



**ÜNİVERSİTE ÖĞRENCİLERİNİN SOSYAL MEDYADA
GEÇİRDİKLERİ ZAMAN İLE YALNIZLIK
DURUMLARI ARASINDAKİ İLİŞKİNİN İNCELENMESİ**

Hilal ÇALIŞIR

**Yüksek Lisans Tezi
Yönetim Bilişim Sistemleri Anabilim Dalı
Prof. Dr. Üstün ÖZEN
2019
Her Hakkı Saklıdır**

T.C.
ATATÜRK ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
YÖNETİM BİLİŞİM SİSTEMLERİ ANABİLİM DALI

Hilal ÇALIŞIR

ÜNİVERSİTE ÖĞRENCİLERİNİN SOSYAL MEDYADA GEÇİRDİKLERİ
ZAMAN İLE YALNIZLIK DURUMLARI ARASINDAKİ İLİŞKİNİN
İNCELENMESİ

YÜKSEK LİSANS TEZİ

TEZ YÖNETİCİSİ
Prof. Dr. Üstün ÖZEN

ERZURUM-2019



T.C.
ATATÜRK ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
TEZ BEYAN FORMU



SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ MÜDÜRLÜĞÜNE

BİLDİRİM

Atatürk Üniversitesi Lisansüstü Eğitim ve Öğretim Uygulama Esaslarının ilgili maddelerine göre hazırlamış olduğum “ÜNİVERSİTE ÖĞRENCİLERİNİN SOSYAL MEDYADA GEÇİRDİKLERİ ZAMAN İLE YALNIZLIK DURUMLARI ARASINDAKİ İLİŞKİNİN İNCELENMESİ” adlı tezin/raporun tamamen kendi çalışmam olduğunu ve her alıntıya kaynak gösterdiğimi taahhüt eder, tezin/raporumun kâğıt ve elektronik kopyalarının Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü arşivlerinde aşağıda belirttiğim koşullarda saklanmasına izin verdiğimi onaylarım:

*Lisansüstü Eğitim ve Öğretim Uygulama Esaslarının ilgili maddeleri uyarınca gereğinin yapılmasını arz ederim *.*

Tezimin/Raporumun tamamı her yerden erişime açılabilir.

Tezimin/Raporumun makale için **altı ay**, patent için **iki yıl** süreyle erişiminin ertelenmesini istiyorum.

16.07.2019

Hilal ÇALIŞIR

* LİSANSÜSTÜ TEZLERİN ELEKTRONİK ORTAMDA TOPLANMASI, DÜZENLENMESİ VE ERİŞİME AÇILMASINA İLİŞKİN YÖNERGE

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

Çeşitli ve Son Hükümler

Lisansüstü tezlerin erişime açılmasının ertelenmesi **MADDE 6– (1)** Lisansüstü teze ilgili patent başvurusu yapılması veya patent alma sürecinin devam etmesi durumunda, tez danışmanının önerisi ve enstitü anabilim dalının uygun görüşü üzerine enstitü veya fakülte yönetim kurulu iki yıl süre ile tezin erişime açılmasının ertelenmesine karar verebilir.

(2) Yeni teknik, materyal ve metotların kullanıldığı, henüz makaleye dönüşmemiş veya patent gibi yöntemlerle korunmamış ve internetten paylaşılması durumunda 3. şahıslara veya kurumlara haksız kazanç imkanı oluşturabilecek bilgi ve bulguları içeren tezler hakkında tez danışmanının önerisi ve enstitü anabilim dalının uygun görüşü üzerine enstitü veya fakülte yönetim kurulunun gerekçeli kararı ile altı ayı aşmamak üzere tezin erişime açılması engellenebilir.

Gizlilik dereceli tezler MADDE 7– (1) Ulusal çıkarları veya güvenliği ilgilendiren, emniyet, istihbarat, savunma ve güvenlik, sağlık vb. konulara ilişkin lisansüstü tezlerle ilgili gizlilik kararı, tezin yapıldığı kurum tarafından verilir. Kurum ve kuruluşlarla yapılan işbirliği protokolü çerçevesinde hazırlanan lisansüstü tezlere ilişkin gizlilik kararı ise, ilgili kurum ve kuruluşun önerisi ile enstitü veya fakültenin uygun görüşü üzerine üniversite yönetim kurulu tarafından verilir. Gizlilik kararı verilen tezler Yükseköğretim Kuruluna bildirilir.

(2) Gizlilik kararı verilen tezler gizlilik süresince enstitü veya fakülte tarafından gizlilik kuralları çerçevesinde muhafaza edilir, gizlilik kararının kaldırılması halinde Tez Otomasyon Sistemine yüklenir.



T.C.
ATATÜRK ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ



TEZ KABUL TUTANAĞI

SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ MÜDÜRLÜĞÜNE

Prof. Dr. Üstün ÖZEN danışmanlığında, Hilal ÇALIŞIR tarafından hazırlanan bu çalışma 16/ 07/ 2019 tarihinde aşağıda isimleri yazılı jüri tarafından. Yönetim Bilişim Sistemleri Anabilim Dalı'nda Yüksek Lisans Tezi olarak kabul edilmiştir.

Başkan : Prof. Dr. Üstün ÖZEN

İmza:

Jüri Üyesi : Doç. Dr. Hüseyin DAŞTAN

İmza:

Jüri Üyesi : Dr. Öğr. Üyesi A. Kamil KABAKUŞ

İmza:

Prof. Dr. Sait UYLAŞ

Enstitü Müdürü

İÇİNDEKİLER

ÖZET.....	V
ABSTRACT.....	VI
ŞEKİLLER DİZİNİ.....	VII
TABLolar DİZİNİ.....	VIII
ÖNSÖZ.....	X
GİRİŞ.....	1

BİRİNCİ BÖLÜM

SOSYAL MEDYA VE YALNIZLIK

1.1. SOSYAL MEDYA.....	4
1.1.1. Sosyal Medya Kavramı.....	4
1.1.2. Sosyal Medyanın Tarihçesi.....	5
1.1.3. Sosyal Paylaşım Ağları.....	6
1.1.3.1. Facebook.....	7
1.1.3.2. Instagram.....	8
1.1.3.3. Twitter.....	10
1.1.3.4. Youtube.....	11
1.1.3.5. LinkedIn.....	13
1.1.3.6. Snapchat.....	14
1.2. YALNIZLIK.....	15
1.2.1. Yalnızlık Kavramı ve Yalnızlıkla İlgili Yapılan Tanımlar.....	15
1.2.2. Yalnızlığın Kuramsal Yaklaşımları.....	17
1.2.2.1. Psikodinamik Yaklaşım.....	17
1.2.2.2. Varoluşçu Yaklaşım.....	17
1.2.2.3. Bilişsel Yaklaşım.....	18
1.2.2.4. Bilişsel-Davranışçı Yaklaşım.....	19
1.2.2.4. Rogers'in Danışman Merkezli Yaklaşımı.....	20
1.2.3. Yalnızlık Türleri.....	21
1.2.3.1. Derin Yalnızlık.....	21
1.2.3.2. Sosyal Durum Yalnızlığı.....	21

1.2.3.3. Gizli Yalnızlık	21
1.2.3.4. Triad Yalnızlık.....	22
1.2.3.5. Duygusal Durum Yalnızlığı	22
1.2.4. Yalnızlığın Nedenleri	22
1.2.5. Yalnızlığın Sonuçları.....	24
1.2.6. Yalnızlık ve Sosyal Medya.....	25
1.2.7. Yalnızlık ve Sosyal Medya İle İlgili Yurtiçinde Yapılmış Çalışmalar	26
1.2.8. Yalnızlık ve Sosyal Medya İle İlgili Yurt Dışında Yapılmış Çalışmalar.....	37

İKİNCİ BÖLÜM

ARAŞTIRMANIN YÖNTEM VE BULGULARI

2.1. ARAŞTIRMANIN AMACI.....	52
2.2. ARAŞTIRMANIN ÖNEMİ.....	52
2.3. ARAŞTIRMANIN PROBLEMİ	53
2.3.1. Araştırmanın Alt Problemleri.....	53
2.4. ARAŞTIRMANIN SINIRLILIKLARI	53
2.5. ARAŞTIRMANIN VARSAYIMLARI.....	54
2.6. ARAŞTIRMA MODELİ VE HİPOTEZLERİ.....	54
2.7. ARAŞTIRMANIN EVRENİ VE ÖRNEKLEME SÜRECİ	56
2.8. ARAŞTIRMANIN VERİ TOPLAMA YÖNTEMİ VE ARACI.....	56
2.8.1. Kişisel Bilgi Formu	58
2.8.2. UCLA Yalnızlık Ölçeği	58
2.8.3. Sosyal Ağ Kullanımı Zaman Ölçeği (SONTUS).....	59
2.9. VERİLERİN İSTATİSTİKSEL ANALİZİ	60
2.10. KATILIMCILARIN DEMOGRAFİK YAPISINA İLİŞKİN DEĞERLER .	61
2.10.1. Katılımcıların Cinsiyet Değişkenine İlişkin Değerleri.....	61
2.10.2. Katılımcıların Yaş Değişkenine İlişkin Değerleri	61
2.10.3. Katılımcıların Yerleşim Birimine İlişkin Değerleri	62
2.10.4. Katılımcıların Öğrenci Olduğu Alana İlişkin Değerler.....	62
2.10.5. Katılımcıların Öğrencilik Durumlarına İlişkin Değerleri.....	63
2.10.6. Katılımcıların Barındığı Yer Değişkenine İlişkin Değerler	63

2.10.7. Katılımcıların Mezun Olduğu Lise Türü Değişkenine İlişkin Değerler.....	64
2.10.8. Katılımcıların Ortalama Gelir Değişkenine İlişkin Değerler	64
2.10.9. Katılımcıların Ağırlıklı Not Ortalaması Değişkenine İlişkin Değerler	65
2.10.10. Katılımcıların Derse Devam Alışkanlığı Değişkenine İlişkin Değerler.....	66
2.10.11. Katılımcıların Ders Çalışma Alışkanlığı Değişkenine İlişkin Değerler	66
2.10.12. Katılımcıların Sık Kullandığı Sosyal Medya Uygulaması Değişkenine İlişkin Değerler.....	67
2.10.13. Katılımcıların Sosyal Medya Erişim Aracı Değişkenine İlişkin Değerler	68
2.10.14. Katılımcıların Sosyal Medya Kullanım Süresi Değişkenine İlişkin Değerler	68
2.10.15. Katılımcıların Sosyal Medyada Günlük Ortalama Harcadıkları Süre Değişkenine İlişkin Değerler	69
2.10.16. Katılımcıların Sosyal Medya Bildirimlerini Kontrol Etme Sıklığı Değişkenine İlişkin Değerler	70
2.11. UCLA YALNIZLIK ÖLÇEĞİNE İLİŞKİN DEĞERLER.....	70
2.12. SOSYAL AĞ KULLANIMI ZAMAN ÖLÇEĞİNE (SONTUS) İLİŞKİN DEĞERLER	74
2.13. SONTUS ÖLÇEĞİ İLE BELİRLENEN KULLANICI TİPLERİ	89
2.14. GÜVENİLİRLİK ANALİZİ	90
2.14.1. SONTUS Ölçeği Güvenirlilik Analiz Sonucu.....	90
2.14.2. UCLA Ölçeği Güvenirlilik Analiz Sonucu	91
2.15. SONTUS ÖLÇEĞİ ALT FAKTÖRLERİ VE UCLA YALNIZLIK ÖLÇEĞİ PUANLARI ARASINDAKİ İLİŞKİYE AİT BULGULAR.....	91
2.15.1. Normal Dağılım Histogram Grafiği	91
2.15.2. Normal Dağılım P-P Grafiği	92
2.15.3. SPSS 24.0 Programı ile Elde Edilen Betimsel İstatistikler	93
2.15.4. SPSS 24.0 Programı ile Elde Edilen Varyans Analizi	93
2.15.5. SPSS 24.0 Programı ile Elde Edilen Katsayılar	94
2.16. ARAŞTIRMA SONUCU ORTAYA ÇIKAN ARAŞTIRMA MODELİ	95
2.17.KATILIMCILARIN DEMOGRAFİK ÖZELLİKLERİNE GÖRE YALNIZLIK VE SOSYAL MEDYA DURUMLARI.....	96
SONUÇ VE TARTIŞMA.....	121

KAYNAKÇA	132
EKLER	156
EK 1. KİŞİSEL BİLGİ FORMU	156
EK 2. UCLA YALNIZLIK ÖLÇEĞİ	158
EK 3. SONTUS ÖLÇEĞİ	159
ÖZGEÇMİŞ	162



ÖZET**YÜKSEK LİSANS TEZİ****ÜNİVERSİTE ÖĞRENCİLERİNİN SOSYAL MEDYADA
GEÇİRDİKLERİ ZAMAN İLE YALNIZLIK DURUMLARI ARASINDAKİ
İLİŞKİNİN İNCELENMESİ****Hilal ÇALIŞIR****Tez Danışmanı: Prof. Dr. Üstün ÖZEN****İkinci Danışman: Dr. Öğr. Üyesi Mehmet Cem BÖLEN****2019, sayfa:162****Jüri: Prof. Dr. Üstün ÖZEN****Doç. Dr. Hüseyin DAŞTAN****Dr. Öğr. Üyesi A. Kamil KABAKUŞ**

Bu çalışmada, üniversite öğrencilerinin sosyal medyada geçirdikleri zaman ile yalnızlık durumları arasındaki ilişki, SONTUS ölçeği alt faktörlerinden Rahatlama ve Serbest Dönem, Akademik Dönem, Sosyal Aktivite Dönemleri, Strese Bağlı Dönem ve Kullanım Motivasyonları boyutlarıyla araştırılmıştır. Çalışmanın örneklemini 189'u kadın, 239'u erkek olmak üzere toplam 428 gönüllü üniversite öğrencisi oluşturmaktadır. Üniversite öğrencilerinin yalnızlık seviyelerini ölçebilmek UCLA Yalnızlık Ölçeği, sosyal medyada geçirdikleri zamanı ölçmek için SONTUS Ölçeği ve araştırmacı tarafından hazırlanan Kişisel Bilgi Formu kullanılmıştır. Verilerin analizinde SPSS 24.00 paket programından yararlanılmıştır. Değişkenler arasındaki ilişkiyi ortaya koymak amacıyla Çoklu Lineer Regresyon analizi uygulanmıştır. Analizler sonucunda üniversite öğrencilerinin Rahatlama ve Serbest Dönem, Akademik Dönem ve Strese Bağlı Dönemlerde sosyal medyada geçirdikleri zaman ve onların yalnızlık seviyeleri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki olduğu ancak, Sosyal Aktivite Dönemleri ve Kullanım Motivasyonları ile sosyal medyada geçirdikleri zaman ve yalnızlık seviyeleri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki olmadığı bulunmuştur. Ayrıca üniversite öğrencilerinin yüksek düzeyde sosyal medya kullanıcısı oldukları sonucuna ulaşılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Sosyal Medya, Yalnızlık, UCLA Yalnızlık Ölçeği, SONTUS Ölçeği

ABSTRACT**MASTER'S THESIS****INVESTIGATION OF THE RELATIONSHIP BETWEEN UNIVERSITY STUDENTS' TIME SPENT ON SOCIAL MEDIA AND LONELINESS****Hilal ÇALIŞIR****Advisor: Prof. Dr. Üstün ÖZEN****Co Advisor: Assist. Prof. Mehmet Cem BÖLEN****2019, Page: 162****Jury: Prof. Dr. Üstün ÖZEN****Assoc. Prof. Hüseyin DAŞTAN****Assist. Prof. A. Kamil KABAKUŞ**

In this study, the relationship between the university students' time spent on social media and their loneliness was investigated with the dimensions of Relaxation and Free Period, Academic Period, Social Activity Periods, Stress-Related Period and Usage Motivations, which are sub-factors of SONTUS scale. The sample of this study consists of 428 volunteer university students, 189 of whom are female and 239 of which are male. In order to measure the loneliness levels of university students, UCLA Loneliness Scale SONTUS Scale and Personal Information Form prepared by the researcher were used to measure the time they spend on social media. SPSS 24.00 package program was used for data analysis. Multiple linear regression analysis was used to reveal the relationship between the variables. As a result of the analyzes, it was determined that there was a statistically significant relationship between the time spent on social media and the loneliness levels of university students in Relaxation and Free Period, Academic Period and Stress-Related Periods. However, it was concluded that there was no statistically significant relationship between the time spent on social media and the loneliness levels of university students in Social Activity Periods and Usage Motivations. It was also determined that university students are high level social media users.

Keywords: Social Media, Loneliness, UCLA Loneliness Scale, SONTUS Scale

ŞEKİLLER DİZİNİ

Şekil 1.1. Facebook Giriş Ekranı	7
Şekil 1.2. Instagram Giriş Ekranı.....	9
Şekil 1.3. Twitter Giriş Ekranı.....	10
Şekil 1.4. Youtube Giriş Ekranı.....	12
Şekil 1.5. LinkedIn Giriş Ekranı	13
Şekil 1.6. Snapchat Giriş Ekranı	14
Şekil 2.1. Araştırma Modeli.....	55
Şekil 2.2. Normal Dağılım Histogram Grafiği	92
Şekil 2.3. Regresyonun Normal Dağılım p-p Grafiği	92
Şekil 2.4. Sonuç Modeli.....	96

TABLOLAR DİZİNİ

Tablo 2.1. Cinsiyet Değişkeni için Frekans ve Yüzde Değerleri	61
Tablo 2.2. Yaş Değişkeni için Frekans ve Yüzde Değerleri	61
Tablo 2.3. Öğrenci Olduğu Yerleşim Birimi Değişkeni için Frekans ve Yüzde Değerleri	62
Tablo 2.4. Öğrenci Olduğu Alan Değişkeni için Frekans ve Yüzde Değerleri	62
Tablo 2.5. Öğrencilik Durumu Değişkeni için Frekans ve Yüzde Değerleri	63
Tablo 2.6. Barındığı Yer Değişkeni için Frekans ve Yüzde Değerler.....	63
Tablo 2.7. Mezun Olduğu Lise Türü Değişkeni için Frekans ve Yüzde Değerleri.....	64
Tablo 2.8. Ortalama Kişisel Gelir Değişkeni için Frekans ve Yüzde Değerleri	65
Tablo 2.9. Ağırlıklı Not Ortalaması Değişkeni için Frekans ve Yüzde Değerleri	65
Tablo 2.10. Derse Devam Alışkanlığı Değişkeni için Frekans ve Yüzde Değerleri	66
Tablo 2.11. Ders Çalışma Alışkanlığı Değişkeni için Frekans ve Yüzde Değerleri	67
Tablo 2.12. Sık Kullanılan Sosyal Medya Uygulaması Değişkeni için Frekans ve Yüzde Değerleri	67
Tablo 2.13. Sosyal Medya Erişim Aracı Değişkeni için Frekans ve Yüzde Değerleri ..	68
Tablo 2.14. Sosyal Medya kullanım Süresi Aracı Değişkeni için Frekans ve Yüzde Değerleri	69
Tablo 2.15. Sosyal Medyada Günlük Ortalama Harcanan Süre Değişkeni için Frekans ve Yüzde Değerleri	69
Tablo 2.16. Sosyal Medya Bildirimlerini Kontrol Etme Sıklığı Değişkeni için Frekans ve Yüzde Değerleri	70
Tablo 2.17. UCLA Yalnızlık Ölçeği İçin Frekans ve Yüzde Değerleri	70
Tablo 2.18. SONTUS Ölçeği Frekans ve Yüzde Değerleri.....	74
Tablo 2.19. SPSS 24.0 Programından Elde Edilen Betimsel İstatistik Tablosu.....	90
Tablo 2.20. SONTUS Ölçeği Güvenirlilik Analizi Sonuçları	91
Tablo 2.21. UCLA Ölçeği Güvenirlilik Analizi Sonuçları	91
Tablo 2.22. SPSS 24.0 Programından Elde Edilen Betimsel İstatistik Tablosu.....	93
Tablo 2.23. SPSS 24.0 Programından Elde Edilen Varyans Analizi Tablosu	94
Tablo 2.24. 2SPSS Programından Elde Edilen Katsayılar Tablosu	95
Tablo 2.25. Yaş Grupları Değişkenine Göre Yalnızlık Düzeyi ve Sosyal Medya Kullanıcı Tipi Dağılımı	96

Tablo 2.26. Öğrenci Olduğu Yerleşim Birimi Değişkenine Göre Yalnızlık Düzeyi ve Sosyal Medya Kullanıcı Tipi Dağılımı.....	98
Tablo 2.27. Öğrenci Olduğu Alan Değişkenine Göre Yalnızlık Düzeyi ve Sosyal Medya Kullanıcı Tipi Dağılımı	99
Tablo 2.28. Öğrencilik Durumu Değişkenine Göre Yalnızlık Düzeyi ve Sosyal Medya Kullanıcı Tipi Dağılımı	100
Tablo 2.29. Barındığı Yer Değişkenine Göre Yalnızlık Düzeyi ve Sosyal Medya Kullanıcı Tipi Dağılımı	101
Tablo 2.30. Mezun Olduğu Lise Türü Değişkenine Göre Yalnızlık Düzeyi ve Sosyal Medya Kullanıcı Tipi Dağılımı	102
Tablo 2.31. Ortalama Kişisel Gelir Değişkenine Göre Yalnızlık Düzeyi ve Sosyal Medya Kullanıcı Tipi Dağılımı	105
Tablo 2.32. Ağırlıklı Not Ortalaması Değişkenine Göre Yalnızlık Düzeyi ve Sosyal Medya Kullanıcı Tipi Dağılımı	107
Tablo 2.33. Ders Çalışma Alışkanlığı Değişkenine Göre Yalnızlık Düzeyi ve Sosyal Medya Kullanıcı Tipi Dağılımı	109
Tablo 2.34. Derse Devam Alışkanlığı Değişkenine Göre Yalnızlık Düzeyi ve Sosyal Medya Kullanıcı Tipi Dağılımı	110
Tablo 2.35. Kullanılan Sosyal Medya Uygulaması Değişkenine Göre Yalnızlık Düzeyi ve Sosyal Medya Kullanıcı Tipi Dağılımı	112
Tablo 2.36. Sosyal Medya Erişim Aracı Değişkenine Göre Yalnızlık Düzeyi ve Sosyal Medya Kullanıcı Tipi Dağılımı	114
Tablo 2.37. Sosyal Medya Kullanım Süresi Değişkenine Göre Yalnızlık Düzeyi ve Sosyal Medya Kullanıcı Tipi Dağılımı.....	115
Tablo 2.38. Sosyal Medyada Günlük Ortalama Harcanan Süre Değişkenine Göre Yalnızlık Düzeyi ve Sosyal Medya Kullanıcı Tipi Dağılımı	117
Tablo 2.39. Sosyal Medya Bildirimlerini Kontrol Etme Sıklığı Değişkenine Göre Yalnızlık Düzeyi ve Sosyal Medya Kullanıcı Tipi Dağılımı	118

ÖNSÖZ

Tez çalışmamın gerçekleşme sürecinde, değerli bilgi birikimini benimle paylaşan, ne zaman kendisine danışmak için gitsem, değerli vaktini bana ayırıp büyük bir ilgi ve sabırla bana yardımcı olmak için elinden gelenin fazlasını sunan, her derdimde yanına çekinmeden gidebildiğim ve sıkıntılarımı paylaşabildiğim, samimiyetini ve güler yüzünü benden esirgemeyen ve gelecek meslek hayatımda bana verdiği bilgilerden faydalanacağımı düşündüğüm kıymetli danışman hocam Prof. Dr. Üstün ÖZEN'e teşekkür ediyorum ve şükranlarımı sunuyorum.

Ayrıca tez çalışmam sürecinde desteklerini esirgemeyen, çalışmamda kaynak ve yöntem bakımından sürekli yardımda bulunarak yol gösteren ikinci danışmanım Dr. Öğr Üyesi Mehmet Cem BÖLEN'e teşekkürlerimi sunuyorum.

Lisans ve yüksek lisans eğitimim boyunca, beni hep bir adım öne taşıyan, bu zorlu süreçte bir an olsun beni yalnız bırakmayan ve gelecekte çok başarılı bir akademisyen olacağına şüphe duymadığım sevgili arkadaşım M. Ensar GÖKTAŞ'a, çalışmam sırasında manevi desteğini üzerimden eksik etmeyen Gizem Dilan BOZTAŞ'a, yüksek lisans sürecinde yol arkadaşlarım olan Seda ONAYLI'ya, Kübra TAŞ'a ve bu süreçte desteklerini eksik etmeyen kütüphane arkadaşlarıma teşekkürü bir borç bilirim.

Bütün eğitim hayatım boyunca gölgelerini üzerimde hissettiğim, sevinçlerimi ve üzüntülerimi paylaştığım, varlıklarına her zaman şükrettiğim sevgili aileme en içten teşekkür ve sevgilerimi sunuyorum.

GİRİŞ

Birçok bilgisayarın birbirine bağlandığı, dünyada sürekli yaygınlaşarak büyüyen iletişim ağı olan İnternet, insanların bilgiyi saklayıp ona kolayca ulaşabilme istekleri sonucunda ortaya çıkan bir teknoloji olmuştur. Bu teknoloji sayesinde insanlar farklı alanlardaki birçok bilgiye istedikleri an kolay, hızlı, ucuz ve güvenli bir şekilde ulaşabilmektedir. İnternetin ilk çıktığı zamanlardaki amacı sadece bilgisayarları birbirine bağlamak iken son yıllarda sosyal ağların yaygın kullanımıyla birlikte en yaygın kullanım amaçlarından biri insanları bir araya getirmek olmuştur. İnternet çağındaki gelişmeler İnterneti kullanan kişilerin hayat tarzlarını, günlük davranışlarını değiştirmiş, sosyal ağların popülerliği artmış ve sosyalleşme farklı bir boyut kazanmıştır. Bu gelişmeler kişinin bireysel ve toplumsal yaşam biçimlerini etkilemiştir.

Sosyal medya uygulamaları kişilerle iletişimimizin güncel kalmasını, ürettiğimiz içerikleri paylaşmamızı ve kendimizi ifade edebilmemizi sağlamaktadır. Sosyal medya uygulamalarının farklı amaç ve yaklaşımlarına rağmen ortak noktaları, görülebilir ve keşfedilebilir olarak katılımcı sayısını arttırmaktır. Sosyal ağlar, kişilerin profilleriyle İnternet üzerinde var olmalarını ve farklı kullanıcılarla iletişim kurmalarını sağlamaktadır. Facebook, Youtube, WhatsApp, Twitter gibi sosyal ağlar, kişilerin ilgisini çekerek sanal topluluklar oluşturmaktadır. Sosyal medya kullanıcı sayısı her geçen gün artmakta ve kişileri medya bağımlısı haline getirmektedir. Sosyal medya son zamanlarda çok daha fazla yaygınlaşmasına rağmen her yaşta birey bu kavram hakkında bilgi sahibidir.

Çağımızın vazgeçilmez bir parçası haline gelen sosyal medya ile sosyalleşme mekânları yerini sanal ortamlara bırakmıştır. Gençler arasında özellikle popüler olan sosyal paylaşım siteleri farklı amaçlar sunmaktadır. Fotoğraf ve video paylaşmak için Instagram, arkadaşlarını bulmak için Facebook, fikirlerini yazmak için Twitter, anlık paylaşımlarda bulunmak için Snapchat yaygın kullanılan sosyal paylaşım platformlarından bazılarıdır. Büyük şehirlerde yaşanan zaman problemi göz önünde alındığında, sosyal medyanın hayatımızın her alanına girmesi kaçınılmazdır. Sosyal medya kişilere zaman kazandırırken, sosyal ilişkiler üzerinde olumsuz durumlar yaşanmasına da sebep olmaktadır.

Kişilerin sosyal medya ile tanışarak geleneksel iletişimden uzaklaşması, toplumdan uzaklaşarak yalnızlık yaşamasına sebep olabilmektedir. Kişilerin sosyal ağlar üzerinden kurdukları iletişim, yüz yüze iletişim kurmalarını zorlaştırmıştır. Özellikle genç bireyler vakitlerinin çoğunu sosyal medyada geçirerek sosyal medya üzerinde yeni bir dünya oluşturmuştur. Neredeyse her evde İnternet ağının bulunması kişilerin sosyal medyaya erişimlerini kolaylaştırarak kişilerin hem ikili ilişkilerine zarar vermekte hem de toplumla olan bağında kopmalarına sebep olmaktadır.

Çok büyük kitleler tarafından kullanılan sosyal ağlar ile kişilerin yaşam tarzları ve sosyalleşme biçimleri etkilenmiştir. Sosyal ağ iletişimine geçen toplumlar yalnızlaşabilmekte ve kişinin kendine yabancılaşması kaçınılmaz bir son olabilmektedir. Sosyal medyada kurulan iletişim ile artık insanlar sosyal hayatlarında iletişim kurmak için vakit bulamamaktadır. İletişimin hızlı olması zaman ve mekân kavramının ortadan kalkmasına sebep olmaktadır. Sosyal medya üzerinden kurulan iletişim, kişilerin sanal duygu ve davranışlar sergilemelerine neden olmaktadır. Sanal ortamda kurulan iletişim kişileri yalnızlaştırabilmektedir.

Sosyal medya kişilerin bir araya gelmediği toplumlar yaratmaktadır. Bu durum birey ile başlayıp toplumu etkileyen yalnızlık durumunu ortaya çıkarmaktadır. Kişiler yalnızlık duygusundan kurtulmak için diğer kişiler ile iletişim kurma ihtiyacı duymaktadır. Dolayısıyla, sanal dünya bu ihtiyacı kolay bir şekilde karşılayabilmektedir. Kişi akıllı ve taşınabilir cihazlar ile iletişim ihtiyacını sosyal medya aracılığıyla karşılayarak yalnızlık hissini azaltmaya çalışmaktadır. Ancak, yalnızlık hissini sosyal medya platformlarıyla giderdiğini düşünse de, cep telefonu, tablet gibi akıllı cihazlardan ayrıldığı an yalnızlık duygusuyla tekrar baş başa kalmakta ve yalnızlık duygusunu daha derin yaşayabilmektedir.

Kişileri egemenliği altına alan sosyal medya siteleri bazen kişileri gerçek dünyadan kopararak yalnızlığa ve depresyona sürükleyebilmektedir. Bu durumun tam tersi de yaşanabilmektedir. Yani yalnızlık bunalımı hisseden kişiler sosyal paylaşım platformlarıyla içinde buldukları durumdan kurtulabilmektedir. Bu konuda yapılan birçok çalışma olmasına rağmen sosyal paylaşım platformlarının mı kişileri yalnızlığa sürüklediği veya yalnız hisseden kişilerin mi sosyal paylaşım platformlarına yöneldiği soruları netlik kazanamamıştır.

Bu çalışmada Serbest Zaman, Kullanım Motivasyonları, Akademik Dönem, Sosyal Aktivite Dönemleri ve Strese Bağlı Dönemler olmak üzere toplam beş boyutta üniversite öğrencilerinin yalnızlık halleri ile sosyal medyada geçirdikleri zaman arasında ilişki olup olmadığı araştırılmıştır.

Çalışmanın birinci bölümünde alanyazın araştırması yapılarak sosyal medya kavramı, sosyal medyanın tarihçesi, sosyal paylaşım ağları, yalnızlık kavramı, yalnızlığın kuramsal yaklaşımları, yalnızlık türleri, yalnızlığın neden ve sonuçları hakkında kısaca bilgiler sunularak sosyal medya ve yalnızlık kavramları üzerinde yurt içinde yurt dışında yapılmış çalışmalara yer verilmiştir.

Çalışmanın ikinci bölümünde araştırmanın amacı, önemi, problemleri, sınırlılıkları, varsayımları, yapılan tanımlamalar, araştırma modeli ve hipotezleri, araştırmanın evreni ve örnekleme süreci, araştırmanın veri toplama yöntemi, kişisel bilgi formu, UCLA yalnızlık ölçeği, Sosyal Ağ Kullanımı Zaman Ölçeği (SONTUS) ve verilerin istatistiksel analizine yer verilmiştir.

Çalışmanın son bölümünde katılımcıların demografik yapısına ilişkin değerler, UCLA yalnızlık ölçeği ve Sosyal Ağ Kullanımı Zaman Ölçeği (SONTUS)'ne ilişkin değerler, araştırma sonucu ortaya çıkan model, güvenilirlik analizi, çalışmanın sonuç ve tartışma kısmı yer almaktadır.

BİRİNCİ BÖLÜM

SOSYAL MEDYA VE YALNIZLIK

1.1. SOSYAL MEDYA

Bu başlık altında Sosyal Medya Kavramı, Sosyal Medyanın Tarihçesi ve Sosyal Paylaşım Ağlarının açıklamaları üzerinde durulacaktır.

1.1.1. Sosyal Medya Kavramı

İnternet bilgiye ulaşmanın en hızlı ve pratik yolu olmakla birlikte hem bilgisayarlar hem de binlerce sosyal grup arasında bağlantı sağlamaktadır. İnternetin gelişmesiyle sosyal medya dünyası da hızlı bir şekilde gelişmiştir. İnternet kullanımının artması aynı zamanda sosyal medya kullanım oranını da arttırmıştır. Sosyal medya kullanıcılarının sayısının artmasıyla birlikte, günümüzün en etkili kitle iletişim aracı haline gelmiştir. Sosyal medya aracılığıyla insanlar, tüm dünya ile iletişim kurabilmekte ve bilgi paylaşımında bulunabilmektedir. Sosyal medya; oyun, sohbet, bilgi edinme ve kendini ifade etme gibi birçok imkân sunarak bireylerin sosyal vakit geçirme ihtiyacını karşılamayı amaçlamaktadır.

Sosyal medyaya dair ortak kabul görmüş bir tanımın olmaması ve bu kavramın İnternetin ortaya çıkmasıyla hızla yayılıyor olması sosyal medyanın tanımlanmasını zorlaştırmış ve literatürde çeşitli tanımların yapılmasına neden olmuştur.

Tektaş (2014) sosyal medyayı İnternet ortamında kullanıcıların farklı toplumlardan bireyler ile iletişime geçip, günlük hayatta kullandığı jest ve mimiklerini temsil eden sembollerle duygularını ifade ettiği sanal ortam olarak tanımlamıştır. Çıngay (2015) ise kişilerin çevrimiçi profil oluşturarak o platforma üye olan kişilerle iletişim kurmalarına ve kişisel içeriklerini paylaşmalarına imkan sağlayan online topluluklar olarak ifade etmiştir. Öztürk ve Talas (2015) sosyal medyayı İnternet siteleri aracılığıyla bireylerin forumlar, bloglar, sohbet siteleri gibi bilgi ve içerik paylaşımı yapmalarına olanak sağlayan İnternet aracılığıyla yaptıkları paylaşım ve diyaloglar olarak tanımlamıştır. Pretti (2009) aynı amacı güden kişilerin düşüncelerini paylaşabilecek ve etkileşimde bulunabileceği yer olarak belirtmiştir. Solis (2010) sosyal medyada kullanıcılar tarafından oluşturulan içerikler, videolar ve fotoğrafların diğer

kullanıcılar tarafından takip edilmesi, beğenilmesi ve yorumlanması yoluyla etkileşim kurduğu sosyal medyayı bir teknoloji olarak değil sosyal bilimlerle ilgili bir kavram olarak ifade etmiştir. Yapılan tüm bu tanımlardan hareketle sosyal medyanın, kullanıcıların içerik oluşturmalarını ve birbirleriyle etkileşimde bulunmalarını sağlayan, deneyimlerini, görüşlerini, bakış açılarını aktardıkları kitle iletişim aracı olduğu söylenebilir.

Sanal ortam, kullanıcıların sosyal medya kullanımını alışkanlık haline getirerek her toplumdan kitlelerin sosyal isteklerine cevap vermektedir. İletişim ortamlarının gelişmesiyle iletişim araçlarına olan talep artmış, bu durum beraberinde sosyal medyanın gücünü de arttırmıştır. Sosyal medyada insanlar düşüncelerini yazıp bunlar üzerine tartışabilmekte, kişisel bilgilerini, fotoğraf, müzik, video vb. paylaşabilmektedir. Bu durum her geçen gün dikkatleri sosyal medyaya çekmektedir (Vural ve Bat, 2010).

Sosyal medya insanların belirli ihtiyaçlarını karşılasa da insanların ruhsal sağlığını etkilemektedir. Sosyal medyanın sık kullanılması kişilerin ruh sağlığı üzerinde olumlu ve olumsuz etkiler yarattığı gerçeğini karşımıza çıkarmıştır. Beğenme durumu üzerine kurulu olan medya platformlarında kullanıcı günlük yaşamını başkasının onayı çerçevesinde sürdürmektedir. Mobil cihazlar aracılığıyla buldukları mekânlarda sürekli aktif kalmaları sosyal ilişkilerine zarar verebilmektedir. Sosyal medya kullanıcının popüler olan kıyafetleri giymesine, popüler mekâna gitmesine ve popüler kelimelerle konuşmasına sebep olabilir (Aktaş, 2017).

1.1.2. Sosyal Medyanın Tarihçesi

Askeri alanlarda araştırma yapmak için kurulan İnternet, kullanım özelliklerinin fazla olmasıyla amacı dışına çıkmış, hızla gelişmeye başlamıştır (Uzun, 2013). 1987 yılında Word Christensen ve Randy Suess arkadaşlarıyla iletişimde bulunabilmek için Bulletin Board Services (BBS) adlı yazılımı hayata geçirerek sosyal ağın ilk örneğini ortaya koymuşlardır. Bu yazılım bireylerin sisteme giriş yaptıktan sonra çevrimiçi olarak diğer insanlarla iletişime geçebilmelerini sağlamıştır. Bu yazılım ile kullanıcılar oturum açarak mesaj ve dosya göndermenin yanı sıra oyun da oynayarak birbirleriyle etkileşime geçebilmektedirler (Chapman, 2009). Sonraki zamanlarda MIRC ve ICQ

adında iletişim siteleri oluşturulmuştur (Boran, 2015). “Classmates.com” sitesi de okul arkadaşlarını bulmak için kurulan bu alandaki öncü sitelerdendir (Başer, 2014).

Kullanılabilirliği artan hızlı İnternet erişimi, sosyal medyanın popülerliğini arttırmış, iş hayatındaki insanların birbirleriyle iletişim kurabilmeleri için 2002 yılında LinkedIn, 2003’te MySpace ve 2004’te Facebook gibi sitelerin kurulmasına imkân sunmuştur. Bu durum sosyal medyanın bugünkü anlamına kavuşmasını sağlamıştır (Kaplan ve Haenlein, 2010).

2004’te resim paylaşım sitesi olan Flickr (Gülbahar, Kalelioğlu, ve Madran, 2016), 2005’te video paylaşım sitesi olan Youtube, 2006 yılında kullanıcıların “tweet” adı verilen gönderiler yazabildiği Twitter (Bayraktutan ve diğerleri, 2012), 2007 yılında video, link, resim paylaşımına olanak sunan Tumblr (Fink & Miller, 2014), 2009 yılında İnternet aracılığıyla ses, fotoğraf, mesaj, video gönderimine olanak sağlayan WhatsApp, 2010 yılında fotoğraf, video paylaşım uygulaması olan Instagram, 2012 yılında insanların birbirine resim, video, ses göndermesini sağlayan Snapchat (Bayraktutan ve diğerleri, 2012), 2015 yılında canlı yayın yapma imkânı sunan Periscope uygulaması kullanıcılara sunulmuştur (Wikipedia, 2019).

Her geçen gün artan akıllı telefon kullanımı ve İnternete erişen kişi sayısındaki artış sosyal medya platformlarının hem sayısını hem de ilgisini arttırmıştır. Türkiye’de İnternet ve sosyal medya kullanımı da son yıllarda özellikle artmıştır.

1.1.3. Sosyal Paylaşım Ağları

Sosyal paylaşım ağları, İnternet aracılığıyla kişilerin paylaşım yaptığı toplu grupların bulunduğu alanlardır. Sosyal paylaşım ağlarını kullanan kitlenin çoğunluğunu genç kuşak oluşturmaktadır. Genç kuşak tarafından sosyal paylaşım ağlarının yaygın olarak kullanılmasının nedeni özgürce düşünüp davranacakları, sınırlama olmadan hareket edebilecekleri ve iletişim geçebilecekleri ortam sunmasıdır. Kullanıcı tabanlı olan sosyal paylaşım ağları insanları bir araya getirerek aralarındaki etkileşimi arttırmaktadır.

“*We are Social ve Hootsui*” isimli organizasyonlar tarafından her yıl hazırlanan İnternet ve sosyal medya istatistiklerine göre; 2019 yılı Ocak ayı itibariyle Türkiye’de 82,4 milyonluk nüfusun %72’sini oluşturan 59.36 milyon İnternet kullanıcısı, nüfusun

%63'ünü oluşturan 52 milyon aktif sosyal medya kullanıcısı ve nüfusun %53'ünü oluşturan 44 milyon aktif mobil sosyal medya kullanıcısı mevcuttur. İnsanlar günlük ortalama 2 saat 46 dk sosyal medyada vakit geçirmektedir. 52 milyon sosyal medya kullanıcısı olan nüfusun 44 milyonu mobil cihazlar ile sosyal medyaya bağlanmaktadır (Bayrak, 2019).

1.1.3.1. Facebook

Facebook insanların sanal platformlarda arkadaşlık kurarak bilgi alışverişinde bulunmasını sağlayan sosyal medya platformudur.

Facebook, Harvard Üniversitesinde eğitim gören öğrencileri sanal ortamda bir araya getirmek için Mark Zuckerberg tarafından 2004 yılında kurulmuştur. Devamında Facebook, Boston civarındaki okulları, Ivy Ligi okullarını ve Amerika Birleşik Devletlerindeki tüm okulları kapsayarak bünyesine almıştır (Yağmurlu, 2011).

Mark'ın asıl amacı Harvard Üniversitesi öğrencilerinin birbiriyle iletişime geçecekleri ve bölüm, yaş, nereli oldukları gibi bilgilere ulaşabilecekleri bir platform oluşturmaktır. Facebook öğrencilerin ilgisini çekerek farklı okullara yayılmıştır. İlk kurulduğu zaman öğrenciler siteye okul e-posta adresiyle üye girişi sağlanmaktaydı. Sonraki süreçlerde Facebook'un arka planı geliştirilerek geniş bir iletişim ağına dönüştürülmüştür (Wikipedia, 2019).

The image shows the Facebook registration page. At the top, there is a blue header with the Facebook logo on the left and a login section on the right. The login section includes fields for 'E-posta veya Telefon' and 'Şifre', a 'Giriş Yap' button, and a link for 'Hesabını mı unuttun?'. Below the header, the main content area is divided into two sections. On the left, there is a promotional message: 'Facebook tanıdıklarınla iletişim kurmanı ve hayatında olup bitenleri paylaşmanı sağlar.' accompanied by a graphic of a globe with several orange person icons connected by dashed lines. On the right, the 'Hesap Aç' (Create Account) section is displayed. It states 'Ücretsizdir ve her zaman ücretsiz kalacaktır.' and includes several input fields: 'Adın' and 'Soyadın', 'Cep telefonu numarası veya e-posta', and 'Yeni şifre'. Below these is a 'Doğum Tarihi' section with dropdown menus for day (1), month (Nis), and year (1994), and a note 'Doğum tarihini vermem neden gerekiyor?'. There are radio buttons for 'Kadın' and 'Erkek'. At the bottom of the registration section, there is a green 'Kaydol' button and a small disclaimer: 'Kaydol düğmesine tıklayarak, Koşullarımızı, Veri İlkemizi ve Çerezler İlkemizi kabul etmiş olursun. Bizden SMS Bildirimleri alabilir ve bu bildirimleri istediğin zaman durdurabilirsin.'

Şekil 1.1. Facebook Giriş Ekranı

Facebook kullanıcıların profil resimleriyle diğer kullanıcılara kendini ifade etme olanağı sunar. Facebook'ta kullanıcıların cinsiyet, yaş, dini inanç ve siyasi görüşlerinin yanı sıra eğitim durumu, iş durumu, ilişki durumu ve iletişim bilgileri de bulunmaktadır (Çam, 2012).

Kullanıcılar profillerini kişisel tercihlerine göre oluşturabilir, farklı kullanıcılar ekleyerek mesajlaşabilir, kendi sayfalarının yanı sıra arkadaşlarının da sayfasında paylaşım yapabilmektedir.

Facebook'un temelde sunduğu özellikler profil oluşturma, haber kaynağı sunmanın yanı sıra mesaj gönderme, karşılıklı oyun oynama gibi farklı özelliklerini de bulundurmaktadır. Sürekli olarak farklı özelliklerle güncellenen Facebook, kullanıcılarına farklı deneyimler sunmaktadır. (Yalçın, 2015). “*We Are Social 2019 Dünya İnternet, Sosyal Medya ve Mobil Kullanıcı İstatistikleri*”ne göre dünya genelinde 3.48 milyar sosyal medya kullanıcısı bulunmakta ve Facebook 2.27 milyar ile en çok kullanılan sosyal medya platformunun genel kullanıcı kitlesi 25-34 yaş aralığındadır (Bayrak, 2019).

“*We Are Social 2019 Türkiye Sosyal Medya Kullanıcı Sayıları*”na göre 43 milyon kullanıcısı bulunan Facebook'ta kullanıcıların %64'ünü erkekler, %36'sını bayanlar oluşturmaktadır. Sosyal medya kullanıcıların genelinin 25-34 yaş arasında olduğu da raporda belirtilmiştir (Bayrak, 2019).

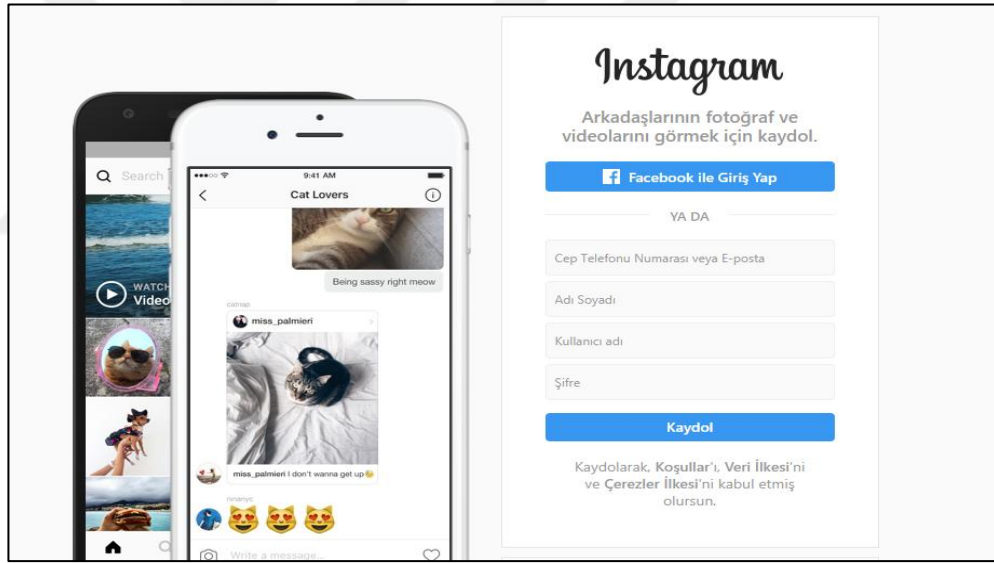
1.1.3.2. Instagram

Instagram Kevin Systrom ve Mike Kriegen tarafından Ekim 2010 tarihinde kurulan bir uygulamadır (Koçoğlu, 2018). Kullanıcılar bu uygulama ile fotoğraf ve videolara farklı filtreler ekleyip düzenlemeler yaparak paylaşımında bulunabilmektedirler. Kullanıcılar Instagram'ın “hashtag” özelliğiyle paylaşımını geniş bir kitleye sunabilmektedir (Çetinkaya ve Cılızoğlu, 2016). Facebook tarafından satın alınan Instagram kullanıcı sayısını arttırmış, ilk olarak sadece akıllı telefonlarda çalışan bir uygulama iken kısa bir süre sonra bilgisayar üzerinden de bu uygulamaya erişmek mümkün hale gelmiştir. Ancak hala bilgisayar aracılığıyla fotoğraf paylaşımı

yapılamamakta, uygulamanın tüm özellikleri mobil cihazlarla kullanılmaktadır (Arslan ve Ünlü, 2016).

Bilgisayar ile fotoğraf paylaşımının yanı sıra mesaj gönderimi de yine sadece mobil uygulama ile gerçekleşmektedir. Instagram'ın 24 saat süreli resim veya kısa video paylaşımı yapılabilen hikâye özelliği ile paylaşımlar 24 saatin sonunda kalkmakta ve yalnızca paylaşım sahibi tarafından görülebilmektedir.

Instagram uygulamasına 2016 yılında canlı yayın yapabilme özelliği eklenmiştir. İlk olarak sadece Amerika da aktif olan bu özellik daha sonra diğer ülkelerdeki kullanıcıların da kullanımına sunulmuştur. Hikâyeler bölümünde canlı yayın özelliği kullanılmakta, kullanıcılar istedikleri paylaşımları gerçekleştirebilmektedir. Canlı yayın kaydı 24 saat hikayede durmakta ve bu süre dolduğu zaman ise kalıcı olarak silinmekte ve kaydedilmemektedir (Papuççıyan, 2016).



Şekil 1.2. Instagram Giriş Ekranı

2018 yılında eklenen Instagram TV özelliği, kullanıcıları hikâyelerde olan 15 saniye ve gönderilerde olan 1 dakika video sınırından kurtarmıştır. Instagram TV ile kullanıcılar rahatlıkla Youtube'da olduğu gibi video yükleyebilmekte ve reklam olarak gelir elde edebilmektedir. Instagram kanalına kullanıcılar abone olabilmekte ve yeni video eklendiğinde bildirim alabilmektedir.

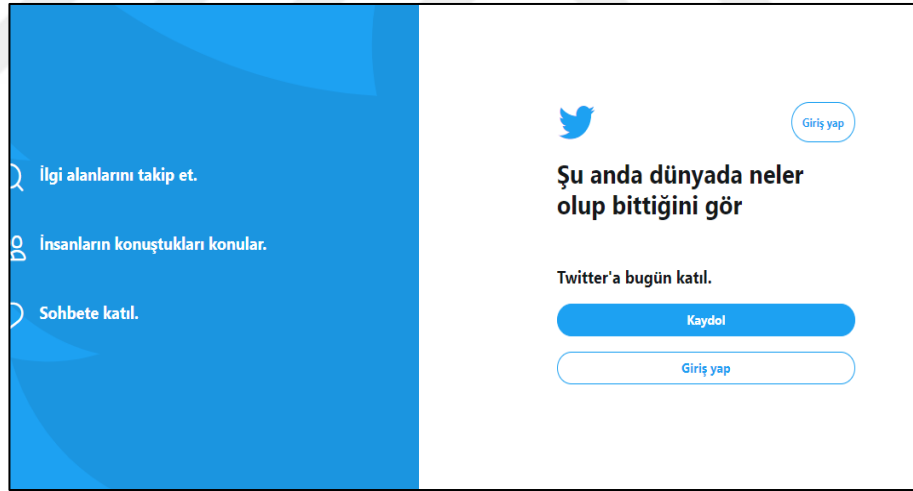
Instagram'ın 2018 yılı sonunda açıkladığı verilere göre 1 milyardan fazla kullanıcısı bulunmaktadır. Instagram kullanım oranı 5 yılda %500 artmıştır (Statista,

2019). “*We Are Social 2019 Dünya İnternet, Sosyal Medya ve Mobil Kullanıcı İstatistikleri*”ne göre Instagram, dünyada en çok kullanılan sosyal medya platformları arasında 6. sırada yer almaktadır. Instagram, 1 milyon kullanıcısı olduğunu açıklamış fakat rapor sonuçları ile 894 milyon Instagram kullanıcı sayısı belirlenmiştir. Instagram sosyal medya platformunun 1/3’ü 18-34 yaş grubu arasındadır (Bayrak, 2019).

“*We Are Social 2019 Türkiye Sosyal Medya Kullanıcı Sayıları*”na göre Türkiye’de 38 milyon kullanıcısı bulunan Instagram kullanıcılarının %41’ini erkekler, %59’unu bayanlar oluşturmaktadır (Bayrak, 2019).

1.1.3.3. Twitter

Twitter, kullanıcıların farklı kullanıcılara ileti gönderip etkileşimde bulunulmasını sağlayan bir uygulamadır. 2004 yılında bir grup, siyasi kararları protesto etmek için kişilere kısa mesaj göndermek amacıyla TXTmob adlı bir araç tasarlamışlardır. Jack Dorsay 2006 yılında bu araçtan esinlenerek Twitter uygulamasını kurmuştur (Zarella, 2010).



Şekil 1.3. Twitter Giriş Ekranı

Twitter kısa iletilerin paylaşıldığı web 2.0 tabanlı hizmet olan mikro blog uygulamadır. Kullanıcılar mikrobloglarla profillerinde mesaj veya güncel olaylara yönelik paylaşımlarda bulunurlar. Twitter İnternetin karmaşık dünyasında basit bir takip mekanizması işlevindedir. Twitter zaman ve mekan kavramını cep telefonları ile aşmış, kolay iletişim imkanı sunmuştur. İçeriklerin tartışılabilir, yorumlanabilir olması diğer sosyal medya platformlarından farklı kılmıştır (Sagolla, 2009).

Twitter kullanıcılara 280 karakterli metin yazma olanağının yanı sıra başka bir kullanıcının gönderisini beğenme, paylaşma gibi özellikler de sunmaktadır. Twitter ile kullanıcılar fikir ve düşüncelerini dile getirebilmekte, fotoğraf ve video paylaşabilmektedir.

Oluşturulan içerikler diğer kullanıcılar tarafından görülebilmekte ve kullanıcı isterse kısıt koyarak sadece etkileşimde bulunduğu kişiler tarafından görünürliğini ayarlayabilmektedir. Kullanıcılar farklı kullanıcıların profillerini takip edebilmekte ve takip ettikleri kişilerin paylaşımlarını, kimleri takip ettiklerini görebilmektedir (Köseoğlu ve Köker, 2014). Re-tweet (tekrar tweet atma) kullanıcının paylaşımını kendi ana sayfasında paylaşmaktadır. Hashtag ise kullanıcının atacağı tweet'in başına (#) karakterini girerek paylaşım yapmasıdır. Twitter'in hashtag özelliği herhangi bir konuda gündem oluşturabilmektedir. Twitter'in trend topic bölümünde ise ana sayfada yer alan konulardan en sık konuşulanların listesidir. Bu bölümde en çok tartışılan konu trend listesine girmektedir (Kwak, Hosung, ve Moon, 2010).

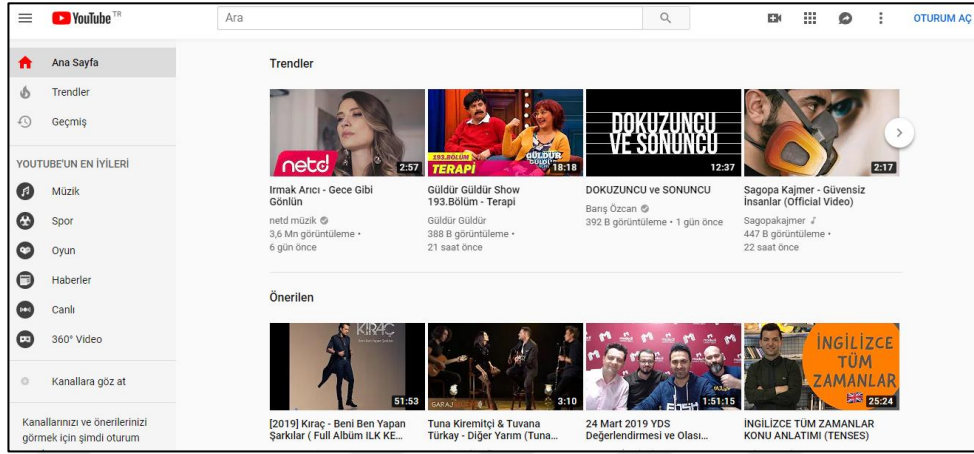
Twitter'in kullanıcı sayısı her geçen gün artmaktadır. Twitter son yayınlanan "*We Are Social 2019 Dünya İnternet, Sosyal Medya ve Mobil Kullanıcı İstatistikleri*"ne göre en çok kullanıcı sayısına sahip 12. Sosyal medya platformu olmuştur. Twitter da 250.8 milyon sosyal medya kullanıcısı bulunmakta ve bu kullanıcıların 1/3'ü 18-34 yaş grubu arasındadır (Bayrak, 2019).

"*We Are Social 2019 Türkiye Sosyal Medya Kullanıcı Sayıları*"na göre Türkiye'de 9 milyon kullanıcısı bulunan Twitter kullanıcılarının %19'unu erkekler, %81'ini bayanlar oluşturmaktadır (Bayrak, 2019).

1.1.3.4. Youtube

Merkezi Amerika Birleşik Devletlerinde San Bruno, Kaliforniya şehrinde olan video barındıran web sitesidir. 15 Şubat 2005 yılında Paypal'ın eski 3 çalışanı tarafından kurulup, Kasım 2006 da Google tarafından alınmıştır. Google youtube'u 1.65 milyar dolara almıştır (Wikipedia, 2019). Youtube ilk sloganı "Your Digital Video Repository" (Dijital Video Deponuz) iken popülerlik kazanmasıyla birlikte "Broadcast Yourself" (Kendini Yayınla) olarak değiştirilmiştir. Site ilk başlarda video kütüphanesi

olarak düşünölmüş sosyal ağların gelişmesiyle birlikte bugünkü halini almıştır (Yaraş, 2017).



Şekil 1.4. Youtube Giriş Ekranı

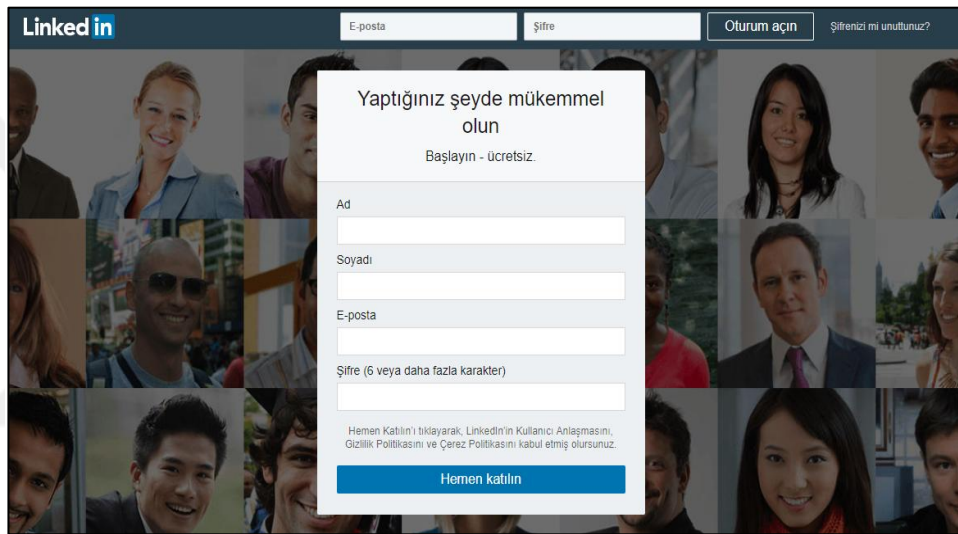
Google'ın yan kuruluşu olan Youtube sitesi video yükleme, izleme imkânını kullanıcılarına sunmaktadır. Genellikle müzik videoları, eğitim videoları, televizyon klipleri, özgün videolar yayınlanmaktadır. Youtube uygulamasındaki videolar kullanıcılar tarafından yüklenmektedir. Üye olmayan kullanıcılarda yüklenen videoları izleyebilmekte ve eğer üye iseler kendi kanallarına video yükleyebilirler. Bazı içerikler 18 yaşından büyük olduğunu onaylayanlar tarafından izlenebilmektedir. Kullanıcı kişisel kanal açıp uygulamanın izin verdiği videoları paylaşabilir. Videoları paylaşarak kitle oluşturan gruplar youtuber olarak adlandırılmaktadır. Youtube ile paylaşılan tüm videolara erişilebilir ve kullanıcılar bu videoları değerlendirip not verebilmekte, video hakkında yorum yazabilmektedir. Pornografî, tehdit, şiddet içeren videoların yüklenmesine izin verilmemektedir. Telif hakkı olan videolarda kullanıcı isterse Youtube'dan sildirebilir. Tüm kullanıcılara açık olan youtube ile kullanıcılar bilgi sahibi olmadan videoları kolay bir şekilde açabilir, yüklemeler yapabilir, sosyal ilişkilerini geliştirebilir.

Youtube "*We Are Social 2019 Dünya İnternet, Sosyal Medya ve Mobil Kullanıcı İstatistikleri*"ne göre 1.9 milyar kullanıcı ile en çok kullanıcı sayısına sahip 2. Sosyal medya platformu olmuştur (Bayrak, 2019).

“*We Are Social 2019 Türkiye Sosyal Medya Kullanıcı Sayıları*”na göre Türkiye’de 47.84 milyon Youtube kullanıcısı ile en çok kullanılan sosyal medya platformudur (Bayrak, 2019).

1.1.3.5. LinkedIn

LinkedIn, iş dünyasında yer alan kişilerin, diğer kişilerle iletişim kurmasını sağlayan sosyal paylaşım platformudur. Aralık 2002 tarihinde kurulan LinkedIn, 5 Mayıs 2003 tarihinde kullanıma açılmıştır. LinkedIn, aralarında Türkçenin de bulunduğu 20’den fazla dilde kullanıcılara hizmet vermektedir.



Şekil 1.5. LinkedIn Giriş Ekranı

Kişilerin, profillerini oluştururken girmiş oldukları eğitim durumu, beceriler, projeler gibi alanlar sayesinde kullanıcıya uygun işler gösterilmekte, iş verenlere de yetkinliklere göre pozisyona uygun kişiler gösterilmektedir. LinkedIn, iş arayanla, iş veren arasında bağlantı sağlayan bir sosyal medya platformudur.

LinkedIn “*We Are Social 2019 Dünya İnternet, Sosyal Medya ve Mobil Kullanıcı İstatistikleri*”ne göre en çok kullanıcı sayısına sahip 14. Sosyal medya platformu olmuştur. 604 milyon kullanıcıya sahip LinkedIn’in genel kullanıcı kitlesi 25-34 yaş aralığındadır (Bayrak, 2019). “*We Are Social 2019 Türkiye Sosyal Medya Kullanıcı Sayıları*”na göre Türkiye’de 7.30 milyon kullanıcısı bulunan LinkedIn kullanıcılarının %33’ünü erkekler, %67’sini bayanlar oluşturmaktadır (Bayrak, 2019).

1.1.3.6. Snapchat

Evan Spiegel, Bobby Murphy ve Reggie Brown tarafından 2011 yılında geliştirilen anlık mesajlaşma uygulaması olan Snapchat, kullanıcıların birbirine metin, ses, fotoğraf göndermesini sağlamaktadır. Kişiyeye gönderilen ileti, gönderenin belirlediği süre boyunca 2 defa görüntülenebilmektedir. Hikâyelere eklenen fotoğraf ve videolar ise gönderenin belirlediği süre boyunca istenildiği kadar görüntülenebilmektedir. Akıllı telefonlarda kullanılan uygulamanın kullanıcı kitlesini ağırlıklı olarak kadınlar oluşturmaktadır.

Şekil 1.6. Snapchat Giriş Ekranı

Snapchat “*We Are Social 2019 Dünya İnternet, Sosyal Medya ve Mobil Kullanıcı İstatistikleri*”ne göre en çok kullanıcı sayısına sahip 17. Sosyal medya platformu olmuştur. 287 milyon kullanıcıya sahip Snapchat’in genel kullanıcı kitlesi “13-17” “18-20” “21-24” “25-34” ve “35+” olarak kategorilere ayrılmış ve bu kategorilerin her birinde yaş dağılımı yaklaşık olarak aynı oranda dağılmaktadır (Bayrak, 2019).

“*We Are Social 2019 Türkiye Sosyal Medya Kullanıcı Sayıları*”na göre Türkiye’de 6.35 milyon kullanıcısı bulunan Snapchat kullanıcılarının %68’ini erkekler, %32’sini bayanlar oluşturmaktadır (Bayrak, 2019).

1.2. YALNIZLIK

1.2.1. Yalnızlık Kavramı ve Yalnızlıkla İlgili Yapılan Tanımlar

Yalnızlık, bireyin sosyal hayatında kendini yabancı, çevresi tarafından benimsenmemiş hissetmesi ve duygusal anlamda yakınlık kurabileceği bireylerin olmaması durumunda yaşadığı psikolojik yaşantıdır (Ünlü , 2015). Karmaşık ve sıkıntı verici bir durum olarak tanımlanan yalnızlık, insanın içinde bulunduğu psikolojik ve sosyo kültürel yapıdan etkilenen bir duygudur (Gün, 2006). Yalnızlığın bu yönü gelişmiş toplumlarda görülen önemli problemlerdendir. Bu durum yetişkin bireyleri anımsatıyorsa da, aslında insan hayatının her evresinde ortaya çıkabilmektedir (Tarhan, 1988).

Yalnızlık, modern çağın hızlı değişimiyle insanları en çok korkutan problemlerden biri haline gelmiştir. İnsanların hızlı, aktif, değişken hayat koşulları onları doğallıktan uzaklaştırarak dengelerini bozmaktadır. Dengelerin bozulması sonucunda kişilerin ruh hallerinde görülen tutarsızlıklar ilişkilerine yansımaktadır. Güvensiz, samimiyetsiz ilişkileri çoğalttığından ötürü toplum içinde yalnızlaşan ve daha mutsuz bireyler olmalarına sebep olmaktadır. İnsanların giderek sosyal ilişkileri sınırlanmakta, birbirlerine zaman ayırma durumu göz ardı edilmektedir. Bu problemler aile, arkadaş ilişkilerinden çalışma hayatına kadar birçok konuya dokunmaktadır (Alkan ve Sezgin, 1998). Çağımızda yalnızlığın farklı boyutlarda yaşandığı görülmektedir. Bireyler iletişim araçları ile istedikleri an istedikleri kişiye ve bilgiye ulaşabilmektedir. Sosyal ortamların sanal ortamlara taşınmasıyla birlikte, bireyler birçok insanla tanışıp görüştüğü durumda dahi yalnız kalabilmektedir. Bu durum kalabalıklar içerisinde yaşayan yalnız insanların sayısını arttırmaktadır (Çaycı ve Çaycı, 2017).

İnsanın temel ihtiyaçlarından olan ait olma ve sevgi ihtiyacı tam olarak karşılanmadığında yalnızlık duygusu ortaya çıkmaktadır. Bu duygu insanın iç dünyasında yaşadığı, hiçbir şekilde ölçülemeyen, onu psikolojik ve duygusal anlamda derinden etkileyen bir durumdur. Bu alanda yapılmış çalışmalar neticesinde, bireyin küçük yaşlarda yalnız olmadığını hissedememe ve annesiyle kuramadığı ilişki, onun ileriki dönemlerde kişilik bozukluğu yaşamasına neden olabilmektedir (Aktaş, 2017). Huzursuzluğun temel sebebi yalnızlık duygusunun bilinçte belirmesinden kaynaklanmakta ve bu yüzden huzursuzluk doğurmaktadır. Utanma ve suçluluk

duygusunun kaynağı da yalnızlığa dayanmakta ve insanoğlunun karşısına sürekli çıkmaktadır (Fromm, 2003).

Her insanın hayatının bir döneminde karşısına çıkan yalnızlık subjektiftir. Bu nedenle yalnızlık üzerine tam bir tanım söylenememekte, literatürde farklı tanımlarla ifade edilmektedir. Yapılan tanımlamalar yalnızlığı iki ana tanımda birleştirmektedir. Birinci tanımda yalnızlık acı veren süreç iken, ikinci tanımda bireyin kalabalıktan kaçmak için seçtiği durum olarak ifade edilmiştir (Taydaş, 2012).

Gençtan (1999) yalnızlığı bir kişinin başkaları tarafından anlaşılama ve bu yüzden yalnız kalma durumu olarak tanımlarken, Yılmaz ve Altınok (2009) kişilerarası ilişkilerin zayıf olması sonucu ortaya çıkan, kişinin çevresi ile etkileşimini azaltarak kendi iradesi ile yaşadığı bir duygu olarak ifade etmektedir. Williams (1983) yalnızlığı insanların bireylerarası ilişkilerde yakınlığa ihtiyaç duyup, bu yakınlığı kuramamalarının farkındalığı olarak ifade etmiştir. Akyüz (2018)'e göre yalnızlık, bireyin kişilerarası ilişkilerinde kendini yabancı, dışlanmış hissetmesi ve yakınlık ihtiyacını karşılayabilecek kişilerin olmaması durumunda ortaya çıkan psikolojik yaşantıdır. Ernst ve Cacioppo'ya (1999) göre yalnızlık bireyin sosyal ilişkilerindeki algılanan eksikliklerinden kaynaklanan, olumsuz duygusal deneyim yaşatan duygudur. Rook'a (1984) göre yalnızlık başkaları tarafından küçültülmüş, bağlantısız veya yanlış anlaşılma hissetmeyle ilişkili duygusal sıkıntı olarak tanımlanmaktadır. Peplau ve Perlman (1982) ise yalnızlığı "*Bireyin var olan sosyal ilişki ile olmasını istediği sosyal ilişki arasındaki farkı fark etmesi sonucunda yaşadığı hoş olmayan ruhsal bir durum*" olarak tanımlamıştır.

Yalnızlık şairler ve yazarlarında çalıştığı konulardan birisi olmuştur. Özdemir Asaf (1997) yalnızlığı "paylaşılsa yalnızlık olmaz" diye tanımlarken, Ümit Yaşar Oğuzcan (1995) yalnızlığı "köpek yalnızlığı" olarak betimlemiş ve yalnızlığın sürekli olarak kendisiyle olduğunu söylemiştir. Necip Fazıl (1996) ise yalnızlığın "beşikten mezara kadar devam eden bir süreç" olduğunu ifade etmiştir.

1.2.2. Yalnızlığın Kuramsal Yaklaşımları

1.2.2.1. Psikodinamik Yaklaşım

Yalnızlık düşüncesi Freud'un psikoanalitik yaklaşımlarına dayanmaktadır. Freud yalnızlığı yaşam içgüdüsünün bireyin benliğine hapsolmesi olarak ifade etmiştir. Kendi merkezine çekilen birey kendini dış dünyadan soyutlamakta ve içsel bir durum oluşturmaktadır. Psikodinamik yaklaşıma göre bireyin egosunu aşırı koruma isteği, yalnızlık olarak ortaya çıkmaktadır (Gençtan, 1998). Yalnız kalma ile yalnızlık aynı kavramlar gibi düşünülse de farklı kavramlardır. Yalnız kalma kişiye duyulan özlemlerle ortaya çıkan ve geçici bir durum iken, yalnızlık bunaltıcı ve sürekli bir durumdur (Perlman ve Peplau, 1984 ; Leiderman, 1980).

Psikodinamik yaklaşımın çocukluk döneminde aile ilişkilerinin yalnızlık üzerindeki önemini vurgulamışlardır (Keser ve Karaduman, 2014). Fromm-Reichmann'a göre yalnızlık acı veren bir duygudur. Yalnızlık temelde aile içi iletişimle ilişkilidir ve çocukluk deneyimlerine dayanmaktadır (Fromm ve Reichmann, 1990).

Sullivan'a (1953) göre is yetişkinlerin yaşadığı yalnızlığın temeli bebeklik dönemine dayanmaktadır. Sullivan (1953) kişilerarası yakınlık kurma ihtiyacının bebeklik döneminde hissedildiğini ifade etmiştir. Bu dönemde hissedilen ihtiyaç anne ile kurulan ilişki ile giderilirken erken çocukluk döneminde yetişkin oyun arkadaşlarıyla, son çocukluk döneminde ise hem cins arkadaşlarıyla giderilmeye çalışılmıştır. Yakınlık kurma ihtiyacı ergenlik döneminde de devam etmektedir. Ergenlik öncesinde bu ihtiyacı kişi kendi cinsinden arkadaşlarıyla giderirken, ergenlik döneminde karşı cins ile gidermektedir. Diğer gelişim dönemlerinde yakınlık kurma ihtiyacının karşılanamaması durumunda yalnızlık yaşanabilir ancak Sullivan yalnızlığın en net halinin ergenlikten itibaren görüldüğünü söylemiştir.

1.2.2.2. Varoluşçu Yaklaşım

Varoluşçu kuramcılar yalnızlığın evrensel bir duygu olduğunu ve bütün insanların yaşamlarının belli dönemlerinde varlık gösterdiğini ifade etmişlerdir. Varoluşçulara göre insanlar doğaları gereği yalnız oldukları için er ya da geç yalnız olmaya mahkûmdurlar. Varoluşçulara göre dünyada kimse bir diğerinin duygularını, düşüncelerini anlayabilecek durumda değildir (Tatay, 2015). Yaşamın özünün yalnızlık

olduğunu savunan Varoluşçular, hayatın sadece bireysel olarak yaşanabileceği üzerinde durmuşlardır (Armağan, 2014). Varoluşçular başlangıç noktasında insanın yalnız bir varlık olduğunu ve kimsenin bizim deneyimlerimizi bizim adımıza yaşayamayacağını söylemişlerdir. Varoluşçu yaklaşım yalnızlığı olumlu bir durum olarak değerlendirmektedir. Bireyin özgür kalabilmesi diğerlerinden ayrılabilmeyi başararak gerçekleşmektedir. Bu durum ise beraberinde yalnızlığı getirmektedir. İnsan hayatından sorumlu olduğu derece yalnızdır. İnsanın başka bir yaratıcı olduğu inancını bırakması, yaratıcılığının farkında olması anlamına gelmektedir (Yalom, 2001).

Moustakas, modern hayatın yalnızlığını; varoluşsal yalnızlık ve yalnızlık kaygısı olarak ayırmıştır. Yaşamın kaçınılmaz bir parçası olan Varoluşsal yalnızlık, içseldir ve yaşamın bir gerçeğidir ve bireyin doğumundan ölümüne kadar yaşam deneyimlerinden kaynaklanmaktadır. Yalnızlık kaygısı ise bireyin sürekli olarak diğer insanlarla birlikte olması gerektiğini savunan, hayata dair sorgulamalar yapmaktan alıkoyan bir durumdur (Moustakas, 1961).

1.2.2.3. Bilişsel Yaklaşım

Peplau, Miceli ve Morasch, bilişsel yaklaşımın öncüleridir. Normal insanlarda yalnızlık konusunu ele alan Peplau, bilişsel uyumsuzluk modeli ile yalnızlığı kişinin bakış açısına göre incelemektedir. Bilişsel yaklaşım ile kişi ilişkilerini nasıl algıladığına ve nasıl değerlendirdiğine odaklanmakta ve yalnızlığın sosyal ilişkilerdeki doyumsuzluktan kaynaklandığını ifade etmektedir (Peplau, Miceli ve Morasch 1982 Akt. Özatça, 2009).

Bilişsel yaklaşımın temel konusunu yalnızlığın bilişsel süreçleri oluşturmaktadır. Kişinin mevcut ilişki uyumu ile hedeflediği ilişki uyumu arasındaki farklılık olarak değerlendirilmektedir. Farkın açıklığı ne kadar fazlaysa yalnızlık derecesinin de o oranda arttığı görülmüştür (Sermat, 1980). Bilişsel – Davranışçı yaklaşımda yalnızlık kişinin algıları, içsel yaşantıları çerçevesinde incelenmekte, kişinin duygu ve davranışları bilgi olarak kabul edilmektedir. Ayrıca bireyin yalnızlığı nasıl yaşayacağını sosyal hayatında benimsediği prensipler etkilemektedir (Armağan, 2014).

Jones, Freemon ve Goswick'in (1981) yalnız insanlarla ilgili yaptığı araştırmasında, kişilerin karşısındaki kişileri olumsuz değerlendirme eğiliminde

oldukları için olumsuz durum ile karşılaşma beklentisi içinde olduklarını ifade etmektedirler.

1.2.2.4. Bilişsel-Davranışçı Yaklaşım

Bilişsel-Davranışçı yaklaşımı benimseyen kuramcılardan Young yalnızlık konusunda önemli çalışmalar yapmıştır. Young'a göre bireyler akılcı olmayan inançlarını ele alarak yalnızlığı önleyebilirler. Young çalışmalarında inançlara sahip kişilerin kendilerini değerlendirip, inançlarını tekrardan düzenlemeyi amaçlamıştır. Young'a göre kişi farklı şekillerde yaşayıp, farklı "yalnızlık grupları" içinde yer alabilmektedir. Young yalnızlık olgusuna neden olan tipik düşünceleri araştırarak bunları 12 gruba ayırmıştır (Young, 1982).

1. Tek Başına Olmaktan Mutsuzluk Duyma: Yalnızlık duygusunu yaşayan bireyler dağınık ve güçsüzdür. Yalnız kaldıklarında kontrol edemeyecekleri durumların olmasından korkar ve bir şeylerin yolunda gitmediğine inanmaktadır.

2. Düşük Benlik Kavramı: Yalnızlık yaşayan bireyler kendilerini sevilecek bir birey olarak görmedikleri için ilişki kurmaktan çekinmektedir.

3. Sosyal Kaygı: Yalnızlık duygusunu yaşayan bireyler, diğer bireyler tarafından yargılanacaklarına ve onların yanında rahat hissedemeyeceklerine inanmaktadır.

4. Sosyal Uyumsuzluk: Yalnız bireyler sosyal becerilerinin yetersiz olduğuna ve diğer bireyler tarafından sevilmediklerine inanmaktadır.

5. Güvensizlik: Çoğu yalnız birey, diğer bireylere güvenmediği için arkadaşlık kurmaktan çekinmektedir ve insanların çoğunun bencil olduğu düşüncesine inanmaktadır.

6. Sınırlama: Yalnız bireyler diğer bireyler tarafından anlaşılmadıklarını düşündükleri için duygu ve düşüncelerini kendi içlerinde saklamaları gerektiğine inanmaktadırlar.

7. Eş Seçiminde Problemler: Yalnız bireylerin karşı cinsle yakın ilişkide bulunma girişimleri yetersiz olması sebebiyle uygun olmayan arkadaş/sevgili seçiminde bulunmaktadırlar.

8. Yakınlığı Reddetme: Yalnız bireyler, tekrar incitilmekten ve hayal kırıklığına uğramaktan korktukları için tekrar incitilmektense yalnız kalmayı tercih etmektedir.

9. Cinsel Kaygı: İyi bir sevgili olmadıklarına inanan bireyler, seksin hemcinsi tarafından değerlendirildiği bir performans olduğuna inanmakta ve bu yüzden cinsel aktivitelerden kaçınmaktadır.

10. Duygusal Bağlanma İle İlgili Kaygı: Yalnız bireyler arkadaş/sevgililerinin duygusal isteklerini tatmin edemeyeceklerine inanmaktadır.

11. Pasiflik: Birey ilişkideki problemin kendisinden kaynaklandığını düşünmekte ve sürekli eleştirildiğine inanmaktadır. Bireyin arkadaşının/sevgilisinin kendisinden ayrılacağını düşünmesine sebep olmaktadır.

12. Gerçekçi Olmayan Beklentiler: Yalnızlık yaşayan bireyler arkadaş/sevgililerine karşı yüksek beklenti içindedir. Beklentiler karşılanmadığı zaman hayal kırıklığına sebep olmaktadır. Bu hayal kırıklığını yaşamaktansa yalnız kalmayı tercih etmektedir (Young, 1982).

1.2.2.4. Rogers'in Danışman Merkezli Yaklaşımı

Danışman-merkezli yaklaşımın kurucusu olan Rogers'a göre yalnızlık, bireyin diğer bireylerle hiçbir ilişkisinin olmadığını hissettiği an ortaya çıkan bir durumdur. Yalnızlık kişinin hiç kimse ile etkileşime girmemesi sonucunda oluşmaktadır. Bu yüzden kişiler, kişiliklerinin anlaşılamayacağı endişesi taşımakta ve bu durum çevrelerine göre hareket ederek kişiliklerini saklama eğilimine girmelerine neden olmaktadır. Kişi kendinin sevimsiz olduğunu, etrafındaki insanlar tarafından benimsenmeyeceğini düşündüğü için duygu ve düşüncelerini diğer kişilerle paylaşmamakta bu durum ise yalnızlık yaşamasına sebep olmaktadır. Kişinin benliğini sakladığı oranda yalnızlığı artmaktadır. *“Kişi, yaşamın anlamının, onun sahte yüzünün dışarıdaki gerçek dünyayla olan ilişkisine bağlı olmadığını, olamayacağını kabul etme eğilimine girdiği zaman yalnızlığı umutsuzluğa dönüşür”* (Rogers, 1994). Yalnızlıktan kurtulmanın tek yolu kişinin, tüm olumsuz yargı ve inançlarına rağmen kendi benliği ile yaşamayı göze alabilecek cesareti göstermesiyle gerçekleşecektir (Aksak, 2017).

Rogers, Nüfusun artması, kültürün samimiyetsizliği, kısa süreli olması, düzensiz olması, yakın kişisel ilişki korkusu gibi birçok farklı yalnızlık biçimlerini doğurmakta ve bu

durum kişilerin diğerlerinden tamamen kopmuş olduklarını hissetmelerine sebep olmaktadır (Rogers, 1994).

1.2.3. Yalnızlık Türleri

Yalnızlık çeşitleri her insana göre farklılık gösterir ve kişiye özel bir duygudur. Yalnızlık, “Derin Yalnızlık, Sosyal Durum Yalnızlığı, Duygusal Durum Yalnızlığı, Gizli Yalnızlık ve Triad Yalnızlığı olmak üzere 5 başlık etrafında açıklanmıştır.

1.2.3.1. Derin Yalnızlık

Kişinin çevresiyle ilişkisini tamamen kesildiği, depresyonun belirli özelliklerinin bulunduğu yalnızlık türüdür. Derin ve acı veren derin yalnızlık, depresyonun ağırlaşmış ilerlemesiyle kişinin yaşamında tüm zevklerinden kopmasına sebep olmaktadır. Bu durumun sonucunda kişi için hayatın hiçbir anlamının kalmadığı görülmektedir. Kişi de yorgunluk, çaresizlik, unutkanlık, halsizlik ve intihar gibi ruh halleri görülmektedir. Önlem alınmadığı durumlarda intihar ile sonuçlanmaktadır. Bu durumu yaşayan kişilerin psikiyatrik yardım alması gerekmektedir (Yahyaoglu, 2005).

1.2.3.2. Sosyal Durum Yalnızlığı

Weiss (1973), kişinin kendisini yaşadığı sosyal çevre içinde yalnız hissetmeye başlamasıyla ortaya çıkan yalnızlık türüdür. Kalabalık ortamlar, gruplar sıkıcı hale gelmekte ve toplu yapılan etkinlikler anlamsız hale gelmektedir. Bir grupta topluluk halinde çaba gösterilmesi gereken etkinliklerde bulunmaktan kaçınmaktadır. Kişi sosyal alandaki tüm etkinliklerden uzaklaşmakta ve içinde yaşadığı toplumdan yabancılaşmaktadır. Taşınma, şehir değiştirme, gittiği şehirde hiçbir tanıdığı bulunmadığı anda hissedilen yalnızlık, sosyal durum yalnızlığıdır. Sosyal yalnızlık; depresyon, can sıkıntısı kendi kendine konuşma gibi olumsuz davranışlar ile ilişkilendirilmiştir (Körler, 2011).

1.2.3.3. Gizli Yalnızlık

Dışarıdan bakıldığında hiçbir sorun yokmuş gibi görünen, yaşadığı üzüntü ve kırgınlıklardan sonra ortaya çıkan yalnızlık türüdür. Kişi hiçbir sorunu yokmuş gibi üzüntü ve kırgınlıklarını çevresinden saklamakta ve dışarıya yansıtmamaktadır. “*Her üzüntümü ya da sinirimi içime atıyorum, kimseyle paylaşmıyorum*” diyenleri yaşadığı

yalnızlık türüdür. İnsana dışarıdan bakıldığında hiçbir sorunu yokmuş gibi görülür. Yaşadığı ciddi üzüntüden sonra ortaya çıkar. Kişi hayata olan bakış açısını değiştirmedığı durumlarda derin yalnızlığa doğru sürüklenmektedir. Haksızlıklar karşısında susarak kendini ifade edemeyen, pasif kişiler bu yalnızlık türünü yaşamaktadırlar (Yahyaoglu, 2005).

1.2.3.4. Triad Yalnızlık

Yalnızlık türlerinden olan triad yalnızlık, korku ve depresyonla karışık bir yalnızlıktır ve karma karışık duygular içinde gerçekleşebilir. Kişinin ruh halinde sürekli meydana gelen dalgalanmalar onu yalnızlığa doğru çekmeye devam eden baş etmesi zor olan bir yalnızlıktır. Yıkıntı ya da aniden parlayan bir ruh yapısı vardır ve içine girildiği zaman kısır döngü etkisi yaratarak içinde çıkılması zor bir durum oluşturmaktadır. Kişinin bu durumdan kendi başına kurtulabilmesi neredeyse imkânsızdır. Psikoterapi desteğine ek olarak kişinin ilaç tedavisi de görmesi gerekmektedir (Yıldırım, 2002 Akt. Aktaş, 2017).

1.2.3.5. Duygusal Durum Yalnızlığı

Weiss (1973), kişinin flört, arkadaşlık gibi yakın ilişkilerin yokluğuyla oluşan, sevgisine ve beklentilerine karşılık alamaması durumunda yaşadığı yalnızlık türüdür. Kişinin eşinden ayrılması veya eşini kaybetmesi gibi durumlarda hissettiği terk edilmişlik ve kimsesiz hissetme durumudur. Duygusal yalnızlığın yaşanması kişiyi hayal kırıklığına uğratarak ruhsal dünyasına zarar verebilir ve kişi kaygı, tek başınalık, terk edilmişlik gibi anlamsız korkular yaşayabilir (Körler, 2011).

1.2.4. Yalnızlığın Nedenleri

Doğası gereği tek başına yaşayamayan kişi toplumda var olmak istediği için diğerleriyle ilişki kurmak istemektedir. Fakat istediği gibi sonuçlanmayan sosyal ilişkilerinde kişi, sorunlar yaşayarak diğer kişilerden uzaklaşmakta ve yalnızlık duygusunu yaşamaya başlamaktadır (Koçak, 2008). Kişinin yalnızlık algısının gelişmesinde; Haliloğlu'na (2008) göre düşük benlik algısı, Karahan ve diğerleri (2004)'e göre duygusal yaşantı ve problemler, sosyal ve çevresel etkenler, depresif duygulanım düzeyi, Yaşar'a (2007) göre diğer kişilerle yaşanan sosyal ilişkilerdeki

hayal kırıklıkları, Gün'e (2006) göre toplum kurallarına uyum sağlama noktasında ortaya çıkan sıkıntılar, kişilerin aile bağlarında görülen zayıflıklar ya da bir aileye sahip olmaması, Keser ve Karaduman'a (2014) göre kişinin toplum içinde yaşadığı iletişimin eksikliği, Özatça'ya (2009) göre bireyselliğin ön plana çıktığı ve kentleşmenin etkisiyle ortaya çıkan yaşam biçimi, paylaşma ve dayanışmanın azalması, Ekinci ve diğerlerine (2015) göre ise teknolojinin gelişmesiyle birlikte kişilerin hem kendilerine hem de çevrelerine ayırdıkları zamanın azalması, gibi durumlar etkili olmaktadır.

Weis yalnızlığı sosyal ve duygusal yalnızlık olmak üzere iki başlıkta ele almıştır. Weis'e göre duygusal yalnızlık, aile ve özel arkadaşlarla ilişkili iken sosyal yalnızlık, sosyal ortamdaki arkadaşlıklarla ilgilidir. Yine, genç bireylerde yaşanan yalnızlığın en önemli sebebi aileden ziyade sosyal ilişkilerde memnuniyetsizlik ve flört etme olarak rapor edilmiştir (Weis 1973 Akt. Çeçen, 2008) .

Rokach'a (2004) göre kişilerarası ilişkilerdeki kopmalar kişilerin yalnızlık duygusunu yaşamasına sebep olmakta ve insanlarda korku duygusunu yaşatarak mutsuzluğa sürüklemektedir. Çoğu insan yalnızlığın çaresizlik ve mutsuzluğa sebep olduğunu, yalnızlığın vazgeçilmez bir parçası olduğunu düşünmektedir.

Yapılan çalışmalarda yalnızlığın nedenleri konusunda farklı gruplandırmalar yapılmıştır. Peplau ve Weeks yalnızlığı 13 durum ile açıklamıştır.

1. Kötümserlik: Kişinin ilişki kuracağı birini bulmasını şans durumuna bağlaması ve bu şansın da kendisinde mevcut olmadığını düşünmesidir.

2. Reddedilmekten Korkma: Kişinin istediği ilişkiyi kurmak istediği zaman reddedileceği korkusuna kapılmasıdır.

3. Çaba Gösterememe: Kişinin yeni birileriyle tanışmak için çaba göstermemesidir.

4. Şanssızlık: Kişinin herhangi biriyle tanışma konusunda şanssız olduğunu hissetmesidir.

5. Bilgisizlik: Kişinin yeni arkadaşlık kurma becerisine sahip olmamasıdır.

6. Utangaçlık: Kişinin utangaçlık durumunu aşırı derecede yaşamasıdır.

7. Fiziksel Çekiciliği Olmama: Kişinin fiziksel olarak çekici olmadığını düşünmesidir.

8. Diğer Gruplar/İlişkiler: Diğer kişilerin bir gruba üye olup, yalnızlık yaşayan kişilere ilgi duymamalarıdır.

9. Diğerlerinin Korkuları: Diğerlerinin yalnızlık duygusunu yaşayan kişilerle ilişki kurmaya korkmasıdır.

10. Kişisel Olmayan Durumlar: Kişinin diğer insanlarla kişisel olmayan ilişki içine girmesidir.

11. Fırsat Yoksunluğu: Kişinin diğerleriyle arkadaşlık kurmak için fırsat bulamamasıdır.

12. Diğerlerinin İsteksizliği: Diğer insanların ilişki kurma konusunda çaba sarf etmeme durumudur.

13. Antipatik Kişilik Yapısı: Kişinin diğerleri tarafından sevimsiz kişiliğinin olmasıdır (Michela, Peplau, ve Weeks, 1982).

1.2.5. Yalnızlığın Sonuçları

Günümüzün gelişen modern toplumları, kişileri gerçek dünyadan her geçen gün uzaklaştırmaktadır. Çağımız, imkân ve olanakları çok olmasına rağmen en talihsiz çağ olarak görülmektedir. İnsanlar çoğu zaman bu gelişmişlik ve hıza ayak uyduramamakta, uyum problemleri yaşanmaktadır. Modern dünyada yaşanan hız, kişilerin dengesini bozmakta ve kendi başına kalma isteğini artırmaktadır. Sosyal ilişkiler ve sorumluluklar ikinci plana atılmaya başlanır. Bu durum beraberinde kişide depresyon ve kaygı olarak görülmekte, bireylerarası ilişkiler bozulmakta ve sonuç olarak yalnızlık hissinin ortaya çıkmasına sebep olmaktadır (Yalçın, 2015).

Yalnızlık duygusu genellikle stres, umutsuzluk, özlem, kaygı, öfke, boşluk hissi vb. duygular şeklinde ortaya çıkan, hoş olmayan ve kaçınılması gerekli olan duygu durumudur. Bu duruma ek olarak depresyon, madde bağımlılığı, sosyal ilişki eksikliği, intihara yatkınlık gibi psikolojik sorunlarla ilişkili olduğu da görülmektedir (Tohumcu, 2018).

Çok farklı sebeplerle ortaya çıkan yalnızlık, kişilere acı çektirerek yaşamı çekilmez kılan psikososyal sorunlardan biri haline gelmiştir. Günümüz dünyasında insanların çoğu yıkıcı yalnızlık duygusuna maruz kalmaktadır. Bu durumun sonucu

olarak kişiler depresyona girerek ruh sağlıkları olumsuz olarak etkilenmektedir. Yalnızlık duygusu kişilerde beceriksizlik, mahcubiyet, değersizlik, can sıkıntısı, benlik reddi ve strese sebep olma gibi kişilerin ruh sağlığına zarar vererek hayatı çekilmez hale getirmektedir. Genel doyumsuzluk, kaygı, verimli dinlenememe, depresyon gibi istenmeyen durumlara neden olmaktadır. Bu durumların artması hayattan duyulan memnuniyeti azaltarak aralarında ters orantı yaratmaktadır (Wright, 2005).

1.2.6. Yalnızlık ve Sosyal Medya

Yediden yetmişe tüm insanların yörüngesi haline gelen teknoloji, her geçen gün gelişerek varlığını devam ettirmektedir. Gelişen teknolojiyle birlikte İnternet, toplum hayatında yerini almıştır. İnternet kişinin sosyal hayatını etkileyen iletişim noktası haline gelmiştir. Sosyal medya platformları, İnternetin en sık kullanıldığı alanlardan biridir. Bu durumun sonucu olarak İnternet kullanımındaki artış, sosyal medya kullanımını da artırmaktadır. İletişim teknolojileri, İnternet kullanıcılarına diğer kullanıcılarla etkileşime girip farklı blog vb. uygulamalarla içerik yayınlamalarına olanak sağlamaktadır. Sosyal medya aslında iletişim teknolojilerini ifade etmektedir. Sosyal medyanın insan hayatını birçok farklı açıdan etkilediği düşünülmektedir (Aksak, 2017).

Sosyal medya kişilerde İnternet bağımlılığına yol açmakta ve kullanıcıların iki türlü yalnızlık yaşamalarına sebep olmaktadır. Gerçek dünyadan uzaklaşan kullanıcılar zamanlarının çoğunu ekran karşısında geçirmektedir. Bu durum yalnızlık duygusunun ilk boyutunu oluşturmaktadır. Yalnızlığın ikinci boyutu ise zihinsel yalnızlaşmadır. Toplumun baskısı, erişimi sınırlandırarak yön veren iletişim tasarımı, ahlaki değerler kişiyi bilişsel olarak yalnızlaştırmaktadır. Kişi toplumdan tamamıyla kopuk değildir. Sosyal medyada yaptığı paylaşımlarını sanal dünyadaki çevresine göre sınırlandırmakta ve gerçek olan düşüncelerini saklamaktadır (Çingay, 2015).

Geleneksel iletişimden sosyal ağ iletişimine geçiş yapan toplumlarda yalnızlaşma kaçınılmaz bir gerçektir. Sosyal medyada iletişim ağının yaygın hale gelmesi beraberinde kişilerin yüz yüze iletişim kurmak için vakit bulamamalarına sebep olmuştur. İletişimin hızlı hale gelmesi zaman ve mekan kavramlarını ortadan kaldırmıştır. Kişilerin yaşadığı anlık iletişimle birlikte davranışları sanal davranış, duyguları ise sanal duygu olarak değişim

göstermiştir. Bu durumun sonucunda sosyal medyada gerçekleştirilen iletişim, kişiyi yalnızlaştırmaktadır (Akyüz, 2019).

Kişiler sanal ortamda oluşturdukları sohbet ve arkadaşlıklar ile kendilerine sanal kimlik oluşturarak yeni bir dünya yaratmaktadırlar. Böylece İnternette harcadıkları zaman artarak gerçek dünyada oluşturulan arkadaşlıklarla geçirdikleri zamanın önüne geçmektedir. Sanal ortamda çok sayıda arkadaş edinen, paylaşımlara yorum yaparak vaktinin çoğunu orada geçiren kişiler, gerçek hayatta içine kapanma eğilimi göstermektedir. Bu durumun sonucu olarak ta kişilerde yalnızlık duygusunun artmasına neden olduğu görülmektedir. Gelişen iletişim imkânları kişinin istediği bilgiye ya da istediği kişiye erişebilme hızını arttırırken, gerçek hayatta var olan birlikteliği yok etmektedir. Kişinin sosyal medyada takipçi sayısının ya da arkadaşının fazla olması, gerçek hayatta yalnız bireyler oluşturmuştur. Kişiler arkadaşlıklarını sosyal hayatta edinmek yerine sanal alemde oluşturmakta ve bu durumun sonucu olarak ta yalnızlık ile baş başa kalmaktadırlar (Karakoç ve Taydaş, 2013).

Sonuç olarak sosyal medya kişinin kendisinde eksik hissettiği duygulara hitap etmektedir. Kişi sosyal medya aracılığıyla yalnızlık duygusunu bastırdığı duygusuna kapılmaktadır. Fakat telefon, tablet veya bilgisayarını kapattığı an tek başına kaldığı gerçeğiyle baş başa kalacak, yalnızlık duygusunu daha derinden hissedecektir (Akyüz, 2019).

1.2.7. Yalnızlık ve Sosyal Medya İle İlgili Yurtiçinde Yapılmış Çalışmalar

Ceyhan ve Ceyhan (2008) tarafından 559 üniversite öğrencisi ile yapılan çalışmada üniversite öğrencilerinin yalnızlık, depresyon ve bilgisayar öz-yeterlik düzeylerinin problemlili İnternet kullanım düzeylerinin anlamlı yordayıcısı olup olmadığı araştırılmıştır. Çalışmada, İnternet kullanım ölçeği, UCLA yalnızlık ölçeği, Beck Depresyon Envanteri ve Bilgisayar Öz-Yeterlik Ölçeği kullanılmıştır. Yalnızlık, depresyon ve bilgisayar öz-yeterliliğinin problemlili İnternet kullanımının anlamlı yordayıcısı olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Kurtaran (2008) tarafından 650 lise öğrencisi ile yapılan çalışmada depresyon, benlik sayısı ve yalnızlık değişkenlerinin İnternet bağımlılığını yordamadaki ilişkisi araştırılmıştır. İnternet Bağımlılık Ölçeği, UCLA Yalnızlık Ölçeği, Coopersmith Benlik

Saygısı Ölçeği ve Çocuklar İçin Depresyon Ölçeği kullanılmıştır. Depresyonun anlamlı bir şekilde yordamadığı, İnternet bağımlılığı ve benlik saygısı arasında negatif, İnternet bağımlılığı ve yalnızlık arasında pozitif bir ilişki olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Özen ve Sarıcı (2009) tarafından Erzurum, Erzincan ve Ankara illerinde eğitim gören 717 üniversite öğrencisi ile yapılan çalışmada İnternette geçirilen zamanın yalnızlık, akrabalık ilişkisi, arkadaşlık ilişkisi ve sosyal çevre ile olan ilişkisi araştırılmıştır. UCLA Yalnızlık Ölçeği ve sanal sohbet ortam kullanımını analiz etmeye yönelik hazırlanan anket kullanılmıştır. Çalışma ile “*Hem İnternet kullanımının bireyleri yalnızlığa sevk ettiği hem de yalnız hissetmenin İnternet’e yönelttiği*” sonucuna ulaşılmıştır.

Çağır (2010) tarafından 646 lise ve üniversite öğrencisi ile yapılan çalışmada öğrencilerin problemlı İnternet kullanımı, iyilik halleri ve yalnızlık halleri arasındaki ilişki araştırılmıştır. Algılanan Esenlik Hali Ölçeği, İnternette Bilişsel Durum Ölçeği ve UCLA Yalnızlık Ölçeği kullanılmıştır. Problemlı İnternet kullanımı görülen öğrencilerin yalnızlaştığı ve esenlik hallerinin düşük olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Batıgün ve Hasta (2010) tarafından 213 genç ile yapılan çalışmada kişilerarası ilişki tarzları, yalnızlık ile İnternet bağımlılığı arasındaki ilişki incelenmiştir. UCLA Yalnızlık Ölçeği, İnternet Bağımlılığı Ölçeği ve Kişilerarası İlişki Tarzları Ölçeği kullanılmıştır. Çalışma ile İnternet bağımlılığı ölçeğinden yüksek puan alan kişilerin kendilerini daha yalnız hissettiği sonucuna ulaşılmıştır.

Odacı ve Kalkan (2010) tarafından 493 öğrenci ile yapılan çalışmada yetişkin üniversite öğrencileri arasında problemlı İnternet kullanımı ile yalnızlık ve arkadaşlık kaygısı arasındaki ilişki incelenmiştir. Çalışmada Çevrimiçi Biliş Ölçeği, Arkadaş Anksiyete Ölçeği, UCLA Yalnızlık Ölçeği ve Kişisel Veri toplamada Bilgi Anketi kullanılmıştır. Problemlı İnternet kullanımı ve yalnızlık, iletişim kaygısı, popüler olmayan anksiyete arasında anlamlı pozitif bir ilişki olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Problemlı İnternet kullanımı arttıkça bireylerin yalnızlık ve arkadaşlık kaygı düzeyleri artmaktadır.

Turgut ve arkadaşları (2011) tarafından Türkiye ve Güney Kore’den 595 öğretmen ile yapılan çalışmada, sorunlu İnternet kullanımı, Türkiye ve Güney Kore arasındaki yalnızlık ilişkisi incelenmiştir. Genelleştirilmiş Sorunlu İnternet Kullanımı

Ölçeği 2 ve UCLA Yalnızlık Ölçeği kullanılmıştır. Çalışma ile her iki ulusun öğretmen adaylarının problemleri İnternet kullanımı ve yalnızlık düzeyleri arasında anlamlı bir ilişki olduğu, Güney Koreli öğretmen adaylarının, Türk meslektaşlarından daha yüksek düzeyde yalnızlık içinde oldukları sonucuna ulaşılmıştır.

Şara ve arkadaşları (2012) tarafından 569 yaşlı birey ile yapılan çalışmada İnternet kullanımının yalnızlık ile başa çıkabilmek için etkili bir yöntem olup olmadığını araştırılmıştır. UCLA Yalnızlık Ölçeği Kısa Formu, Keşif Faktörü Analizi, ve Doğrulayıcı Faktör Analizi kullanılmıştır. İnternet kullanımının yaşlılarda yalnızlık ile başa çıkmak için etkili bir yöntem olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Şimşek (2012) tarafından 350 üniversite öğrencisi ile yapılan çalışmada Facebook sosyal ağ kullanımı ile yalnızlık arasındaki ilişki araştırılmıştır. Araştırmacı tarafından hazırlanan Anket ve UCLA Yalnızlık Ölçeği kullanılmıştır. Çalışma ile Facebook kullanımı ve yalnızlık durumu arasında anlamlı bir ilişki olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Taydaş (2012) tarafından 582 üniversite öğrencisi ile yapılan çalışmada Facebook uygulamasını aktif kullanan öğrencilerin kullanma alışkanlıkları, doyumları ile yalnızlık durumları araştırılmıştır. Facebook kullanımına yönelik 5'li Likert ölçeği ve UCLA Yalnızlık Ölçeği kullanılmıştır. Çalışma ile öğrencilerin Facebook'ta geçirdikleri sürenin yalnızlık hallerini azalttığı sonucuna ulaşılmıştır.

Uzun (2013) tarafından 400 kişi ile yapılan çalışmada İnternette geçirilen zamanın kişilerin yalnızlık ve sosyallik seviyelerine bağımlılık durumları araştırılmıştır. UCLA Yalnızlık Ölçeği ve İlişki Ölçekleri Anketi uygulanmıştır. Çalışma ile kişilerin sanal ortamlarda geçirilen sürenin yalnızlık ve sosyallik hallerini etkilemediği sonucuna ulaşılmıştır.

Akyazı ve Ünal (2013) tarafından 353 üniversite öğrencisi ile yapılan çalışmada sosyal ağ sitelerini benimseme, kullanım amaçları ve yalnızlık düzeyleri arasındaki ilişki araştırılmıştır. Sosyal Ağ Siteleri Kullanım Amacı Ölçeği, Sosyal Ağları Benimseme Ölçeği, UCLA Yalnızlık Ölçeği ve Kişisel Bilgi Formu kullanılmıştır. Çalışma ile öğrencilerin yalnızlık düzeyi arttıkça, sosyal ağ kullanım amacının ve benimseme düzeyinin arttığı sonucuna ulaşılmıştır.

Bozoğlan ve arkadaşları (2013) tarafından 384 üniversite öğrencisi ile yapılan çalışmada yalnızlık, benlik saygısı, yaşam doyumunu ve İnternet bağımlılığı arasındaki

ilişki incelenmiştir. İnternet Bağımlılığı, UCLA Yalnızlık, Benlik Saygısı ve Yaşam Memnuniyeti Ölçekleri kullanılmıştır. İnternet bağımlılığı ile yalnızlık arasında anlamlı bir pozitif korelasyon ve İnternet bağımlılığı ile benlik saygısı arasında anlamlı negatif ilişki olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Karakoç ve Taydaş (2013) tarafından 400 üniversite öğrencisi ile yapılan çalışmada, öğrencilerin İnternet kullanımı ile yalnızlıkları arasındaki ilişki incelenmiştir. Çalışma ile UCLA Yalnızlık Ölçeği ve Katılımcıların Demografik özelliklerinin de yer aldığı anket uygulanmıştır. Çalışma ile kendini yalnız hisseden kişilerin fazla İnternet kullanmadığı sonucuna ulaşılmıştır.

Bayraktar ve arkadaşları (2013) tarafından 133 üniversite öğrencisi ile yapılan çalışmada öğrencilerin, sosyal ağları benimseme durumları ile yalnızlıkları arasındaki ilişki incelenmiştir. UCLA Yalnızlık Ölçeği ve Sosyal Ağları Benimseme Ölçeği kullanılmıştır. Çalışma sonucunda öğrencilerin sosyal ağ kullanma sıklıkları arttıkça yalnızlık durumlarının da arttığı görülmüştür.

Ayas ve Horzum (2013) tarafından 292 öğrenci ile yapılan çalışmada, ortaokul öğrencilerinin yaşıt bağımlılık düzeylerinin tahmininde depresyon, yalnızlık ve benlik saygısının etkilerinin incelenmesi amaçlanmıştır. İnternet Bağımlılığı Ölçeği, Beck Depresyon Ölçeği, UCLA Yalnızlık Ölçeği ve Rosenberg Benlik Saygısı Ölçeği kullanılmıştır. Depresyon ve yalnızlık değişkenleri ile İnternet bağımlılığı arasında anlamlı bir ilişki varken, benlik saygısı ile anlamlı bir ilişki bulunamamıştır.

Odacı ve Çelik (2013) tarafından devlet üniversitesinde 424 öğrenci ile yaptıkları çalışmada üniversite öğrencilerinin problemlı İnternet kullanım davranışları ile utangaçlık, narsisizm, yalnızlık, saldırganlık ve kendini algılama arasındaki korelasyonu incelemişlerdir. Çalışmada Problemlı İnternet Kullanım Ölçeği, Utangaçlık Ölçeği, Narsistik Kişilik Envanteri, UCLA Yalnızlık Ölçeği, Saldırganlık Ölçeği, Sosyal Karşılaştırma Veri Toplama Ölçeği ve Kişisel Veri Formu kullanılmıştır. Korelasyon analizi sonuçlarına göre problemlı İnternet kullanımı ile utangaçlık ve saldırganlık arasında pozitif ilişki olduğu fakat sorunlu İnternet kullanımı, narsizm, yalnızlık ve kendini algılama arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki saptanamamıştır.

Özgür (2013) tarafından 349 öğretmen adayı üniversite öğrencisi ile yapılan çalışmada, yalnızlık, sosyal ağ bağımlılığı ve etkileşim kaygısı arasındaki ilişki incelenmiştir. Facebook Bağımlılık Ölçeği, Etkileşim Kaygısı Ölçeği ve UCLA Yalnızlık Ölçeği kullanılmıştır. Çalışma ile öğrencilerin yalnızlık düzeyi ve sosyal ağ sitesi bağımlılığı arasında orta derece, etkileşim kaygısı ile sosyal ağ bağımlılığı arasında yüksek derece ilişki olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Durualp ve Çiçekoğlu (2013) tarafından yetiştirme yurdunda kalan 47 erkek ergen ile yapılan çalışmada ergenlerin, yalnızlık düzeyleri, İnternet bağımlılığı ve bazı değişkenler açısından incelenmiştir. İnternet Bağımlılık Ölçeği ve UCLA Yalnızlık Ölçeği kullanılmıştır. İnternet bağımlılığı yüksek düzeyde olan ergenlerin yalnızlık puan ortalamalarının yüksek olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Balcı ve Gölcü (2013) tarafından 903 üniversite öğrencisiyle yapılan çalışmada Facebook bağımlılıkları ve yalnızlık durumları arasındaki ilişki ele alınmıştır. Facebook Bağımlılık Ölçeği ve Likert Ölçeği kullanılmıştır. Çalışma ile öğrencilerin günlük Facebook kullanım süresi ve yalnızlık düzeyleri arasında anlamlı ilişki olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Özdemir ve arkadaşları (2014) tarafından 648 lisans öğrencisi ile yaptıkları çalışmada genelleştirilmiş sorunlu İnternet kullanımının bilişsel-davranışsal bir modeline dayanarak, depresyon, yalnızlık, düşük öz-denetim ve İnternet bağımlılığı arasındaki doğrudan ve dolaylı ilişkiler araştırılmıştır. Depresyon, UCLA Yalnızlık Ölçeği, Kendini Kontrol ve İnternet Bağımlılığı ölçekleri kullanılmıştır. Araştırma sonucunda sadece yalnızlığın, düşük öz-denetim yoluyla ve İnternet bağımlılığıyla ilişkili olduğu görülmüştür.

Koyuncu ve arkadaşları (2014) tarafından 1157 öğrenci ile yapılan çalışmada ortaöğretim ve lise öğrencilerinin İnternet bağımlılığı ve yalnızlık durumları araştırılmıştır. Genç İnternet Bağımlılığı Ölçeği ve Kaliforniya Üniversitesi Los Angeles Yalnızlık Ölçeği kullanılmıştır. Orta ve lise öğrencilerinin İnternet bağımlılığı önemli bir sağlık sorunu olarak bulunmuş ve yalnızlık ile İnternet bağımlılığı arasında pozitif bir ilişki olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Morsünbül (2014) tarafından 350 üniversite öğrencisi ile yapılan çalışmada yalnızlığın İnternet bağımlılığını ne yönde yordadığı araştırılmıştır. 10-Maddeli Kişilik

Ölçeği, UCLA Yalnızlık Ölçeği, İnternet Bağımlılığı Ölçeği, İlişki Ölçekleri Anketi ve Yaşam Doyumu Ölçeği kullanılmıştır. Yalnızlığın İnternet bağımlılığını pozitif yönde yordadığı sonucuna ulaşılmıştır.

Oğuz ve Çakır (2014) tarafından 347 öğretmen adayıyla yapılan çalışmada, öğretmen adaylarında yalnızlık düzeyleri ile İnternet bağımlılığı arasındaki ilişki ortaya konulmaya çalışılmıştır. UCLA Yalnızlık Ölçeği ve İnternet Bağımlılığı Ölçeği kullanılmıştır. İnternet bağımlılığı ile öğretmen adaylarının yalnızlık düzeyleri arasında orta düzeyde olumlu bir ilişki olduğu, erkek öğretmen adaylarının yalnızlık düzeylerinin kadın öğretmen adaylarının yalnızlık düzeylerinden daha yüksek olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Oktan (2014) tarafından 463 üniversite öğrencisi ile yapılan çalışmada öğrencilerin problemleri İnternet kullanımı ile algılanan sosyal destek düzeyleri ve yalnızlık durumları arasındaki ilişki incelenmiştir. UCLA Yalnızlık Ölçeği, Çok Boyutlu Algılanan Sosyal Destek Ölçeği ve Problemleri İnternet Kullanımı Ölçeği kullanılmıştır. Algılanan sosyal destek ve yalnızlığın, problemleri İnternet kullanımının anlamlı yordayıcısı olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Şişman (2014) tarafından 239 lise öğrencisiyle yapılan çalışmada sosyal medya bağımlılık durumu, benlik saygısı ve yalnızlık algıları arasındaki ilişki araştırılmıştır. Facebook Bağımlılığı Ölçeği, Sosyal Becerileri değerlendirme Ölçeği, UCLA Yalnızlık Ölçeği, Coopersmith Özsaygı Envanteri ve İlişki Ölçekleri Anketi kullanılmıştır. Facebook Bağımlılığı Ölçeği ve UCLA Yalnızlık Ölçeği arasında anlamlı bir fark olmadığı sonucuna ulaşılmıştır.

Nartar (2014) tarafından 392 ortaokul öğrencisiyle yapılan çalışmada “*Sosyal ağları kullanma durumlarının algılanan yalnızlık düzeyi, benlik saygısı düzeyi, iletişim becerileri ve ders başarısını etkilemesi*” araştırılmıştır. UCLA Yalnızlık Ölçeği, Rosenberg Benlik Saygısı Ölçeği ve İletişim Becerileri Envanteri kullanılmıştır. Çalışma ile öğrencilerin iletişim becerileri, benlik saygısı düzeyleri ve yalnızlık düzeylerinin sosyal ağ kullanma durumlarına göre farklılaşmadığı sonucuna ulaşılmıştır.

Onay (2014) tarafından 122 ortaöğretim öğrencisi ile yapılan çalışma ile İnternet bağımlılığı yordayıcıları olarak yalnızlık, ana baba tutumları ve iletişim becerileri incelenmiştir. Ana Baba Tutumları Ölçeği, İletişim Becerileri Değerlendirme Ölçeği

UCLA Yalnızlık Ölçeği ve Kişisel Bilgi Formu kullanılmıştır. İnternet bağımlılığı ile yalnızlık, ana baba tutumları ve iletişim becerileri arasında zayıf bir ilişki olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Mutlu (2014) tarafından 764 lise öğrencisi ile yapılan çalışmada Facebook kullanım yoğunluğu, özsaygı ve yalnızlık düzeyleri arasındaki ilişki incelenmiştir. Araştırmacı tarafından hazırlanan Facebook Değerlendirme Anketi, CooperSmith Özsaygı Ölçeği ve UCLA Yalnızlık Ölçeği kullanılmıştır. Facebook'ta az vakit geçirenlerin, fazla vakit geçirenlere göre özsaygı düzeylerinin yüksek olduğu ve Facebook'ta az arkadaşı olanların, fazla arkadaşı olanlara göre yalnızlık hallerinin fazla olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Yalçın (2015) tarafından 280 üniversite öğrencisi ile yapılan çalışmada “Sosyal medyanın yoğun kullanımının ileri ergenlikte yalnızlık ve depresyona etkisi” araştırılmıştır. Araştırmacının hazırladığı anket, UCLA Yalnızlık Ölçeği ve Beck Depresyon Ölçeği kullanılmıştır. Öğrencilerin Instagram, Twitter ve Facebook hesaplarının bulunması ile depresyon düzeyleri ve yalnızlık halleri arasında anlamlı bir ilişki olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Ozsaker ve arkadaşları (2015) tarafından 459 üniversite öğrencisi ile yapılan çalışmada üniversite öğrencileri arasında yalnızlık, depresyon ve algılanan sosyal desteğin sorunlu İnternet kullanımı üzerindeki etkileri araştırılmıştır. Problemlı İnternet Kullanım Ölçeği, (UCLA) Yalnızlık Ölçeği, Çok Boyutlu Algılanan Sosyal Destek Ölçeği ve Beck Depresyon Envanteri kullanılmıştır. Problemlı İnternet Kullanımı ve Çok Boyutlu Algılanan Sosyal Destek Ölçeği ile Beck Depresyon ölçeği arasında pozitif yönde olumlu bir ilişki, Problemlı İnternet Kullanımı ve Beck Depresyon ölçeği arasında negatif yönde olumsuz bir ilişki olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Balcı ve Olkun (2015) tarafından 316 öğrenci ile yapılan çalışmada Türkiye'de bulunan dört farklı üniversitede, yabancı öğrencilerin Facebook kullanma alışkanlıkları ile yalnızlık düzeyleri arasındaki ilişki araştırılmıştır. Yetişkinler için Sosyal ve Duygusal Yalnızlık Ölçeği ve 5'li Likert ölçeği kullanılmıştır. Çalışma ile Facebook kullanımı arttıkça öğrencilerin yalnızlık düzeylerinin de arttığı sonucuna ulaşılmıştır.

Alpaslan ve arkadaşları (2015) tarafından 328 kişi ile yapılan çalışmada problemlı İnternet kullanımı ile yalnızlık, aleksitimi ve intihar olasılığı arasındaki ilişki

araştırılmıştır. Genç İnternet Bağımlılığı Testi, UCLA yalnızlık ölçeği, 20 maddelik Toronto Aleksitimi Ölçeği ve İntihar Olasılığı Ölçeği kullanılmıştır. Çalışma ile yalnızlık, aleksitimi, intihar olasılığı ve problemlili İnternet kullanımı arasında anlamlı ilişki bulunmuştur.

Çakır ve arkadaşları (2016) tarafından 425 kişi ile yapılan çalışmada Facebook gibi sosyal ağ sitelerinde yalnızlığın iletişim stilleri üzerinde belirleyici olup olmadığı araştırılmıştır. UCLA Yalnızlık Ölçeği ve Anket Formu kullanılmıştır. Facebook'ta geçirilen günlük sürenin, yalnızlık düzeyine göre anlamlı bir farklılık göstermediği sonucuna ulaşılmıştır.

Doğan ve Karakuş (2016) tarafından 496 lise öğrencisi ile yapılan çalışmada *“Lise öğrencilerinin sosyal ilişkilerinde, aile ilişkilerinde ve duygusal ilişkilerindeki yalnızlıklarının sosyal medya kullanımını yordayıp yordamadığı”* araştırılmıştır. Bilgi Formu ve Duygusal Sosyal Yalnızlık Ölçeği kullanılmıştır. Çalışma ile romantik ve aile ilişkilerinde ki yalnızlığın sosyal medya kullanımını yordadığı fakat sosyal ilişkilerindeki yalnızlığın sosyal medya kullanımını yordamadığı sonucuna ulaşılmıştır.

Özsarı ve Karaduman (2016) tarafından 225 üniversite öğrencisi ile yapılan çalışmada öğrencilerin, sosyal medya kullanımı ile yalnızlık durumları ve sosyal hayatları arasındaki ilişki incelenmiştir. Kişisel Bilgi Formu, UCLA Yalnızlık Ölçeği, Sosyal Medya Tutum Ölçeği ve Sosyal Medya Kullanım Ölçeği kullanılmıştır. Çalışma ile öğrencilerin sosyal medya tutum davranışları ile yalnızlıkları arasında anlamlı bir fark çıkmadığı sonucuna ulaşılmıştır.

Demir ve Kutlu (2016) tarafından 452 üniversite öğrencisine yapılan çalışmada İnternet bağımlılığının arabuluculuk rolünün yalnızlık ve depresyon ilişkisi incelenmiştir. UCLA Yalnızlık Ölçeği, Genç İnternet Bağımlılığı Testi Kısa Formu ve Endikasyon Tarama Listesi uygulanmıştır. Çalışma ile yalnızlık, depresyon ve İnternet bağımlılığı arasında olumlu bir ilişki olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Özşaker ve arkadaşları (2016) tarafından İzmir, Aydın, Manisa ve Muğla'da 726 üniversite öğrencisi ile yapılan çalışmada öğrencilerin, yalnızlık ve problemlili İnternet kullanımı ilişkilerinin rekreatif aktivitelere katılımları araştırılmıştır. Problemlili İnternet Kullanım Ölçeği ve UCLA Yalnızlık Ölçeği kullanılmıştır. Çalışma ile yalnızlık ve

problemlerli İnternet kullanımı arasında anlamlı bir ilişki bulunduğu, Rekreatif aktiviteye katılmayanların daha fazla İnternet kullandıkları sonucuna ulaşılmıştır.

Özdemir ve arkadaşları (2016) tarafından 328 üniversite öğrencisi ile yapılan çalışmada, öğrencilerin yalnızlık ve sanal yalnızlık durumları araştırılmıştır. Sanal Ortam Yalnızlık Ölçeği kullanılmıştır. Araştırma sonucunda erkek öğrencilerin, kız öğrencilere göre sanal ortamda daha fazla sosyal oldukları ve öğrencilerin şiddetli olmayan sanal ortam yalnızlığı yaşadıkları sonucuna ulaşılmıştır.

Ümmet ve Ekşi (2016) tarafından 237 üniversite öğrencisi ile yapılan çalışmada sanal ortam yalnızlığının İnternet bağımlılığı ile ilişkisi incelenmiştir. UCLA Yalnızlık Ölçeği ve Sanal Ortam Yalnızlık Ölçeği kullanılmıştır. Sanal ortamda yalnızlık yaşamayan kişilerin daha fazla İnternet bağımlısı olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Taşdemir (2016) tarafından 285 lise öğrencisi ile yapılan çalışmada öğretmenlerinden ve ailelerinden algıladıkları sosyal destek ile yalnızlık durumları ve İnternet kullanım düzeyleri arasındaki ilişki araştırılmıştır. Algılanan Sosyal Destek Ölçeği, İnternet Bağımlılığı Ölçeği ve Yalnızlık Ölçeği kullanılmıştır. Çalışma ile öğrencilerin sosyal destek ve İnternet kullanımları ile yalnızlık ve İnternet kullanımları arasında anlamlı bir ilişki olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Akyüz (2016) tarafından 500 e yakın yetişkin bayan tarafından yapılan çalışmada Facebook kullanımının, umutsuzluk ve yalnızlık halleri ile olan ilişkisi araştırılmıştır. Beck Umutsuzluk Ölçeği, UCLA Yalnızlık Ölçeği, Mazman Facebook Kullanım Amacı Ölçeği ve araştırmacı tarafından hazırlanan bilgi formu kullanılmıştır. Facebook sitesini kullanan bayanların yaş ortalamaları ile umutsuzluk ve yalnızlık halleri arasında olumlu yönde anlamlı bir ilişki olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Aksak (2017) tarafından 1004 lise öğrencisi ile yapılan çalışmada, yalnızlık düzeyleri ile sosyal medyaya ilişkin tutumları araştırılmıştır. Sosyal Medya Tutum Ölçeği ve UCLA Yalnızlık Ölçeği kullanılmıştır. Öğrencilerin yalnızlık düzeyleri azaldıkça sosyal medya kullanma amacının arttığı sonucuna ulaşılmıştır.

Aktaş (2017) tarafından 25-55 yaş aralığında bulunan 151 kişi ile yapılan çalışmada sosyal medya kullanma davranışı ile yalnızlık durumu arasındaki ilişki incelenmiştir. Sosyo-Demografik Ölçek, Sosyal Medya Kullanım Ölçeği ve UCLA

Yalnızlık Ölçeği kullanılmıştır. Çalışma ile kişilerin sosyal medyayı aktif kullanma durumları ile yalnızlık düzeyleri arasında anlamlı bir ilişki bulunamamıştır.

Eni (2017) tarafından 200 lise öğrencisi ile yapılan çalışmada, sosyal medya kullanma davranışının yalnızlık algılarına etkisi araştırılmıştır. Sosyal Medya Tutum Ölçeği ve UCLA Yalnızlık Ölçeği kullanılmıştır. Çalışma ile öğrencilerin yalnızlık düzeyleri ile sosyal medya tutumları arasında düşük düzeyde anlamlı ilişki olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Korkmaz (2017) tarafından 50 lise öğrencisi ile yapılan çalışmada İnternet kullanımının depresyon, yalnızlık ve başarı düzeyi arasındaki ilişki araştırılmıştır. Beck Depresyon Ölçeği, UCLA Yalnızlık Ölçeği ve Araştırmacı tarafından hazırlanan anket formu kullanılmıştır. Çalışma ile ders çalışırken İnternet kullanan bireylerin kullanmayanlara göre yalnızlık düzeylerinin daha fazla olduğu, öğrencilerin depresyon ve yalnızlık halleri arasında pozitif yönde ilişki olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Büyük (2017) tarafından 20-40 yaş arası 106 yetişkin ile yapılan çalışmada yalnızlık, benlik saygısı ve sosyal medya paylaşımları arasındaki ilişki araştırılmıştır. Rosenberg Benlik Saygısı Ölçeği, Kişisel Bilgi Formu ve UCLA Yalnızlık Ölçeği kullanılmıştır. Çalışma ile yalnızlık, benlik saygısı ve sosyal medya paylaşımları aralarında ilişki olmadığı sonucuna ulaşılmıştır.

Özbek (2017) tarafından 100 üniversite öğrencisi ile yapılan çalışmada İnternet bağımlılık durumları ve yalnızlık halleri arasındaki ilişki incelenmiştir. Genel Bilgi Formu, UCLA Yalnızlık Ölçeği ve İnternet Bağımlılığı Ölçeği kullanılmıştır. Çalışma ile öğrencilerin İnternet bağımlılık düzeyleri ile yalnızlık düzeyleri arasında negatif ilişki olduğu, kişilerin yalnızlık düzeyleri düştükçe İnternet bağımlılık düzeylerinin de azaldığı sonucuna ulaşılmıştır.

Çakır ve Oğuz (2017) tarafından 540 lise öğrencisi ile yapılan çalışmada öğrencilerinin yalnızlık düzeyleri ile akıllı telefon bağımlılığı arasındaki ilişki araştırılmıştır. Akıllı Telefon Bağımlılığı Ölçeği ve UCLA Yalnızlık Ölçeği kullanılmıştır. Çalışma ile akıllı telefon bağımlılığı ve yalnızlık düzeyleri arasında pozitif, anlamlı ilişki olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Eroğlu ve Bayraktar (2017) tarafından 120 kişi ile yapılan çalışmada İnternet bağımlılığı ile ilişkili değişkenler araştırılmıştır. İnternet Bağımlılığı Ölçeği, Yaşam

Doyumu Ölçeği, UCLA Yalnızlık Ölçeği ve Rosenberg Benlik Saygısı Ölçeği kullanılmıştır. Yaş, cinsiyet, benlik sayısı ve İnternet bağımlılığı arasında ilişki bulunamadığı, kişilerin yalnızlık durumu arttıkça İnternet bağımlılığının da arttığı sonucuna ulaşılmıştır.

Dike ve arkadaşları (2017) tarafından 465 lise öğrencisi ile yapılan çalışmada akıllı telefon bağımlılığı ile yalnızlık düzeyi arasındaki ilişki araştırılmıştır. Bilgi Formu, Akıllı Telefon Bağımlılığı Ölçeği Kısa Formu ve UCLA Yalnızlık Ölçeği kullanılmıştır. Çalışma ile yalnızlık hisseden ergenlerin daha fazla akıllı telefon ile vakit geçirdikleri sonucuna ulaşılmıştır.

Çevik ve Yılmaz (2017) tarafından 300 kişi ile yaptıkları çalışmada ergenlerin İnternet bağımlılıklarını tahmin ederken algılanan sosyal destek, baş etme ve yalnızlığın rollerini incelemek amaçlanmıştır. Araştırmada İnternet Bağımlılığı Testi, Çok Boyutlu Algılanan Sosyal Destek Ölçeğinin Revize Edilmiş Formu, Çocuklar ve Gençler için Başa Çıkma Ölçeği ve UCLA Yalnızlık Ölçeği kullanılmıştır. Araştırma sonucunda yalnızlık ve İnternet bağımlılığı arasında bir ilişki olduğu, yalnızlığın İnternet bağımlılığının önemli bir yordayıcısı olduğu bulunmuştur.

Satici (2018) tarafından 280 üniversite öğrencisi ile yapılan çalışmada utangaçlık ve yalnızlığın aracılık etkisiyle Facebook bağımlılığı ile öznel iyi oluş arasındaki ilişki araştırılmıştır. Facebook Bağımlılık Ölçeği, Yaşam Doyumu Ölçeği, Olumlu ve Olumsuz Etki Planı, Utangaçlık Ölçeği ve UCLA Yalnızlık Ölçeği kullanılmıştır. Facebook bağımlılığı ile öznel iyi oluş arasındaki ilişkinin, utangaçlık ve yalnızlık ile tam olarak ilişkili olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Yayan ve arkadaşları (2018) tarafından 1.312 genç ile yapılan çalışmada teknoloji kullanımının genç yalnızlık ve sosyal ilişkiler üzerindeki etkileri araştırılmıştır. İnternet Bağımlılığı Ölçeği, Akran İlişkisi Ölçeği, Akıllı Telefon Bağımlılığı Ölçeği ve UCLA Yalnızlık Ölçeği kullanılmıştır. İnternet ve akıllı telefon bağımlılığı ile gençlerin yüksek düzeyde yalnızlığa ve zayıf sosyal ilişkilere sahip oldukları sonucuna ulaşılmıştır.

Ayazseven ve Önder (2018) tarafından 330 lise öğrencisi ile yapılan çalışmada, öğrencilerin “İnternet bağımlılık düzeylerini yalnızlık ve depresyonun ne düzeyde yordadığı” araştırılmıştır. Young İnternet Bağımlılığı Testi Kısa Formu, Kısa Semptom Envanteri Depresyon Alt Boyutu ve UCLA Yalnızlık Ölçeği kullanılmıştır. Çalışma ile

depresyonun ve yalnızlığın, İnternet bağımlılığını olumlu yönde yordadığı sonucuna ulaşılmıştır.

Genç ve arkadaşları (2018) tarafından 202 üniversite öğrencisi ile yapılan çalışmada, İnternet kullanımının yalnızlık algısı üzerindeki etkisi araştırılmıştır. UCLA Yalnızlık Ölçeği ve İnternette Bilişsel Durum Ölçeği kullanılmıştır. Çalışma ile erkeklerin, kızlara göre daha fazla yalnızlık duyduğu ve problemlili İnternet kullanımının üniversite öğrencilerini yalnızlaştırdığı sonucuna ulaşılmıştır.

Akyüz (2018) tarafından 283 üniversite öğrencisi ile yapılan çalışmada *“Üniversite öğrencilerinin Sosyal Medyaya İlişkin Tutumları İle Aile İçi İletişim ve Yalnızlık Algısı Arasındaki İlişkinin değerlendirilmesi”* araştırılmıştır. BAPİNT İnternet Formu, Sosyal Medya Tutum Ölçeği, UCLA Yalnızlık Ölçeği ve BECK Depresyon Ölçeği kullanılmıştır. Üniversite öğrencilerinin sosyal medya tutumları ile yalnızlık halleri arasında anlamlı bir ilişki çıkmamıştır.

Tohumcu (2018) tarafından 230 kişi ile yapılan çalışmada İnternet ve akıllı telefon bağımlılığı ile yalnızlık ve benlik saygısı arasındaki ilişki araştırılmıştır. Akıllı telefon bağımlılığı ölçeği, UCLA Yalnızlık Ölçeği, Rosenberg Benlik Saygısı Ölçeği ve Young İnternet Bağımlılığı Testi Kısa Formu kullanılmıştır. Çalışmada hem akıllı telefon bağımlılığı, yalnızlık ve benlik saygısı arasında, hem de İnternet bağımlılığı ile yalnızlık ve benlik saygısı arasında anlamlı bir ilişki olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Kısa (2018) tarafından 693 ortaokul öğrencisi ile yapılan çalışmada Sosyal beceri ve yalnızlık durumları ile İnternet bağımlılığı arasındaki ilişki araştırılmıştır. Matson Sosyal Beceri Ölçeği ve Çocuk Temelli Yalnızlık Ölçeği, İnternet Bağımlılık Ölçeği ve Kişisel Bilgi Formu kullanılmıştır. Okul başarı düzeyi kötü olanlarda ve cep telefonunda İnternet erişimi olan öğrencilerin yalnızlık düzeylerinin fazla olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

1.2.8. Yalnızlık ve Sosyal Medya İle İlgili Yurt Dışında Yapılmış Çalışmalar

Morahan-Martin (1999) tarafından 93 aile (169 kişi) ile yapılan çalışmada, yalnızlığın hem İnternet kullanımı hem de İnternet bağımlılığı ile ilişkili olup olmadığını araştırılmıştır. İnternet Bağımlılığı Testi ve UCLA Yalnızlık Ölçeği

kullanılmıştır. Yalnızlığın aşırı İnternet kullanımının bir yan ürünü olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Eric ve Moody (2001) tarafından 166 üniversite öğrencisiyle yapılan çalışmada Robert Weiss'in bimodal yalnızlık teorisi ile İnternet kullanımı arasındaki ilişki incelenmiştir. Sosyal ve Duygusal Yalnızlık ölçeği ve Öz Bilinç Ölçeği kullanılmıştır. Yüksek düzeyde İnternet kullanımının, düşük seviyedeki sosyal yalnızlık ve yüksek düzeyde duygusal yalnızlık ile ilişkili olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Coget ve arkadaşları (2002) tarafından 2096 Amerikalı ile yapılan çalışmada İnternet kullanımı ve yalnızlık arasındaki ilişki incelenmiştir. UCLA Yalnızlık Ölçeği ve İnternet Kullanım Ölçeği kullanılmıştır. İnternet kullanımının, azalmış bir yalnızlık düzeyi ile düşük derecede ilişkili olduğu ancak çevrimiçi arkadaşlara sahip olan insanların, olmayanlara göre daha yalnız olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Goulet (2002) tarafından 101 üniversite öğrencisi ile yapılan çalışmada İnternet bağımlılığı ve kullanımının, üniversite öğrencilerinin zaman içinde utangaçlık ve yalnızlık algılarını nasıl etkilediği araştırılmıştır. Çalışmada yoğun İnternet kullanımının yalnızlığı önemli ölçüde etkilemediği sonucuna ulaşılmıştır.

Dittmann (2003) tarafından 466 üniversite öğrencileri ile yapılan çalışmada yalnızlık ile İnternet kullanımının çeşitli boyutları arasındaki ilişki araştırılmıştır. UCLA Yalnızlık Ölçeği ve araştırmacı tarafından hazırlanan Kişisel Bilgi Formu kullanılmıştır. Çalışmada İnternetin lisans öğrencilerinin yalnızlık düzeylerini etkilemediği sonucuna ulaşılmıştır.

Hamburger ve Artzi (2003) tarafından 89 katılımcı ile yapılan çalışmada katılımcıların İnternet kullanımları ve yalnızlık ve dışadönüklük ve nevroitiklik duyguları ile aralarında nasıl bir ilişki olduğunu açıklanmaya çalışılmıştır. İnternet Hizmetleri Ölçeği, Eysenck Kişilik Envanteri ve UCLA Yalnızlık Ölçeği kullanılmıştır. Araştırmada erkekler için İnternet hizmetlerinin kullanımının yalnızlık, nevroitiklik veya dışadönüklük ile ilişkili olmadığı bununla birlikte, kadınlar için yalnızlığın hem nörotisizm hem de İnternette sosyal hizmetlerin kullanımı ile ilişkili olduğu sonucuna ulaşılmıştır. İnternet kullanımı depresyon ve yalnızlıkta artışa neden olmakta, kadınlar arasında yalnızlığı arttırmaktadır.

Martina ve Schumacherb (2003)'in 277 lisans öğrencisi ile yaptıkları çalışmada İnternet kullanımının yalnız ve yalnız olmayan öğrenciler arasında nasıl farklılık gösterdiği araştırılmıştır. UCLA Yalnızlık Ölçeği ve Martina Schumacherb tarafından hazırlanan içerisinde sosyo demografik özellikler, İnternet deneyimi ve İnternet kullanım nedenlerinin bulunduğu bir anket kullanılmıştır. Çalışma sonucuna göre yalnız insanlar, yalnız, depresif veya endişeli hissettikleri zaman çevrimiçi olmakta ve İnterneti, e-postayı daha çok kullanmaktadırlar.

Shaw ve Gant (2004) tarafından 40 öğrenci ile yapılan çalışmada İnternet kullanımının depresyon, yalnızlık ve stres ile arasındaki ilişki araştırılmıştır. Depresyon Ölçeği, UCLA yalnızlık ölçeği ve Sosyal Davranış Envanteri kullanılmıştır. İnternet kullanımının yalnızlığı ve depresyonu anlamlı olarak azalttığı, algılanan sosyal destek ve benlik saygısının anlamlı olarak arttırdığı sonucuna ulaşılmıştır.

Irwansyah (2005) tarafından 143 uluslararası öğrenci ile yapılan çalışmada İnternet kullanımları, bağımlılık ve yalnızlık arasındaki ilişki araştırılmıştır. İnternet Bağımlılığı Ölçeği ve UCLA Yalnızlık Ölçeği kullanılmıştır. İnternet bağımlılığı ve yalnızlık arasında orta düzeyde bir ilişki olduğu, İnternet bağımlılığı arttıkça yalnız olma durumlarının da arttığı sonucuna ulaşılmıştır.

Whitty ve Mclaughlin (2007) tarafından 150 üniversite öğrencisi ile yapılan çalışmada yalnızlık, İnternet öz-yeterliliği ve İnternetin eğlence amaçlı kullanımı arasındaki ilişki ortaya konulmaya çalışılmıştır. Çevrimiçi Eğlence Anketi, Demografik Bilgiler, İnternet Öz-Yeterlilik Ölçeği ve UCLA Yalnızlık Ölçeği kullanılmıştır. Çalışma sonucunda yalnız insanların, İnterneti eğlence amaçlı kullanma olasılıklarının yüksek olduğu ve İnternet öz-yeterliliğinde daha yüksek olanların İnterneti eğlence amaçlı kullanma olasılıklarının daha yüksek olabileceği bulunmuştur.

Tahariko ve arkadaşları (2008) tarafından 421 kişi ile yapılan çalışmada günlük İnternet kullanımının 10-16 yaş aralığındaki Japon çocukları üzerinde oluşturduğu etki araştırılmıştır. Araştırmada İnternet Kullanım Ölçeği, Çok Boyutlu Yalnızlık Ölçeği ve Depresyon Ölçeği kullanılmıştır. Araştırma ile İnternet kullanımının depresyon, saldırganlık ve İnternet iletişimi tercihini artırma eğiliminde olduğu, ancak yalnızlığı etkilemediği sonucuna ulaşılmıştır.

Sum ve arkadaşları (2008) tarafından 55 yaş üstü 222 Avusturalyalı yetişkin ile yapılan çalışmada İnternet'in yaşlılar tarafından bir iletişim teknolojisi olarak kullanılmasının yaşlı yetişkinlerin sosyal ilişkilerinde değişikliklere yol açma durumu incelenmiştir. İnternet kullanım ölçeği, 15 maddelik Sosyal ve Duygusal Yalnızlık Ölçeği (SELSA) kullanılmıştır. İnternetin bir iletişim aracı olarak daha fazla kullanılmasının, daha düşük bir sosyal yalnızlık düzeyi ile ilişkili olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Greenwood (2008) tarafından 116 ergen ile yapılan çalışma ile çevrimiçi arkadaşlık ve algılanan yalnızlık halleri arasındaki ilişki araştırılmıştır. UCLA Yalnızlık Ölçeği, Dostluk Kalitesi Ölçeği ve araştırmacı tarafından hazırlanan demografik anket kullanılmıştır. Çalışma ile çevrimiçi arkadaşlık ve yalnızlık halleri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki olmadığı sonucuna ulaşılmıştır.

Lou (2009) tarafından 340 üniversite öğrencisi ile yapılan çalışmada Facebook'u kullanma nedenleri ve Facebook kullanma yoğunluğu üzerinde yalnızlığın etkisinin olup olmadığı araştırılmıştır. UCLA Yalnızlık Ölçeği, Facebook Yoğunluk Ölçeği, Facebook Ölçeği, Çevrimdışı Dostluk Ölçeği ve Rosenberg Benlik Saygısı Ölçeği kullanılmıştır. Facebook kullanım yoğunluğunun öğrencilerin algılanan yalnızlık düzeyini azalttığı, Facebook kullanma amacının ise yalnızlık ile çok az ilişkili olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Winningham ve Pike (2009) tarafından 234 üniversite öğrencisi ile yapılan çalışmada, sosyal medya kullanımı ile yalnızlık arasında ilişki olup olmadığı incelenmiştir. Sosyal Destek Ölçeği, Ascher Ölçeği ve UCLA Yalnızlık Ölçeği kullanılmıştır. Sanal ortamda yalnızlık hissinin, yüz yüze iletişime göre daha yüksek olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Stepanikova ve arkadaşları (2010) tarafından yapılan çalışmada ABD'de yaşayan yetişkinlerin İnternette gezinmek için harcadıkları zaman ile yalnızlık arasındaki ilişki araştırılmıştır. İnternette gezinmek için harcanan zamanın yalnızlık ile pozitif ilişkili olduğu ve yaşam doyumu ile negatif ilişkili olduğu sonucuna varılmıştır.

Schwarz (2010) tarafından 218 üniversite öğrencisi ile yapılan çalışmada Facebook kullanımının benlik saygısı, narsisizm derecesi ve yalnızlık puanları ile olan ilişkisi araştırılmıştır. Facebook kullanım ölçeği, Rosenberg Benlik Saygısı Ölçeği

Narsistik Kişilik Envanteri, UCLA Yalnızlık Ölçeği kullanılmıştır. Çalışma ile narsisizm ve benlik saygısı arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki, narsisizm ve yalnızlık arasında istatistiksel olarak anlamlı bir negatif ilişki, benlik saygısı ile yalnızlık arasında pozitif bir ilişki ve Facebook ile yalnızlık durumu arasında pozitif bir ilişki olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Bonetti ve arkadaşları (2010) tarafından 626 öğrenci ile yapılan çalışmada, kendilerini yalnız hisseden çocukların İnternette daha sık iletişim kurdukları, utangaç hissetmedikleri, daha rahat konuşabildikleri ve daha fazla şey söylemeye cesaret ettikleri sonucuna ulaşılmıştır.

Sharabi ve Margalit (2011) tarafından 716 ergen ile yapılan çalışmada öğrenme engelli (öğrenme güçlüğü) ergenlerde risk ve koruyucu faktörlerle ilişkili olarak çok boyutlu bir yalnızlık modeli değerlendirilmiştir. Wechsler Çocuklar İçin Zeka Ölçeği, Yalnızlık Ölçeği ve Uyarlanabilir Öğrenme Ölçeği kullanılmıştır. İnternetin arkadaşlarla iletişimi desteklemek için kullanılmasının daha az yalnızlığa sebep olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Ryan ve Xenos (2011) tarafından 18 ve 44 yaşları arasında, 1324 Avustralya İnternet kullanıcısı ile yapılan çalışmada kişiliğin Facebook kullanımını etkileyip etkilemediği araştırılmıştır. Narsistik Kişilik Envanteri ve Yetişkinler için Sosyal ve Duygusal Yalnızlık Ölçeği kullanılmıştır. Facebook kullanıcılarının daha fazla dışadönük ve narsistik olma eğiliminde oldukları, ancak daha az vicdanlı ve sosyal olarak yalnız olmadıkları sonucuna varılmıştır.

Appel ve arkadaşları (2012) tarafından 216 ergen ile yapılan çalışmada ergenlerin İnternet kullanımı ve yalnızlığı arasındaki bağlantı üzerinde, genel anlamda algılanan aile desteğinin kontrol edilmesi konusu araştırılmıştır. İnternet kullanım ölçeği, UCLA Yalnızlık Ölçeği, Algılanan Aile Desteği, Çok Boyutlu Algılanan Sosyal Destek Ölçeği kullanılmıştır. Çalışmada yalnızlığın İnternet kullanım miktarı ile anlamlı bir şekilde ilişkili olmadığı sonucuna ulaşılmıştır.

Lou ve arkadaşları (2012) tarafından 340 öğrenci ile yapılan çalışmada, Facebook şiddeti ve Facebook kullanımının yalnızlık üzerine bir etkisi olup olmadığı araştırılmıştır. UCLA Yalnızlık Ölçeği, Facebook Yoğunluk Ölçeği ve Facebook Kullanma Ölçeği kullanılmıştır. Çalışmada karşılıklı ilişki bulunmamış, yalnızlığın ne

Facebook kullanım yoğunluğunu ne de Facebook kullanma nedenini etkilemediği sonucuna ulaşılmıştır.

Sheldon (2012) tarafından yaş aralığı 19-76 olan 327 yetişkin birey üzerinde yapılan çalışmada sosyal ağ sitelerinin kullanıcıları arasında duyum arayışı, yaşam-konumu göstergeleri, utangaçlık ve yalnızlık açısından farklılıklar olup olmadığını araştırılmıştır. Yaşam-Pozisyon Ölçeği ve UCLA Yalnızlık Ölçeği kullanılmıştır. Araştırma sonucunda Facebook kullanıcısı olmayanların utangaçlık ve yalnızlık konusunda Facebook kullanıcılarına göre daha yüksek puan aldıkları görülmüştür.

Kydland ve arkadaşları (2012) tarafından 12 zihinsel engelli ile yapılan çalışmada Flickr'in kullanımının zihinsel engelli bireyler için yalnızlığı azaltma potansiyeline sahip olup olmadığı sorusu araştırılmıştır. Çalışmada yalnızlık ölçeği kullanılmıştır. Flickr'in orta dereceli zihinsel yetersizliği olan kişilerde yalnızlığı azaltmada yardımcı olabileceğine dair bazı belirtilerin olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Clayton (2012) tarafından 229 üniversite öğrencisi ile yapılan çalışmada öğrencilerin Facebook'a olan duygusal bağlılıkları ile yalnızlık halleri arasındaki ilişki araştırılmıştır. UCLA Yalnızlık ölçeği, Öz Bilinçlilik Ölçeği, Alkol Kullanım Bozuklukları Tanımlama Testi, Facebook Yoğunluğu ölçeği, Facebook Bağlantıları Stratejileri ölçeği kullanılmıştır. Yüksek düzeyde yalnızlık ve genel endişe ile yalnızlık halleri arasında anlamlı bir ilişki olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Deters ve Mehl (2012) tarafından 130 kişi ile yapılan çalışmada Facebook'ta durum güncellemelerinin yayınlanmasının psikolojik etkilerini test edilmesi amaçlanmıştır. UCLA yalnızlık ölçeği, Depresyon ölçeği, Likert tipi ölçek kullanılmıştır. Durum güncellemesinin yalnızlığı azalttığı sonucuna ulaşılmıştır.

Skues ve arkadaşları (2012) tarafından 393 birinci sınıf psikoloji öğrencisi ile yapılan çalışmada benlik saygısı, yalnızlık ve narsisizm ile Facebook kullanımı arasındaki ilişki incelenmiştir. Facebook Anketi, Avustralya Kişilik Envanteri, Rosenberg'in benlik saygısı ölçeği, Narsisizm Kişilik Envanteri ve UCLA Yalnızlık Ölçeği kullanılmıştır. Dışadönüklük, Nevrotiklik, Benlik Saygısı ve Narsisizmin Facebook kullanımı ile anlamlı bir ilişkisinin olmadığı, yalnızlığı yüksek olan öğrencilerin ise çevrimdışı ilişkilerin eksikliğini telafi etmek için Facebook'u kullandıkları sonucuna ulaşılmıştır.

Deters ve Mehl (2013) tarafından 18-22 yaş aralığında olan 130 katılımcı ile yapılan çalışmada Facebook'ta durum güncellemelerinin yayınlanmasının psikolojik etkileri test edilmiştir. UCLA Yalnızlık Ölçeği, Depresyon Ölçeği, Likert tipi ölçek kullanılmıştır. Durum güncelleme aktivitesinde meydana gelen artışın yalnızlığı azalttığı ve azalan yalnızlığın, katılımcıların günlük olarak arkadaşlarına daha fazla bağlanmalarından kaynaklandığı sonucuna ulaşılmıştır.

Raghavendra ve arkadaşları (2013) tarafından, fiziksel engelli ve beyin hasarı olan 10-18 yaş arası 18 genç ile yapılan çalışmada, engelli gençlerin sosyal ağlarını geliştirmek ve yalnızlıklarını azaltmak için bir uygulama yapılmıştır. Çocuklar için Yalnızlık ve Sosyal Memnuniyet Anketi kullanılmıştır. Çalışma sonunda gençlerin çevrimiçi iletişim olanakları artırılmış fakat bu durumun yalnızlık düzeylerini azaltmadığı sonucuna ulaşılmıştır.

Lemieux ve arkadaşları (2013) tarafından 313 üniversite öğrencisi ile yapılan çalışmada Facebook kullanımı ile sosyal yalnızlık ve sosyal kaçınma arasındaki ilişki araştırılmıştır. Sosyal Kaçınma ve Tehlike Ölçeği, Yakınlık Arama Ölçeği, Duygusal ve Sosyal Yalnızlık Ölçeği kullanılmıştır. Facebook kullanımı ile sosyal yalnızlık ve sosyal kaçınmanın anlamlı derecede ilişkili olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Lee ve arkadaşları (2013) tarafından 265 üniversite öğrencisi ile yapılan çalışmada, yalnızlığın ve kendini açıklamanın sosyal ağ sitelerinin kullanılmasıyla ilişkili olup olmadığı araştırılmıştır. Çalışmada 7 maddeli ölçek ve UCLA Yalnızlık Ölçeği kullanılmıştır. Yalnızlığın refah üzerinde doğrudan olumsuz bir etkiye sahip olduğu, ancak kendini açığa vurma üzerinde olumlu bir etkiye sahip olmadığı ve sosyal ağ kullanımının Yalnızlık duygusunu azalttığı sonucuna ulaşılmıştır.

Jin (2013) tarafından 536 kişi ile yapılan çalışmada yalnızlık ile Facebook kullanımı arasındaki ilişki incelenmiştir. 7'li Likert tipi bir ölçek ve UCLA Yalnızlık Ölçeği kullanılmıştır. Yalnız insanların Facebook'u daha az kullanma eğiliminde oldukları sonucuna ulaşılmıştır.

Liu ve arkadaşları (2013) tarafından 455 Çinli ilkökul öğrencisi ile yapılan çalışmada çocukların İnternette bilgi arama, yaşam doyumu ve yalnızlık duyguları ile benlik saygısının arabulucu ve yönlendirici rolü arasındaki boylamsal ilişkileri araştırmışlardır. Araştırmada Yalnızlık ve Sosyal Memnuniyetsizlik Ölçeği (LSDS),

Yaşam Memnuniyet Ölçeği (SWLS) ve Rosenberg Benlik Saygısı Ölçeği (RSES) kullanılmıştır. İnternette okul ve yaşamla ilgili bilgilerin aranmasının, benlik saygısının artmasının daha fazla yaşam doyumu ve daha az yalnızlık getirdiği sonucuna ulaşılmıştır.

Ezoe ve Toda (2013) tarafından 105 tıp öğrencisi ile yapılan çalışmada İnternet bağımlılığına katkıda bulunan faktörler araştırılmıştır. Tokai Üniversitesi Tıp A Desen Ölçeği, Likert Ölçeği, UCLA Yalnızlık Ölçeği, Beck Depresyon Envanteri-II kullanılmıştır. Yalnızlık duygusu ve cep telefonu bağımlılığı olan üniversite öğrencilerinin daha yüksek düzeyde bir İnternet bağımlılığına sahip olma eğiliminde oldukları sonucuna ulaşılmıştır.

Teppers ve arkadaşları (2013) tarafından 256 ergen ile yapılan çalışmada ergenlik döneminde yaygın olan Facebook kullanımı ve yalnızlık arasındaki ilişki araştırılmıştır. Çocuklar ve Ergenler için Yalnızlık Ölçeği, 5'li Likert tipi ölçek ve Facebook Yoğunluğu Ölçeği kullanılmıştır. Facebook kullanımının akranla ilgili yalnızlığı zamanla azalttığı, Facebook'un sosyal beceri telafisi için kullanımının ise akranla ilgili yalnızlığı zamanla arttırdığı sonucuna ulaşılmıştır.

Wohn ve Larose (2014) tarafından 1639 öğrenci ile yapılan çalışmada Facebook kullanımının çeşitli boyutları ve yalnızlık durumları arasındaki ilişki incelenmiştir. 5'li Likert tipi bir ölçek ve UCLA Yalnızlık Ölçeği kullanılmıştır. Araştırma ile yarıyıl başı veya yarıyıl sonunda öğrencilerin yalnız olma ihtimallerinin olduğu ancak bu durumun Facebook'ta fazla zaman geçirmeyle bir ilişkisinin olmadığı sonucuna ulaşılmıştır.

Bian ve Leung (2014) tarafından 414 üniversite öğrencisi ile yapılan çalışmada akıllı telefon bağımlılığı belirtilerini ve sosyal sermayeyi öngörmede psikolojik özelliklerin (utangaçlık ve yalnızlık gibi) rollerini ve akıllı telefon kullanım alışkanlıkları incelenmiştir. İnternet Bağımlılığı Testi, Televizyon Bağımlılığı Ölçeği, UCLA Yalnızlık Ölçeği, Likert tipi ölçek kullanılmıştır. Yalnızlık ve utangaçlık durumu yüksek olan bireylerin, akıllı telefona bağımlı olma olasılığının arttığı sonucuna ulaşılmıştır.

Terwase ve Ibaishwa (2014) tarafından 473 üniversite öğrencisi ile yapılan çalışmada İnternet bağımlılığı, utangaçlık ve yalnızlık incelemiştir. Buss Utangaçlık Ölçeği, İnternet Bağımlılığı Testi, 5 maddeli Likert ölçeği ve yalnızlık ölçeği

kullanılmıştır. Utangaçlık ve yalnızlığın ise İnternet bağımlılığını olumlu yönde yordadığı sonucuna ulaşılmıştır.

Yao ve Zhong (2014) tarafından Hong Kong'da 361 üniversite öğrencisi ile yapılan araştırmada İnternet bağımlılığı ile yalnızlık durumu arasındaki ilişki incelenmiştir. İnternet Bağımlılığı Testi, Depresyon Derecelendirme Ölçeği, UCLA Yalnızlık Ölçeği ve Anket Yöntemi kullanılmıştır. Aşırı ve sağlıksız İnternet kullanımının zamanla yalnızlık duygularını arttıracığı, yani yalnızlık ve İnternet bağımlılığı arasında endişe verici bir kısır döngü olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Saggaf ve Nielsen (2014) tarafından 616 kadın Facebook kullanıcısı ile yapılan çalışmada kadın Facebook kullanıcıları arasında yalnızlık ve kendini açığa vurma ilişkisi araştırılmıştır. Facebook'ta “yalnız” hisseden kişilerin Kişisel Bilgi, İlişki Bilgisi ve Adresini “bağlı” hisseden kişilere kıyasla daha fazla açıkladığı sonucuna ulaşılmıştır.

Song ve arkadaşları (2014) tarafından 8798 kişi ile yapılan çalışmada Facebook kullanımı ve yalnızlık arasındaki ilişki incelenmiştir. Facebook kullanım Ölçeği, UCLA Yalnızlık Ölçeği, Facebook Yoğunluğu Ölçeği, Facebook Motivasyon Ölçeği ve Utangaçlık Ölçeği kullanılmıştır. Facebook kullanımı ve yalnızlık arasında pozitif ilişki olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Huana ve arkadaşları (2014) tarafından 1469 ergen ile yapılan çalışmada ergenlerin yalnızlık ve utangaçlığı ile genel sorunlu İnternet kullanımı arasındaki ilişki incelenmiştir. UCLA Yalnızlık ölçeği ve Genelleştirilmiş Sorunlu İnternet Kullanımı ölçeği kullanılmıştır. Çalışma ile yalnızlığın, utangaçlık ve yaygın sorunlu İnternet kullanımına aracılık ettiği sonucuna ulaşılmıştır.

He ve arkadaşları (2014) tarafından 162 erkek ile yapılan çalışmada İnternet bağımlıları arasındaki depresyonu etkileyen faktörler araştırılmıştır. Duygusal ve Sosyal Yalnızlık Ölçeği, Çok Boyutlu Algılanan Sosyal Destek Ölçeği ve Kendini Değerlendirme Depresyon Ölçeği kullanılmıştır. Yalnızlık ve sosyal destek eksikliğinin İnternet bağımlıları arasında depresyon ile anlamlı bir şekilde ilişkili olduğu ve yalnızlığın İnternet bağımlılığını etkilediği sonucuna ulaşılmıştır.

Singh (2014) tarafından 56 lise ve üniversite öğrencisi ile yapılan çalışmada Facebook kullanımı, Yalnızlık ve Benlik Saygısı ile ilgili tutumlar araştırılmıştır. UCLA Yalnızlık Ölçeği, Facebook Yoğunluk Ölçeği ve Rosenberg Benlik Saygısı Ölçeği kullanılmıştır. Çalışma ile Facebook kullanımı ve yalnızlık arasında anlamlı ilişki olmadığı, Facebook kullanımı ile benlik saygısı arasında ise anlamlı pozitif bir ilişki olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Kern tarafından (2015) 102 yetişkin ile yapılan çalışmada çevrimiçi sosyal ağ platformlarının kullanımının kullanıcılar üzerinde olumlu ve olumsuz etkileri araştırılmıştır. UCLA Yalnızlık Ölçeği ve Araştırmacı tarafından hazırlanan anket kullanılmıştır. Sosyal ağ platformlarının daha fazla kullanılmasının yalnızlık duygusunu azalttığı sonucuna ulaşılmıştır.

Pittman (2015) tarafından 423 üniversite öğrencisi ile yapılan çalışmada üniversite öğrencilerinin sosyal medya davranışları ile yalnızlık arasındaki ilişki araştırılmıştır. UCLA Yalnızlık Ölçeği ve Sosyal Medya Tutum Ölçeği kullanılmıştır. Çalışma sonucunda öğrencilerin sosyal medya davranışları ile yalnızlık durumları arasında anlamlı bir ilişki bulunmuştur. Özellikle, öğrencilerin Twitter ve Instagram kullanımı arttıkça, kendi bildirdikleri yalnızlık halleri azalmıştır.

Matook ve arkadaşları (2015) tarafından 205 öğrenci ile yapılan çalışmada çevrimiçi sosyal ağ kullanımının yalnızlık algılarını nasıl etkilediği araştırılmıştır. Kendini Açıklama Alt Ölçeği ve UCLA Yalnızlık Ölçeği kullanılmıştır. Çevrimiçi sosyal ağ kullanımının algılanan yalnızlığa bağlı olabileceği sonucuna ulaşılmıştır.

Skues ve arkadaşları (2015) tarafından 169 üniversite mezunu öğrenci ile yapılan çalışmada yalnızlığın can sıkıntısı ve problemlerle internet kullanımı ile ilişkisi olup olmadığı araştırılmıştır. Problemlerle İnternet Kullanımı Anketi, Sıkıntı Yetenek Ölçeği, UCLA Yalnızlık Ölçeği, Sıkıntı Tolerans Ölçeği kullanılmıştır. Yalnızlığın hem can sıkıntısı hem de Problemlerle İnternet Kullanımı ile anlamlı olarak ilişkili olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Biolcati ve Cani (2015) tarafından 988 ergen ile yapılan çalışmada ergenlerin sosyal ağ sitelerini kullanım biçimleri ile yalnızlık durumları arasındaki ilişki incelenmiştir. UCLA Yalnızlık Ölçeği ve Sosyal Ağ Kullanım Ölçeği kullanılmıştır.

Çalışma ile yalnızlığın sosyal ağ kullanımını düşük derecede etkilediği sonucuna ulaşılmıştır.

Zaffar ve arkadaşları (2015) tarafından 150 üniversite öğrencisi ile yapılan çalışmada Facebook bağımlılığı, yalnızlık ve akademik performans arasındaki ilişki araştırılmıştır. Facebook Bağımlılık Ölçeği ve UCLA Yalnızlık Ölçeği kullanılmıştır. Facebook bağımlılığı, yalnızlık ve akademik performans arasında bir ilişki olmadığı sonucuna ulaşılmıştır.

Bharathi ve arkadaşları (2015) tarafından yaş aralığı 40-70 olup, 30 duldan oluşan çalışmada cinsiyet ve yaş faktörlerine göre yalnızlık ve sosyal ağ arasındaki ilişki araştırılmıştır. UCLA Yalnızlık Ölçeği, Sosyal Ağ Ölçeği ve Depresyon Ölçeği kullanılmıştır. Çalışma ile sosyal ağ kullananların daha az yalnızlık ve depresyon yaşadıkları sonucuna ulaşılmıştır.

Aarts ve arkadaşları (2015) tarafından 60 yaş ve üzeri olan 626 kişi ile yapılan çalışmada sosyal ağ kullanımının, yaşlı erişkinlerde yalnızlık ve zihinsel sağlık ile ilişkili olup olmadığı araştırılmıştır. 6 maddelik yalnızlık ölçeği ve Ruh Sağlığı Envanteri kullanılmıştır. Yaşlı bireylerde Sosyal ağ kullanımının yalnızlık ve zihinsel sağlık ile ilişkili olmadığı sonucuna ulaşılmıştır.

Ostovar ve arkadaşları (2016) tarafından 1052 İranlı genç ile yapılan çalışmada stres, depresyon ve yalnızlıkla İnternet bağımlılığı arasındaki ilişki incelenmiştir. İnternet Bağımlılığı Testi, Depresyon Kaygı Stresi Ölçeği ve Yalnızlık Ölçeği kullanılmıştır. İnternet bağımlılığının stres, depresyon ve yalnızlığın bir yordayıcısı olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Błachnio ve arkadaşları (2016) tarafından 887 ortaokul, lise ve üniversite öğrencisi ile yapılan çalışmada yaşadıkları yalnızlık durumu ile Facebook'ta özel bilgilerini paylaşma durumları arasında ilişki olup olmadığı araştırılmıştır. Facebook Gizlilik Ölçeği ve Yalnızlık Ölçeği kullanılmıştır. Çalışma sonucunda yalnız öğrencilerin, Facebook'ta yalnız olmayanlardan daha fazla bilgi paylaştıkları ve Facebook kullanımının yalnızlığın artmasına yol açtığı sonucuna ulaşılmıştır.

Ranaey ve arkadaşları (2016) tarafından 156 öğrenci ile yapılan çalışmada Sosyal ağ sitelerinde geçirdikleri zaman ile yalnızlık durumları arasındaki ilişki incelenmiştir.

UCLA Yalnızlık Ölçeği ve İnternet Kullanım Ölçeği kullanılmıştır. Sosyal ağ sitelerinde geçirdikleri zaman ile yalnızlık durumları arasında önemli derecede bir ilişki bulunamamıştır.

Rothschild (2016) tarafından 120 üniversite öğrencisi ile yapılan çalışmada Facebook kullanımı ile yalnızlık arasındaki ilişki araştırılmıştır. UCLA Yalnızlık Ölçeği kullanılmıştır. Facebook kullanımının yalnızlık ile anlamlı bir şekilde ilişkili olmadığı sonucuna ulaşılmıştır.

Saleem ve arkadaşları (2016) tarafından 600 öğrenci ile yapılan çalışmada yalnızlık ile Facebook bağımlılığı arasındaki ilişki araştırılmıştır. UCLA Yalnızlık Ölçeği ve Facebook Bağımlılık Testi kullanılmıştır. Facebook bağımlılığı ve yalnızlık arasında anlamlı pozitif ilişki olduğu, erkek öğrencilerin Facebook bağımlılıklarının, yalnızlık durumlarının yükselmesine neden olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Pittman ve Reich (2016) tarafından 253 kişi ile yapılan çalışmada sosyal medya kullanımı ile yalnızlık arasında ilişki olup olmadığı araştırılmıştır. 7'li Likert tipi ölçek, 3 maddelik yalnızlık ölçeği kullanılmıştır. Sosyal medya platformu ile kişilerin daha mutlu ve daha az yalnız olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Özellikle kişilerin Snapchat ve Instagram gibi platformlar ile yalnızlık duygularını büyük oranda azalttığı görülmüştür.

Skues ve arkadaşları (2017) tarafından 114 üniversite öğrencisi ile yapılan çalışmada benlik saygısı, yalnızlık, narsisizm, utangaçlık ve can sıkıntısı ile sosyal ağ davranışları arasındaki ilişki incelenmiştir. UCLA Yalnızlık Ölçeği kullanılmıştır. Yüksek düzeyde yalnızlık yaşayan öğrencilerin daha fazla Facebook arkadaşına sahip olma eğiliminde olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Sridharan (2017) tarafından 60 öğrenci ile yapılan çalışmada üniversite öğrencileri arasında Facebook bağımlılığı, yalnızlık ve psikolojik iyi oluş düzeyleri arasındaki ilişki araştırılmıştır. Facebook Bağımlılık Ölçeği, Psikolojik İyi Oluş Ölçeği ve UCLA Yalnızlık Ölçeği kullanılmıştır. Üniversite öğrencilerinin Facebook bağımlılığı ve yalnızlık halleri arasında anlamlı bir ilişki olmadığı ve Facebook kullanımının, öğrencilerin psikolojik iyi oluşuna katkıda bulunduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Shettar ve arkadaşları (2017) tarafından 100 lisansüstü öğrenci ile yapılan çalışmada Facebook kullanımı ve yalnızlık arasındaki ilişki araştırılmıştır. Facebook

Bağımlılık Ölçeği ve UCLA Yalnızlık Ölçeği kullanılmıştır. Yalnızlığın Facebook bağımlılığını etkileyen bir faktör olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Khalaila ve Vitman-Schor (2017) tarafından 50 yaş ve üzeri 502 katılımcı ile yapılan çalışmada İnternet kullanımının yalnızlık ve yaşam kalitesi üzerindeki ilişkisi araştırılmıştır. UCLA Yalnızlık Ölçeği ve İnternet Kullanım Ölçeği kullanılmıştır. İnternet kullanımının yaşlı yetişkinlerin yalnızlıklarını azalttığı ve kaliteli yaşam sürdükleri sonucuna ulaşılmıştır.

Pittman (2017) tarafından 352 üniversite öğrencisi ile yapılan çalışmada mobil sosyal medya kullanımı, kişilik ve yalnızlık arasındaki ilişki araştırılmıştır. Araştırmacı tarafından hazırlanan anket ve UCLA Yalnızlık Ölçeği kullanılmıştır. Öğrencilerin kullandıkları sosyal medya platform sayısı arttıkça yalnızlık durumlarının azaldığı sonucuna ulaşılmıştır.

Woo (2017) tarafından 324 lisans öğrencisi ile yapılan çalışmada bilgisayar aracılı iletişim (CMC) ile yalnızlık algıları arasındaki ilişki araştırılmıştır. UCLA Yalnızlık Ölçeği, 77 maddelik CMC Yetkinlik Ölçeği ve araştırmacı tarafından hazırlanan anket kullanılmıştır. Bilgisayar aracılı iletişim yetkinliğinin yalnızlık haline aracılık ettiği sonucuna ulaşılmıştır.

Shah (2017) tarafından 57 üniversite öğrencisi ile yapılan çalışmada yalnızlık, benlik saygısı ve İnternet kullanımı arasındaki ilişki araştırılmıştır. Rosenberg Benlik Saygısı Ölçeği ve UCLA Yalnızlık Ölçeği kullanılmıştır. İnternet kullanımı daha yüksek katılımcıların benlik saygısı ölçeğinden daha yüksek puanlar aldıkları, yalnız bireylerin İnternet'i ve Facebook'u daha fazla kullandıkları sonucuna ulaşılmıştır.

Hamilton (2017) tarafından 4.151 Kafkasyalı, 2.649 İspanyol / Latin, 1.921 Afro-Amerikan / Siyah ve 789 Asyalı lisans öğrencisi ile yapılan çalışmada etnik azınlık kolejindeki öğrencilerin problemlı İnternet kullanımı ile yalnızlık halleri arasındaki ilişki araştırılmıştır. UCLA Yalnızlık Ölçeği ve Sorunlu İnternet Kullanımı Ölçeği kullanılmıştır. Çalışma sonucunda yalnızlığın problemlı İnternet kullanımının yordayıcısı olmadığı sonucuna ulaşılmıştır.

Chavez ve Chavez (2017) tarafından 112 lise öğrencisi ile yapılan çalışmada öğrencileri Facebook bağımlılığı ve yalnızlığı arasındaki ilişki araştırılmıştır. Facebook Ölçeği ve UCLA Yalnızlık Ölçeği kullanılmıştır. Sosyal medya bağımlılığı ile lise

öğrencilerinin yalnızlığı arasında anlamlı ve pozitif bir ilişki olduğu, yalnız öğrencilerin Facebook'ta daha fazla zaman harcadıkları sonucuna ulaşılmıştır.

Isanejad ve Bagheri (2018) tarafından 406 evli kişi ile yapılan çalışmada, yalnızlığın rolünü göz önüne alarak sosyal medya aracılığıyla meydana gelen evlilik dışı yaşanan ilişkiler ve evlilik kalitesi araştırılmıştır. Yetişkinler İçin Sosyal ve Duygusal Yalnızlık Ölçeği ve Gözden Geçirilmiş Çift Uyum Ölçeği kullanılmıştır. Çalışma sonucunda yalnızlık ve evlilik dışı yaşanan ilişkiler arasında pozitif yönde anlamlı bir ilişki olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Ang ve arkadaşları (2018) tarafından 268 genç ile yapılan çalışmada utangaçlık ve İnternet bağımlılığı arasındaki ilişkide yalnızlıktan kaçınma rolü araştırılmıştır. Utangaçlık Ölçeği, Gençlerin İnternet Bağımlılığı Testi, 4 maddelik Yalnızlık Ölçeği kullanılmıştır. Utangaçlık, yalnızlıktan kaçınma ve İnternet bağımlılığı arasında anlamlı bir ilişki olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Nowland ve arkadaşları (2018) tarafından yapılan çalışmada “*Yalnızlık ile sosyal İnternet kullanımı arasında çift yönlü ve dinamik bir ilişki olduğu*” varsayımı araştırılmıştır. İnternet Kullanım Ölçeği ve UCLA Yalnızlık Ölçeği kullanılmıştır. İnternet kullanımının yalnızlık duygusunu azaltmak için yararlı olacağı sonucuna ulaşılmıştır.

Wanga ve arkadaşları (2018) tarafından 1188 lise öğrencisi ile yapılan çalışmada Sosyal ağ kullanımı ve yalnızlık arasındaki ilişki incelenmiştir. Facebook Kullanım Ölçeği ve Yalnızlık Ölçeği kullanılmıştır. Facebook kullanımı düşük ve orta düzeydeki kullanıcılar arasında düşük duygusal yalnızlık görülmüştür.

Reissmann (2018) tarafından 65 kişi ile yapılan çalışmada sosyal ağ sitesi olan Facebook'un yalnızlık ile ilgili olan ilişkisi araştırılmıştır. 6 nokta Likert ölçeği ve Çok Boyutlu Yalnızlık Ölçeği kullanılmıştır. Yalnızlık duygusunun Facebook kullanımındaki artışın bir göstergesi olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Simcharoena ve arkadaşları (2018) tarafından 324 tıp öğrencisi ile yapılan çalışmada İnternet bağımlılığının ilişkili olduğu faktörler incelenmiştir. İnternet Bağımlılığı Testi ve UCLA Yalnızlık Ölçeği kullanılmıştır. Çalışma ile İnternet bağımlılığı ve yalnızlık arasında anlamlı derecede ilişki olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Hunt ve arkadaşları (2018) tarafından 143 üniversite öğrencisi ile yapılan çalışmada sosyal medya kullanımının depresyon ve yalnızlık ile olan ilişkisi araştırılmıştır. UCLA Yalnızlık Ölçeği, Beck Depresyon Envanteri, Rosenberg Benlik Saygısı Ölçeği ve Psikolojik İyi Olma Ölçeği kullanılmıştır. Sosyal medya kullanımının azaltılması ile öğrencilerin daha az yalnız hissettiği sonucuna ulaşılmıştır.

Jiang ve arkadaşları (2018) tarafından 438 uluslararası öğrenci ile yapılan çalışmada Çin'de bulunan uluslararası öğrencilerin yalnızlık düzeyleri ve akıllı telefon kullanımları arasındaki ilişki araştırılmıştır. 10 maddelik UCLA Yalnızlık Ölçeği ve Smartphone Bağımlılık Ölçeği kullanılmıştır. Yalnızlığın akıllı telefon bağımlılığı için güçlü belirleyici olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Prieara ve arkadaşları (2018) tarafından 408 lise ve üniversite öğrencisi ile yapılan çalışmada problemlı İnternet kullanımı ile utangaçlık, yalnızlık ve algılanan sosyal destek ilişkisi incelenmiştir. Sorunlu İnternet Kullanımı Anketi ve UCLA Yalnızlık Ölçeği kullanılmıştır. Problemlı İnternet kullanımının utangaçlık ve yüksek yalnızlık ile ilişkili olduğu ve yalnızlığın problemlı İnternet kullanımının gelişiminde belirleyici rol olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Phu ve Gow (2019) tarafından 333 kişi ile yapılan çalışmada Facebook kullanımının yalnızlık ile ilişkisi incelenmiştir. Çok Boyutlu Facebook Yoğunluk Ölçeği ve UCLA Yalnızlık Ölçeği kullanılmıştır. Bireyin Facebook kullanımının yüksek düzeyde yalnızlık ile ilişkili olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Francis (2018) tarafından 65 yaş üstü 517 yetişkin ile yapılan çalışmada Facebook kullanımı ve yalnızlık halleri arasındaki ilişki araştırılmıştır. UCLA Yalnızlık Ölçeği, Facebook Etkinlikleri Ölçeği ve Sosyal Ağ Ölçeği kullanılmıştır. Çalışma ile Facebook kullanımının yalnızlık durumuna tam olarak aracılık ettiği, Facebook üzerinden iletişimin yalnızlığı azalttığı sonucuna ulaşılmıştır.

İKİNCİ BÖLÜM

ARAŞTIRMANIN YÖNTEM VE BULGULARI

2.1. ARAŞTIRMANIN AMACI

Bu araştırmanın temel amacı üniversite öğrencilerinin Serbest Dönem, Akademik Dönem, Kullanım Motivasyonları, Sosyal Aktivite Dönemleri ve Strese Bağlı Dönemlerde sosyal medyada harcadıkları zaman ile yalnızlık durumları arasında anlamlı bir ilişkinin olup olmadığını araştırmaktır.

2.2. ARAŞTIRMANIN ÖNEMİ

Sosyal medya vasıtasıyla kişiler gündelik yaşamlarını, duygu ve düşüncelerini, fotoğraflarını, videolarını paylaşabilmektedir. Kişiler sosyal medya platformları ile kendi oluşturdukları içerikler hazırlamaktadır. Sosyal medyada paylaşılan gönderiler aynı zamanda sosyal medyanın temelini oluşturmaktadır. Kişiler gündelik yaşamlarını sosyal medyada gezinerek geçirebilmektedir. Farklı sosyal medya platformları bulunduğu için kişiler ilgilerine göre farklı alanlarda gezebilmektedir. Teknolojik açıdan değişim ve yenilikler gençleri etkilemekte ve bu durumda topluma yansımaktadır. Gençler gerçek hayattaki ilişkilerini bu ağlar vasıtasıyla yürüterek sosyal ihtiyaçlarını gidermeye çalışmaktadır.

Sosyal medyada saatlerce geçirilen zaman gençleri çevrelerinden uzaklaştırmaktadır. İlk başlarda etkileri görülmesi bile zamanla yalnızlık duygusu yaşanmaktadır. Bu durum sonucunda ruhsal problemler görülebilmektedir (Seçim, Alpar, ve Algür, 2014).

Kişilerin sosyal medya kullanımıyla orantılı olarak çevresine ayırdığı zamanın azalması, yüz yüze iletişim yerine sosyal medya üzerinden iletişimi tercih etmesi, sosyal ilişkilerinin zayıflaması, günlük işlerini aksatacak zaman kaybı gibi durumlar yalnızlaşma durumunu arttırabilmektedir. Ayrıca yalnız kişilerin sosyal medyayı daha fazla kullanabileceğini düşündürmektedir.

Sosyal medya ve yalnızlık duygusu üzerine yurt içinde ve yurt dışında çalışmalar yapılmasına karşın, sosyal medyada harcanan zaman konusunda yapılan çalışmaların sınırlı olduğu görülmüştür. Sosyal medyada harcanan zamanın Serbest Dönem,

Akademik Dönem, Sosyal Aktivite Dönemleri, Strese Bağlı Dönem ve Kullanım Motivasyonları açısından araştırılarak öğrencilerin yalnızlık düzeyi ile aralarında ilişki olup olmadığının incelenmesi ve benzer çalışmalara yön gösterip kaynak niteliği taşıması açısından önemli olduğu düşünülmektedir.

2.3. ARAŞTIRMANIN PROBLEMİ

Araştırma problemi “Üniversite öğrencilerinin Serbest Dönem, Akademik Dönem, Kullanım Motivasyonları, Sosyal Aktivite Dönemleri ve Strese Bağlı Dönemlerde sosyal medyada harcadıkları zamanın yaşadıkları yalnızlık halleriyle ilişkisi var mıdır?” şeklinde belirlenmiştir.

2.3.1. Araştırmanın Alt Problemleri

Araştırmanın alt problemi aşağıdaki gibi belirlenmiştir.

- Üniversite öğrencilerinin cinsiyet dağılımı ile yalnızlık halleri arasında anlamlı bir ilişki var mıdır?

2.4. ARAŞTIRMANIN SINIRLILIKLARI

Araştırmanın sınırlılıkları aşağıdaki gibi ifade edilebilir.

- Araştırma sadece üniversite öğrencileri ile sınırlıdır.
- Araştırmanın örnekleme 428 kişi ile sınırlıdır.
- Araştırmada incelenen üniversite öğrencilerinin yalnızlık seviyeleri UCLA Yalnızlık Ölçeğinin ölçütü ile sınırlıdır.
- Araştırmada incelenen üniversite öğrencilerinin sosyal medyada geçirdikleri zamanla hangi seviyede kullanıcı oldukları SONTUS ölçeğinin ölçütü ile sınırlıdır.
- Araştırmada incelen üniversite öğrencilerine ait bulgular Sosyo-Demografik Veri Anketi'nin ölçtüğü nitelikler ile sınırlıdır.

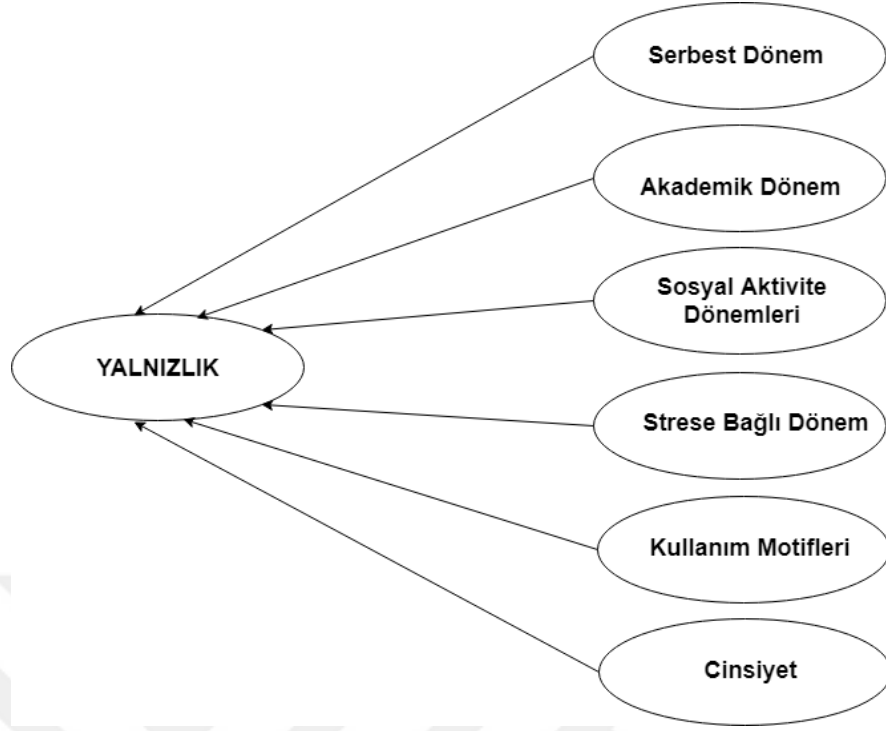
2.5. ARAŞTIRMANIN VARSAYIMLARI

Araştırmanın varsayımları aşağıdaki gibi ifade edilebilir.

- Araştırmanın örneklemini oluşturan katılımcıların temsil niteliğine sahip olduğu varsayılmıştır.
- Katılımcıların duygu ve düşüncelerini içten bir şekilde ifade ettikleri varsayılmıştır.
- Katılımcıların ölçme araçlarına verdikleri yanıtlar gerçek görüşlerini yansıttığı varsayılmıştır.
- Katılımcıların verdikleri yanıtların samimiyetle doldurulduğu düşünüldüğü için elde edilen bilgilerin güvenilir olduğu varsayılmıştır.

2.6. ARAŞTIRMA MODELİ VE HİPOTEZLERİ

Bu araştırmada Çoklu Lineer regresyon modeli kullanılmıştır. Üniversite öğrencilerinin Serbest Dönem, Kullanım Motivasyonları, Akademik Dönem, Sosyal Aktivite Dönemleri ve Strese Bağlı Dönemlerde sosyal medyada harcadıkları zaman ile yalnızlık düzeyleri arasındaki ilişki incelenmiştir. Çoklu lineer regresyon modelinde bir bağımlı değişken ile iki ya da daha fazla değişken arasındaki ilişkinin incelenmesi söz konusudur (Karagöz, 2017). Yalnızlık toplam puanı araştırmanın bağımlı değişkeni iken, Serbest Dönem, Akademik Dönem, Sosyal Aktivite Dönemleri, Strese Bağlı Dönemler ve Kullanım Motivasyonları araştırmanın bağımsız değişkenlerini oluşturmaktadır. Araştırmada ayrıca üniversite öğrencilerinin cinsiyeti ile yalnızlık durumları arasında ilişki olup olmadığı da araştırılmıştır.



Şekil 2.1. Araştırma Modeli

Şekil 2.1’de değişkenler arasındaki ilişkiyi gösteren araştırma modeli verilmiştir.

$$UYT = \beta_0 + \beta_1SD + \beta_2AD + \beta_3SAD + \beta_4SBD + \beta_5KM + \beta_6C + \varepsilon$$

UYT =UCLA Yalnızlık Toplam Puanı

SD = Serbest Dönem

AD = Akademik Dönem

SAD = Sosyal Aktivite Dönemleri

SBD = Strese Bağlı Dönem

KM = Kullanım Motivasyonları

C = Cinsiyet

Araştırmada test edilecek hipotezler aşağıda yer almaktadır.

H1: Üniversite öğrencilerinin Serbest Dönemlerde sosyal medyada harcadıkları zaman ile yalnızlık halleri arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H2: Üniversite öğrencilerinin Akademik Dönemlerde sosyal medyada harcadıkları zaman ile yalnızlık halleri arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H3: Üniversite öğrencilerinin Sosyal Aktivite Dönemlerinde sosyal medyada harcadıkları zaman ile yalnızlık halleri arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H4: Üniversite öğrencilerinin Strese Bağlı Dönemlerde sosyal medyada harcadıkları zaman ile yalnızlık halleri arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H5: Üniversite öğrencilerinin Kullanım Motivasyonlarında sosyal medyada harcadıkları zaman ile yalnızlık halleri arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H6: Üniversite öğrencilerinin Cinsiyet durumları ile yalnızlık halleri arasında anlamlı bir ilişki vardır.

2.7. ARAŞTIRMANIN EVRENİ VE ÖRNEKLEME SÜRECİ

Bu araştırma Ön lisans, Lisans ve Lisansüstü üniversite öğrencileri üzerinde uygulanmıştır. Örneklem alınacak üniversite öğrencileri tesadüfi olarak seçilirse, hedef kitledeki tüm kesimlerden üniversite öğrencilerini kapsayacağından tesadüfi örneklem tekniği kullanılmıştır. Online ve kağıt form olmak üzere veriler iki aşamadan elde edilmiştir. Dağıtılan 200 basılı anket formundan tümü doldurulmuş, doldurulan 20 ankette eksik veri girişi olduğundan elenerek geriye kalan 180 formun uygun olduğu belirlenmiştir. Tüm uygun olan anketler filtre işleminden geçirildikten sonra online katılımcıların cevapladıkları formlarla birlikte 428 katılımcının cevapları işleme alınmıştır.

2.8. ARAŞTIRMANIN VERİ TOPLAMA YÖNTEMİ VE ARACI

Çalışmada veri toplama yöntemi olarak anket tekniği uygulanmıştır. Anket tekniği çok sayıda sorudan oluşan bir form ile deneklerle yüz yüze görüşme, e-posta, ya da İnternet ile ulaştırılarak verdikleri cevapların kaydedilme sürecini kapsayan sistematik veri toplama yöntemidir (Yıldırım, 2015). Bu tekniği kullanmanın ekonomik olması ve gözlem yöntemiyle elde edilemeyecek bilgilerin anketler kullanılarak elde edilmesi bilimsel araştırmalarda tercih edilmesini sağlamıştır (Baş, 2013) .

Anket yöntemi ile kişilerin duyguları, tutum ve davranışları, bilgi, düzeyleri gibi farklı türde veriler toplanabilmektedir. Elde edilen verilerin büyük kitlelere genellenebilir olması, zaman ve bütçe sınırı olması, verilerin analizinin kolay olması

gibi durumlardan ötürü çokça başvurulan bir teknik olan anket yöntemi, verilerin toplanması aşamasında tercih edilmiştir.

Bir anketin geçerli olabilmesi için bütün katılımcılar tarafından soruların aynı algılanması gerekmektedir. Basit bir veri toplama işlemi olmayan anket yönteminde süreç doğru uygulandığı zaman daha kaliteli veriler elde edilmektedir. Yıldırım'a (2015) göre anket süreci aşağıdaki aşamalardan oluşmaktadır:

- Araştırma probleminin açık ve net bir şekilde tanımlanması
- Hedef kitlenin açık ve net bir şekilde tanımlanması
- Soru formunun anlaşılır bir biçimde ifade edilmesi
- Soru formunun bir pilot çalışma ile biçimsel özelliklerinin denetlenmesi
- Araştırma ile ilgili bilgilendirici üst yazı hazırlanması
- Anketin yönteminin belirlenmesi, veri kaydının yapılması ve veri toplanması
- Veri kaybını engellemek için telefon ya da e-posta yoluyla veri takip ve hatırlatma çalışmalarının yapılması
- Geri dönüşü tamamlanan anketlerin gözden geçirilmesi ve veri girişi yapılması

Çalışmada kullanılan anketin geliştirme sürecinde yukarıda yer alan adımlar dikkate alınarak kaliteli verilerin elde edilmesi amaçlanmıştır.

Veriler yaklaşık olarak eşit oranda dağılacak şekilde 2 aşamalı olarak toplanmıştır. Çalışmada 189' u kadın, 239' u erkek olmak üzere toplam 428 Üniversite öğrencisi üzerinde yapılan anket çalışmasında veriler 05.04.2019 - 18.04.2019 tarihleri arasında docs.google.com üzerinden elde edilmiştir. Uygulanan ankete dönüş oranının düşük olması sebebiyle anket formu kağıt üzerinde hazırlanarak 21.04.2019 - 29.04.2019 tarihleri arasında hedef kitleye ulaştırılmıştır. Katılımcılar, gönüllülük esasına dayanarak hazırlanan tüm soruları yanıtlamıştır. Ek 1, Ek 2 ve Ek 3'te kağıt üzerinde tasarlanan anket formu yer almaktadır. Çalışmada öğrencilerin kişisel özelliklerini tanımlamak için "Kişisel Bilgi Formu", 5 faktör ile sosyal medyada harcadıkları zamanı belirlemek için Olufadi (2016) tarafından geliştirilen "SONTUS ölçeği" ve öğrencilerin yalnızlık düzeylerini saptamak için Demir (1989) tarafından Türkçe uyarlaması yapılan "UCLA Yalnızlık Ölçeği" kullanılmıştır.

2.8.1. Kişisel Bilgi Formu

Kişisel Bilgi Formu ile örneklem grubunu oluşturan üniversite öğrencileri hakkında cinsiyet, yaş, öğrenci olduğu yerleşim birimi, hangi alanda öğrenci olduğu, öğrencilik durumu, barındığı yer, mezun olduğu lise türü, aylık ortalama geliri, ağırlıklı not ortalaması, derse devam ve ders çalışma durumu, sık kullandığı sosyal medya, sosyal medyaya en çok hangi araçla eriştiği, sosyal medyayı ne kadar süredir kullandığı, sosyal medya bildirimlerini ne kadar sıklıkla kontrol ettiği gibi bilgilere ulaşılmaktadır.

2.8.2. UCLA Yalnızlık Ölçeği

Kişilerin yalnızlık düzeylerini ölçmek için Russel, Peplau ve Ferguson (1978) tarafından geliştirilen University of California at Los Angeles Loneliness Scale (UCLA)'dir. UCLA yalnızlık ölçeği 1980 yılında Social Science Citation Index'te 500'ün üzerinde atıf alarak yalnızlığın en çok kullanılan ölçeği olmuştur. Yazarların yalnızlığı ölçmek için yaptıkları bu çalışmada Sisenwein'in (1964) yalnızlık deneyimini tanımlamak için yaptığı çalışmasındaki 75 maddelik ölçekten alınan 25 madde bulunmaktadır. Başlangıçtaki 25 maddenin 20 si UCLA Yalnızlık Ölçeği için kullanılmıştır. Cevaplama formatı Sisenwein'in kullandığı şekliyle "hiç böyle hissetmiyorum", "nadiren böyle hissediyorum", "bazen böyle hissediyorum", "her zaman böyle hissediyorum" kullanılmaya devam etmişlerdir. 239 öğrenciden topladıkları verilerle ölçeğin Cronbach Alpha katsayısı 0,96 olarak bulunmuştur (Russell, Peplau, ve Ferguson, 1978).

UCLA Yalnızlık Ölçeği yeterli bir ölçek olmasına rağmen ölçekle ilgili bazı problemler görülmüştür. Bu problemlerden biri ölçekteki tüm maddelerin aynı yönde olumsuz ifade edilmesidir. Russell, Peplau ve Cutrona (1980) karşılaştıkları bu tepkileri ortadan kaldırmak için UCLA Yalnızlık Ölçeğini tekrar gözden geçirerek 1980'de ölçeğin ikinci versiyonunu makale ile yayınlamışlardır. Bu çalışmanın yarısı sosyal ilişkilerdeki doyumu, yarısı doyumsuzluğu (10 madde pozitif ifade edilmiş, 10 madde negatif ifade edilmiş) yansıtan 20 maddeden oluşmuştur. Maddelerin rasgele karıştırıldığı bu ölçeğin Cronbach Alpha katsayısı ise 0,94'tür.

Ülkemizde Demir (1989) tarafından ölçeğin geçerlilik çalışmaları yapılmıştır. Demir çalışmalarını 72 kişi üzerinde yapmış, Cronbach iç tutarlılık katsayısını 0,96 olarak hesaplamıştır. Ölçeğin beş hafta ara ile yapılan testi sonucunda güvenirlik

katsayısı 0,94 olarak bulunmuştur. Dünyada ve ülkemizde yalnızlık ile ilgili yapılan çalışmaların birçoğunda UCLA Yalnızlık ölçeği kullanılmıştır (Uzun, 2013) .

UCLA Yalnızlık ölçeğinin maddelerinde sosyal ilişkilerle ilgili duygu ve düşünce sunulmakta ve kişiler bu ifadelerdeki durumları ne sıklıkla yaşadıklarını Likert tipi dördümlü derecelendirme ölçeği üzerine işaretlemektedir. Ölçeğin puanlanmasında pozitif maddeler “1, 4, 5, 6, 9, 10, 15, 16, 19, 20” “hiç böyle hissetmiyorum”(4), “nadiren böyle hissediyorum”(3), “bazen böyle hissediyorum”(2), “her zaman böyle hissediyorum”(1) şeklinde puanlanmaktadır. Negatif ifadeli maddeler (2, 3, 7, 8, 11, 12, 13, 14, 17, 18) ise tam tersi olarak “hiç böyle hissetmiyorum”(1), “nadiren böyle hissediyorum”(2), “bazen böyle hissediyorum”(3), “her zaman böyle hissediyorum”(4) şeklinde puanlanmaktadır. Tüm puanların toplamıyla elde edilen puanlar Genel Yalnızlık Puanını oluşturmaktadır. Maddelerin puanlanmasının 1-4 ile değiştiği ölçekte alınabilecek en yüksek puan 80, en düşük puan 20’dir. Puan yükseldikçe yalnızlığın yoğun şekilde yaşandığı kabul edilir.

2.8.3. Sosyal Ağ Kullanımı Zaman Ölçeği (SONTUS)

SONTUS ölçeği Olufadi (2016) tarafından Sosyal Ağlarda Zaman Kullanımını ölçmek için geliştirilmiştir. SONTUS ölçeği ile kullanılan tüm sosyal ağlarda harcanan zaman ölçülmektedir. Sosyal Ağ Sitelerinde zaman kullanımı 5 alt ölçek ile kavramsallaştırılarak ölçülmüştür. Bu beş alt ölçek Rahatlama ve Serbest Dönem, Akademik Dönem, Sosyal Aktivite Dönemi, Strese Bağlı Dönemler ve Kullanım Motivasyonlarından oluşmaktadır. Rahatlama ve Serbest Döneminde 2, 6, 7, 12, 14, 21, 22, 24 ve 26 numaralı sorular, Akademik Dönemde 1, 5, 10, 13, 28 ve 29 numaralı sorular, Sosyal Aktivite Dönemlerinde 4, 9, 17, 19 ve 23 numaralı sorular, Strese Bağlı Dönemde 3, 8, 15, 16 ve 27 numaralı sorular, Kullanım Motivasyonlarında 11, 18, 20 ve 25 numaralı sorular olmak üzere toplamda 29 sorudan oluşan bir ankettir.

SONTUS ölçeğindeki her bir soru için 11’li Likert ölçeğinde derecelendirme yapılmıştır. Derecelendirmeler aşağıdaki şekilde yapılmıştır;

1. Bahsi geçen etkinlik ya da durum geçen hafta içinde hiç olmadı,
2. Sosyal Medyayı geçen hafta hiç kullanmadım,
3. Sosyal Medyayı geçen hafta boyunca 1 defa, <10 dakika süreyle kullandım,

4. Sosyal Medyayı geçen hafta boyunca 1 defa, 10-30 dakikalık bir süre ile kullandım,
5. Sosyal Medya'yı geçen hafta boyunca 1 defa, > 30 dakikalık bir süre ile kullandım,
6. Sosyal Medyayı geçen hafta 2-3 defa, her seferinde <10 dakika süreli kullandım,
7. Sosyal Medyayı geçen hafta 2-3 defa, her seferinde 10-30 dakika süreli kullandım,
8. Sosyal Medyayı geçen hafta 2-3 defa, her seferinde >30 dakika süreli kullandım,
9. Sosyal Medyayı geçen hafta 4 ya da daha fazla, her seferinde <10 dakika süreli kullandım,
10. Sosyal Medyayı geçen hafta 4 ya da daha fazla, her seferinde 10-30 dakika süreli kullandım,
11. Sosyal Medyayı geçen hafta 4 ya da daha fazla, her seferinde >30 dakika süreli kullandım

Katılımcı her bir soru için Likert ölçeğinde 1-3 seçtiğinde 1, 4-6 seçtiğinde 2, 7-9 seçtiğinde 3, 10-11 seçtiğinde 4 olarak kodlanmakta ve ardından her alt ölçeğin altındaki maddelerin kodları toplanmaktadır. Her bir alt ölçek için bileşen puanı, toplanan puanlara göre her bir alt faktörün kendi kılavuzdan elde edilmektedir. Toplam küresel puanı almak için oluşturulan 5 alt faktörün puanları toplanmaktadır. Toplam küresel puanı 5-9 olan kişilerin düşük Sosyal Ağ Kullanıcısı, toplam küresel puanı 10-14 olan kişilerin ortalama Sosyal Ağ Kullanıcısı, toplam küresel puanı 15-19 olan kişilerin yüksek Sosyal Ağ Kullanıcısı, toplam küresel puanı >19 olan kişilerin son derece yüksek Sosyal Ağ Kullanıcısı olduğunu göstermektedir.

2.9. VERİLERİN İSTATİSTİKSEL ANALİZİ

Verilerin istatistiksel analizleri için SPSS (Statistical Package for Social Science) 24.0 programı kullanılmıştır. Frekans, Yüzde, Standart Sapma tanımlayıcı istatistiksel metotlara yer verilmiştir. SONTUS ölçeği alt faktörleri olan Serberst Dönem, Akademik Dönem, Sosyal Aktivite Dönemleri, Strese Bağlı Dönemler ve Kullanım Motivasyonları ile üniversite öğrencilerinin yalnızlık duyguları arasında ilişki olup olmadığının belirlenmesinde "Çoklu Lineer Regresyon Analizi" kullanılmıştır. Ayrıca öğrencilerin cinsiyet ile yalnızlık duyguları arasındaki ilişki de yine "Çoklu Lineer Regresyon Analizi" ile incelenmiştir.

Araştırma ile elde edilen istatistikî sonuçlar %95 güven aralığında, $p < 0,05$ anlamlılık düzeyinde değerlendirilmiştir.

2.10. KATILIMCILARIN DEMOGRAFİK YAPISINA İLİŞKİN DEĞERLER

Katılımcıların Demografik yapısına ilişkin değerler aşağıda verilen tablolarda yer almaktadır.

2.10.1. Katılımcıların Cinsiyet Değişkenine İlişkin Değerleri

Katılımcıların cinsiyet türü değişkenine ilişkin değerleri Tablo 2.1' de verilmiştir.

Tablo 2.1. Cinsiyet Değişkeni için Frekans ve Yüzde Değerleri

Cinsiyet	N	%	Geç. %	Yığı. %	SS
Kadın	189	44,2	44,2	44,2	0,497
Erkek	239	55,8	55,8	100,0	
Toplam	428	100,0	100,0		

Tablo 2.1 incelendiğinde örneklem grubunu oluşturan üniversite öğrencilerinin 189'u (%44,2) kadın; 239'u (%55,8) erkektir.

2.10.2. Katılımcıların Yaş Değişkenine İlişkin Değerleri

Katılımcıların yaş türü değişkenine ilişkin değerleri Tablo 2.2' de verilmiştir.

Tablo 2.2. Yaş Değişkeni için Frekans ve Yüzde Değerleri

Yaş	N	%	Geç. %	Yığı. %	SS
18 ve altı	11	2,6	2,6	2,6	0,768
19-22	219	51,2	51,2	53,7	
23-25	135	31,5	31,5	85,3	
25 üstü	63	14,7	14,7	100,0	
Toplam	428	100,0	100,0		

Tablo 2.2 incelendiğinde örneklem grubunu oluşturan üniversite öğrencilerinin 11'i (%2,6) 18 yaş ve altı; 219'u (%51,2) 19-22 yaş aralığında; 135'i (%31,5) 23-25 yaş aralığında; 63'ü (%14,7) ise 25 yaş ve üstü olarak dağılmaktadır.

2.10.3. Katılımcıların Yerleşim Birimine İlişkin Değerleri

Katılımcıların yerleşim birimi türüne ilişkin değerleri Tablo 2.3'te verilmiştir.

Tablo 2.3. Öğrenci Olduğu Yerleşim Birimi Değişkeni için Frekans ve Yüzde Değerleri

Yerleşim Birimi	N	%	Geç. %	Yığ. %	SS
İl merkezi	395	92,3	92,3	92,3	0,267
İlçe merkezi	33	7,7	7,7	100,0	
Toplam	428	100,0	100,0		

Tablo 2.3. incelendiğinde örneklem grubunu oluşturan üniversite öğrencilerinin 395'i (%92,3) il merkezi, 33'ü (%7,7) ilçe merkezinde öğrenim görmektedir.

2.10.4. Katılımcıların Öğrenci Olduğu Alana İlişkin Değerler

Katılımcıların öğrenci olduğu alan türüne ilişkin değerleri Tablo 2.4'te verilmiştir.

Tablo 2.4. Öğrenci Olduğu Alan Değişkeni için Frekans ve Yüzde Değerleri

Alan	N	%	Geç. %	Yığ. %	SS
Sosyal Bilimler	298	69,6	69,6	69,6	0,778
Fen Bilimleri	68	15,9	15,9	85,5	
Sağlık Bilimleri	55	12,9	12,9	98,4	
Güzel Sanatlar	7	1,6	1,6	100,0	
Toplam	428	100,0	100,0		

Tablo 2.4. incelendiğinde örneklem grubunu oluşturan üniversite öğrencilerinin 298'i (%69,6) Sosyal Bilimler; 68'i (%15,9) Fen Bilimleri; 55'i (%12,9) Sağlık Bilimleri; 7'si (%1,6) ise Güzel Sanatlar alanında öğrenim görmektedir.

2.10.5. Katılımcıların Öğrencilik Durumlarına İlişkin Değerleri

Katılımcıların öğrencilik durumu türüne ilişkin değerleri Tablo 2.5'te verilmiştir.

Tablo 2.5. Öğrencilik Durumu Değişkeni için Frekans ve Yüzde Değerleri

Öğrencilik Durumu	N	%	Geç. %	Yığı. %	SS
Ön Lisans	33	7,7	7,7	7,7	0,426
Lisans	350	81,8	81,8	89,5	
Lisansüstü	45	10,5	10,5	100,0	
Toplam	428	100,0	100,0		

Tablo 2.5. incelendiğinde örneklem grubunu oluşturan üniversite öğrencilerinin 33'ü (%7,7) Ön Lisans; 350'si (%81,8) Lisans; 45'i (%10,5) ise Lisansüstü öğrencisi konumundadır.

2.10.6. Katılımcıların Barındığı Yer Değişkenine İlişkin Değerler

Katılımcıların barındığı yer türüne ilişkin değerleri Tablo 2.6'da verilmiştir.

Tablo 2.6. Barındığı Yer Değişkeni için Frekans ve Yüzde Değerler

Barınma Yeri	N	%	Geç. %	Yığı. %	SS
Ailenin Yanı	172	40,2	40,2	40,2	0,802
Yurt(Devlet/Özel)	175	40,9	40,9	81,1	
Arkadaşlarıyla Evde	69	16,1	16,1	92,2	
Diğer	12	2,8	2,8	100,0	
Toplam	428	100,0	100,0		

Tablo 2.6. incelendiğinde örneklem grubunu oluşturan üniversite öğrencilerinin 172'si (%40,2) Ailenin Yanı; 175'i (%40,9) Yurt (Devlet/Özel); 69'u (%16,1) Arkadaşlarıyla Evde; 12'si (%2,8) ise başka yerlerde barınmaktadır.

2.10.7. Katılımcıların Mezun Olduğu Lise Türü Değişkenine İlişkin Değerler

Katılımcıların mezun olduğu lise türü değişkenine ilişkin değerler Tablo 2.7’de verilmiştir.

Tablo 2.7. Mezun Olduğu Lise Türü Değişkeni için Frekans ve Yüzde Değerleri

Mezun Olunan Lise Türü	N	%	Geç. %	Yığ. %	SS
Fen Lisesi	29	6,8	6,8	6,8	2,381
Anadolu Lisesi	168	39,3	39,3	46,0	
Özel Lise	15	3,5	3,5	49,5	
Açık Lise	7	1,6	1,6	51,2	
İmam Hatip Lisesi	29	6,8	6,8	57,9	
Diğer Meslek Liseleri	73	17,1	17,1	75,0	
Düz Lise	84	19,6	19,6	94,6	
Anadolu Öğretmen Lisesi	18	4,2	4,2	98,8	
Diğer	5	1,2	1,2	100,0	
Toplam	428	100,0	100,0		

Tablo 2.7. incelendiğinde örneklem grubunu oluşturan üniversite öğrencilerinin 29’u (%6,8) Fen Lisesi; 168’i (%39,3) Anadolu Lisesi; 15’i (%3,5) Özel Lise; 7’si (%1,6) Açık Lise; 29’u (%6,8) İmam Hatip Lisesi; 73’ü (%17,1) Diğer Meslek Liseleri; 84’ü (%19,6) Düz Lise; 18’i (%4,2) Anadolu Öğretmen Lisesi; 5’i (%1,2) ise diğer liselerden mezun olmuştur.

2.10.8. Katılımcıların Ortalama Gelir Değişkenine İlişkin Değerler

Katılımcıların ortalama gelir türü değişkenine ilişkin değerleri Tablo 2.8’de verilmiştir.

Tablo 2.8. Ortalama Kişisel Gelir Değişkeni için Frekans ve Yüzde Değerleri

Ortalama Kişisel Gelir	N	%	Geç. %	Yığ. %	SS
0-500	117	27,3	27,3	27,3	1,705
501-750	124	29,0	29,0	56,3	
751-1000	68	15,9	15,9	72,2	
1001-1250	35	8,2	8,2	80,4	
1251-1500	24	5,6	5,6	86,0	
1501 ve üstü	60	14,0	14,0	100,0	
Toplam	428	100,0	100,0		

Tablo 2.8. incelendiğinde örneklem grubunu oluşturan üniversite öğrencilerinin 117'si (%27,3) 0-500 TL; 124'ü (%29,0) 501-750 TL; 68'i (%15,9) 751-1000 TL; 35'i (%8,2) 1001-1250 TL; 24'ü (%5,6) 1251-1500 TL; 60'ı (%14,0) ise 1501 TL ve üstü kişisel gelire sahiptir.

2.10.9. Katılımcıların Ağırlıklı Not Ortalaması Değişkenine İlişkin Değerler

Katılımcıların ağırlıklı not ortalaması türü değişkenine ilişkin değerleri Tablo 2.9'da verilmiştir.

Tablo 2.9. Ağırlıklı Not Ortalaması Değişkeni için Frekans ve Yüzde Değerleri

Ağırlıklı Not Ortalaması	N	%	Geç. %	Yığ. %	SS
2'nin altı	29	6,8	6,8	6,8	1,051
2-2,5	118	27,6	27,6	34,3	
2,5-3	148	34,6	34,6	68,9	
3-3,5	98	22,9	22,9	91,8	
3,5-4	35	8,2	8,2	100,0	
Toplam	428	100,0	100,0		

Tablo 2.9. incelendiğinde örneklem grubunu oluşturan üniversite öğrencilerinin 29'u (%6,8) 2'nin altı; 118'i (%27,6) 2-2,5; 148'i (%34,6) 2,5-3; 98'i (%22,9) 3-3,5; 35'i (%8,2) ise 3,5-4 aralığında not ortalamasına sahiptir.

2.10.10. Katılımcıların Derse Devam Alışkanlığı Değişkenine İlişkin Değerler

Katılımcıların derse devam alışkanlığı türü değişkeni için değerleri Tablo 2.10'da verilmiştir.

Tablo 2.10. Derse Devam Alışkanlığı Değişkeni için Frekans ve Yüzde Değerleri

Derse Devam Alışkanlığı	N	%	Geç. %	Yığ. %	SS
Hiç	9	2,1	2,1	2,1	1,008
Nadiren	34	7,9	7,9	10,0	
Ara Sıra	97	22,7	22,7	32,7	
Sık Sık	159	37,1	37,1	69,9	
Sürekli	129	30,1	30,1	100,0	
Toplam	428	100,0	100,0		

Tablo 2.10. incelendiğinde örneklem grubunu oluşturan üniversite öğrencilerinin 9'u (%2,1) Hiç; 34'ü (%7,9) Nadiren; 97'si (%22,7) Ara Sıra; 159'u (%37,1) Sık Sık; 129'u (%30,1) ise Sürekli derse devam ettiğini ifade etmiştir.

2.10.11. Katılımcıların Ders Çalışma Alışkanlığı Değişkenine İlişkin Değerler

Katılımcıların ders çalışma alışkanlığı türü değişkenine ilişkin değerleri Tablo 2.11'de verilmiştir.

Tablo 2.11. Ders Çalışma Alışkanlığı Değişkeni için Frekans ve Yüzde Değerleri

Ders Çalışma Alışkanlığı	N	%	Geç. %	Yığ. %	SS
Hiç	16	3,7	3,7	3,7	1,083
Nadiren	60	14,0	14,0	17,8	
Ara Sıra	149	34,8	34,8	52,6	
Sık Sık	114	26,6	26,6	79,2	
Sürekli	89	20,8	20,8	100,0	
Toplam	428	100,0	100,0		

Tablo 2.11. incelendiğinde örneklem grubunu oluşturan üniversite öğrencilerinin 16'sı (%3,7) Hiç; 60'ı (%14,0) Nadiren; 149'u (%34,8) Ara Sıra; 114'ü (%26,6) Sık Sık; 89'u (%20,8) ise sık sık ders çalıştığını ifade etmiştir.

2.10.12. Katılımcıların Sık Kullandığı Sosyal Medya Uygulaması Değişkenine İlişkin Değerler

Katılımcıların sık kullandığı sosyal medya uygulaması türü değişkenine ilişkin değerleri Tablo 2.12'de verilmiştir.

Tablo 2.12. Sık Kullanılan Sosyal Medya Uygulaması Değişkeni için Frekans ve Yüzde Değerleri

Sosyal Medya Uygulaması	N	%	Geç. %	Yığ. %	SS
Facebook	7	1,6	1,6	1,6	2,249
Twitter	37	8,6	8,6	10,3	
Linkedln	1	0,2	0,2	10,5	
WhapsApp	170	39,7	39,7	50,2	
Snapchat	2	0,5	0,5	50,7	
Youtube	40	9,3	9,3	60,0	
Instagram	166	38,8	38,8	98,8	
Diğer	5	1,2	1,2	100,0	
Toplam	428	100,0	100,0		

Tablo 2.12. incelendiğinde örneklem grubunu oluşturan üniversite öğrencilerinin 7'si (%1,6) Facebook; 37'si (%8,6) Twitter; 1'i (%0,2) LinkedIn; 170'i (%39,7) WhatsApp; 2'si (%0,5) Snapchat; 40'ı (%9,3) Youtube; 166'sı (%38,8) Instagram; 5'i (%1,2) ise diğer sosyal medya platformlarını kullandığını belirtmiştir.

2.10.13. Katılımcıların Sosyal Medya Erişim Aracı Değişkenine İlişkin Değerler

Katılımcıların sosyal medya erişim aracı türü değişkenine ilişkin değerleri Tablo 2.13'te verilmiştir.

Tablo 2.13. Sosyal Medya Erişim Aracı Değişkeni için Frekans ve Yüzde Değerleri

Sosyal Medya Erişim Aracı	N	%	Geç. %	Yığı. %	SS
Akıllı Telefon	420	98,1	98,1	98,1	0,276
Tablet	3	0,7	0,7	98,8	
Dizüstü	3	0,7	0,7	99,5	
Masaüstü	2	0,5	0,5	100,0	
Toplam	428	100,0	100,0		

Tablo 2.13. incelendiğinde örneklem grubunu oluşturan üniversite öğrencilerinin 420'si (%98,1) Akıllı Telefon; 3'ü (%0,7) Tablet; 3'ü (%0,7) Dizüstü; 2'si (%0,5) ise Masaüstü bilgisayardan sosyal medya platformlarına erişmektedir.

2.10.14. Katılımcıların Sosyal Medya Kullanım Süresi Değişkenine İlişkin Değerler

Katılımcıların sosyal medya kullanım süresi türü değişkenine ilişkin değerleri Tablo 2.14'te verilmiştir.

Tablo 2.14. Sosyal Medya kullanım Süresi Aracı Değişkeni için Frekans ve Yüzde Değerleri

Sosyal Medya Kullanım Süresi	N	%	Geç. %	Yığ. %	SS
1 yıldan az	6	1,4	1,4	1,4	0,787
1-3 yıl	80	18,7	18,7	20,1	
4-6 yıl	164	38,3	38,3	58,4	
7 yıldan fazla	178	41,6	41,6	100,0	
Toplam	428	100,0	100,0		

Tablo 2.14. incelendiğinde örneklem grubunu oluşturan üniversite öğrencilerinin 6'sı (%1,4) 1 yıldan az; 80'i (%18,7) 1-3 yıl; 164'ü (%38,3) 4-6 yıl; 178'i (%41,6) ise 7 yıldan fazla bir süredir sosyal medya kullanmaktadır.

2.10.15. Katılımcıların Sosyal Medyada Günlük Ortalama Harcadıkları Süre Değişkenine İlişkin Değerler

Katılımcıların sosyal medyada günlük ortalama harcadıkları süre türü değişkenine ilişkin değerler Tablo 2.15'te verilmiştir.

Tablo 2.15. Sosyal Medyada Günlük Ortalama Harcanan Süre Değişkeni için Frekans ve Yüzde Değerleri

Sosyal Medyada Harcanan Süre	N	%	Geç. %	Yığ. %	SS
1 saatten az	54	12,6	12,6	12,6	0,735
1-3 saat	233	54,4	54,4	67,1	
4-6 saat	120	28,0	28,0	95,1	
7 saatten fazla	21	4,9	4,9	100,0	
Toplam	428	100,0	100,0		

Tablo 2.15. incelendiğinde örneklem grubunu oluşturan üniversite öğrencilerinin 54'ü (%12,6) 1 saatten az; 233'ü (%54,4) 1-3 saat; 120'si (28,0) 4-6 saat; 21'i (%4,9) ise 7 saatten fazla sosyal medyada zaman geçirmektedir.

2.10.16. Katılımcıların Sosyal Medya Bildirimlerini Kontrol Etme Sıklığı Değişkenine İlişkin Değerler

Katılımcıların sosyal medya bildirimlerini kontrol etme sıklığı değişkeni türüne ilişkin değerleri Tablo 2.16’da verilmiştir.

Tablo 2.16. Sosyal Medya Bildirimlerini Kontrol Etme Sıklığı Değişkeni için Frekans ve Yüzde Değerleri

Bildirim Kontrol Etme Sıklığı	N	%	Geç. %	Yığıl. %	SS
Bildirim gelince	171	40,0	40,0	40,0	0,898
Boş kaldığım her an	163	38,1	38,1	78,0	
Günde birkaç kez	83	19,4	19,4	97,4	
Birkaç günde bir kez	3	0,7	0,7	98,1	
Haftada birkaç kere	6	1,4	1,4	99,5	
Ayda birkaç kere	2	0,5	0,5	100,0	
Toplam	428	100,0	100,0		

Tablo 2.16. incelendiğinde örneklem grubunu oluşturan üniversite öğrencilerinin 171’i (%40,0) Bildirim gelince; 163’ü (%38,1) Boş kaldığım her an; 83’ü (%19,4) Günde birkaç kez; 3’ü (%0,7) Birkaç günde bir kez; 6’sı (%1,4) Haftada birkaç kere; 2’si (%0,5) ise Ayda birkaç kere bildirimleri kontrol ettiği görülmektedir.

2.11. UCLA YALNIZLIK ÖLÇEĞİNE İLİŞKİN DEĞERLER

Katılımcıların UCLA Yalnızlık ölçeğine vermiş olduğu cevaplar Tablo 2.17’de özetlenmiştir.

Tablo 2.17. UCLA Yalnızlık Ölçeği İçin Frekans ve Yüzde Değerleri

	HİÇ böyle hissetmiyorum		NADİREN böyle hissediyorum		BAZEN böyle hissediyorum		HER ZAMAN böyle hissediyorum	
	N	%	N	%	N	%	N	%
Kendimi çevremdeki insanlarla uyum içinde hissediyorum	196	45,8	154	36,0	53	12,4	25	5,8
Arkadaşım yok	275	64,3	87	20,3	48	11,2	18	4,2

Tablo 2.17. (Devamı)

Başvurabileceğim hiç kimse yok	255	59,6	82	19,2	68	15,9	23	5,4
Kendimi yalnız gibi hissetmiyorum	161	37,6	102	23,8	94	22,0	71	16,6
Kendimi bir arkadaş grubunun bir parçası olarak hissediyorum	249	58,2	96	22,4	48	11,2	35	8,2
Çevremdeki insanlarla birçok ortak yönüm var	154	36,0	152	35,5	92	21,5	30	7,0
Artık hiç kimseyle samimi değilim	207	48,4	104	24,3	91	21,3	26	6,1
İlgilerim ve fikirlerim çevremdekilerce paylaşılmıyor	153	35,7	169	39,5	79	18,5	27	6,3
Dışa dönük bir insanım	171	40,0	129	30,1	85	19,9	43	10,0
Kendime yakın hissettiğim insanlar var	264	61,7	109	25,5	42	9,8	13	3,0
Kendimi grubun dışına itilmiş hissediyorum	257	60,0	106	24,8	51	11,9	14	3,3
Sosyal ilişkilerim zayıf	225	52,6	107	25,0	80	18,7	16	3,7
Hiç kimse beni gerçekten iyi tanımıyor	127	29,7	121	28,3	123	28,7	57	13,3
Kendimi diğer insanlardan soyutlanmış hissediyorum	196	45,8	124	29,0	79	18,5	29	6,8
İstedğim zaman arkadaş bulabilirim	207	48,4	124	29,0	63	14,7	34	7,9
Beni gerçekten anlayan insanlar var	183	42,8	158	36,9	60	14,0	27	6,3
Çok içime kapanmış olmaktan dolayı mutsuzum	218	50,9	116	27,1	60	14,0	34	7,9
Çevremde insanlar var ama benimle değil	165	38,6	141	32,9	91	21,3	31	7,2
Konuşabileceğim insanlar var	275	64,3	99	23,1	40	9,3	14	3,3
Derdimi anlatabileceğim insanlar var	260	60,7	94	22,0	52	12,1	22	5,1

“Kendimi çevremdeki insanlarla uyum içinde hissediyorum” ifadesine katılımcıların 196’sı (%45,8) hiç böyle hissetmiyorum, 154’ü (% 36,0) nadiren böyle hissediyorum, 53’ü (%12,4) bazen böyle hissediyorum, 25’i (%5,8) ise her zaman böyle hissediyorum yanıtını vermiştir.

“Arkadaşım yok” ifadesine katılımcıların 275’i (%64,3) hiç böyle hissetmiyorum, 87’si (%20,3) nadiren böyle hissediyorum, 48’i (%11,2) bazen böyle hissediyorum, 18’i (%4,2) ise her zaman böyle hissediyorum yanıtını vermiştir.

“Başvurabileceğim hiç kimse yok” ifadesine katılımcıların 255’i (%59,6) hiç böyle hissetmiyorum, 82’si (%19,2) nadiren böyle hissediyorum, 68’i (%15,9) bazen böyle hissediyorum, 23’ü (%5,4) ise her zaman böyle hissediyorum yanıtını vermiştir.

“Kendimi yalnız gibi hissetmiyorum” ifadesine katılımcıların 161’i (%37,6) hiç böyle hissetmiyorum, 102’si (%23,8) nadiren böyle hissediyorum, 94’ü (%22,0) bazen böyle hissediyorum, 71’i (%16,6) ise her zaman böyle hissediyorum yanıtını vermiştir.

“Kendimi bir arkadaş grubunun bir parçası olarak hissediyorum” ifadesine katılımcıların 249’u (%58,2) hiç böyle hissetmiyorum, 96’sı (%22,4) nadiren böyle hissediyorum, 48’i (%11,2) bazen böyle hissediyorum, 35’i (%8,2) ise her zaman böyle hissediyorum yanıtını vermiştir.

“Çevremdeki insanlarla birçok ortak yönüm var” ifadesine katılımcıların 154’ü (%36,0) hiç böyle hissetmiyorum, 152’si (%35,5) nadiren böyle hissediyorum, 92’si (%21,5) bazen böyle hissediyorum, 30’u (%7,0) ise her zaman böyle hissediyorum yanıtını vermiştir.

“Artık hiç kimseyle samimi değilim” ifadesine katılımcıların 207’si (%48,4) hiç böyle hissetmiyorum, 104’ü (%24,3) nadiren böyle hissediyorum, 91’i (%21,3) bazen böyle hissediyorum, 26’sı (%6,1) ise her zaman böyle hissediyorum yanıtını vermiştir.

“İlgilerim ve fikirlerim çevremdekilerce paylaşılmıyor” ifadesine katılımcıların 153’ü (%35,7) hiç böyle hissetmiyorum, 169’u (%39,5) nadiren böyle hissediyorum, 79’u (%18,5) bazen böyle hissediyorum, 27’si (%6,3) ise her zaman böyle hissediyorum yanıtını vermiştir.

“Dışa dönük bir insanım” ifadesine katılımcıların 171’i (%40,0) hiç böyle hissetmiyorum, 129’u (%30,1) nadiren böyle hissediyorum, 85’i (%19,9) bazen böyle hissediyorum, 43’ü (%10,0) ise her zaman böyle hissediyorum yanıtını vermiştir.

“Kendime yakın hissettiğim insanlar var” ifadesine katılımcıların 264’ü (%61,7) hiç böyle hissetmiyorum, 109’u (%25,5) nadiren böyle hissediyorum, 42’si (%9,8) bazen böyle hissediyorum, 13’ü (%3,0) ise her zaman böyle hissediyorum yanıtını vermiştir.

“Kendimi grubun dışına itilmiş hissediyorum” ifadesine katılımcıların 257’si (%60,0) hiç böyle hissetmiyorum, 106’sı (%24,8) nadiren böyle hissediyorum, 51’i

(%11,9) bazen böyle hissediyorum, 14'ü (%3,3) ise her zaman böyle hissediyorum yanıtını vermiştir.

“Sosyal ilişkilerim zayıf” ifadesine katılımcıların 225'i (%52,6) hiç böyle hissetmiyorum, 107'si (%25,0) nadiren böyle hissediyorum, 80'i (%18,7) bazen böyle hissediyorum, 16'sı (%3,7) ise her zaman böyle hissediyorum yanıtını vermiştir.

“Hiç kimse beni gerçekten iyi tanımıyor” ifadesine katılımcıların 127'si (%29,7) hiç böyle hissetmiyorum, 121'i (%28,3) nadiren böyle hissediyorum, 123'ü (%28,7) bazen böyle hissediyorum, 57'si (%13,3) ise her zaman böyle hissediyorum yanıtını vermiştir.

“Kendimi diğer insanlardan soyutlanmış hissediyorum” ifadesine katılımcıların 196'sı (%45,8) hiç böyle hissetmiyorum, 124'ü (%29,0) nadiren böyle hissediyorum, 79'u (%18,5) bazen böyle hissediyorum, 29'u (%6,8) ise her zaman böyle hissediyorum yanıtını vermiştir.

“İstediğim zaman arkadaş bulabilirim” ifadesine katılımcıların 207'si (%48,4) hiç böyle hissetmiyorum, 124'ü (%29,0) nadiren böyle hissediyorum, 63'ü (%14,7) bazen böyle hissediyorum, 34'ü (%7,9) ise her zaman böyle hissediyorum yanıtını vermiştir.

“Beni gerçekten anlayan insanlar var” ifadesine katılımcıların 183'ü (%42,8) hiç böyle hissetmiyorum, 158'i (%36,9) nadiren böyle hissediyorum, 60'ı (%14,0) bazen böyle hissediyorum, 27'si (%6,3) ise her zaman böyle hissediyorum yanıtını vermiştir.

“Çok içime kapanmış olmaktan dolayı mutsuzum” ifadesine katılımcıların 218'i (%50,9) hiç böyle hissetmiyorum, 116'sı (%27,1) nadiren böyle hissediyorum, 60'ı (%14,0) bazen böyle hissediyorum, 34'ü (%7,9) ise her zaman böyle hissediyorum yanıtını vermiştir.

“Çevremde insanlar var ama benimle değil” ifadesine katılımcıların 165'i (%38,6) hiç böyle hissetmiyorum, 141'i (%32,9) nadiren böyle hissediyorum, 91'i (%21,3) bazen böyle hissediyorum, 31'i (%7,2) ise her zaman böyle hissediyorum yanıtını vermiştir.

“Konuşabileceğim insanlar var” ifadesine katılımcıların 275'i (%64,3) hiç böyle hissetmiyorum, 99'u (%23,1) nadiren böyle hissediyorum, 40'ı (%9,3) bazen böyle hissediyorum, 14'ü (%3,3) ise her zaman böyle hissediyorum yanıtını vermiştir.

“Derdimi anlatabileceğim insanlar var” ifadesine katılımcıların 260’ı (%60,7) hiç böyle hissetmiyorum, 94’ü (%22,0) nadiren böyle hissediyorum, 52’si (%12,1) bazen böyle hissediyorum, 22’si (%5,1) ise her zaman böyle hissediyorum yanıtını vermiştir.

2.12. SOSYAL AĞ KULLANIMI ZAMAN ÖLÇEĞİNE (SONTUS) İLİŞKİN DEĞERLER

Katılımcıların SONTUS ölçeğine vermiş olduğu cevaplar Tablo 2.18’de özetlenmiştir.

Tablo 2.18. SONTUS Ölçeği Frekans ve Yüzde Değerleri

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N
	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)
Bir seminerde ya da eğitim programındayken	195 (45,6)	24 (5,6)	33 (7,7)	20 (4,7)	15 (3,5)	37 (8,6)	11 (2,6)	9 (2,1)	16 (3,7)	28 (6,5)	40 (9,3)
Evde boş oturuyorken	36 (8,4)	12 (2,8)	21 (4,9)	36 (8,4)	20 (4,7)	35 (8,2)	32 (7,5)	18 (4,2)	45 (10,5)	55 (12,9)	118 (27,6)
Zihinsel stresinizi azaltmanız gerektiğinde	57 (13,3)	28 (6,5)	38 (8,9)	34 (7,9)	27 (6,3)	40 (9,3)	39 (9,1)	22 (5,1)	24 (5,6)	32 (7,5)	87 (20,3)
Futbol, basketbol vb. izlemek için stadyumdayken	234 (54,7)	32 (7,5)	49 (11,4)	22 (5,1)	15 (3,5)	28 (6,5)	13 (3,0)	6 (1,4)	8 (1,9)	7 (1,6)	14 (3,3)
Evde okul veya işle ilgili bir ödev yaparken	58 (13,6)	32 (7,5)	89 (20,8)	48 (11,2)	27 (6,3)	59 (13,8)	27 (6,3)	16 (3,7)	24 (5,6)	18 (4,2)	30 (7,0)
Birini evde veya önceden ayarlanmış bir yerde beklerken	45 (10,5)	11 (2,6)	70 (16,4)	61 (14,3)	31 (7,2)	60 (14,0)	33 (7,7)	19 (4,4)	24 (5,6)	22 (5,1)	52 (12,1)
Müzik, radyo vb. dinlerken	48 (11,2)	42 (9,8)	47 (11,0)	43 (10,0)	28 (6,5)	44 (10,3)	32 (7,5)	19 (4,4)	25 (5,8)	29 (6,8)	71 (16,6)

Tablo 2.18. (Devamı)

Çok fazla stresliyken	60 (14,0)	45 (10,5)	42 (9,8)	22 (5,1)	29 (6,8)	29 (6,8)	32 (7,5)	23 (5,4)	22 (5,1)	35 (8,2)	89 (20,8)
Toplantıdayken	250 (58,4)	64 (15,0)	33 (7,7)	16 (3,7)	11 (2,6)	8 (1,9)	11 (2,6)	7 (1,6)	8 (1,9)	5 (1,2)	15 (3,5)
Sınıfta dersi dinlerken	99 (23,1)	81 (18,9)	95 (22,2)	29 (6,8)	16 (3,7)	37 (8,6)	17 (4,0)	10 (2,3)	14 (3,3)	11 (2,6)	19 (4,4)
Mevcut arkadaşlarınızla bağınızı koparmadığınızı gösterme ihtiyacı duyduğunuzda	114 (26,6)	45 (10,5)	43 (10,0)	47 (11,0)	26 (6,1)	40 (9,3)	27 (6,3)	16 (3,7)	17 (4,0)	16 (3,7)	37 (8,6)
Uyumak için yatağa uzandığımızda	20 (4,7)	24 (5,6)	60 (14,0)	44 (10,3)	39 (9,1)	39 (9,1)	28 (6,5)	26 (6,1)	22 (5,1)	37 (8,6)	89 (20,8)
Kütüphanede ders çalışırken	90 (21,0)	62 (14,5)	65 (15,2)	24 (5,6)	24 (5,6)	57 (13,3)	24 (5,6)	16 (3,7)	31 (7,2)	14 (3,3)	21 (4,9)
Yurtta ya da evde temizlik, çamaşır, yemek, bulaşık vb. İşleri yaparken	131 (30,6)	62 (14,5)	54 (12,6)	26 (6,1)	23 (5,4)	41 (9,6)	13 (3,0)	11 (2,6)	11 (2,6)	24 (5,6)	32 (7,5)
Yaşadığımız duygusal strese başa çıkmanız gerektiğinde	72 (16,8)	46 (10,7)	43 (10,0)	32 (7,5)	23 (5,4)	38 (8,9)	33 (7,7)	11 (2,6)	23 (5,4)	27 (6,3)	80 (18,7)
Günlük işlerinizin üzerinizde oluşturduğu baskıyı azaltmak istediğinizde	55 (12,9)	39 (9,1)	47 (11,0)	28 (6,5)	29 (6,8)	63 (14,7)	35 (8,2)	21 (4,9)	24 (5,6)	22 (5,1)	65 (15,2)
Düğün töreni, doğum günü partisi vb. gibi sosyal bir etkinlikteyken	150 (35,0)	42 (9,8)	51 (11,9)	33 (7,7)	27 (6,3)	31 (7,2)	18 (4,2)	20 (4,7)	10 (2,3)	19 (4,4)	27 (6,3)
Aileniz ve arkadaşlarınızla iletişim kurma ihtiyacı hissettiğinizde	50 (11,7)	61 (14,3)	59 (13,8)	41 (9,6)	26 (6,1)	47 (11,0)	32 (7,5)	12 (2,8)	28 (6,5)	20 (4,7)	52 (12,1)

Tablo 2.18. (Devamı)

Dini bir mekanda ibadet saatini beklerken	173 (40,4)	110 (25,7)	53 (12,4)	23 (5,4)	19 (4,4)	15 (3,5)	7 (1,6)	7 (1,6)	6 (1,4)	3 (,7)	12 (2,8)
Yeni tanıştığınız biri hakkında daha fazla bilgi edinmek istediğinizde	77 (18,0)	44 (10,3)	69 (16,1)	34 (7,9)	34 (7,9)	27 (6,3)	26 (6,1)	21 (4,9)	19 (4,4)	14 (3,3)	63 (14,7)
Arkadaş, aile ve tanıdıklarınızla eğlenirken	77 (18,0)	94 (22,0)	74 (17,3)	38 (8,99)	18 (4,2)	44 (10,3)	20 (4,7)	14 (3,3)	15 (3,5)	10 (2,3)	24 (5,6)
TV, haber, futbol, film, spor vb. izlerken	82 (19,2)	64 (15,0)	74 (17,3)	31 (7,2)	25 (5,8)	50 (11,7)	19 (4,4)	17 (4,0)	17 (4,0)	15 (3,5)	34 (7,9)
Sinemada film izlerken	181 (42,3)	106 (24,8)	50 (11,7)	11 (2,6)	17 (4,0)	17 (4,0)	9 (2,1)	11 (2,6)	10 (2,3)	5 (1,2)	11 (2,6)
Araba, otobüs veya tramvayla kısa süreli yolculuk yaparken	50 (11,7)	29 (6,8)	66 (15,4)	40 (9,3)	34 (7,9)	50 (11,7)	29 (6,8)	13 (3,0)	25 (5,8)	27 (6,3)	65 (15,2)
Bir süredir görmediğiniz insanlar hakkında bilgi almak istediğinizde	87 (20,3)	28 (6,5)	70 (16,4)	36 (8,4)	33 (7,7)	42 (9,8)	25 (5,8)	23 (5,4)	13 (3,0)	23 (5,4)	48 (11,2)
Hocanın derse gelmesini beklerken	78 (18,2)	30 (7,0)	79 (18,5)	37 (8,6)	28 (6,5)	50 (11,7)	18 (4,2)	21 (4,9)	19 (4,4)	21 (4,9)	47 (11,0)
Maddi sıkıntılarınızı unutmaya çalışırken	136 (31,8)	63 (14,7)	47 (11,0)	22 (5,1)	18 (4,2)	26 (6,1)	19 (4,4)	12 (2,8)	12 (2,8)	14 (3,3)	59 (13,8)
Ödev, proje vb. işler üzerinde çalışırken	111 (25,9)	72 (16,8)	50 (11,7)	31 (7,2)	26 (6,1)	37 (8,6)	18 (4,2)	16 (3,7)	15 (3,5)	12 (2,8)	40 (9,3)
Eğitim videoları izlerken	112 (26,2)	76 (17,8)	56 (13,1)	19 (4,4)	26 (6,1)	27 (6,3)	22 (5,1)	13 (3,0)	16 (3,7)	8 (1,9)	53 (12,4)

“Bir seminerde ya da eğitim programındayken” ifadesine katılımcıların 195’i (%45,6) Bahsi geçen etkinlik ya da durum geçen hafta içinde hiç olmadı; 24’ü (%5,6) Sosyal Medya’yı geçen hafta hiç kullanmadım; 33’ü (%7,7) Sosyal Medya’yı geçen hafta boyunca 1 defa, <10 dakika süreyle kullandım; 20’si (%4,7) Sosyal Medya’yı

geçen hafta boyunca 1 defa, 10-30 dakikalık bir süre ile kullandım; 15'i (%3,5) Sosyal Medya'yı geçen hafta boyunca 1 defa, > 30 dakikalık bir süre ile kullandım; 37'si (%8,6) Sosyal Medya'yı geçen hafta 2-3 defa, her seferinde <10 dakika süreli kullandım; 11'i (%2,6) Sosyal Medya'yı geçen hafta 2-3 defa, her seferinde 10-30 dakika süreli kullandım; 9'u (%2,1) Sosyal Medya'yı geçen hafta 2-3 defa, her seferinde >30 dakika süreli kullandım; 16'sı (%3,7) Sosyal Medya'yı geçen hafta 4 ya da daha fazla, her seferinde <10 dakika süreli kullandım; 28'i (%6,5) Sosyal Medya'yı geçen hafta 4 ya da daha fazla, her seferinde 10-30 dakika süreli kullandım; 40'ı (%9,3) ise Sosyal Medya'yı geçen hafta 4 ya da daha fazla, her seferinde >30 dakika süreli kullandım yanıtını vermişlerdir.

Araştırmaya katılanların, "Evde boş oturuyorken" ifadesine 36'sı (%8,4) Bahsi geçen etkinlik ya da durum geçen hafta içinde hiç olmadı; 12'si (%2,8) Sosyal Medya'yı geçen hafta hiç kullanmadım; 21 4,9 Sosyal Medya'yı geçen hafta boyunca 1 defa, <10 dakika süreyle kullandım; 36'sı (%8,4) Sosyal Medya'yı geçen hafta boyunca 1 defa, 10-30 dakikalık bir süre ile kullandım; 20'si (%4,7) Sosyal Medya'yı geçen hafta boyunca 1 defa, > 30 dakikalık bir süre ile kullandım; 35'i (%8,2) Sosyal Medya'yı geçen hafta 2-3 defa, her seferinde <10 dakika süreli kullandım; 32'si (%7,5) Sosyal Medya'yı geçen hafta 2-3 defa, her seferinde 10-30 dakika süreli kullandım; 18'i (%4,2) Sosyal Medya'yı geçen hafta 2-3 defa, her seferinde >30 dakika süreli kullandım; 45'i (%10,5) Sosyal Medya'yı geçen hafta 4 ya da daha fazla, her seferinde <10 dakika süreli kullandım; 55'i (%12,9) Sosyal Medya'yı geçen hafta 4 ya da daha fazla, her seferinde 10-30 dakika süreli kullandım; 118'i (%27,6) ise Sosyal Medya'yı geçen hafta 4 ya da daha fazla, her seferinde >30 dakika süreli kullandım yanıtını vermişlerdir.

Araştırmaya katılanların, "Zihinsel stresinizi azaltmanız gerektiğinde" ifadesine 57'si (%13,3) Bahsi geçen etkinlik ya da durum geçen hafta içinde hiç olmadı; 28'i (%6,5) Sosyal Medya'yı geçen hafta hiç kullanmadım; 38'i (%8,9) Sosyal Medya'yı geçen hafta boyunca 1 defa, <10 dakika süreyle kullandım; 34'ü (%7,9) Sosyal Medya'yı geçen hafta boyunca 1 defa, 10-30 dakikalık bir süre ile kullandım; 27'si (%6,3) Sosyal Medya'yı geçen hafta boyunca 1 defa, >30 dakikalık bir süre ile kullandım; 40'ı (%9,3) Sosyal Medya'yı geçen hafta 2-3 defa, her seferinde <10 dakika süreli kullandım; 39'u (%9,1) Sosyal Medya'yı geçen hafta 2-3 defa, her seferinde 10-

30 dakika süreli kullandım; 22'si (%5,1) Sosyal Medya'yı geçen hafta 2-3 defa, her seferinde >30 dakika süreli kullandım; 24'ü (%5,6) Sosyal Medya'yı geçen hafta 4 ya da daha fazla, her seferinde <10 dakika süreli kullandım; 32'si (%7,5) Sosyal Medya'yı geçen hafta 4 ya da daha fazla, her seferinde 10-30 dakika süreli kullandım; 87'si (%20,3) ise Sosyal Medya'yı geçen hafta 4 ya da daha fazla, her seferinde >30 dakika süreli kullandım yanıtını vermişlerdir.

Araştırmaya katılanların, "Futbol, basketbol vb. izlemek için stadyumdayken" ifadesine 234'ü (%54,7) Bahsi geçen etkinlik ya da durum geçen hafta içinde hiç olmadı; 32'si (%7,5) Sosyal Medya'yı geçen hafta hiç kullanmadım; 49'u (%11,4) Sosyal Medya'yı geçen hafta boyunca 1 defa, <10 dakika süreyle kullandım; 22'si (%5,1) Sosyal Medya'yı geçen hafta boyunca 1 defa, 10-30 dakikalık bir süre ile kullandım; 15'i (%3,5) Sosyal Medya'yı geçen hafta boyunca 1 defa, >30 dakikalık bir süre ile kullandım; 28'i (%6,5) Sosyal Medya'yı geçen hafta 2-3 defa, her seferinde <10 dakika süreli kullandım; 13'ü (%6,5) Sosyal Medya'yı geçen hafta 2-3 defa, her seferinde 10-30 dakika süreli kullandım; 6'sı (%1,4) Sosyal Medya'yı geçen hafta 2-3 defa, her seferinde >30 dakika süreli kullandım; 8'i (%1,9) Sosyal Medya'yı geçen hafta 4 ya da daha fazla, her seferinde <10 dakika süreli kullandım; 7'si (%1,6) Sosyal Medya'yı geçen hafta 4 ya da daha fazla, her seferinde 10-30 dakika süreli kullandım; 14'ü (%3,3) ise Sosyal Medya'yı geçen hafta 4 ya da daha fazla, her seferinde >30 dakika süreli kullandım yanıtını vermişlerdir.

Araştırmaya katılanların, "Evde okul veya işle ilgili bir ödev yaparken" ifadesine 58'i (%13,6) Bahsi geçen etkinlik ya da durum geçen hafta içinde hiç olmadı; 32'si (%7,5) Sosyal Medya'yı geçen hafta hiç kullanmadım; 89'u (%20,8) Sosyal Medya'yı geçen hafta boyunca 1 defa, <10 dakika süreyle kullandım; 48'i (%11,2) Sosyal Medya'yı geçen hafta boyunca 1 defa, 10-30 dakikalık bir süre ile kullandım; 27'si (%6,3) Sosyal Medya'yı geçen hafta boyunca 1 defa, >30 dakikalık bir süre ile kullandım; 59'u (%13,) Sosyal Medya'yı geçen hafta 2-3 defa, her seferinde <10 dakika süreli kullandım; 27'si (%6,3) Sosyal Medya'yı geçen hafta 2-3 defa, her seferinde 10-30 dakika süreli kullandım; 16'sı (%3,7) Sosyal Medya'yı geçen hafta 2-3 defa, her seferinde >30 dakika süreli kullandım; 24'ü (%5,6) Sosyal Medya'yı geçen hafta 4 ya da daha fazla, her seferinde <10 dakika süreli kullandım; 18'i (%4,2) Sosyal Medya'yı geçen hafta 4 ya da daha fazla, her seferinde 10-30 dakika süreli kullandım; 30'u (%7,0)

ise Sosyal Medya'yı geçen hafta 4 ya da daha fazla, her seferinde >30 dakika süreli kullandım yanıtını vermişlerdir.

Araştırmaya katılanların, “Birini evde veya önceden ayarlanmış bir yerde beklerken” ifadesine 45'i (%10,5) Bahsi geçen etkinlik ya da durum geçen hafta içinde hiç olmadı; 11'i (%2,6) Sosyal Medya'yı geçen hafta hiç kullanmadım; 70'i (%16,4) Sosyal Medya'yı geçen hafta boyunca 1 defa, <10 dakika süreyle kullandım; 61'i (%14,3) Sosyal Medya'yı geçen hafta boyunca 1 defa, 10-30 dakikalık bir süre ile kullandım; 31'i (%7,2) Sosyal Medya'yı geçen hafta boyunca 1 defa, >30 dakikalık bir süre ile kullandım; 60'ı (%14,0) Sosyal Medya'yı geçen hafta 2-3 defa, her seferinde <10 dakika süreli kullandım; 33'ü (%7,7) Sosyal Medya'yı geçen hafta 2-3 defa, her seferinde 10-30 dakika süreli kullandım; 19'u (%4,4) Sosyal Medya'yı geçen hafta 2-3 defa, her seferinde >30 dakika süreli kullandım; 24'ü (%5,6) Sosyal Medya'yı geçen hafta 4 ya da daha fazla, her seferinde <10 dakika süreli kullandım; 22'si (%5,1) Sosyal Medya'yı geçen hafta 4 ya da daha fazla, her seferinde 10-30 dakika süreli kullandım; 52'si (%12,1) ise Sosyal Medya'yı geçen hafta 4 ya da daha fazla, her seferinde >30 dakika süreli kullandım yanıtını vermişlerdir.

Araştırmaya katılanların, “Müzik, radyo vb. dinlerken” ifadesine 48'i (%11,2) Bahsi geçen etkinlik ya da durum geçen hafta içinde hiç olmadı; 42'si (%9,8) Sosyal Medya'yı geçen hafta hiç kullanmadım; 47'si (%11,0) Sosyal Medya'yı geçen hafta boyunca 1 defa, <10 dakika süreyle kullandım; 43'ü (%10,0) Sosyal Medya'yı geçen hafta boyunca 1 defa, 10-30 dakikalık bir süre ile kullandım; 28'i (%6,5) Sosyal Medya'yı geçen hafta boyunca 1 defa, >30 dakikalık bir süre ile kullandım; 44'ü (%10,3) Sosyal Medya'yı geçen hafta 2-3 defa, her seferinde <10 dakika süreli kullandım; 32'si (%7,5) Sosyal Medya'yı geçen hafta 2-3 defa, her seferinde 10-30 dakika süreli kullandım; 19'u (%4,4) Sosyal Medya'yı geçen hafta 2-3 defa, her seferinde >30 dakika süreli kullandım; 25'i (%5,8) Sosyal Medya'yı geçen hafta 4 ya da daha fazla, her seferinde <10 dakika süreli kullandım; 29'u (%6,8) Sosyal Medya'yı geçen hafta 4 ya da daha fazla, her seferinde 10-30 dakika süreli kullandım; 71'i (%16,6) ise Sosyal Medya'yı geçen hafta 4 ya da daha fazla, her seferinde >30 dakika süreli kullandım yanıtını vermişlerdir.

Araştırmaya katılanların, “Çok fazla stresliyken” ifadesine 60’ı (%14,0) Bahsi geçen etkinlik ya da durum geçen hafta içinde hiç olmadı; 45’i (%10,5) Sosyal Medya’yı geçen hafta hiç kullanmadım; 42’si (%9,8) Sosyal Medya’yı geçen hafta boyunca 1 defa, <10 dakika süreyle kullandım; 22’si (%5,1) Sosyal Medya’yı geçen hafta boyunca 1 defa, 10-30 dakikalık bir süre ile kullandım; 29’u (%6,8) Sosyal Medya’yı geçen hafta boyunca 1 defa, >30 dakikalık bir süre ile kullandım; 29’u (%6,8) Sosyal Medya’yı geçen hafta 2-3 defa, her seferinde <10 dakika süreli kullandım; 32’si (%7,5) Sosyal Medya’yı geçen hafta 2-3 defa, her seferinde 10-30 dakika süreli kullandım; 23’ü (%5,4) Sosyal Medya’yı geçen hafta 2-3 defa, her seferinde >30 dakika süreli kullandım; 22’si (%5,1) Sosyal Medya’yı geçen hafta 4 ya da daha fazla, her seferinde <10 dakika süreli kullandım; 35’i (%8,2) Sosyal Medya’yı geçen hafta 4 ya da daha fazla, her seferinde 10-30 dakika süreli kullandım; 89’u (%20,8) ise Sosyal Medya’yı geçen hafta 4 ya da daha fazla, her seferinde >30 dakika süreli kullandım yanıtını vermişlerdir.

Araştırmaya katılanların, “Toplantıdayken” ifadesine 250’si (%58,4) Bahsi geçen etkinlik ya da durum geçen hafta içinde hiç olmadı; 64’ü (%15,0) Sosyal Medya’yı geçen hafta hiç kullanmadım; 33’ü (%7,7) Sosyal Medya’yı geçen hafta boyunca 1 defa, <10 dakika süreyle kullandım; 16’sı (%3,7) Sosyal Medya’yı geçen hafta boyunca 1 defa, 10-30 dakikalık bir süre ile kullandım; 11’i (%2,6) Sosyal Medya’yı geçen hafta boyunca 1 defa, > 30 dakikalık bir süre ile kullandım; 8’i (%1,9) Sosyal Medya’yı geçen hafta 2-3 defa, her seferinde <10 dakika süreli kullandım; 11’i (%2,6) Sosyal Medya’yı geçen hafta 2-3 defa, her seferinde 10-30 dakika süreli kullandım; 7’si (%1,6) Sosyal Medya’yı geçen hafta 2-3 defa, her seferinde >30 dakika süreli kullandım; 8’i (%1,9) Sosyal Medya’yı geçen hafta 4 ya da daha fazla, her seferinde <10 dakika süreli kullandım; 5’i (%1,2) Sosyal Medya’yı geçen hafta 4 ya da daha fazla, her seferinde 10-30 dakika süreli kullandım; 15’i (%3,5) ise Sosyal Medya’yı geçen hafta 4 ya da daha fazla, her seferinde >30 dakika süreli kullandım yanıtını vermişlerdir.

Araştırmaya katılanların, “Sınıfta dersi dinlerken” ifadesine 99’u (%23,1) Bahsi geçen etkinlik ya da durum geçen hafta içinde hiç olmadı; 81’i (%18,9) Sosyal Medya’yı geçen hafta hiç kullanmadım; 95’i (%22,2) Sosyal Medya’yı geçen hafta boyunca 1 defa, <10 dakika süreyle kullandım; 29’u (%6,8) Sosyal Medya’yı geçen hafta boyunca 1 defa, 10-30 dakikalık bir süre ile kullandım; 16’sı (%3,7) Sosyal

Medya'yı geçen hafta boyunca 1 defa, > 30 dakikalık bir süre ile kullandım; 37'si (%8,6) Sosyal Medya'yı geçen hafta 2-3 defa, her seferinde <10 dakika süreli kullandım; 17'si (%4,0) Sosyal Medya'yı geçen hafta 2-3 defa, her seferinde 10-30 dakika süreli kullandım; 10'u (%2,3) Sosyal Medya'yı geçen hafta 2-3 defa, her seferinde >30 dakika süreli kullandım; 14'ü (%3,3) Sosyal Medya'yı geçen hafta 4 ya da daha fazla, her seferinde <10 dakika süreli kullandım; 11'i (%2,6) Sosyal Medya'yı geçen hafta 4 ya da daha fazla, her seferinde 10-30 dakika süreli kullandım; 19'u (%4,4) ise Sosyal Medya'yı geçen hafta 4 ya da daha fazla, her seferinde >30 dakika süreli kullandım yanıtını vermişlerdir.

Araştırmaya katılanların, "Mevcut arkadaşlarınızla bağınızı koparmadığınızı gösterme ihtiyacı duyduğunuzda" ifadesine 114'ü (%26,6) Bahsi geçen etkinlik ya da durum geçen hafta içinde hiç olmadı; 45'i (%10,5) Sosyal Medya'yı geçen hafta hiç kullanmadım; 43'ü (%10,0) Sosyal Medya'yı geçen hafta boyunca 1 defa, <10 dakika süreyle kullandım; 47'si (%11,0) Sosyal Medya'yı geçen hafta boyunca 1 defa, 10-30 dakikalık bir süre ile kullandım; 26'sı (%6,1) Sosyal Medya'yı geçen hafta boyunca 1 defa, > 30 dakikalık bir süre ile kullandım; 40'ı (%9,3) Sosyal Medya'yı geçen hafta 2-3 defa, her seferinde <10 dakika süreli kullandım; 27'si (%6,3) Sosyal Medya'yı geçen hafta 2-3 defa, her seferinde 10-30 dakika süreli kullandım; 16'sı (%3,7) Sosyal Medya'yı geçen hafta 2-3 defa, her seferinde >30 dakika süreli kullandım; 17'si (%4,0) Sosyal Medya'yı geçen hafta 4 ya da daha fazla, her seferinde <10 dakika süreli kullandım; 16'sı (%3,7) Sosyal Medya'yı geçen hafta 4 ya da daha fazla, her seferinde 10-30 dakika süreli kullandım; 37'si (%8,6) ise Sosyal Medya'yı geçen hafta 4 ya da daha fazla, her seferinde >30 dakika süreli kullandım yanıtını vermişlerdir.

Araştırmaya katılanların, "Uyumak için yatağa uzandığınızda" ifadesine 20'si (%4,7) Bahsi geçen etkinlik ya da durum geçen hafta içinde hiç olmadı; 24'ü (%5,6) Sosyal Medya'yı geçen hafta hiç kullanmadım; 60'ı (%14,0) Sosyal Medya'yı geçen hafta boyunca 1 defa, <10 dakika süreyle kullandım; 44'ü (%10,3) Sosyal Medya'yı geçen hafta boyunca 1 defa, 10-30 dakikalık bir süre ile kullandım; 39'u (%9,1) Sosyal Medya'yı geçen hafta boyunca 1 defa, >30 dakikalık bir süre ile kullandım; 39'u (%9,1) Sosyal Medya'yı geçen hafta 2-3 defa, her seferinde <10 dakika süreli kullandım; 28'i (%6,5) Sosyal Medya'yı geçen hafta 2-3 defa, her seferinde 10-30 dakika süreli kullandım; 26'sı (%6,1) Sosyal Medya'yı geçen hafta 2-3 defa, her seferinde >30

dakika süreli kullandım; 22'si (%5,1) Sosyal Medya'yı geçen hafta 4 ya da daha fazla, her seferinde <10 dakika süreli kullandım; 37'si (%8,6) Sosyal Medya'yı geçen hafta 4 ya da daha fazla, her seferinde 10-30 dakika süreli kullandım; 89'u ise (%20,8) Sosyal Medya'yı geçen hafta 4 ya da daha fazla, her seferinde >30 dakika süreli kullandım yanıtını vermişlerdir.

Araştırmaya katılanların, "Kütüphanede ders çalışırken" ifadesine 90'ı (%21,0) Bahsi geçen etkinlik ya da durum geçen hafta içinde hiç olmadı; 62'si (%14,5) Sosyal Medya'yı geçen hafta hiç kullanmadım; 65'i (%15,2) Sosyal Medya'yı geçen hafta boyunca 1 defa, <10 dakika süreyle kullandım; 24'ü (%5,6) Sosyal Medya'yı geçen hafta boyunca 1 defa, 10-30 dakikalık bir süre ile kullandım; 24'ü (%5,6) Sosyal Medya'yı geçen hafta boyunca 1 defa, >30 dakikalık bir süre ile kullandım; 57'si(%13,3) Sosyal Medya'yı geçen hafta 2-3 defa, her seferinde <10 dakika süreli kullandım; 24'ü (%5,6) Sosyal Medya'yı geçen hafta 2-3 defa, her seferinde 10-30 dakika süreli kullandım; 16'sı (%3,7) Sosyal Medya'yı geçen hafta 2-3 defa, her seferinde >30 dakika süreli kullandım; 31'i (%7,2) Sosyal Medya'yı geçen hafta 4 ya da daha fazla, her seferinde <10 dakika süreli kullandım; 14'ü (%3,3) Sosyal Medya'yı geçen hafta 4 ya da daha fazla, her seferinde 10-30 dakika süreli kullandım; 21'i (%4,9) ise Sosyal Medya'yı geçen hafta 4 ya da daha fazla, her seferinde >30 dakika süreli kullandım yanıtını vermişlerdir.

Araştırmaya katılanların, "Yurtta ya da evde temizlik, çamaşır, yemek, bulaşık vb. İşleri yaparken" ifadesine 131'i (%30,6) Bahsi geçen etkinlik ya da durum geçen hafta içinde hiç olmadı; 62'si (%14,5) Sosyal Medya'yı geçen hafta hiç kullanmadım; 54'ü (%12,6) Sosyal Medya'yı geçen hafta boyunca 1 defa, <10 dakika süreyle kullandım; 26'sı (%6,1) Sosyal Medya'yı geçen hafta boyunca 1 defa, 10-30 dakikalık bir süre ile kullandım; 23'ü (%5,4) Sosyal Medya'yı geçen hafta boyunca 1 defa, > 30 dakikalık bir süre ile kullandım; 41'i (%9,6) Sosyal Medya'yı geçen hafta 2-3 defa, her seferinde <10 dakika süreli kullandım; 13'ü (%3,0) Sosyal Medya'yı geçen hafta 2-3 defa, her seferinde 10-30 dakika süreli kullandım; 11'i (%2,6) Sosyal Medya'yı geçen hafta 2-3 defa, her seferinde >30 dakika süreli kullandım; 11'i (%2,6) Sosyal Medya'yı geçen hafta 4 ya da daha fazla, her seferinde <10 dakika süreli kullandım; 24'ü (%5,6) Sosyal Medya'yı geçen hafta 4 ya da daha fazla, her seferinde 10-30 dakika süreli kullandım;

32'si (%7,5) ise Sosyal Medya'yı geçen hafta 4 ya da daha fazla, her seferinde >30 dakika süreli kullandım yanıtını vermişlerdir.

Araştırmaya katılanların, “Yaşadığınız duygusal stresle başa çıkmanız gerektiğinde” ifadesine 72'si (%16,8) Bahsi geçen etkinlik ya da durum geçen hafta içinde hiç olmadı; 46'sı (%10,7) Sosyal Medya'yı geçen hafta hiç kullanmadım; 43'ü (%10,0) Sosyal Medya'yı geçen hafta boyunca 1 defa, <10 dakika süreyle kullandım; 32'si (%7,5) Sosyal Medya'yı geçen hafta boyunca 1 defa, 10-30 dakikalık bir süre ile kullandım; 23'ü (%5,4) Sosyal Medya'yı geçen hafta boyunca 1 defa, >30 dakikalık bir süre ile kullandım; 38'i (%8,9) Sosyal Medya'yı geçen hafta 2-3 defa, her seferinde <10 dakika süreli kullandım; 33'ü (%7,7) Sosyal Medya'yı geçen hafta 2-3 defa, her seferinde 10-30 dakika süreli kullandım; 11'i (%2,6) Sosyal Medya'yı geçen hafta 2-3 defa, her seferinde >30 dakika süreli kullandım; 23'ü (%5,4) Sosyal Medya'yı geçen hafta 4 ya da daha fazla, her seferinde <10 dakika süreli kullandım; 27'si (%6,3) Sosyal Medya'yı geçen hafta 4 ya da daha fazla, her seferinde 10-30 dakika süreli kullandım; 80'i (%18,7) ise Sosyal Medya'yı geçen hafta 4 ya da daha fazla, her seferinde >30 dakika süreli kullandım yanıtını vermişlerdir.

Araştırmaya katılanların, “Günlük işlerinizin üzerinizde oluşturduğu baskıyı azaltmak istediğinizde” ifadesine 55'i (%12,9) Bahsi geçen etkinlik ya da durum geçen hafta içinde hiç olmadı; 39'u (%9,1) Sosyal Medya'yı geçen hafta hiç kullanmadım; 47'si (%11,0) Sosyal Medya'yı geçen hafta boyunca 1 defa, <10 dakika süreyle kullandım; 28'i (%6,5) Sosyal Medya'yı geçen hafta boyunca 1 defa, 10-30 dakikalık bir süre ile kullandım; 29'u (%6,8) Sosyal Medya'yı geçen hafta boyunca 1 defa, >30 dakikalık bir süre ile kullandım; 63'ü (%14,7) Sosyal Medya'yı geçen hafta 2-3 defa, her seferinde <10 dakika süreli kullandım; 35'i (%8,2) Sosyal Medya'yı geçen hafta 2-3 defa, her seferinde 10-30 dakika süreli kullandım; 21'i (%4,9) Sosyal Medya'yı geçen hafta 2-3 defa, her seferinde >30 dakika süreli kullandım; 24'ü (%5,6) Sosyal Medya'yı geçen hafta 4 ya da daha fazla, her seferinde <10 dakika süreli kullandım; 22'si (%5,1) Sosyal Medya'yı geçen hafta 4 ya da daha fazla, her seferinde 10-30 dakika süreli kullandım; 65'i (%15,2) ise Sosyal Medya'yı geçen hafta 4 ya da daha fazla, her seferinde >30 dakika süreli kullandım yanıtını vermişlerdir.

Araştırmaya katılanların, “Düğün töreni, doğum günü partisi vb. gibi sosyal bir etkinlikteyken” ifadesine 150’si (%35,0) Bahsi geçen etkinlik ya da durum geçen hafta içinde hiç olmadı; 42’si (%9,8) Sosyal Medya’yı geçen hafta hiç kullanmadım; 51’i (%11,9) Sosyal Medya’yı geçen hafta boyunca 1 defa, <10 dakika süreyle kullandım; 33’ü (%7,7) Sosyal Medya’yı geçen hafta boyunca 1 defa, 10-30 dakikalık bir süre ile kullandım; 27’si (%6,3) Sosyal Medya’yı geçen hafta boyunca 1 defa, >30 dakikalık bir süre ile kullandım; 31’i (%7,2) Sosyal Medya’yı geçen hafta 2-3 defa, her seferinde <10 dakika süreli kullandım; 18’i (%4,2) Sosyal Medya’yı geçen hafta 2-3 defa, her seferinde 10-30 dakika süreli kullandım; 20’si (%4,7) Sosyal Medya’yı geçen hafta 2-3 defa, her seferinde >30 dakika süreli kullandım; 10’u (%2,3) Sosyal Medya’yı geçen hafta 4 ya da daha fazla, her seferinde <10 dakika süreli kullandım; 19’u (%4,4) Sosyal Medya’yı geçen hafta 4 ya da daha fazla, her seferinde 10-30 dakika süreli kullandım; 27’si (%6,3) ise Sosyal Medya’yı geçen hafta 4 ya da daha fazla, her seferinde >30 dakika süreli kullandım yanıtını vermişlerdir.

Araştırmaya katılanların, “Aileniz ve arkadaşlarınızla iletişim kurma ihtiyacı hissettiğimde” ifadesine 50’si (%11,7) Bahsi geçen etkinlik ya da durum geçen hafta içinde hiç olmadı; 61’i (%14,3) Sosyal Medya’yı geçen hafta hiç kullanmadım; 59’u (%13,8) Sosyal Medya’yı geçen hafta boyunca 1 defa, <10 dakika süreyle kullandım; 41’i (%9,6) Sosyal Medya’yı geçen hafta boyunca 1 defa, 10-30 dakikalık bir süre ile kullandım; 26’si (%6,1) Sosyal Medya’yı geçen hafta boyunca 1 defa, >30 dakikalık bir süre ile kullandım; 47’si (%11,0) Sosyal Medya’yı geçen hafta 2-3 defa, her seferinde <10 dakika süreli kullandım; 32’si (%7,5) Sosyal Medya’yı geçen hafta 2-3 defa, her seferinde 10-30 dakika süreli kullandım; 12’si (%2,8) Sosyal Medya’yı geçen hafta 2-3 defa, her seferinde >30 dakika süreli kullandım; 28’i (%6,5) Sosyal Medya’yı geçen hafta 4 ya da daha fazla, her seferinde <10 dakika süreli kullandım; 20’si (%4,7) Sosyal Medya’yı geçen hafta 4 ya da daha fazla, her seferinde 10-30 dakika süreli kullandım; 52’si (%12,1) ise Sosyal Medya’yı geçen hafta 4 ya da daha fazla, her seferinde >30 dakika süreli kullandım yanıtını vermişlerdir.

Araştırmaya katılanların, “Dini bir mekanda ibadet saatini beklerken” ifadesine 173’ü (%40,4) Bahsi geçen etkinlik ya da durum geçen hafta içinde hiç olmadı; 110’u (%25,7) Sosyal Medya’yı geçen hafta hiç kullanmadım; 53’ü (%12,4) Sosyal Medya’yı geçen hafta boyunca 1 defa, <10 dakika süreyle kullandım; 23’ü (%5,4) Sosyal

Medya'yı geçen hafta boyunca 1 defa, 10-30 dakikalık bir süre ile kullandım; 19'u (%4,4) Sosyal Medya'yı geçen hafta boyunca 1 defa, > 30 dakikalık bir süre ile kullandım; 15'i (%3,5) Sosyal Medya'yı geçen hafta 2-3 defa, her seferinde <10 dakika süreli kullandım; 7'si (%1,6) Sosyal Medya'yı geçen hafta 2-3 defa, her seferinde 10-30 dakika süreli kullandım; 7'si (%1,6) Sosyal Medya'yı geçen hafta 2-3 defa, her seferinde >30 dakika süreli kullandım; 6'sı (%1,4) Sosyal Medya'yı geçen hafta 4 ya da daha fazla, her seferinde <10 dakika süreli kullandım; 3'ü (%0,7) Sosyal Medya'yı geçen hafta 4 ya da daha fazla, her seferinde 10-30 dakika süreli kullandım; 12'si (%2,8) ise Sosyal Medya'yı geçen hafta 4 ya da daha fazla, her seferinde >30 dakika süreli kullandım yanıtını vermişlerdir.

Araştırmaya katılanların, “Yeni tanıştığınız biri hakkında daha fazla bilgi edinmek istediğinizde” ifadesine 77'si (%18,0) Bahsi geçen etkinlik ya da durum geçen hafta içinde hiç olmadı; 44'ü (%10,3) Sosyal Medya'yı geçen hafta hiç kullanmadım; 69'u (%16,1) Sosyal Medya'yı geçen hafta boyunca 1 defa, <10 dakika süreyle kullandım; 34'ü (%7,9) Sosyal Medya'yı geçen hafta boyunca 1 defa, 10-30 dakikalık bir süre ile kullandım; 34'ü (%7,9) Sosyal Medya'yı geçen hafta boyunca 1 defa, >30 dakikalık bir süre ile kullandım; 27'si (%6,3) Sosyal Medya'yı geçen hafta 2-3 defa, her seferinde <10 dakika süreli kullandım; 26'sı (%6,1) Sosyal Medya'yı geçen hafta 2-3 defa, her seferinde 10-30 dakika süreli kullandım; 21'i (%4,9) Sosyal Medya'yı geçen hafta 2-3 defa, her seferinde >30 dakika süreli kullandım; 19'u (%4,4) Sosyal Medya'yı geçen hafta 4 ya da daha fazla, her seferinde <10 dakika süreli kullandım; 14'ü (%3,3) Sosyal Medya'yı geçen hafta 4 ya da daha fazla, her seferinde 10-30 dakika süreli kullandım; 63'ü (%14,7) ise Sosyal Medya'yı geçen hafta 4 ya da daha fazla, her seferinde >30 dakika süreli kullandım yanıtını vermişlerdir.

Araştırmaya katılanların, “Arkadaş, aile ve tanıdıklarınızla eğlenirken” ifadesine 77'si (%18,0) Bahsi geçen etkinlik ya da durum geçen hafta içinde hiç olmadı; 94'ü (%22,0) Sosyal Medya'yı geçen hafta hiç kullanmadım; 74'ü (%17,3) Sosyal Medya'yı geçen hafta boyunca 1 defa, <10 dakika süreyle kullandım; 38'i (%8,9) Sosyal Medya'yı geçen hafta boyunca 1 defa, 10-30 dakikalık bir süre ile kullandım; 18'i (%4,2) Sosyal Medya'yı geçen hafta boyunca 1 defa, >30 dakikalık bir süre ile kullandım; 44'ü (%10,3) Sosyal Medya'yı geçen hafta 2-3 defa, her seferinde <10 dakika süreli kullandım; 20'si (%4,7) Sosyal Medya'yı geçen hafta 2-3 defa, her

seferinde 10-30 dakika süreli kullandım; 14'ü (%3,3) Sosyal Medya'yı geçen hafta 2-3 defa, her seferinde >30 dakika süreli kullandım; 15'i (%3,5) Sosyal Medya'yı geçen hafta 4 ya da daha fazla, her seferinde <10 dakika süreli kullandım; 10'u (%2,3) Sosyal Medya'yı geçen hafta 4 ya da daha fazla, her seferinde 10-30 dakika süreli kullandım; 24'ü (%5,6) ise Sosyal Medya'yı geçen hafta 4 ya da daha fazla, her seferinde >30 dakika süreli kullandım yanıtını vermişlerdir.

Araştırmaya katılanların, "TV, haber, futbol, film, spor vb. izlerken" ifadesine 82'si (%19,2) Bahsi geçen etkinlik ya da durum geçen hafta içinde hiç olmadı; 64'ü (%15,0) Sosyal Medya'yı geçen hafta hiç kullanmadım; 74'ü (%17,3) Sosyal Medya'yı geçen hafta boyunca 1 defa, <10 dakika süreyle kullandım; 31'i (%7,2) Sosyal Medya'yı geçen hafta boyunca 1 defa, 10-30 dakikalık bir süre ile kullandım; 25'i (%5,8) Sosyal Medya'yı geçen hafta boyunca 1 defa, >30 dakikalık bir süre ile kullandım; 50'si (%11,7) Sosyal Medya'yı geçen hafta 2-3 defa, her seferinde <10 dakika süreli kullandım; 19'u (%4,4) Sosyal Medya'yı geçen hafta 2-3 defa, her seferinde 10-30 dakika süreli kullandım; 17'si (%4,0) Sosyal Medya'yı geçen hafta 2-3 defa, her seferinde >30 dakika süreli kullandım; 17'si (%4,0) Sosyal Medya'yı geçen hafta 4 ya da daha fazla, her seferinde <10 dakika süreli kullandım; 15'i (%3,5) Sosyal Medya'yı geçen hafta 4 ya da daha fazla, her seferinde 10-30 dakika süreli kullandım; 34'ü (%7,9) ise Sosyal Medya'yı geçen hafta 4 ya da daha fazla, her seferinde >30 dakika süreli kullandım yanıtını vermişlerdir.

Araştırmaya katılanların, "Sinemada film izlerken" ifadesine 181'i (%42,3) Bahsi geçen etkinlik ya da durum geçen hafta içinde hiç olmadı; 106'sı (%24,8) Sosyal Medya'yı geçen hafta hiç kullanmadım; 50'si (%11,7) Sosyal Medya'yı geçen hafta boyunca 1 defa, <10 dakika süreyle kullandım; 11'i (%2,6) Sosyal Medya'yı geçen hafta boyunca 1 defa, 10-30 dakikalık bir süre ile kullandım; 17'si (%4,0) Sosyal Medya'yı geçen hafta boyunca 1 defa, >30 dakikalık bir süre ile kullandım; 17'si (%4,0) Sosyal Medya'yı geçen hafta 2-3 defa, her seferinde <10 dakika süreli kullandım; 9'u (%2,1) Sosyal Medya'yı geçen hafta 2-3 defa, her seferinde 10-30 dakika süreli kullandım; 11'i (%2,6) Sosyal Medya'yı geçen hafta 2-3 defa, her seferinde >30 dakika süreli kullandım; 10'u (%2,3) Sosyal Medya'yı geçen hafta 4 ya da daha fazla, her seferinde <10 dakika süreli kullandım; 5'i (%1,2) Sosyal Medya'yı geçen hafta 4 ya da daha fazla, her seferinde 10-30 dakika süreli kullandım; 11'i (%2,6)

ise Sosyal Medya'yı geçen hafta 4 ya da daha fazla, her seferinde >30 dakika süreli kullandım yanıtını vermişlerdir.

Araştırmaya katılanların, "Araba, otobüs veya tramvayla kısa süreli yolculuk yaparken" ifadesine 50'si (%11,7) Bahsi geçen etkinlik ya da durum geçen hafta içinde hiç olmadı; 29'u (%6,8) Sosyal Medya'yı geçen hafta hiç kullanmadım; 66'sı (%15,4) Sosyal Medya'yı geçen hafta boyunca 1 defa, <10 dakika süreyle kullandım; 40'ı (%9,3) Sosyal Medya'yı geçen hafta boyunca 1 defa, 10-30 dakikalık bir süre ile kullandım; 34'ü (%7,9) Sosyal Medya'yı geçen hafta boyunca 1 defa, >30 dakikalık bir süre ile kullandım; 50'si (%11,7) Sosyal Medya'yı geçen hafta 2-3 defa, her seferinde <10 dakika süreli kullandım; 29'u (%6,8) Sosyal Medya'yı geçen hafta 2-3 defa, her seferinde 10-30 dakika süreli kullandım; 13'ü (%3,0) Sosyal Medya'yı geçen hafta 2-3 defa, her seferinde >30 dakika süreli kullandım; 25'i (%5,8) Sosyal Medya'yı geçen hafta 4 ya da daha fazla, her seferinde <10 dakika süreli kullandım; 27'si (%6,3) Sosyal Medya'yı geçen hafta 4 ya da daha fazla, her seferinde 10-30 dakika süreli kullandım; 65'i (%15,2) ise Sosyal Medya'yı geçen hafta 4 ya da daha fazla, her seferinde >30 dakika süreli kullandım yanıtını vermişlerdir.

Araştırmaya katılanların, "Bir süredir görmediğiniz insanlar hakkında bilgi almak istediğinizde" ifadesine 87'si (%20,3) Bahsi geçen etkinlik ya da durum geçen hafta içinde hiç olmadı; 28'i (%6,5) Sosyal Medya'yı geçen hafta hiç kullanmadım; 70'i (%16,4) Sosyal Medya'yı geçen hafta boyunca 1 defa, <10 dakika süreyle kullandım; 36'sı (%8,4) Sosyal Medya'yı geçen hafta boyunca 1 defa, 10-30 dakikalık bir süre ile kullandım; 33'ü (%7,7) Sosyal Medya'yı geçen hafta boyunca 1 defa, >30 dakikalık bir süre ile kullandım; 42'si (%9,8) Sosyal Medya'yı geçen hafta 2-3 defa, her seferinde <10 dakika süreli kullandım; 25'i (%5,8) Sosyal Medya'yı geçen hafta 2-3 defa, her seferinde 10-30 dakika süreli kullandım; 23'ü (%5,4) Sosyal Medya'yı geçen hafta 2-3 defa, her seferinde >30 dakika süreli kullandım; 23'ü (%3,0) Sosyal Medya'yı geçen hafta 4 ya da daha fazla, her seferinde <10 dakika süreli kullandım; 23'ü (%5,4) Sosyal Medya'yı geçen hafta 4 ya da daha fazla, her seferinde 10-30 dakika süreli kullandım; 48'i (%11,2) ise Sosyal Medya'yı geçen hafta 4 ya da daha fazla, her seferinde >30 dakika süreli kullandım yanıtını vermişlerdir.

Araştırmaya katılanların, “Hocanın derse gelmesini beklerken” ifadesine 78’i (%18,2) Bahsi geçen etkinlik ya da durum geçen hafta içinde hiç olmadı; 30’u (%7,0) Sosyal Medya’yı geçen hafta hiç kullanmadım; 79’u (%18,5) Sosyal Medya’yı geçen hafta boyunca 1 defa, <10 dakika süreyle kullandım; 37’si (%8,6) Sosyal Medya’yı geçen hafta boyunca 1 defa, 10-30 dakikalık bir süre ile kullandım; 28’i (%6,5) Sosyal Medya’yı geçen hafta boyunca 1 defa, > 30 dakikalık bir süre ile kullandım; 50’si (%11,7) Sosyal Medya’yı geçen hafta 2-3 defa, her seferinde <10 dakika süreli kullandım; 18’i (%4,2) Sosyal Medya’yı geçen hafta 2-3 defa, her seferinde 10-30 dakika süreli kullandım; 22’si (%4,9) Sosyal Medya’yı geçen hafta 2-3 defa, her seferinde >30 dakika süreli kullandım; 19’u (%4,4) Sosyal Medya’yı geçen hafta 4 ya da daha fazla, her seferinde <10 dakika süreli kullandım; 21’i (%4,9) Sosyal Medya’yı geçen hafta 4 ya da daha fazla, her seferinde 10-30 dakika süreli kullandım; 47’si (%11,0) ise Sosyal Medya’yı geçen hafta 4 ya da daha fazla, her seferinde >30 dakika süreli kullandım yanıtını vermişlerdir.

Araştırmaya katılanların, “Maddi sıkıntılarınızı unutmaya çalışırken” ifadesine 136’sı (%31,8) Bahsi geçen etkinlik ya da durum geçen hafta içinde hiç olmadı; 63’ü (%14,7) Sosyal Medya’yı geçen hafta hiç kullanmadım; 47’si (%11,0) Sosyal Medya’yı geçen hafta boyunca 1 defa, <10 dakika süreyle kullandım; 22’si (%5,1) Sosyal Medya’yı geçen hafta boyunca 1 defa, 10-30 dakikalık bir süre ile kullandım; 18’i (%4,2) Sosyal Medya’yı geçen hafta boyunca 1 defa, >30 dakikalık bir süre ile kullandım; 26’sı (%6,1) Sosyal Medya’yı geçen hafta 2-3 defa, her seferinde <10 dakika süreli kullandım; 19’u (%4,4) Sosyal Medya’yı geçen hafta 2-3 defa, her seferinde 10-30 dakika süreli kullandım; 12’si (%2,8) Sosyal Medya’yı geçen hafta 2-3 defa, her seferinde >30 dakika süreli kullandım; 12’si (%2,8) Sosyal Medya’yı geçen hafta 4 ya da daha fazla, her seferinde <10 dakika süreli kullandım; 14’ü (%3,3) Sosyal Medya’yı geçen hafta 4 ya da daha fazla, her seferinde 10-30 dakika süreli kullandım; 59’u (%13,8) ise Sosyal Medya’yı geçen hafta 4 ya da daha fazla, her seferinde >30 dakika süreli kullandım yanıtını vermişlerdir.

Araştırmaya katılanların, “Ödev, proje vb. işler üzerinde çalışırken” ifadesine 111’i (%25,9) Bahsi geçen etkinlik ya da durum geçen hafta içinde hiç olmadı; 72’si (%16,8) Sosyal Medya’yı geçen hafta hiç kullanmadım; 50’si (%11,7) Sosyal Medya’yı geçen hafta boyunca 1 defa, <10 dakika süreyle kullandım; 31’i (%7,2) Sosyal

Medya'yı geçen hafta boyunca 1 defa, 10-30 dakikalık bir süre ile kullandım; 26'sı (%6,1) Sosyal Medya'yı geçen hafta boyunca 1 defa, >30 dakikalık bir süre ile kullandım; 37'si (%8,6) Sosyal Medya'yı geçen hafta 2-3 defa, her seferinde <10 dakika süreli kullandım; 18'i (%4,2) Sosyal Medya'yı geçen hafta 2-3 defa, her seferinde 10-30 dakika süreli kullandım; 16'sı (%3,7) Sosyal Medya'yı geçen hafta 2-3 defa, her seferinde >30 dakika süreli kullandım; 15'i (%3,5) Sosyal Medya'yı geçen hafta 4 ya da daha fazla, her seferinde <10 dakika süreli kullandım; 12'si (%2,8) Sosyal Medya'yı geçen hafta 4 ya da daha fazla, her seferinde 10-30 dakika süreli kullandım; 40'ı (%9,3) ise Sosyal Medya'yı geçen hafta 4 ya da daha fazla, her seferinde >30 dakika süreli kullandım yanıtını vermişlerdir.

Araştırmaya katılanların, "Eğitim videoları izlerken" ifadesine 112'si (%26,2) Bahsi geçen etkinlik ya da durum geçen hafta içinde hiç olmadı; 76'sı (%17,8) Sosyal Medya'yı geçen hafta hiç kullanmadım; 56'sı (%13,1) Sosyal Medya'yı geçen hafta boyunca 1 defa, <10 dakika süreyle kullandım; 19'u (%4,4) Sosyal Medya'yı geçen hafta boyunca 1 defa, 10-30 dakikalık bir süre ile kullandım; 26'sı (%6,1) Sosyal Medya'yı geçen hafta boyunca 1 defa, >30 dakikalık bir süre ile kullandım; 27'si (%6,3) Sosyal Medya'yı geçen hafta 2-3 defa, her seferinde <10 dakika süreli kullandım; 22'si (%5,1) Sosyal Medya'yı geçen hafta 2-3 defa, her seferinde 10-30 dakika süreli kullandım; 13'ü (%3,0) Sosyal Medya'yı geçen hafta 2-3 defa, her seferinde >30 dakika süreli kullandım; 16'sı (%3,7) Sosyal Medya'yı geçen hafta 4 ya da daha fazla, her seferinde <10 dakika süreli kullandım; 8'i (%1,9) Sosyal Medya'yı geçen hafta 4 ya da daha fazla, her seferinde 10-30 dakika süreli kullandım; 53'ü (%12,4) ise Sosyal Medya'yı geçen hafta 4 ya da daha fazla, her seferinde >30 dakika süreli kullandım yanıtını vermişlerdir.

2.13. SONTUS ÖLÇEĞİ İLE BELİRLENEN KULLANICI TİPLERİ

Tablo 2.19'a bakıldığında SONTUS ölçeği ile kullanıcı tipleri belirlenmiştir. Örneklem grubunu oluşturan üniversite öğrencilerininin 4'ü kadın, 5'i erkek olmak üzere 9'u Düşük sosyal medya kullanıcısı; 39'u kadın, 43'ü erkek olmak üzere 82'si Ortalama sosyal medya kullanıcısı; 131'i kadın, 181'i erkek olmak üzere 312'si Yüksek sosyal medya kullanıcısı; 15'i kadın, 10'u erkek olmak üzere 25'i Extreme sosyal medya kullanıcısıdır.

Tablo 2.19. SPSS 24.0 Programından Elde Edilen Betimsel İstatistik Tablosu

Kullanıcı Tipleri	Düşük Kullanıcı	Ortalama Kullanıcı	Yüksek Kullanıcı	Extreme Kullanıcı	Toplam
Kadın	4	39	131	15	189
Erkek	5	43	181	10	239
Toplam	9	82	312	25	428

2.14. GÜVENİLİRLİK ANALİZİ

Yıldırım'a (2015) göre güvenilirlik katsayısı 0-1 arasında çıkmakta, katsayının 0'a yakın olması ölçme aracının güvenilir olmadığını göstermektedir. Ölçme aracının 0.70'in üzerinde olduğu durumlarda güvenilirliği kabul edilir. Bazı araştırmalar 0,60 civarında güvenilirlik kabul edilirken, bazı araştırmalarda kullanılan ölçeğin 0,95'in altına düşmemesi istenir. Özdamar'a (1999) göre güvenilirlik katsayısı $0,00 < \text{Cronbach } (\alpha) < 0,40$ olduğu zaman ölçek güvenilir değildir. Güvenirlik katsayısı $0,41 < \text{Cronbach } (\alpha) < 0,60$ olduğu zaman ölçek düşük güvenilirlikte, $0,61 < \text{Cronbach } (\alpha) < 0,80$ olduğu zaman ölçek orta düzeyde güvenilir, $0,81 < \text{Cronbach } (\alpha) < 1,00$ olduğu zaman ölçek yüksek düzeyde güvenilirdir. Hair ve arkadaşlarına (2006) göre güvenilirlik kat sayısı 0.60 – 0.70 arasında olan değerler kabul edilebilir, 0,70 ve üzerinde olan değerlerin ise iyi düzeyde olduğunu ifade etmişlerdir.

Tablo 2.20'deki güvenilirlik analizi sonuçları incelendiğinde genel olarak ölçeğin ve alt boyutlarının güvenilir olduğu görülmektedir.

2.14.1. SONTUS Ölçeği Güvenirlik Analiz Sonucu

Tablo 2.20'de verilen SONTUS Ölçeği değerlerine bakıldığında genel olarak orta ve yüksek düzey arasında güvenilirlik kat sayısına sahip ölçme sonuçlarının elde edildiği görülmüştür.

Tablo 2.20. SONTUS Ölçeği Güvenirlik Analizi Sonuçları

Ölçek Boyutları	Madde Sayısı	Cronbach (α)
Serbest Dönem	9	0,771
Akademik Dönem	6	0,666
Sosyal Aktivite Dönemleri	5	0,770
Strese Bağlı Dönem	5	0,804
Kullanım Motivasyonları	4	0,712
SONTUS Ölçeği (Tüm Alt Faktörler)	29	0,910

2.14.2. UCLA Ölçeği Güvenirlik Analiz Sonucu

Tablo 2.21’de verilen UCLA Ölçeği güvenirlik analizi sonucuna bakıldığında ölçeğin yüksek düzeyde güvenilir olduğu görülmektedir.

Tablo 2.21. UCLA Ölçeği Güvenirlik Analizi Sonuçları

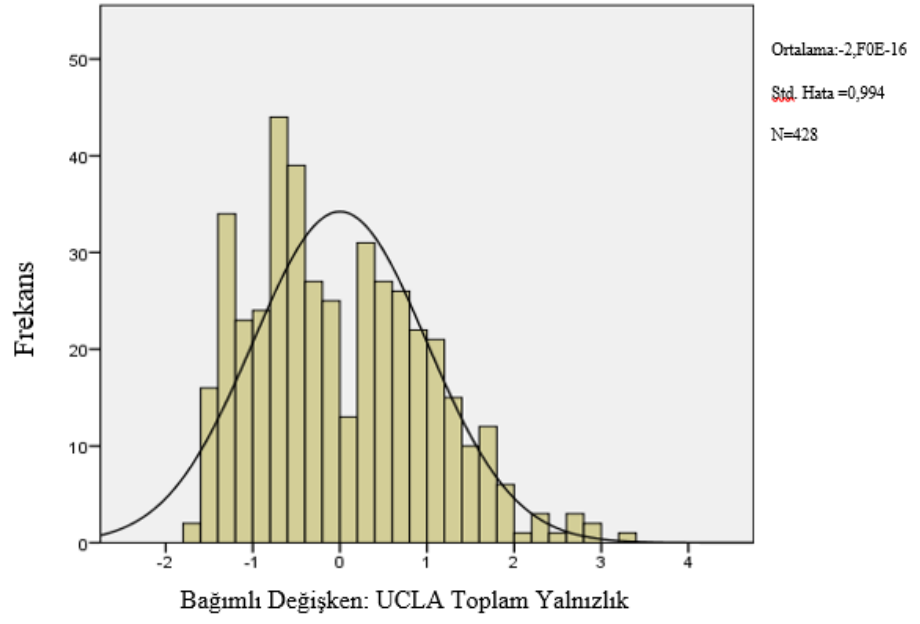
Ölçek	Madde Sayısı	Cronbach (α)
UCLA Yalnızlık Ölçeği	20	0,901

2.15. SONTUS ÖLÇEĞİ ALT FAKTÖRLERİ VE UCLA YALNIZLIK ÖLÇEĞİ PUANLARI ARASINDAKİ İLİŞKİYE AİT BULGULAR

Aşağıda verilen Tablolarda Histogram ve Normal Dağılım P-P grafiği, betimsel istatistikler, varyans analizi, SPSS programından elde edilen katsayılar yer almaktadır.

2.15.1. Normal Dağılım Histogram Grafiği

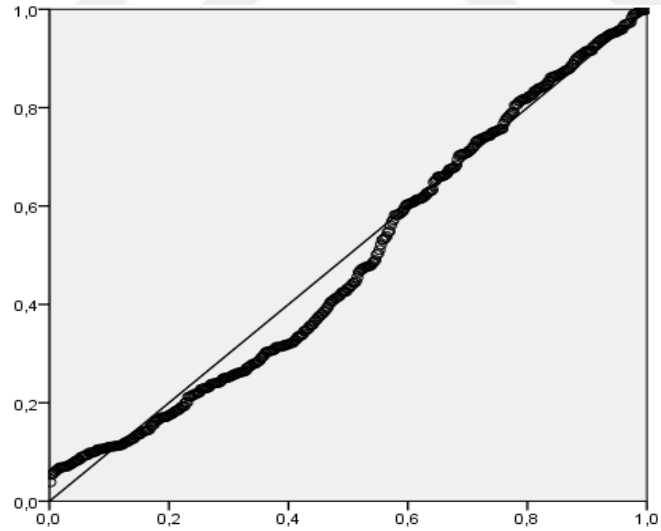
Oluşturulan modelin varsayımlarından olan normal dağılım testi yapılarak analizin geçerliliği test edilmiştir. Şekil 2.2’de görüldüğü gibi veriler çan eğrisi içinde normal dağılım göstermektedir.



Şekil 2.2. Normal Dağılım Histogram Grafiği

2.15.2. Normal Dağılım P-P Grafiği

Şekil 2.3'te veriler doğru üzerinde normal dağılıma uygun olarak dağılmaktadır.



(Standart Bağımlı Değişken: Yalnızlık)

Şekil 2.3. Regresyonun Normal Dağılım p-p Grafiği

2.15.3. SPSS 24.0 Programı ile Elde Edilen Betimsel İstatistikler

Tablo 2.22'deki betimsel istatistik çizelgesinde ortalamalar, standart sapmalar ve örneklem (428) verilmiştir. 20 ile 80 puan aralığıyla ifade edilen UCLA Toplam Yalnızlık puanlarının ortalaması 36,21; 0 ile 99 puan aralığıyla ifade edilen serbest dönem ortalaması 49,02; 0 ile 66 puan aralığıyla ifade edilen Akademik Dönem ortalaması 25,84; 0 ile 55 puan aralığıyla ifade edilen Sosyal Aktivite Dönemleri ortalaması 14,75; 0 ile 55 puan aralığıyla ifade edilen Strese Bağlı Dönem ortalaması 28,21; 0 ile 44 puan aralığıyla ifade edilen Kullanım Motivasyonları ortalaması 19,95; Cinsiyet ortalaması (1=Kadın, 2=Erkek) 1,56 olarak hesaplanmıştır.

Tablo 2.22. SPSS 24.0 Programından Elde Edilen Betimsel İstatistik Tablosu

	Ortalama	Standart Sapma	N
UCLA Toplam Yalnızlık	36,2126	10,87976	428
Serbest Dönem	49,0210	17,89933	428
Akademik Dönem	25,8435	11,88139	428
Sosyal Aktivite Dönemleri	14,7523	9,79888	428
Strese Bağlı Dönem	28,2103	13,42104	428
Kullanım Motivasyonları	19,9509	9,85325	428
Cinsiyet	1,56	0,497	428

2.15.4. SPSS 24.0 Programı ile Elde Edilen Varyans Analizi

Tablo 2.23'te ANOVA testi ile regresyon modelinin uygunluğu test edilmiştir. ANOVA testinin %5 istatistiksel anlam oranına baktığımızda (0,008) $p < 0,05$ anlamlı çıktığı için regresyon modeli kullanılabilir bir model olarak kabul edilmiştir (F=2,958).

Tablo 2.23. SPSS 24.0 Programından Elde Edilen Varyans Analizi Tablosu

Model	Kareler Toplamı	sd	Kareler Ortalaması	F	Sig.	R ²
Regresyon	2044,490	6	340,748	2,958	0,008	0,040
Artık veya Hata	48499,162	421	115,200			
Toplam	50543,652	427				

2.15.5. SPSS 24.0 Programı ile Elde Edilen Katsayılar

Tablo 2.24'te verilen Regresyon modeline göre Serbest Dönem, Akademik Dönem ve Strese Bağlı Dönem ile yalnızlık durumu arasında %5 seviyesinde istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki olduğu ortaya çıkmıştır. Fakat Sosyal Aktivite Dönemleri ve Kullanım Motivasyonları ile yalnızlık durumu arasında %5 seviyesinde istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki bulunamamıştır. Ayrıca Cinsiyet yalnızlık durumu arasında %5 seviyesinde istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki bulunamamıştır.

Beta (β) katsayılarına baktığımızda Serbest Dönemdeki bir birim artış, yalnızlık üzerinde negatif olarak olumsuz yönde -0,184 etkilemektedir. Serbest Dönemde Sosyal Medyada geçirdikleri süre arttıkça yalnızlık durumları azalmaktadır. Öğrencilerin Akademik Dönemdeki bir birim artış, yalnızlık üzerinde pozitif olarak olumlu yönde 0,148 etkilemektedir. Öğrencilerin Akademik Dönemde Sosyal Medyada geçirdikleri süre arttıkça yalnızlık durumları da artmaktadır. Strese Bağlı Dönemdeki bir birim artış, yalnızlık üzerinde pozitif olarak olumlu yönde 0,144 etkilemektedir. Öğrencilerin Strese Bağlı Dönemde Sosyal Medyada geçirdikleri süre arttıkça yalnızlık durumları da artmaktadır.

Tablo 2.24. 2SPSS Programından Elde Edilen Katsayılar Tablosu

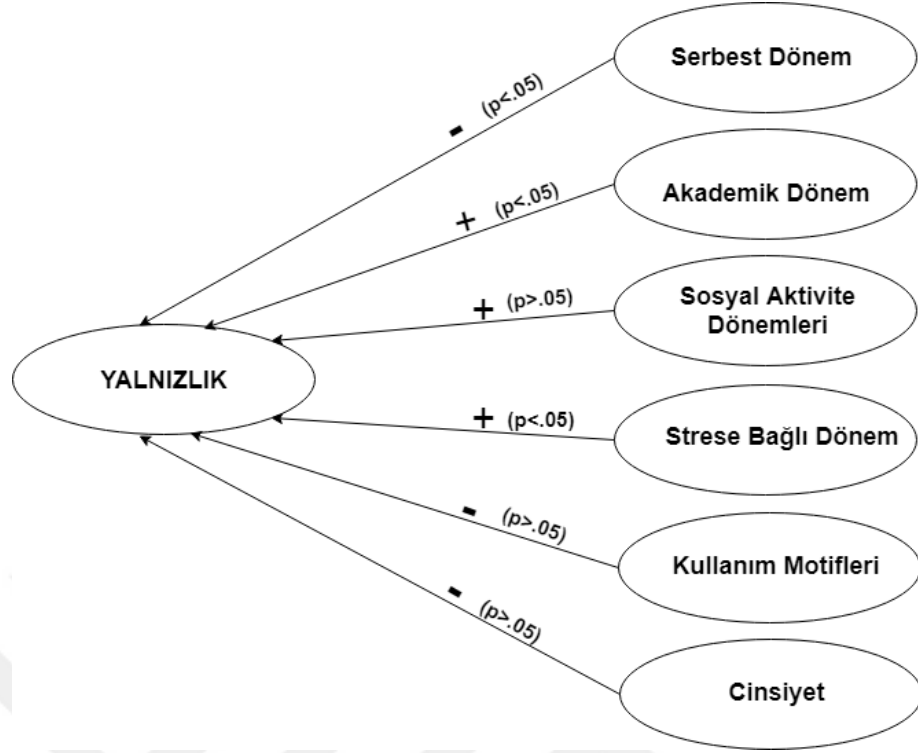
Model	Standardize edilmemiş katsayılar		Standardize edilmiş katsayılar	<i>t</i>	Sig.
	B	Standart Hata	Beta		
Sabit	36,055	2,233	-	16,143	0,000
Serbest Dönem	-0,112	0,050	-0,184	-2,220	0,027
Akademik Dönem	0,136	0,064	0,148	2,132	0,034
Sosyal Aktivite Dönemleri	0,112	0,068	0,101	1,658	0,098
Strese Bağlı Dönem	0,117	0,054	0,144	2,158	0,032
Kullanım Motivasyonları	-0,131	0,070	-0,119	-1,870	0,062
Cinsiyet	-0,135	1,050	-0,006	-0,128	0,898

2.16. ARAŞTIRMA SONUCU ORTAYA ÇIKAN ARAŞTIRMA MODELİ

Yapılan analizler sonunda araştırma modelimiz aşağıdaki gibi şekillenmiştir.

$$UYT = 36,055 - 0,112(SD) + 0,136(AD) + 0,112(SAD) + 0,117(SBD) - 0,131(KM) - 0,135(C) + \epsilon$$

Şekil 2.4'te görüldüğü gibi araştırma sonucunda ortaya çıkan modelde Serbest Dönemde üniversite öğrencilerinin sosyal medyada harcadıkları zaman ile yalnızlık durumları arasında negatif yönde istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki vardır. Akademik Dönemde üniversite öğrencilerinin sosyal medyada harcadıkları zaman ile yalnızlık durumları arasında pozitif yönde istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki vardır. Sosyal Aktivite Dönemlerinde üniversite öğrencilerinin sosyal medyada harcadıkları zaman ile yalnızlık durumları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki yoktur. Strese Bağlı Dönemlerde üniversite öğrencilerinin sosyal medyada harcadıkları zaman ile yalnızlık durumları arasında pozitif yönde istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki vardır. Kullanım Motivasyonlarında üniversite öğrencilerinin sosyal medyada harcadıkları zaman ile yalnızlık durumları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki yoktur.



Şekil 2.4. Sonuç Modeli

2.17.KATILIMCILARIN DEMOGRAFİK ÖZELLİKLERİNE GÖRE YALNIZLIK VE SOSYAL MEDYA DURUMLARI

Araştırma modelinde yer almayan diğer demografik bilgiler SONTUS ölçeği ve UCLA yalnızlık ölçeği sonuçları ile karşılaştırıldığında aşağıdaki değerler elde edilmiştir. Yaş Grupları Değişkenine Göre Yalnızlık Düzeyi ve Sosyal Medya Kullanıcı Tipi Dağılımı Tablo 2.25'te verilmiştir.

Tablo 2.25. Yaş Grupları Değişkenine Göre Yalnızlık Düzeyi ve Sosyal Medya Kullanıcı Tipi Dağılımı

	Yalnızlık Düzeyi			Sosyal Medya Kullanıcı Tipleri				Toplam
	Düşük	Orta	Yüksek	Düşük	Ortalama	Yüksek	Aşırı	
18 ve altı	7	4	0	0	2	9	0	11
	% 63,6	% 36,4	% 0,0	% 0,0	% 18,2	% 81,8	% 0,0	%2,6

Tablo 2.25. (Devamı)

19-22	135	78	6	2	38	165	14	219
	% 61,6	% 35,6	% 2,7	% 9	% 17,4	% 75,3	% 6,4	%51,2
23-25	80	52	3	7	26	95	7	135
	% 59,3	% 38,5	% 2,2	% 5,2	% 19,3	% 70,4	% 5,2	%31,5
25 üstü	40	22	1	0	16	43	4	63
	% 63,5	% 34,9	% 1,6	% 0,0	% 25,4	% 68,3	% 6,3	%14,7

Yaş aralığı “18 ve altı” olan üniversite öğrencilerinin yalnızlık durumlarına bakıldığında % 63,6’sı düşük düzeyde yalnızlık, % 36,4’ü orta düzeyde yalnızlık hissetmekte ve yüksek düzeyde yalnızlık hisseden kullanıcı bulunmamaktadır. Sosyal medyada harcadıkları zaman dikkate alındığında ise % 18,2’si ortalama sosyal medya kullanıcısı, % 81,8’i ise yüksek sosyal medya kullanıcısı olmakla birlikte düşük ve aşırı sosyal medya kullanıcısı bulunmamaktadır.

Yaş aralığı “19-22” olan üniversite öğrencilerinin yalnızlık durumlarına bakıldığında % 61,6’sı düşük düzeyde yalnızlık, % 35,6’sı orta düzeyde yalnızlık, % 2,7’si ise yüksek düzeyde yalnızlık hissetmektedir. Sosyal medyada harcadıkları zaman dikkate alındığında ise % 9’u düşük sosyal medya kullanıcısı, % 17,4’ü ortalama sosyal medya kullanıcısı, % 75,3’ü yüksek sosyal medya kullanıcısı, % 6,4’ü ise aşırı sosyal medya kullanıcısıdır.

Yaş aralığı “23–25” olan üniversite öğrencilerinin yalnızlık durumlarına bakıldığında % 59,3’ü düşük düzeyde yalnızlık, % 38,5’i orta düzeyde yalnızlık, % 2,2’si ise yüksek düzeyde yalnızlık hissetmektedir. Sosyal medyada harcadıkları zaman dikkate alındığında ise % 5,2’si düşük sosyal medya kullanıcısı, % 19,3’ü ortalama sosyal medya kullanıcısı, % 70,4’ü yüksek sosyal medya kullanıcısı, % 5,2’si ise aşırı sosyal medya kullanıcısıdır.

Yaş aralığı “25 ve üstü” olan üniversite öğrencilerinin yalnızlık durumlarına bakıldığında % 63,5’i düşük düzeyde yalnızlık, % 34,9’u orta düzeyde yalnızlık, % 1,6’sı ise yüksek düzeyde yalnızlık hissetmektedir. Sosyal medyada harcadıkları zaman dikkate alındığında ise % 25,4’ü ortalama sosyal medya kullanıcısı, % 68,3’ü yüksek

düzeyde sosyal medya kullanıcısı, % 6,3'ü ise aşırı sosyal medya kullanıcısı olmakla birlikte düşük sosyal medya kullanıcısı bulunmamaktadır.

Katılımcıların öğrenci olduğu yerleşim birimi değişkenine göre yalnızlık düzeyi ve sosyal medya kullanıcı tipi dağılımları Tablo 2.26'da verilmiştir.

Tablo 2.26. Öğrenci Olduğu Yerleşim Birimi Değişkenine Göre Yalnızlık Düzeyi ve Sosyal Medya Kullanıcı Tipi Dağılımı

	Yalnızlık Düzeyi			Sosyal Medya Kullanıcı Tipleri				Toplam
	Düşük	Orta	Yüksek	Düşük	Ortalama	Yüksek	Aşırı	
İl merkezi	245	140	10	9	78	284	24	395
	% 62	% 35,4	% 2,5	% 2,3	% 19,7	% 71,9	% 6,1	%92,3
İlçe merkezi	17	16	0	0	4	28	1	33
	% 51,5	% 48,5	% 0,0	% 2,1	% 19,2	% 72,9	% 5,8	%7,7

Öğrenci olduğu yerleşim birimi “İl merkezi” olan üniversite öğrencilerinin yalnızlık durumlarına bakıldığında % 62'si düşük düzeyde yalnızlık, % 35,4'ü orta düzeyde yalnızlık, % 2,5'i ise yüksek düzeyde yalnızlık hissetmektedir. Sosyal medyada harcadıkları zaman dikkate alındığında ise % 2,3'ü düşük sosyal medya kullanıcısı, % 19,7'si ortalama sosyal medya kullanıcısı, % 71,9'u yüksek sosyal medya kullanıcısı, % 6,1'i ise aşırı sosyal medya kullanıcısıdır.

Öğrenci olduğu yerleşim birimi “İlçe merkezi” olan üniversite öğrencilerinin yalnızlık durumlarına bakıldığında % 51,5'i düşük düzeyde yalnızlık, % 48,5'i orta düzeyde yalnızlık hissetmekte ve yüksek düzeyde yalnızlık hisseden kullanıcı bulunmamaktadır. Sosyal medyada harcadıkları zaman dikkate alındığında ise % 2,1'i düşük sosyal medya kullanıcısı, % 19,2'si ortalama sosyal medya kullanıcısı, % 72,9'u yüksek sosyal medya kullanıcısı, % 5,8'i ise aşırı sosyal medya kullanıcısıdır.

Katılımcıların öğrenci olduğu alan değişkenine göre yalnızlık düzeyi ve sosyal medya kullanıcı tipi dağılımları Tablo 2.27'de verilmiştir.

Tablo 2.27. Öğrenci Olduğu Alan Değişkenine Göre Yalnızlık Düzeyi ve Sosyal Medya Kullanıcı Tipi Dağılımı

	Yalnızlık Düzeyi			Sosyal Medya Kullanıcı Tipleri				Toplam
	Düşük	Orta	Yüksek	Düşük	Ortalama	Yüksek	Aşırı	
Sosyal Bilimler	192	98	8	7	56	218	17	298
	% 64,4	% 32,9	% 2,7	% 2,3	% 18,8	% 73,2	% 5,7	% 69,6
Fen Bilimleri	32	35	1	1	11	50	6	68
	% 47,1	% 51,5	% 1,5	% 1,5	% 16,2	% 73,5	% 8,8	% 15,9
Sağlık Bilimleri	35	19	1	0	13	40	2	55
	% 63,6	% 34,5	% 1,8	% 0,0	% 23,6	% 72,7	% 3,6	% 12,9
Güzel Sanatlar	3	4	0	1	2	4	0	7
	% 42,9	% 57,1	% 0,0	% 14,3	% 28,6	% 57,1	% 0,0	% 1,6

Öğrenci olduğu alan “Sosyal Bilimler” olan üniversite öğrencilerinin yalnızlık durumlarına bakıldığında % 64,4’ü düşük düzeyde yalnızlık, % 32,9’u orta düzeyde yalnızlık, % 2,7’si ise yüksek düzeyde yalnızlık hissetmektedir. Sosyal medyada harcadıkları zaman dikkate alındığında ise % 2,3’ü düşük sosyal medya kullanıcısı, % 18,8’i ortalama sosyal medya kullanıcısı, % 73,2’si yüksek sosyal medya kullanıcısı, % 5,7’si ise aşırı sosyal medya kullanıcısıdır.

Öğrenci olduğu alan “Fen bilimleri” olan üniversite öğrencilerinin yalnızlık durumlarına bakıldığında % 47,1’i düşük düzeyde yalnızlık, % 51,5’i orta düzeyde yalnızlık, % 1,5’i ise yüksek düzeyde yalnızlık hissetmektedir. Sosyal medyada harcadıkları zaman dikkate alındığında ise % 1,5’i düşük sosyal medya kullanıcısı, % 16,2’si ortalama sosyal medya kullanıcısı, % 73,5’i yüksek sosyal medya kullanıcısı, % 8,8’i ise aşırı sosyal medya kullanıcısıdır.

Öğrenci olduğu alan “Sağlık bilimleri” olan üniversite öğrencilerinin yalnızlık durumlarına bakıldığında % 63,6’sı düşük düzeyde yalnızlık, % 34,5’i orta düzeyde yalnızlık, % 1,8’i ise yüksek düzeyde yalnızlık hissetmektedir. Sosyal medyada harcadıkları zaman dikkate alındığında ise % 23,6’sı ortalama sosyal medya kullanıcısı,

% 72,7'si yüksek sosyal medya kullanıcısı, % 3,6'sı aşırı sosyal medya kullanıcısı olmakla birlikte düşük sosyal medya kullanıcısı bulunmamaktadır.

Öğrenci olduğu alan “Güzel Sanatlar” olan üniversite öğrencilerinin yalnızlık durumlarına bakıldığında % 42,9'u düşük düzeyde yalnızlık, % 57,1'i orta düzeyde yalnızlık hissetmekte ve yüksek düzeyde yalnızlık hisseden kullanıcı bulunmamaktadır. Sosyal medyada harcadıkları zaman dikkate alındığında ise % 14,3'ü düşük sosyal medya kullanıcısı, % 28,6'sı ortalama sosyal medya kullanıcısı, % 57,1'i yüksek sosyal medya kullanıcısı olmakla birlikte aşırı sosyal medya kullanıcısı bulunmamaktadır.

Katılımcıların öğrencilik durumu değişkenine göre yalnızlık düzeyi ve sosyal medya kullanıcı tipi dağılımları Tablo 2.28' de verilmiştir.

Tablo 2.28. Öğrencilik Durumu Değişkenine Göre Yalnızlık Düzeyi ve Sosyal Medya Kullanıcı Tipi Dağılımı

	Yalnızlık Düzeyi			Sosyal Medya Kullanıcı Tipleri				Toplam
	Düşük	Orta	Yüksek	Düşük	Ortalama	Yüksek	Aşırı	
Ön Lisans	16	16	1	0	9	22	2	33
	% 48,5	% 48,5	% 3	% 0,0	% 27,3	% 66,7	% 6,1	% 7,7
Lisans	219	123	7	8	62	256	23	350
	% 62,8	% 35,2	% 2	% 2,3	% 17,8	% 73,4	% 6,6	% 81,7
Lisans üstü	26	17	2	1	11	33	0	45
	% 57,8	% 37,8	% 4,4	% 2,2	% 24,4	% 73,3	% 0,0	% 10,6

Öğrencilik durumu “Ön Lisans” olan üniversite öğrencilerinin yalnızlık durumlarına bakıldığında % 48,5'i düşük düzeyde yalnızlık, % 48,5'i orta düzeyde yalnızlık, % 3'ü ise yüksek düzeyde yalnızlık hissetmektedir. Sosyal medyada harcadıkları zaman dikkate alındığında % 27,3'ü ortalama sosyal medya kullanıcısı, % 66,7'si yüksek sosyal medya kullanıcısı, % 6,1'i ise aşırı sosyal medya kullanıcısı olmakla birlikte düşük sosyal medya kullanıcısı bulunmamaktadır.

Öğrencilik durumu “Lisans” olan üniversite öğrencilerinin yalnızlık durumlarına bakıldığında % 62,8'i düşük düzeyde yalnızlık, % 35,2'si orta düzeyde yalnızlık, % 2'si ise yüksek düzeyde yalnızlık hissetmektedir. Sosyal medyada harcadıkları zaman dikkate alındığında ise % 2,3'ü düşük sosyal medya kullanıcısı, % 17,8'i ortalama

sosyal medya kullanıcısı, % 73,4'ü yüksek sosyal medya kullanıcısı, % 6,6'sı ise aşırı sosyal medya kullanıcısıdır.

Öğrencilik durumu “Lisansüstü” olan üniversite öğrencilerinin yalnızlık durumlarına bakıldığında % 57,8'i düşük düzeyde yalnızlık, % 37,8'i orta düzeyde yalnızlık, % 4,4'ü ise yüksek düzeyde yalnızlık hissetmektedir. Sosyal medyada harcadıkları zaman dikkate alındığında ise % 2,2'si düşük sosyal medya kullanıcısı, % 24,4'ü ortalama sosyal medya kullanıcısı, % 73,3'ü yüksek sosyal medya kullanıcısı olmakla birlikte aşırı sosyal medya kullanıcısı bulunmamaktadır.

Katılımcıların barındığı yer değişkenine göre yalnızlık düzeyi ve sosyal medya kullanıcı tipi dağılımları Tablo 2.29'da verilmiştir.

Tablo 2.29. Barındığı Yer Değişkenine Göre Yalnızlık Düzeyi ve Sosyal Medya Kullanıcı Tipi Dağılımı

	Yalnızlık Düzeyi			Sosyal Medya Kullanıcı Tipleri				Toplam
	Düşük	Orta	Yüksek	Düşük	Ortalama	Yüksek	Aşırı	
Ailenin Yanı	105	65	2	6	31	125	10	172
	% 61	% 37,8	% 1,2	% 3,5	% 18	% 72,7	% 5,8	% 40,1
Yurt (Devlet/ Özel)	99	69	7	3	31	131	10	175
	% 56,6	% 39,4	% 4	% 0,0	% 26,1	% 66,7	% 7,2	% 40,1
Arkadaşları İle Evde	48	20	1	0	18	46	5	69
	% 69,6	% 29	% 1,4	% 0,0	% 26,1	% 66,7	% 7,2	% 16,1
Diğer	10	2	0	0	2	10	0	12
	% 83,3	% 16,7	% 0,0	% 0,0	% 16,7	% 83,3	% 0,0	% 3,7

Barındığı yer “Ailenin Yanı” olan üniversite öğrencilerinin yalnızlık durumlarına bakıldığında % 61'i düşük düzeyde yalnızlık, % 37,8'i orta düzeyde yalnızlık, % 1,2'si ise yüksek düzeyde yalnızlık hissetmektedir. Sosyal medyada harcadıkları zaman dikkate alındığında ise % 3,5'i düşük sosyal medya kullanıcısı, % 18'i ortalama sosyal medya kullanıcısı, % 72,7'si yüksek sosyal medya kullanıcısı, % 5,8'i ise aşırı sosyal medya kullanıcısıdır.

Barındığı yer “Yurt(Devlet/Özel)” olan üniversite öğrencilerinin yalnızlık durumlarına bakıldığında % 56,6’sı düşük düzeyde yalnızlık, % 39,4’ü orta düzeyde yalnızlık, % 4’ü ise yüksek düzeyde yalnızlık hissetmektedir. Sosyal medyada harcadıkları zaman dikkate alındığında ise % 26,1’i ortalama sosyal medya kullanıcısı, % 66,7’si yüksek sosyal medya kullanıcısı, % 7,2’si ise aşırı sosyal medya kullanıcısı olmakla birlikte düşük sosyal medya kullanıcısı bulunmamaktadır.

Barındığı yer “Arkadaşlarıyla Evde” olan üniversite öğrencilerinin yalnızlık durumlarına bakıldığında % 69,6’sı düşük düzeyde yalnızlık, % 29’u orta düzeyde yalnızlık, % 1,4’ü ise yüksek düzeyde yalnızlık hissetmektedir. Sosyal medyada harcadıkları zaman dikkate alındığında ise % 26,1’i ortalama sosyal medya kullanıcısı, % 66,7’si yüksek sosyal medya kullanıcısı, % 7,2’si ise aşırı sosyal medya kullanıcısı olmakla birlikte düşük sosyal medya kullanıcısı bulunmamaktadır.

Barındığı yer “Diğer” olan üniversite öğrencilerinin yalnızlık durumlarına bakıldığında % 83,3’ü düşük düzeyde yalnızlık, % 16,7’si orta düzeyde yalnızlık hissetmekte ve yüksek düzeyde yalnızlık hisseden kullanıcı bulunmamaktadır. Sosyal medyada harcadıkları zaman dikkate alındığında ise % 16,7’si ortalama sosyal medya kullanıcısı, % 83,3’ü ise yüksek sosyal medya kullanıcısı olmakla birlikte düşük ve aşırı sosyal medya kullanıcısı bulunmamaktadır.

Katılımcıların mezun olduğu lise türü değişkenine göre yalnızlık düzeyi ve sosyal medya kullanıcı tipi dağılımı Tablo 2.30’da verilmiştir.

Tablo 2.30. Mezun Olduğu Lise Türü Değişkenine Göre Yalnızlık Düzeyi ve Sosyal Medya Kullanıcı Tipi Dağılımı

	Yalnızlık Düzeyi			Sosyal Medya Kullanıcı Tipleri				Toplam
	Düşük	Orta	Yüksek	Düşük	Ortalama	Yüksek	Aşırı	
Fen Lisesi	21	8	0	0	2	26	1	29
	% 72,4	% 27,6	% 0,0	% 0,0	% 6,9	% 89,7	% 3,4	% 6,7
Anadolu Lisesi	119	45	4	2	36	123	7	168
	% 70,8	% 26,8	% 2,4	% 1,2	% 21,4	% 73,2	% 4,2	% 39,2
Özel Lise	5	10	0	0	3	11	1	15
	% 33,3	% 66,7	% 0,0	% 0,0	% 20	% 73,3	% 6,7	% 3,5

Tablo 2.30. (Devamı)

Açık Lise	4	3	0	0	6	1	0	7
	% 57,1	% 42,9	% 0,0	% 0,0	% 85,7	% 14,3	% 0,0	% 1,6
İmam Hatip Lisesi	16	11	2	2	5	17	5	29
	% 55,2	% 37,9	% 6,9	% 6,9	% 17,2	% 58,6	% 17,2	% 6,7
Diğer Meslek Lisesi	41	31	1	2	13	54	4	73
	% 56,2	% 42,5	% 1,4	% 2,7	% 17,8	% 74	% 5,5	% 17,1
Düz Lisesi	41	40	3	3	15	60	6	84
	% 48,8	% 47,6	% 3,6	% 3,6	% 17,9	% 71,4	% 7,1	% 19,6
Anadolu Öğretmen Lisesi	13	5	0	0	1	16	1	18
	% 72,2	% 27,8	% 0,0	% 0,0	% 5,6	% 88,9	% 5,6	% 4,2
Diğer	2	3	0	0	1	4	0	5
	% 40	% 60	% 0,0	% 0,0	% 20	% 80	% 0,0	% 1,4

Mezun olduğu lise türü “Fen Lisesi” olan üniversite öğrencilerinin yalnızlık durumlarına bakıldığında % 72,4’ü düşük düzeyde yalnızlık, % 27,6’sı orta düzeyde yalnızlık hissetmekte ve yüksek düzeyde yalnızlık hisseden kullanıcı bulunmamaktadır. Sosyal medyada harcadıkları zaman dikkate alındığında ise % 6,9’u ortalama sosyal medya kullanıcısı, % 89,7’si yüksek sosyal medya kullanıcısı, % 3,4’ü ise aşırı sosyal medya kullanıcısı olmakla birlikte düşük sosyal medya kullanıcısı bulunmamaktadır.

Mezun olduğu lise türü “Anadolu Lisesi” olan üniversite öğrencilerinin yalnızlık durumlarına bakıldığında % 70,8’i düşük düzeyde yalnızlık, % 26,8’i orta düzeyde yalnızlık, % 2,4’ü ise yüksek düzeyde yalnızlık hissetmektedir. Sosyal medyada harcadıkları zaman dikkate alındığında ise % 1,2’si düşük sosyal medya kullanıcısı, % 21,4’ü ortalama sosyal medya kullanıcısı, % 73,2’si yüksek sosyal medya kullanıcısı, % 4,2’si ise aşırı sosyal medya kullanıcısıdır.

Mezun olduğu lise türü “Özel Lise” olan üniversite öğrencilerinin yalnızlık durumlarına bakıldığında % 33,3’ü düşük düzeyde yalnızlık, % 66,7’si orta yalnızlık hissetmekte ve yüksek düzeyde yalnızlık hisseden kullanıcı bulunmamaktadır. Sosyal medyada harcadıkları zaman dikkate alındığında ise % 20’si ortalama sosyal medya

kullanıcısı, % 73,3'ü yüksek sosyal medya kullanıcısı, % 6,7'si ise aşırı sosyal medya kullanıcısı olmakla birlikte düşük sosyal medya kullanıcısı bulunmamaktadır.

Mezun olduğu lise türü “Açık Lise” olan üniversite öğrencilerinin yalnızlık durumlarına bakıldığında % 57,1'i düşük düzeyde yalnızlık, % 42,9'u orta yalnızlık hissetmekte ve yüksek düzeyde yalnızlık hisseden kullanıcı bulunmamaktadır. Sosyal medyada harcadıkları zaman dikkate alındığında ise % 85,7'si ortalama sosyal medya kullanıcısı, % 14,3'ü ise yüksek sosyal medya kullanıcısı olmakla birlikte düşük ve aşırı sosyal medya kullanıcısı bulunmamaktadır.

Mezun olduğu lise türü “İmam Hatip Liseleri” olan üniversite öğrencilerinin yalnızlık durumlarına bakıldığında % 55,2'si düşük düzeyde yalnızlık, % 37,9'u orta düzeyde yalnızlık, % 6,9'u ise yüksek düzeyde yalnızlık hissetmektedir. Sosyal medyada harcadıkları zaman dikkate alındığında ise % 6,9'u düşük sosyal medya kullanıcısı, % 17,2'si ortalama sosyal medya kullanıcısı, % 58,6'sı yüksek sosyal medya kullanıcısı, % 17,2'si ise aşırı sosyal medya kullanıcısıdır.

Mezun olduğu lise türü “Diğer Meslek Liseleri (Sağlık, Kız, Teknik)” olan üniversite öğrencilerinin yalnızlık durumlarına bakıldığında % 56,2'si düşük düzeyde yalnızlık, % 42,5'i orta düzeyde yalnızlık, % 1,4'ü ise yüksek düzeyde yalnızlık hissetmektedir. Sosyal medyada harcadıkları zaman dikkate alındığında ise % 2,7'si düşük sosyal medya kullanıcısı, % 17,8'i ortalama sosyal medya kullanıcısı, % 74'ü yüksek sosyal medya kullanıcısı, % 5,5'i ise aşırı sosyal medya kullanıcısıdır.

Mezun olduğu lise türü “Düz Lise” olan üniversite öğrencilerinin yalnızlık durumlarına bakıldığında % 48,8'i düşük düzeyde yalnızlık, % 47,6'sı orta düzeyde yalnızlık, % 3,6'sı ise yüksek düzeyde yalnızlık hissetmektedir. Sosyal medyada harcadıkları zaman dikkate alındığında ise % 3,6'sı düşük sosyal medya kullanıcısı, % 17,9'u ortalama sosyal medya kullanıcısı, % 71,4'ü yüksek sosyal medya kullanıcısı, % 7,1'i ise aşırı sosyal medya kullanıcısıdır.

Mezun olduğu lise türü “Anadolu Öğretmen Lisesi” olan üniversite öğrencilerinin yalnızlık durumlarına bakıldığında % 72,2'si düşük düzeyde yalnızlık, % 27,8'i orta düzeyde yalnızlık hissetmekte ve yüksek düzeyde yalnızlık hisseden kullanıcı bulunmamaktadır. Sosyal medyada harcadıkları zaman dikkate alındığında ise %5,6'sı ortalama sosyal medya kullanıcısı, % 88,9'u yüksek sosyal medya kullanıcısı, % 5,6'sı

ise aşırı sosyal medya kullanıcısı olmakla birlikte düşük sosyal medya kullanıcısı bulunmamaktadır.

Mezun olduğu lise türü “Diğer” olan üniversite öğrencilerinin yalnızlık durumlarına bakıldığında % 40’ı düşük düzeyde yalnızlık, % 60’ı orta düzeyde yalnızlık hissetmekte ve yüksek düzeyde yalnızlık hisseden kullanıcı bulunmamaktadır. Sosyal medyada harcadıkları zaman dikkate alındığında ise % 20’si ortalama sosyal medya kullanıcısı, % 80’i yüksek sosyal medya kullanıcısı olmakla birlikte düşük ve aşırı sosyal medya kullanıcısı bulunmamaktadır.

Katılımcıların ortalama kişisel gelir değişkenine göre yalnızlık düzeyi ve sosyal medya kullanıcı tipi dağılımı 2.31’de verilmiştir.

Tablo 2.31. Ortalama Kişisel Gelir Değişkenine Göre Yalnızlık Düzeyi ve Sosyal Medya Kullanıcı Tipi Dağılımı

	Yalnızlık Düzeyi			Sosyal Medya Kullanıcı Tipleri				Toplam
	Düşük	Orta	Yüksek	Düşük	Ortalama	Yüksek	Aşırı	
0-500 TL	67	47	3	2	26	76	13	117
	% 57,3	% 40,2	% 2,6	% 1,7	% 22,2	% 65	% 11,1	% 27,3
501-750	72	46	6	2	21	99	2	124
	% 58,1	% 37,1	% 4,8	% 1,6	% 16,9	% 79,8	% 1,6	% 28,9
751-1000	48	19	1	1	11	53	3	68
	% 70,6	% 27,9	% 1,5	% 1,5	% 16,2	% 77,9	% 4,4	% 15,9
1001 - 1250	23	12	0	2	7	26	0	35
	% 65,7	% 34,3	% 0,0	% 5,7	% 20	% 74,3	% 0,0	% 8,2
1251 - 1500	15	9	0	1	6	15	2	24
	% 62,5	% 37,5	% 0,0	% 4,2	% 25	% 62,5	% 8,3	% 5,7
1501 ve üstü	37	23	0	1	11	43	5	60
	% 61,7	% 38,3	% 0,0	% 1,7	% 18,3	% 71,7	% 8,3	% 14,0

Ortalama kişisel geliri “0-500 TL” olan üniversite öğrencilerinin yalnızlık durumlarına bakıldığında % 57,3’ü düşük düzeyde yalnızlık, % 40,2’si orta düzeyde yalnızlık, % 2,6’sı ise yüksek düzeyde yalnızlık hissetmektedir. Sosyal medyada harcadıkları zaman dikkate alındığında ise % 1,7’si düşük sosyal medya kullanıcısı, % 22,2’si ortalama sosyal medya kullanıcısı, % 65’i yüksek sosyal medya kullanıcısı, % 11,1’i ise aşırı sosyal medya kullanıcısıdır.

Ortalama kişisel geliri “501-750 TL” olan üniversite öğrencilerinin yalnızlık durumlarına bakıldığında % 58,1’i düşük düzeyde yalnızlık, % 37,1’i orta düzeyde yalnızlık, % 4,8’i ise yüksek düzeyde yalnızlık hissetmektedir. Sosyal medyada harcadıkları zaman dikkate alındığında ise % 1,6’sı düşük sosyal medya kullanıcısı, % 16,9’u ortalama sosyal medya kullanıcısı, % 79,8’i yüksek sosyal medya kullanıcısı, % 1,6’sı ise aşırı sosyal medya kullanıcısıdır.

Ortalama kişisel geliri “751-1000 TL” olan üniversite öğrencilerinin yalnızlık durumlarına bakıldığında % 70,6’sı düşük düzeyde yalnızlık, % 27,9’u orta düzeyde yalnızlık, % 1,5’i ise yüksek düzeyde yalnızlık hissetmektedir. Sosyal medyada harcadıkları zaman dikkate alındığında ise % 1,5’i düşük sosyal medya kullanıcısı, % 16,2’si ortalama sosyal medya kullanıcısı, % 77,9’u yüksek sosyal medya kullanıcısı, % 4,4’ü ise aşırı sosyal medya kullanıcısıdır.

Ortalama kişisel geliri “1001-1250 TL” olan üniversite öğrencilerinin yalnızlık durumlarına bakıldığında % 65,7’si düşük düzeyde yalnızlık, % 34,3’ü orta düzeyde yalnızlık düzeyde yalnızlık hissetmekte ve yüksek düzeyde yalnızlık hisseden kullanıcı bulunmamaktadır. Sosyal medyada harcadıkları zaman dikkate alındığında ise % 5,7’si düşük sosyal medya kullanıcısı, % 20’si ortalama sosyal medya kullanıcısı, % 74,3’ü yüksek sosyal medya kullanıcısı olmakla birlikte aşırı sosyal medya kullanıcısı bulunmamaktadır.

Ortalama kişisel geliri “1251-1500 TL” olan üniversite öğrencilerinin yalnızlık durumlarına bakıldığında % 62,5’i düşük düzeyde yalnızlık, % 37,5’i orta düzeyde yalnızlık hissetmekte ve yüksek düzeyde yalnızlık hisseden kullanıcı bulunmamaktadır. Sosyal medyada harcadıkları zaman dikkate alındığında ise % 4,2’si düşük sosyal medya kullanıcısı, % 25’i ortalama sosyal medya kullanıcısı, % 62,5’i yüksek sosyal medya kullanıcısı, % 8,3’ü ise aşırı sosyal medya kullanıcısıdır.

Ortalama kişisel geliri “1501 ve üstü” olan üniversite öğrencilerinin yalnızlık durumlarına bakıldığında % 61,7’si düşük düzeyde yalnızlık, % 38,3’ü orta düzeyde yalnızlık hissetmekte ve yüksek düzeyde yalnızlık hisseden kullanıcı bulunmamaktadır. Sosyal medyada harcadıkları zaman dikkate alındığında ise % 1,7’si düşük sosyal medya kullanıcısı, % 18,3’ü ortalama sosyal medya kullanıcısı, % 71,7’si yüksek sosyal medya kullanıcısı, % 8,3’ü ise aşırı sosyal medya kullanıcısıdır.

Katılımcıların ağırlıklı not ortalaması değişkenine göre yalnızlık düzeyi ve sosyal medya kullanıcı tipi dağılımı Tablo 2.32’de verilmiştir.

Tablo 2.32. Ağırlıklı Not Ortalaması Değişkenine Göre Yalnızlık Düzeyi ve Sosyal Medya Kullanıcı Tipi Dağılımı

	Yalnızlık Düzeyi			Sosyal Medya Kullanıcı Tipleri				Toplam
	Düşük	Orta	Yüksek	Düşük	Ortalama	Yüksek	Aşırı	
2'nin altı	12	16	1	0	7	22	0	29
	% 41,4	% 55,2	% 3,4	% 0,0	% 24,1	% 75,9	% 0,0	% 6,8
2-2,5	75	40	3	1	16	95	6	118
	% 63,6	% 33,9	% 2,5	% 0,8	% 13,6	% 80,5	% 5,1	% 27,6
2,5-3	97	49	2	4	30	105	9	150
	% 65,5	% 33,1	% 1,4	% 2,7	% 20,3	% 70,9	% 6,1	% 35,0
3-3,5	56	40	2	4	19	65	10	98
	% 57,1	% 40,8	% 2	% 4,1	% 19,4	% 66,3	% 10,2	% 22,9
3,5-4	22	11	2	0	10	25	0	35
	% 62,9	% 31,4	% 5,7	% 0,0	% 28,6	% 71,4	% 0,0	% 7,7

Ağırlıklı Not Ortalaması “2'nin altı” olan üniversite öğrencilerinin yalnızlık durumlarına bakıldığında % 41,4’ü düşük düzeyde yalnızlık, % 55,2’si orta düzeyde yalnızlık, % 3,4’ü ise yüksek düzeyde yalnızlık hissetmektedir. Sosyal medyada harcadıkları zaman dikkate alındığında ise % 24,1’i ortalama sosyal medya kullanıcısı, % 75,9’u yüksek sosyal medya kullanıcısı olmakla birlikte düşük ve aşırı sosyal medya kullanıcısı bulunmamaktadır.

Ağırlıklı Not Ortalaması “2-2,5” olan üniversite öğrencilerinin yalnızlık durumlarına bakıldığında % 63,6’sı düşük düzeyde yalnızlık, % 33,9’u orta düzeyde yalnızlık, % 2,5’i ise yüksek düzeyde yalnızlık hissetmektedir. Sosyal medyada harcadıkları zaman dikkate alındığında ise % 0,8’i düşük sosyal medya kullanıcısı, % 13,6’sı ortalama sosyal medya kullanıcısı, % 80,5’i yüksek sosyal medya kullanıcısı, % 5,1’i ise aşırı sosyal medya kullanıcısıdır.

Ağırlıklı Not Ortalaması “2,5-3” olan üniversite öğrencilerinin yalnızlık durumlarına bakıldığında % 65,5’i düşük düzeyde yalnızlık, % 33,1’i orta düzeyde yalnızlık, % 1,4’ü ise yüksek düzeyde yalnızlık hissetmektedir. Sosyal medyada harcadıkları zaman dikkate alındığında ise % 2,7’si düşük sosyal medya kullanıcısı, % 20,3’ü ortalama sosyal medya kullanıcısı, % 70,9’u yüksek sosyal medya kullanıcısı, % 6,1’i ise aşırı sosyal medya kullanıcısıdır.

Ağırlıklı Not Ortalaması “3-3,5” olan üniversite öğrencilerinin yalnızlık durumlarına bakıldığında % 57,1’i düşük düzeyde yalnızlık, % 40,8’i orta düzeyde yalnızlık, % 2’si ise yüksek düzeyde yalnızlık hissetmektedir. Sosyal medyada harcadıkları zaman dikkate alındığında ise % 4,1’i düşük sosyal medya kullanıcısı, % 19,4’ü ortalama sosyal medya kullanıcısı, % 66,3’ü yüksek sosyal medya kullanıcısı, % 10,2’si ise aşırı sosyal medya kullanıcısıdır.

Ağırlıklı Not Ortalaması “3,5-4” olan üniversite öğrencilerinin yalnızlık durumlarına bakıldığında % 62,9’u düşük düzeyde yalnızlık, % 31,4’ü orta düzeyde yalnızlık, % 5,7’si ise yüksek düzeyde yalnızlık hissetmektedir. Sosyal medyada harcadıkları zaman dikkate alındığında ise % 28,6’sı ortalama sosyal medya kullanıcısı, % 71,4’ü yüksek sosyal medya kullanıcısı olmakla birlikte düşük ve aşırı sosyal medya kullanıcısı bulunmamaktadır.

Katılımcıların ders çalışma alışkanlığı değişkenine göre yalnızlık düzeyi ve sosyal medya kullanıcı tipi dağılımları Tablo 2.33’de verilmiştir.

Tablo 2.33. Ders Çalışma Alışkanlığı Değişkenine Göre Yalnızlık Düzeyi ve Sosyal Medya Kullanıcı Tipi Dağılımı

	Yalnızlık Düzeyi			Sosyal Medya Kullanıcı Tipleri				Toplam
	Düşük	Orta	Yüksek	Düşük	Ortalama	Yüksek	Aşırı	
Hiç	7	9	0	0	5	11	0	16
	% 43,8	% 56,3	% 0,0	% 0,0	% 31,3	% 68,8	% 0,0	% 3,7
Nadiren	40	19	1	1	14	42	3	60
	% 66,7	% 31,7	% 1,7	% 1,7	% 23,3	% 70	% 5	% 14,0
Ara Sıra	90	55	4	0	24	113	12	149
	% 60,4	% 36,9	% 2,7	% 0,0	% 16,1	% 75,8	% 8,1	% 34,9
Sık Sık	65	46	3	2	19	87	6	114
	% 57	% 40,4	% 2,6	% 1,8	% 16,7	% 76,3	% 5,3	% 26,6
Sürekli	60	27	2	6	20	59	4	89
	% 67,4	% 30,3	% 2,2	% 6,7	% 22,5	% 66,3	% 4,5	% 20,8

Ders çalışma alışkanlığı “Hiç” olan üniversite öğrencilerinin yalnızlık durumlarına bakıldığında % 43,8’i düşük düzeyde yalnızlık, % 56,3’ü orta düzeyde yalnızlık düzeyde yalnızlık hissetmekte ve yüksek düzeyde yalnızlık hissedenden kullanıcı bulunmamaktadır. Sosyal medyada harcadıkları zaman dikkate alındığında ise % 31,3’ü ortalama sosyal medya kullanıcısı, % 68,8’i yüksek sosyal medya kullanıcısı olmakla birlikte düşük ve aşırı sosyal medya kullanıcısı bulunmamaktadır.

Ders çalışma alışkanlığı “Nadiren” olan üniversite öğrencilerinin yalnızlık durumlarına bakıldığında % 66,7’si düşük düzeyde yalnızlık, % 31,7’si orta düzeyde yalnızlık, % 1,7’si ise yüksek düzeyde yalnızlık hissetmektedir. Sosyal medyada harcadıkları zaman dikkate alındığında ise % 1,7’si düşük sosyal medya kullanıcısı, % 23,3’ü ortalama sosyal medya kullanıcısı, % 70’i yüksek sosyal medya kullanıcısı, % 5’i ise aşırı sosyal medya kullanıcısıdır.

Ders çalışma alışkanlığı “Ara Sıra” olan üniversite öğrencilerinin yalnızlık durumlarına bakıldığında % 60,4’ü düşük düzeyde yalnızlık, % 36,9’u orta düzeyde yalnızlık, % 2,7’u ise yüksek düzeyde yalnızlık hissetmektedir. Sosyal medyada

harcadıkları zaman dikkate alındığında ise % 16,1'i ortalama sosyal medya kullanıcısı, % 75,8'i yüksek sosyal medya kullanıcısı, % 8,1'i ise aşırı sosyal medya kullanıcısı olmakla birlikte düşük sosyal medya kullanıcısı bulunmamaktadır.

Ders çalışma alışkanlığı “Sık Sık” olan üniversite öğrencilerinin yalnızlık durumlarına bakıldığında % 57 düşük düzeyde yalnızlık, % 40,4'ü orta düzeyde yalnızlık, % 2,6'sı ise yüksek düzeyde yalnızlık hissetmektedir. Sosyal medyada harcadıkları zaman dikkate alındığında ise % 1,8'i düşük sosyal medya kullanıcısı, % 16,7'si ortalama sosyal medya kullanıcısı, % 76,3'ü yüksek sosyal medya kullanıcısı, % 5,3'ü ise aşırı sosyal medya kullanıcısıdır.

Ders çalışma alışkanlığı “Sürekli” olan üniversite öğrencilerinin yalnızlık durumlarına bakıldığında % 67,4'ü düşük düzeyde yalnızlık, % 30,3'ü orta düzeyde yalnızlık, % 2,2'si ise yüksek düzeyde yalnızlık hissetmektedir. Sosyal medyada harcadıkları zaman dikkate alındığında ise % 6,7'si düşük sosyal medya kullanıcısı, % 22,5'i ortalama sosyal medya kullanıcısı, % 66,3'ü yüksek sosyal medya kullanıcısı, % 4,5'i ise aşırı sosyal medya kullanıcısıdır.

Katılımcıların derse devam alışkanlığı değişkenine göre yalnızlık düzeyi ve sosyal medya kullanıcı tipi dağılımları Tablo 2.34'te verilmiştir.

Tablo 2.34. Derse Devam Alışkanlığı Değişkenine Göre Yalnızlık Düzeyi ve Sosyal Medya Kullanıcı Tipi Dağılımı

	Yalnızlık Düzeyi			Sosyal Medya Kullanıcı Tipleri				Toplam
	Düşük	Orta	Yüksek	Düşük	Ortalama	Yüksek	Aşırı	
Hiç	4	5	0	0	4	4	1	9
	% 44,4	% 55,6	% 0,0	% 0,0	% 44,4	% 44,4	% 11,1	% 2,1
Nadiren	21	13	0	1	4	27	2	34
	% 61,8	% 38,2	% 0,0	% 2,9	% 11,8	% 79,4	% 5,9	% 7,9
Ara Sıra	56	39	2	0	17	77	3	97
	% 57,7	% 40,2	% 2,1	% 0,0	% 17,5	% 79,4	% 3,1	% 22,7
Sık Sık	94	59	6	2	31	119	7	159
	% 59,1	% 37,1	% 3,8	% 1,3	% 19,5	% 74,8	% 4,4	% 37,1
Sürekli	87	40	2	6	26	85	12	129
	% 67,4	% 31	% 1,6	% 4,7	% 20,2	% 65,9	% 9,3	% 30,2

Derse devam alışkanlığı “Hiç” olan üniversite öğrencilerinin yalnızlık durumlarına bakıldığında % 44,4’ü düşük düzeyde yalnızlık, % 55,6’sı orta düzeyde yalnızlık hissetmekte ve yüksek düzeyde yalnızlık hisseden kullanıcı bulunmamaktadır. Sosyal medyada harcadıkları zaman dikkate alındığında ise % 44,4’ü ortalama sosyal medya kullanıcısı, % 44,4’ü yüksek sosyal medya kullanıcısı, % 11,1’i ise aşırı sosyal medya kullanıcısı olmakla birlikte düşük sosyal medya kullanıcısı bulunmamaktadır.

Derse devam alışkanlığı “Nadiren” olan üniversite öğrencilerinin yalnızlık durumlarına bakıldığında % 61,8’i düşük düzeyde yalnızlık, % 38,2’si orta düzeyde yalnızlık hissetmekte ve yüksek düzeyde yalnızlık hisseden kullanıcı bulunmamaktadır. Sosyal medyada harcadıkları zaman dikkate alındığında ise % 2,9’u düşük sosyal medya kullanıcısı, % 11,8’i ortalama sosyal medya kullanıcısı, % 79,4’ü yüksek sosyal medya kullanıcısı, % 5,9’u ise aşırı sosyal medya kullanıcısıdır.

Derse devam alışkanlığı “Ara Sıra” olan üniversite öğrencilerinin yalnızlık durumlarına bakıldığında % 57,7’si düşük düzeyde yalnızlık, % 40,2’si orta düzeyde yalnızlık, % 2,1’i ise yüksek düzeyde yalnızlık hissetmektedir. Sosyal medyada harcadıkları zaman dikkate alındığında ise % 17,5’i ortalama sosyal medya kullanıcısı, % 79,4’ü yüksek sosyal medya kullanıcısı, % 3,1’i ise aşırı sosyal medya kullanıcısıdır.

Derse devam alışkanlığı “Sık Sık” olan üniversite öğrencilerinin yalnızlık durumlarına bakıldığında % 59,1’i düşük düzeyde yalnızlık, % 37,1’i orta düzeyde yalnızlık, % 3,8’i ise yüksek düzeyde yalnızlık hissetmektedir. Sosyal medyada harcadıkları zaman dikkate alındığında ise % 1,3’ü düşük sosyal medya kullanıcısı, % 19,5’i ortalama sosyal medya kullanıcısı, % 74,8’i yüksek sosyal medya kullanıcısı, % 4,4’ü ise aşırı sosyal medya kullanıcısıdır.

Derse devam alışkanlığı “Sürekli” olan üniversite öğrencilerinin yalnızlık durumlarına bakıldığında % 67,4’ü düşük düzeyde yalnızlık, % 31’i orta düzeyde yalnızlık, % 1,6’sı ise yüksek düzeyde yalnızlık hissetmektedir. Sosyal medyada harcadıkları zaman dikkate alındığında ise % 4,7’si düşük sosyal medya kullanıcısı, % 20,2’si ortalama sosyal medya kullanıcısı, % 65,9’u yüksek sosyal medya kullanıcısı, % 9,3’ü ise aşırı sosyal medya kullanıcısıdır.

Katılımcıların kullanılan sosyal medya uygulaması değişkenine göre yalnızlık düzeyi ve sosyal medya kullanıcı tipi dağılımları Tablo 2.35’de verilmiştir.

Tablo 2.35. Kullanılan Sosyal Medya Uygulaması Değişkenine Göre Yalnızlık Düzeyi ve Sosyal Medya Kullanıcı Tipi Dağılımı

	Yalnızlık Düzeyi			Sosyal Medya Kullanıcı Tipleri				Toplam
	Düşük	Orta	Yüksek	Düşük	Ortalama	Yüksek	Aşırı	
	5	2	0	0	3	4	0	7
Facebook	% 71,4	% 28,6	% 0,0	% 0,0	% 42,9	% 57,1	% 0,0	% 1,6
	22	13	2	0	6	30	1	37
Twitter	% 59,5	% 35,1	% 5,4	% 0,0	% 16,2	% 81,1	% 2,7	% 8,6
	1	0	0	0	0	1	0	1
LinkedIn	% 100	% 0,0	% 0,0	% 0,0	% 0,0	% 100	% 0,0	% 0,2
	103	62	5	4	30	121	15	170
WhatsApp	% 60,6	% 36,5	% 2,9	% 2,4	% 17,6	% 71,2	% 8,8	% 39,7
	1	1	0	0	1	1	0	2
Snapchat	% 50	% 50	% 0,0	% 0,0	% 50	% 50	% 0,0	% 0,4
	21	18	1	3	8	29	0	40
Youtube	% 52,5	% 45	% 2,5	% 7,5	% 20	% 72,5	% 0,0	% 9,3
	107	57	2	2	33	122	9	166
Instagram	% 64,5	% 34,3	% 1,2	% 1,2	% 19,9	% 73,5	% 5,4	% 38,8
	2	3	0	0	1	4	0	5
Diğer	% 40	% 60	% 0,0	% 0,0	% 20	% 80	% 0,0	% 1,4

Kullandığı sosyal medya uygulaması “Facebook” olan üniversite öğrencilerinin yalnızlık durumlarına bakıldığında % 71,4’ü düşük düzeyde yalnızlık, % 28,6’sı orta düzeyde yalnızlık hissetmekte ve yüksek düzeyde yalnızlık hisseden kullanıcı bulunmamaktadır. Sosyal medyada harcadıkları zaman dikkate alındığında ise % 42,9’u

ortalama sosyal medya kullanıcısı, % 57,1'i yüksek sosyal medya kullanıcısı olmakla birlikte düşük ve aşırı sosyal medya kullanıcısı bulunmamaktadır.

Kullandığı sosyal medya uygulaması "Twitter" olan üniversite öğrencilerinin yalnızlık durumlarına bakıldığında % 59,5'i düşük düzeyde yalnızlık, % 35,1'i orta düzeyde yalnızlık, % 5,4'ü ise yüksek düzeyde yalnızlık hissetmektedir. Sosyal medyada harcadıkları zaman dikkate alındığında ise % 16,2'si ortalama sosyal medya kullanıcısı, % 81,1'i yüksek sosyal medya kullanıcısı, % 2,7'si ise aşırı sosyal medya kullanıcısı olmakla birlikte düşük sosyal medya kullanıcısı bulunmamaktadır.

Kullandığı sosyal medya uygulaması "LinkedIn" olan üniversite öğrencilerinin yalnızlık durumlarına bakıldığında % 100 düşük düzeyde yalnızlık hissetmekte, orta ve yüksek düzeyde yalnızlık hisseden kullanıcı bulunmamaktadır. Sosyal medyada harcadıkları zaman dikkate alındığında ise % 100 yüksek sosyal medya kullanıcısı olmakla birlikte düşük, orta ve aşırı sosyal medya kullanıcısı bulunmamaktadır.

Kullandığı sosyal medya uygulaması "WhatsApp" olan üniversite öğrencilerinin yalnızlık durumlarına bakıldığında % 60,6'sı düşük düzeyde yalnızlık, % 36,5'i orta düzeyde yalnızlık, % 2,9'u ise yüksek düzeyde yalnızlık hissetmektedir. Sosyal medyada harcadıkları zaman dikkate alındığında ise % 2,4'ü düşük sosyal medya kullanıcısı, % 17,6'sı ortalama sosyal medya kullanıcısı, % 71,2'si yüksek sosyal medya kullanıcısı, % 8,8'i ise aşırı sosyal medya kullanıcısıdır.

Kullandığı sosyal medya uygulaması "Snapchat" olan üniversite öğrencilerinin yalnızlık durumlarına bakıldığında % 50'si düşük düzeyde yalnızlık, % 50'si orta düzeyde yalnızlık hissetmekte ve yüksek düzeyde yalnızlık hisseden kullanıcı bulunmamaktadır. Sosyal medyada harcadıkları zaman dikkate alındığında ise % 50'si ortalama sosyal medya kullanıcısı, % 50'si yüksek sosyal medya kullanıcısı olmakla birlikte düşük ve aşırı sosyal medya kullanıcısı bulunmamaktadır.

Kullandığı sosyal medya uygulaması "Youtube" olan üniversite öğrencilerinin yalnızlık durumlarına bakıldığında % 52,5'i düşük düzeyde yalnızlık, % 45'i orta düzeyde yalnızlık, % 2,5'i ise yüksek düzeyde yalnızlık hissetmektedir. Sosyal medyada harcadıkları zaman dikkate alındığında ise % 7,5'i düşük sosyal medya kullanıcısı, % 20'si ortalama sosyal medya kullanıcısı, % 72,5'i yüksek sosyal medya kullanıcısı olmakla birlikte aşırı sosyal medya kullanıcısı bulunmamaktadır.

Kullandığı sosyal medya uygulaması “Instagram” olan üniversite öğrencilerinin yalnızlık durumlarına bakıldığında % 64,5’i düşük düzeyde yalnızlık, % 34,3’ü orta düzeyde yalnızlık, % 1,2’si ise yüksek düzeyde yalnızlık hissetmektedir. Sosyal medyada harcadıkları zaman dikkate alındığında ise % 1,2’si düşük sosyal medya kullanıcısı, % 19,9’u ortalama sosyal medya kullanıcısı, % 73,5’i yüksek sosyal medya kullanıcısı, % 5,4’ü ise aşırı sosyal medya kullanıcısıdır.

Kullandığı sosyal medya uygulaması “Diğer” olan üniversite öğrencilerinin yalnızlık durumlarına bakıldığında % 40’ı düşük düzeyde yalnızlık, % 60’ı orta düzeyde yalnızlık hissetmekte ve yüksek düzeyde yalnızlık hisseden kullanıcı bulunmamaktadır. Sosyal medyada harcadıkları zaman dikkate alındığında ise % 20 ortalama sosyal medya kullanıcısı, % 80’i yüksek sosyal medya kullanıcısı olmakla birlikte düşük sosyal medya kullanıcısı bulunmamaktadır.

Katılımcıların sosyal medya erişim aracı değişkenine göre yalnızlık düzeyi ve sosyal medya kullanıcı tipi dağılımları 2.36’da verilmiştir.

Tablo 2.36. Sosyal Medya Erişim Aracı Değişkenine Göre Yalnızlık Düzeyi ve Sosyal Medya Kullanıcı Tipi Dağılımı

	Yalnızlık Düzeyi			Sosyal Medya Kullanıcı Tipleri				Toplam
	Düşük	Orta	Yüksek	Düşük	Ortalama	Yüksek	Aşırı	
Akıllı Telefon	256	154	10	9	80	307	24	420
	% 61	% 36,7	% 2,4	% 2,1	% 19	% 73,1	% 5,7	% 98,1
Telefon	1	2	0	0	0	2	1	3
	% 33,3	% 66,7	% 0,0	% 0,0	% 0,0	% 66,7	% 33,3	% 0,7
Dizüstü	3	0	0	0	2	1	0	3
	% 100	% 0,0	% 0,0	% 0,0	% 66,7	% 33,3	% 0,0	% 0,7
Masaüstü	2	0	0	0	0	2	0	2
	% 100	% 0,0	% 0,0	% 0,0	% 0,0	% 100	% 0,0	% 0,5

Sosyal medyaya erişim aracı “Akıllı Telefon” olan üniversite öğrencilerinin yalnızlık durumlarına bakıldığında % 61’i düşük düzeyde yalnızlık, % 36,7’si orta

düzye de yalnızlık, % 2,4'ü ise yüksek düzeyde yalnızlık hissetmektedir. Sosyal medyada harcadıkları zaman dikkate alındığında ise % 2,1'i düşük sosyal medya kullanıcıları, % 19'u ortalama sosyal medya kullanıcıları, % 73,1'i yüksek sosyal medya kullanıcıları, % 5,7'si ise aşırı sosyal medya kullanıcılarıdır.

Sosyal medyaya erişim aracı "Tablet" olan üniversite öğrencilerinin yalnızlık durumlarına bakıldığında % 33,3'ü düşük düzeyde yalnızlık, % 66,7'si orta düzeyde yalnızlık hissetmekte ve yüksek düzeyde yalnızlık hisseden kullanıcı bulunmamaktadır. Sosyal medyada harcadıkları zaman dikkate alındığında ise % 66,7'si yüksek sosyal medya kullanıcıları, % 33,3'ü ise aşırı sosyal medya kullanıcıları olmakla birlikte düşük ve aşırı sosyal medya kullanıcıları bulunmamaktadır.

Sosyal medyaya erişim aracı "Dizüstü" olan üniversite öğrencilerinin yalnızlık durumlarına bakıldığında % 100 düşük düzeyde yalnızlık hissetmekte, orta ve yüksek düzeyde yalnızlık hisseden kullanıcı bulunmamaktadır. Sosyal medyada harcadıkları zaman dikkate alındığında ise % 66,7'si ortalama sosyal medya kullanıcıları, % 33,3'ü yüksek sosyal medya kullanıcıları olmakla birlikte düşük ve aşırı sosyal medya kullanıcıları bulunmamaktadır.

Sosyal medyaya erişim aracı "Masaüstü" olan üniversite öğrencilerinin yalnızlık durumlarına bakıldığında % 100 düşük düzeyde yalnızlık hissetmekte, orta ve yüksek düzeyde yalnızlık hisseden kullanıcı bulunmamaktadır. Sosyal medyada harcadıkları zaman dikkate alındığında % 100'ü yüksek sosyal medya kullanıcıları olmakla birlikte düşük, orta ve aşırı sosyal medya kullanıcıları bulunmamaktadır.

Katılımcıların sosyal medya kullanım süresi değişkenine göre yalnızlık düzeyi ve sosyal medya kullanıcı tipi dağılımları 2.37'de verilmiştir.

Tablo 2.37. Sosyal Medya Kullanım Süresi Değişkenine Göre Yalnızlık Düzeyi ve Sosyal Medya Kullanıcı Tipi Dağılımı

	Yalnızlık Düzeyi			Sosyal Medya Kullanıcı Tipleri				Toplam
	Düşük	Orta	Yüksek	Düşük	Ortalama	Yüksek	Aşırı	
1 yıldan az	4	2	0	0	1	5	0	6
	% 66,7	% 33,3	% 0,0	% 0,0	% 16,7	% 83,3	% 0,0	% 1,4

Tablo 2.37. (Devamı)

	45	29	6	1	16	59	4	80
1-3 yıl	% 56,3	% 36,3	% 7,5	% 1,3	% 20	% 73,8	% 5	% 18,7
	97	67	0	3	28	121	12	164
4-6 yıl	% 59,1	% 40,9	% 0,0	% 1,8	% 17,1	% 73,8	% 7,3	% 38,3
	116	58	4	5	37	127	9	178
7 yıldan fazla	% 65,2	% 32,6	% 2,2	% 2,8	% 20,8	% 71,3	% 5,1	% 41,6

Sosyal medya kullanım süresi “1 yıldan az” olan üniversite öğrencilerinin yalnızlık durumlarına bakıldığında % 66,7’si düşük düzeyde yalnızlık, % 33,3’ü orta düzeyde yalnızlık hissetmekte ve yüksek düzeyde yalnızlık hisseden kullanıcı bulunmamaktadır. Sosyal medyada harcadıkları zaman dikkate alındığında ise % 16,7’si ortalama sosyal medya kullanıcısı, % 83,3’ü yüksek sosyal kullanıcısı olmakla birlikte düşük ve aşırı sosyal medya kullanıcısı bulunmamaktadır.

Sosyal medya kullanım süresi “1-3 yıl” olan üniversite öğrencilerinin yalnızlık durumlarına bakıldığında % 56,3’ü düşük düzeyde yalnızlık, % 36,3’ü orta düzeyde yalnızlık, % 7,5’i ise yüksek düzeyde yalnızlık hissetmektedir. Sosyal medyada harcadıkları zaman dikkate alındığında ise % 1,3’ü düşük sosyal medya kullanıcısı, % 20’si ortalama sosyal medya kullanıcısı, % 73,8’i yüksek sosyal medya kullanıcısı, % 5’i ise aşırı sosyal medya kullanıcısıdır.

Sosyal medya kullanım süresi “4-6 yıl” olan üniversite öğrencilerinin yalnızlık durumlarına bakıldığında % 59,1’i düşük düzeyde yalnızlık, % 40,9’u orta düzeyde yalnızlık hissetmekte ve yüksek düzeyde yalnızlık hisseden kullanıcı bulunmamaktadır. Sosyal medyada harcadıkları zaman dikkate alındığında ise % 1,8’i düşük sosyal medya kullanıcısı, % 17,1’i ortalama sosyal medya kullanıcısı, % 73,8’i yüksek sosyal medya kullanıcısı, % 7,3’ü ise aşırı sosyal medya kullanıcısıdır.

Sosyal medya kullanım süresi “7 yıldan fazla” olan üniversite öğrencilerinin yalnızlık durumlarına bakıldığında % 65,2’si düşük düzeyde yalnızlık, % 32,6’sı orta düzeyde yalnızlık, % 2,2’si ise yüksek düzeyde yalnızlık hissetmektedir. Sosyal medyada harcadıkları zaman dikkate alındığında ise % 2,8’i düşük sosyal medya kullanıcısı, % 20,8’i ortalama sosyal medya kullanıcısı, % 71,3’ü yüksek sosyal medya kullanıcısı, % 5,1’i ise aşırı sosyal medya kullanıcısıdır.

Katılımcıların sosyal medyada günlük ortalama harcanan süre değişkenine göre yalnızlık düzeyi ve sosyal medya kullanıcı tipi dağılımları 2.38’de verilmiştir.

Tablo 2.38. Sosyal Medyada Günlük Ortalama Harcanan Süre Değişkenine Göre Yalnızlık Düzeyi ve Sosyal Medya Kullanıcı Tipi Dağılımı

	Yalnızlık Düzeyi			Sosyal Medya Kullanıcı Tipleri				Toplam
	Düşük	Orta	Yüksek	Düşük	Ortalama	Yüksek	Aşırı	
1 saatten az	29	25	0	2	11	37	4	54
	% 53,7	% 46,3	% 0,0	% 3,7	% 20,4	% 68,5	% 7,4	% 12,6
1-3 saat	150	75	8	5	36	177	15	233
	% 64,4	% 32,2	% 3,4	% 2,1	% 15,5	% 76	% 6,4	% 54,4
4-6 saat	69	50	1	2	28	84	6	120
	% 57,5	% 41,7	% 0,8	% 1,7	% 23,3	% 70	% 5	% 28,0
7 saatten fazla	14	6	1	0	7	14	0	21
	% 66,7	% 28,6	% 4,8	% 0,0	% 33,3	% 66,7	% 0,0	% 5

Sosyal medyada günlük ortalama harcadığı süre “1 saatten az” olan üniversite öğrencilerinin yalnızlık durumlarına bakıldığında % 53,7’si düşük düzeyde yalnızlık, % 46,3’ü orta düzeyde yalnızlık hissetmekte ve yüksek düzeyde yalnızlık hisseden kullanıcı bulunmamaktadır. Sosyal medyada harcadıkları zaman dikkate alındığında ise % 3,7’si düşük sosyal medya kullanıcısı, % 20,4’ü ortalama sosyal medya kullanıcısı, % 68,5’i yüksek sosyal medya kullanıcısı, % 7,4’ü ise aşırı sosyal medya kullanıcısıdır.

Sosyal medyada günlük ortalama harcadığı süre “1-3 saat” olan üniversite öğrencilerinin yalnızlık durumlarına bakıldığında % 64,4’ü düşük düzeyde yalnızlık, % 32,2’si orta düzeyde yalnızlık, % 3,4’ü ise yüksek düzeyde yalnızlık hissetmektedir. Sosyal medyada harcadıkları zaman dikkate alındığında ise % 2,1’i düşük sosyal medya kullanıcısı, % 15,5’i ortalama sosyal medya kullanıcısı, % 76’sı yüksek sosyal medya kullanıcısı, % 6,4’ü ise aşırı sosyal medya kullanıcısıdır.

Sosyal medyada günlük ortalama harcadığı süre “4-6 saat” olan üniversite öğrencilerinin yalnızlık durumlarına bakıldığında % 57,5’i düşük düzeyde yalnızlık, %

41,7'si orta düzeyde yalnızlık, % 0,8'i ise yüksek düzeyde yalnızlık hissetmektedir. Sosyal medyada harcadıkları zaman dikkate alındığında ise % 1,7'si düşük sosyal medya kullanıcısı, % 23,3'ü ortalama sosyal medya kullanıcısı, % 70'i yüksek sosyal medya kullanıcısı, % 5'i ise aşırı sosyal medya kullanıcısıdır.

Sosyal medyada günlük ortalama harcadığı süre "7 saatten fazla" olan üniversite öğrencilerinin yalnızlık durumlarına bakıldığında % 66,7'si düşük düzeyde yalnızlık, % 28,6'sı orta düzeyde yalnızlık, % 4,8'i ise yüksek düzeyde yalnızlık hissetmektedir. Sosyal medyada harcadıkları zaman dikkate alındığında ise % 33,3'ü ortalama sosyal medya kullanıcısı, % 66,7'si yüksek sosyal medya kullanıcısı olmakla birlikte düşük ve aşırı sosyal medya kullanıcısı bulunmamaktadır.

Katılımcıların sosyal medya bildirimlerini kontrol etme sıklığı değişkenine göre yalnızlık düzeyi ve sosyal medya kullanıcı tipi dağılımları Tablo 2.39'da verilmiştir.

Tablo 2.39. Sosyal Medya Bildirimlerini Kontrol Etme Sıklığı Değişkenine Göre Yalnızlık Düzeyi ve Sosyal Medya Kullanıcı Tipi Dağılımı

	Yalnızlık Düzeyi			Sosyal Medya Kullanıcı Tipleri				Toplam
	Düşük	Orta	Yüksek	Düşük	Ortalama	Yüksek	Aşırı	
Bildirim gelince	109	60	2	3	32	128	8	171
	% 63,7	% 35,1	% 1,2	% 1,8	% 18,7	% 74,9	% 4,7	% 39,9
Boş kaldığım her an	99	59	5	5	33	116	9	163
	% 60,7	% 36,2	% 3,1	% 3,1	% 20,2	% 71,2	% 5,5	% 38,1
Günde birkaç kez	47	33	3	1	15	60	7	83
	% 56,6	% 39,8	% 3,6	% 1,2	% 18,1	% 72,3	% 8,4	% 19,3
Birkaç günde bir kez	1	2	0	0	0	3	0	3
	% 33,3	% 66,7	% 0,0	% 0,0	% 0	% 100,0	% 0,0	% 0,7
Haftada birkaç kere	5	1	0	0	1	4	1	6
	% 83,3	% 16,7	% 0,0	% 0,0	% 16,7	% 66,6	% 16,7	% 1,4
Ayda birkaç kere	1	1	0	0	1	1	0	2
	% 50	% 50	% 0,0	% 0,0	% 50	% 50	% 0,0	% 0,6

Sosyal medya bildirimlerini kontrol etme sıklığı “Bildirim gelince” olan üniversite öğrencilerinin yalnızlık durumlarına bakıldığında % 63,7’si düşük düzeyde yalnızlık, % 35,1’i orta düzeyde yalnızlık, % 1,2’si ise yüksek düzeyde yalnızlık hissetmektedir. Sosyal medyada harcadıkları zaman dikkate alındığında ise % 1,8’i düşük sosyal medya kullanıcısı, % 18,7’si ortalama sosyal medya kullanıcısı, % 74,9’u yüksek sosyal medya kullanıcısı, % 4,7’si ise aşırı sosyal medya kullanıcısıdır.

Sosyal medya bildirimlerini kontrol etme sıklığı “Boş kaldığım her an” olan üniversite öğrencilerinin yalnızlık durumlarına bakıldığında % 60,7’si düşük düzeyde yalnızlık, % 36,2’si orta düzeyde yalnızlık, % 3,1’i ise yüksek düzeyde yalnızlık hissetmektedir. Sosyal medyada harcadıkları zaman dikkate alındığında ise % 3,1’i düşük sosyal medya kullanıcısı, % 20,2’si ortalama sosyal medya kullanıcısı, % 71,2’si yüksek sosyal medya kullanıcısı, % 5,5’i ise aşırı sosyal medya kullanıcısıdır.

Sosyal medya bildirimlerini kontrol etme sıklığı “Günde birkaç kez” olan üniversite öğrencilerinin yalnızlık durumlarına bakıldığında % 56,6’sı düşük düzeyde yalnızlık, % 39,8’i orta düzeyde yalnızlık, % 3,6’sı ise yüksek düzeyde yalnızlık hissetmektedir. Sosyal medyada harcadıkları zaman dikkate alındığında ise % 1,2’si düşük sosyal medya kullanıcısı, % 18,1’i ortalama sosyal medya kullanıcısı, % 72,3’ü yüksek sosyal medya kullanıcısı, % 8,4’ü ise aşırı sosyal medya kullanıcısıdır.

Sosyal medya bildirimlerini kontrol etme sıklığı “Birkaç günde bir kez” olan üniversite öğrencilerinin yalnızlık durumlarına bakıldığında % 33,3’ü düşük düzeyde yalnızlık, % 66,7’si orta düzeyde yalnızlık hissetmekte ve yüksek düzeyde yalnızlık hisseden kullanıcı bulunmamaktadır. Sosyal medyada harcadıkları zaman dikkate alındığında ise % 100 yüksek sosyal medya kullanıcısı olmakla birlikte düşük, orta ve aşırı sosyal medya kullanıcısı bulunmamaktadır.

Sosyal medya bildirimlerini kontrol etme sıklığı “Haftada birkaç kere” olan üniversite öğrencilerinin yalnızlık durumlarına bakıldığında % 83,3’ü düşük düzeyde yalnızlık, % 16,7’si orta düzeyde yalnızlık hissetmekte ve yüksek düzeyde yalnızlık hisseden kullanıcı bulunmamaktadır. Sosyal medyada harcadıkları zaman dikkate alındığında, %16,7’si ortalama sosyal medya kullanıcısı, % 66,7’si yüksek sosyal medya kullanıcısı, % 16,7’si ise aşırı sosyal medya kullanıcısı olmakla birlikte düşük sosyal medya kullanıcısı bulunmamaktadır.

Sosyal medya bildirimlerini kontrol etme sıklığı “Ayda birkaç kere” olan üniversite öğrencilerinin yalnızlık durumlarına bakıldığında % 50’si düşük düzeyde yalnızlık, % 50’si orta düzeyde yalnızlık hissetmekte ve yüksek düzeyde yalnızlık hisseden kullanıcı bulunmamaktadır. Sosyal medyada harcadıkları zaman dikkate alındığında ise % 50’si ortalama sosyal medya kullanıcısı, % 50’si yüksek sosyal medya kullanıcısı olmakla birlikte düşük ve aşırı sosyal medya kullanıcısı bulunmamaktadır.



SONUÇ VE TARTIŞMA

İletişim teknolojileri yaşamımızın vazgeçilmez bir parçası haline gelmiştir. Teknolojik gelişmelerdeki hız sosyalleşme araçlarını da değişime uğratmıştır. İnsanlar bu yeni iletişim teknolojileriyle birlikte sosyalleşme olgusunu sanal ortamlarda devam ettirme düşüncesine girmişlerdir. İletişim teknolojilerinin popüler araçlarından olan İnternet, yaşadığımız çağda zaman ve mekân kavramını ortadan kaldırmakta, sosyalleşmenin vazgeçilmezi olarak ön plana çıkmaktadır. İnternetin sosyalleşmeye önemli veya önemsiz birçok etkisi bulunmaktadır. Çalışmanın ana teması olan yalnızlık kavramı ise yabancı olma durumundan kaynaklanmaktadır. Kişi duygularını, düşüncelerini, korkularını paylaşamadığı durumlarda bastırılmış stres ve hisler ortaya çıkmaktadır. Kişi bu hislerini İnternet aracılığıyla sosyal medyada karşılamaya çalışmaktadır. Sosyal medya gerçek insan dokunuşunun yerini alamadığı gibi, yalnızlığı iyileştirememekte, ancak geçici olarak bir boşluğu doldurabilmektedir.

Bu bağlamda uzman kişilere danışılarak SONTUS ölçeği alt faktörlerinden Rahatlama ve Serbest Dönemde, Akademik Dönemde, Sosyal Aktivite Dönemlerinde, Strese Bağlı Dönemde ve Kullanım Motivasyonlarına göre üniversite öğrencilerinin sosyal medyada geçirdikleri zaman ile yalnızlık durumları arasında anlamlı bir ilişki olduğu varsayılmış ve çalışma bu varsayım çerçevesinde yapılmıştır. Çalışma kapsamında tesadüfi seçilen ve gönüllü katılım sağlayan 428 üniversite öğrencisine SONTUS ve UCLA Yalnızlık ölçekleri uygulanmış, SPSS 24.00 paket programı kullanılarak veriler analiz edilmiştir. Çoklu Lineer Regresyon modeli kullanılarak aşağıdaki sonuçlara ulaşılmıştır.

ANOVA testi ile regresyon modelinin geçerliliği test edilmiştir. %5 istatistiksel anlam oranına baktığımızda (0,008) $p < 0,05$ anlamlı çıktığından modelimiz kabul edilebilir model olduğu tespit edilmiştir (F = 2,958). Çalışma modeli kapsamında incelenen hipotezlerden aşağıdaki sonuçlar elde edilmiştir.

H1 hipotezimizde öğrencilerin **Serbest Dönemde** sosyal medyada harcadıkları zaman ve Yalnızlık Durumu arasında %5 seviyesinde istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki olduğu ortaya çıkmıştır ($p = 0,02$). Yani, Serbest Dönemdeki bir birim artışın, yalnızlık üzerinde negatif olarak olumsuz yönde etki ettiği söylenebilir. Başka bir

deyişle, öğrencilerin Serbest Dönemde sosyal medyada geçirdikleri süre arttıkça yalnızlık durumları azalmaktadır ($\beta = -0,184$).

Ceyhan ve Yelpaze (2017) çalışmalarında bizim çalışmamıza benzer sonuçlar elde etmişlerdir. Genç yetişkinlerin İnternette geçirdikleri vaktin çoğunluğunu sosyal medyada harcadıklarını, İnternet ve sosyal medya kullanımının problemlili olabileceğini ve İnternet kullanımı arttıkça yalnızlık durumlarının azaldığını söylemişlerdir. Chavez ve Chavez (2017) çalışmalarında benzer şekilde lise öğrencilerinin çoğunluğunun kendilerini daha az yalnız hissettiklerini fakat bu yalnız öğrencilerin Facebook ta daha fazla zaman harcadıklarını ortaya koymuşlardır.

Yapılan bazı çalışmalar da ise bizim bulgularımızdan farklı sonuçlar elde edilmiştir. Özen (2009) çalışmalarında İnternette harcanan fazla zamanın kişileri yalnızlığa sürüklediğini, onları sosyal çevreden kopartarak arkadaş ve akrabalık ilişkilerini zayıflattığını, gerçek hayatta kendini ifade edemeyen kişilerin sanal ortamda rahat bir şekilde hareket ettiğini belirtmektedir. Stepanikova ve arkadaşları (2010) çalışmalarında İnternette gezinmek için harcanan zamanın yalnızlık ile pozitif ilişkili olduğunu bulmuşlardır. Tutgun ve arkadaşları (2011) çalışmalarında Türk ve Koreli öğretmen adaylarının problemlili İnternet kullanımı ve yalnızlık durumları arasındaki ilişkiyi incelemiş ve aralarında pozitif yönlü ilişki olduğunu ve sosyal etkileşim amacıyla, yani web siteleri ve bloglar geliştirmek amacıyla İnternette daha fazla zaman geçirdiklerini bulmuştur. Özşaker ve arkadaşları (2016) çalışmalarında öğrencilerin serbest zaman tutumları kapsamında problemlili İnternet kullanımı ve yalnızlık ilişkilerini incelemişlerdir. Serbest zaman tutumlarını İnternet kullanımında geçirdiklerini, İnterneti fazla kullanan öğrencilerin İnternet bağımlılığı eğiliminde olduğu ortaya çıkarmışlardır. Öğrencilerin İnternet kullanımı arttıkça da yalnızlık durumları da artmaktadır.

Şişman (2014) çalışmasında ergenlerin % 19,7'sinin boş zaman aktivitelerinin ilk sırasında İnternette vakit geçirmek yer almıştır. Usta ve arkadaşları (2014) çalışmalarında İnternette fazla zaman harcayan kişilerin gerçek hayattan uzaklaşabileceklerini, zamanlarının önemli bir kısmını sosyal medya mecralarında geçirdiklerini belirtmektedir.

H2 hipotezimizde öğrencilerin **Akademik Dönemde** sosyal medyada harcadıkları zaman ve Yalnızlık Durumu arasında %5 seviyesinde istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki olduğu ortaya çıkmıştır ($p = 0,03$). Yani, Akademik Dönemdeki bir birim artış, yalnızlık üzerinde pozitif olarak olumlu yönde etkilemektedir. Diğer bir deyişle, öğrencilerin Akademik Dönemde sosyal medyada geçirdikleri süre arttıkça yalnızlık durumları da artmaktadır ($\beta = 0,148$).

Leontyeva (2019) tarafından yapılan çalışmada çalışmamıza benzer sonuçlar elde edilmiştir. Kişilerin SONTUS ölçeğinin 5 alt faktörü (Serbest Dönem, Akademik Dönem, Sosyal Aktivite Dönemleri, Strese Bağlı Dönem ve Kullanım Motivasyonları) ile yalnızlık durumu arasındaki ilişkiye bakılmıştır. Sadece Akademik Dönem ile yalnızlık arasında anlamlı ilişki bulunmuştur. Kişilerin Akademik Dönemlerde sosyal medyada harcadıkları zaman arttıkça yalnızlık durumları da artmıştır. Akademik dönemlerde sosyal medya kullanırken katılımcılar kendilerini daha yalnız hissetmektedirler.

Aksak (2017) ise çalışmasında bizim çalışmamızdan farklı olarak sosyal medyayı bilgi amaçlı kullanan kişilerin yalnızlık durumlarının daha düşük olduğunu bulmuştur. İnternette fazla zaman harcayan öğrencilerin ödev ya da notlarında düşmeye sebep olduğu fakat bu durumun yalnızlık durumuyla ilişkili olmadığı görülmüştür. Cengizhan (2003) yaptığı çalışmasında yoğun İnternet kullanımının sosyal hayatı etkileyerek akademik başarılarında düşüşe sebep olduğu sonucuna ulaşmıştır.

Sosyal medya sadece takip etme/edilme, vakit geçirme, eğlence amacıyla kullanılmaz. Sosyal medya, öğrencilerin bilgi sahibi olabilecekleri bir alandır. Öğrenciler araştırma veya proje ödevi gibi farklı konularda bilgi edinme ihtiyacı hissederler. Öğrenciler sosyal medyaya bu gibi durumlarda başvurmakta, edindiği farklı bilgiler ile aradığı sorulara yanıtlar bulabilmektedir. Yanıtlarını bulduğu takdirde kişi, kendisiyle olan bağımlı güçlendirerek kendisini daha pozitif hissetmektedir.

H3 hipotezimizde öğrencilerin **Sosyal Aktivite Dönemlerinde** sosyal medyada harcadıkları zaman ve Yalnızlık Durumu arasında %5 seviyesinde istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki olmadığı bulunmuştur ($p = 0,09$), ($\beta = 0,101$).

Yapılan bir kısım çalışmalarda bizim çalışmamızdan farklı sonuçlar elde edilmiştir. Taydaş (2012) yaptığı çalışmasında üniversite öğrencilerinin Facebook

ortamında harcadıkları zamanı sosyal aktivite olarak gördükleri için yalnızlaşmalarını önlediği sonucuna varılmıştır. Uzun (2013) çalışmasında sanal ortamlarda harcadıkları zamanın kendilerini sosyalleştirdiğini, sosyal hayattaki sosyalliklerinin önüne geçmediğini ve kendilerini yalnızlaştırmadıklarını tespit etmiştir. Batıgün ve Hasta (2010) çalışmalarında kişilerin İnternet bağımlılığı ve yalnızlık durumları arasındaki ilişkiyi araştırmıştır. Çalışmalarında İnternet bağımlısı olan kişilerin kendilerini daha az yalnız hissettikleri sonucuna ulaşılmıştır ve bağımlı olan kişiler İnterneti etkileşim amaçlı kullanmışlardır. Nowland ve arkadaşları (2018) çalışmalarında Yalnız insanların İnterneti sosyal etkileşim için kullandıklarını ve İnternet'i, çevrimdışı sosyal etkinliklerde harcanan zamanı yitirecek şekilde kullanma olasılıklarının daha yüksek olduğunu bulmuşlardır. Yalçın (2015), öğrencilerin İnternete girmedikleri zaman sinirli ve keyifsiz olduklarını ve bu durumun yalnızlık düzeyinde anlamlı bir sonuç çıkardığı sonucuna ulaşmıştır.

H4 hipotezimizde öğrencilerin **Strese Bağlı Dönemlerde** sosyal medyada harcadıkları zaman ve Yalnızlık Durumu arasında %5 seviyesinde istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki olduğu ortaya çıkmıştır ($p = 0,03$). Yani, Strese Bağlı Dönemdeki bir birim artış, yalnızlık üzerinde pozitif olarak olumlu etkilemektedir. Başka bir ifadeyle, öğrencilerin Strese Bağlı Dönemde Sosyal Medyada geçirdikleri süre arttıkça yalnızlık durumları da artmaktadır ($\beta = 0,144$).

Corcoran (2018) çalışmasında bizim çalışmamıza benzer şekilde sonuçlar elde etmiştir. Kendine zarar verme davranışı (NSSI) ile SONTUS ölçeğinin alt faktörlerinden olan strese bağlı sosyal ağ kullanımı arasında ilişkiyi incelemiştir. Çalışma ile aralarında pozitif ve yüksek bir ilişki bulunmuştur. Erdem ve arkadaşları (2017) çalışmalarında yalnızlık duygusu yaşayan öğrencilerin bu rahatsız edici histen kurtulmak için zamanlarının çoğunu İnternette geçirdiklerini söylemişlerdir. Öğrenciler sosyal medyanın zararlı olduğunu dile getirdikleri halde kullanmaya devam etmektedirler.

Skues ve arkadaşları (2012) çalışmalarında bizim çalışmamızdan farklı olarak yalnızlık hissi gösteren öğrencilerin daha fazla Facebook arkadaşına sahip olma eğiliminde olduklarını, can sıkıntısının Facebook'ta harcanan zamanın önemli bir yordayıcısı olmadığı sonucuna ulaşılmıştır. Zaffar ve arkadaşları (2015) çalışmalarında

Facebook'ta fazla zaman harcayan öğrencilerin zihinsel ve sosyal yaşamları üzerinde olumsuz etki yarattığı sonucuna ulaşmışlardır. Putri (2018) çalışmasında Beş Faktör kişilik özellikleri (FFI) ile sosyal ağ kullanım süresi (SONTUS) arasındaki ilişki ve kişiliğin niceliksel sosyal medya kullanımına etkisini incelenmiştir. Sosyal medya kullanımının herkes için bir zorunluluk olduğu, günlük aktiviteleri gerçekleştirirken birçok insanın sosyal medyadan ayrılmadığı görülmüştür. Sosyal medya kullanımı kişiyi strese sokmaktadır. Bazı insanlar sosyal medya kullanımının bir kişinin kişiliğini önemli ölçüde etkileyebileceğinin farkında değildir. Christensen (2018) çalışmasında bir kişinin sosyal medyada çok fazla zaman harcadığında, azalmış duygusal refah yaşadığını ve bu yüzden de ilişkilerinde düşük kalite yaşamalarına neden olmaktadır. Kişi uzun süre sosyal medyayı kullandığında duygularının olumsuz yönde etkilendiği sonucuna ulaşılmıştır.

H5 hipotezimizde öğrencilerin **Kullanım Motivasyonları** Dönemlerinde sosyal medyada harcadıkları zaman ve Yalnızlık Durumu arasında %5 seviyesinde istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki olmadığı ortaya çıkmıştır ($p = 0,06$), ($\beta = -0,119$).

Bonetti ve arkadaşları (2010) İnternet kullanımının sosyal etkileşimlerine izin verdiklerini ve yalnız insanların İnternette daha sık iletişim kurdukları, rahat konuşabildikleri sonucuna ulaşmıştır. Odacı ve Kalkan (2010) araştırmalarında üniversite öğrencilerinin problemleri İnternet kullanımı arttıkça arkadaşlık kaygısı ve yalnızlık düzeyleri de artmaktadır. Whitty ve Mclaughlin (2007) yalnız insanların, İnterneti eğlence amaçlı kullanma olasılığının yüksek olduğu sonucuna ulaşmışlardır. Coget ve arkadaşları (2002) İnternet üzerinde çevrimiçi arkadaşlara sahip olan insanların, olmayanlara göre daha yalnız olduklarını bulgulamıştır.

Teppers ve arkadaşları (2013) yeni arkadaşlık kurmak için Facebook kullanımının zamanla yalnızlık hislerini azalttığını söylemişlerdir. Sharabi ve Margarit (2011) Öğrencilerin İnterneti gerçek yaşamdaki arkadaşlarıyla ve tanıdıklarıyla iletişim kurmak için daha fazla kullandıklarında, yalnızlıklarının azaldığını söylemişlerdir. Sum ve arkadaşları (2008) İnternetin bir iletişim aracı olarak kullanılmasının daha düşük sosyal yalnızlık düzeyi ile ilişkili olduğunu söylemişlerdir. Martin ve Schumacherb (2003) yalnız olan insanların İnterneti yeni nisanlarla tanışmak ve benzer ilgi alanlarına sahip başkalarıyla etkileşimde bulunmak için kullandıkları sonucuna ulaşmışlardır.

H6 hipotezimizde öğrencilerin **Cinsiyet** durumları ile yalnızlık durumları arasında %5 seviyesinde istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki olmadığı bulunmuştur ($p = 0,89$), ($\beta = -0,06$).

Literatürde araştırma sonucumuza benzer birçok çalışma bulunmaktadır (Çeçen, 2008; Ekinci ve arkadaşları, 2015; Ünlü F, 2015; Altundağ, 2013; Demirtaş, 2007). Bu araştırmalara göre de kişilerin yalnızlık halleri ile cinsiyet durumları arasında ilişki bulunamamıştır. Bu araştırmaların yanı sıra kişinin yalnızlık durumunun cinsiyet üzerinde etkisinin olduğu birçok çalışma bulunmaktadır. Aksak (2017) çalışmasında lise öğrencilerinin cinsiyet düzeyleri ve yalnızlık halleri arasında anlamlı bir ilişki bulmuştur. Araştırmasında erkek öğrencilerin kız öğrencilere göre daha yüksek düzeyde yalnızlık yaşadığı sonucuna ulaşmıştır. Ünal ve Bilge (2005) yaptıkları çalışmalarda kadınların erkeklere göre daha fazla yalnızlık hissettiği sonucunu bulmuşlardır.

Ayrıca, SONTUS (Sosyal Ağ Kullanımı Zaman Ölçeği) ölçeği ile belirlenmiş olan kullanıcı tiplerine göre üniversite öğrencilerinin % 2'si düşük sosyal medya kullanıcısı, % 19'u ortalama sosyal medya kullanıcısı, % 73'ü yüksek sosyal medya kullanıcısı ve % 6'sı aşırı sosyal medya kullanıcısıdır. UCLA yalnızlık ölçeği sonuçlarına göre ise üniversite öğrencilerinin % 55'i düşük düzeyde, %33'ü orta düzeyde ve % 2'si yüksek düzeyde yalnızlık hissetmektedir.

Yaş grupları değişkenine ait yalnızlık ve sosyal medya kullanımı incelendiğinde, bütün yaş gruplarının genellikle düşük yalnızlık hissettikleri görülmektedir. 18 ve altı yaş grubunda yer alan katılımcılardan hiçbiri yüksek yalnızlık hissetmediğini belirtmiştir. Diğer yaş grupları incelendiğinde ise yaş arttıkça yüksek yalnızlık hisseden kişi oranının düştüğü görülmektedir. Sosyal medya kullanıcı tipleri yaş aralığına göre incelendiğinde ise 18 ve altı yaş grubunda yer alan katılımcıların düşük bağımlılık ve aşırı bağımlılık gruplarında yer almadıkları bulgusu ortaya çıkmıştır. Bu bulgu doğrultusunda 18 ve altı yaş grubunda yer alan katılımcıların sosyal medyayı etkin kullandıkları ve aşırıya kaçmadıkları söylenebilir. Diğer yaş grupları incelendiğinde, yaş arttıkça düşük ve yüksek sosyal medya kullanım oranının azaldığı, ortalama kullanımın ise arttığı görülmektedir. Bu bulgu sonucunda, yaş arttıkça kullanımın ortalama seviyesine yaklaştığı söylenebilir.

Öğrenim görülen yer değişkenine ait bulgular incelendiğinde, il merkezinde öğrenim gören katılımcıların çoğunluğunun düşük seviyede yalnızlık hissettikleri görülmektedir. Orta ve yüksek yalnızlık hisseden katılımcıların oranı belirli oranda azalmaktadır. İlçe merkezinde eğitim gören katılımcılar ise yakın oranlarda düşük ve orta düzeyde yalnızlık hissettikleri görülmektedir. Yüksek yalnızlık hisseden kimse yoktur. Sosyal medya kullanımına bakıldığında ise il ve ilçe oranları birbirlerine yakın oranlardır. Bu bulgu sonucunda, eğitim görülen yerin sosyal medya kullanımını etkilemediği söylenebilir.

Eğitim görülen alan değişkenine ait bulgular incelendiğinde, sosyal bilimler ve sağlık bilimleri alanlarında eğitim gören katılımcıların genellikle düşük seviyede yalnızlık hissettikleri, fen bilimleri ve güzel sanatlar alanlarında eğitim gören katılımcıların ise genellikle orta düzey bir yalnızlık hissettikleri ancak yakın oranda düşük yalnızlık seviyesinde oldukları söylenebilir. Sosyal medya kullanımına bakıldığında ise güzel sanatlar alanında eğitim gören katılımcıların aşırı sosyal medya bağımlısı olmadıkları, sağlık bilimlerinde eğitim gören katılımcıların ise düşük sosyal medya bağımlısı olmadıkları dikkat çekmektedir. Katılımcıların büyük çoğunluğu bölüm bağımsız olarak yüksek bağımlılık seviyesinde yer almışlardır. Bu bulgu sonucunda, sosyal medya kullanımının bölüme göre değişmediği söylenebilir.

Öğrencilik durumu değişkenine ait bulgular incelendiğinde, ön lisans öğrencilerinin eşit oranlarda düşük ve orta düzeyde yalnızlık hissettikleri, diğer eğitim gruplarında yer alan katılımcıların ise genellikle düşük yalnızlık düzeyinde oldukları bulgusuna ulaşılmıştır. Sosyal medya kullanımına bakıldığında ise ön lisans öğrencilerinin sosyal medya kullanımının düşük seviyede olmadığı, lisansüstü öğrencilerinin ise aşırı seviyede olmadığı görülmektedir. Bütün eğitim gruplarında genellikle yüksek sosyal medya kullanım oranı ağır basmıştır. Bu bulgu sonucunda eğitim grubunun sosyal medya kullanımına karşı aşırı bir etkisinin olmadığı söylenebilir.

Barınılan yer değişkenine ait bulgular incelendiğinde, katılımcıların geneli yer fark etmeksizin düşük yalnızlık seviyesinde hissetmektedir. Sosyal medya kullanımında ise genellikle yüksek kullanıcı oldukları görülmektedir. Aile yanında ve diğer barınma yerlerinde kalanların ise yüksek kullanım oranının diğer yerlere göre daha fazla olduğu

görülmektedir. Yurtta ve arkadaşı ile evde barınan katılımcıların yüksek kullanım oranının daha düşük olması akran iletişimi ile ilişkilendirilebilir.

Mezun olunan lise değişkenine ait bulgular incelendiğinde, özel lise ve diğer liselerde eğitim görmüş katılımcılar haricindeki bütün katılımcıların genellikle düşük düzeyde yalnızlık hissettikleri bulgusuna ulaşılmıştır. Özel lise ve diğer liselerden mezun olmuş katılımcıların ise genellikle orta düzeyde yalnız hissettikleri görülmektedir. Bu bulgu ışığında, lise türünün yalnızlığı etkilediği söylenebilir. Sosyal medya kullanımı incelendiğinde, açık lise mezunu katılımcıların genellikle ortalama sosyal medya kullanıcısı oldukları, kalan eğitim kurumlarından mezun olan katılımcıların ise genellikle yüksek sosyal medya kullanıcısı oldukları bulgusuna ulaşılmıştır. Bu bulgu ışığında, eğitim kurumunun örgün veya uzaktan eğitim vermesinin sosyal medya kullanımını etkilediği düşünülebilir.

Gelir durumu değişkenine ait bulgular incelendiğinde, gelir fark etmeksizin katılımcıların genellikle düşük yalnızlık hissettikleri görülmektedir. Geliri 1001 Türk Lirası ve üzeri olan katılımcıların kendilerini yüksek yalnız hissetmedikleri bulgusu dikkat çekmektedir. Yüksek yalnızlık seviyesinin gelir durumu ile bir ilişkisi olduğu düşünülebilir. Sosyal medya kullanımı incelendiğinde ise gelir düzeyinden bağımsız olarak katılımcılar genellikle yüksek kullanım düzeyinde yer almışlardır.

Ders çalışma alışkanlıkları değişkenine ait bulgular incelendiğinde, hiç ders çalışmayan katılımcıların çoğunluğunun kendini orta düzeyde yalnız hissettiği, kalan gruplarda yer alan katılımcıların ise genellikle kendilerini düşük seviyede yalnız hissettikleri görülmektedir. Bu bulgu sonucunda, hiç ders çalışmamanın yalnızlığa veya yalnızlığın hiç ders çalışmamaya yol açtığı düşünülebilir. Sosyal medya kullanımı incelendiğinde ise katılımcılar bütün gruplarda genellikle yüksek sosyal medya kullanım düzeyinde yer almışlardır. Bu bulgu sonucunda ise, ders çalışma alışkanlığının sosyal medya kullanımını etkilemediği söylenebilir.

Derse devam alışkanlığı değişkenine ait bulgular incelendiğinde, derse hiç devam etmeyen katılımcıların çoğunluğunun kendini orta düzeyde yalnız hissettiği, kalan gruplarda yer alan katılımcıların ise genellikle kendilerini düşük seviyede yalnız hissettikleri görülmektedir. Bu bulgu sonucunda, derse devam etmemenin yalnızlığa veya yalnızlığın derse devam etmemeye yol açtığı düşünülebilir. Sosyal medya

kullanımı incelendiğinde ise katılımcılar hiç derse devam etmeyen grubunda yüksek ve ortalama kullanıcı düzeyinde yer almışlardır. Kalan bütün gruplarda genellikle yüksek sosyal medya kullanım düzeyinde yer almışlardır. Bu bulgu sonucunda ise, derse devam alışkanlığının sosyal medya kullanımını etkilemediği söylenebilir.

Kullanılan sosyal medya uygulaması değişkenine ait bulgular incelendiğinde, katılımcıların nadiren kullandıkları sosyal medya araçları için sonuç çıkarılamamaktadır. Katılımcıların yüksek oranlarda kullandıkları sosyal medya araçları fark etmeksizin katılımcılar kendilerini düşük yalnızlık seviyesinde hissetmekte olduğu bulgusuna ulaşılmıştır. Bu bulgu doğrultusunda, kullanılan sosyal medya uygulamasının yalnızlık düzeyi ile bir ilişkisi olmadığı düşünülebilir. Sosyal medya kullanımı incelendiğinde ise kullanıcıların genellikle yüksek kullanım düzeyinde yer aldıkları bulgusuna ulaşılmıştır. Bu bulgu ışığında, kullanılan sosyal medya uygulamasının sosyal medya kullanımını etkilemediği söylenebilir.

Sosyal medya erişim aracı değişkenine ait bulgular incelendiğinde, erişim için telefon kullananların genellikle kendilerini orta düzeyde yalnız hissettikleri, kalan araçları kullananların ise düşük düzeyde yalnız hissettikleri bulgusuna ulaşılmıştır. Bu bulgu sonucunda, erişim aracının yalnızlığı az da olsa etkileyebildiği düşünülebilir. Sosyal medya kullanımı incelendiğinde ise dizüstü bilgisayar ile erişim sağlayanların ortalama kullanıcı düzeyinde oldukları, diğer katılımcıların ise yüksek kullanıcı düzeyinde oldukları bulgusu ortaya çıkmıştır. Elde edilen bulgu, erişim aracının sosyal medya kullanım düzeyini etkilediği düşüncesini ortaya çıkarabilir.

Sosyal medya kullanım süresi değişkenine ait bulgular incelendiğinde, katılımcılar genellikle düşük yalnızlık hissetmektedir. Bu bulgu ışığında, sosyal medya kullanım süresinin yalnızlığı etkilemediği söylenebilir. Sosyal medya kullanım düzeyine bakıldığında ise katılımcıların genellikle yüksek düzeyde kullanım gösterdiği bulgusuna ulaşılmıştır. Bu bulgu ise sosyal medya kullanım süresinin sosyal medya kullanım düzeyini etkilemediği düşüncesini ortaya çıkarabilir.

Sosyal medyada günlük harcanan zaman değişkenine ait bulgular incelendiğinde bütün gruplarda genellikle düşük yalnızlığın hissedildiği bulgusunun ortaya çıktığı görülmektedir. Bunun sonucunda sosyal medya günlük geçirilen zamanın yalnızlığı etkilemediği söylenebilir. Sosyal medya kullanımına bakıldığında ise bütün gruplardaki

katılımcıların yüksek kullanım düzeyinde oldukları bulgusu ortaya çıkmıştır. Bu bulgu da sosyal medyada günlük geçirilen zamanın kullanım düzeyini etkilemediği düşüncesini ortaya çıkardığı düşünülebilir.

Sosyal medya bildirimlerini kontrol etme sıklığı değişkenine ait bulgular incelendiğinde, katılımcıların genellikle düşük yalnızlık hissettikleri bulgusu ortaya çıkmıştır. Bunun sonucunda sosyal medya bildirimlerini kontrol etme sıklığının yalnızlığı etkilemediği söylenebilir. Sosyal medya kullanımına bakıldığında ise bütün gruptaki katılımcıların yüksek kullanım düzeyinde oldukları bulgusu ortaya çıkmıştır. Bu bulgu da sosyal medya bildirimlerini kontrol etme sıklığının kullanım düzeyini etkilemediği düşüncesini ortaya çıkardığı düşünülebilir.

Bu çalışmada diğer çalışmaların aksine üniversite öğrencilerinin normal zamanlarda sosyal medyada geçirdikleri zaman değil yurttan ya da evde temizlik, yemek, bulaşık vb. işleri yaparken (Rahatlama ve Serbest Dönem), bir seminerde ya da eğitim programındayken, kütüphanede ders çalışırken (Akademik Dönem), düğün töreni, doğum günü partisi vb. sosyal bir etkinlikteyken, dini bir mekanda ibadet saatini beklerken (Sosyal Aktivite Dönemleri), çok fazla stresliyken, zihinsel stresin azaltılması gerektiğinde (Strese Bağlı Dönem), aile veya arkadaşlarla iletişim kurma ihtiyacı hissedilirken, yeni tanışılan biri hakkında daha fazla bilgi edinmek istenirken (Kullanım Motivasyonları) gibi olağan dışı zamanlarda sosyal medyada geçirdikleri zaman ölçülmüştür. Türkçe literatürde SONTUS ölçeği ile yapılan çalışma bulunamamıştır. Bu durum ise çalışmamızın Türkçe literatürde farkını ortaya koymaktadır.

Tüm bu sonuçlar çerçevesinde çalışmanın sınırlılıkları ve bulguları doğrultusunda oluşturulan öneriler maddeler halinde sunulmuştur.

- Araştırmanın örnekleme üniversite öğrencileri ile sınırlı tutulmuştur. Gelirleri, boş zaman dilimleri ve eğitim durumları birbirlerine yakın olduğu için ortaya çıkan sonuçlar genellenebilir. Farklı gruplar üzerinde denendiğinde farklı sonuçlar çıkabilir.
- Çalışmamızın bir diğer sınırlılığı 428 üniversite öğrencisi üzerinde uygulanmasıdır. Örneklem genişletilerek sonuçların genellenebilirliği artırılabilir.

- Çalışmamız üniversite öğrencileri dışında farklı gruplar üzerinde de gerçekleştirilebilir.
- Çalışmada SONTUS sosyal medya ve UCLA yalnızlık ölçekleri kullanılmıştır. Çalışma farklı ölçeklerle yapılabilir.
- Çalışma farklı üniversiteler ya da bölümler arasında uygulanabilir.
- Nitel araştırma yöntemlerinden yararlanılarak aynı amaç doğrultusunda çalışma daha anlamlı hale getirilebilir.
- Çalışmada SONTUS ölçeğinin alt faktörleri ile öğrencilerin yalnızlık düzeyleri arasındaki ilişki incelenmiştir. Yapılacak olan çalışmalarda yalnızca SONTUS ölçeği kullanılabilir.
- Yapılacak olan çalışmalarda yalnızlık türleri ile SONTUS ölçeği arasındaki ilişki incelenebilir.

KAYNAKÇA

- Aarts, S., Peek, S. T., & Wouters, E. J. (2015). "The Relation Between Social Network Site Usage and Loneliness And Mental Health in Community-Dwelling Older Adults". *International Journal of Geriatric Psychiatry*, 30(9), 942-949.
- Aksak, M. (2017). *Farklı Lise Türlerine Devam Eden Lise Öğrencilerinin Sosyal Medyaya İlişkin Tutumları ile Yalnızlık Düzeyleri Arasındaki İlişkinin İncelenmesi (Gaziosmanpaşa İlçesi Örneği)*. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). İstanbul: Marmara Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü.
- Aktaş, A. S. (2017). *Yetişkin Bireylerde Sosyal Medya Kullanım Davranışları ile Yalnızlık Düzeyi Arasındaki İlişkinin Değerlendirilmesi*. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). İstanbul: Üsküdar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Akyazı, E., & Ünal, A. T. (2013). "İletişim Fakültesi Öğrencilerinin Amaç, Benimseme, Yalnızlık Düzeyi İlişkisi Bağlamında Sosyal Ağları Kullanımı". *Global Media Journal TR*, 3(6), 1-24.
- Akyüz, A. (2018). *Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Medyaya İlişkin Tutumları ile Aile İçi İletişim ve Yalnızlık Algısı Arasındaki İlişkinin Değerlendirilmesi*. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). İstanbul: Üsküdar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Akyüz, C. (2016). *Facebook Kullanımının Yetişkin Bayanların Yalnızlık ve Umutsuzluk Düzeyi Üzerindeki Etkileri*. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). İstanbul: Nişantaşı Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Akyüz, D. (2019). "Sosyal Medya ve Yalnızlık". 13.04.2019 tarihinde Sosyal Medya ve Yalnızlık:
https://www.academia.edu/10873289/Sosyal_Medya_Ve_Yaln%C4%B1zl%C4%B1k adresinden alındı.
- Alkan, S., & Sezgin, A. (1998). "Yetişkin Hastalarda Yalnızlık". *Cumhuriyet Üniversitesi Hemşirelik Yüksekokulu Dergisi*, 43-52.
- Alpaslan, A. H., Avci, K., Soylu, N., & Guzel, H. I. (2015). "The Association Between Problematic Internet Use, Suicide Probability, Alexithymia and Loneliness Among Turkish Medical Students". *Journal of Psychiatry*, 18(1), 1-8.

- Altundağ, Y. (2013). *Anne-babası Boşanmış Ergenlerin Psikolojik Dayanıklılık Düzeylerinde Yordayıcı Değişkenler Olarak Yaşam Doyumu ve Yalnızlık*. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Bolu : Abant İzzet Baysal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Ang, C.-S., Chan, N.-N., & Lee, C.-S. (2018). "Shyness, Loneliness Avoidance, and Internet Addiction: What are the Relationships?". *The Journal of Psychology*, 152(1), 25-35.
- Appel, M., Holtz, P., Stiglbauer, B., & Batinic, B. (2012). "Parents as a Resource: Communication Quality Affects the Relationship Between Adolescents' Internet Use And Loneliness". *Journal of Adolescence*, 35(6), 1641-1648.
- Armağan, A. (2014). "Yalnızlık ve Kişilerarası İletişim İlişkisi: Öğrenciler Üzerinde Bir Araştırma". *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 7(30), 27-43.
- Arslan, A., & Ünlü, D. (2016). "Instagram Fenomenleri ve Reklam İlişkisi: Instagram Fenomenlerinin Gözünden Bir Değerlendirme". *Maltepe Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 41-65.
- Asaf, Ö. (1997). *Benden Sonra Mutluluk*. İstanbul: Adam.
- Ayas, T., & Horzum, M. B. (2013). "Relation Between Depression, Loneliness, Self-Esteem and Internet Addiction". *Education*, 133(3), 283-290.
- Ayazseven, Ö., & Önder, F. C. (2018). "Ergenlerde İnternet Bağımlılığı: Depresyon ve Yalnızlığın Rolü". In *3rd Eurasian Conference on Language and Social Sciences*, (s. 31).
- Balcı, Ş., & Gölcü, A. (2013). "Facebook Addiction Among University Students in Turkey: Selcuk University Example". *Türkiyat Araştırmaları Dergisi*, 257-278.
- Balcı, Ş., & Olkun, E. O. (2015). "The Relation Between Loneliness in Social Life and Facebook Usage". In *Proceedings of International Academic Conferences* 84-100.
- Baş, T. (2013). *Anket Nasıl Hazırlanır? (7 b.)*. Ankara: Seçkin Yayınevi.
- Başer, A. (2014). *Sosyal Medya Kullanıcılarının Kişilik Özellikleri, Kullanım ve Motivasyonlarının Sosyal Medya Reklamlarına Yönelik Genel Tutumları*

Üzerindeki Rolü: Facebook Üzerine Bir Uygulama. (Yayımlanmamış Doktora Tezi). İstanbul: Mamara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

- Batıgün, A. D., & Hasta, D. (2010). "İnternet Bağımlılığı: Yalnızlık ve Kişilerarası İlişki Tarzları Açısından Bir Değerlendirme". *Anadolu Psikiyatri Dergisi*, 11(3), 213-219.
- Bayrak, H. (2019). *2019 İnternet Kullanımı ve Sosyal Medya İstatistikleri*. Erişim Tarihi: 06.04.2019, <https://dijilopedi.com/2019-internet-kullanimi-ve-sosyal-medya-istatistikleri/>.
- Bayrak, H. (2019). *2019 Türkiye İnternet Kullanım ve Sosyal Medya İstatistikleri*. Erişim Tarihi: 21.03.2019, <https://dijilopedi.com/2019-turkiye-internet-kullanim-ve-sosyal-medya-istatistikleri/>.
- Bayraktar, D. M., Hopcan, E. p., & Hopcan, S. (2013). "Adaption of Social Networks And Loneliness". *Journal of Hasan Ali Yücel Faculty of Education/Hasan Ali Yücel Eğitim Fakültesi Dergisi (HAYEF)*, 10(2), 35-45.
- Bayraktutan, G., Binark, M., Çomu, T., Doğu, B., İsmailoğlu, G., & Aydemir, A. (2012). "Sosyal Medyada 2011 Genel Seçimleri: Nicel-Nitel Arayüzey İncelemesi". *Selçuk İletişim Dergi*, 7(3), 15-16.
- Bharathi, P., Sridevi, G., & Kumar, & K. (2015). "Gender Difference and Age Factor in Loneliness, Depression and Social Network Effects of Widowhood". *International Journal of Scientific and Research Publications*, 5(11), 179-186.
- Bian, M., & Leung, L. (2014). "Linking Loneliness, Shyness, Smartphone Addiction Symptoms, and Patterns of Smartphone Use to Social Capital". *Social Science Computer Review*, 1-19.
- Biolcati, R., & Cani, D. (2015). "Feeling Alone Among Friends: Adolescence, Social Networks and Loneliness". *Webology*, 12(2), 1-9.
- Błachnio, A., Przepiorka, A., Bałakier, E., & Boruch, W. (2016). "Who Discloses the Most on Facebook?". *Computers in Human Behavior*(55), 664-667.

- Bonetti, L., Campbell, M., & Gilmore, L. (2010). "The Relationship of Loneliness and Social Anxiety With Children's and Adolescents' Online Communication". *CyberPsychology and Behavior*(13), 279-285.
- Bozoğlan, B., Demirer, V., & şahin, İ. (2013). "Loneliness, Self-Esteem, and Life Satisfaction as Predictors of Internet Addiction: A Cross-Sectional Study Among Turkish University Students". *Scandinavian Journal of Psychology*, 54(4), 313-319.
- Büyük, Ö. (2017). *Benlik Saygısı, Yalnızlık ve Sosyal Medya Kullanımı Arasındaki İlişki*.(Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). İstanbul: Maltepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Cansever, B. A. (2009). "Ergenlerin Toplumsallaşmasında İnternetin Etkilerine İlişkin Öğretmen Görüşleri". *Ege Eğitim Dergisi*, 10(1), 137-160.
- Cengizhan, C. (2003). "Bilgisayar ve İnternet Bağımlılığı, Türkiye'de" *İnternet Konferansı*. İstanbul.
- Ceyhan, A. A., & Yelpaze, İ. (2017). "Genç Yetişkinlerin Facebook Kullanım Davranışları ve Algılanan İletişim Becerileri". *Dokuz Eylül Üniversitesi Buca Eğitim Fakültesi Dergisi*, 44, 152-168.
- Ceyhan, A., & Ceyhan, E. (2008). "Loneliness, Depression, and Computer Self-Efficacy as Predictors of Problematic Internet Use". *CyberPsychology & Behavior*, 11(6), 699-701.
- Chapman, C. (2009). *The History and Evolution of Social Media*. Erişim Tarihi: 14.03.2019, <https://www.webdesignerdepot.com/2009/10/the-history-and-evolution-of-social-media/>.
- Chavez, G. B., & Chavez, F. C. (2017). "Relationship Between Facebook Addiction and Loneliness of Filipino High School Students". *Liceo Journal of Higher Education Research*, 13(1), 50-60.
- Christensen, S. P. (2018). Social Media Use and Its Impact on Relationships and Emotions.

- Clayton, R. (2012). *Loneliness, Anxiousness, Alcohol, And Marijuana Use: Examining The Predictors of Facebook Connections and Emotional Connectedness to Facebook Amongst College Freshmen*. (Unpublished Master's Thesis). ABD: Texas State University-San Marcos.
- Clayton, R. B., Osborne, R. E., Miller, B. K., & Oberle, C. D. (2013). "Loneliness, Anxiousness, and Substance Use as Predictors of Facebook Use". *Computers in Human Behavior*, 687–693.
- Coget, J.-F., Yamauchi, Y., & Suman, M. (2002). "The Internet, Social Networks and Loneliness". *It & Society*, 1(1), 180.
- Coget, J.-F., Yamauchi, Y., & Suman, M. (2002). "The Internet, Social Networks and Loneliness". *It & Society*, 1(1), 180.
- Corcoran, V. P. (2018). *Non-Suicidal Self-Injury and E-Communities: Investigating the Influence of Online Disinhibition*. (Unpublished Ph. D. Thesis). New York: Fordham University.
- Çağır, G. (2010). *Lise ve Üniversite Öğrencilerinin Problemleri İnternet Kullanım Düzeyleri İle Algılanan Esenlik Halleri ve Yalnızlık Düzeyleri Arasındaki İlişki*. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Balıkesir: Balıkesir Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Çakır, Ö., & Oğuz, E. (2017). "Lise Öğrencilerinin Yalnızlık Düzeyleri ile Akıllı Telefon Bağımlılığı Arasındaki İlişki". *Mersin Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 13(1), 418-429.
- Çakır, V., & Çakır, V. (2011). "Yalnızlık ve Televizyon Kullanımı". *Selçuk İletişim*, 7(1), 131-147.
- Çakır, V., Çakır, V., & Gülnar, B. (2016). "Communication Styles in Loneliness and Social Networks". *ResearchGate*, 1008-1021.
- ÇAM, E. (2012). *Öğretmen Adaylarının Eğitsel ve Genel Amaçlı Facebook Kullanımları ve Facebook Bağımlılıkları (SAÜ Eğitim Fakültesi Örneği)*. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Sakarya: Sakarya Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü.

- Çaycı, A. E., & Çaycı, B. (2017). "Sosyalleşme Yanılsaması: Dijital Kalabalıklar İçinde Yalnızlaşan Bireyler". *İletişim Çalışmaları*, 1(44), 44-58.
- Çeçen, A. R. (2008). "Öğrencilerinin Cinsiyetlerine ve Anababa Tutum Algılarına Göre Yalnızlık ve Sosyal Destek Düzeylerinin İncelenmesi". *Türk Eğitim Bilimleri Dergisi*, 6(3), 415-431.
- Çetinkaya, A., & Cılızoğlu, G. (2016). "Sivil Toplum Örgütlerinin Instagram Kullanımı". *Asos Journal*, 161-181.
- Çevik, G. B., & Yıldız, M. A. (2017). "The Roles of Perceived Social Support, Coping, and Loneliness in Predicting Internet Addiction in Adolescents". *Journal of Education and Practice*, 8(12), 64-73.
- Çingay, A. (2015). *Sosyal Medyanın Kişiselleştirici ve Yalnızlaştırıcı Etkisi*. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). İstanbul: Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Demir, A. (1989). "UCLA Yalnızlık Ölçeğinin Geçerlik ve Güvenirliği". *Psikoloji Dergisi*, 7(23), 14-18.
- Demir, T. (2011). "Medya ve Ergen". *Türk Pediatri Arşivi Dergisi*, 22(4), 22-24.
- Demir, Y., & Kutlu, M. (2016). "The Relationship Between Loneliness and Depression: Mediation Role of Internet Addiction". *Educational Process: International Journal*, 5(2), 97-105.
- Demirtaş, A. S. (2007). *İlköğretim 8. Sınıf Öğrencilerinin Algılanan Sosyal Destek ve Yalnızlık Düzeyleri ile Stresle Başa Çıkma Düzeyleri Arasındaki İlişki*. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Ankara: Gazi Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü.
- Deters, F. g., & Mehl, M. R. (2012). "Does Posting Facebook Status Updates Increase or Decrease Loneliness? An Online Social Networking Experiment". *Social Psychological and Personality Science*, 1-8.
- Deters, F. g., & Mehl, M. R. (2013). "Does Posting Facebook Status Updates Increase or Decrease Loneliness? An Online Social Networking Experiment". *Social Psychological and Personality Science*, 4(5), 579-586.

- Dike, G., Yalnız, T., Bektaş, B., Turhan, A., & Çevik, S. (2017). "Relationship Between Smartphone Addiction and Loneliness Among Adolescents". *Journal of Dependence*, 18(4), 103-111.
- Dittmann, K. L. (2003). *A Study of the Relationship Between Loneliness and Internet Use Among University Students*. (Unpublished Ph. D. Dissertation). Scotland:Andrews University.
- Doğan, U., & Karakuş, Y. (2016). "Lise Öğrencilerinin Sosyal Ağ Siteleri Kullanımının Yordayıcısı Olarak Çok Boyutlu Yalnızlık". *Sakarya University Journal of Education*, 6(1), 57-71.
- Durualp, E., & Çiçekoğlu, P. (2013). "Yetiştirme Yurdunda Kalan Ergenlerin Yalnızlık Düzeylerinin İnternet Bağımlılığı ile Çeşitli Değişkenler Açısından İncelenmesi". *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 15(1), 29-46.
- Ekinci, N. E., Demiel, M., Demirel, D. H., & Utku, U. Ş. (2015). "Lise Öğrencilerinin Yalnızlık Algılarının Rekreatif Etkinliklere Katılımları ve Bireysel Değişkenlere Göre İncelenmesi". *Sportif Bakış: Spor ve Eğitim Bilimleri Dergisi*, 2(2), 71-78.
- Ellison, N. B., Steinfield, C., & Lampe, C. (2007). "The Benefits of Facebook Friends: Social Capital and College Students' Use of Online Social Network Sites". *Journal of Computer-Mediated Communication*, 12(4), 1143-1168.
- Eni, Ş. (2017). *Lise Öğrencilerinin Sosyal Medya Kullanma Sıklığının Yalnızlık Algılarına Etkisi*. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). İstanbul: Haliç Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Erdem, A., Alkan, M. F., & Erdem, Ş. (2017). "Öğretmen Adaylarının Sosyal Medya Kavramına İlişkin Algıları". *Karaelmas Eğitim Bilimleri Dergisi*, 5(2), 169-179.
- Eric, J., & Moody, B. (2001). "Internet Use and Its Relationship to Loneliness". *CyberPsychology & Behavior*, 4(3), 393-401.
- Ernst, J. M., & Cacioppo, J. T. (1999). "Lonely Hearts: Psychological Perspectives on Loneliness". *Applied and Preventive Psychology*, 8, 1-22.

- Eroğlu, A., & Bayraktar, S. (2017). "İnternet Bağımlılığı ile İlişkili Değişkenlerin İncelenmesi". *International Journal of Social Sciences and Education Research*, 3(1), 185-199.
- Ezoe, S., & Toda, M. (2013). "Relationships of Loneliness and Mobile Phone Dependence with Internet Addiction in Japanese Medical Students". *Open Journal of Preventive Medicine*, 3(6), 407-412.
- Fazıl, N. (1996). *Çile*. Ankara : Büyük Doğu.
- Fink, M., & Miller, Q. (2014). "Trans Media Moments: Tumblr, 2011–2013". *Television & New Media*, 15(7), 611-626.
- Francis, J. (2018). *Thanks to Facebook, Getting Old Isn't That Bad and I am not All Alone in This World: An Investigation of the Effect of Facebook Use on Mattering and Loneliness Among Elder Orphans*. Michigan: Michigan State University.
- Fromm, E. (2003). *Sevme Sanatı* (10 b.). (Y. Salman, Çev.) İstanbul: İlya Yayınevi.
- Fromm, F., & Reichmann, M. (1990). "Loneliness". *Contemporary Psychoanalysis*, 26(2), 305-330.
- Genç, Y., Durđun, A., Kara, H. Z., & Çakır, R. (2018). "İnternet Kullanımının Üniversite Öğrencilerinin Yalnızlık Algılarına Etkileri". *Akademik İncelemeler Dergisi*, 13(2), 301-336.
- Gençtan, E. (1998). *Kim bilir?* İstanbul: Metis Yayınları.
- Gençtan, E. (1999). *İnsan Olmak* (20 b.). İstanbul: Remzi Kitabevi.
- Goulet, N. (2002). *The Effect of Internet Use And Internet Dependency on Shyness, Loneliness, and Self-Consciousness in College Students*. State University of New York.
- Greenwood, H. B. (2008). *The Relationship Between the Qualities of Adolescents' Online Friendship and Experience of Loneliness*. California: Alliant International University.

- Gülbahar, Y., Kalelioğlu, F., & Madran, O. (2016). "Sosyal Ağların Eğitim Amaçlı Kullanımı. XV". *Türkiye'de İnternet Konferansı*, (s. 1-6). İstanbul. <http://www.inet-tr.org.tr>.
- Gün, F. (2006). *Kent Kültüründe Yalnızlık Duygusu*. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Ankara: Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Hair, J., Black, J., Babin, B., Anderson, R., & Tatham, R. (2006). *Multivariate Data Analysis* ((Sixth Edition) b.). New Jersey, Upper Saddle River: Prentice Hall.
- Haliloğlu, S. (2008). *Ortaöğretim 9. Sınıf Öğrencilerinin Yalnızlık Düzeyleri, Bağlanma Biçimleri ve İşlevsel Olmayan Tutumları Arasındaki İlişkinin İncelenmesi (Malatya İli Örneği)*. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Malatya: İnönü Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Hamburger, A., & Artzi, B. (2003). "Loneliness and Internet Use". *Computers in Human Behavior*, 71–80.
- Hamilton, K. (2017). *Ethnic Minority Females in Emerging Adulthood: An Evaluation of Problematic Internet Use and Loneliness*.
- He, F., Zhou, Q., Li, J., Cao, R., & Guan, H. (2014). "Effect of Social Support on Depression of Internet Addicts and the Mediating Role of Loneliness". *He et al. International Journal of Mental Health Systems*, 34(8), 1-5.
- Huana, V. S., Anga, R. P., Chonga, W. H., & Chyea, S. (2014). "The Impact of Shyness on Problematic Internet Use: The Role of Loneliness". *The Journal of Psychology*, 148(6), 699-715.
- 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.
- Irwansyah. (2005). *Internet Uses, Gratifications, Addiction, and Loneliness Among International Students (A Case Study at the East West Center Housing)*. (Unpublished Ph. D. Dissertation). Manoa: University of Hawaii
- Isanejad, O., & Bagheri, A. (2018). "Marital Quality, Loneliness, and Internet Infidelity". *Cyberpsychology, Behavior and Social Networking*, 21(9), 542-548.

- Jiang, Q., Li, Y., & Shypenka, V. (2018). "Loneliness, Individualism, and Smartphone Addiction Among International Students in China". *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 21(11), 711-718.
- Jin, B. (2013). "How Lonely People Use and Perceive Facebook". *Computers in Human Behavior*, 2463–2470.
- Jones, W. H., Freemon, J. E., & Goswick, R. A. (1981). "The Persistence of Loneliness: Self and Other Determinants". *Journal of Personality*, 1, 27-48.
- Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). "Users of the World, Unite! The Challenges and Opportunities of Social Media". *Business Horizons*, 59-68.
- Karagöz, Y. (2017). *Bilimsel Araştırma Yöntemleri ve Yayın Etiği*. Sivas: Nobel.
- Karahan, T. F., Sardoğan, M. E., Şar, A. H., Ersanlı, E., Kaya, S. N., & Kumcağız, H. (2004). "Üniversite Öğrencilerinin Yalnızlık Düzeyleri ile Benlik Saygısı Düzeyleri Arasındaki İlişkiler". *Ondokuz Mayıs Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 18, 27-39.
- Karakoç, E., & Taydaş, O. (2013). "Bir Serbest Zaman Etkinliği Olarak Üniversite Öğrencilerinin İnternet Kullanımı ile Yalnızlık Arasındaki İlişki: Cumhuriyet Üniversitesi Örneği". *İletişim Fakültesi Akademik Dergisi*, 7(4), 33-45.
- Kern, D. M. (2015). *Feelings of Loneliness and Sense of Community Among Online Social Network Users*. Illinois: Rosalind Franklin University
- Keser, A., & Karaduman, -M. (2014). "İş Yaşamında Yalnızlık Algısının Örgütsel Vatandaşlık Davranışı ile İlişkisi ve Öğretmenler Üzerinde Bir Araştırma". *Hak İş Uluslararası Emek ve Toplum Dergisi*, 3(7), 178-197.
- Keskin, H. (2018). *Sosyal Medyayla Birlikte Değişen Reklam Stratejileri: Sosyal Medyada Hedef Kitle Belirleme Yöntemleri*. İstanbul.
- Khalaila, R., & Vitman-Schorr, A. (2017). "Internet Use, Social Networks, Loneliness, and Quality of Life Among Adults Aged 50 and Older: Mediating and Moderating Effects". *Quality of Life Research*, 27(2), 479-489.

- Kısa, Ö. (2018). *Ortaokul Öğrencilerinde Yalnızlık ve Sosyal Beceri Düzeyleri ile İnternet Bağımlılığı Arasındaki İlişkinin İncelenmesi*. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Kırklareli: Kırklareli Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü.
- Koçak, E. (2008). *Ergenlerde Yalnızlığın Yordayıcısı Olarak Benlik Saygısı ve Sürekli Öfke ve Öfke İfade Tarzlarının İncelenmesi*. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Adana: Çukurova Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Koçoğlu, S. (2018). *Instagram Tarihi: Instagram Nedir? Nasıl Kullanılır? Ne İşe Yarar?* Erişim Tarihi: 16.03.2019, <https://www.brandingturkiye.com/instagram-tarihi-instagram-nedir-nasil-kullanilir-ne-ise-yarar/>.
- Korkmaz, N. (2017). *Lise Öğrencilerinde İnternet Kullanımının Başarı, Yalnızlık ve Depresyon Düzeyleri ile İlişkisi*. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). İstanbul: Üsküdar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Koyuncu, T., Unsal, A., & Arslantas, D. (2014). "Assessment of Internet Addiction and Loneliness in Secondary and High School Students". *J Pak Med Assoc*, 64(9), 998-1002.
- Körler, Y. (2011). *İlköğretim İkinci Kademe Öğrencilerinin Çeşitli Değişkenler Açısından Yalnızlık Düzeyleri ve Yalnızlık ile Sosyal Duygusal Öğrenme Becerileri Arasındaki İlişkiler*. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Eskişehir: Anadolu Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü.
- Köseoğlu, Ö., & Köker, N. (2014). "Türk Üniversiteleri Twitter'ı Diyalogsal İletişim Açısından Nasıl Kullanıyor: Beş Türk Üniversitesi Üzerine Bir İçerik Analizi". *Global Media Journal*, 213-239.
- Kurtaran, G. T. (2008). *İnternet Bağımlılığını Yordayan Değişkenlerin İncelenmesi*. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Mersin: Mersin Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Kwak, H., Hosung, P., & Moon, S. (2010). "What is Twitter, A Social Network or a News Media". *International World Wide Web Conference Committee (IW3C2)*.
- Kydland, F., Molka-Danielsen, J., & Balandin, S. (2012). "Examining the Use of Social Media Tool "Flickr" for Impact on Loneliness for People with Intellectual

- Disability". *Proceedings of the 2012 Norsk Konferanse for Organisasjoners Bruk Av Informasjonsteknologi*, 253-264.
- Lee, K.-T., Noh, M.-J., & Koo, D.-M. (2013). "Lonely People are No Longer Lonely on Social Networking Sites: The Mediating Role of Self-Disclosure and Social Support". *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 16(6), 413-418.
- Lemieux, R., Lajoie, S., & Trainor, N. (2013). "Affinity-seeking, Social Loneliness, and Social Avoidance Among Facebook Users". *Psychological Reports: Mental & Physical Health*, 112(2), 545-552.
- Leontyeva, A. (2019). *The Problem of Technology: Human Communication in the Age of Automation*. Florida: Human Communication in the Age of Automation.
- Li, W., Zhang, W., Xiao, L., & Nie, J. (2016). "The Association of Internet Addiction Symptoms with Impulsiveness, Loneliness, Novelty Seeking and Behavioral Inhibition System Among Adults with Attention-Deficit/Hyperactivity Disorder (ADHD)". (Unpublished Ph. D. Dissertation). *Psychiatry research*, 243, 357-364.
- Liu, R.-D., Shen, C.-X., Xu, L., & Gao, Q. (2013). "Children's Internet Information Seeking, Life Satisfaction, and Loneliness: The Mediating and Moderating Role of Self-Esteem". *Computers & Education*, 21-28.
- Lou, L. L. (2009). *Loneliness, Friendship, and Self-Esteem: First-Year College Students' Experience of Using Facebook*. (Unpublished Ph. D. Dissertation). New York: State University of New York.
- Lou, L. L., Yan, Z., Nickerson, A., & McMorris, R. (2012). "An Examination of the Reciprocal Relationship Loneliness and Facebook Use Among First-Year College Students". *Journal of Educational Computing Research*, 46(1), 105-117.
- Martina, J. M., & Schumacher, P. (2003). "Loneliness and Social Uses of the Internet". *Computers in Human Behavior*, 659-671.
- Matook, S., Cummings, J., & Bala, H. (2015). "Are You Feeling Lonely? The Impact of Relationship Characteristics and Online Social Network Features on Loneliness". *Journal of Management Information Systems*, 31(4), 278-310.

- Michela, J. L., Peplau, L. A., & Weeks, D. G. (1982). "Perceived Dimensions of Attributions for Loneliness". *Journal of Personality and Social Psychology*, 43(5), 929-936.
- Morahan-Martin, J. (1999). "The Relationship Between Loneliness and Internet Use and Abuse". *CyberPsychology & Behavior*, 2(5), 431-439.
- Morsünbül, Ü. (2014). "İnternet Bağımlılığının Bağlanma Stilleri, Kişilik Özellikleri, Yalnızlık ve Yaşam Doyumu ile İlişkisi". *International Journal of Human Sciences*, 11(1), 357-372.
- Moustakas, C. (1961). *Loneliness*. Pickle Partners Publishings.
- Mutlu, Ş. (2014). *Lise Öğrencilerinin Facebook Kullanımı-Uygulamalarının Özsaygı ve Yalnızlık Düzeyleri ile İlişkisinin İncelenmesi (Van İli Erciş İlçesi Örneği)*. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Van: Yüzüncü Yıl Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü .
- Nartar, S. (2014). *Ortaokul Öğrencilerinin Sosyal İletişim Ağlarını Kullanma Durumlarının Bazı Değişkenler Açısından İncelenmesi*. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Kayseri: Erciyes Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü.
- Nowland, R., Necka, E. A., & Cacioppo, J. T. (2018). "Loneliness and Social Internet Use: Pathways to Reconnection in a Digital World?". *Perspectives on Psychological Science*, 13(1), 70-87.
- Odacı, H., & Çelik, Ç. B. (2013). "Who Are Problematic Internet Users? An Investigation of the Correlations Between Problematic Internet Use and Shyness, Loneliness, Narcissism, Aggression and Self-Perception". *Computers in Human Behavior*, 2382-2387.
- Odacı, H., & Kalkan, M. (2010). "Problematic Internet Use, Loneliness and Dating Anxiety Among Young Adult University Students". *Computers & Education*, 1091-1097.
- Oğuz, E., & Çakır, Ö. (2014). "Relationship Between the Levels of Loneliness and Internet Addiction". *Anthropologist*, 18(1), 183-189.

- Oktan, V. (2014). "Üniversite Öğrencilerinde Problemlı İnternet Kullanımı, Yalnızlık ve Algılanan Sosyal Destek". *Kastamonu Eğitim Dergisi*, 23(1), 281-292.
- Olufadi, Y. (2016). "Social Networking Time Use Scale (SONTUS): A New Instrument for Measuring the Time Spent on the Social Networking Sites". *Telematics and Informatics*, 33(2), 452-471.
- Onay, N. (2014). "*Ergenlerde İnternet Bağımlılığı Yordayıcıları Olarak Ana Baba Tutumları, İletişim Becerisi ve Yalnızlık Algısı*". İstanbul: İstanbul Arel Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Ostovar, S., Allahyar, N., Aminpoor, H., Moafian, F., Nor, M. B., & Griffiths, M. D. (2016). "Internet Addiction and Its Psychosocial Risks (Depression, Anxiety, Stress and Loneliness) Among Iranian Adolescents and Young Adults: A Structural Equation Model in a Cross-Sectional Study". *International Journal of Mental Health and Addiction*, 14(3), 257-267.
- Ozsaker, M., Muslu, G. K., Kahraman, A., Beytut, D., Yardimci, F., & Basbakkal, Z. (2015). "A Study on the Effects of Loneliness, Depression and Perceived Social Support on Problematic Internet Use among University Students". *The Anthropologist*, 19(2), 533-542.
- Özatça, A. (2009). *Ergenlerde Sosyal ve Duygusal Yalnızlığın Yordayıcısı Olarak Aile İşlevleri*. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Adana: Çukurova Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Özbek, B. (2017). *Üniversite Öğrencilerinde İnternet Bağımlılığının Yalnızlık Düzeyleri Açısından Değerlendirilmesi*. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). İstanbul: Üsküdar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Özdamar, K. (1999). *Paket Programlar ile İstatistiksel Veri Analizi-1: SPSS-MINITAB*. Kaan Kitabevi.
- Özdemir, S., Akçakanat, T., & İzgüden, D. (2016). "İnternet Çapında Sanal Ortam Yalnızlığı: Üniversite Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma". *Süleyman Demirel Üniversitesi Vizyoner Dergisi*, 8(19), 125-136.

- Özdemir, Y., Kuzucu, Y., & Ak, S. (2014). "Depression, Loneliness and Internet Addiction: How Important is Low Self-Control?". *Computers in Human Behavior*, 284-290.
- Özen, Ü. (2009). "Yalnızlık Olgusu ve Sanal Sohbetin Yalnızlığın Paylaşımına Etkisi: Üniversite Öğrencileri Üzerinde Bir Araştırma". *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 23(4), 15-25.
- Özen, Ü., & Sarıcı, M. B. (2009). "Yalnızlık Olgusu ve Sanal Sohbetin Yalnızlığın Paylaşımına Etkisi: Üniversite Öğrencileri Üzerinde Bir Araştırma". *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 24(1), 149-159.
- Özgür, H. (2013). "Öğretmen Adaylarının Sosyal Ağ Bağımlılığı, Etkileşim Kaygısı ve Yalnızlık Düzeyi Arasındaki İlişkinin İncelenmesi". *International Journal of Human Sciences*, 10(2), 667-689.
- Özsarı, İ., & Karaduman, G. B. (2016). "Eğitim Fakültesi Öğrencilerinin Sosyal Medya Kullanımı ve Yalnızlıklarının İncelenmesi". *Journal of Research in Education and Teaching*, 5, 380-389.
- Özşaker, M., Dorak, F., Vurgun, N., & Uludağ, S. (2016). "Serbest Zaman Tutum Kapsamında Problemler İnternet Kullanımı ve Yalnızlık: Rekreatif Aktivitelere Katılım Açısından Bir Değerlendirme". *International Journal of New Trends in Arts, Sports & Science Education*, 5(3), 30-39.
- Öztürk, M., & Talas, F. (2015). "Sosyal Medya ve Eğitim Etkileşimi". *Journal of World of Turkish*, 101-120.
- Papuççuyan, A. (2016). *Instagram, Canlı Yayın Özelliğini Kullanıma Sundu*. Erişim Tarihi: 16.03.2019, <https://webrazzi.com/2016/12/13/instagram-canli-yayin-ozelligini-kullanima-sundu/>.
- Pempek, A. T. (2009). "College Students' Social Networking Experiences on Facebook". *Journal of Applied Developmental Psychology*, 30(3), 227-238.
- Peplau, L. A., & Perlman, D. (1982). *Loneliness, A Sourcebook of Current Theory, Research And Therapy*. New York: Wiley, 1982.

- Phu, B., & Gow, A. J. (2019). "Facebook Use and Its Association with Subjective Happiness and Loneliness". *Computers in Human Behavior*, 92, 151-159.
- Pittman, M. (2015). "Creating, Consuming, and Connecting: Examining the Relationship Between Social Media Engagement and Loneliness". *The Journal of Social Media in Society*, 4(1), 66-99.
- Pittman, M. (2017). *Phoneliness: Exploring the Relationships Between Mobile Social Media, Personality and Loneliness*. (Unpublished Ph. D. Dissertastion). Oregon: School of the University of Oregon.
- Pittman, M., & Reich, B. (2016). "Social Media and Loneliness: Why an Instagram Picture may be Worth More Than a Thousand Twitter Words". *Computers in Human Behavior*, 155-167.
- Pretti, M. (2009). "Use of Social Networking in a Linguistically and Culturally Rich India". *The International Information & Library Review*, 129-136.
- Prievara, D. K., Piko, B. F., & Luszczynska, A. (2018). "Problematic Internet Use, Social Needs, and Social Support Among Youth". *International Journal of Mental Health and Addiction*, 1-12.
- Putri, L. N. (2018). *Kepribadian The Big Five of Personality Dan Penggunaan Media Sosial Pada Remaja*. (Unpublished Ph. D. Dissertastion). Indonesia: University of Muhammadiyah Malang.
- Raghavendra, P., Grace, E., Newman, L., Wood, D., & Connell, T. (2013). "They Think I'm Really Cool and Nice: The Impact of Internet Support on the Social Networks and Loneliness of Young People with Disabilities". *Telecommunications Journal of Australia*, 1-15.
- Ranaeiy, S., Taghavi, M. R., & Goodarzi, M. A. (2016). "The Effect of Loneliness on Social Networking Sites Use and Its Related Behaviors". *Global Journal of Health Science*, 8(8), 162.
- Reissmann, A., Hauser, J., Stollberg, E., Kaunzinger, I., & Lange, K. W. (2018). "The Role of Loneliness in Emerging Adults' Everyday Use of Facebook – An Experience Sampling Approach". *Computers in Human Behavior*, 88, 47-60.

- Rogers, C. (1994). *Etkileşim Grupları*. (H. Erbil, Çev.) Ankara: Ekin Yayınları.
- Rokach, A. (2004). "Loneliness Then and Now: Reflections on Social and Emotional Alienation in Everyday Life". *Current Psychology*, 23(1), 24-40.
- Rook, K. S. (1984). "Research on Social Support, Loneliness, and Social Isolation: Toward an Integration". *Review of Personality & Social Psychology*, 5, 239-264.
- Rothschild, L. B. (2016). *Facebook Use and Its Relationship to Social Connectedness And Loneliness: The Moderating Role of Social Skills*. (Unpublished Master's Thesis). America: American University .
- 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.
- Russell, D., Peplau, L., & Ferguson, M. (1978). "Developing a Measure of Loneliness". *Journal of Personality Assesment*, 42(3), 290 - 294.
- Ryan, T., & Xenos, S. (2011). "Who uses Facebook? An Investigation into the Relationship Between the Big Five, Shyness, Narcissism, Loneliness, and Facebook Usage". *Computers in Human Behavior*, 1658–1664.
- Saggaf, Y. A., & Nielsen, S. (2014). "Self-Disclosure on Facebook Among Female Users and Its Relationship to Feelings of Loneliness". *Computers in Human Behavior*, 460–468.
- Sagolla, D. (2009). *140 Characters: A Style Guide for the Short Form* (1 b.). Hoboken: John Wiley and Sons inc.
- Saleem, M., Irshad, R., Zafar, M., & Tahir, M. A. (2016). "Facebook Addiction Causing Loneliness among Higher Learning Students of Pakistan: A Linear Relationship". *Journal of Applied and Emerging Sciences*, 5(1), 26-31.
- Satici, S. A. (2018). "Facebook Addiction and Subjective Well-Being: A Study of the Mediating Role of Shyness and Loneliness". *Int J Ment Health Addiction*, 17(1), 41-55.
- Schwartz, M. (2010). *The Usage of Facebook as It Relates to Narcissism, Self-Esteem and Loneliness*, <https://digitalcommons.pace.edu/dissertations/AAI3415681/>

- Seçim, Ö. Y., Alpar, Ö., & Algür, S. (2014). "Üniversite Öğrencilerinde Yalnızlık: Akdeniz Üniversitesinde Yapılan Amprik Bir Araştırma". *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 13(48), 200-215.
- Sermat, V. (1980). *Some Situational and Personality Correlates of Loneliness*. New York: International University Press.
- Shah, M. (2017). *The Relationship Between Locus of Control, Loneliness, Self Esteem and Generalized Problematic Internet Use*. (Unpublished Master's Thesis). New York: Long Island University, Richard L. Conolly College Of Liberal Arts And Sciences.
- Sharabi, A., & Margalit, M. (2011). "The Mediating Role of Internet Connection, Virtual Friends, and Mood in Predicting Loneliness Among Students with and Without Learning Disabilities in Different Educational Environments". *Journal of Learning Disabilities*, 44(3), 215-227.
- Shaw, L. H., & Gant, L. M. (2004). "In Defense of the Internet: The Relationship Between Internet Communication and Depression, Loneliness, Self-Esteem, and Perceived Social Support". *Internet Research*, 28(3), 157-171.
- Sheldon, P. (2012). "Profiling the Non-Users: Examination of Life-Position Indicators, Sensation Seeking, Shyness, and Loneliness Among Users and Non-Users of Social Network Sites". *Computers in Human Behavior*, 1960–1965.
- Shettar, M., Karkal, R., Kakunje, A., Mendonsa, R. D., & Chandran, M. (2017). "Facebook Addiction and Loneliness in the Post-Graduate Students of a University in Southern India". *International Journal of Social Psychiatry*, 63(4), 325-329.
- Simcharoena, S., Pinyopornpanisha, M., Haopromb, P., Kuntawonga, P., Wongpakarana, N., & Wongpakarana, T. (2018). "Prevalence, Associated Factors and Impact of Loneliness and Interpersonal Problems on Internet Addiction: A Study in Chiang Mai Medical Students". *Asian Journal of Psychiatry*, 2-7.

- Singh, A. M. (2014). *The Relationship Between Facebook Use, Loneliness, and Self Esteem Among High School and Undergraduate Students*. New York: Long Island University.
- Skues, J. L., Williams, B., & Wise, L. (2012). "The Effects of Personality Traits, Self-Esteem, Loneliness, and Narcissism on Facebook Use Among University Students". *Computers in Human Behavior*, 28(6), 2414-2419.
- Skues, J., Williams, B. J., & Wise, L. (2017). "Personality Traits, Boredom, and Loneliness as Predictors of Facebook Use in On-Campus and Online University Students". *International Journal of Cyber Behavior, Psychology and Learning*, 72(2), 36-48.
- Skues, J., Williams, B., Oldmeadow, J., & Wise, L. (2015). "The Effects of Boredom, Loneliness, and Distress Tolerance on Problem Internet Use Among University Students". *Int J Ment Health Addiction*, 14(2), 167-180.
- Solis, B. (2010). *The Essential Guide to Social Media*. Erişim Tarihi: 20.02.2019, <https://www.onecaribbean.org/Content/Files/Essentialguidetosocialmedia.Pdf>.
- Song, H., Zmyslinski-Seelig, A., Kim, J., Drent, A., Victor, A., Omori, K., & Allen, M. (2014). "Does Facebook Make You Lonely?: A Meta Analysis". *Computers in Human Behavior*, 446–452.
- Sridharan, C. (2017). "Facebook Addiction, Loneliness and Psychological Well-Being Among College Students". *International Journal of Scientific Research*, 6(12), 93-98.
- Statista (2019). *Most Popular Social Networks Worldwide as of January 2019, Ranked by Number of Active Users (In Millions)*. Erişim Tarihi: 16.03.2019, <https://www.statista.com/statistics/272014/global-social-networks-ranked-by-number-of-users/>.
- Stepanikova, I., Nie, N. H., & He, X. (2010). "Time on the Internet at Home, Loneliness, and Life Satisfaction: Evidence From Panel Time-Diary Data". *Computers in Human Behavior*, 329–338.
- Sullivan, H. S. (1953). *The Interpersonal Theory of Psychiatry*. New York: Routledge

- Sum, S., Mathews, R. M., Hughes, I., & Campbell, A. (2008). Internet Use and Loneliness in Older Adults. *CyberPsychology & Behavior*, 11(2), 208-211.
- Şara, A. H., Göktürk, G. Y., Tura, G., & Kazaz, N. (2012). "Is the Internet Use an Effective Method to Cope with Elderly Loneliness and Decrease Loneliness Symptom?". *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 55, 1053-1059.
- Şimşek, T. N. (2012). *Modem Kent Toplumunda Facebook ile Yalnızlaşan Gençlik: İstanbul Üniversitesi Örneği*. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). İstanbul: İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Şişman, Y. T. (2014). *Sağlık Meslek Lisesi Öğrencilerinde Sosyal Medya Bağımlılık Durumu ile Bağlanma Stilleri Benlik Saygıları Yalnızlık Algıları ve Sosyal Beceriler Arasındaki İlişki*. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). İzmir: Ege Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü.
- Takahira, M., Ando, R., & Sakamoto, A. (2008). "Effect of Internet Use on Depression, Loneliness, Aggression and Preference for Internet Communication: A Panel Study with 10- to 12-Year-Old Children in Japan". *Int. J. Web Based Communities*, 4(3), 302-3018.
- Tarhan, N. (1988). "Ergenlerin Sosyometrik Statüleri, Cinsiyetleri, Akademik Başarıları, Sınıf Düzeyleri ve Devam Ettikleri Okulların Sosyo-Ekonomik Statüsü ve Yalnızlık Duyguları Arasındaki İlişki". *Eğitim Fakültesi VII. Ulusal Eğitim Bilimleri Kongresi*, (25), 22-36.
- Taşdemir, N. Ö. (2016). *Gençlerde Algılanan Sosyal Destek ve Yalnızlık Duygusunun İnternet Kullanımına Etkisinin İncelenmesi*. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). İstanbul: Haliç Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Tatay, E. (2015). *Parçalanmış ve Parçalanmamış Aileye Sahip Ergenlerin Akademik Başarı, Öznel İyi Oluş ve Yalnızlık Düzeylerinin Karşılaştırılması*. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Tokat: Gaziosmanpaşa Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü.
- Taydaş, O. (2012). *Serbest Zaman Etkinliği Olarak Facebook Kullanımının Yalnızlıkla İlişkisi: Cumhuriyet Üniversitesi Örneği*. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Konya: Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

- Tektaş, N. (2014). "Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Ağları Kullanımlarına Yönelik Bir Araştırma". *Tarih Okulu Dergisi*, 852-854.
- Teppers, E., Luyckx, K., Klimstra, T. A., & Goossens, L. (2013). "Loneliness and Facebook Motives in Adolescence: A Longitudinal Inquiry Into Directionality of Effect". *Journal of Adolescence*, 37(5), 691-699.
- Terwase, J. M., & Ibaishwa, R. L. (2014). "Resilience, Shyness and Loneliness as Predictors of Internet Addiction among University Undergraduate Students in Benue State". *IOSR Journal of Humanities and Social Science*, 19(9), 1-7.
- Tohumcu, M. U. (2018). *İnternet ve Akıllı Telefon Bağımlılığı ile Benlik Saygısı ve Yalnızlık Arasındaki İlişkinin Çeşitli Demografik Değişkenler Açısından İncelenmesi*. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). İstanbul: Haliç Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Tutgun, A., Deniz, L., & Moon, M.-K. (2011). "A Comparative Study of Problematic Internet Use and Loneliness among Turkish and Korean Prospective Teachers". *The Turkish Online Journal of Educational Technology*, 10(4), 14-30.
- Usta, E., Korkmaz, Ö., & Kurt. (2014). "The Examination of Individuals' Virtual Loneliness States in Internet Addiction and Virtual Environments in Terms of Inter-Personal Trust Levels". *Computers in Human Behavior*, 36, 214-224.
- Uzun, G. (2013). *Yeni İletişim Teknolojilerinde Sosyalleşme ve Yalnızlık (Elazığ İli Örneği)*. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Elazığ: Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Üniversitesi.
- Ümmet, D., & Ekşi, F. (2016). "Türkiye'deki Genç Yetişkinlerde İnternet Bağımlılığı: Yalnızlık ve Sanal Ortam Yalnızlık Bağlamında Bir İnceleme". *Addicta: The Turkish Journal On Addictions*. 3(1), 29-53.
- Ünal, G., & Bilge, A. (2005). "İleri Yaş Grubunda Yalnızlık, Depresyon ve Kognitif Fonksiyonların İncelenmesi". *Türk Geriatri Dergisi*, 8(2), 89-93.
- Ünlü, F. (2015). *Ebeveyni Boşanmış Bireylerde Benlik Saygısı, Yalnızlık ve Bağlanma Stilleri Arasındaki İlişkinin İncelenmesi*. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). İstanbul : Haliç Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

- Vural, B. A., & Bat, M. (2010). "Yeni Bir İletişim Ortamı Olarak Sosyal Medya: Ege Üniversitesi İletişim Fakültesine Yönelik Bir Araştırma". *Journal of Yasar University*, 3350-3351.
- Wanga, K., Frison, E., Eggermont, S., & Vandebosch, L. (2018). "Active Public Facebook Use and Adolescents' Feelings of Loneliness: Evidence for a Curvilinear Relationship". *Journal of Adolescence*, 67, 35-44.
- Whitty, M. T., & Mclaughlin, D. (2007). "Online Recreation: The Relationship Between Loneliness, Internet Self-Efficacy and the Use of The Internet for Entertainment Purposes". *Computers in Human Behavior*, 1435-1446.
- Wikipedia (2019). *Facebook*. Erişim Tarihi: 5.10.2019
<https://tr.wikipedia.org/wiki/Facebook> adresinden alındı.
- Wikipedia (2019). *Periscope (uygulama)*. Erişim Tarihi: 10.5.2019
[https://tr.wikipedia.org/wiki/Periscope_\(uygulama\)](https://tr.wikipedia.org/wiki/Periscope_(uygulama)).
- Wikipedia (2019). *YouTube*. Erişim Tarihi: 18.03.2019
<https://tr.wikipedia.org/wiki/YouTube> adresinden alındı.
- Williams, E. (1983). "Adolescent Loneliness". *Adolescence*, 51-66.
- Winningham, R. G., & Pike, N. L. (2009). "Will Online Chat Help Alleviate Mood Loneliness?". *CyberPsychology & Behavior*, 12(2), 219-223.
- Wohn, D. Y., & Larose, R. (2014). "Effects of Loneliness and Differential Usage of Facebook on College Adjustment of First-Year Students". *Computers & Education*, 158-167.
- Woo, N. T. (2017). *Mobilizing Friendship: Mitigating Perceived Feelings of Loneliness Through Social Networking Applications*. (Unpublished Master's Thesis). California: San Diego State University.
- Wright, S. L. (2005). *Loneliness in the Workplace. A Thesis Submitted in Fulfilment of the Requirements*. (Unpublished Ph. D. Dissertation). England: University of Canterbury.
- Yağmurlu, A. (2011). "Kamu Yönetiminde Halkla İlişkiler ve Sosyal Medya". *Selçuk İletişim Dergisi*, 5-15.

- Yahyaoglu, R. (2005). *Yalnızlık Psikolojisi*. İstanbul: Nesil Yayıncılık.
- Yalçın, G. (2015). "*Sosyal Medyanın Yoğun Kullanımın İleri Ergenlikte Yalnızlık ve Depresyona Etkisi*". (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). İstanbul: İstanbul Arel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Yalom, I. (2001). *Varoluşçu Psikoterapi*. (Z. Babayiğit, Çev.) İstanbul: Kabalıcı Yayınevi (Orijinal Eserin Yayım Tarihi 1980).
- Yang, C.-c. (2016). "Instagram Use, Loneliness, and Social Comparison Orientation: Interact and Browse on Social Media, But don't Compare". *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 19(12), 703-708.
- Yao, M. Z., & Zhong, Z.-j. (2014). "Loneliness, Social Contacts and Internet Addiction: A Cross-Lagged Panel Study". *Computers in Human Behavior*, 164–170.
- Yaraş, N. (2017). "Yeni Medya Trendleri Youtube Güzellik ve Moda Vloggerlığı Örneği". *1st International Conference on New Trends in Communication*, 63-64.
- Yaşar, M. R. (2007). Yalnızlık. *Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 17(1), 237-260.
- Yaşar, Ü. (1995). *İki Kişiyeye Bir Dünya Sahibini Arıyan Mektuplar*. İstanbul : Özgür.
- Yayan, E. H., Dağ, Y. S., & Düken, M. E. (2018). "The Effects of Technology Use on Working Young Loneliness and Social Relationships". *Perspectives in Psychiatric Care*, 1-7.
- Yıldırım, E. (2015). *İstatistiksel Araştırma Yöntemleri Su Tüketim Bilinci Üzerine Bir Kamuoyu Araştırması*. Ankara: Seçkin Yayınevi.
- Yılmaz, E., & Altınok, V. (2009). "Okul Yöneticilerinin Yalnızlık ve Yaşam Doyum Düzeylerinin İncelenmesi". *Kuram ve Uygulamada Eğitim Yönetimi Dergisi* , 451-470.
- Young, J. E. (1982). *Loneliness, Depression and Cognitive Therapy: Theory and Application*. L. A. Peplau, & D. Perlman (Dü) . New York: Wiley.
- Zaffar, M., Mahmood, S., Saleem, M., & Zakaria, E. (2015). "Facebook Addiction: Relation with Depression, Anxiety, Loneliness and Academic Performance of Pakistani Students". *Science International*, 27(3), 2469-2475.

Zarella, D. (2010). *The Social Media Marketing Book*. Sebastopol: O'Reilly Media.



EKLER

EK 1. KİŞİSEL BİLGİ FORMU

Sayın katılımcı, bu anket çalışması, üniversite öğrencilerinin önceki 1 hafta boyunca Facebook, Instagram, Whatsapp, Twitter, LinkedIn vb. Sosyal Medya sitelerini ne sıklıkta kullandığını, sosyal medyada ne kadar zaman geçirdiğini ve sosyal medyada geçirdiği zamanın yalnızlık durumunu nasıl etkilediğini analiz etmek üzere hazırlayacağım yüksek lisans tezim için veri toplamak amacıyla hazırlanmıştır. Anket ve ölçeklere vereceğiniz cevaplar, bu araştırmaya katkı sağlayacaktır. Kişisel bilgileriniz sadece bilimsel amaçlı kullanılacak ve kesinlikle gizli tutulacaktır. Değerli vaktinizi ayırarak sorulara verdiğiniz içten ve samimi cevaplarınız için şimdiden teşekkür ederim.

Yüksek Lisans Öğrencisi

Hilal Çalışır

Cinsiyet	<input type="checkbox"/> Erkek <input type="checkbox"/> Kadın
Yaş	<input type="checkbox"/> 18 ve altı <input type="checkbox"/> 19-22 <input type="checkbox"/> 23-25 <input type="checkbox"/> 25 üstü
Öğrenci olduğunuz yerleşim birimi	<input type="checkbox"/> İl merkezi <input type="checkbox"/> İlçe merkezi
Hangi alanda öğrencisiniz	<input type="checkbox"/> Sosyal Bilimler <input type="checkbox"/> Fen Bilimleri <input type="checkbox"/> Sağlık Bilimleri <input type="checkbox"/> Güzel Sanatlar
Öğrencilik durumunuz	<input type="checkbox"/> Ön Lisans <input type="checkbox"/> Lisans <input type="checkbox"/> Lisansüstü
Barındığınız yer	<input type="checkbox"/> Ailenin yanı <input type="checkbox"/> Yurt (Devlet/Özel) <input type="checkbox"/> Arkadaşlarıyla evde <input type="checkbox"/> Diğer.....
Mezun olduğunuz lise türü	<input type="checkbox"/> Fen Lisesi <input type="checkbox"/> Anadolu Lisesi <input type="checkbox"/> Özel Lise <input type="checkbox"/> Açık Lise <input type="checkbox"/> İmam Hatip Lisesi <input type="checkbox"/> Düz Lise <input type="checkbox"/> Diğer Meslek Liseleri <input type="checkbox"/> Diğer.....
Aylık ortalama kişisel geliriniz kaç liradır? (ailenizden gelen, çalışarak kazandığınız ve kredi/burs)	<input type="checkbox"/> 0-500 <input type="checkbox"/> 501-750 <input type="checkbox"/> 751-1000 <input type="checkbox"/> 1001-1250 <input type="checkbox"/> 1251-1500 <input type="checkbox"/> 1501 ve üstü

AGNO'nuz hangi aralıktadır?		<input type="checkbox"/> 2'nin altı <input type="checkbox"/> 2-2,5 <input type="checkbox"/> 2,5-3 <input type="checkbox"/> 3-3,5 <input type="checkbox"/> 3,5-4				
Ders çalışma ve derslere devam alışkanlığınız nasıldır?	Sıklık Derecesi	Hiç	Nadiren	Ara Sıra	Sık Sık	Sürekli
	Derse Devam					
	Ders Çalışma					
En sık kullandığımız sosyal medya uygulaması hangisidir?		<input type="checkbox"/> Facebook <input type="checkbox"/> Twitter <input type="checkbox"/> LinkedIn <input type="checkbox"/> WhatsApp <input type="checkbox"/> Snapchat <input type="checkbox"/> Swarm <input type="checkbox"/> Youtube <input type="checkbox"/> Instagram <input type="checkbox"/> Diğer (Belirtiniz)				
Sosyal medyaya en çok hangi araçla erişiyorsunuz?		<input type="checkbox"/> Akıllı Telefon <input type="checkbox"/> Tablet <input type="checkbox"/> Dizüstü <input type="checkbox"/> Masaüstü				
Sosyal medyayı ne kadar zamandır kullanıyorsunuz?		<input type="checkbox"/> 1 yıldan az <input type="checkbox"/> 1-3 yıl <input type="checkbox"/> 4-6 yıl <input type="checkbox"/> 7 yıldan fazla				
Sosyal medyaya günlük ortalama ne kadar süre ayırırınız?		<input type="checkbox"/> 1 saatten az <input type="checkbox"/> 1-3 saat <input type="checkbox"/> 4-6 saat <input type="checkbox"/> 7 saatten fazla				
Sosyal medya bildirimlerini ne sıklıkla kontrol edersiniz?		<input type="checkbox"/> Bildirim gelince <input type="checkbox"/> Boş kaldığım her an <input type="checkbox"/> Günde birkaç kez <input type="checkbox"/> Birkaç günde bir kez <input type="checkbox"/> Haftada birkaç kere <input type="checkbox"/> Ayda Birkaç kere				

EK 2. UCLA YALNIZLIK ÖLÇEĞİ

Aşağıdaki durumları hangi sıklıkla yaşadığınızı (X) işareti ile belirtiniz.	HİÇ böyle hissetmiyorum	NADİREN böyle hissediyorum	BAZEN böyle hissediyorum	HER ZAMAN böyle hissediyorum
1. Kendimi çevremdeki insanlarla uyum içinde hissediyorum.				
2. Arkadaşım yok.				
3. Başvurabileceğim hiç kimse yok.				
4. Kendimi yalnız hissetmiyorum.				
5. Kendimi bir arkadaş grubunun bir parçası olarak hissediyorum.				
6. Çevremdeki insanlarla birçok ortak yönüm var.				
7. Artık hiç kimseyle yakın değilim.				
8. İlgilerim ve fikirlerim çevremdekilerce paylaşılıyor.				
9. Dışa dönük bir insanım.				
10. Kendime yakın hissettiğim insanlar var.				
11. Kendimi grubun dışına itilmiş hissediyorum.				
12. Sosyal ilişkilerim zayıf.				
13. Hiç kimse beni gerçekten iyi tanımıyor.				
14. Kendimi diğer insanlardan soyutlanmış hissediyorum.				
15. İstedğim zaman arkadaş bulabilirim.				
16. Beni gerçekten anlayan insanlar var.				
17. Çok içime kapanmış olmaktan dolayı mutsuzum.				
18. Çevremde insanlar var ama benimle değiller.				
19. Konuşabileceğim insanlar var.				
20. Derdimi anlatabileceğim insanlar var.				

ÖZGEÇMİŞ

Kişisel Bilgiler	
Adı Soyadı	Hilal ÇALIŞIR
Doğum Yeri ve Tarihi	SARAY/VAN 15.08.1994
Eğitim Durumu	
Lisans Öğrenimi	Atatürk Üniversitesi İ.İ.B.F. Yönetim Bilişim Sistemleri
Y. Lisans Öğrenimi	Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yönetim Bilişim Sistemleri Anabilim Dalı
Bildiği Yabancı Diller	İngilizce
İş Deneyimi	
Çalıştığı Kurumlar	Atatürk Üniversitesi Sürekli Eğitim Merkezi
İletişim	
E-Posta Adresi	clsrhilal@gmail.com
Tarih	16.07.2019