



Üniversite Öğrencilerinin Mükemmeliyetçilik ve Yalnızlık Algularının Sosyal Medyadaki Yansıması: Sivas Cumhuriyet Üniversitesi Örneği¹

Reflection of University Students' Perceptions of Perfectionism and Loneliness on Social Media: The Case of Sivas Cumhuriyet University

Onur Taydaş^a, Seren İldız^b

^a Doç. Dr., Sivas Cumhuriyet Üniversitesi, Sivas Türkiye,

onurtaydas@cumhuriyet.edu.tr

ORCID: 0000-0002-5068-8988

^b Araştırmacı

ildizz44@outlook.com

ORCID: 0000-0003-3258-2992

MAKALE BİLGİSİ

Makale Geçmişi:

Başvuru tarihi: 21.05.2022

Düzeltilme tarihi: 26.06.2022

Kabul tarihi: 27.06.2022

Anahtar Kelimeler:

İletişim Çalışmaları,

Sosyal Medya,

Yeni Medya,

Mükemmeliyetçilik,

Yalnızlık.

ARTICLE INFO

Article history:

Received: 21.05.2022

Received in revised form: 26.06.2022

Accepted: 27.06.2022

Keywords:

Communication Studies,

Social media,

New Media,

perfectionism,

Loneliness.

ÖZ

Bu araştırma, üniversite öğrencilerinin mükemmeliyetçi kişilik özelliklerinin ve yalnızlık düzeylerinin sosyal medyadaki yansımasını incelemek amacıyla yapılmıştır. Araştırmanın örneklemini 2019-2020 eğitim öğretim döneminde Sivas Cumhuriyet Üniversitesi yerleşkesinde yer alan fakültelerde ve meslek yüksekokullarında eğitim alan ve anket sorularının uygulandığı toplam 544 öğrenciden oluşmaktadır. Katılımcılara Frost Çok Boyutlu Mükemmeliyetçilik Ölçeği (FÇBMÖ), UCLA Yalnızlık Ölçeği ve Kişisel Bilgi Formunun yer aldığı anket uygulanmıştır. Anketler aracılığıyla toplanan veriler SPSS 22.0 paket programı ile analiz edilmiş ve bulunan bulgular ortaya konmuştur. İnsan hayatının ayrılmaz bir parçası haline gelen sosyal medya, özellikle üniversite öğrencileri arasında yaygın olarak kullanılmaktadır. Bu denli yaygın kullanım bazı etkileri de beraberinde getirmektedir. Yapılan araştırmanın sonucuna göre sosyal medyanın değişkenler üzerinde etkisi olduğu saptanmıştır.

ABSTRACT

This research, aimed to examine the reflection of university students' perfectionism personality traits and loneliness levels on social media. The sample of the research consists of a total of 544 students studying at Sivas Cumhuriyet University in the 2019-2020 academic year, different faculties and vocational schools answering the survey questions. The participants was applied to the Frost Multidimensional Perfectionism Scale (FCPMS), UCLA Loneliness Scale and Personal Information Form a questionnaire including. The data collected through the questionnaires were analyzed with the SPSS 22.0 package and the findings were revealed. Social media, which has become an integral part of human life, is widely used, especially among university students. Such widespread use also brings some effects. According to the results of the research, it has been determined that social media has an effect on the variables

¹ Bu makale Sivas Cumhuriyet Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Radyo Televizyon ve Sinema Anabilim Dalı İletişim Bilimleri Programında kabul edilen “Üniversite Öğrencilerinin Mükemmeliyetçilik ve Yalnızlık Algularının Sosyal Medyadaki Yansıması: Sivas Cumhuriyet Üniversitesi Örneği” isimli yüksek lisans tezinden üretilmiştir.

* DOI: 10.46442/intjcss.1119258

** Sorumlu yazar: Seren İLDIZ, ildizz44@outlook.com

Atıf Bilgisi / Reference Information

Taydaş, O. ve İldız, S. (2022). Üniversite Öğrencilerinin Mükemmeliyetçilik ve Yalnızlık Algılarının Sosyal Medyadaki Yansıması: Sivas Cumhuriyet Üniversitesi Örneği. *Uluslararası Kültürel ve Sosyal Araştırmalar Dergisi (UKSAD)*, 8 (1), Yaz, s.

1. Giriş

Bilgisayarın ilk serüveni 1700’lü yıllarda hesap makinesi olarak başlamış ve 1800’lü yıllarda ilk defa yazılan yazılım ile devam etmiştir. 1940’lı yıllarda gelişen teknoloji ve 1980’lerde kişisel bilgisayarda yaşanan gelişmeler, internetin gelişine, iletişimde ve insanların yaşamlarında köklü değişimlere yol açmıştır (Dedeoğlu, 2016: 14).

Günümüz bilgisayar ağlarının ortaya çıkmasında etken olan ARPANET (Amerikan Askeri Araştırma Projesi) ile 1969 yılında ilk çalışmalar başlamış ve bilgisayarlar arası yapılan bağlantı sonucunda internetin ilk formu oluşmuştur. Böylelikle ağların diğer ağlarla yeni ağlar oluşturmasıyla “ağların ağı” olarak tanımlanan internet ortaya çıkmıştır (Atabek, 2020: 239). Amerika Savunma Bakanlığına bağlı olan ve ilk kullanım amacı herhangi bir saldırı anında iletişimin kopmamasını ve askerlerin birbirinden haber almasını sağlamak olan internet, 1995’te tamamen özelleştirilerek yeni bir çağ atlamıştır (Çakır ve Topçu, 2005: 75). Türkiye’de ise 1980’li yıllarda ilk kişisel bilgisayar kullanılmış ve ilk internet bağlantısı 1993 yılında TÜBİTAK ve ODTÜ aracılığıyla gerçekleşmiştir (Saka, 2019: 5-7).

Tüm bunlar neticesinde 2000’li yıllarda gelişen iletişim teknolojileri dünyada ve Türkiye’de internetin hızla yayılmasına ve kullanılmasına yol açmış, aynı zamanda iletişim alanında da köklü değişimlere neden olmuştur. Bu değişim ile yaşanan dönüşümün en başat etkeni ise yeni ihtiyaçların ortaya çıkması ve internetin ilk kullanım şekli olan Web 1.0’dan Web 2.0’a geçilmesidir (Bostancı, 2015: 50-51). Bu gelişen olaylar sırasında, kullanıcılarının multimedya ortamında görüntü, ses ve video gibi çeşitli içerikleri kolaylıkla paylaşabilmelerini sağlayan sosyal medya platformları ortaya çıkmıştır. Web 2.0 sayesinde oluşturulan sosyal ağlar sayesinde kullanıcılar içerik üretme, değiştirme veya paylaşma konumuna gelmişlerdir. Web 1.0 ile pasif ve tüketici olan kullanıcı Web 2.0’a geçişle beraber artık aktif ve üretici konumuna geçmiştir (Özdemir, 2019: 65).

We Are Social (2021) Ocak verilerine baktığımızda dünya nüfusu 7.83 milyar kişidir. Dünyada internet kullanan kişi sayısı 4.66 milyar iken, aktif sosyal medya kullanan kişi sayısı ise 4.20 milyardır. Yine aynı sitenin verilerine göre Türkiye’nin nüfusu 84.69 milyon kişiden oluşmaktadır. Türkiye’de internet kullanan kişi sayısı 65.80 milyon kişi iken, aktif sosyal medya kullanan kişi sayısı 60 milyondur (<https://wearesocial.com/digital-2021>). İnternet ve sosyal medya kullanımının bu denli yüksek olması cep telefonları sayesinde internetin cebimize kadar girmesi, kolay ve ücretsiz ulaşılmasıdır. İnternetin zaman ve mekân kavramlarını ortadan kaldırması, istenilen kişiyle anında iletişime geçebilmesi ve istenilen bilgiye anında ulaşabilmesi bireyler tarafından yoğun olarak kullanılmasına neden olmuştur (Vural ve Bat, 2010, s.3349). Sosyal medya platformlarının eğlenceli içerikleri ve sanal oyunların etkisi de bireyleri kendine çeken diğer faktörlerdir (Karaduman, 2015: 100).

İnternet kullanım yıllarının ve günlük kullanım sürelerinin uzun olması neticesinde yüz yüze ilişkilerimizin yerini bu mecralara bıraktığını görebilmekteyiz Bu yeni iletişim biçimleri bir yandan kullanıcılarını sürekli ağa bağlı tutarak sosyalleştirirken, aynı zamanda da onları yalnızlığa itmektir. Bugün gençlerin büyük çoğunluğu sosyal medyada görünür durumda ve birbirlerini orada görmek için sık sık bu ağlara bağlanmaktadır. Aynı zamanda yan yana olsalar da tek kelime etmeden sosyal medya üzerinden eş zamanlı olarak birbirleriyle iletişim kurabilmektedir. Bu platformlar aracılığıyla iletişime geçen bireyler, söz konusu araçlar aracılığıyla bireyselleşmekte ve bunun sonucunda yalnızlık ile karşılaşmaktadır (Calap ve Çebi, 2020: 442-445). Ayrıca internetin hızlı ve etkileşimli olması bununla beraber kolay ulaşılabilir olması bireylerde bir takım düşüncelere neden olmaktadır. Sosyal medyada çok zaman geçiren kişiler, bu ağlarda başkaları tarafından nasıl algılandıkları veya gördükleri konusunda sürekli endişe duymaya başlamaktadır (Satıcı, 2019: 703). Etkileşimin yüksek olması, bir paylaşımın saniyeler içinde milyonlarca kişiye ulaşması demektir. Bu hızın bireyde bazı korkulara veya endişelere



yol açtığı düşünülmektedir, çünkü internet kullanımının mükemmeliyetçilik için bir risk faktörü olduğu belirtilmektedir (Satıcı, 2019: 706). Bu bilgiler doğrultusunda bu çalışma, üniversite öğrencilerinin mükemmeliyetçilik ve yalnızlık düzeylerinin sosyal medya ile artış gösterip göstermediğini incelemek amacıyla yapılmış, ilk olarak; mükemmeliyetçilik, yalnızlık, sosyal medya kavramları açıklanarak sonrasında istatistiksel verilerden elde edilen bulgular ile değerlendirmeler yapılmıştır. Sosyal medyada yalnızlık veya mükemmeliyetçilik ayrı ayrı ele alınmış olsa da bu iki kavramın aynı anda incelenmesi, bundan sonra yapılacak diğer araştırmalara ışık olacağı düşünülmektedir.

2. Mükemmeliyetçilik Kavramı

Adler'e göre mükemmellik arayışı doğuştan gelmektedir. Mükemmellik için çabalamak, yaşamın özünde olan bir dürtü, bir gelişmedir. Onsuz bir hayatı hayal etmek bile imkânsızdır. Mükemmeliyetçilik, kusursuzluk bireyi tanımlayan kişilik özelliklerindedir ve hayatın her alanında davranışlara, duygulara ve düşüncelere etki etmektedir (Adler, 2011: 49-53).

Literatürde mükemmeliyetçilik kavramına ilişkin birçok tanım bulunmaktadır; Burns (1980: 33) mükemmeliyetçiliği, standartları ulaşılamayacak kadar yüksek, imkânsız hedefler koyan, bu imkânsız hedeflerin kesintisiz peşinden ısrarla koşan, kendi değerlerini verimlilik ve uyum açısından ölçen bireyler olarak tanımlamaktadır.

Brown ve arkadaşlarına göre mükemmeliyetçilik, kişinin kendisi için aşırı yüksek performans standartları belirleme ve sonrasında bu performansını aşırı derecede eleştirel olarak değerlendirme eğilimidir (Brown vd. 1999: 98).

Antony ve Swinson'a (2000: 24-27) göre ise mükemmeliyetçilik; bireyin fiziksel açıdan görünümüne, kişisel temizlik konusundaki davranışlarına, performansına, mekânsal ve eşya düzenine aşırı düzeyde özen ve dikkat etmesi olarak tanımlanabilir.

Literatür tarandığında mükemmeliyetçilik kavramının birçok tanımı olmasına rağmen tüm tanımların ortak noktası mükemmeliyetçilerin kendilerine son derece yüksek hedefler koymalarıdır. Mükemmeliyetçiler her zaman mükemmel olma eğilimindedir ve hata yapmazlar. Hatalar veya yanlışlar yapıldığında, insanlar kendilerini eleştirme ve cezalandırma eğilimindedir.

Antony ve Swinson'a (2000: 84-96) göre mükemmeliyetçi davranış biçimleri şu şekildedir:

- **Aşırıya kaçmak:** Bir davranışı, hiçbir zarar ya da hata oluşmayacağından emin olacak şekilde tekrar etmektir,
- **Aşırı kontrol etme ve teminat arayışı:** Mükemmeliyetçi kişiler işleri hatasız yapmak ve belirledikleri standartlarına ulaşmak için aşırı kontrol ederler ve teminat ararlar,
- **Tekrar etme ve düzeltme:** Bir davranış yanlış olarak algılanıyorsa veya bir durum doğru görünmüyorsa, o davranışı veya durumu düzeltmek aşırı önemli olarak kabul edilebilir,
- **Aşırı düzenleme ve liste yapma:** Mükemmeliyetçiler, yapılacaklar listesi, sahip olunan varlıkların listesi veya eşyaları belirli bir sraya göre düzenlemek gibi ayrıntılarla fazla meşgul olurlar,
- **Karar verme güçlüğü:** Mükemmeliyetçi kişiler birden fazla alternatifle karşı karşıya geldiklerinde telafisi mümkün olmayan hata veya yanlışlar yapmaktan çok korkarlar ve bu nedenle karar vermekte güçlük yaşarlar,
- **Erteleme:** Mükemmeliyetçilik ulaşılması zor olduğu için sürekli mükemmeliyeti amaçlayan bireyler belirledikleri bu hedeflere veya amaçlarına ulaşamayacaklarına dair korkulardan dolayı hedeflerini ertelerler,
- **Ne zaman duracağını bilememek:** Mükemmeliyetçi kişiler bazı zamanlarda hedeflerine veya amaçlarına ulaşmak için o işe çok zaman ayırarak işin bitmesini engelleyebilirler,



- **Çok çabuk pes etmek:** Mükemmeliyetçi bireyler bazen belirli bir hedef veya amaca ulaşamayacaklarına dair endişe duyarlar ve bu doğrultuda işi yapmaktan vazgeçerler,
- **Yavaşlık:** Erteleme, karar vermede yaşanan zorluk, aşırı kontrol gibi mükemmeliyetçi davranışlar, kişinin performansının yavaşlamasına neden olabilir. Bazı mükemmeliyetçi kişiler ise işlerini daha yavaş yapmayı tercih ederler çünkü yavaş yaparlarsa daha dikkatli ve hatasız olacaklarını düşünürler,
- **Yetki vermeme:** Diğer insanların işleri mükemmel yapacaklarına dair güvensizlik yaşayan kişiler diğer insanlara yetki verme konusunda kaçınırlar,
- **Biriktirmek:** Bazı insanlar için mükemmeliyetçilik, bir şeyleri yani bazı eşyaları atmamak şeklinde kendini gösterir,
- **Kaçınmak:** Birine bir görev vermek, ertelemek ve bir işten çabuk vazgeçmek gibi mükemmeliyetçi davranışlar, mükemmeliyetçi kişilerin imkânsız hedeflerine ulaşamayacaklarını anladıklarında kaçındığı durumlarda gösterdikleri davranışlardır,
- **Başkalarının davranışlarını değiştirmeye çalışmak:** Mükemmeliyetçi bireyler işin nasıl yapılacağı hususuna aşırı dikkat ediyorsa, işi yapacak kişilerin davranışlarını değiştirmek isteyebilir veya aşırı eleştirel olabilir.

Genel olarak mükemmeliyetçi kişiliğe sahip bireyler, yaptıkları en küçük işte bile hata yapmamak için aşırı kontrol özelliğine sahiptirler. Düzene, plana ve organizasyona büyük hassasiyet gösterirler. Bu doğrultuda standartlarına ulaşmak ve mükemmel olmak için zaman kaybetmeler bile işin mükemmel olması onlar için daha önem arz etmektedir.

3. Yalnızlık

İnsan ilişkileri zaman içinde toplumdan topluma ya da toplum içinde değişiklik gösterebilmektedir. Bilim, teknoloji, sanat, ekonomi, iletişim gibi birçok alanda yaşanan gelişmeler insan ilişkilerini de etkilemiştir. Bunlar çerçevesinde yaşanan insan ilişkileri nedeniyle ortaya çıkan duygulardan biri de kuşkusuz yalnızlıktır (Özben, 2001: 51).

Yalnızlık kavramını ilk olarak tanımlayanlardan olan Peplau ve Perlman (1981: 31) “*İnsanların toplumsal ilişkiler sürecinde nitelik ve nicelik açısından yaşadıkları eksikliklere paralel olarak ortaya çıkan ve insanları sıkıntıya sokan bir durum*” olarak yalnızlığı tanımlamışlardır. Dolayısıyla yalnızlık, yalın olma halinin fiziksel durumundan meydana gelen bir duygu değildir. Kişi, başkalarıyla bir aradayken de yalnızlık hissini yaşayabilir. Bu sebeple yalnızlık hissini temelinde sosyal ilişkilerin yetersiz kalması ve bu ilişkilerden elde edilen doyumun düşük olması olduğu söylenebilmektedir (Buluş, 1997: 83).

Karnick (2011), olumsuz açıdan ele alarak yalnızlığı bir hastalık olarak ve uzak durulması, kaçınılması gereken bir durum olarak tanımlarken, De Jong-Gierveld (1998: 73-74) ise yalnızlığı, kişinin başkalarıyla ilişkilerinde zayıf veya eksiklik yaşaması, var olan ilişkilerin sayıca az olması ya da olması gerekenden az olduğu ve beklenen yakınlığın yaşanmaması durumu olarak ifade etmiştir. Yaşar (2007: 238) bu tanımın tersi olarak yalnızlığın sosyal ilişkilerin sayısı ve sıklığı ile ilgili olmadığını ifade etmiştir. Çünkü yalnızlık kimisi için kişinin kimsenin olmaması, kimisi içinde tek başına olmak anlamına gelmektedir. Yalnız, açıkça kendi başına olan anlamına gelmektedir. Fakat kişi, fiziksel açıdan olmasa da yalnızlık duygusu yaşayabilir ve bu duyguyu rahatsız edici bir durum olarak algılayabilir. Bu bakımdan kişi kalabalıklarda ve tanıdıklarının varlığında bile kendini yalnız ve yabancı biri olarak hissedebilir. Dahası bazen aynı ailenin üyeleri bile yalnız oldukları için kendilerini üzgün hissedebilirler.

Yalnızlığın nedenlerine baktığımızda ise Karakoç ve Taydaş’a (2013: 36) göre yalnızlığın koşulları, yoğunluğu ve nedenleri bir olgu olarak ele alınmaktadır. Yalnızlık, her insanın yaşamı boyunca belirli aralıklarla tanık olduğu bir süreçtir ve bu tanıklığın şiddeti kişiden kişiye değişir. Bazılarına göre insanlar yalnız doğup, doğduğu andan itibaren yalnız olacak olsalar da çoğu insan yalnızlığın duygusal veya sosyal bir süreç olduğu konusunda ortak bir kanaate sahiptir.



İnsanlar geniş bir sosyal ilişkiler ağı içinde yaşarlar. Yaşam boyu meydana gelen değişimler (taşınma, evden ayrılma, boşanma, sevdiklerinin ölümü) bu sosyal ilişkiler ağının hem niceliğinde hem de niteliğinde birçok önemli değişikliğe sebebiyet verebilmektedir. Ayrıca insanlar bazı zamanlarda sosyal ilişkilerin niteliği ve niceliği ile alakalı beklentileri ile gerçekleştirebilecekleri arasında önemli farklılık yaşayabilmektedir. Önemli sosyal değişimler ve kişilik özellikleri (demografi, utangaçlık, özgüven eksikliği vb.) bu uçurumun genişlemesine neden olarak yalnızlık denilen acılı ve sıkıntılı bir ruh hali yaratabilmektedir (Çakır ve Çakır, 2011: 131).

Modernleşme ile birlikte yalnızlık kavramı artık farklı bir boyut kazanmıştır. İletişim olanaklarının geliştirildiği günümüz toplumlarında bireylerin istenilen kişiye veya bilgiye her an ulaşabilmesi, bireylerin iletişimini güçlendirirken bir yandan da paylaşılan çevrenin bütünlüğünü de bozmaktadır. Dolayısıyla bireyler hem sosyal çevrelerini şekillendirebilmekte hem de bu sosyal grupla kitle iletişim araçları aracılığıyla fazla bir şey paylaşmadan iletişim kurabilmektedir. Yüz yüze iletişim yerini iletişim araçlarına bırakmış ve bu iletişim biçimi günlük yaşamın standardı haline dönüşmüştür. Sosyal medya, geniş bir arkadaş listesi yani takipçi listesi arasından yalnız bireylerin doğmasına neden olmuştur (Karakoç ve Taydaş, 2013: 36). Günümüzde hemen hemen her evde bir bilgisayarın var olması, bu yalnızlığı biraz olsun azaltsa da insanları asosyallığe doğru itmektedir. Sanal dünyada daha çok vakit harcamanın bir getirisi olarak insanlar gerçek dünyadan uzaklaşmakta ve kendilerine ait bir dünya yaratmaktadırlar. Yaratılan bu yapay çevrimiçi dünya, insanlara yalnızlık getirmektedir (Özen ve Korukçu-Sarıcı, 2010: 150). Çünkü modernleşmenin getirmiş olduğu yeni yaşam şekli ve bireysellik, insanların sevgi, kabullenme, paylaşma, güven, işbirliği, bağlanma ve anlayış gibi temel ihtiyaçlarını karşılamalarını zorlaştırmaktadır (Koçak, 2005: 32).

4. Sosyal Medya Kavramı

İnternet teknolojilerinin günlük yaşamda herkesin kullanabileceği ve faydalanabileceği şekilde yaygınlaşmasının yeni bir döneme işaret ettiği açıktır (Önkal ve Gündüzlü, 2015: 37). Bu yeni dönem iletişim alanında da değişim ve dönüşüme yol açmıştır. Bu dönüşümün ana faktörü, internetin ilk kullanımı olan Web 1.0 teknolojilerinden Web 2.0 teknolojilerine geçiştir.

Web'in ilk dönemini ifade eden Web 1.0'e baktığımızda tek yönlü kullanım özelliğine sahip olduğunu görmekteyiz. Sonraki bir dönemde ortaya çıkan web 2.0 kavramı ise 2004 yılında düzenmiş olan bir konferansta Tim O'Reilly ve MediaLive tarafından ortaya atılmıştır. Çok geniş kitlelere yayılması sonucunda Web 2.0 uygulamaları kullanıcıyı tüketen konumundan üreten yani pasif konumundan aktif konumuna geçirerek kullanıcıyı bilginin tam merkezine yerleştirmiştir. Bununla beraber gelişen Web 2.0 teknolojisi yalnızca bir araç olmaktan çıkarak bilginin hem üretilip paylaşıldığı hem de tüketildiği bir platform haline dönüşmüştür (Ersöz- Karakulakoğlu, 2015: 114-115).

Web 2.0 teknolojilerinin gelişmesi sonucunda ortaya çıkan ve kullanıcılarının içerik yaratmasına, bu içeriği paylaşmasına, kullanıcılarının karşılıklı şekilde etkileşim halinde olmasına olanak tanıyan araçları niteleyen ve sosyal medya paylaşım sitelerini, blog ve mikroblogları, sözlükleri ve çevrimiçi ansiklopedileri, sanal oyunları ve sanal sosyal dünyalarını kapsayan sosyal medya kavramı ortaya çıkmıştır (Özgül, 2015: 83).

Sosyal medya, etkileşim, dijitallik, multimedya formalitesi, hipermetinsellik, kullanıcı tarafından üretilen içerik, yayılma, sanallık ve arayüzde bir varlık hissi gibi özellikleri bünyesinde barındırmaktadır (Binark ve Bayraktutan, 2013: 19). Sosyal medya platformları, kullanıcıların çoklu ortam içinde görüntü, ses ve video gibi çeşitli içerikleri kolayca paylaşmalarına olanak tanımaktadır.

Tüm bunlar çerçevesinde sosyal medyanın kendine has temel özelliklerini şu şekilde sıralamak mümkündür;

- **Katılım:** Sosyal medya, ilgili olan herkesi katkıda bulunmaya ve geri bildirim sağlamaya teşvik eder. Medya ve izleyici arasındaki sınırı bulanıklaştırır,

- **Açıklık:** Çoğu sosyal medya hizmeti geri bildirim ve katılıma açıktır. Bilgi paylaşımını, oylamayı ve yorum yapmayı destekler. İçeriğe erişimde ve içerik kullanımında nadiren engeller vardır,
- **Konuşma:** Geleneksel medya tek yönlü iletişimi ifade ederken, sosyal medya iki yönlü iletişimi sağlar.
- **Topluluk:** Sosyal medya, hızlı ve etkili şekilde iletişim kurmalarında topluluklara olanak sağlamaktadır. Topluluklar herhangi ortak bir konuda ilgi alanlarına dair paylaşımlarda bulunmaktadır,
- **Bağlantılı olma:** Birçok sosyal medya uygulaması diğer siteler ile bağlantı kurar ve kendini geliştirir (ICrossing, 2008: 5).

Sosyal medyada anonim olabilme, zamansızlık, mekânsızlık, hipermetinsellik, içerik üretip buna müdahale edebilme, sanal ortamda gerçeğinden farklı bir kimlikle var olabilme sosyal medyanın insanları cezbeden diğer özellikleridir. Kullanıcılar istedikleri kişilerle iletişime geçebilir ve istedikleri kimlikleri taklit edebilir. Bu ağlar sayesinde ülkeler arasındaki mesafeler yerini birkaç saniyelik internet bağlantısına bırakmıştır. (Yeniceler, 2020: 49). Yani bu iletişim biçiminde bireyler arasında zaman ve mekân sınırlaması yoktur, paylaşım ve etkileşim esastır (Özensel, 2015: 70; Erkul, 2009: 99).

5. Araştırmanın Evreni ve Örneklemi

Bu çalışmanın evreni Sivas Cumhuriyet Üniversitesi oluştururken örneklemi ise Sivas Cumhuriyet Üniversitesinde eğitim gören öğrenciler oluşturmaktadır. Araştırmanın örneklemi seçilen fakülte ve meslek yüksekokullarında eğitim görmekte olan öğrencilerin rastgele örneklemenin bir alt türü olan küme tipi rastgele örnekleme yöntemi ile seçilmiştir. Bu çalışmadaki anket uygulamasında ise Sivas Cumhuriyet Üniversitesi içerisinde eğitim alan 544 öğrenci örnekleme oluşturmaktadır.

6. Araştırmanın Yöntemi

Bu araştırma, üniversite öğrencilerinin mükemmeliyetçilik ve yalnızlık düzeylerinin sosyal medyaya yansımalarını incelemek amacıyla oluşturulmuş, tarama yöntemlerinden ilişkisel tarama modeline dayalı bir araştırmadır. İlişkisel tarama modeli ise iki veya daha fazla değişken arasında ortak varyasyonun varlığını saptamayı amaçlayan bir tarama modelidir. İlişkisel tarama modelinde değişkenlerin beraber değişiklik gösterip göstermediği; bir değişiklik var ise bunun nasıl olduğu tespit etmeye çalışılır (Karasar, 2005).

7. Verilerin Toplanması ve Verilerin Analizi

Araştırma kapsamında veri toplama aracı olarak katılımcıların mükemmeliyetçilik puanlarını belirlemek için "Frost Çok Boyutlu Mükemmeliyetçilik Ölçeği", yalnızlık puanlarını belirlemek için "UCLA Yalnızlık Ölçeği" ve demografik özellikleri belirlemek için de araştırmacı tarafından hazırlanan "Kişisel Bilgi Formu" kullanılmıştır. Frost ve diğerleri tarafından geliştirilen altı faktörlü çok boyutlu mükemmeliyetçilik ölçeği 35 sorudan oluşmaktadır. Her soru için seçenekler, 1 kesinlikle katılmıyorum ve 5 kesinlikle katılıyorum olmak üzere 5'li Likert ölçeğinde düzenlenmiştir. Hazırlanan anket mükemmeliyetçiliği ölçen altı farklı alt ölçek faktör grubunu içermektedir (Er ve Sönmez, 2009: 12-13). UCLA Yalnızlık Ölçeği, 20 maddelik 5'li Likert tipi bir ölçekle oluşturulmuş ve 1978 yılında Russell, Peplau ve Ferguson tarafından geliştirilmiştir. Ölçek ilk olarak 1984 yılında Yaparel tarafından Türkçe'ye uyarlanmış ve daha sonra Demir tarafından 1989 yılında son halini alarak güvenilirlik ve geçerlilik testleri yapılmıştır (Demir, 1989:14-18). Anket çalışması, Sivas Cumhuriyet Üniversitesinde 2019-2020 eğitim öğrenim yılında eğitim almış olan 544 öğrenciye uygulanmıştır.

Veriler SPSS 22 paket programı kullanılarak analiz edilmiştir. Ölçeklerin güvenilirlik düzeyi ölçmek amacıyla analiz yapılmış bunun sonucunda Frost Çok Boyutlu Mükemmeliyetçilik Ölçeği'nin Cronbach Alpha değeri 0,849, FÇBMÖ alt boyutlarının kendi aralarındaki Cronbach Alpha değeri 0,752, mükemmeliyetçilik alt ölçeklerinin her birinin kendi içinde Cronbach Alpha değeri hepsinde 0,70'in üzerinde olduğu tespit edilmiştir. UCLA Yalnızlık Ölçeği'nin Cronbach Alpha değeri ise 0,701 bulunmuştur. İlk önce değişkenlerin verileri incelenmiş ve gerekli görülen düzeltmeler yapılmıştır. Araştırmada kullanılan ölçeklerin toplam puanları ve varsa ölçeğin alt boyutları hesaplanmıştır.



Sosyodemografik değişkenler başta olmak üzere tüm değişkenler için yüzde, frekans ve ortalama gibi tanımlayıcı analizler yapılmıştır. Daha sonra Frost Çok Boyutlu Mükemmeliyetçilik Ölçeği, UCLA Yalnızlık Ölçeği ve Sosyal Medya Kullanımından alınan puanlar iki grubun karşılaştırılmasında t-testi, ikiden fazla grubun karşılaştırılmasında tek yönlü ANOVA testi uygulanmıştır. Bağımlı değişkenlerin bağımsız değişkenlerin üzerindeki etkisini belirlemek için iki yönlü ANOVA testi uygulanmıştır.

8. Araştırmanın Bulguları

Tablo 1’de Sivas Cumhuriyet Üniversitesi’nde uygulanmış olan anketi yanıtlayan öğrencilere ilişkin demografik bilgiler yer almaktadır. Araştırma kapsamında anketi cevaplayan öğrenci sayısı 544’tür. Bu öğrencilerin 366’sı kadın, 176’sı ise erkek öğrencilerden oluşmaktadır. Cinsiyetlerin orantısal değerleri kadınlar için %67,3, erkekler için %32,4’tür.

Tablo 1. Katılımcıların Sosyo-Demografik Özellikleri

Demografik özellikler	N	Yüzde (%)	
Yaş	18-24	516	94,9
	25-34	26	4,8
Cinsiyet	Kadın	366	67,3
	Erkek	176	32,4
Ailenin Sosyo-Ekonomik Durumu	Düşük	22	4,0
	Orta	464	84,9
	Yüksek	7	1,13
Ailenin Tutumu	Serbest	57	10,5
	Otoriter	40	7,4
	İlgisiz-Alakasız	10	1,8
	Koruyucu	160	29,4
	Destekleyici	330	60,7
	Mükemmeliyetçi	38	7,0
Dengesiz	34	6,3	

Tablo 2. Katılımcıların Bölümlerine Göre Dağılımı

Bölümler	N	Yüzde (%)
Yabancı D.	34	6,3
Turizm. F.	33	6,1
İletişim F.	34	6,3
Fen F.	34	6,3
İ.İ.B.F.	32	5,9
Sağlık Bilimleri F.	32	5,9
İlahiyat F.	34	6,3
Mimarlık ve G.S.F.	36	6,6
Mühendislik F.	36	6,6
Sağlık Hizmetleri F.	34	6,3
Eğitim F.	34	6,3
Cumhuriyet M.Y.O	34	6,3
Diş Hekimliği F.	34	6,3
Veterinerlik F.	34	6,3
Edebiyat F.	34	6,3

Araştırmaya katılan üniversite öğrencilerinin anket dağılımında fakülte ve meslek yüksekokullarına göre eşit dağılım sağlanmak istenmiştir. Buna göre; 36'sı (%6,6) Mimarlık ve Güzel Sanatlar F., 36'sı (%6,6) Mühendislik F., 33'ü (%6,1) Turizm F. ve 32'si (%5,9) Sağlık Bilimleri F. olmak üzere geri kalan diğer tüm fakülte ve meslek yüksekokullarının her biri 34 kişiden ve (%6,3) oranla eğitim alan öğrencilerden oluşmaktadır (Tablo 2).

Tablo 3. Katılımcıların Sosyal Medya Kullanımı

Sosyal Medya Kullanımı	N	Yüzde (%)
Evet	532	97,8
Hayır	9	1,7



Tablo 4. Katılımcıların Kullandıkları Sosyal Medya Platformu

Kullanılan Sosyal Medya Platformları	N	Yüzde (%)
Facebook	156	28,7
Twitter	281	51,7
Instagram	476	87,5
Youtube	455	83,6
Snapchat	130	23,9
LinkedIn	35	6,4
Foursquare	15	2,8

Ankete cevap veren öğrencilere sosyal medya kullanıp kullanmadıkları sorulmuştur. Bunun sonucunda büyük çoğunluğun %97,8'inin evet, %1,7'sinin ise hayır cevabını verdiği görülmüştür (Tablo 3). Ayrıca katılımcılara kullanmış oldukları sosyal medya uygulamaları sorulmuştur ve tablo 4'e baktığımızda; %87,5'inin Instagram, %83,6'sının Youtube, %51,7'sinin Twitter, %28,7'sinin Facebook, %23,9'unun Snapchat, %6,4'ünün LinkedIn ve %2,8'inin Foursquare kullandığı ve bu sonuçlar neticesinde ise öğrencilerin birden fazla sosyal medya platformu kullandığı tespit edilmiştir. Çağımızın iletişim aracı olan sosyal medya kullanımının kolay olması ve beraberinde birçok özelliği barındırması nedeniyle öğrenciler tarafından tercih edilmektedir.

Tablo 5. Katılımcıların Sosyal Medya Kullanımlarına İlişkin Bulgular

Sosyal Medyaya Erişim Cihazı	N	Yüzde (%)
Sadece Bilgisayar	2	,4
Bilgisayar ve Mobil Cihazlar	271	49,8
Sadece Mobil Cihazlar	261	48,0
Sosyal Medya Kullanım Yılı		
1 yıldan az	25	4,6
2-3 yıl arası	84	15,4
4-5 yıl arası	173	31,8
6 yıldan fazla	252	46,3
Sosyal Medya Günlük Kullanım Süresi		
1 saatten az	54	9,9
2-3 saat arası	241	44,3
4-5 saat arası	155	28,5
6 saatten fazla	85	15,6

Tablo 5'te katılımcıların sosyal medya kullanımlarına ilişkin bulgular yer almaktadır. Bu doğrultuda öğrencilerin sosyal medyaya hangi cihazlardan ulaştıkları, sosyal medyayı kullanım yılı ve günlük kullanım sıklıkları incelenmiştir. Yapılan inceleme sonucuna göre katılımcıların sosyal medyaya en yüksek oranla %49,8 ile bilgisayar ve mobil cihazla bağlandığı, % 48,0 ile sadece mobil cihazla bağlandığı, %4 ile de en az orana sahip bilgisayarla bağlandığı görülmektedir. Katılımcıların sosyal medyayı kullanım yılına baktığımızda en yüksek kullanım ortalamasına sahip yüzde %46,3 oranı ile 6 yıldan fazla seçeneğidir. En az yüzdeye sahip kullanım yılı ise % 4,6 ile 1 yıldan az seçeneğidir. Sosyal medyanın öğrenciler tarafından uzun yıllar kullanılmasının sebebi olarak bu mecraların mobil cihazlar

sayesinde cebimize kadar girmesi olarak düşünülmektedir. Öğrencilerin sosyal medyayı günlük kullanım sıklıklarına baktığımızda ise en yüksek kullanım süresi %44,3 ile 2-3 saat arası, en az kullanım süresi %9,9 ile 1 saatten az seçeneğidir. Sosyal medyanın üniversite öğrencileri tarafından uzun süreler kullanmasının nedeni olarak da internetin kolay ulaşılabilir ve çoklu ortam özelliğine sahip olması olduğu düşünülmektedir.

Tablo 6. Araştırmada Kullanılan Ölçeklerin Ortalama ve Standart Dağılımı

Ölçekler	Ölçümler	Min.	Max.	Ort.	SD
Frost Çok Boyutlu Mükemmeliyetçilik Ölçeği	Toplam Puan	42	150	88,87	15,74
	Olumsuz Boyutlar	32	120	67,71	13,60
	Ailesel Beklenti/Baskı	6	30	15,47	4,69
	Hata Yapma Endişesi	6	30	15,74	5,00
	Yaptığından Şüphe Etme	0	30	17,47	5,03
	Düzen	0	30	21,16	5,61
	Kişisel Standartlar	6	30	19,03	4,75
UCLA Yalnızlık Ölçeği	Toplam Puan	40	93	73,30	9,06

Min.: Minimum, Max.: Maximum, Ort.: Ortalama, SD: Standart Dağılım

Araştırmada örneklemin mükemmeliyetçilik değişkenine ilişkin özelliklerini ölçmek amacıyla 35 maddeden oluşan Frost Çok Boyutlu Mükemmeliyetçilik Ölçeği kullanılmıştır. Tablo 6'ya baktığımızda bu ölçekten alınan puanların genel ortalaması 88,87 olarak bulunmuş, mükemmeliyetçiliğin olumsuz alt boyutlarının (düzen hariç) toplam ortalaması ise 67,71 olarak bulunmuştur. Frost Çok Boyutlu Mükemmeliyetçilik Ölçeği altı alt boyuttan oluşmaktadır ancak bu araştırma kapsamında ailesel beklenti ve ailesel baskı/eleştiri tek çatı altında toplanarak ölçek 5 boyutta incelenmiştir ve bu boyutların sırasıyla ortalama puanları ailesel beklenti/baskı 15,47; hata yapma endişesi 15,32; yaptığından şüphe etme/emin olamama 17,04; düzen 21,16; kişisel standartlar 19,03'tür. Ortalamalara bakıldığında en yüksek alt ölçek puan ortalamasına sahip düzen (Ort.= 21,16) iken en düşük alt ölçek puanına ise (Ort.= 15,47) ile ailesel beklenti/baskının sahip olduğu görülmektedir. Mükemmeliyetçilik (Ort.= 88,87) ve yalnızlık (Ort.= 73,30) ortalamaların incelendiğinde ise mükemmeliyetçiliğin daha yüksek düzeyde ortalamaya sahip olduğu görülmüştür. (Tablo 6).

Tablo 7. Çalışmada Kullanılan Ölçekler ile Cinsiyet Arasındaki İlişki

Ölçekler	Puanlar	Cinsiyet	N	Ort.	SD	T	Df	P
Frost Çok Boyutlu Mükemmeliyetçilik	Ailesel Beklenti/ Baskı	Kız	366	15,27	4,476	-1,496	540	,604
		Erkek	176	15,91	4,588			
	Hata Yapma Endişesi	Kız	366	15,72	5,170	,30	540	,044
		Erkek	176	15,71	4,648			
	Yaptığından Şüphe Etme	Kız	366	17,65	5,103	1,241	540	,917
		Erkek	176	17,05	4,903			
	Düzen	Kız	366	21,68	5,234	3,104	540	,002*
		Erkek	176	20,09	6,217			
	Kişisel Standartlar	Kız	366	18,71	4,631	-2,343	540	,298
		Erkek	176	19,73	4,934			
	FÇBMÖ Toplam Puan	Kız	366	89,04	15,271	-,859	540	,333
		Erkek	176	88,52	16,813			
	FÇBMÖ Olumsuz Boyutlar	Kız	366	67,36	13,823	,354	540	,731
		Erkek	176	68,43	13,217			
UCLA Yalnızlık	UCLA Toplam Puan	Kız	366	73,92	8,600	2,202	540	,039
		Erkek	176	72,07	9,825			

FÇBMÖ: Frost Çok Boyutlu Mükemmeliyetçilik Ölçeği, Ort.: Ortalamam, SD: Standart Dağılım, * $p < .05$

Elde edilen analiz sonucuna göre, **kadınların** FÇBMÖ düzen alt boyutu puanı (Ort.= 21.68), erkeklerin (Ort.= 20.09) puanından istatistiksel olarak anlamlı düzeyde farklılık göstermektedir ($t(540)= 3.104$, $p<.002$). FÇBMÖ toplam puan, FÇBMÖ olumsuz toplam puan ve FÇBMÖ alt boyutlarında cinsiyete göre anlamlı düzeyde farklılık olmadığı saptanmıştır ($p>.05$). Bunun sebebi olarak bireylerin küçük yaşlardan beri toplumsal cinsiyet rolleri çerçevesinde büyütülmeleri olarak görmek yerinde olmaktadır.

Tablo 8. Çalışmada Kullanılan Ölçekler ile Katılımcıların Sosyal Medya Kullanımına Göre Bağımsız Örneklem t Testi ile Karşılaştırılması

Ölçekler	Puanlar	Sosyal Medya			T	Df	P	
		Kullanımı	N	Ort.				SD
Frost Çok Boyutlu Mükemmeliyetçilik	Ailesel Beklenti/Baskı	Evet	532	15,47	4,733	-,193	539	,068
		Hayır	9	15,78	2,587			
	Hata Yapma Endişesi	Evet	532	15,79	5,005	1,661	539	,492
		Hayır	9	13,00	4,610			
	Yaptığından Şüphe Etme	Evet	532	17,50	4,959	,031	539	,158
		Hayır	9	17,44	6,894			
	Düzen	Evet	532	21,14	5,594	,311	539	,306
		Hayır	9	20,56	6,966			
	Kişisel Standartlar	Evet	532	19,04	4,745	,232	539	,671
		Hayır	9	18,67	5,937			
	FÇBMÖ Toplam Puan	Evet	532	88,94	15,750	,659	539	,909
		Hayır	9	85,44	17,784			
	FÇBMÖ Olumsuz Boyutlar	Evet	532	67,80	13,615	,636	539	,254
		Hayır	9	64,89	12,830			
UCLA Yalnızlık	UCLA Toplam Puan	Evet	532	73,26	9,100	,344	539	,646
		Hayır	9	74,75	6,671			

FÇBMÖ: Frost Çok Boyutlu Mükemmeliyetçilik Ölçeği, Ort.: Ortalama, SD: Standart Dağılım

Araştırmada uygulanan ölçeklerden elde edilen puanların öğrencilerin sosyal medya kullanım durumlarına göre karşılaştırılması için t-testi yapılmıştır (Tablo 8). Analiz sonuçlarına göre öğrencilere uygulanan Frost Çok Boyutlu Mükemmeliyetçilik Ölçeği ve mükemmeliyetçilik alt boyutlarından alınan puanlar ile UCLA Yalnızlık Ölçeği toplam puanların sosyal medya kullanmalarına göre anlamlı bir farklılık göstermediği tespit edilmiştir ($p>.05$).

Tablo 9. Katılımcıların Ebeveyn Gelir Durumuna Göre Ölçeklerden Aldıkları Puanların Karşılaştırılması

		Df	Mean Sq	F	Sig.
Ailesel Beklenti/Baskı	Gruplar Arasında	3	64,299	2,950	,032
	Gruplar İçinde	540	21,794		
Hata Yapma Endişesi	Gruplar Arasında	3	52,928	2,125	,096
	Gruplar İçinde	540	24,911		
Yaptığından Şüphe Etme	Gruplar Arasında	3	82,316	3,292	,020*
	Gruplar İçinde	540	25,008		
Düzen	Gruplar Arasında	3	50,675	1,615	,185
	Gruplar İçinde	540	31,374		
Kişisel Standartlar	Gruplar Arasında	3	15,377	,680	,564
	Gruplar İçinde	540	22,601		
FÇBMÖ Olumsuz Boyutlar	Gruplar Arasında	3	629,799	3,451	,016*
	Gruplar İçinde	540	182,516		
FÇBMÖ Toplam	Gruplar Arasında	3	945,077	3,872	,009*
	Gruplar İçinde	540	244,074		
Yalnızlık Toplam	Gruplar Arasında	3	450,209	5,630	,001*
	Gruplar İçinde	540	79,962		

FÇBMÖ: Frost Çok Boyutlu Mükemmeliyetçilik Ölçeği

Araştırmaya katılan öğrencilere uygulanan ölçeklerden alınan puanların ebeveynlerinin gelir durumuna göre farklılıklarını saptamak için tek yönlü ANOVA analizi uygulanmıştır (Tablo 9). ANOVA analizi sonuçlarına göre öğrencilerin ebeveyn gelir durumlarının farklı olması Frost Çok Boyutlu Mükemmeliyetçilik Ölçeğinin alt boyutu **yaptığından şüphe etme** ($p=.020$, $p<.05$.), **FÇBMÖ olumsuz toplam puan** ($p=.016$, $p<.05$.) **FÇBMÖ toplam puan** ($p=.020$, $p<.05$.) ve **UCLA Yalnızlık puan** ($p=.001$, $p<.05$.) anlamlı düzeyde farklılık gösterdiği görülmüştür ($p<.05$). Ebeveyn gelir durumu öğrencilerin hem mükemmeliyetçilik hem de yalnızlık düzeyleri üzerinde etkiye sahiptir çünkü öğrenci gelir durumunun her zaman farkındadır ve buna göre hareket etmektedir. Mevcut durumu iyileştirmek isteyen düşük veya orta gelirli ailenin çocukları her zaman iyi ve mükemmel yapmak ister yalnızlık da ise gelir durumu düşük olan öğrenciler yüksek olan öğrenciler tarafından dışlanma korkusu yaşar veya gelir durumu düşük olan öğrencilerin etkinliklere katılamama veya daha az katılımı neticesinde yalnızlık duygusunu daha yoğun yaşadığı düşünülmektedir.



Tablo 10. Katılımcıların Ebeveyn Tutumuna Göre Ölçeklerden Aldıkları Puanların Karşılaştırılması

		Df	Mean Sq.	F	Sig.
Ailesel Beklenti/Baskı	Gruplar Arasında	15	46,830	2,196	,006*
Hata Yapma Endişesi	Gruplar Arasında	15	49,384	2,026	,012
Yaptığından Şüphe Etme	Gruplar Arasında	15	36,284	1,451	,119
Düzen	Gruplar Arasında	15	56,717	1,844	,027
Kişisel Standartlar	Gruplar Arasında	15	27,180	1,212	,258
FÇBMÖ Olumsuz Boyutlar toplam	Gruplar Arasında	15	380,645	2,121	,008*
FÇBMÖ Toplam	Gruplar Arasında	15	372,444	1,524	,092
UCLA Yalnızlık Toplam	Gruplar Arasında	15	163,945	2,058	,011

FÇBMÖ: Frost Çok Boyutlu Mükemmeliyetçilik Ölçeği

Araştırmada katılımcılara uygulanan tüm ölçeklerden alınan puanların ebeveyn tutumuna göre farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla tek yönlü ANOVA testi uygulanmıştır. Elde edilen ANOVA verilerine göre Mükemmeliyetçilik alt boyutu **ailesel beklenti/ baskı** ve **FÇBMÖ olumsuz alt boyutları toplam** puanı katılımcıların ebeveyn tutumuna göre anlamlı düzeyde farklılık oluşturduğu belirlenmiştir (Tablo 10). Analizde ailesel beklenti/ baskı ($p=.006$, $p<.05$) ve FÇBMÖ olumsuz boyutlar toplam puanı ($p=.008$, $p<.05$.) arasındaki farkın istatistiksel olarak anlamlı olduğu saptanmıştır. Mükemmeliyetçilik de bireyler, çocukluk döneminden beri sevilme, onaylanma ve takdir edilme gibi tutumlar ile büyümektedir. Bu nedendir ki aile tutumunun öğrenci üzerinde etkisi vardır. Ailenin baskısını veya beklentisini hisseden kişi bu beklentileri karşılamak ya da bu baskılardan kurtulmak için mükemmel olma eğilimi göstermektedir.

Tablo 11. Katılımcıların Sosyal Medya Uygulaması Facebook ile Ölçeklerden Aldıkları Puanların Karşılaştırılması

		Df	Mean Sq	F	Sig.
Ailesel Beklenti/Baskı	Gruplar Arasında	1	6,669	,304	,582
	Gruplar İçinde	542	22,057		
Hata Yapma Endişesi	Gruplar Arasında	1	2,822	,112	,738
	Gruplar İçinde	542	25,107		
Yaptığından Şüphe Etme	Gruplar Arasında	1	62,157	2,461	,117
	Gruplar İçinde	542	25,257		
Düzen	Gruplar Arasında	1	,062	,002	,965
	Gruplar İçinde	542	31,538		
Kişisel Standartlar	Gruplar Arasında	1	15,949	,707	,401
	Gruplar İçinde	542	22,573		
FÇBMÖ Olumsuz Boyutlar	Gruplar Arasında	1	260,685	1,410	,236
	Gruplar İçinde	542	184,848		
FÇBMÖ Toplam	Gruplar Arasında	1	268,783	1,084	,298
	Gruplar İçinde	542	247,909		
Yalnızlık Toplam	Gruplar Arasında	1	447,115	5,493	,019
	Gruplar İçinde	542	81,397		

FÇBMÖ: Frost Çok Boyutlu Mükemmeliyetçilik Ölçeği

Tablo 12. Katılımcıların Sosyal Medya Uygulaması Instagram ile Ölçeklerden Aldıkları Puanların Karşılaştırılması

		Df	Mean Sq	F	Sig.
Ailesel Beklenti/Baskı	Gruplar Arasında	1	62,794	2,860	,091
	Gruplar İçinde	542	21,953		
Hata Yapma Endişesi	Gruplar Arasında	1	51,304	2,051	,153
	Gruplar İçinde	542	25,018		
Yaptığından Şüphe Etme	Gruplar Arasında	1	,127	,005	,944
	Gruplar İçinde	542	25,371		
Düzen	Gruplar Arasında	1	30,536	,970	,325
	Gruplar İçinde	542	31,482		
Kişisel Standartlar	Gruplar Arasında	1	16,282	,721	,396
	Gruplar İçinde	542	22,572		
FÇBMÖ Olumsuz Boyutlar	Gruplar Arasında	1	379,413	2,055	,152
	Gruplar İçinde	542	184,629		
FÇBMÖ Toplam	Gruplar Arasında	1	625,223	2,529	,112
	Gruplar İçinde	542	247,251		
Yalnızlık Toplam	Gruplar Arasında	1	73,468	,895	,345
	Gruplar İçinde	542	82,118		

FÇBMÖ: Frost Çok Boyutlu Mükemmeliyetçilik Ölçeği

Çalışmada katılımcılara uygulanan tüm ölçeklerden alınan puanların öğrencilerin kullandıkları sosyal medya uygulamalarına göre farklılaşıp farklılaşmadığı incelenmiştir. Ankette yer alan sosyal medya uygulamalarından olan Facebook ve Instagram seçilerek incelenmiştir (Tablo 11 ve Tablo 12). Bu amaçla uygulanmış olan ANOVA analizi sonucuna göre bütün puanlarda kullanılan Facebook ve Instagram'ın puanlar arasında anlamlı düzeyde bir farklılık oluşturmadığı tespit edilmiştir ($p>.05$).

Tablo 13. Katılımcıların Sosyal Medyaya Erişim Cihazlarına Göre Ölçeklerden Aldıkları Puanların Karşılaştırılması

		Df	Mean Sq.	F	Sig.
Ailesel Beklenti/Baskı	Gruplar Arasında	3	23,875	1,084	,355
Hata Yapma Endişesi	Gruplar Arasında	3	33,975	1,358	,255
Yaptığından Şüphe Etme	Gruplar Arasında	3	7,661	,301	,824
Düzen	Gruplar Arasında	3	36,082	1,147	,329
Kişisel Standartlar	Gruplar Arasında	3	27,668	1,228	,299
FÇBMÖ Olumsuz Boyutlar	Gruplar Arasında	3	201,352	1,089	,353
FÇBMÖ Toplam	Gruplar Arasında	3	324,952	1,313	,269
Yalnızlık Toplam	Gruplar Arasında	3	95,776	1,168	,321

FÇBMÖ: Frost Çok Boyutlu Mükemmeliyetçilik Ölçeği

Araştırmada katılımcılara uygulanan tüm ölçeklerden alınan puanların sosyal medya erişim cihazına göre farklılık gösterip göstermediği incelenmiştir (Tablo 13). Elde edilen ANOVA analizi sonuca göre ölçek puanları ile sosyal medya erişim cihazları arasında istatistiksel olarak anlamlı düzeyde bir farklılık olmadığı gözlemlenmiştir ($p>.05$).



Tablo 14. Katılımcıların Sosyal Medya Kullanım Yılına Göre Ölçeklerden Aldıkları Puanların Karşılaştırılması

		Df	Mean Sq.	F	Sig.
Ailesel Beklenti/Baskı	Gruplar Arasında	4	2,689	,121	,975
Hata Yapma Endişesi	Gruplar Arasında	4	79,094	3,207	,013*
Yaptığından Şüphe Etme	Gruplar Arasında	4	38,539	1,528	,193
Düzen	Gruplar Arasında	4	4,477	,141	,967
Kişisel Standartlar	Gruplar Arasında	4	41,644	1,858	,117
FÇBMÖ Olumsuz Boyutlar	Gruplar Arasında	4	437,445	2,389	,050
FÇBMÖ Toplam	Gruplar Arasında	4	396,210	1,605	,172
Yalnızlık Toplam	Gruplar Arasında	4	30,072	,364	,834

FÇBMÖ: Frost Çok Boyutlu Mükemmeliyetçilik Ölçeği, * $p<05$

Araştırmada öğrencilere uygulanan ölçeklerden alınan puanların sosyal medyayı kullanım yılına göre farklılaşıp farklılaşmadığını belirlemek için tek yönlü ANOVA analizi uygulanmıştır (Tablo 14). ANOVA analizinden elde edilen bulgulara göre Frost Çok Boyutlu Mükemmeliyetçilik Ölçeği alt boyutu **hata yapma endişesi** ile öğrencilerin sosyal medyayı kullanım yılına göre anlamlı düzeyde bir farklılık saptanmıştır ($p=.013$, $p<05$). Sosyal medyanın anında etkileşim özelliği sayesinde yapılan paylaşım birçok kişiye ulaşabilmektedir. Bu nedenle sosyal medya platformlarında yapılan yanlış paylaşım ve kabul görmeme endişesi kişiyi mükemmel olma duygusuna itmektir. Ayrıyeten bu mecralarda paylaşım yapan kişiler mükemmel oldukça daha çok sevileceklerine ve beğeni toplayacaklarına inanırlar. Dolayısıyla mükemmel olmak onlar için bir zorunluluk olmaktadır.

Tablo 15. Katılımcıların Sosyal Medyayı Günlük Kullanım Süresine Göre Ölçeklerden Aldıkları Puanların Karşılaştırılması

		Df	Mean Sq.	F	Sig.
Ailesel Beklenti/Baskı	Gruplar Arasında	4	23,087	1,048	,382
Hata Yapma Endişesi	Gruplar Arasında	4	44,312	1,778	,132
Yaptığından Şüphe Etme	Gruplar Arasında	4	51,251	2,039	,088
Düzen	Gruplar Arasında	4	13,683	,433	,785
Kişisel Standartlar	Gruplar Arasında	4	37,059	1,650	,160
FÇBMÖ Olumsuz Boyutlar	Gruplar Arasında	4	345,468	1,880	,113
FÇBMÖ Toplam	Gruplar Arasında	4	296,345	1,197	,311
Yalnızlık Toplam	Gruplar Arasında	4	109,663	1,339	,254

FÇBMÖ: Frost Çok Boyutlu Mükemmeliyetçilik Ölçeği

Araştırmada katılımcılara uygulanan ölçeklerden alınan puanların sosyal medyayı günlük kullanım süresine göre farklılaşıp farklılaşmadığını tespit etmek amacıyla tek yönlü ANOVA testi yapılmıştır (Tablo 15). Elde edilen ANOVA bulgularına göre bütün ölçekler ile sosyal medyayı günlük kullanım süresi arasında istatistiksel düzeyde anlamlı bir farklılık oluşmadığı saptanmıştır ($p>.05$).

Tablo 16. Katılımcıların Aile Tutumu ile Sosyal Medya Kullanım Yılı'nın Birlikte Ölçekler Üzerinde Etkisine İlişkin Bulgular

Bağımsız Değişkenler	Bağımlı Değişkenler	df	Ortalama ²	F	P
Aile Tutumu* Sosyal Medya Kullanım Yılı	Ailesel Beklenti/ Baskı	29	22,258	1,057	,387
	Hata Yapma Endişesi	29	30,240	1,332	,118
	Yaptığından Şüphe Etme	29	39,612	1,693	,015
	Düzen	29	23,844	,769	,803
	Kişisel Standartlar	29	27,451	1,273	,158
	FÇBMÖ Olumsuz Boyutlar	29	306,556	1,814	,007*
	FÇBMÖ Toplam Puan	29	367,996	1,570	,032
	UCLA Yalnızlık Toplam Puan	29	105,158	1,340	,114

FÇBMÖ: Frost Çok Boyutlu Mükemmeliyetçilik Ölçeği, * $p < .05$

Aile tutumu ile sosyal medya kullanım yılının beraber etkileşiminin ölçek puanları üzerinde istatistiksel olarak anlamlı bir düzeyde etkisinin olduğu gözlemlenmiştir (Tablo 16). ANOVA bulgularına göre aile tutumu ve sosyal medyayı kullanım yılı değişkenlerinin **FÇBMÖ olumsuz alt boyutları toplam puan** üzerinde birlikte bir etkiye sahip olduğu bulunmuştur ($p = .007$, $p < .05$).

Tablo 17. Katılımcıların Aile Tutumu ile Sosyal Medyayı Günlük Kullanım Süresinin Birlikte Ölçekler Üzerinde Birlikte Etkisine İlişkin Bulgular

Bağımsız Değişkenler	Bağımlı Değişkenler	df	Ortalama ²	F	P
Aile Tutumu* Sosyal Medya Günlük Kullanım Süresi	Ailesel Beklenti/ Baskı	32	26,524	1,281	,143
	Hata Yapma Endişesi	32	34,390	1,511	,039
	Yaptığından Şüphe Etme	32	39,946	1,722	,009*
	Düzen	32	37,679	1,257	,162
	Kişisel Standartlar	32	30,968	1,437	,060
	FÇBMÖ Olumsuz Boyutlar	32	333,410	1,978	,001*
	FÇBMÖ Toplam Puan	32	439,176	1,901	,003*
	UCLA Yalnızlık Toplam Puan	32	110,584	1,423	,066

FÇBMÖ: Frost Çok Boyutlu Mükemmeliyetçilik Ölçeği, * $p < .05$

Aile tutumu ile sosyal medyayı günlük kullanım süresinin birlikte etkileşiminin ölçek puanları üzerinde istatistiksel olarak anlamlı bir etkisinin olduğu tespit edilmiştir (Tablo 17). ANOVA analizinden elde edilen sonuca göre aile tutumu ile sosyal medyayı günlük kullanım süresi değişkenlerinin Frost Çok Boyutlu Mükemmeliyetçilik Ölçeğinin alt boyutu **yaptığından şüphe etme** ($p = .009$, $p < .05$), **FÇBMÖ olumsuz alt boyutları toplam** puan ($p = .001$, $p < .05$) ve **FÇBMÖ toplam** puan ($p = .003$, $p < .05$) üzerinde birlikte bir etkisi olduğu belirlenmiştir.

Aile tutumu öğrencileri sosyal medyayı kullanmaya itebilir. Aileden destek alamama, otoriter baskı, mükemmeliyetçi olma zorunluluğu, özgür veya dengesiz olmanın yarattığı boşluk veya eksiklik, sosyal medya kullanım yılı ve süresi ile birleşince mükemmeliyetçilik üzerinde etkili olduğunu söyleyebiliriz. Aile tutumu öğrenciler üzerinde zaten önemli bir fark yarattığı için bu tutumlar öğrencilerin sosyal medyadaki davranışlarını da etkilemekte ve ailede göremedikleri sevgi ya da gördükleri baskı sonucunda kendisini sosyal medyada kanıtlamaya çalışmakta ya da bu ortamlara kaçmaktadırlar. Bu nedenle, mükemmel olma eğiliminde oldukları düşünülmektedir (Tablo 16 ve Tablo 17).



TARTIŞMA VE SONUÇ

Bu çalışma Sivas Cumhuriyet Üniversitesi öğrencilerinin sosyal medya kullanımlarının mükemmeliyetçilik boyutları ile yalnızlık düzeyleri üzerindeki etkisinin incelenmesi amacıyla yapılmıştır. Araştırmanın sonuçlarına göre mükemmeliyetçiliğin cinsiyete göre düzen alt boyutunda anlamlı farklılık yarattığı, yalnızlık düzeyinde ise fark yaratmadığı belirlenmiştir. Sosyal medya kullanım puanları ile ölçeklerden elde edilen puanların ortalamalarının karşılaştırılması sonucunda katılımcıların cinsiyetlerine göre sosyal medya kullanımının ölçekler üzerinde anlamlı bir farklılık göstermediği görülmüştür. Hem sosyal medya uygulamaları olan Facebook ve Instagram hem de aynı şekilde kullanılan sosyal medya erişim cihazları ile ölçek puanları arasında anlamlı bir ilişki tespit edilmemiştir. Sosyal medya kullanım yılı ile mükemmeliyetçiliğin alt boyutu olan hata yapma endişesi arasında anlamlı düzeyde bir ilişki olduğu bulunurken, sosyal medyayı günlük kullanım süresi ile ölçek puanları arasında anlamlı düzeyde bir ilişki bulunmamıştır. Aile tutumu ile sosyal medya kullanım yılı ve günlük kullanım süresinin beraber ölçekler üzerinde etkisi var mı sorusuna cevap aranmış ve yapılan analizler sonucunda aile tutumunun hem sosyal medya kullanım yılı hem de günlük sosyal medya kullanım süresiyle beraber ölçekler üzerinde anlamlı bir ilişki yarattığı gözlemlenmiştir. Aile tutumu ve sosyal medya kullanım yılının beraber etkileşiminin Frost Çok Boyutlu Mükemmeliyetçilik Ölçeği olumsuz alt boyutlarının toplam puanı arasında anlamlı bir ilişki bulunurken, aile tutumu ile günlük sosyal medya kullanımının etkileşiminin mükemmeliyetçilik alt boyutu yaptığından şüphelenmek, Frost Çok Boyutlu Mükemmeliyetçilik Ölçeği olumsuz alt boyutlarının toplam puanları ile Frost Çok Boyutlu Mükemmeliyetçilik Ölçeği toplam puanları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki bulunmuştur.

Araştırma sonuçları incelendiğinde sosyal medyanın daha çok mükemmeliyetçilik üzerinde etkisinin olduğunu görülmüştür. Bu durumu, sosyal medyanın günümüzde hayatımızın her alanına girmesi ve kolay ulaşımının yanı sıra hızlı etkileşimin gibi özelliklerinden kaynaklı olduğu düşünülmektedir. Zira sosyal medya kullanım yaşı çok küçük yaşlara kadar indiği için ve dakikalar içinde milyonlarca insana ulaştığı için bireyler, özellikle gençler bu platformlarda kusursuz olmayı istemektedirler. Yapacakları her hareket sonucunda eleştirilmek veya rezil olmak korkusu bireylere mükemmel olma zorunluluğunu düşündürmektedir. Araştırma sonucuna baktığımızda sosyal medyanın yalnızlığı etkilemediği bulunmuş fakat araştırmaya katılan öğrencilerin neredeyse tamamının sosyal medya kullanması ve birden fazla platformda üyeliği bulunması, internet ile artış gösteren asosyallik arasında çelişki yaratmıştır. İnternetin ve sosyal medyanın günümüzde bu denli yoğun kullanılması ile yüz yüze olan insan ilişkilerimizin sanal âlemde de devam etmesi ve istenilen anda istenilen kişiyle iletişime geçilmesi bireyleri yalnız olmadıklarını düşündürmekte ve bu nedenle de gerçek yalnızlık ile sanal âlem yalnızlığını birbirinden ayırt edemedikleri düşünülmektedir. Ayrıca mükemmeliyetçiliğin ve yalnızlığın cinsiyet ile arasındaki ilişkiye baktığımızda mükemmeliyetçiliğin kadınlar ile erkekler arasında aynı algılanmadığı yalnızlığın ise cinsiyetler arasında aynı değerlendirildiği tespit edilmiştir. Bunun sebebi olarak da mükemmeliyetçilik de toplumsal rollerin ve yetiştirilme tarzının ön panda olması, yalnızlık da ise farklı değerlendirilmemesinin internet kullanımında cinsiyet ayrımının olmaması olduğu düşünülmektedir.

Kıratlı'nın (2018) yapmış olduğu araştırmanın bulgularında mükemmeliyetçiliğin düzen alt boyutu dışında ölçek puanları ve cinsiyetler arasında aşırı bir fark yaratmadığı; Mısırlı-Taşdemir'in (2004) yaptığı çalışmada, bu çalışmanın aksine erkek öğrencilerin kadın öğrencilere göre daha mükemmeliyetçi eğilimler gösterdikleri bulunmuştur. Cırcır'ın (2006) öğretmen adayları üzerinde yaptığı çalışma ise bu araştırma ile benzerlik göstererek mükemmeliyetçiliğin düzen alt boyutunda kadınlar ve erkekler arasında anlamlı düzeyde farklılık tespit edilmiştir. Yapılan araştırmalar ile bu araştırma arasında yaşanan benzerlik ve farklılıkların nedeni olarak araştırmaların farklı zamanlarda ve farklı koşullarda yapılmış olması, internetin gün geçtikçe daha da hayatımıza yerleşmesi ve toplumsal rollerin bölgeden bölgeye göre farklılık gösterebileceğini göstermek yerinde olacaktır.

Bu araştırma üniversite öğrencilerinin mükemmeliyetçilik ve yalnızlık algılarının sosyal medya ile olası ilişkisi üzerinde durmaktadır. Bu araştırmadan sonra yapılacak olan çalışmalarda yalnızlığın ve

mükemmeliyetçiliğin farklı eğitim kademelerinde de (ilkokul ve lise öğrencileri) yapılması önerilmekte ve faydalı olacağı düşünülmektedir, çünkü internet kullanımı çok küçük yaşlara kadar inmiştir ve sosyal medya platformlarında üyelik için yaş sınırlaması da bulunmamaktadır.

Zaman, mekân ve kaynak gibi bazı nedenlerden dolayı bu çalışma Sivas Cumhuriyet Üniversitesinde öğrenim gören öğrenciler üzerinde yapılmış anca bu çalışmanın sonuçlarına benzerlik gösterileceği düşünülerek başka bir üniversitede öğrencilerin yalnızlık ve mükemmeliyetçilik düzeylerinin sosyal medya ile olan ilişkisinin araştırılması önerilmektedir.

Bu çalışma sonucuna da bakılarak söylemek gerekir ki internet ve sosyal medya sağladığı tüm kolaylıklar sayesinde günümüzde hız kesmeden hayatımızın her alanında yer almakta ve bütün ilişkilerimizi etkilemektedir. İnternet teknolojilerinde yaşanan gelişmelere her gün yenisi eklenmekte sosyal medya platformlarına her gün bir yenisi daha katılmaktadır. Tüm bunlar çerçevesinde sosyal medyanın kullanımı artık günümüz iletişim ve paylaşım mecrası olarak vazgeçilmez olmuştur. Sosyal medya platformlarının her yaştan ve her kesimden cinsiyet ve statü şartı aramaksızın herkese açık ve kolay erişilebilir olması, insanların olmak istediği gibi kendini orada var etmesi, paylaşımlarda bulunması sosyal medya kullanımını daha da artıracakını, beraberinde ise mükemmeliyetçi ve yalnız bireyleri ortaya çıkaracağı düşünülmektedir

KAYNAKÇA

- Adler, A. (2011). *Psikolojik Aktivite-Üstünlük Duygusu ve Toplumsal İlgi*. (9. Baskı). (Çev. Belkıs Çorakçı). İstanbul: Say Yay.
- Antony, M. M. & Swinson, R. P. (2000). *Mükemmeliyetçilik Dost Sandığınız Düşman*. (Çev. Aslı Açıkgöz). İstanbul: Kuraldışı Yay.
- Atabek, Ü. (2020). *Tarihten Geleceğe İletişim Teknolojileri*. Ankara: Siyasal Kitabevi.
- Binark, M., & Bayraktutan, G. (2013). *Aydın Karanlık Yüzü: Yeni Medya ve Etik*. İstanbul: Kalkedon Yay.
- Bostancı, M. (2015). *Sosyal Medya ve Siyaset*. Konya: Palet Yay.
- Brown, E. J., Heimberg, R. G., Frost, R. O., Makris, G. S., Juster, H. R. & Leung, A. W. (1999). "Relationship of Perfectionism to Affect, Expectations, Attributions and Performance in the Classroom". *Journal of Social and Clinical Psychology*. 18(1): 98-120.
- Buluş, M. (1997). "Üniversite Öğrencilerinde Yalnızlık". *PAÜ Eğitim Fakültesi Dergisi*. 3: 82-90.
- Burns, D. D. (1980). The Perfectionist's Script for Self-Defeat. *Psychology Today*. 14(6): 32-54
- Calap, C. & Çebi, E. (2020). "Gençlerin Sosyalleşme ve Yalnızlaşma Deneyimleri Açısında Sosyal Medya: Karadeniz Teknik Üniversitesi Örneği". *İMGELEM*. 4(7): 439-467
- Cırcır, B. (2006). *Öğretmen Adaylarının Denetim Odakları ve Mükemmeliyetçilik Tutumlarının Bazı Özlük Niteliklerine Göre Karşılaştırılmalı Olarak İncelenmesi*. Konya: Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi.
- De Jong-Gierveld, J. (1998). "A Review of Loneliness: Concept and Definitions, Determinants and Consequences". *Reviews in Clinical Gerontology*. 8: 73-80.
- Dedeoğlu, G. (2016). *Teknoloji, İletişim, Yeni Medya ve Etik*. İstanbul: Sentez Yay.
- Demir, A. (1989). "UCLA Yalnızlık Ölçeğinin Geçerlik ve Güvenirliği". *Psikoloji Dergisi*. 7(23): 14-18.
- Er F. & Sönmez H. (2009). "Üniversite Öğrencilerinde Mükemmeliyetçilik: Anadolu Üniversitesi Örneği". *AKÜ Fen Bilimleri Dergisi*. 01: 11-15.
- Erkul, R. E. (2009). "Sosyal Medya Araçlarının (Web 2.0). Kamu Hizmetleri ve Uygulamalarında Kullanılabilirliği". *Türkiye Bilişim Derneği*. 116: 96-101



- Ersöz- Karakulakoğlu, S. (2015). “Geleceğin Web Teknolojileri: Web 3.0 ve Etkileşim”. (Ed. Özlem Oğuzhan). *İletişimde Sosyal Medya Sosyal Medyada İletişim*. İstanbul: Kalkedon Yay. 111-130
- ICrossing (2008). What is Social Media?. (<https://tavaana.org/sites/default/files/what-is-social-media-uk.pdf>) Erişim Tarihi: 07.09.2021
- Karaduman, N. (2015). *Popüler Kültürün Oluşmasında ve Aktarılmasında Sosyal Medyanın Rolü*. Kayseri: Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. Yüksek Lisans Tezi.
- Karakoç, E. & Taydaş, O. (2013). “Bir Serbest Zaman Etkinliği Olarak Üniversite Öğrencilerinin İnternet Kullanımı ile Yalnızlık Arasındaki İlişki: Cumhuriyet Üniversitesi Örneği”. *Selçuk İletişim*. 7(4): 33-45.
- Karasar, N. (2005). *Bilimsel Araştırma Yöntemi*. İstanbul: Nobel Yayınları
- Karnick, P. (2011). “Yalnızlık Hissi: Teorik Yaklaşımlar”. (Çev. Selçuk Zengin ve Muhammet Kızılgöçit). *Dinbilimleri Akademik Araştırma Dergisi*. 11(3): 217-229.
- Kıratlı, S. (2018). *Narsistik Kişilik Özellikleri ve Mükemmeliyetçiliğin Yaşam Doymumu ile İlişkisinin İncelenmesi*. İstanbul: Beykent Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi.
- Koçak, R. (2005). “Duygusal İfade Eğitimi Programının Üniversite Öğrencilerinin Aleksitimi ve Yalnızlık Düzeylerine Etkisi”. *Türkiye Psikolojik Danışma ve Rehberlik Dergisi*. III(23): 29-45.
- Mısırlı-Taşdemir, Ö. (2003). *Üstün Yetenekli Çocuklarda Mükemmeliyetçilik, Sınav Kaygısı, Benlik Saygısı, Kontrol Odağı Öz Yeterlilik Ve Problem Çözme Becerileri Arasındaki İlişkinin İncelenmesi*. Trabzon: Karadeniz Teknik Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi.
- Önkal, G. & Gündüzlü, E. (2015). “Teknoloji Düşünemez: Sosyal Medyada İhtiyaçlar- Değerler Çatışmasının Felsefi Analizi”. (Ed. Özlem Oğuzhan). *İletişimde Sosyal Medya Sosyal Medyada İletişim*. İstanbul: Kalkedon Yay. 37-52
- Özben, Ş. (2001). “Türk Cumhuriyetlerinden Gelen Üniversite Öğrencilerinin Yalnızlık Düzeylerini Etkileyen Faktörler ve Sorunlarının Türkiye’de Yetişen Öğrencilerle Karşılaştırması”. *Buca Eğitim Fakültesi Dergisi*. 13: 51-57.
- Özen, Ü. & Korukçu-Sarıcı, M. B. (2010). “Yalnızlık Olgusu ve Sanal Sohbetin Yalnızlığın Paylaşımına Etkisi: Üniversite Öğrencileri Üzerinde Bir Araştırma”. *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*. 24(1): 149-159.
- Özdemir, V. (2019). “Yeni Medyada Etik Sorunsalı”. (Ed. Halil Özcan Özdemir). *Sosyal Medya ve Etkileri*. Ankara: Gece Kitaplığı.
- Özensel, E. (2015). “Sosyal Medyanın Mısır Devrimindeki Rolü”. *Sosyoloji Divanı Dergisi*. Konya: Çizgi Kitabevi. 3(5): 69-86
- Özgül, G. E. (2015). “Yanılsamalar Labirentinde Bir Yanılsama Olarak Özne”. (Ed. Özlem Oğuzhan). *İletişimde Sosyal Medya Sosyal Medyada İletişim*. İstanbul: Kalkedon Yay. 83-109
- Perlman, D. & Peplau, L. A. (1981). *Toward a Social Psychology of Loneliness*. (Ed. Duck ve R. Gilmour). *Personal Relationships in Disorder*. London: Academic Press.
- Saka, E. (2019). “Türkiye’de İnternet”. (Der. Erkan Saka). *Yeni Medya Çalışmaları V Türkiye İnternet Tarihi*. 4-71
- Satıcı, B. (2019). “Sosyal Medya Bağımlılığı ve İyilik Hali: Romantik İlişkilerde Mükemmeliyetçiliğin Aracılık Rolü”. *OPUS-Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi*. 14(20): 699-727.



Vural-Akınıc Z. B. & Bat, M. (2010). “Yeni Bir İletişim Ortamı Olarak Sosyal medya: Ege Üniversitesi İletişim Fakültesine Yönelik Bir Araştırma”. *Journal Of Yaşar University*. 20(5): 3348-3382

Yaşar, R. M. (2007). “Yalnızlık”. *Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*. 17(1): 237-260.

Yeniceler, İ. (2020). “Sosyal Medyada Veri Sömürgeciliğinin Facebook Uygulaması Üzerinden İncelenmesi”. *The Turkish Online Journal of Design*. 10 (1): 45-57

<https://wearesocial.com/digital-2021> Erişim tarihi: 11.09.2021