve Chang, J. (2009). Multitasking across generations: Multitasking choices and difficulty ratings in three generation of Americans. *Computers in Human Behavior*, 25, 483- 489.

- Choudhury, S. ve McKinney, K. A. (2013). Digital media, the developing brain and the interpretive plasticity of neuroplasticity. *Transcultural Psychiatry*, 1–24.
- Costa, P.T. ve McCrae, R.R. (1995). Domains and facets: Hierarchical personality assessment using the revised neo personality inventory. *Journal of Personality Assessment*, 64 (1), 21-50.
- Cotten, S.R., Shank, D.B. ve Anderson, W.A. (2014). Gender, technology use and ownership, and media-based multitasking among middle school students. *Computers in Human Behavior* 35: 99–106.
- Duff, B. R. L., Yoon, G., Wang, Z. ve Anghelcev, G. (2014). Doing it all: An exploratory study of predictors of media multitasking. *Journal of Interactive Advertising*, 14(1), 11-23.
- Edwards, K. S. ve Shin, M. (2017). Media multitasking and implicit learning. *Attention, Perception, & Psychophysics*. 79(5), 1535-1549.
- Foehr, U. G. (2006). Media multitasking among American youth: Prevalence, pre-dictors, and pairings. 15 Aralık 2016, <http://www.kff.org/entmedia/upload/7592.pdf>.
- Gbadeyan, O., McMahon, K., Steinhauser, M. ve Meinzer, M.(2016). Stimulation of dorsolateral prefrontal cortex enhances adaptive cognitive control: A high definition transcranial direct current stimulation study. *Journal of Neuroscience*, 36(50), 12530–12536.
- Günüç, S. (2011, Eylül). *Dijital yerlilerde çalışan bellek ve çoklu görev*. 5th International Computer & Instructional Technologies Symposium, Elazığ.
- Hwang, Y., Kim, H. ve Jeong, S.(2014). Why do media users multitask? Motives for general, medium-specific, and content-specific types of multitasking. *Computers in Human Behavior* 36, 542–548.
- Jeong, S. ve Fishbein, M., (2007). Predictors of multitasking with media: media factors and audience factors. *Media Psychology*, 10: 364–384.
- Judd, T. ve Kennedy, G. (2011). Measurement and evidence of computer-based task switching and multitasking by ‘Net Generation’ students. *Computers & Education*, 56(3), 625-631.
- Kononova, A. (2013). Multitasking across borders: A cross-national study of media multitasking behaviors, its antecedents, and outcomes. *International Journal of Communication*, 7(23), 1688–1710.
- Kononova, A. ve Chiang, Y. H. (2015). Why do we multitask with media? Predictors of media multitasking among internet users in the United States and Taiwan. *Computers in Human Behavior*, 50: 31 - 41.
- König, C. J., Buhner, M. ve Murling, G. (2005). Working memory, fluid intelligence, and attention are predictors of multitasking performance, but polychronicity and extraversion are not. *Human performance*, 18(3), 243-266.
- König, C. J., Oberacher, L. ve Kleinmann, M. (2010). Personal and situational determinants of multitasking at work. *Journal of Personnel Psychology*. 9(2):99-103.
- Lim, S. ve Shim, H. (2016). Who multitasks on smartphones? Smartphone multitaskers’ motivations and personality traits. *Cyberpsychology, Behavior, And Social Networking*, 19(3): 223-227.
- Lui, K. F. H. ve Wong, A. C. N. (2012). Does media multitasking always hurt? A positive correlation between multitasking and multisensory integration. *Psychonomic Bulletin & Review*, 19(4), 647–653.
- Magen, H. (2017). The relations between executive functions, media multitasking and polychronicity. *Computers in Human Behavior*, 67, 1–9.
- Miller, E. K. ve Cohen, J. D. (2001). An integrative theory of prefrontal cortex function. *Annual Review of Neuroscience* 24, 167–202.
- MillwardBrown (2014, April 22). How much screen use overlaps with TV?, <https://www.millwardbrown.com/AdReaction/2014/#/main-content> adresinden alınmıştır.

- Minear, M., Brasher, F., McCurdy, M., Lewis, J. ve Younggren, A. (2013). Working memory, fluid intelligence, and impulsiveness in heavy media multitaskers. *Psychonomic Bulletin & Review*, 20(6), 1274 – 1281.
- Moisala, M., Salmela, V., Hietajärvi, L., Salo, E., Carlson, S., Salonen, O., ... ve Alho, K. (2016). Media multitasking is associated with distractibility and increased prefrontal activity in adolescents and young adults. *NeuroImage*, 134, 113-121.
- Murphy, K., McLauchlan, S. ve Lee, M. (2017). Is there a link between media-multitasking and the executive functions of filtering and response inhibition? *Computers in Human Behavior*, 75, 667–677.
- Ophir, E., Nass, C. ve Wagner, A. D. (2009). Cognitive control in media multitaskers. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 106 (37), 15583–15587.
- Oswald, F.L., Hambrick, D.Z. ve Jones, L.A. (2007) Keeping all the plates spinning: Understanding and predicting multitasking performance. D. E. Jonassen (Ed.) *Learning to solve complex scientific problems*. (ss:77–97). Mahwah, NJ: Erlbaum,. 22 Aralık 2016, <http://handle.dtic.mil/100.2/ADA469228>.
- Patterson, M. C. (2017). A naturalistic investigation of media multitasking while studying and the effects on exam performance. *Teaching of Psychology*, 44(1) 51-57.
- Penpece D. ve Savaş S. (2015, Kasım). *Media multitasking using multiple screens: A case study in Turkey*. 5th Interdisciplinary Business-Economics Advancement Conference, Florida, ABD.
- Prensky, M. (2001). Digital natives, digital immigrants part 1. *On the horizon*, 9(5), 1-6.
- Ralph B. C. W. ve D. Smilek (2017). Individual differences in media multitasking and performance on the n –back. *Attention, Perception, & Psychophysics*, 1-11.
- Ralph, B. C. W., Thomson, D. R., Cheyne, J. A. ve Smilek, D. (2014). Media multitasking and failures of attention in everyday life. *Psychological Research*, 78(5), 661–669.
- Ralph, B. C. W., Thomson, D. R., Seli, P., Carriere, J. S. ve Smilek, D. (2015). Media multitasking and behavioral measures of sustained attention. *Attention, Perception & Psychophysics*, 77(2), 390 – 401.
- Rideout, V. J., Foehr, U. G. ve Roberts, D. F. (2010). Generation M: Media in the lives of 8 -18 year-olds. 6 Ocak 2017, <http://www.kff.org/entmedia/upload/8010.pdf>.
- Roth, M., Schumacher, J. ve Brähler, E. (2005). Sensation seeking in the community: Sex, age and sociodemographic comparisons on a representative German population sample. *Personality and Individual Differences*, 39(7), 1261-1271.
- Rubeking, B. (2017). Boring is bad: Effects of emotional content and multitasking on enjoyment and memory. *Computers in Human Behavior*, 72, 488-495.
- Sanbonmatsu, D. M., Strayer, D. L., Medeiros-Ward, N. ve Watson, J. M. (2013). Who multi-tasks and why? Multi-tasking ability, perceived multi-tasking ability, impulsivity, and sensation seeking. *PLoS ONE*, 8(1), e54402.
- Segijn, C. M., Voorveld, H. A., Vandeberg, L. ve Smit, E. G. (2017). The battle of the screens: Unraveling attention allocation and memory effects when multiscreening. *Human Communication Research*, 43(2), 295-314.
- Shih, S. I. (2013). A null relationship between media multitasking and well-being. *PLoS One*, 8(5), e64508.
- Slocombe, T. E. ve Bluedorn, A. C. (1999). Organizational behavior implications of the congruence between preferred polychronicity and experienced work-unit polychronicity. *Journal of Organizational Behavior*, 75-99.

- Somer, O., Korkmaz, M. ve Tatar, A. (2002). Beş faktör kişilik envanterinin geliştirilmesi-I: Ölçek ve alt ölçeklerinin oluşturulması. *Türk Psikoloji Dergisi*, 17 (49), 21-33.
- Srivastava, J., Nakazawa, M. ve Chen, Y. (2016). Online, mixed, and offline media multitasking: Role of cultural, socio-demographic, and media factors. *Computers in Human Behavior* 62: 720 -729.
- Stoet, G., O'Connor, D. B., Conner, M. ve Laws, K. R. (2013). Are women better than men at multi-tasking? *BMC Psychology*, 1(18): 1-10.
- Todorov, I. (2017). Individual Differences in Multitasking: Support for Spatiotemporal Offloading (Doktora Tezi). Department of Psychology, Stockholm University, Stockholm. <http://urn.kb.se/resolve?urn=urn:nbn:se:su:diva-138728>. sitesinden alınmıştır.
- Tokan, F. (2011).Media as multitasking: an exploratory study on capturing audiences media multitasking and multiple media use behaviours, (Yüksek lisans tezi), School of economics, Aalto university. <http://urn.fi/URN:NBN:fi:aalto-201202231250> sitesinden alınmıştır.
- Uncapher, M. R., Thieu, M. K. ve Wagner, A. D. (2016). Media multitasking and memory: Differences in working memory and long-term memory. *Psychonomic Bulletin & Review*, 23, 483 – 490.
- Voorveld, H. A., Segijn, C. M., Ketelaar, P. E. ve Smit, E. G. (2014). Investigating the prevalence and predictors of media multitasking across countries. *International Journal of Communication*, 8, 2755-2777.
- Wang, Z. ve Tchernev J. (2012). The “myth” of media multitasking: reciprocal dynamics of media multitasking, personal needs, and gratifications. *Journal of Communication*, 62: 493–513.
- Wiradhany, W. ve Nieuwenstein, M. R. (2017). Cognitive control in media multitaskers: Two replication studies and a meta-analysis. *Attention, Perception, & Psychophysics*, 1-22.
- Zaiceva, A. ve Zimmermann, K. F. (2011). Do ethnic minorities “stretch” their time? UK household evidence on multitasking. *Review of Economics of the Household*, 9(2), 181-206.
- Zamanzadeh, N. N. (2016). The effects of mood as a mediator of media multitasking on cognitive performance (Doktora Tezi). <https://pqdtopen.proquest.com/doc/1840802773.html?FMT=ABS> adresinden edinilmiştir.