

# İŞ YERİ YALNIZLIĞININ İŞ YERİNDE SOSYAL MEDYA KULLANIMINA ETKİSİ: KAMU PERSONELİ ÖRNEĞİ

Salih BOZKURT<sup>1</sup>

Korkmaz AFACAN<sup>2</sup>

Geliş Tarihi / Received Date: 05.12.2023

Kabul Tarihi / Accepted Date: 21.12.2023

Research Paper / Araştırma Makalesi

## Özet

Bu araştırma, kamuda görev yapan bireylerin iş yerinde hissettiği yalnızlığın iş yerinde sosyal medya kullanımına etkisini incelemek amacıyla gerçekleştirilmiştir. Veriler; Demografik Bilgi Formu, İş Yerinde Sosyal Medya Kullanım Ölçeği ve İş Yeri Yalnızlığı Ölçeği kullanılarak hazırlanmış, sorular, kartopu örneklem yöntemiyle belirlenen bakanlık merkez teşkilatlarında çalışan katılımcılara, Google Formlar aracılığıyla iletilerek toplanmıştır. Araştırmanın örneklemini 610 kişiden oluşmaktadır.

Araştırmada mevcut bir durumun ortaya konulmasına yönelik kullanılan, genel tarama modeli tercih edilmiştir. Verilerin değerlendirilmesinde ise SPSS 26.0 programı kullanılarak Güvenilirlik Analizi, Doğrulayıcı Faktör Analizi, Bağımsız Örneklem T Testi, Anova Testi, Korelasyon Testi ve Regresyon Analizi yapılmıştır. Korelasyon analizi sonucunda, iş yerinde sosyal medya kullanımı ile iş yeri yalnızlığı arasında pozitif bir ilişki olduğu saptanmıştır ( $p < 0,05$ ). Katılımcıların iş yaşamında yalnızlık düzeylerinin; cinsiyete, yaş grubuna, medeni duruma, unvanlarına ve eğitim durumuna bağlı olarak istatistiksel olarak anlamlı olmadığı ortaya çıkmıştır ( $p > 0,05$ ). Yapılan regresyon analizi sonucuna göre duygusal yoksunluk ile iş yerinde sosyal medya kullanımı arasında anlamlı pozitif (+) ve zayıf bir ilişkinin olduğu ( $r = +0,108$ ,  $p < 0,05$ ) görülürken, sosyal arkadaşlık ile iş yerinde sosyal medya kullanımı arasında anlamlı negatif (-) ve zayıf bir ilişkinin olduğu gözlemlenmiştir ( $r = +0,099$ ,  $p < 0,05$ ).

**Anahtar Kelimeler:** İş Yeri Yalnızlığı, Sosyal Medya, Duygusal Yoksunluk, Sosyal Arkadaşlık

<sup>1</sup> Bilgi Teknolojileri ve İletişim Kurumu, salihbozkurt654@gmail.com, ORCID: 0000-0001-7010-9026

<sup>2</sup> Milli Eğitim Bakanlığı, korkmazafacan@gmail.com, ORCID: 0000-0002-2379-3133

# THE EFFECT OF WORKPLACE LONELINESS ON SOCIAL MEDIA USE AT WORK: PUBLIC PERSONNEL EXAMPLE

---

## *Abstract*

This research was carried out to examine the effect of loneliness felt by individuals working in the public sector on the use of social media in the workplace. The data were collected by sending it to the employees of the central organization of the Ministries via Google Forms using the Demographic Information Form was prepared using the Social Media Usage Scale at Work and the Workplace Loneliness Scale, and snowball sampling method. The sample of the study consists of 610 people.

In the research, the general survey model used to reveal an existing situation was preferred. In the evaluation of data whereas Using SPSS 26.0 program Reliability Analysis, Confirmatory Factor Analysis, Independent Sample T Test, Anova Test, Correlation Test and Regression Analysis were performed. As a result of the correlation analysis, it was determined that there was a positive relationship between the use of social media in the workplace and workplace loneliness ( $p < 0.05$ ). It was found that the difference between the participants levels of loneliness in business life in terms of gender, age group, marital status, titles and educational status was not statistically significant ( $p > 0.05$ ). According to the results of the regression analysis, it was observed that there was a significant positive (+) and weak relationship ( $r = +0.108$ ,  $p < 0.05$ ) between emotional deprivation and social media use at work, while there was a significant negative ( $r = +0.108$ ,  $p < 0.05$ ) relationship between social friendship and social media use at work and a weak relationship was observed ( $r = +0.099$ ,  $p < 0.05$ ).

**Keywords:** *Workplace Loneliness, Social Media, Emotional Deprivation, Social Friendship*

## GİRİŞ

Genellikle kişilerarası ilişkilerin yokluğu olarak tanımlanan yalnızlık, sosyal ilişkilerin nitelik ve nicelik açısından bozulduğu bir olgu olarak ifade edilmektedir. Bu nedenle medeni durum veya eğitim durumu gibi demografik faktörlerin yanı sıra sosyal beceri ve sosyal ortam faktörleri de bireyin yalnızlığını etkileyen unsurlar arasındadır (Arslantaş ve Ergin, 2011). İş yeri yalnızlığı ise çalışan bireylerin sosyal hayatlarının büyük bir bölümünü oluşturan iş yaşamında, kişilerarası ilişkilerin eksikliği veya yetersizliği nedeniyle, bireylerin iş arkadaşları tarafından dışlanma ve ötekileştirmeye maruz bırakılması olarak tanımlanmaktadır (Akşit, 2016). Bununla birlikte günlük yaşamında sosyal ilişkileri sağlıklı olan bireylerin dahi iş yerinde yalnızlık hissettiği durumların mevcut olduğu bilinmektedir (Doğan vd. 2009). Teknolojinin hızla gelişmesi, internete erişimin yaygınlaşması ile birlikte internet ve sosyal medya uygulamalarının kullanımının her geçen gün artması yalnızlık duygusu içerisinde olan bireylerin sanal ortamlarda sosyalleşme eğilimlerini de arttırmıştır. Bu durumda çalışan bireylerin zamanlarının çoğunu iş yerinde geçirdikleri göz önüne alındığında, iş yerinde yaşanan sosyal ilişkilerdeki aksaklıkların iş yerinde sosyal medya kullanımına etkisinden söz etmek mümkün olarak görülmektedir.

Sosyal medya uygulamaları, bireylere diledikleri kişilerle, diledikleri şekilde ve diledikleri zaman iletişim kurabilme imkânı sağlamaktadır. Bu durum ise iş yerinde yalnızlık hisseden bireylerin bu uygulamalar üzerinden sosyal ilişkiler kurup paylaşım yapabilmelerine ve bu ortamı adeta bir kaçış noktası olarak görmelerine zemin oluşturabilmektedir (Boz Semerci vd. 2021). Bu makalede kamu personelinin “İş Yeri Yalnızlığı” ve “İş Yerinde Sosyal Medya Kullanımı” başlıkları araştırılırken her iki değişkenle birlikte yapılan yeterli sayıda çalışma olmadığı belirlenmiş ve iş yerinde yalnızlık duygusu içinde olan kamu personelinin, diğer personele oranla iş yerinde sosyal medya uygulamalarında daha çok zaman geçirme eğilimi, demografik faktörlerle birlikte irdelenmiştir.

## 1. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

### 1.1. İş Yeri Yalnızlığı

Sosyal bir varlık olarak birey, hayatı boyunca diğer bireylerle sağlıklı iletişim kurma ve bunu sürdürme ihtiyacında olmuştur. Bireylerin sosyal anlamda sağlıklı iletişim kuramaması ve bu nokta doyumsuzluk yaşamaları neticesinde ortaya çıkan yalnızlık durumu, bireyin sosyal etkileşiminde bir sorun olduğuna işaret etmektedir (Kaplan vd. 2019). İş yaşamında da insanlar aynı ortamda beraber çalıştıkları iş arkadaşlarıyla iletişim kurmaya ihtiyaç duymakla birlikte; iş yerindeki rekabet ortamı, kişisel özellikler ve ast-üst ilişkileri gibi nedenlerden dolayı iş yerinde sosyal ilişkiler kurma ve bunu sürdürme hususunda sorunlar yaşayarak yalnızlaşmaktadır. Literatürde iş yeri yalnızlığı olarak tanımlanan bu durumun sosyal ve duygusal olmak üzere iki alt boyutundan bahsedilmektedir. Sosyal boyut, iş yeri ortamının sosyal iletişim açısından yeterliliği, duygusal boyut ise iş yerindeki çalışma arkadaşlarıyla ilişkilerin kalitesiyle ilgilidir (Wright vd. 2006). Bu açıdan bakıldığında iş yerinde sosyal yalnızlık yaşayan bireylerin, duygusal yalnızlık yaşayan bireylerden daha durgun ve tek başına kalma eğiliminde oldukları görülmektedir (Russell vd. 1984).

### 1.2. Sosyal Medya

İnternete erişim imkânlarının artması ve özellikle mobil internet kullanımının yaygınlaşması ile birlikte yazılı mesajların yanında fotoğraf ve video gibi çok çeşitli içeriklerin paylaşılmasına ve diğer kullanıcılarla iletişim kurulmasına olanak sağlayan sosyal medya kullanımı hızla artmaktadır. Web 2.0 teknolojileri üzerine kurulan sosyal medya olgusu, çevrimiçi ortamda bir araya gelen insanların karşılıklı bilgi ve fikir paylaşımı yaparak etkileşim içinde olması şeklinde ifade edilmektedir. Diğer bir ifadeyle insanların ya da toplulukların davranış, düşünce, aktivite ve ilişkilerini; kelimeler, resimler, sesler ve videolardan oluşan içeriklerle paylaştıkları internet tabanlı uygulamaları sosyal medya olarak tanımlamak mümkündür (Safko ve Brake, 2009). Kelimeler, resimler, videolar ve işitsel unsurlar biçiminde oluşturulan içeriklerin kolaylıkla yayınlanmasını sağlayan sosyal medya uygulamaları; bloglar, internet forumları, sözlükler, sohbet odaları ve sosyal ağ platformlarını kapsamaktadır (Özdemir ve Erdem, 2016). İnternet kullanımının yaygınlaşması ile artık bireyler, diğer bireylerle sanal ortamlarda

etkileşim içerisine girmekte; özellikle yeni arkadaşlar edinmek, eski arkadaşlarını bulabilmek, fotoğraf, ses, video, vb. pek çok özel bilgileri paylaşmak, enformasyon ve bilgiye ulaşmak gibi çeşitli sebeplerle sosyal medya uygulamalarını kullanmaktadır.

### **1.3. İş Yeri Yalnızlığı ve Sosyal Medya Kullanımına Etkisi**

İş yeri yalnızlığı genel anlamıyla literatürde, çalışan bireylerin iş arkadaşlarıyla beklediği düzeyde sağlıklı ilişkiler kuramayarak yalnızlaşması olarak ifade edilmektedir. Mevcut literatür incelendiğinde iş yeri yalnızlığı kavramının geniş çıktıkları ve etki alanı olması nedeniyle her yönden ele alınmadığı görülmektedir. Yalnızlık duygusu ve sosyal medya kullanımı ile ilgili olarak Bardak ve Alkar (2016) yaptıkları araştırmada; sosyal medyanın tanıma ve tanınma amaçlı kullanılmasyla, eğitim amaçlı kullanılmasının yalnızlıkla ilişkili olduğunu ortaya koymuşlardır. Arıbaş ve Özşahin (2022) ise iş yaşamında yalnızlığın, sosyal medya bağımlılığı üzerindeki etkisini belirlemek amacıyla yaptıkları bir araştırmada; iş yeri yalnızlığının sosyal medya bağımlılığını artırdığını tespit etmişlerdir. Bir diğer çalışmada Semerci vd. (2021) iş yeri yalnızlığının iş yerinde sanal kaytarma davranışı üzerinde pozitif yönde etki ettiği sonucuna ulaşmışlardır. Yapılan araştırmalar da göstermektedir ki gerek sosyal hayatında gerekse iş yaşamında yalnızlık duygusu içinde olan bireyler, diğer bireylere oranla daha fazla sanal ortamlarda ve sosyal medyada sosyalleşme eğilimindedir. Bu araştırmanın çıkış noktası da genel olarak; iş yerinde yalnızlık yaşayan bireylerin diğer bireylere oranla sosyal medya uygulamalarında daha çok zaman geçirme eğiliminde olduğudur.

## **2. YÖNTEM**

### **2.1. Problem Cümleleri/Hipotezler**

**2.1.1.** Kamu personeli iş yaşamında genel olarak kendini yalnız hissetmekte midir?

**2.1.2.** Kamu personelinin iş yaşamında yalnızlık duygusu cinsiyete göre değişmekte midir?

**2.1.3.** Kamu personelinin iş yaşamında yalnızlık duygusu yaşına göre değişmekte midir?

**2.1.4.** Kamu personelinin iş yaşamında yalnızlık duygusu ile iş yerinde sosyal medya kullanımı arasında anlamlı bir ilişki var mıdır?

**2.1.5.** Kamu personelinin iş yaşamında yalnızlık duygusu iş yerinde sosyal medya kullanımını etkilemekte midir?

**2.1.6.** Kamu personelinin iş yaşamında hissettiği duygusal yoksunluk iş yerinde sosyal medya kullanımını etkilemekte midir?

**2.1.7.** Kamu personelinin iş yaşamında hissettiği sosyal arkadaşlık iş yerinde sosyal medya kullanımını etkilemekte midir?

## **2.2. Varsayımlar ve Sınırlılıklar**

Araştırmaya katılan istekli ve sosyal medya kullanan personelin uygulanan anket formuna objektif ve doğru bilgi verdiği varsayımı evren ve örneklem açısından en önemli sınırdır. Araştırmanın verileri 2023 yılının Nisan-Mayıs ve Haziran aylarında toplanmıştır. Son olarak sosyal bilimlere özgü diğer sınırlılıklar bu araştırma için de geçerli olmaktadır.

## **2.3. Araştırma Modeli**

Karasar (2018)'a göre genel tarama modelleri çok sayıdaki elemanı içeren bir evrende var olan durumu değiştirmeden olduğu gibi ortaya koyma amacıyla kullanılmaktadır. Bu bağlamda makalede mevcut bir durumun ortaya koyulmasına yönelik kullanılan genel tarama modeli kullanılmıştır.

## **2.4. Çalışma Grubu**

Araştırmaya anket sorularını cevaplayarak katılan ve örnekleme oluşturan toplam 610 kişi bulunmaktadır. Katılımcıların cinsiyete göre dağılımı ve frekansları Tablo.1'de gösterilmiştir.

**Tablo.1: Katılımcıların Cinsiyete Göre Dağılımı**

Cinsiyet	Frekans	Yüzde
Kadın	254	41,6
Erkek	356	58,4
<b>Toplam</b>	<b>610</b>	<b>100</b>

Bunun dışında katılımcıların %73'ü (445) evli, %66,6'sı (406) çocuk sahibi, %49'u (299) lisans mezunu, %76,7'si (468) 25-44 yaş aralığında ve %71,1'i (434) eşi ve çocuklarıyla birlikte yaşamaktadır. Bununla beraber örnekleme oluşturan kamu personelinin unvanlara göre dağılımı ve frekansları Tablo.2'de gösterilmiştir.

**Tablo.2: Katılımcıların Unvana Göre Dağılımı**

Unvan	Frekans	Yüzde
Sözleşmeli Personel	122	20,0
4/D Sürekli İşçi	219	35,9
Memur	177	29,0
Uzman (Teknik/İdari)	9	1,5
Kariyer Uzmanı/Uzman Yrd.	36	5,9
Yönetici (Koor.Şb.Md.Dai.Bşk.vb.)	47	7,7
<b>Toplam</b>	<b>610</b>	<b>100,0</b>

Araştırmada kamu personelinin iş yeri yalnızlığının iş yerinde sosyal medya kullanımına etkisi belirlenirken, Tablo.2'de görüleceği gibi kamu personelinin istihdam şekillerinin neredeyse tamamını temsil eden katılımcı frekanslarının örneklem içerisinde yer alması, araştırma sonuçlarının temsili açısından oldukça önem arz etmektedir.

### **2.5. Veri Toplama Yöntemi ve Araçları**

**Yöntem:** Katılımcılara belirtilen süre içinde Facebook, Twitter, WhatsApp, LinkedIn vb. vasıtasıyla ulaşıp anketin hazırlanmış olduğu Google Formlardan anketin linki verilerek cevaplanması istenmiştir.

**Birey Bilgi Formu:** Bu form araştırmacılar tarafından literatürden yararlanılarak oluşturulmuştur. Bu formda katılımcıların yaş, cinsiyet, eğitim gibi sosyo-demografik özellikleri ile genel internet ve sosyal medya kullanımı hakkında 12 soru yer almaktadır.

**İş Yaşamında Yalnızlık Ölçeği:** Araştırmada ilk olarak Doğan, T., Çetin B., ve Sungur (2009) tarafından geliştirilen "İş Yaşamında Yalnızlık Ölçeği" kullanılmıştır.

miştir. Ölçek çalışanların iş hayatlarında yaşadıkları yalnızlığı ölçmek amacıyla Wright, Burt ve Strongman (2006) tarafından geliştirilmiş, Doğan, Çetin, Sungur (2009) tarafından Türkçeye uyarlanmıştır. Duygusal Yoksunluk (1-9. sorular) ve Sosyal Arkadaşlık (10-16. sorular) olmak üzere 2 alt boyuttan oluşan ölçeğin geçerlilik güvenirlik çalışması araştırmacılar tarafından yapılmış, güvenirlik katsayısı ölçeğin tamamı için 0.82, duygusal yoksunluk alt boyutunda 0.78 ve sosyal arkadaşlıkta 0.80 olarak hesaplanmıştır.

**İşyerinde Sosyal Medya Kullanımı Ölçeği:** Araştırmada ikinci olarak Carlson vd. (2016) tarafından geliştirilen ve Er, Solmaz ve Yıldız (2020) tarafından Türkçeye uyarlanan “İşyerinde Sosyal Medya Kullanımı Ölçeği (İSMKÖ)” kullanılmıştır. İSMKÖ ölçeğinde 6 boyut ve 22 soru bulunmaktadır. Ölçek 5’li likert türünde olup, iç tutarlılık güvenirliğini gösteren Cronbach Alpha değeri 0.83 olarak bulunmuştur.

### 3. ANALİZ VE BULGULAR

#### *Güvenirlik ve Geçerlilik Analizi*

Anket formundan elde edilen veriler, SPSS 26.0 programına girilerek kullanılan ölçeklerin ve alt boyutlarının Cronbach  $\alpha$  (alfa) katsayısı hesaplanmıştır. Güvenirlik analizlerinde yaygın olarak kullanılan katsayı Cronbach  $\alpha$  (alfa) katsayısıdır. Cronbach  $\alpha$  alfa katsayısı, anket maddelerinin iç tutarlılığını ve ankette bulunan maddelerin homojen yapısını açıklamak ya da sorgulamak üzere kullanılmaktadır. Cronbach  $\alpha$  alfa katsayısı  $0.60 < R^2 < 0.80$  ise oldukça güvenilir,  $0.80 < R^2 < 1.00$  ise yüksek güvenirlikte olduğu yorumu yapılmaktadır (Uzunsakal ve Yıldız, 2018).

Anketlerin uygulanması tamamlandıktan sonra tüm anketler (n=610) için güvenirlik ve geçerlilik analizleri tekrar yapılmıştır. İş Yaşamında Yalnızlık Ölçeğinde kullanılan duygusal yalnızlık boyutuna ilişkin ilk 9 sorunun (1-9. sorular) güvenirliğini ifade eden Cronbach  $\alpha$  katsayısı 0,878, sosyal arkadaşlık boyutunu ifade eden 7 sorunun (10-16. sorular) Cronbach  $\alpha$  katsayısı ise yine 0,878 olarak bulunmuştur. Ölçeğin tümüne (1-16. sorular) ilişkin Cronbach  $\alpha$  katsayısı ise 0,903 olarak tespit edilmiştir. Toplam 22 sorudan oluşan İşyerinde Sosyal Medya Kullanımı Ölçeğinin tamamının güvenirliğini ifade eden Cronbach  $\alpha$  katsayısı ise 0,908 olarak hesaplanmıştır.



Tablo 1’de görüldüğü gibi araştırmada kullanılan ölçeklerin ve alt boyutlarından oluşan sorulara ait elde edilen sonuçlar Cronbach  $\alpha$  değerlerinin 0,80’in üzerinde olması yüksek derecede güvenilir olduğunu göstermektedir.

**Tablo 3. Güvenilirlik Analizi Sonuçları**

Ölçeğin Adı	Soru Sayısı	Cronbach $\alpha$ değeri
1. İş Yaşamında Yalnızlık	16	0,903
1.1. Duygusal Yalnızlık Boyutu	9	0,878
1.2. Sosyal Arkadaşlık Boyutu	7	0,878
2. İşyerinde Sosyal Medya Kullanımı	22	0,908
<b>Tüm Sorular</b>	<b>38</b>	<b>0,883</b>

Anketin yapısal geçerliliğini test etmek için ise faktör analizi yapılmıştır. Faktör analizinde öncelikle veri setinin faktör analizi için yeterli olup olmadığını değerlendirmek için Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) örneklem yeterliliği ölçütüne başvurulmuştur. KMO ölçütü 0,9 ile 1 arasında olduğunda mükemmel, 0,8 ile 0,89 arasında olduğunda çok iyi, 0,7 ile 0,79 arasında olduğunda iyi, 0,6 ile 0,69 arasında olduğunda orta, 0,5 ile 0,59 arasında olduğunda zayıf ve 0,5’in altında olduğunda veri setinin faktör analizi için uygun olmadığını göstermektedir (Aydın, 2007). Araştırmada kullanılan “İş Yaşamında Yalnızlık Ölçeği” KMO değeri 0,913 “İşyerinde Sosyal Medya Kullanımı Ölçeği” KMO değeri ise 0,913 olarak bulunmuş bu sonuç veri setlerinin faktör analizi için mükemmel olduğunu göstermiştir.

İlk olarak “İş Yaşamında Yalnızlık Ölçeği” içinde yer alan sorular için faktör analizi yapılmıştır. İki faktör altında birleşen analiz sonucunda “duygusal yalnızlık” faktörünün özdeğeri (eigen value) 6,569 “sosyal arkadaşlık” faktörünün özdeğeri ise 3,232 olarak bulunmuştur. Ölçeğe ait faktör analizi sonuçları Tablo 4’de verilmiştir.

**Tablo 4. İş Yaşamında Yalnızlık Ölçeği Faktör Analizi Sonuçları**

Ölçek Faktörleri	Faktör Maddeleri	Faktör Yükleri	Faktör Açıklayıcılığı
	<i>Duygusal Yoksunluk 1</i>	0,541	
	<i>Duygusal Yoksunluk 2</i>	0,612	
	<i>Duygusal Yoksunluk 3</i>	0,554	
Faktör 1: Duygusal Yalnızlık Faktörü	<i>Duygusal Yoksunluk 4</i>	0,609	%41,059
	<i>Duygusal Yoksunluk 5</i>	0,559	
	<i>Duygusal Yoksunluk 6</i>	0,592	
	<i>Duygusal Yoksunluk 7</i>	0,612	
	<i>Duygusal Yoksunluk 8</i>	0,666	
	<i>Duygusal Yoksunluk 9</i>	0,622	
	<i>Sosyal Arkadaşlık 1</i>	0,581	
	<i>Sosyal Arkadaşlık 2</i>	0,597	
Faktör 2: Sosyal Arkadaşlık Faktörü	<i>Sosyal Arkadaşlık 3</i>	0,700	
	<i>Sosyal Arkadaşlık 4</i>	0,515	
	<i>Sosyal Arkadaşlık 5</i>	0,695	
	<i>Sosyal Arkadaşlık 6</i>	0,769	
	<i>Sosyal Arkadaşlık 7</i>	0,678	
<b>Toplam</b>	<b>16 Soru</b>		<b>%61,260</b>

Tablo 4’de görüldüğü gibi ölçeğe ait soruların tamamının faktör yükleri 0,50’den yüksektir. Bununla birlikte ölçeğin %41,059’unu duygusal yalnızlık boyutu, %20,201’ini ise sosyal arkadaşlık boyutu açıklamaktadır.

İşyerinde “*Sosyal Medya Kullanımı Ölçeği*” içinde yer alan sorular için faktör analizi yapıldığında ise altı faktör altında birleşen soruların toplamının faktör açıklayıcılık oranı %70,317 olarak bulunmuştur. Ölçeğe ait faktör analizi sonuçları Tablo 5’de verilmiştir.

**Tablo 5. İşyerinde Sosyal Medya Kullanımı Ölçeği Faktör Analizi Sonuçları**

Ölçek Faktörleri	Faktör Maddeleri	Faktör Yükleri	Faktör Açıklayıcılığı		
Faktör 1: İlişki/Bağ Kurucu Kullanım Faktörü	İşyerinde Sosyal Medya Kullanımı 7	0,548	%34,784		
	İşyerinde Sosyal Medya Kullanımı 8	0,788			
	İşyerinde Sosyal Medya Kullanımı 9	0,802			
	İşyerinde Sosyal Medya Kullanımı 10	0,762			
	İşyerinde Sosyal Medya Kullanımı 11	0,749			
	İşyerinde Sosyal Medya Kullanımı 18	0,647			
	Faktör 2: Uygunsuz Kullanım Faktörü	İşyerinde Sosyal Medya Kullanımı 19		0,576	%15,918
		İşyerinde Sosyal Medya Kullanımı 20		0,668	
İşyerinde Sosyal Medya Kullanımı 21		0,623			
İşyerinde Sosyal Medya Kullanımı 22		0,722			

Faktör 3:	İşyerinde Sosyal	0,782	
İşe Yönelik	Medya Kullanımı 4		%7,095
Sosyal Medya	İşyerinde Sosyal	0,841	
KullanımFaktörü	Medya Kullanımı 5		
	İşyerinde Sosyal	0,855	
	Medya Kullanımı 6		
Faktör 4:	İşyerinde Sosyal	0,567	%5,043
Farklı İzlenim	Medya Kullanımı 12		
Vermek İçin	İşyerinde Sosyal	0,757	
Kullanma	Medya Kullanımı 14		
Faktörü	İşyerinde Sosyal	0,766	
	Medya Kullanımı 16		
Faktör 5:	İşyerinde Sosyal	627	%3,777
Kendi İş Dışı	Medya Kullanımı 13		
Amaçları İçin	İşyerinde Sosyal	704	
Kullanma	Medya Kullanımı 15		
Faktörü	İşyerinde Sosyal	627	
	Medya Kullanımı 17		
Faktör 6:	İşyerinde Sosyal	657	%3,701
Kullanım	Medya Kullanımı 1		
Yoğunluğu	İşyerinde Sosyal	741	
Faktörü	Medya Kullanımı 3		
<b>Toplam</b>	<b>21 Soru</b>		<b>%70,317</b>

Tablo 5’de görüldüğü gibi ölçeğe ait soruların tamamının faktör yükleri 0,50’den yüksek olmakla birlikte, ölçeğin %34,784’ünü ilişki/bağ kurucu kullanım faktörü, %15,918’ini uygunsuz kullanım faktörü, %7,095’ini işe yönelik sosyal medya kullanım faktörü, %5,043’ünü farklı izlenim vermek için kullanma faktörü, %3,777’sini kendi iş dışı amaçları için kullanma faktörü ve %3,701’ini kullanım yoğunluğu faktörü açıklamaktadır.

### ***Kamu Personelinin İş Yaşamında Yalnızlık Duygusu Düzeyleri***

İki alt boyut ve toplam 16 sorudan oluşan iş yaşamında yalnızlık ölçeğinde sorular 5’li likert ölçeğine göre sorulduğundan, katılımcıların anketin tamamından alabilecekleri en düşük puan 16, en yüksek puan ise 80’dir. Alt boyutlarda ise sosyal arkadaşlık boyutu için alınabilecek en düşük puan 7, en yüksek puan ise 35 ve duygusal yalnızlık boyutundan alınabilecek en düşük puan 9, en yüksek puan 45 şeklindedir. Katılımcıların ölçekte yer alan sorulara verdikleri cevaplardan elde edilen ortalama puanlar Tablo 6’da yer alan puan aralıklarına göre gruplandırılmıştır (Mercan vd. 2012).

**Tablo 6. İş Yaşamında Yalnızlık Ölçeği Aralık Katsayısına Bağlı Olarak Gruplandırma**

<b>Puan Aralıkları</b>	<b>İş Yaşamında Yalnızlık Düzeyi</b>
1-1,80	Çok Düşük
1,81-2,60	Düşük
2,61-3,40	Orta
3,41-4,20	Yüksek
4,21-5,00	Çok Yüksek

Araştırmaya katılan kamu personelinin yalnızlık düzeylerinin belirlenmesi amacıyla “İş Yaşamında Yalnızlık Ölçeği” sorularına vermiş oldukları cevapların ortalamaları hesaplanarak Tablo 7’de verilmiştir.

**Tablo 7. Kamu Personelinin İş Yaşamında Yalnızlık Duygusu Düzeyleri**

<b>Faktörler</b>	<b>n</b>	<b>S.S.</b>	<b>Min.</b>	<b>Max.</b>	<b>Ort.</b>	<b>Yalnızlık Düzeyi</b>
Faktör 1: Duygusal Yalnızlık Faktörü	610	0,80	1	5	2,14	Düşük
Faktör 2: Sosyal Arkadaşlık Faktörü	610	0,90	1	5	2,31	Düşük
İş Yaşamında Yalnızlık	610	0,74	1	4,75	2,21	Düşük

Tablo 7'ye göre, araştırmaya kamu personelinin iş yaşamında yalnızlık ölçeğinin alt boyut puanlarının ortalamaları incelendiğinde duygusal yalnızlık faktörü ortalamasının 2,14 sosyal arkadaşlık faktörü ortalamasının 2,31 puan olduğu görülmektedir. Ölçeğin tamamını belirten iş yerinde yalnızlık düzeyinin ortalama puanı ise 2,21'dir. Bu sonuçlar araştırmaya katılan kamu personelinin duygusal yalnızlık ve sosyal arkadaşlık alt boyutlarında olduğu gibi iş yaşamının genelinde de düşük seviyede iş yerinde yalnızlık düzeyine sahip oldukları sonucunu ortaya koymuştur.

Yapılan araştırmada kamu personelinin iş yaşamında yalnızlık düzeylerinin birtakım değişkenlere göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediği de incelenmiştir. İncelemeyi yapabilmek için öncelikle verilerin normal dağılıma uygun olup olmadığının test edilmesi, normal dağılıma uygun olması durumunda parametrik testlerin (z, t, F vb.), varsayımların sağlanmaması durumunda ise nonparametrik testlerin uygulanması gerekmektedir (Sönmez Çakır, 2022). Bu nedenle araştırmada elde edilen veriler SPSS aracılığıyla normallik testine tabi tutularak "Skewness ve Kurtosis" değerleri hesaplanmıştır. Hesaplama da skewness değeri 0,779, kurtosis değeri ise -0,650 olarak gözlenmiştir. Kurtosis ve Skewness değerleri -1.5 ile +1.5 olduğu zaman normal dağılıma uygun olduğu kabul edilmektedir (Tabachnick ve Fidell, 2013).

Normal dağıldığı gözlemlenen katılımcıların iş yaşamında yalnızlık düzeylerinde ilk olarak cinsiyet değişkenine göre farklılaşma olup olmadığını belirlemek amacıyla bağımsız örneklem t testi uygulanarak sonuçlarına Tablo 8'de yer verilmiştir.

**Tablo 8. İş Yaşamında Yalnızlık Duygusunun Cinsiyete Göre Bağımsız Örneklem T Testi Analizi Sonuçları**

Değişkenler	Gruplar	n	x	s.s.	t testi		
					t	sd	p
Duygusal	Kadın	254	2,15	0,82	0,369	608	0,712
Yalnızlık	Erkek	356	2,13	0,79			
Sosyal	Kadın	254	2,25	0,87	-1,441	608	0,150
Arkadaşlık	Erkek	356	2,35	0,92			
İş Yaşamında	Kadın	254	2,19	0,74	-0,542	608	0,588
Yalnızlık	Erkek	356	2,23	0,74			

Tablo 8 incelendiğinde katılımcıların 254'ünü kadınlar ( $n=254$ ), 356'sını erkeklerin ( $n=356$ ) oluşturduğu, kadın personelin iş yaşamında yalnızlık düzeyleri ortalamasının  $x=2,19$  erkek personelin ise  $x=2,23$  olduğu görülmektedir. Alt boyutlara bakıldığında kadınlar ve erkekler arasında duygusal yalnızlık ( $t=-0,369$ ,  $p>0,05$ ) ve sosyal arkadaşlık ( $t=-1,441$ ,  $p>0,05$ ) düzeylerinde anlamlı bir farklılık görülmemiştir. Elde edilen sonuçlara göre kamu personelinin iş yaşamında yalnızlık düzeylerinin cinsiyete göre anlamlı bir farklılık göstermediği söylenebilir ( $t=-0,542$ ,  $p>0,05$ ).

Kamu personelinin iş yaşamında yalnızlık düzeylerinin yaş gruplarına göre değişip değişmediğini ortaya koyabilmek amacıyla tek yönlü varyans analizi (ANOVA) testi yapılarak sonuçlarına Tablo 9'da yer verilmiştir.

**Tablo 9. İş Yaşamında Yalnızlık Duygusunun Yaş Grubuna Göre ANOVA Analizi Sonuçları**

Değişkenler	Yaş Grubu	n	x	s.s.	Varyans Kaynağı	KT	sd	KO	F	p
Duygusal Yalnızlık	18-24	20	1,95	0,53	Gruplar Arası	4,28	4	1,07	1,64	0,161
	25-34	235	2,12	0,85						
	35-44	233	2,22	0,81	Grup İçi	393,24	605	0,65		
	45-54	105	2,01	0,72						
	55-65	17	2,28	0,73						
	<b>Toplam</b>	<b>610</b>	<b>2,14</b>	<b>0,80</b>	<b>Toplam</b>	<b>397,53</b>	<b>609</b>			
Sosyal Arkadaşlık	18-24	20	2,41	0,99	Gruplar Arası	6,05	4	1,51	1,85	0,117
	25-34	235	2,31	0,94						
	35-44	233	2,38	0,85	Grup İçi	493,44	605	0,81		
	45-54	105	2,11	0,89						
	55-65	17	2,47	0,80						
	<b>Toplam</b>	<b>610</b>	<b>2,31</b>	<b>0,90</b>	<b>Toplam</b>	<b>499,49</b>	<b>609</b>			
İş Yaşamında Yalnızlık	18-24	20	2,18	0,61	Gruplar Arası	4,24	4	1,06	1,93	0,103
	25-34	235	2,21	0,78						
	35-44	233	2,29	0,73	Grup İçi	331,99	605	0,54		
	45-54	105	2,06	0,70						
	55-65	17	2,37	0,48						
	<b>Toplam</b>	<b>610</b>	<b>2,22</b>	<b>0,74</b>	<b>Toplam</b>	<b>336,24</b>	<b>609</b>			

Tablo 9’da görülen ANOVA sonuçları, kamu personelinin iş yaşamında yalnızlık düzeylerine ilişkin gruplar arası ortalamalarda gözlenen farklılığın istatistiksel olarak anlamlı olmadığını ortaya koymuştur ( $F=1,93, p>0,05$ ). Yine yaş grupları arasında duygusal yalnızlık ( $F=1,64, p>0,05$ ) ve sosyal arkadaşlık ( $F=1,85, p>0,05$ ) düzeylerinde anlamlı bir farklılık görülmemiştir. Analiz bulgularına göre kamu personelinin iş yaşamındaki yalnızlık düzeylerinin yaş grubuna göre değişmediği söylenebilir ( $F=1,93, p>0,05$ ).

Araştırma soruları içerisinde bulunmamakla birlikte katılımcıların iş yaşamında yalnızlık düzeylerinin medeni durumlarına, unvanlarına ve eğitim durumlarına göre farklılaşma gösterip göstermediği de incelenmiş, ANOVA testi sonuçlarına göre kamu personelinin iş yaşamında yalnızlık düzeylerine ilişkin gözlenen farklılığın istatistiksel olarak anlamlı olmadığı ortaya çıkmıştır ( $p>0,05$ ).

### ***Kamu Personelinin İş Yaşamında Yalnızlık Duygusu ve İş Yerinde Sosyal Medya Kullanımı İlişkisi***

İş yaşamında yalnızlık ile iş yerinde sosyal medya kullanımı arasında ilişki olup olmadığı korelasyon analizi ile ölçülmüş ve sonuçlar Tablo 10’da gösterilmiştir.

**Tablo 10. İş Yaşamında Yalnızlık ve İş Yerinde Sosyal Medya Kullanımı Korelasyon Analizi Sonuçları**

<b>İş Yaşamında Yalnızlık Boyutları</b>		
	<b>Duygusal Yoksunluk</b>	<b>Sosyal Arkadaşlık</b>
İş Yerinde Sosyal Medya Kullanımı	0,108*	-0,099**
	0,008	0,015

\* Korelasyon 0,01 düzeyinde anlamlıdır (2-tailed).

\*\* Korelasyon 0,05 düzeyinde anlamlıdır (2-tailed).

Tablo 10’da görüldüğü gibi duygusal yoksunluk ile iş yerinde sosyal medya kullanımı arasında anlamlı bir doğrusal korelasyon olduğu sonucuna ulaşılmıştır ( $p<0,05$ ). Korelasyon katsayısına bakıldığında  $r=+0,108$  olduğu görülmektedir. Korelasyon katsayısının işareti negatif (-) ise değişkenler arasında negatif doğrusal ilişki, pozitif (+) ise pozitif doğrusal ilişki, sıfır (0) ise ilişkinin olmadığı şeklinde yorumlanmaktadır (Padem vd. 2012). Korelasyon katsayısı literatürde



genel olarak (0,00-0,30) zayıf, (0,31-0,49) orta, (0,50-0,69) güçlü, (0,70- 1,00) çok güçlü şeklinde ifade edilmektedir (Tavşancıl, 2006). Analizden elde edilen sonuçlar duygusal yoksunluk ile iş yerinde sosyal medya kullanımı arasında pozitif (+) ve zayıf bir ilişkinin olduğunu göstermektedir ( $r=+0,108, p<0,05$ ).

Sosyal arkadaşlık ve iş yerinde sosyal medya kullanımı arasındaki korelasyon analizi sonuçlarına bakıldığında yine anlamlı bir doğrusal korelasyon olduğu sonucuna ulaşılmıştır ( $p<0,05$ ). Korelasyon katsayısına bakıldığında  $r=-0,099$  olduğu görülmektedir. Analizden elde edilen sonuçlar sosyal arkadaşlık ile iş yerinde sosyal medya kullanımı arasında negatif (-) ve zayıf bir ilişkinin olduğunu göstermektedir ( $r=+0,099, p<0,05$ ).

İş yaşamında yalnızlık ve iş yerinde sosyal medya kullanımı arasındaki korelasyon analizi sonuçları ise iş yaşamında yalnızlık ile iş yerinde sosyal medya kullanımı arasında anlamlı olmayan pozitif (+) ve zayıf bir ilişkinin olduğunu göstermektedir ( $r=+0,013, p>0,05$ ).

### ***Kamu Personelinin İş Yaşamında Yalnızlık Duygusunun İş Yerinde Sosyal Medya Kullanımına Etkisi***

İstatiksel olarak iki değişken arasındaki ilişki, aldıkları değerlerin karşılıklı değişimleri arasında bir bağıllık şeklinde ifade edilmektedir. Yapılan araştırmada iş yaşamında yalnızlığın alt boyutları olan duygusal yoksunluk (DY) ve sosyal arkadaşlık (SA) bağımsız değişken, iş yerinde sosyal medya kullanımı (SMK) ise bağımlı değişken olarak kabul edilmiştir. Sosyal bilimlerde bağımsız değişken ile bağımlı değişken arasındaki ilişkiyi araştırmak için en çok kullanılan tekniklerden birisi regresyon analizidir (Padem vd. 2012). Makalenin 1.4.5.1 ve numaralı araştırma probleminde yer alan soruları yanıtlayabilmek amacıyla oluşturulan regresyon modeli şu şekildedir;

$$SMK = \beta_0 + \beta_1 DY + \beta_2 SA + \Omega$$

Denklemden; İş Yerinde Sosyal medya Kullanımı (SMK), Duygusal Yoksunluk (DY), Sosyal Arkadaşlık (SA) ve hata terimi  $\Omega$  olarak kodlanmıştır. İş yaşamında yalnızlık duygusunun alt boyutlarının iş yerinde sosyal medya kullanımını yordamasına ilişkin regresyon analizi sonuçları Tablo 11'de gösterilmiştir.

**Tablo 11. İş Yaşamında Yalnızlık Duygusunun Alt Boyutlarının İş Yerinde Sosyal Medya Kullanımını Yordamasına İlişkin Regresyon Analizi Sonuçları**

Model	Beta	Standart Beta	t	sig.
Sabit	2,135	-	25,650	0,000
Duygusal Yoksunluk (DY)	0,179	0,217	4,682	0,000
Sosyal Arkadaşlık (SA)	-0,155	-0,211	-4,554	0,000

**Bağımlı Değişken:** İş Yerinde Sosyal medya Kullanımı (SMK)  
**F= 14,048, p<0,001, R2 = 0,041, Durbin-Watson=1,999**

Oluşturulan regresyon modeline göre tahmin edilen regresyon eşitliği şu şekilde ifade edilebilmektedir;

$$SMK=2,135 + 0,179DY + -0,155SA + \Omega$$

Her iki alt boyutta da anlamlılık düzeyi (sig.)  $p<0,000$  olduğundan kurulan regresyon modeli anlamlıdır ( $p<0,001$ ). Bu nedenle iş yerinde sosyal medya kullanımı (SMK) ile duygusal yoksunluk (DY) ve sosyal arkadaşlık (SA) değişkenleri arasında doğrusal bir ilişki vardır. Durbin-Watson istatistiğinin  $d = 1,999$  olarak bulunması yani bu değerın 2'ye yakın olması ise otokorelasyon probleminin olmadığını göstermektedir. İlişkinin yordanmasına yönelik regresyon analizi sonuçlarına göre duygusal yoksunluktaki 1 birimlik bir artış, iş yerinde sosyal medya kullanımını 0,179 birim artırmaktayken, sosyal arkadaşlık değişkenindeki bir birimlik artış iş yerinde sosyal medya kullanımını -0,155 birim azaltmaktadır. Başka bir ifadeyle duygusal yoksunluk boyutu iş yerinde sosyal medya kullanımına pozitif ve zayıf düzeyde anlamlı etki ederken sosyal arkadaşlık boyutu iş yerinde sosyal medya kullanımına negatif ve zayıf düzeyde anlamlı bir etki göstermektedir.

## SONUÇ

Bu makalede kamu personelinin iş yaşamında yalnızlık hissedip hissetmediği ile hissedilen yalnızlık duygusunun iş yerinde sosyal medya kullanımına etkisi araştırılmıştır. Yapılan veri analizleri sonucunda araştırmaya katılan kamu personelinin duygusal yalnızlık (Faktör Ortalaması=2,14) ve sosyal arkadaşlık (Faktör Ortalaması=2,31) alt boyutlarında olduğu gibi iş yaşamının genelinde de düşük seviyede iş yerinde yalnızlık (Faktör Ortalaması=2,21) düzeyine sahip oldukları tespit edilmiştir. Demografik değişkenlere göre hissedilen yalnızlık düzeylerinin irdelenmesi sonucunda ise kamu personelinin iş yaşamında yalnızlık düzeylerinin cinsiyete ( $t=-0,542, p>0,05$ ) ve yaş grubuna ( $F=1,93, p>0,05$ ) göre anlamlı bir farklılık göstermediği belirlenmiştir.

İş yaşamında yalnızlık ile iş yerinde sosyal medya kullanımı arasındaki ilişki analiz edildiğinde iş yaşamında yalnızlık ile iş yerinde sosyal medya kullanımı arasında anlamlı olmayan pozitif (+) ve zayıf bir ilişkinin olduğu tespit edilmiştir ( $r=+0,013, p>0,05$ ). Ancak alt boyutlardan duygusal yoksunluk ile iş yerinde sosyal medya kullanımı arasında anlamlı pozitif (+) ve zayıf bir ilişkinin olduğu ( $r=+0,108, p<0,05$ ) görülürken, sosyal arkadaşlık ile iş yerinde sosyal medya kullanımı arasında anlamlı negatif (-) ve zayıf bir ilişkinin olduğunu belirlenmiştir ( $r=+0,099, p<0,05$ ).

Çalışmada ayrıca yapılan analiz sonucunda iş yaşamında yalnızlık duygusu ile iş yerinde sosyal medya kullanımı arasında doğrusal bir ilişki olduğu ortaya konulmuştur. İş yaşamında yalnızlığın alt boyutlarından duygusal yoksunluktaki 1 birimlik bir artış, iş yerinde sosyal medya kullanımını 0,179 birim arttırmaktayken, sosyal arkadaşlık değişkenindeki bir birimlik artış iş yerinde sosyal medya kullanımını -0,155 birim azalttığı tespit edilmiştir.

Buna göre iş yaşamında sosyal arkadaşlık düzeyi arttıkça, iş yerinde sosyal medya kullanımının azaldığı; iş yaşamında duygusal yoksunluk yaşayan kamu personelinin ise iş yerinde sosyal medya kullanımının arttığı söylenebilir.

## KAYNAKÇA

- Akşit Aşık N (2016). *İş Yerinde Yalnızlığın Tükenmişlik Üzerine Etkisi*. Business And Management Studies: An International Journal, 4(3), 366-384.
- Arıbaş, A. N. ve Özşahin, F. (2022). *İş Yaşamında Yalnızlığın Sosyal Medya Bağımlılığına Etkisinin İncelenmesi*. Aksaray Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 14 (1), 37-46.
- Arslantaş H, Ergin F (2011). *50–65 Yaş Arasındaki Bireylerde Yalnızlık, Depresyon, Sosyal Destek ve Etki Eden Faktörler*. Türk Geriatri Dergisi, 14(2), 135-144.
- Aydın, B. Z. (2007). *Faktör analizi yardımıyla performans ölçütlerinin boyutlarının ortaya konulması*. 8. Türkiye Ekonometri ve İstatistik Kongresi, 24, 25 Mayıs 2007 – İnönü Üniversitesi Malatya.
- Bardak, F. ve Yalçınkaya Alkar, Ö., (2016). *Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Ağları Kullanım Amaçlarına Göre İnternet Bağımlılığı ve Yalnızlık Düzeyleri Arasındaki İlişkinin İncelenmesi*. Bağımlılık Dergisi, Sayı.17/2, 55-65.
- Boz Semerci, A. Ergeneli, A. & Yılmaz, Z. (2021). *İş Yeri Yalnızlığının İki Yüzü: Sanal Kaytarma ve Yenilikçi İş Performansı*. Hacettepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 39 (1), 133-147
- Carlson, J. R. Zivnuska, S., Harris, R. B., Harris, K. J., ve Carlson, D. S. (2016). *Social Media Use in the Workplace: A Study of Dual Effects*. Journal of Organizational and User Computing, 28(1), 15-31.
- Doğan, T. Çetin, B.& Sungur, M. Z. (2009). *İş Yaşamında Yalnızlık Ölçeği Türkçe Formunun Geçerlilik ve Güvenilirlik Çalışması*. Anadolu Psikiyatri Dergisi, 10(6), 271-277.
- Er, K. , Solmaz, U. & Yıldız, E. (2020). *İşyerinde Sosyal Medya Kullanımı Ölçeğinin Türkçeye Uyarlanması*. Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 23 (44) , 1105-1132
- Kaplan, M. Tüm, Y. ve Karagöz, A. (2019). *İş Yeri Yalnızlığının Görev Performansı Üzerindeki Etkisi: Öz Yeterliliğin Düzenleyici Rolü, Sosyal Beşerî ve İdari*

*Bilimler ve Matematik Alanında Araştırma ve Derlemeler*, 159-174, Ankara, Gece Kitaplığı.

Karasar, N. (2018). *Bilimsel Araştırma yöntemi*. (33. Basım) Ankara, Nobel Akademik Yayıncılık.

Mercan, N., Oyur, E., Alamur, B., Gül, S. ve Bengül, S. (2012). *İşyeri Yalnızlığı ve Sosyal Fobi Arasındaki İlişkiye Yönelik Bir Araştırma*. *Organizasyon ve Yönetim Bilimleri Dergisi*, 4(1), 213-226 s.222

Özdemir, S. ve Erdem, R. (2016). *Sosyal Medyanın Örgüt İçi İletişimdeki Rolü*. *MANAS Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 5 (3), 247-270.

Padem H., Gökso A. ve Konaklı Z. (2012). *Araştırma Yöntemleri: SPSS Uygulamalı*. International Burch University, Sarajevo s.179

Russell, D. Cutrona, C. E. Rose, J. ve Yurko, K. (1984), *Social and Emotional Loneliness: An Examination of Weiss's Typology of Loneliness*, *Journal of Personality & Social Psych.*, 46 (6): 1313-1321.

Safko, L. ve Brake, D. K. (2009). *The Social Media Bible; Tactics, Tools, And Strategies For Business Success*. New Jersey

Sönmez Çakır, F. (2022). *Normal Dağılım ve Normal Dağılıma Veri Dönüştürme*. Ege 7. Uluslararası Sosyal Bilimler Kongresi, Cilt:2, İzmir. 2657-2672 s.2657

Tabachnick, B. G. ve Fidell, L. S. (2013). *Using multivariate statistics*. Boston, Pearson.

Tavşancıl, E. (2006). *Tutumların Ölçülmesi ve SPSS ile Veri Analizi*. Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.

Uzunsakal, E. ve Yıldız, D. (2018). *Alan araştırmalarında güvenilirlik testlerinin karşılaştırılması ve tarımsal veriler üzerine bir uygulama*. *Uygulamalı Sosyal Bilimler Dergisi*, 2 (1), 14-28.

Wright, S. L. Burt, C. D. B. ve Strongman, K. T. (2006), *Loneliness in the Workplace: Construct Definition and Scale Development*, *New Zealand Journal of Psychology*, 35 (2): 59- 68.