



İş Yaşamında Yalnızlığın Çalışanların Sosyal Medya Bağımlılığına Etkisinin İncelenmesi

Investigation of the Effect of Loneliness in Business Life on Social Media Addiction of Employees

Ayşe Nihan Arıbaş¹, Figen Özşahin²

¹Öğr. Gör. Dr., Aksaray Üniversitesi, Sağlık Hizmetleri Meslek Yüksekokulu, Tıbbi Hizmetler ve Teknikler Bölümü, nihan_dinc85@hotmail.com, Orcid ID: 0000-0002-5142-874X

²Öğr. Gör., Avrasya Üniversitesi, Avrasya Üniversitesi, Sağlık Hizmetleri Meslek Yüksekokulu, Dişçilik ve Ağız Sağlığı Bölümü, figen.ozsahin@avrasya.edu.tr, Orcid ID: 0000-0001-9227-4938

MAKALE BİLGİSİ

Anahtar Kelimeler

Sosyal Medya,
Sosyal Medya Bağımlılığı,
İş Yaşamında Yalnızlık

Makale Geçmişi:

Geliş Tarihi: 07 Eylül 2021
Kabul Tarihi: 21 Mart 2022

ARTICLE INFO

Keywords

Social Media,
Social Media Addiction,
Loneliness At Work

Article History:

Received: 07 September 2021
Accepted: 21 March 2022

ÖZET

Bu araştırma, iş yerinde yalnızlığın sosyal medya bağımlılığına etkisini incelemek amacıyla tanımlayıcı olarak yapılmıştır. Araştırmanın örneklemi, 473 kişiden oluşmaktadır. Veriler, kartopu örnekleme yöntemiyle ve google anket kullanılarak; Demografik Bilgi Formu, Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği ve UCLA Yalnızlık Ölçeği V3 aracılığıyla toplanmıştır. Verilerin değerlendirilmesinde Bağımsız Örnekleme T Testi, Anova Testi ve Korelasyon testi kullanılmıştır. Korelasyon analizi sonucunda, sosyal medya bağımlılığı ile yalnızlık arasında pozitif bir ilişki olduğu saptanmıştır ($p < 0.05$). Yapılan regresyon analizi sonuçları da korelasyon analizi sonuçlarını desteklemektedir. Ayrıca demografik değişkenlerin, sosyal medya bağımlılığı ve yalnızlık ölçek puanlarını etkilediği belirlenmiştir.

ABSTRACT

This research was conducted as a descriptive study to examine the effect of loneliness at work on social media addiction. The sample of the study consists of 473 people. Data were collected by snowball sampling method and using google survey; It was collected through Demographic Information Form, Social Media Addiction Scale and UCLA Loneliness Scale V3. Independent Sample T Test, Anova Test and Correlation Test were used to evaluate the data. As a result of the correlation analysis, it was determined that there was a positive relationship between social media addiction and loneliness ($p < 0.05$). The results of the regression analysis also support the results of the correlation analysis. In addition, it was determined that demographic variables affect social media addiction and loneliness scale scores.

Yalnızlık bir olgu olarak; yalnızlığı içeren anlık bir durumunu ötesine geçmekle karakterize edilmektedir. Bir insan etrafında çok insan olsa da kendini yalnız hissedebilmekte ya da yalnızlık hissetmeden de yalnız kalabilmektedir. Yalnızlık, kilometrelerce uzaktaki biriyle bağlantı kurduğunda bir aidiyet duygusuyla da ortadan kalkabilmektedir (Dahlberg, 2007:198). Bütün insanları yalnızlık deneyimleri aynı olmayabilmektedir. İzolasyon ve yalnızlık üzerine çalışan sosyal bilimciler, bu terimleri belirli şekillerde tanımlamaya çalıştılar, çünkü bir kişi yalnız yaşıyor ise, arkadaşları ve ailesiyle ayda bir kez teması bulunmuyorsa ve bir gruba ait değilse sosyal olarak izole edilmiş sayılmaktadır. Elbette bazıları izolasyonu tercih edilen bir yaşam tarzı olarak seçmektedir. Muhtemelen sayı olarak çok daha fazla olan diğer kişiler, sevdiklerinin, ailelerinin ve arkadaşlarının ölümü, uzaktaki konutlar, yabancı bir şehre taşınma, hareketlerinin kısıtlanması ve tükenmiş sosyal ağlara ve izolasyona yol açan diğer durumlar nedeniyle kendilerini tecrit etmektedir. Bu durumlardaki insanların yalnızlık ve izole hissetme (algılanan izolasyon) olasılığı daha yüksek olabilmektedir (Singer, 2018). Bağımlılık haline gelen sosyal medya

kullanımı, sosyal medya tarafından kafasının meşgul edilmesi (belirginlik), olumsuz duyguları azaltmak için sosyal medya kullanılması (ruh hali değişikliği), sosyal medyayı aynı hazzı alabilmek için giderek daha fazla kullanılması (hoşgörü / özlem), sosyal medya kullanmaktan men edilmişse bu durumdan üzüntü duyulması (vazgeçme), sosyal medya kullanımından ötürü diğer yükümlülüklerden feragat edilmesi ve/veya diğer önemli yaşam alanlarına zarar verilmesi (çatışma/işlev bozukluğu) ve sosyal medyanın başarılı olmadan kullanımını kontrol etmenin arzulanması veya buna teşebbüs edilmesi (nüksetme/kontrol kaybı) gibi şekillerde meydana gelmektedir (Andressan vd., 2017).

Sosyal medya bağımlılığı, sosyal medyada olması gerekenden daha fazla zaman harcamak anlamına gelmekte olup dünyanın en önemli sorunlarından birisi olarak görülmektedir. Sosyal medya bağımlılığı, gençler, orta yaşlılar ve bazen yaşlılarda bile görülebilmektedir. Sosyal medyanın etkin kullanımı kişinin birçok bilgiye hızlı erişebilmesini sağlamaktadır. Sosyal medyanın bundan başka birçok faydasının bulunduğu açıktır. Ancak bu durumu bağımlılık haline getirmek, kişilerin hayattan kopmasına, intihar eğilimi göstermesine ve yalnızlık hissine kapılmasına sebep olmaktadır. Sosyal medya bağımlılığı, dünyayı tehdit eden ve hayatın her alanında herkesin karşı karşıya kalabildiği bir sorun olarak karşımıza çıkmaktadır. Sosyal medya bağımlısı olan bireyler, hayatı kaçırmakta ve hayatı sosyal medyadan ibaret sanmaktadır. Sosyal medyada olması gerektiğinden fazla vakit geçiren kişiler, sosyal hayatlarına ve sosyal ilişkilerine gereken özen ve önemi göstermemektedir. Bu durum ise kişileri derin bir yalnızlık duygusuna itmektedir. İş yaşamında yalnızlığın sosyal medya bağımlılığı üzerinde etkisinin bulunduğu düşünülmektedir. Bu nedenle iş yaşamında yalnızlığın sosyal medya bağımlılığına etkisinin incelendiği bu çalışma planlanmıştır.

1. İŞ YAŞAMINDA YALNIZLIK

Yalnızlık ile ilgili yaşanmış tecrübeler her zaman olumsuz olmamakla beraber, bazen insanlar tek balına kalmaktan mutluluk duyabilmektedir. İnsanlar, zaman zaman, yalnız kalabilecekleri sessiz ortamlara ihtiyaç duyarken, bazen de insanlarla birlikte olmak ama konuşmamayı tercih ederek de kendilerini rahat hissedebilmektedir. Dolayısıyla bireylerin ihtiyaç durumlarında birbirlerine destek olmaları pozitif bir durumdur. Dolayısıyla, yalnızlık mecburi bir olgu ya da terk edilmişlik hissi olarak değil de kişinin kendi seçimi ile ortaya çıkmışsa güzel olabilmektedir (Yaşar, 2007:241). Çakır ve Oğuz (2017)'a göre, bireyin tek başına olması anlamına gelen yalnızlık teknoloji sayesinde yoğunlaşmıştır. Bundan 10-15 yıl öncesinde, yalnızlık kavramı ile kişinin arkadaşının bulunmadığı aynı anlamı taşırken, şimdilerde yalnızlık kişinin kendi dünyasını teknolojik cihazlar ile vakit geçirerek yaratması anlamına gelmektedir. Bütün insanlar hayatları boyunca diğerleriyle iletişim kurma ihtiyacı hissetmekte olup birtakım sebeplerle bozulan kişiler arası ilişkiler nedeniyle yakın ilişkilerden mahrum kalma durumu gün geçtikçe artmaktadır (Akçit ve Barutçu, 2017: 286). Örgütlerde sosyal ortam yaratma durumu ve çalışanların sosyal etkileşimlerin artırılması ekip veya grup seviyesinde kişisel becerilerin ortaya çıkmasını sağlamaktadır. Burada amaç insanların yalnız olarak değil, diğerleriyle birlikte hareket etmelerini sağlamaktır. Kolektif şekilde hareket etmek örgütlerde çalışanların kendilerini izole etmelerinin önünde bir engel olarak nitelendirilmektedir (Kaymaz vd., 2014:41).

Çalışanlar örgütlerdeki karmaşık ilişkiler ile baş etme noktasında zorluk yaşadıkları zaman, yalnızlık duygusu hissetmeleri oldukça doğal bir durumdur. Modern örgütlerde birimler departmanlara ayrılmış olup, bilim ve teknolojinin ilerlemesinin getirdiği yeniliklerden olan sanal ekibin ortaya çıkması, çalışanları işyerinde temel hale getirmiş ve dolayısıyla çalışanların işlerini yaparken kendi ofis konumundan ayrılmalarına gerek kalmamıştır. Örgütlerde çalışan bireyler, yanlarındaki kişilerle iletişim kurmaya ihtiyaç hissetmekte ve bu iletişim ile bilgi aktarımı zaman zaman sağlamak doğrudan ağ üzerinden gerçekleşebilmektedir. Ancak söz konusu iletişim ortamı, ancak bu iletişim ortamı örgütlerdeki şiddetli rekabetle birleştiğinde, çalışanlar arasında etkileşimi sürdürmek giderek daha zorlaşmaktadır. İşyeri yalnızlığı yaşayan kişilerin problemleri de doğal olarak giderek daha fazla öne çıkmakta olduğu için çalışanın işyeri yalnızlığının araştırılması oldukça önemli bir konudur (Guo, 2020:468).

2. SOSYAL MEDYA BAĞIMLILIĞI

İnternet teknolojisinin hızlı şekilde gelişmesi ile sosyal paylaşım ağlarının kullanıcı sayıları her geçen gün artmaktadır. Teknoloji çağının en önemli unsurlarından birini oluşturan sosyal paylaşım ağlarının her yaştan her kesimi cezbetmesiyle beraber, sanal dünya gerçek hayatın önüne geçmektedir. Gençlerin özellikle yoğun şekilde ilgisini çeken ve halkı bilinçlendirmek ve kitleleri harekete geçirmek gibi işlevleri bulunan sosyal medya sayesinde türkiye'de ve dünyada sosyal medya bağımlılığı gittikçe artmaktadır. Facebook, twitter, instagram, youtube ve periscope gibi sosyal ağ siteleri, kullanıcıların fotoğraf, metin, ses ve verileri paylaşarak etkileşimde bulunduğu her yaş ve sınıftan bireyleri cezbetmektedir. (Kırık vd.,2015). Türkiye istatistik kurumu verilerine göre, internet kullanımı 2019 yılında 16-74 yaş grubundaki bireylerde %75,3 olarak hesaplanmış olup, 2018 yılında ise %72,9'du. İnternet kullanım oranları, 16-74 yaş grubundaki erkeklerde %81,8 iken aynı yaş grubundaki kadınlarda %68,9'dur. Hanehalkı bilişim teknolojileri kullanım araştırması sonuçlarına göre hanelerin %88,3'ünün evden internete erişim olanağı bulunduğu gözlenmiştir. Bu oran bir önceki yılda %83,8 idi (TÜİK, 2021).

Sosyal medya kullanımının çeşitliliği ve günlük hayatın her alanında yer alması sebebiyle bilimsel çalışmalar yapan yazarların dikkatini çekmesi beklenen bir sonuçtur (Yakut ve Kuru, 2020). Sosyal medya, teknolojinin de gelişmesiyle beraber herkesin oldukça ilgisini çekmektedir. Ancak sosyal medya kullanımının faydaları olduğu kadar zararları da bulunmaktadır. Sosyal medyada gerektiğinden daha fazla zaman harcayan insanlar, toplumdan kendilerini izole etmekte ve yalnızlıktan zevk almaya başlamaktadır. Bu durum tehlike sinyallerinin çaldığını göstermektedir. Sosyal medya bağımlılığı gerek gençler gerek orta yaşlılar ve bazen yaşlılarda bile bu bağımlılık görülebilen dünyanın en önemli sorunlarından birisidir. Sosyal medyanın etkin kullanımı kişinin birçok bilgiye hem normal yaşamda hem de iş hayatında daha hızlı erişebilmesini sağlamakta olup, sosyal medyanın bundan başka birçok faydasının bulunduğu açıktır. Ancak bu durumu bağımlılık haline getirmek, kişilerin hayattan kopmasına ve yalnızlık hissine kapılmasına sebep olmaktadır. Bu konuyla ilgili olarak yapılan birçok çalışma benzer sonuçlar vermektedir.

3. İŞ YAŞAMINDA YALNIZLIK VE SOSYAL MEDYA BAĞIMLILIĞI İLİŞKİSİ

Bardak ve Alkar (2016)'ın çalışmasında; sosyal ağ sitelerinin kullanılma amaçlarından olan etkileşim ve iletişim, tanıma ve tanınma ve eğitimin, internet bağımlılığıyla ilişkili olduğu ve sosyal ağları tanıma ve tanınma amaçlı kullanılmasıyla eğitim amaçlı kullanılmasının da yalnızlıkla ilişkili olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Ergenlik çağındaki çocuklarda sosyal medya bağımlılığı ile yalnızlık arasındaki ilişkiyi araştıran, Yılmaz ve İnce (2020)'nin ergenlik çağındaki çocuklar üzerinde gerçekleştirilen çalışmasında, çocukların %94,5'i en az bir sosyal medya platformunu günlük düzenli olarak kullandığı, %53,1'i dışı dönük özellik göstermediği, %48,4'ü ilgilerinin ve fikirlerinin çevresindekiler tarafından paylaşılmadığı, %48,3'ü hiç kimsenin kendisini gerçekten iyi tanımadığı ve %46,7'si ise kendisini tek başınaymış gibi hissettiğini belirtmiştir (Yılmaz ve İnce, 2020). Kadınlarda sosyal medya bağımlılığı ve yalnızlık ilişkisinin araştırıldığı başka bir çalışmanın sonuçlarına göre, yaş ve internet bağımlılığı gibi etkenler yalnızlığı tetiklemektedir (Rachubińska vd., 2021). Sosyal medya kullanımı ile yalnızlık ve depresyon arasındaki ilişkinin incelendiği başka bir çalışmanın sonuçlarına göre sosyal medya kullanımının azaltılmasının yalnızlığı azalttığı ve günde yarım saat ile sınırlı tutulan sosyal medya kullanımının refah üzerinde önemli bir iyileşme ile sonuçlandığını göstermektedir (Hunt vd., 2018). Öğrencilerin sosyal medya bağımlılığı ile, sosyal kaygı ve yalnızlık düzeyleri arasındaki ilişkiyi inceleyen bir başka çalışmanın sonuçları, öğrencilerin sosyal medya bağımlılık düzeyleri ile sosyal kaygı ve yalnızlık düzeyleri arasında pozitif bir ilişki olduğunu ve sosyal medya bağımlılığı arttıkça sosyal kaygı ve yalnızlığın da arttığını göstermektedir (Baltacı, 2019). Yalnızlık ve depresyon ilişkisinde sosyal medya bağımlılığının aracılık rolü olup olmadığının incelendiği diğer çalışmadan elde edilen bulgular, yalnızlık ve depresyon arasındaki ilişkide internet bağımlılığının kısmi aracılık rolü bulunduğunu ifade etmektedir. BU sonuca göre ayrıca yalnızlık ve internet bağımlılığının depresyon için risk faktörleri oluşturduğu söylenebilmektedir (Demir ve Kutlu, 2016).

4. YÖNTEM

4.1. Araştırmanın Problemi, Türü ve Amacı

Araştırmanın problemi çalışanların iş yaşamında hissettikleri yalnızlığın, sosyal medya bağımlılığına etkisinin belirlenmesidir. Araştırmanın alt problemi ise; yalnızlık ve sosyal medya bağımlılığı değişkenlerinin demografik değişkenler (yaş, cinsiyet, medeni durum, eğitim durumu, en çok kullanılan sosyal medya aracı, çocuk sahibi olma ve covid 19 öncesinde ve sonrasında iş yerinde sosyal medyada geçirilen süre ile sonrasındaki süre arasındaki fark) bakımından istatistiksel olarak farklılık gösterip göstermediğinin incelenmesidir. Nicel olarak yapılan araştırmada iki değişken arasındaki ilişkiyi belirlemede kullanılan ilişki tarama modeli kullanılmıştır. Verilerin toplanması aşamasında kartopu örneklem yöntemi kullanılan araştırmada iş yaşamında yalnızlığın sosyal medya bağımlılığına etkisinin incelenmesi amaçlanmıştır.

Araştırmada, katılımcıların iş yaşamındaki yalnızlıklarının sosyal medya bağımlılık durumları üzerindeki etkisi ve ayrıca demografik özelliklerine göre özelliklerine göre iş yaşamındaki yalnızlık ve sosyal medya bağımlılığı arasındaki ilişki incelenmiştir. Sosyal medya bağımlılığı ve alt boyutları bağımlı değişken olarak, iş yaşamında yalnızlık ise bağımsız değişken olarak ele alınmıştır. Bu amaçla aşağıdaki hipotezler oluşturulmuştur;

Ana hipotez: iş yaşamında yalnızlığın sosyal medya bağımlılığı üzerinde pozitif yönlü doğrusal bir etkisi vardır.

H1: İş yaşamında yalnızlığın sosyal medya bağımlılığı alt boyutlarından olan sanal tolerans üzerinde pozitif yönlü doğrusal bir etkisi vardır.

H2: İş yaşamında yalnızlığın sosyal medya bağımlılığı alt boyutlarından olan sanal iletişim üzerinde pozitif yönlü doğrusal bir etkisi vardır.

H3: İş yaşamında yalnızlık ile cinsiyet demografik değişkeni arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki vardır.

H4: İş yaşamında yalnızlık ile yaş demografik değişkeni arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki vardır.

H5: İş yaşamında yalnızlık ile medeni durum demografik değişkeni arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki vardır.

H6: İş yaşamında yalnızlık ile eğitim durumu demografik değişkeni arasında istatistiksel olarak anlamlı ilişki vardır.

- H7: İş yaşamında yalnızlık ile meslek demografik değişkeni arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki vardır.
- H8: İş yaşamında yalnızlık ile çocuk sahibi olma demografik değişkeni arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki vardır
- H9: İş yaşamında yalnızlık ile en sık kullanılan sosyal medya aracı demografik değişkeni arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki vardır.
- H10: İş yaşamında yalnızlık ile Covid 19 öncesi ve sonrası sosyal medya kullanım süresindeki değişim arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki vardır.
- H11: Sosyal medya bağımlılığı ile cinsiyet demografik değişkeni arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki vardır.
- H12: Sosyal medya bağımlılığı ile yaş demografik değişkeni arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki vardır.
- H13: Sosyal medya bağımlılığı ile medeni durum demografik değişkeni arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki vardır.
- H14: Sosyal medya bağımlılığı ile eğitim durumu demografik değişkeni arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki vardır.
- H15: Sosyal medya bağımlılığı ile meslek demografik değişkeni arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki vardır.
- H16: Sosyal medya bağımlılığı ile çocuk sahibi olma demografik değişkeni arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki vardır
- H17: Sosyal medya bağımlılığı ile en sık kullanılan sosyal medya aracı demografik değişkeni arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki vardır.
- H18: Sosyal medya bağımlılığı ile Covid 19 öncesi ve sonrası sosyal medya kullanım süresindeki değişim demografik değişkeni arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki vardır.

4.2. Araştırmanın Evreni ve Örneklemi

Araştırmanın evrenini, Aksaray ve Konya illerinde özel sektör ve kamu sektöründe çalışan kişiler oluşturmaktadır. Araştırmanın örneklemini ise 473 kişi oluşturmaktadır. Veriler, Mart- Haziran 2021 tarihlerinde araştırmaya katılmak için gönüllü olup, anket ve ölçekleri eksiksiz dolduran kişilerden toplanmıştır. Büyüköztürk ve arkadaşları (2014: 98)'na göre, 500.000 kişilik bir evrenin temsil edilebilmesi için, 0,05 anlamlılık düzeyinde 665 kişilik bir örneklem büyüklüğü ve 0,01 anlamlılık düzeyinde ise 384 kişilik bir örneklemin büyüklüğü yeterlidir. Ayrıca sosyal bilimler alanında, normal dağılımı temsil etmesi söz konusu olan bir örneklemin 300-400 kişi aralığında bulunmasının ve 100 kişinin altında olmamasının yeterli olduğu kabul edilmektedir (Karasar, 2005: 127).

4.3. Araştırmanın Sınırlılıkları

Araştırma Konya ve Aksaray İllerinde özel sektör ve kamu sektörününün birkaç alanındaki çalışanları içermektedir. Ayrıca araştırmanın belirli bir zaman diliminde toplanan verileri içermesi de araştırmanın başka bir sınırlılığını ifade etmektedir.

4.4. Veri Toplama Araçları

Veriler Google Anket ve Demografik Bilgi Formu, Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği ve UCLA Yalnızlık Ölçeği V3 Kullanılarak Toplanmıştır.

Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği: Şahin ve Yağcı (2017) tarafından geliştirilen ölçek, beşli derecelendirme formundadır. 2 alt boyuta (sanal tolerans ve sanal iletişim) sahip olan ölçeğin, sanal tolerans alt boyutu 1-11'inci maddelerden ve sanal iletişim ise 12-20'nci maddelerden oluşmaktadır. Ölçekte bulunan olumsuz ifadeler olan 5. ve 11. maddelerde ters kodlama yapılmıştır. Ölçekten en düşük 20, en yüksek 100 puan alınabilmekte olup, ölçekten alınan puanın yüksek olması bireyin kendisini "sosyal medya bağımlısı" olarak algıladığı biçiminde değerlendirilmektedir (Şahin ve Yağcı, 2017).

UCLA Yalnızlık Ölçeği V3: Ölçeğin ilk çalışması Russell (1980) tarafından, Türkiye'deki geçerlilik ve güvenilirlik çalışmaları, Demir (1989) tarafından yapılmıştır. Demir tarafından oluşturulan ölçeğin, 10 tanesi düz, 10 tanesi ise ters yönde olmak üzere kodlanan 20 maddesi bulunmaktadır. Ölçeğin ilk çalışmasında bazı kısımlar yeterince anlaşılmadığı için, Russell (1996) tarafından üçüncü sürümü olan UCLA Yalnızlık Ölçeği V3 geliştirilmiştir Ölçek 4'lü Likert tipi olup; 1, 5, 6, 9, 10, 15, 16, 19 ve 20 maddeler tersten puanlanmaktadır ve ölçekten alınan puanlar arttıkça yalnızlık derecesi de artmaktadır (Gökmen, 2019).

4.5. Verilerin Toplanması ve Verilerin Analizi

Veriler online anket yöntemi kullanılarak toplanmış olup, verilerin istatistiksel analizi SPSS 24 paket programı ile gerçekleştirilmiştir. Verilerin normal dağılıma uygunluğuna bakmak için normallik varsayımının sağlanması gerekmektedir. Verilerin normal dağılım göstermesi için değişkenlerin çarpıklık ve basıklık değerlerinin -1,50 ile +1,50 arasında olması gerekmekte olup (Tabachnick ve Fidell, 2013), yapılan test sonucunda çarpıklık ve basıklık değerleri yukarıda belirtilen değerler aralığında olup, örneklemin normal dağılıma uygun olduğu görülmüştür ($p < 0.05$). Verilerin değerlendirilmesinde katılımcılara ilişkin demografik özellikler bağımsız, sosyal medya bağımlılığı ölçeği ve yalnızlık ölçeği toplam puan ortalamaları ise bağımlı değişkenler olarak ele alınmıştır. Verilerin analizinde yüzde, toplam puan, ortalama, bağımsız örneklem T- Testi ve ANOVA testi kullanılmıştır. Sosyal Medya Bağımlılığı ve UCLA Yalnızlık Ölçeği V3 puanları arasındaki ilişkiyi belirlemek için Korelasyon analizi kullanılmıştır. Sosyal medya bağımlılığı ölçeğinin güvenilirliği .87 olarak

hesaplanmıştır. Sosyal medya bağımlılık ölçeğinin alt ölçeklerinin güvenilirliği ise sırasıyla sanal iletişim .81 ve sanal tolerans .78 olarak hesaplanmıştır. Yalnızlık ölçeğinin güvenilirliği ise 0.90'dır.

4.6. Araştırmanın Etik Yönü

Araştırmanın yapılabilmesi için Aksaray Üniversitesi İnsan Araştırmaları Etik Kurulu'ndan yazılı izin alınmıştır (Tarih: 22/02/2021 ve no: 2021/01-110).

5. BULGULAR

Tablo 1, katılımcıların demografik özellikleri ile ilgili frekans analizi sonuçlarını göstermektedir.

Tablo 1. Katılımcıların Demografik Özellikleri (n:473)

Demografik Özellikler		Sayı	Yüzde
Yaş (X=36,07, SS=12,82, min= 19 ve max= 62)	19-40 yaş	347	%73,4
	41-62 yaş	126	%26,6
Cinsiyet	Kadın	299	%63,2
	Erkek	174	%36,8
Medeni durum	Bekar	170	%35,9
	Evli	303	%64,1
Eğitim Durumu	İlköğretim	7	%1,5
	Lise	33	%7
	Önlisans	91	%19,2
	Lisans	169	%35,7
	Lisansüstü	173	%36,6
Meslek	Kamu çalışanı	197	%41,6
	Özel sektör çalışanı	276	%58,4
Çocuk sahibi olma	Hayır	197	%41,6
	Evet	276	%58,4
En çok kullanılan sosyal medya aracı	Twitter	43	%9,1
	Facebook	43	%9,1
	Instagram	305	%64,5
	Youtube	45	%9,5
	Diğer	37	%7,8
Covid-19 öncesinde ve sonrasında bir gün içinde sosyal medyada geçirdiğiniz süre farkı	Evet, şimdi daha fazla	286	%60,5
	Evet, şimdi daha az	17	%3,6
	Hayır fark yok	170	%35,9
Toplam		473	%100

Katılımcıların %73,4'ü 19-40 yaş aralığında olup, %63,2'si kadındır. Katılımcıların % 64,1'i evli, %36,6'sı lisansüstü eğitim görmüş ve %58,4'ü kamuda çalışmaktadır öğrencidir. Ayrıca %60,5'i covid-19 sonrasında iş yerinde sosyal medyada daha fazla zaman geçirdiğini ve en sık kullandıkları sosyal medya aracının instagram olduğunu (%64,5) belirtmiştir.

Tablo 2. Katılımcıların sosyal medya bağımlılık ölçeği ve yalnızlık ölçeği puan ortalamalarını göstermektedir.

Tablo.2 Katılımcıların Sosyal Medya Bağımlılık Ölçeği ve Yalnızlık Ölçeği Puan Ortalamaları

Ölçek ve Alt Ölçekler	Ortalama±SS	Min, Max
Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği Toplam	47,03±11,91	20-85
Sanal Tolerans Alt Ölçeği	25,80±6,88	11-47
Sanal İletişim Alt Ölçeği	21,23±5,99	9-39
Yalnızlık Ölçeği Toplam	37,75±8,49	20-60

Öğrencilerin Yalnızlık ölçeği toplam puanı ortalamaları incelendiğinde, 37,75±8,49 olduğu belirlenmiştir (Tablo 2). Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği toplam puanları incelendiğinde; toplam puan için 47,03± 11,91; alt ölçekler için sırasıyla sanal tolerans 25,80±6,88 ve sanal iletişim ise 21,23±5,99'dur.

Tablo 3, katılımcıların iş yaşamında yalnızlık ve sosyal medya bağımlılığı ölçek puanlarını etkileyen faktörleri göstermektedir.

Tablo 3. Katılımcıların İş Yaşamında Yalnızlık ve Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçek Puanlarını Etkileyen Faktörler

Değişkenler	Yalnızlık Ölçeği Ölçeği		Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği		
	X	SS	X	SS	
Yaş	19-40 yaş	38,70	8,64	48,19	12,03
	41-62 yaş	35,16	7,50	37,80	10,99
	Z*	4,075		3,566	

	P	0,000		0,000	
Cinsiyet	Kadin	37,76	8,64	47,76	12,18
	Erkek	37,77	8,26	45,77	11,35
	Z*	-0,009		1,759	
	P	0,993		0,079	
Medeni durum	Bekar	40,20	8,32	49,05	11,87
	Evli	36,39	11,51	45,90	11,80
	Z*	4,775		2,778	
	P	0,000		0,006	
Eğitim durumu	İlköğretim	36,42	5,85	47,28	11,72
	Lise	36,78	8,46	42,69	10,39
	Önlisans	38,04	8,75	48,39	12,16
	Lisans	37,97	8,81	49,03	11,84
	Lisansüstü	37,65	8,19	45,18	11,74
	X ^{2*}	0,209		3,709	
	p	0,933		0,006	
Meslek	Özel sektör	37,55	8,94	46,62	12,28
	Kamu çalışanı	38,06	7,82	47,61	11,37
	Z*	-0,650		-0,892	
	p	0,516		0,373	
Çocuk sahibi olma	Hayır	39,22	8,77	48,55	11,89
	Evet	36,72	8,14	45,94	11,82
	Z*	3,195		2,359	
	P	0,001		0,019	
En çok kullanılan sosyal medya aracı	Twitter	39,34	8,38	48,65	10,66
	Facebook	34,83	7,48	46,44	9,92
	Instagram	37,99	8,58	48,18	12,11
	Youtube	38,60	8,02	45,13	11,54
	Diğer	36,45	9,04	38,70	11,00
	X ^{2*}	2,049		5,987	
	P	0,086		0,000	
Covid-19 öncesinde ve sonrasında iş yerinde sosyal medyada geçirdiğiniz süre arasında fark durumu	Şimdi daha fazla	37,82	8,20	49,93	11,55
	Şimdi daha az	39,23	7,80	42,17	11,37
	Hayır yok	37,52	9,05	42,64	11,08
	X ^{2*}	0,329		23,507	
	p	0,720		0,000	

Yapılan analiz sonucunda, katılımcıların yalnızlık puan ortalamalarını yaş, medeni durum, ve çocuk sahibi olma durumu demografik değişkenleri etkilemekte iken; yaş, medeni durum, eğitim durumu, çocuk sahibi olma durumu, en çok kullanılan sosyal medya aracı ve Covid-19 öncesi ve sonrasında iş yerinde sosyal medyada geçirilen süre demografik değişkenleri ise sosyal medya bağımlılık puan ortalamalarını etkilemektedir. Bu bulgulara göre H1, H4, H5, H8, H12, H13, H16, H17 ve H18 kabul edilmiştir.

Araştırmada, yabancı literatürdeki çalışmalardan Türkçe'ye çevrilmiş, geçerliliği ve güvenilirliği Türkiye'de yapılan ölçekler katılımcılara uyarlandığından ölçeklerin yapı geçerliliklerini test ederek faktör yapılarını belirlemek için Açıklayıcı Faktör Analizi'nin yapılması uygun görülmüştür (Büyüköztürk, 2002: 472; Yaşlıoğlu, 2017: 75). AFA bulguları Tablo 4'te verilmektedir.

Tablo 5, Katılımcıların puan ortalamaları arasındaki ilişkiyi göstermektedir.

Tablo.5. Katılımcıların Ölçeklerin Puan Ortalamaları Arasındaki İlişki

		Sanal İletişim Alt Ölçeği	Sanal Tolerans Alt Ölçeği	Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği
Ucla	r			
Yalnızlık Ölçeği		0,286**	0,330**	0,335**
	p	0,000	0,000	0,000

Korelasyon analizi sonucunda (Tablo 5), iş yaşamında yalnızlık ile sosyal medya bağımlılığı arasında pozitif yönlü bir ilişki bulunmuştur ($p < 0,05$). Bu bulguya göre iş yaşamında hissedilen yalnızlık puanı arttıkça, sosyal medya bağımlılık puanı artmakta ve tam tersi olarak iş yaşamında yalnızlık azaldıkça sosyal medya bağımlılığı azalmaktadır. Bunun yanı sıra sosyal

medya bağımlılığının alt boyutlarından olan sanal iletişim ve sanal tolerans ile yalnızlık arasında da pozitif yönlü bir ilişki bulunmuştur. Bu, sanal tolerans ve sanal iletişim arttıkça yalnızlığın da artması anlamına gelmektedir.

İş yaşamında yalnızlığın, sosyal medya bağımlılığına etkisinin belirlenmesi için çoklu regresyon analizi yapılması gerekmektedir. Verilerin çoklu regresyon analizi ile analiz edilebilmesi için gerekli koşullardan ilki, bağımsız ile bağımlı değişkenler arasında doğrusal ilişkinin bulunmasıdır. Tablo 5, bu ilişkiyi doğrulamaktadır. Çoklu regresyon analizinin ikinci koşulu, bağımsız değişkenler arasında çoklu bağıntının bulunmaması olup; bunu ortaya koyabilmek için, bağımsız değişkenler arasındaki korelasyon değerlerinin incelenmesi ve incelenen değerlerin 0,80'den düşük olması gerekmektedir.

Tablo.6 modellerin değişkenleri arasındaki ilişkiyi göstermektedir.

Tablo.6 Modellerin Değişkenleri Arasındaki İlişkiler

Bağımsız Değişkenler		1	2
Sanal Tolerans	r	1	-
	p	0,000	
Sanal İletişim	r	0,708**	1
	P	0,000	

Bağımsız değişkenler arasındaki korelasyon değerlerine bakıldığında, $p < 0,01$ anlamlılık düzeyi için korelasyon değerleri 0,80 değerinin altındadır. Bu durum bağımsız değişkenler arasında çoklu bağıntının olmadığını göstermektedir. Bağımsız değişkenler arasındaki korelasyondan başka, üçüncü koşul olarak VIF (Varyans Büyüme Faktörü) değerinin 10'dan küçük olması gerekmektedir. Araştırmamızdaki bağımsız değişkenlerin varyans değerleri (sanal tolerans: 2,004 ve sanal iletişim 2,004), 10 değerinden küçüktür. Ayrıca verilere çoklu regresyon yapılabilmesi için bir diğer şart hata terimlerinin varyansının sabit olması olup, serpilme diyagramlarında, hata terimlerinin sabit olmadığına ilişkin bir bulgu görülmektedir. Çoklu regresyon analizinin yapılabilmesinin bir diğer koşulu ise hata terimleri arasında ilişki bulunmamasıdır. Ancak bu koşula zaman serisi durumunda bakılmakta ve bu araştırmada yer alan ve çoklu regresyona tabi tutulan değişkenler, zaman serisi özelliği göstermemektedir. Sonuç olarak elde edilen bütün bulgular regresyon analizinin bütün koşullarının sağlandığını göstermektedir.

Tablo 7. Çoklu regresyon analizi sonuçlarını göstermektedir.

Tablo.7 Çoklu Regresyon Analizi

Değişken	Katsayı	S.Hata	BETA	%95 Güven Sınırları		t	p
				Alt Sınır	Üst Sınır		
Sanal Tolerans	0,314	0,076	0,255	0,165	0,463	4,148	0,000
Sanal İletişim	0,149	0,087	0,106	-0087	0,321	1,718	0,087
R=0,338 R ² =0,114 (F=30,293 p=0,000)							
Bağımlı Değişken: Yalnızlık							

Tablo 7'ye bakıldığında sanal iletişim ile yalnızlık arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki bulunmamıştır ($p > 0,05$). Ancak sanal tolerans ile yalnızlık arasında pozitif yönde (Beta katsayısı:0,314) ve anlamlı ($p < 0,05$) bir ilişki olduğu görülmektedir. R değeri sosyal medya bağımlılığının yalnızlığı %33,8 oranında açıkladığı anlamına gelmektedir. Bu bulguya göre sosyal medya bağımlılığının yalnızlık üzerindeki etkisi %33,8'dir ve iş yaşamında yalnızlık sosyal medya bağımlılığını pozitif yönde etkilemektedir.

6. SONUÇ VE ÖNERİLER

Bu araştırma iş yaşamında yalnızlığın, sosyal medya bağımlılığı üzerindeki etkisini belirlemek amacıyla yapılmıştır. Elde edilen bulgulara göre, iş yerinde yalnızlık sosyal medya bağımlılığını pozitif yönde etkilemektedir. Ayrıca yalnızlık ölçeği ve sosyal medya bağımlılık ölçeği ve alt ölçek puan ortalamalarına bakıldığı zaman, katılımcılarının sosyal medya bağımlılık düzeyleri ve yalnızlık düzeylerinin orta seviyede olduğu belirlenmiştir.

Yapılan karşılaştırmalarda, cinsiyete, eğitime durumuna, en çok kullanılan sosyal medya aracına, mesleğe ve covid 19 öncesi ve sonrası iş yerinde sosyal medyada geçirilen süreye göre yalnızlık puan ortalamalarında istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmamıştır ($p > 0,05$). Yalnızlık ölçeği puan ortalamalarını ise, yaş, medeni durum, çocuk sahibi olma durumu etkilemektedir ($p < 0,05$). 19-40 yaş aralığındaki katılımcıların 41-62 yaş aralığındaki çalışanlardan, bekarların evlilerden, çocuk sahibi olmayanların olanlardan daha yalnız olduğu bulgusuna ulaşılmıştır. Ayrıca yapılan karşılaştırmalarda, cinsiyete ve mesleğe göre sosyal medya bağımlılığı puan ortalamalarında istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmamıştır ($p > 0,05$). Sosyal medya bağımlılığı puan ortalamalarını yaş, medeni durum, eğitim durumu, çocuk sahibi olma durumu, en çok kullanılan sosyal medya aracı, Covid 19 öncesi ve sonrası iş yerinde sosyal medyada geçirilen zaman etkilemektedir. Twitter, facebook ve instagram kullanıcılarının diğer sosyal medya araçlarını kullananlardan ve Covid 19 sonrası sosyal medyada geçirilen zamanın öncesinden daha fazla olduğunu söyleyenlerin aksini söyleyenlerden daha fazla sosyal medya bağımlılığı yaşadığı belirlenmiştir. Aktan

(2018)'in çalışmasında katılımcıların sosyal medya bağımlılık düzeyleri, çalışmamızdan farklı olarak daha az olarak bulunmuştur. Balcı vd., (2020)'nin çalışmasında da çalışmamızdan farklı olarak katılımcıların sosyal medya bağımlılığı ortanın altında olarak bulunmuştur. Ayrıca Sağar (2019)'un çalışmasında katılımcıların sosyal medya bağımlılıklarının genel olarak düşük düzeyde olduğu belirlenmiştir. Demir ve Kumcağız (2019), Balcı ve Baloğlu (2018), Baz (2018), Kırık vd., (2015) ve Balcı vd., (2020)'nin çalışmasında, çalışmamıza benzer olarak sosyal medya bağımlılığının cinsiyete göre farklılaşmadığı bulgusuna ulaşılmıştır. Bardak ve Alkar (2016), Ünlü (2018), Çiftçi (2018), Yüksel vd., (2020), Güleriyüz vd., (2020) ve Özdemir (2019)'in çalışmasında çalışmamızdan farklı olarak erkeklerin sosyal medya bağımlılığının kadınlardan fazla olduğu bulgusuna ulaşılmıştır. Harmancı vd., (2019)'nin çalışmasına göre kadınların sosyal medya bağımlılığı yine çalışmamızdan farklı olarak erkeklerden daha fazla olarak bulunmuştur. Araştırma sonuçlarının farklı çıkması, örnekleme alınan grupların kültür ve çevresel etkenlerinin farklılığı ile açıklanabilmektedir. Balcı vd., (2020) ve Yüksel vd., (2020)'nin çalışmasında çalışmamıza benzer olarak yaş arttıkça bağımlılığın azaldığı yani gençlerin sosyal medya bağımlılığının daha fazla olduğu bulgusuna ulaşılmıştır. Güleriyüz vd., (2020)'nin çalışmasında çalışmamıza benzer olarak gençlerin sosyal medya bağımlılığının daha fazla olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Araştırma sonuçlarının benzer çıkması, genç yaştaki çalışanların sosyal medyada daha fazla vakit geçirmeleri, işlerinin büyük bir kısmını sosyal medya araçları yardımıyla halledebilecek durumda olmaları ile açıklanabilmektedir. Yüksel vd., (2020)'nin çalışmasında, çalışmamıza benzer olarak bekarların evlilere göre sosyal medya bağımlılığının daha fazla olduğu bulgusuna ulaşılmıştır. Güleriyüz vd., (2020)'nin çalışmasında ise sosyal medya bağımlılık düzeylerinde mesleki açıdan farklılık bulunduğu ve esnafın sosyal medya bağımlılığının yüksek olduğunu görülmektedir. Yüksel vd., (2020)'nin çalışmasında, çalışmamızdan farklı olarak cinsiyet değişkeni farklılık göstermekte olup kadınların erkeklerden daha yalnız olduğu bulgusuna ulaşılmıştır. Yine çalışmamızdan farklı olarak Atlı vd., (2015)'nin çalışmasında erkeklerin kadınlara göre yalnızlık düzeylerinin yüksek olduğu bulgusuna ulaşılmıştır. Danış vd., (2015), Yılmaz ve Aslan (2013), Oğuz ve Kalkan (2014), Gafa ve Dikmenli (2019) ve Yöyen (2017)'nin çalışmasında araştırmamıza benzer olarak cinsiyet ile yalnızlık arasında ilişki olmadığı bulgusuna ulaşılmıştır. Yöyen (2017) ve Demirbaş ve Haşid (2016)'in çalışmasında çalışmamızdan farklı olarak yaş ile yalnızlık düzeyi arasında bir ilişki bulunmadığı sonucuna ulaşılmıştır. Gafa ve Dikmenli (2019)'un çalışmasında, çalışmamızdan farklı olarak medeni durum ile yalnızlık arasında bir ilişki bulunmamıştır. Ayrıca Demirbaş ve Haşid (2016)'in çalışmasında evlilerin bekarlara göre kendilerini daha yalnız hissettikleri bulgusuna ulaşılmıştır. Alqahtani vd (2020)'nin öğrenciler üzerinde yaptıkları çalışmanın sonuçlarına göre katılımcıların çoğunluğu sosyal medya bağımlılığı yaşamamakta olup, orta düzeyde yalnızlık hissetmekte ancak sosyal medya bağımlılığı ile yalnızlık arasında ilişki bulunmamaktadır. Yetişkinler üzerinde gerçekleştirilen başka bir çalışmanın sonuçları, çalışmamıza benzer olarak sosyal medya bağımlılığının var olduğunu ve çalışmamızdan farklı olarak kadınların erkeklerden daha fazla yalnızlık yaşadığını göstermektedir (Youssef vd., 2020).

7. ÖNERİLER

Bu araştırma, katılımcıların sosyal medyada fazla zaman geçirdikleri ve bu durumun iş yeri yalnızlığına neden olduğunu ortaya koymaktadır. Ayrıca araştırma sonuçlarına göre; iş yerindeki yalnızlık ile sosyal medya bağımlılığı arasında pozitif yönlü bir ilişkinin olduğu belirlenmiştir. Bu bulgular doğrultusunda, Covid-19 sürecinde ve normal yaşamda, iş yerlerinde derin bir yalnızlık duygusuna kapılıp, zamanlarının çoğunu sosyal medyada geçirdikleri ortaya çıkmıştır. Sosyal medya bağımlılığının önüne geçilmesi sosyalleşmeyi ve kişiler arası iletişimi destekleyeceğinden iş yerindeki yalnızlığın da bu doğrultuda azalması beklenmektedir. Kişilere evde ve iş ortamında kitap okunması, sosyal medyanın bağımlılık düzeyine varmadan, daha etkin şekilde ve daha faydalı işler için kullanılması, çeşitli hobiler edinilmesi, spor yapılması, internet ortamından sosyal ve bilimsel etkinliklere katılması önerilmektedir.

YAZAR BEYANI

Yazar Beyanı: Araştırmacılar çalışmaya ortak derecede katkı sunmuş olup, çalışmaya katkı sunani maddi destek olan kişi, kurum ya da kuruluş bulunmamaktadır.

Araştırma ve Yayın Etiği Beyanı: Bu çalışma bilimsel araştırma ve yayın etiği kurallarına uygun olarak hazırlanmıştır.

Etik Kurul Onayı: Araştırmanın yapılabilmesi için Aksaray Üniversitesi İnsan Araştırmaları Etik Kurulu'ndan yazılı izin alınmıştır (Tarih: 22/02/2021 ve no: 2021/01-110).

Yazar Katkı Beyanı: Yazarlar çalışmanın tümünü birlikte ve eşit katkı oranıyla gerçekleştirmiştir.

Çıkar Çatışması Beyanı: Yazarlar açısından ya da üçüncü taraflar açısından çalışmadan kaynaklı çıkar çatışması bulunmamaktadır.

KAYNAKÇA

- Akçit, V & Barutçu, E. (2017). The Relationship Between Performance and Loneliness at Workplace: A Study on Academicians, *European Scientific Journal*, 235-243.
- Aktan, E. (2018). Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Medya Bağımlılık Düzeylerinin Çeşitli Değişkenlere Göre İncelenmesi, *Erciyes İletişim Dergisi*, 5(4) 405-421.
- Alqathani, F, A, Alqarni, H, M, Alotaibi, B, S, Fattah, F, S & Alhanawany, M, H. (2020). Relationship between Level of Internet Addiction, Loneliness and Life Satisfaction among College of Health and Rehabilitation Sciences Students' at Princess NourahBint Abdulrahman University, *MHJ Menoufia Nursing Journal*, 5(2), 55-74.
- Andressan, S, C, Pallesan, S & Griffiths, D, M. (2017). The Relationship Between Addictive Use Of Social Media, Narcissism, And Self-Esteem: Findings From A Large National Survey, *Addictive Behaviors*, 64, 287-293.
- Atli, A, Keldal, G & Sonar, O. (2015). Üniversite Öğrencilerinin Yabancılaşma İle Yalnızlık Düzeyleri Arasındaki İlişki (The Relationship Between The Levels Of University Students' Alienation and Loneliness), *Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 12(29) 149-160.
- Balcı, Ş, Karakoç, E & Ögüt, N. (2020). Sağlık Çalışanları Arasında Sosyal Medya Bağımlılığı: İki Boyutlu Benlik Saygısının Rolü, *Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 33, 296-317.
- Balcı, Ş & Baloğlu, E. (2018). Sosyal Medya Bağımlılığı ile Depresyon Arasındaki İlişki: Üniversite Gençliği Üzerine Bir Saha Araştırması, *İleti-ş-im*, 29, 219-233.
- Baltacı, Ö. (2019). The Predictive Relationships Between The Social Media Addiction and Social Anxiety, Loneliness, And Happiness. *International Journal Of Progressive Education*, 15(4), 73-82.
- Bardak, F & Alkar, Y, Ö. (2016) Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Ağları Kullanım Amaçlarına Göre İnternet Bağımlılığı ve Yalnızlık Düzeyleri Arasındaki İlişkinin İncelenmesi, *Bağımlılık Dergisi*, 17(2) 55-65.
- Baz, Ç, F. (2018). Sosyal Medya Bağımlılığı: Üniversite Öğrencileri Üzerine Çalışma, *Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi*, 8(9) 16, 276-295.
- Büyükköztürk, Ş., Çakmak, E. K., Akgün, Ö. E., Karadeniz, Ş & Demirel, F. (2014). Bilimsel Araştırma Yöntemleri, Ankara: Pegem Akademi, 16.Baskı.
- Büyükköztürk, Ş. (2002). Faktör Analizi: Temel Kavramlar ve Ölçek Geliştirme Kullanımı. *Kuram ve Uygulamada Eğitim Yönetimi*, (32), 470-483
- Çakır, Ö & Oğuz, E. (2017). Lise Öğrencilerinin Yalnızlık Düzeyleri ile Akıllı Telefon Bağımlılığı Arasındaki İlişki, *Mersin Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 13(1), 418-429.
- Çiftçi, H. (2018). Üniversite Öğrencilerinde Sosyal Medya Bağımlılığı, *Manas Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 7(4), 417-434.
- Dahlberg, K. (2007). The enigmatic phenomenon of loneliness, *International Journal of Qualitative Studies on Health and Well-being*, 2, 195-207.
- Danış, Z, M, Yıldız, R, Tekin, E, H & Alkan, P. (2015). Sosyal Hizmet Öğrencilerinin Yalnızlık Düzeyleri ve Bunu Etkileyen Faktörler: Sakarya Örneği, *Yalova Sosyal Bilimler Dergisi*, 8(14) 9-22.
- Demir, A (1989). U.C.L.A. Yalnızlık Ölçeğinin Geçerlik ve Güvenirliği, *Psikoloji Dergisi*, 7(23), 14-18.
- Demir, Y & Kumcağız, H. (2019). Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Medya Bağımlılığının Farklı Değişkenler Açısından İncelenmesi, *Türk Psikolojik Danışma ve Rehberlik Dergisi*, 9(52), 23-42.
- Demir, Y., & Kutlu, M. (2016). The Relationship Between Loneliness and Depression: Mediation Role Of Internet Addiction. *Educational Process: International Journal*, 5(2), 97-105.
- Demirbaş, B & Haşid, G. (2016). İş Yerinde Yalnızlık ve İşten Ayrılma Niyetine Etkisi: Akademisyenler Üzerine Bir Uygulama, *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 16(1), 137-158.
- Field, A. 2009). *Discovering statistics using SPSS (Third Edition)*. California: SAGE Publications, Inc.
- Gafa, İ & Dikmenli, Y. (2019). Sınıf Öğretmenlerinin İş Doyumu ve İş Yaşamındaki Yalnızlık Düzeylerinin İncelenmesi, *Ahi Evran Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi (AEÜSBED)*, 5(1) 131-150.
- Gökmen, T, F. (2019). Çevrim İçi Video Oyunu Oynayan Ergenlerin Çevrim İçi Kimlik Keşfi, Sosyal Yetkinlikleri, Yalnızlık ve Yalnızlıktan Kaçış Düzeyleri İle Aşırı Çevrim İçi Oyun Kullanımı Arasındaki İlişkilerin İncelenmesi, Yüksek Lisans Tezi, Ufuk Üniversitesi, Psikoloji Bilim Dalı, İstanbul.
- Guo, L. (2020). The Effect of Workplace Loneliness on Silence Behavior -The Role of Team-Member Exchange and Psychological Capital, *Psychology*, 11, 467-479.
- Güteryüz, S, Esentaş, M, Yıldız, K & Güzel, P. (2020). Sosyal İzolasyon Sürecindeki Bireylerin Serbest Zaman Değerlendirme Biçimleri: Sosyal Medya Kullanım Amaçları İle Sosyal Medya Bağımlılığı İlişkisinin İncelenmesi, *FOCUSS Spor Yönetimi Araştırmaları Dergisi*, 1(1), 31-45.
- Hair Jr , J. F., Black, W., Babin , B. J., ve Anderson, R. (2014). *Multivariate Data Analysis (Seventh Edition)*. Harlow: Pearson Education Limited.
- Harmancı, H, Dayıoğlu, H, & Kırkpınar, S. N. (2019). Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Medya Bağımlılığı ile Olumlu Değerlendirilme Korkusu ve Olumsuz Değerlendirilme Korkusu Arasındaki İlişkinin İncelenmesi, *Karatay Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 3, 242-255.
- Hunt, M. G., Marx, R., Lipson, C., & Young, J. (2018). No More FOMO: Limiting Social Media Decreases Loneliness And Depression. *Journal Of Social And Clinical Psychology*, 37(10), 751-768.
- Karasar, N. (2005). *Bilimsel Araştırma Yöntemi*. 15. Baskı. Nobel Yayın Dağıtım, Ankara.
- Kaymaz, K, Eroğlu, U & Sayılar, Y. (2014). Effect of Loneliness at Work on the Employees' Intention to Leave, İş, Güç Endüstri İlişkileri ve İnsan Kaynakları Dergisi, 16(1), 38-53.
- Kırık, M, A, Arslan, A, Çetinkaya, A & Gül, M. (2015). A Quantitative Research on the Level of Social Media Addiction among Young People in Turkey, *International Journal of Science Culture and Sport (IntJSCS)*, 3(3), 108-122.
- Oğuz, E & Kalkan, M (2014). Relationship between Loneliness and Perceived Social Support of Teachers in the Workplace, *Elementary Education Online*, 13(3), 787-795.
- Özdemir, Z. (2019). Üniversite Öğrencilerinde Sosyal Medya Bağımlılığı, *Beykoz Akademi Dergisi*, 7(2), 91-105.
- Rachubińska, K, Cybulska, A, Szkup, M & Grochans, E. (2021). Analysis Of The Relationship Between Personality Traits And Internet Addiction, *European Review for Medical and Pharmacological Sciences*, 25, 2591-2599.
- Russell D.W. (1996). UCLA Loneliness Scale (Version 3): Reliability, Validity, And Factorstructure, *Journal Of Personality Assessment*, 66, 20-40.

- Russell, D., Peplau, L. A., & Cutrona, C. E. (1980). The revised UCLA Loneliness Scale: Concurrent and discriminant validity evidence. *Journal of Personality and Social Psychology*, 39(3), 472-480.
- Sagar, E, M. (2018). Yetişkin Bireylerde Sosyal Medya Bağımlılığının İrdelenmesi, Sağlık Bilimlerinde Eğitim Dergisi, 1(1), 29- 42.
- Singer, C (2018). Health Effects of Social Isolation and Loneliness, *Journal Of Aging Life Care*, 28(2), 4-8.
- Şahin, C & Yağcı, M. (2017). Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği- Yetişkin Formu: Geçerlilik ve Güvenirlik Çalışması, Ahi Evran Üniversitesi Kırşehir Eğitim Fakültesi Dergisi (KEFAD), 18(1), 523-538.
- Tabachnick, B. G., & Fidell, L. S. (2013). *Using multivariate statistics* (6th ed.), Boston: Allyn and Bacon.
- TÜİK, (2021). [https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Hanehalki-Bilisim-Teknolojileri-\(BT\)-Kullanim-Arastirmasi-2019-30574](https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Hanehalki-Bilisim-Teknolojileri-(BT)-Kullanim-Arastirmasi-2019-30574). Erişim Tarihi:15.07.2021.
- Ünlü, F. (2018). Orta Yaş Üstü Bireylerde Sosyal Medya Bağımlılığı ve Sosyal İzolasyon *Social Media Dependence and Social Insulation in Above Intermediate*, Pesa Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi, 4(1), 161-172.
- Yakut, E., & Kuru, Ö. (2020). Sosyal Medya Bağımlılığı İle Akademik Erteleme Davranışı Arasındaki İlişkide Sosyal Medya Kullanım Amaçlarının Rolü: Bir Yapısal Eşitlik Modeli Çalışması. *Business & Management Studies: An International Journal*, 8(2), 2193-2214.
- Yaşar, R. (2007). Yalnızlık, Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 17(1), 237-260.
- Yaşloğlu, M. M. (2017). Sosyal Bilimlerde Faktör Analizi ve Geçerlilik: Keşfedici Ve Doğrulayıcı Faktör Analizlerinin Kullanılması. *İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi Dergisi*, 46(Özel Sayı), 74-85.
- Yılmaz, E & Aslan, H. (2013). Öğretmenlerin İş Yerindeki Yalnızlıkları ve Yaşam Doyumları Arasındaki İlişkinin İncelenmesi, Pegem Eğitim ve Öğretim Dergisi, 3(3), 59-69.
- Yılmaz, M & İnce, M. (2020). Ergenlik Çağındaki Çocukların Sosyal Medya Kullanım Alışkanlıklarının Yalnızlaşmaya Etkisi, Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi (E-Gifder), 8(2), 1111-1144.
- Youssef, L, Hallit, R, Kheir, N, Obeid, S & Hallit, S. (2020). Social Media Use Disorder And Loneliness: Any Association Between The Two? Results Of A Cross-Sectional Study Among Lebanese Adults, *BMC Psychology*, 8(56), 1-7.
- Yöyen, E. (2017). Üniversite Öğrencilerinin Benlik Saygısı ve Yalnızlık Düzeylerinin İncelenmesi, Kastamonu Eğitim Dergisi, 25 (6), 2185- 2198.
- Yüksel, Y, M, Çini, A & Yasak, B (2020). Genç Yetişkinlerde Sosyal Medya Bağımlılığı Yalnızlık ve Yaşam Doyumunun İncelenmesi, Atatürk Üniversitesi Kazım Karabekir Eğitim Fakültesi Dergisi, (40), 66-85.