

-ARAŞTIRMA MAKALESİ-

BİR DİJİTAL BAĞIMLILIK SENDROMU PHUBBİNG: İŞGÖREN KARİYER BAŞARISI VE İŞ TATMİNİNE ETKİSİ AÇISINDAN ARAŞTIRILMASI

Gülnaz KILIÇ ÖZKAYNAR ¹

Öz

Sosyal medyanın ve teknolojinin hızlı gelişmesi, insanların yaşam tarzında büyük değişikliklere neden olmaktadır. Dijital ortamlar, bilgiye erişimden eğlenceye kadar pek çok alanda fayda sağlarken, aynı zamanda bazı olumsuz sonuçlara da yol açabilmektedir. Bu olumsuz sonuçlardan biri de "phubbing" olarak adlandırılan ve sosyal ilişkileri olumsuz etkileyen bir davranış biçimidir. Akıllı telefon bağımlılığı olarak tanımlanan phubbing, insanların sosyal ortamlarda yüz yüze etkileşim yerine telefonları ile ilgilenmeleri ve bu nedenle diğer kişileri ihmal etme durumu olarak tanımlanmaktadır. Dijital bağımlılığın bir sonucu olarak ortaya çıkan ve günümüzde oldukça yaygın olan phubbing, sadece bireysel ilişkileri değil aynı zamanda iş hayatını da etkilemektedir. Giderek yaygınlaşan phubbing, işgörende dikkat dağınıklığı ve iletişim problemi yaşamasına neden olduğu gibi işgörenin verimliliğinde düşüşe de neden olabilmektedir. Bu tür yaşanan olumsuz durumlar örgüt içi dinamiklere zarar verdiği gibi işgörenin kariyer başarısı ve iş tatminini de olumsuz yönde etkileyebilmektedir. Bu araştırmada bir dijital bağımlılık sendromu olan phubbingin işgören kariyer başarısına ve iş tatminine etkisi araştırılmıştır. Araştırmada önceden kullanılmış hazır ölçek soruları TR72 bölgesinde yer alan Kayseri, Sivas ve Yozgat illerinde özel sektörde çalışan işgörenlere yöneltilmiştir. Uygulama sonucunda elde edilen veriler SPSS25 programı ile analiz edilmiştir. Yapılan analizler neticesinde phubbingin kariyer başarısı ve iş tatmini üzerinde olumsuz etkisi olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Kariyer başarısı ile iş tatmini arasında pozitif yönlü bir ilişki olduğu tespit edilmiştir. Diğer taraftan Z kuşağında phubbing seviyesinin daha yüksek olduğu anlaşılmıştır. Araştırma modelinin uygunluğunu test etmek için AMOS20 programı kullanılmıştır.

Anahtar Kelimeler: *Phubbing, Kariyer Başarısı, İş Tatmini, Kuşaklar, Bağımlılık*
JEL Kodları: *M12, M14.*

Başvuru: 15.07.2024 **Kabul:** 21.09.2024

¹ Doktor, Türasaş Genel Müdürlüğü, Ankara,Türkiye. gulnazkic@gmail.com, ORCID No: 0000-0002-0002-4526

PHUBBİNG A DIGITAL ADDICTION SYNDROME: AN EXPLORATION OF ITS IMPACT ON EMPLOYEE CAREER SUCCESS AND JOB SATISFACTION

Abstract

The accelerated evolution of social media and technology is precipitating significant shifts in the ways in which people live their lives. While digital environments offer advantages in numerous domains, including access to information and entertainment, they can also result in adverse outcomes. One such negative consequence is the phenomenon of "phubbing," which has the potential to negatively impact social relationships. Phubbing, defined as phone addiction, is characterized by a tendency to prioritize one's mobile devices over face-to-face interaction in social settings, leading to a lack of engagement with others. The phenomenon of phubbing, which has emerged as a consequence of digital addiction, is a prevalent issue that affects not only personal relationships but also the realm of business. The phenomenon of phubbing, which is becoming increasingly prevalent, has the potential to impede communication and productivity in the workplace. Such negative situations have the potential to impair the dynamics within the organization and negatively impact the career success and job satisfaction of the employee. This study aimed to investigate the impact of phubbing, a digital addiction syndrome, on employee career success and job satisfaction. In the study, a set of pre-existing, pre-tested scale questions was administered to employees in the private sector in Kayseri, Sivas, and Yozgat provinces in the TR72 region. The data obtained from the application were analyzed using the SPSS 25 program. The analysis yielded findings indicating that phubbing has a negative impact on career success and job satisfaction. There is a positive correlation between career success and job satisfaction. Conversely, the results suggest that individuals in Generation Z exhibit a higher level of phubbing. The AMOS 20 program was employed to assess the adequacy of the research model.

Keywords: *Phubbing, Career Success, Job Satisfaction Generations, Dependency.*

JEL Codes: *M12, M14*

“Bu alışma Araştırma ve Yayın Etiğine uygun olarak hazırlanmıştır.”

1. GİRİŐ

Akıllı telefonlar, günümüzde yaygın olarak kullanılan ve modern yaşamın tüm alanlarına sorunsuz bir Şekilde ulaşılmasını sağlayan dijital cihazlar haline gelmiş durumdadır. Bu teknolojik cihazlar, sadece iletişim ihtiyaçlarını karşılamakla kalmayıp, aynı zamanda bilgiye ulaşımı, sosyal etkileşimi, eğence ve iş süreçlerini Őekillendirilmesi gibi pek çok farklı alanda kritik rol oynayabilmektedir. Akıllı telefonların hızlı yaygınlaşması, bireylerin günlük yaşamlarını ve toplumsal dinamikleri köklü bir Şekilde değiştirebilmektedir. Bu durum, dijital ağım bir

gerekliliği olarak kabul edilmekte ve bireylerin hem kişisel hem de profesyonel hayatlarını daha verimli bir şekilde yönetmelerine olanak tanıyabilmektedir. Akıllı telefonların birçok açıdan günlük hayatı kolaylaştırıcı etkisi bulunabilmektedir. Ancak bu durum kişilerin, dijital dünyanın sahip olduğu risk ve krizlerinin önüne geçmeye yetmemektedir. Dijital teknolojilerin kullanıldığı alanlarında özellikle sosyal medya ortamlarında paylaşılan bilgilerin güvenilirliği, kullanıcıların gerçek kişi olmaması, paylaşımların kötü amaçlı kullanılması, kişisel verilerin korunmasında ortaya çıkabilen sorunlar gibi pek çok riski de beraberinde getirmektedir. Bu duruma ilaveten kişiler üzerinde ciddi boyutlara ulaşan olumsuz sosyolojik ve psikolojik etkileri bulunabilmektedir. Dijital dünyaya sürekli bağlantıda kalma isteği bağımlılık faktörünü de beraberinde getirmektedir. Özellikle sosyal medya ortamlarında ne olduğu merakının önüne geçemeyen kişiler akıllı telefonlarından uzaklaşmak istemeyebilmektedir. Bu durum akıllı telefonlara bağımlılığı artırdığı gibi kişilerin günlük yaşamlarında iletişim problemi ve dikkat dağınıklığı gibi farklı sıkıntılar yaşamasına neden olabilmektedir. Dijital yorgunluk ve tükenmişliğe neden olan bu tür bağımlılıklar işgörenlerde motivasyon ve iş tatmini düzeyinde azalma sorunları yaşamasına neden olmaktadır.

Kariyer başarısı, işgörenin çalışma hayatı boyunca elde ettiği yükselme, iş tatmini ve uzmanlık alanında tanınma düzeyini kapsamaktadır. İşgören kariyer başarısı üzerinde çeşitli faktörler etkin olabilmektedir. Kariyer başarısı üzerinde kişinin aldığı eğitimler, sahip olduğu yetenekler ve kişisel özellikler gibi unsurları kapsayan bireysel faktörler belirleyici olabilmektedir. Diğer taraftan işgörenin içerisinde yer aldığı işletmenin sunduğu terfi, maaş ve sosyal imkanlar gibi örgütsel ve yönetsel faktörler de kariyer başarısı üzerinde etkin olabilmektedir. Bireysel, örgütsel ve yönetsel faktörlere ilaveten sektördeki gelişmeler, ekonomik değişkenler, aile, teknolojik gelişmeler gibi çevresel faktörler de işgören kariyer başarısı üzerinde belirleyici unsurlar arasında sayılmaktadır.

İşgörenlerin yaptıkları işten ve içinde buldukları iş ortamından memnun olma düzeyini içeren iş tatmini kavramı araştırma konusu olarak sık sık gündeme gelmektedir. İş tatmininin hem işgören hem de işletme açısından taşıdığı anlamlar farklılık gösterebilmektedir. İşgören için iş tatmini işte mutluluk düzeyi üzerinde belirleyici olabilmektedir. İşinde mutlu olan işgörenin örgütsel bağlılık ve vatandaşlık duyguları yüksek olduğu için örgütü sahiplenme düzeyi de yüksek olabilmektedir. İşletme açısından ise iş tatmin düzeyi öncelikle düşük personel devir hızı anlamına gelebilmektedir. Bu durum işletmelerde sürdürülebilirlik ve verimlilik için büyük önem taşımaktadır. Dolayısıyla iş tatmini işgören ve işletme açısından stratejik bir konu olarak ele alınması gerekmektedir.

Bu çalışmada, akıllı telefon bağımlılığının (phubbing) iş tatmini ve kariyer başarısı üzerindeki etkileri detaylı bir şekilde incelenmiştir. Araştırma, Türkiye'nin TR72 Bölgesi'nde (Kayseri, Sivas ve Yozgat) özel sektör çalışanlarıyla gerçekleştirilmiştir. Araştırmanın bir diğer önemli boyutu ise, kariyer başarısı, iş tatmini ve phubbing davranışının kuşaklar arasındaki farklılıklarını incelemektir. Teknoloji kullanım alışkanlıklarının ve dijital davranış kalıplarının kuşaklar arasında değişkenlik

göstermesi, phubbing davranışının etkilerinin de nesiller arasında farklılaşabileceği düşüncesini ortaya koymaktadır. Bu araştırmada phubbing davranışının iş dünyasındaki etkilerini daha geniş bir perspektiften ele alarak, iş yerlerinde daha sağlıklı ve verimli bir çalışma ortamı oluşturma yolunda farkındalık yaratmak amaçlanmıştır. Özellikle, kuşaklar arası farklılıkların belirlenmesi, yöneticilere ve insan kaynakları uzmanlarına, farklı yaş gruplarındaki çalışanlara yönelik daha etkili stratejiler geliştirme konusunda yol gösterici olabileceği düşünülmektedir. Bu bağlamda, phubbing'in olumsuz etkilerini azaltmaya yönelik politikalar geliştirilmesi, iş tatminini ve kariyer başarısını artırmada önemli derecede fayda sağlayabilecektir.

2.KAVRAMSAL ÇERÇEVE

2.1. Phubbing

Akıllı telefon bağımlılığı olarak tanımlanan phubbing, İngilizce phone (telefon) ve snubbing (yok sayma) kelimelerin bileşiminden oluşmaktadır (Akbağ ve Sayiner, 2021:754). Türkçe karşılığı sosyotelizm (Karadağ vd, 2016:224) olarak tanımlanan phubbing, kişilerin yüz yüze iletişim yerine telefonları ile ilgilenmeleri ve iletişimi akıllı telefonları üzerinden kurmayı tercih etmeleri olarak da ifade edilmektedir (David ve Roberts, 2017:156; Newman, Rose ve Teo, 2016:54; McDaniel ve Radesky, 2018:103). İnsanlar yüz yüze iletişim yerine akıllı telefonlarına odaklanmayı tercih etmekte ve mümkün oldukça özellikle sosyal medyada bağlarını güçlü tutmayı istemektedir (Przybylski ve Weinstein, 2013:242; Parmaksız, 2021:1401). Bu durum sosyal bağların zayıflamasına ve kişiler arası ilişkilerin zarar görmesine neden olabilmektedir. Ayrıca, sürekli bağlantıda olma isteği, bireylerin dikkatini dağıtabilmekte ve verimliliğini düşürebilmektedir.

Günümüz dünyasında akıllı telefonlar insanların iletişim süreçlerinde en çok tercih ettiği teknolojik ürünler olarak kabul edilmektedir (Geser, 2006:11; Merchant, 2017:21). Akıllı telefonlar, sadece telefon görüşmeleri ve mesajlaşma ile sınırlı kalmayıp, internet erişimi, sosyal medya kullanımı, e-posta gönderme ve alma, video konferanslar, çevrimiçi alışveriş gibi daha birçok farklı imkânları bir arada sunarak çok yönlü bir iletişim aracı haline gelmiş durumdadır (Pendergrass, 2017:3; Roberts, 2016:18). Bu cihazlar, kullanıcılara dünya ile sürekli bağlantıda olma imkânı sağlayarak, bilgiye anında erişim, anlık iletişim ve sosyal ağlarla etkileşim kurma gibi birçok kolaylık sunmaktadır (Coyne vd., 2011:153). Akıllı telefonların sunduğu bu geniş imkânlar, iş dünyasından eğitime, sağlıktan eğlenceye kadar birçok alanda devrim niteliğinde değişikliklere yol açmıştır (Sun ve Samp, 2022:2694). İnsanlar, iş toplantılarını, eğitim derslerini (Gewin, 2020:295; Chen vd., 2020:4) ve sağlık danışmanlıklarını akıllı telefonları üzerinden gerçekleştirebilmektedir (Rawson vd, 2020:1683). Aynı zamanda, sosyal medya platformları ve çeşitli mesajlaşma uygulamaları aracılığıyla sevdikleriyle sürekli iletişim halinde olabilmekte ve sosyal bağlarını güçlendirebilmektedir. Ancak, bu yoğun kullanım, bazı olumsuz etkileri de beraberinde getirebilmektedir. Aşırı akıllı telefon kullanımı bağımlılık haline gelebilmekte ve kişiler üzerinde olumsuz etkiler yaratabilmektedir.

Alan yazınında iletişim engelleri kişisel engeller, sosyal ve psikolojik engeller, fiziksel ve teknik engeller, örgütsel engeller olarak ele alınmaktadır (Ristic vd., 2012:550). Kişisel engeller kişinin değer yargıları ve kişilik özelliklerinden kaynaklanabilmektedir. Sosyal ve psikolojik engeller kişinin tutum, inanç, algı ve bilgi gibi özelliklerinden kaynaklanabilmektedir. Fiziksel ve teknik engeller iletişim kanalındaki kargaşadan kaynaklanabilmektedir. Özellikle çalışma hayatı için çok önemli olan iletişimde örgütsel engeller örgütte hiyerarşik yapı ve örgüt kültürü gibi faktörlerden kaynaklanabilmektedir (Riege, 2005:25; Altındış ve Ağca, 2011:48). Phubbingi, iletişim engelleri çerçevesinden ele alındığında farklı etkilerinin olabileceğini söylemek mümkündür. Phubbing, kişilerin bireysel iletişim engellerini artırabilmektedir. Bireyin sürekli akıllı telefonla ilgilenmesi çevresindeki kişilerle iletişimini en aza indirebilmektedir. Bu durum kişinin çevresindeki gelişmelerden haberdar olmasına ve zamanla yalnızlaşmasına neden olabilmektedir. Diğer taraftan phubbing kişinin yüz yüze iletişim becerisinde kaygı ve çekingenlik yaşamasını artırabilmektedir (Stockdale vd., 2018:224). Phubbing kişiler arası ilişkileri olumsuz etkileyerek bireyi yalnızlığa sürüklemekte ve sonuç depresyona kadar varabilmektedir (Sharabi ve Margalit, 2011:224). Bu durum phubbingin iletişimde sosyal ve psikolojik engellerin düzeyini artırabildiğini göstermektedir. İletişim sürecini oluşturan (kaynak, alıcı, kanal vs.) sıkıntılardan kaynaklanan problemleri kapsayan fiziksel ve teknik engeller üzerinde phubbingde etkisinden bahsetmek mümkündür. Dikkat dağınıklığına sebep olan phubbing nedeniyle iletişimde kaynak kişi, iletiyi alıcıya sağlıklılaştırma konusunda sorun yaşayabilmekte veya alıcının veriyi sağlıklı bir şekilde işlemesine engel olabilmektedir (Chotpitayasonndh ve Douglas, 2018:307). Örgüt iletişimi açısından phubbing farklı sorunların yaşanmasına neden olabilmektedir. Phubbing, üst kademe yöneticileri tarafından saygısızlık olarak algılanabilmektedir. Bu durum zaman zaman örgütlerde gerginlik yaşanmasına neden olabilmektedir (Yousaf vd., 2022:83). Bir bağımlılık sendromu olan phubbing örgütsel iletişim için bir engel olduğu gibi örgütte verimliliğin azalmasına da neden olabilmektedir. Phubbingin bu olumsuz etkilerinin sonucunda iş tatmininde azalma (Liu, Liao ve Loi, 2012:1191) ve personel devir hızında artma ile karşılaşmak mümkün olmaktadır. Bu bağlamda teknolojinin sunduğu imkanlardan faydalanmak önemli bir husus olmakla birlikte, teknolojiyi kullanım sürecinde kontrolü elden bırakmamak gerektiği anlaşılmaktadır. Nitekim teknolojiye değişme ve gelişmeleri takip etmek günümüz iş hayatında önemli bir yer edinmektedir. Ancak kontrollü kullanılmayan teknolojik cihazlar bağımlılık yaparak işgörenin iş hayatında ve sosyal hayatında çeşitli sorunları da beraberinde getirmektedir.

2.2. Kariyer Başarısı

Uzun vadeli bir sürece sahip olan kariyer, kişinin çalışma hayatı boyunca kazandığı bilgi, beceri ve tecrübeleri ile bir alanda uzmanlaşması, gelişmesi ve mesleki hedeflerine ulaşma aşamalarını kapsamaktadır (Decenzo ve Robbins, 2007:211; Qin, Bin ve Ling, 2011:1148). İşgören için kariyer, belirli bir meslekte yükselmek, ilerlemek ve belirli bir hedefe ulaşmak için planlama yapmak şeklinde ifade edilmektedir (Greenhaus vd., 2010:12). İşgörenlerin kariyerlerinde başarılı olabilmeleri için planlama yapmaları büyük önem taşımaktadır (Özdaşlı ve Arslan,

2009:154). Kariyer planlaması işgörenin mevcut durumu değerlendirmesi, gelecekteki hedefleri belirlemesi ve bu hedeflere ulaşmak için gerekli adımları atması süreçlerini içermektedir (Mondy ve Martocchio, 2016:192). Bütün bu süreçlerin dikkate alınması işgörenin kariyer yolunda emin adımlar ile ilerlemesine katkı sunmaktadır. Nitekim mevcut durumun farkında olunması, işgörenin zayıf ve güçlü yönlerinin bilincinde olduğu anlamına gelmektedir. Bu bağlamda mevcut durumun objektif değerlendirilmesi, işgörenin doğru kararlar almasını ve ulaşılabilir kariyer planlaması yapmasını sağlamaktadır.

İşgörenler için başarılı bir kariyer yönetimi başarıyı da beraberinde getirmektedir. Bir işgören için kariyer yönetiminde farklı faktörler etkin olabilmektedir. Özellikle işgörenin kendisinden kaynaklı koşullar ve iş hayatının sunduğu imkânlar kariyer yönetiminin başarısında büyük önem taşımaktadır (Werner ve DeSimone, 2011:397). İşgörenin mesleki alanında yeterli eğitimleri alması, bilgi ve beceri kazanması, uzmanlık alanındaki değişme ve gelişmeleri takip etse bile ihtiyaç halinde kariyer planlarını güncellemesi kariyer başarısı için büyük önem taşımaktadır (Mücevher, 2021:858; Aytacı, 2005:168). Diğer taraftan örgütsel faktörlerin de kariyer başarısı üzerindeki etkisini dikkate almak gerekmektedir (Seibert, Crant ve Kraimer, 1999:423). Terfi imkânları ve ücret politikaları, eğitim ve geliştirme programları, sosyal destek gibi örgütlerde işgörelere sunulan imkânlar işgören kariyer başarısında etkin olabilmektedir (Dessler, 2013:358). Örgütlerde işgören yeteneğini geliştirmek ve desteklemek için planlanan eğitim programları işgören kariyer başarısı için büyük önem taşımaktadır. Örgüt kariyer planının stratejik planlara entegre edilmesi hem işletmeler için hem de işgören için fayda sağlamaktadır (Qin, Bin ve Ling, 2011:1152). Kariyer planları stratejik planları entegre edilirse kısa ve uzun vadede ulaşılacak hedefler belirlenmiş olmaktadır. Bu durum örgütlerde personel devir hızını azaltabileceği gibi işgörenin de kariyer başarısına bağlı olarak iş tatmini artabilecektir.

Kariyer başarısı, bir kişinin kariyer planlarını gerçekleştirmesi, hedeflerine ulaşması ve çalışma hayatında tatmin edici bir şekilde ilerlemesi olarak değerlendirilmektedir (Byars ve Rue, 2006:48). Kariyer başarısı tatmin olma duygusunu da beraberinde getirmektedir. Psikolojik etkisi de bulunan kariyer başarısı nesnel ve objektif unsurları bünyesinde barındırmaktadır (Hughes, 1937:410). Nesnel kariyer başarısı maaş, terfi sisteminin uygulanması, örgüt içinde hiyerarşik ilişkiler, örgütsel bağlılık ve güven gibi işgörenin kendisi dışındaki faktörleri içermektedir (Nicholson ve De Waal-Andrews, 2005:141). Özne kariyer başarısı işgörenin kendi potansiyelinin farkında olması, ulaştığı hedeflerden duyduğu doyum ve kendini gerçekleştirme düzeyinden tatmin olma seviyesini içermektedir (Ng ve Feldman, 2014:171). Bu açıklamalar kariyer başarısı üzerinde çoklu faktörlerin etkin olabildiğini göstermektedir. Bazı işgörenler için maaş çok önemli olabilirken bazı işgörenler için örgütsel bağlılık ön planda tutabilmektedir. Dolayısıyla kariyer başarısı üzerinde nesnel ve özne unsurların farklı kombinasyonları belirleyici olabildiğini söylemek mümkündür.

2.3. İş Tatmini

İş tatmini, işgörenin işinden memnuniyetini ve iş doyumunu yansıtan bir göstergedir (Schneider ve Synder, 1975:321). İş tatmini, bireyin işine olan tutumu ve işinden aldığı tatmin düzeyi ile doğrudan ilişkilidir (Çalışkan ve Hazır, 2012:54). Bu kavram, işgörenin işine karşı duyduğu sevgi, bağlılık ve motivasyon derecesini ifade eder. İş tatmini, çalışanın iş yaşamındaki genel memnuniyetini ve işine olan olumlu bakış açısını içermektedir (Mujkic, Sehic, Rahimic ve Jusic, 2014:261). İş tatmini kavramı genellikle işin doğası, çalışma koşulları, ücret ve yan haklar, iş arkadaşlarıyla olan ilişkiler, yöneticilerin tutumu ve kariyer gelişim imkânları gibi çeşitli faktörlerle açıklanmaktadır. Yüksek düzeyde iş tatmini, çalışanların işlerine olan bağlılıklarını artırmakta, iş performansını olumlu yönde etkilemekte ve genel olarak örgütsel verimliliği yükseltmektedir (Mullins, 2010:282). İş tatmini ayrıca, işgörenlerin örgüt içindeki motivasyon düzeylerini, işten ayrılma niyetlerini ve genel yaşam kalitelerini de önemli ölçüde etkilemektedir.

İşinden tatmin olma duygusu, işgörenler için önemli bir mutluluk ve memnuniyet kaynağı olabilmektedir (Zhu, 2012:296). İş tatmini, işgörenlerin işlerine olan bağlılıklarını ve motivasyonlarını artırarak, iş yerlerine isteyerek gitmelerine ve görevlerini yerine getirirken daha istekli olmalarını sağlamaktadır (Karabacak, 2013:33). Bu durum, işletmeler açısından önemli bir avantajdır. Yüksek düzeyde iş tatmini yaşayan işgörenler, işlerine daha fazla odaklanabilmekte, daha az hata yapmakta ve yaratıcı problem çözme yeteneklerini daha etkin kullanmaktadır (Hagedorn, 2000:16-17). Ayrıca, iş tatmini yüksek olan işgörenler, iş yerinde daha olumlu bir atmosfer oluşturma ve iş arkadaşlarıyla iyi ilişkiler geliştirme konusunda daha başarılı olabilmektedir (Jalagat, 2016:39). Bu da takım çalışmasını ve iş birliğini güçlendirmektedir (Spector, 1997:12). Alan yazınında, iş tatmininin çalışanların performansı üzerindeki olumlu etkileri sıklıkla vurgulanmaktadır (Pushpakumari, 2008:94). İş tatmini yüksek olan çalışanlar, genellikle işlerine daha fazla bağlılık göstermekte ve işten ayrılma oranları düşmektedir (Kornhanuser ve Sharp, 1976:328; Lambert, Hogan ve Barton, 2001:247). Ayrıca, bu durum işgörenlerin memnuniyetini artırmada ve işletmenin genel performansını yükseltmede önemli rol oynamaktadır.

İş tatmini çok boyutlu ve karmaşık bir kavram olmakla birlikte farklı faktörlerin etkileşimi ile şekillenmektedir. Bu faktörler bireysel ve yönetsel/örgütsel olmak üzere iki ana boyutta ele alınmaktadır (Lam, 1995:72). İş tatmini etkileyen bireysel faktörler kişilik özellikleri ve demografik değişkenler olarak sınıflandırılmaktadır (Ayık, 2022:29). Kişilik özellikleri iş tatminini önemli ölçüde etkileyen bireysel faktörler arasında yer almaktadır. Kişilik özellikleri işgörenin işten beklentisini de etkileyebildiği için iş tatmini üzerinde belirleyici olabilmektedir (Zhu, 2012:295). Yaş, cinsiyet, eğitim düzeyi, iş deneyimi gibi demografik değişkenler de iş tatmini üzerinde etkin olabilmektedir (Eren, 2012:40-42). Örneğin genç ve deneyimsiz işgörenlerin daha tecrübeli ve yaşlı işgörelere göre iş tatmini düzeyi farklılık gösterebilmektedir. Diğer taraftan iş tatmini üzerinde yönetsel/örgütsel faktörler belirleyici olabilmektedir (Robbins ve Judge, 2019:82). İşletmelerdeki yönetim şekli ve liderlik tarzı (Bağcı ve Akbaş, 2016:101), örgüt kültürü, kariyer yolu, çalışma

koşulları (Lee ve Lin, 2014:1580) ve özlük hakları (Çetin, 2021:403) gibi unsurlar iş tatmini düzeyini etkileyebilmektedir. İşletmelerin bu unsurları dikkate alarak işgörenlere uygun ve destekleyici bir çalışma ortamı sunmaları iş tatminini ve dolayısıyla işletmenin genel verimliliğini ve başarısını artırabilecektir.

Yazın alanında phubbingi konu edinen çalışmaların sosyal hayata etkisi üzerine yoğunlaştığı anlaşılmaktadır (Çiftçi, 2018; Yousaf vd., 2022; Przybylski ve Weinstein, 2013; (Karadağ vd., 2016). Diğer taraftan phubbingin iş performansında azalmaya neden olduğu (Chen & Karahanna, 2018), iş stresinin yükselmesine sebep olduğu (Galluch vd., 2015) ve örgütsel iletişimi olumsuz etkilediği (Roberts ve David, 2016) yönünde çalışmalarında mevcut olduğu görülmektedir. Bu çalışmada da phubbingin işgören kariyer başarısı ve iş tatminine etkisi araştırılarak alan yazınına katkı sunmak istenilmiştir. Bu çerçevede “H₁:Phubbingin işgören kariyer başarısı üzerinde etkisi vardır.” ve “H₂: Phubbingin işgören iş tatmini üzerinde etkisi vardır.” hipotezleri kurulmuştur.

3.ARAŞTIRMA YÖNTEMİ

3.1. Araştırmanın Amacı ve Önemi

Modern dünyanın önemli bir hastalığı haline gelen akıllı telefon bağımlılığı (phubbing), insanın akıllı telefonun kölesi olmaya başladığını göstermektedir. Bu araştırmanın temel amacı, dijital bağımlılık sendromlarından biri olan phubbingin işgören kariyer başarısı ve iş tatmini üzerindeki etkilerini incelemektir. Dijital cihazların iş yerindeki kullanımının artmasıyla birlikte, bu tür bağımlılıkların iş ortamına ve çalışanların performansına olan etkilerini anlamak, işletme yönetimi ve insan kaynaklarının önemli bir konusu haline gelmiştir. Bu bağlamda, çalışmanın amacı, phubbing davranışının işgörenlerin kariyer başarısı, iş performansları, iş tatminleri ve genel iş yaşam dengeleri üzerindeki etkileri araştırılmak istenilmiştir. Akıllı telefonların aşırı ve gereksiz kullanımının çalışanların iş performansını, verimliliğini ve iş tatminini nasıl etkilediği konusunda yeterli sayıda çalışma bulunmamaktadır. Bu bağlamda, araştırma sonuçlarının, iş yerinde dijital bağımlılık yönetimi, iş verimliliğinin artırılması ve çalışan memnuniyetinin sağlanması gibi konularda önemli katkılar sağlayacağı düşünülmektedir.

3.2.Verİ Toplama Yöntemi

Bu çalışmada, dijital bağımlılık sendromlarından biri olan phubbing'in işgören kariyer başarısı ve iş tatmini üzerindeki etkilerini belirlemek amacıyla nicel araştırma yöntemi kullanılmıştır. Araştırmanın veri toplama sürecinde “1: Kesinlikle Katılmıyorum, 2: Katılmıyorum, 3: Kararsızım, 4: Katılıyorum, 5: Kesinlikle Katılıyorum” şeklinde hazırlanmış 5’li Likert tipi anket yöntemi tercih edilmiştir. Anket yöntemi, geniş katılımcı kitlesinden veri toplanmasını sağlamakta ve elde edilen verilerin istatistiksel analizlerle değerlendirilebilmesine olanak tanımaktadır (Coşkun vd., 2015:68). Araştırma TR72 Bölgesi’nde (Kayseri, Sivas ve Yozgat) özel sektör işgrenleriyle gerçekleştirilmiştir. Toplanan verilerin analizi için SPSS 25 ve AMOS 20 paket programları kullanılmıştır. Elde edilen veriler ile Anaova analizleri yapılarak farklılıklar incelenmiştir. Yaş değişkeni için kuşakların doğum yılları

dikkate alınarak yaş aralıkları belirlenmiştir. Böylelikle kuşaklara göre farklılık analizleri de yapılmıştır. Güvenirlik analizleri yapılarak elde edilen Cronbach's Alpha katsayısının istenilen aralıkta olup olmadığı incelenmiştir. Kaiser-Mayer-Olkin (KMO) analizi yapılarak örneklemin analizler için yeterli büyüklükte olup olmadığı test edilmiştir. Açıklayıcı faktör analiz (AFA) yapılarak maddelerin yük dağılımları incelenmiştir. Phubbing, kariyer başarısı ve iş tatmini üzerindeki etkisini incelemek için regresyon analizi yapılmıştır. Kariyer başarısı ve iş tatmini arasındaki ilişkiyi araştırmak için korelasyon analizi yapılmıştır. Amos programı kullanılarak yapısal eşitlik analizi yapılmıştır. Doğrulayıcı Faktör Analizi (DFA) için AMOS20 programı kullanılmış ve aşırmanın Yapısal Eşitlik Modeli(YEM) oluşturulmuştur.

3.2.1. Ölçüm Araçları

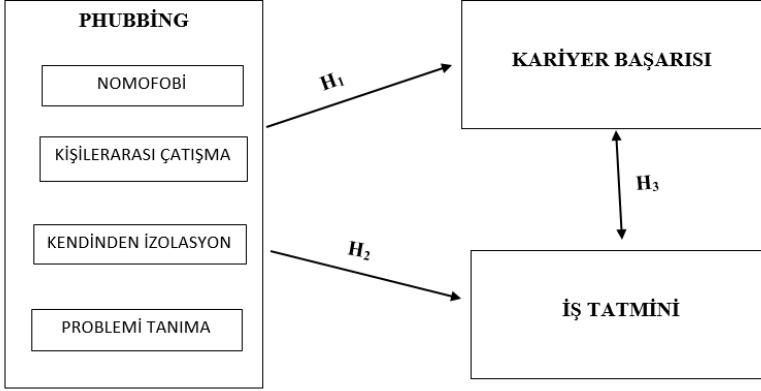
Phubbing Ölçeği: Phubbing düzeyini ölçmek için Karen Douglas'ın 2018 yılında geliştirdiği ölçek yaygın olarak kullanılmaktadır. Bu ölçeğin Türkçe'ye uyarlamasını Sevinç ve arkadaşları tarafından gerçekleştirilmiştir. Ölçek 15 madde ve Nomofobi, Kişilerarası Çatışma, Kendinden İzolasyon ve Problemi Tanıma/Kabul Etme olmak üzere 4 faktörden oluşmaktadır. Nomofobi faktörü kişilerin cep telefonundan uzak kalma korkusu; kişiler arası çatışma faktörü, kişilerin telefonu aşırı kullanması nedeniyle problem yaşaması; kendinden izolasyon faktörü, kişilerin telefon kullanarak buldukları ortamdan kendilerini soyutlaması; problem farkındalığı ise kişilerin akıllı telefon bağımlılığını kabul etmesi olarak tanımlanmaktadır. Ölçek uyarlama çalışmasında ölçeğin güvenirlik katsayısı 0,853 olarak bulunduğu ve ölçek güvenirliğinin oldukça yüksek olduğu ifade edilmiştir (Sevinç vd., 2019:1109). **Kariyer Başarısı:** Kariyer Başarısı için Greenhaus ve arkadaşları (1990) tarafından geliştirilen ve 2008 yılında Hofmans ve arkadaşları tarafından kısa formu oluşturulan ölçek kullanılmıştır. Ölçeğin Türkçe uyarlaması Avcı ve Turunç tarafından gerçekleştirilmiştir. Ölçek 5 madde ve 1 boyuttan oluşmaktadır (Avcı ve Turunç, 2012:49).

İş Tatmini: İş tatmini seviyesini ölçmek için Brayfield ve arkadaşları tarafından 1951 yılında 18 maddeden oluşan bir ölçek geliştirilmiştir. Judge ve arkadaşları 1998 yılında ölçeğin 5 maddeden oluşan kısa formunu geliştirmişlerdir. Bu kısa formun Türkçe'ye uyarlamasını Keser ve Bilir tarafından gerçekleştirilmiştir. Çalışmada 5 maddelik kısa formun 1 boyuttan oluştuğu ifade edilmiştir (Keser ve Bilir, 2019:231).

3.2.2. Araştırma Modeli ve Hipotezleri

Phubbingin işgören kariyer başarısı ve iş tatmini üzerine etkisinin araştırıldığı bu çalışmada araştırma modeli Şekil-1 olduğu gibi tasarlanmıştır.

Şekil 1. Araştırma Modeli



Araştırma modeli çerçevesinde kurulan hipotezler aşağıdaki gibi kurulmuştur:

“H₁: Phubbingin işgören kariyer başarısı üzerinde etkisi vardır.”

“H_{1a}: Nomofobinin işgören kariyer başarısı üzerinde etkisi vardır.”

“H_{1b}: Kişilerarası çatışmanın işgören kariyer başarısı üzerinde etkisi vardır”

“H_{1c}: Kendinden izolasyonun işgören kariyer başarısı üzerinde etkisi vardır”

“H_{1d}: Problemi tanımanın işgören kariyer başarısı üzerinde etkisi vardır”

“H₂: Phubbingin işgören iş tatmini üzerinde etkisi vardır.”

“H_{2a}: Nomofobinin işgören iş tatmini üzerinde etkisi vardır”

“H_{2b}: Kişilerarası çatışmanın işgören iş tatmini üzerinde etkisi vardır”

“H_{2c}: Kendinden izolasyonun iş tatmini üzerinde etkisi vardır”

“H_{2d}: Problemi tanıma işgören iş tatmini üzerinde etkisi vardır”

“H₃: İşgören kariyer başarısı ve iş tatmini arasında olumlu yönde ilişki vardır.”

“H₄: İşgörenlerde phubbing düzeyinde kuşaklara göre farklılık vardır.”

“H_{4a}: İşgören nomofobi düzeyinde kuşaklara göre farklılık vardır.”

“H_{4b}: İşgören kişilerarası çatışma düzeyinde kuşaklara göre farklılık vardır.”

“H_{4c}: İşgören kendinden izolasyon düzeyinde kuşaklara göre farklılık vardır.”

“H_{4d}: İşgören problemi tanıma düzeyinde kuşaklara göre farklılık vardır.”

“H₅: İşgörenlerde kariyer başarısı düzeyi kuşaklara göre farklılık göstermektedir.”

“H₆: İşgörenlerde iş tatmini düzeyi kuşaklara göre farklılık göstermektedir.”

3.3.Araştırmanın Evreni ve Örneklemi

Bir araştırmada evren çalışmanın temelini oluşturmaktadır. Doğru bir şekilde belirlenen bir evren, araştırma bulgularını genelledebilmek adına büyük önem taşımaktadır. Öte yandan araştırmanın geçerlilik düzeyi için de evreni belirlemek kritik bir durum olarak kabul edilmektedir. Başka bir ifade ile evren, araştırmanın

belirli bir özellik ve nitelik bakımından hakkında bilgi toplamaya çalışıldığı kümelerdir (Altunışık, vd., 2022:131).

Bu araştırmanın evreni, Türkiye genelinde özel sektörde çalışan bireylerden oluşmaktadır. Özel sektör, Türkiye ekonomisinin önemli bir bileşeni olup, çeşitli sektörlerde faaliyet gösteren çok sayıda işletmeyi kapsamaktadır. Resmi verilere göre Türkiye’de özel sektörde çalışan sayısı 15 milyon 22 bin 900 kişidir (TÜİK, 2024) Bu işletmeler, imalat, hizmet, ticaret, sağlık, eğitim, finans, teknoloji gibi geniş bir alanda faaliyet göstermektedir. Çalışma alanları madencilik ve taş ocakçılığı, imalat, elektrik, gaz, buhar ve iklimlendirme, su temini olan işletmeler ‘sanayi’ sınıfında; ticaret, ulaştırma ve depolama, konaklama ve yiyecek hizmeti faaliyetleri, bilgi ve iletişim, finans ve sigorta faaliyetleri, tarım, gayrimenkul faaliyetleri, mesleki, bilimsel ve teknik faaliyetler, idari ve destek hizmet faaliyetler ‘ticaret ve hizmetler’ sınıfında; son olarak inşaat sınıfı olarak kategorize edilmiştir (TÜİK, 2024). Bu çalışmada da işletmeler faaliyet alanlarına göre sanayi, inşaat, ticaret ve hizmetler olmak üzere üç ana sınıf altında ele alınmıştır.

Araştırmalarda diğer önemli bir konu olarak karşımıza çıkan örneklem ise hedeflenen evreni temsil ettiği kabul edilen alt kümedir (Coşkun vd., 2015: 133). Örneklem araştırmacının evrene ulaşabilmek için seçtiği bir alt kümedir. Araştırmacıların örneklem belirlerken temsillik, ulaşılabilirlik, maliyet ve zaman faktörlerini göz önünde bulundurarak planlama yapmaları gerekmektedir (Creswell ve Creswell, 2021:151).

Araştırmanın örneklemini, Türkiye'nin TR72 Bölgesi'nde (Kayseri, Sivas, Yozgat) bulunan özel sektör çalışanlarından oluşmaktadır. TR72 Bölgesi, İç Anadolu Bölgesi'nde yer almakta olup, ekonomik, kültürel ve demografik açıdan çeşitlilik göstermektedir. Bu nedenle, TR72 Bölgesi'ndeki özel sektör çalışanlarının araştırma için seçilmesi, bölgedeki iş gücünün dijital cihaz kullanımı, kariyer başarısı ve iş tatmini konusundaki davranışlarının daha ayrıntılı bir şekilde incelenmesine olanak tanımaktadır. TR 72 Bölgesi'nde özel sektör çalışan sayısı 373 bin 4 kişi olarak açıklanmıştır. Kayseri’de özel sektör çalışan sayısı 248 bin 332 kişi (İşkur Kayseri, 2023), Sivas’ta özel sektör çalışan sayısı 82 bin 97 kişi (İşkur Sivas, 2023), Yozgat’ta özel sektör çalışan sayısı 42 bin 575 kişi (İşkur Yozgat, 2023) olarak açıklanmıştır. Bu veriler doğrultusunda TR72 Bölgesi'nde özel sektör çalışanlarının yaklaşık %67’si Kayseri’de, yaklaşık %22’si Sivas’ta ve yaklaşık %11’ide Yozgat’ta yer almaktadır. Araştırma yapılıma sürecinde bu oranlar doğrultusunda anket uygulaması yapılmaya çalışılmıştır.

4.ARAŞTIRMA BULGULARI VE ANALİZİ

4.1. Demografik Veriler

Elde edilen veriler doğrultusunda demografik özellikler Tablo 1’de yer almaktadır.

Tablo 1. Demografik Veriler

| Cinsiyet | F | Yüzde | Hizmet Süresi | F | Yüzde |
|--------------------------------|----------|--------------|----------------------|----------|--------------|
| Erkek | 339 | 57,36 | 0-5 | 251 | 42,40 |
| Kadın | 252 | 42,64 | 6-10 | 170 | 28,70 |
| Toplam | 591 | 100 | 11-15 | 100 | 17,00 |
| Medeni Durum | F | Yüzde | 16 + | 70 | 11,90 |
| Evli | 360 | 60,91 | Toplam | 591 | 100 |
| Bekar | 231 | 30,09 | | | |
| Toplam | 591 | 100 | Yaş | F | Yüzde |
| Eğitim Seviyesi | F | Yüzde | 18-24 (Z Kuşağı) | 170 | 28,26 |
| İlköğretim/Lise | 134 | 22,67 | 25-44 (Y Kuşağı) | 276 | 46,70 |
| Önlisans/Lisans/ Lisansüstü | 457 | 77,33 | 45 + (X Kuşağı) | 147 | 24,87 |
| Toplam | 591 | 100 | Toplam | 591 | 100 |

Araştırmaya ait Tablo 1'deki veriler incelendiğinde araştırmaya katılanların çoğunlukta erkek olduğu anlaşılmaktadır. Veriler doğrultusunda araştırmaya katılanların oransal olarak medeni durum değişkeninde evlilerin, yaş/kuşak değişkeninde Y kuşağının, eğitim seviyesi değişkeninde üniversite mezunlarının daha fazla olduğu görülmektedir.

Tablo 2. Araştırmaya Katılan İşgörenlerin İl Bazında Oransal Dağılımı

| İl | İşgören Sayısı | Yüzde (%) |
|-----------|-----------------------|------------------|
| Kayseri | 402 | 68 |
| Sivas | 136 | 23 |
| Yozgat | 53 | 9 |

Araştırma sürecinde anket uygulaması yapılırken illerin TR72 Bölgesindeki özel sektör çalışan oranları dikkate alınarak uygulama yapılmaya çalışılmıştır. Bu doğrultuda ankete katılan işgören sayısı ve illere göre katılım yüzdeleri Tablo 2'de yer almaktadır.

Tablo 3. Araştırmaya Katılan İşgörenlerin Çalışma Sınıfları

| Sektör | TÜİK Verileri (%) | Araştırmaya Katılan İşgören Sayısı | Yüzde(%) |
|----------------------|--------------------------|---|-----------------|
| Sanayi | 21,7 | 100 | 17 |
| İnşaat | 6,0 | 18 | 3 |
| Ticaret ve Hizmetler | 72,3 | 473 | 80 |

Araştırmaya katılan işgörenlerin çalıştıkları işletmenin sektör sınıflandırmasına ait veriler Tablo 3’de yer almaktadır. Bu veriler ışığında araştırmaya katılan işgörenlerin en çok ticaret ve hizmet sınıfında yer aldıkları görülmektedir. En az katılım oranının inşaat sektöründe olduğu görülmektedir.

4.2. Güvenirlilik Analizleri

Güvenirlilik analizi, ölçeğin hangi koşullarda ne kadar güvenilir olduğunu belirleyerek araştırmacılara ölçeğin kullanımıyla ilgili önemli bilgiler sağlamaktadır. Bu bilgiler, ölçeğin farklı örneklemeler üzerinde kullanılabilirliğini değerlendirme konusunda büyük önem taşımaktadır (Karagöz ve Bardakçı, 2020:52) . Güvenilir bir ölçek, araştırma bulgularının doğruluğunu ve geçerliliğini destekleyerek, araştırmanın genel kalitesini artırmaktadır. Bu nedenle, araştırmalarda kullanılan ölçeklerin güvenirlilik analizinin yapılması, bilimsel çalışmaların güvenilirliğini ve geçerliliğini sağlama açısından vazgeçilmez bir adım olarak kabul edilmektedir.

Tablo 4. Ölçeklerin Güvenirlilik Analizleri

| Ölçekler | Güvenirlilik (C.Alpha) | Katsayısı | Madde Sayısı | N |
|------------------|---------------------------|-----------|--------------|-----|
| Phubbing | 0,829 | | 15 | 591 |
| Kariyer Başarısı | 0,871 | | 5 | 591 |
| İş Tatmini | 0,886 | | 5 | 591 |

Araştırmanın güvenirlilik katsayısının kabul edilebilir seviyede olabilmesi için en az 0,70 değerine sahip olması önerilmektedir. (DeVellis, 2012:109) . Güvenirlilik katsayısının 0,80 ile 1 arasında olması araştırmanın yüksek güvenirlikte olduğu ifade edilmektedir (Yıldız ve Uzunsakal, 2018:19). Tablo 4’te yer alan güvenirlilik katsayıları incelendiğinde araştırmada kullanılan ölçeklerin yüksek güvenirlikte olduğu anlaşılmaktadır.

4.3. Farklılık Analizleri

Araştırma sonucunda elde edilen veriler, çeşitli farklılık analizleri kullanılarak detaylı bir şekilde incelenmiştir. Farklılık analizleri, belirli gruplar arasında anlamlı farkların olup olmadığını belirlemek amacıyla yapılan istatistiksel testlerdir. Bu analizler, araştırmanın temel hipotezlerini test etmek phubbing, işgören kariyer başarısı ve iş tatmini faktörlerinin etkilerini değerlendirmek için kullanılmıştır.

Tablo 5. Kuşaklara Göre Değişkenlerin Farklılık (Anova) Testi

| Faktörler | Kuşaklar | N | Mean | Sig. | Hipotez Kabul/Red |
|-----------|----------|-----|------|-------|----------------------|
| Phubbing | Z Kuşağı | 170 | 4,55 | 0,025 | Kabul |
| | Y Kuşağı | 276 | 3,20 | | |
| | X Kuşağı | 147 | 3,10 | | |

| | | | | | |
|------------------|----------|-----|------|-------|-------|
| | Toplam | 591 | 3,61 | | |
| | Z Kuşağı | 170 | 4,47 | | |
| Kariyer Başarısı | Y Kuşağı | 276 | 4,24 | 0,054 | Red |
| | X Kuşağı | 147 | 4,13 | | |
| | Toplam | 591 | 4,28 | | |
| | Z Kuşağı | 170 | 3,47 | | |
| İş Tatmini | Y Kuşağı | 276 | 4,34 | 0,034 | Kabul |
| | X Kuşağı | 147 | 4,83 | | |
| | Toplam | 591 | 4,21 | | |

Tablo 5'teki veriler incelendiğinde phubbing ve iş tatmini düzeylerinin kuşaklar arasında anlamlı farklılık (sig.<0,05) olduğu anlaşılmaktadır. “H₄: İşgörenlerde phubbing düzeyinde kuşaklara göre farklılık vardır.” ve “H₆: İşgörenlerde iş tatmini düzeyi kuşaklara göre farklılık göstermektedir.” Hipotezleri kabul edilmiştir. “H₅: İşgörenlerde kariyer başarıları düzeyi kuşaklara göre farklılık göstermektedir.” hipotezi (sig.>0,05) reddedilmiştir. Veriler ışığında Z kuşağı işgörenlerde phubbing seviyesi daha yüksek olduğu görülmektedir. İş tatmini düzeyinin ise X kuşağında daha yüksek olduğu anlaşılmaktadır.

Tablo 6. Phubbing'in Alt Boyutlarının Kuşaklara Göre Farklılık (Anova) Analizi

| Phubbing Alt Boyutlar | Kuşaklar | N | Mean | Sig. | Hipotez Kabul/Red |
|-----------------------|----------|-----|------|-------|-------------------|
| Nomofobi | Z Kuşağı | 170 | 4,75 | 0,017 | Kabul |
| | Y Kuşağı | 276 | 3,82 | | |
| | X Kuşağı | 147 | 3,30 | | |
| | Toplam | 591 | 3,95 | | |
| Kişilerarası Çatışma | Z Kuşağı | 170 | 3,27 | 0,124 | Red |
| | Y Kuşağı | 276 | 3,24 | | |
| | X Kuşağı | 147 | 3,23 | | |
| | Toplam | 591 | 3,25 | | |
| Kendinden İzolasyon | Z Kuşağı | 170 | 4,13 | 0,042 | Kabul |
| | Y Kuşağı | 276 | 3,41 | | |
| | X Kuşağı | 147 | 3,83 | | |
| | Toplam | 591 | 3,79 | | |
| Problemi Tanıma | Z Kuşağı | 170 | 2,95 | 0,005 | Kabul |
| | Y Kuşağı | 276 | 3,80 | | |
| | X Kuşağı | 147 | 4,32 | | |
| | Toplam | 591 | 3,69 | | |

Phubbingin alt boyutlarının kuşaklara göre farklılık analiz verilerini içeren Tablo 6'daki değerler incelendiğinde nomofobi, kendinden izolasyon ve problemi tanıma alt

boyutlarının (sig.<0,05) kuşaklara göre farklılık gösterdiği anlaşılmaktadır. Bu bağlamda “H_{4a}: İşgören nomofobi düzeyinde kuşaklara göre farklılık vardır.”, “H_{4c}: İşgören kendinden izolasyon düzeyinde kuşaklara göre farklılık vardır.” ve “H_{4d}: İşgören problemi tanıma düzeyinde kuşaklara göre farklılık vardır.” hipotezleri kabul edilmiştir. Nomofobi, kişilerin akıllı telefona ulaşamadığı zaman onun yoksunluğunu hissetmesi, ulaşmak için çabalaması, ulaşamazsa istemsiz kaygı ve korku yaşamaları olarak tanımlanmaktadır (Yıldırım ve Kişioğlu, 2018:476). Araştırma sonucunda Z kuşağı işgörenlerde nomofobi düzeyi daha yüksek bulunmuştur. Yine Z kuşağı işgörenlerde kendisinden izolasyon seviyesi daha yüksek olduğu anlaşılmaktadır. Problem tanıma seviyesinin ise X kuşağında daha yüksek olduğu görülmektedir. Sig. değeri 0,05’den büyük olan “H_{4b}: İşgören kişilerarası çatışma düzeyinde kuşaklara göre farklılık vardır.” Hipotezi ise reddedilmiştir.

4.4. Regresyon Analizleri

Regresyon analizi, bir bağımlı değişken ile bir veya birden fazla bağımsız değişken arasındaki ilişkiyi incelemek amacıyla kullanılmaktadır (Coşkun vd., 2015:233). Bu araştırmada bağımlı değişken phubbing ve alt boyutları iken, bağımsız değişkenler kariyer başarısı ve iş tatminidir. Bu çerçevede oluşturulan hipotezler aşağıda yer almaktadır.

Tablo 7. Araştırma Hipotezlerini Test Etmek İçin Uygulanan Regresyon Analiz Sonuçları

| Hipotez | β | R ² | Sig. (p) | Kabul/ Red |
|--|---------|----------------|----------|---------------|
| H ₁ :Phubbingin işgören kariyer başarısı üzerinde etkisi vardır. | -0,219 | 0,210 | 0,000 | Kabul |
| H _{1a} :Nomofobinin işgören kariyer başarısı üzerinde etkisi vardır. | -0,147 | 0,004 | 0,002 | Kabul |
| H _{1b} :Kişilerarası çatışmanın işgören kariyer başarısı üzerinde etkisi vardır | -0,083 | 0,007 | 0,060 | Red |
| H _{1c} :Kendinden izolasyonun işgören kariyer başarısı üzerinde etkisi vardır | 0,022 | 0,018 | 0,052 | Red |
| H _{1d} : Problemi tanımanın işgören kariyer başarısı üzerinde etkisi vardır | 0,108 | 0,019 | 0,004 | Kabul |
| H ₂ : Phubbingin işgören iş tatmini üzerinde etkisi vardır. | -0,347 | 0,125 | 0,001 | Kabul |
| H _{2a} : Nomofobinin işgören iş tatmini üzerinde etkisi vardır | -0,092 | 0,084 | 0,000 | Kabul |
| H _{2b} : Kişilerarası çatışmanın işgören iş tatmini üzerinde etkisi vardır | -0,072 | 0,052 | 0,000 | Kabul |
| H _{2c} : Kendinden izolasyonun iş tatmini üzerinde etkisi vardır | -0,063 | 0,004 | 0,075 | Red |
| H _{2d} : Problemi tanıma işgören iş tatmini üzerinde etkisi vardır | 0,228 | 0,052 | 0,000 | Kabul |

Tablo 7’deki veriler incelendiğinde phubbingin kariyer başarısı ve iş tatmini üzerinde olumsuz etkisi olduğu doğrulanmaktadır. H₁ ve H₂ hipotezleri kabul edilmiştir.

Phubbingin alt boyutları olan nomofobi ve problem farkındalığının da kariyer başarısı ve iş tatmini üzerinde etkisi olduğu hipotezleri kabul edilmiştir.

4.5. Korelasyon Analizi

Korelasyon analizi değişkenler arasındaki ilişkinin gücünü ölçmede yaygın olarak kullanılan bir analiz tekniğidir. Korelasyon katsayısı +1 ile -1 arasında değer almaktadır. (Coşkun vd., 2015:228). Bir değişkenin değeri arttıkça diğer değişkenin değeri de artıyorsa değişkenler arasında pozitif ilişki vardır anlamına gelmektedir. Bir değişkenin değeri artarken diğeri azalıyorsa değişkenler arasında negatif ilişki vardır. Değişkenler arasında anlamlı bir ilişki yoksa korelasyon katsayısı sifıra yakındır.

Tablo 8. Kariyer Başarısı ve İş Tatmini Arasındaki İlişkiyi Test Etmek İçin Uygulanan Korelasyon Analizi

| Hipotez | N | Sig. (p) | Pearson Correlation | Kabul/Red |
|--|-----|----------|---------------------|-----------|
| H ₃ : İşgören kariyer başarısı ve iş tatmini arasında olumlu yönde ilişki vardır. | 591 | 0,000 | 0,561 | Kabul |

Tablo 8’de kariyer başarısı ve iş tatmini arasındaki ilişkiyi incelemek için uygulanan korelasyon analizi sonucu yer almaktadır. Bu analiz sonucunda kariyer başarısı ve iş tatmini arasında pozitif ve güçlü bir ilişki bulunmaktadır.

4.6. Faktör Analizleri

4.4.1. Açıklayıcı Faktör Analizleri

Açıklayıcı Faktör Analizi (AFA), kullanılan ölçekteki maddelerin hangi faktörler altında toplandığını tespit edebilmek için yapılmaktadır. Öte yandan AFA, maddelerin faktör yükleri hakkında bilgi vermektedir (Karagöz ve Bardakçı 2020: 35). Kaiser-Mayer-Olkin (KMO) testi, faktör analizi için yaygın kullanılan bir ön test olarak kabul edilmektedir. KMO testi, 0 ile 1 arasında değer almaktadır. Araştırmalarda KMO değerinin 0,5-1,0 arasında olması örneklem sayısının faktör analizi yapmak için uygun olduğu anlamına gelmektedir. Bartlett küresellik testi, veri setinin faktör analizi için uygunluk değerini göstermektedir. Diğer bir ifade ile Bartlett küresellik testi araştırmadaki değişkenler arasında ilişki olup olmadığının test edilmesidir (Coşkun vd. 2015: 267).

Tablo 9. Kariyer Başarısı Ölçeğinin Kaiser-Mayer-Olkin (KMO) Testi

| KMO and Bartlett's Test | | | |
|-------------------------------|--------------------|-------------|---------|
| Kaiser-Meyer-Olkin Adequacy | Measure | of Sampling | 0,821 |
| Bartlett's Test of Sphericity | Approx. Chi-Square | df | 739,909 |
| | Sig. | | ,000 |

Araştırma sonucunda elde edilen veriler ile kariyer başarısı faktörü için kullanılan ölçek sorularıyla yapılan KMO analizi neticesinde verilerin istenilen aralıkta olduğu anlaşılmaktadır.

Tablo 10. Kariyer Başarısı Ölçeğinin AFA Verileri

| Ölçek Maddeleri | Rotated Component Matrix | Total Variance Explained (Cumulative %) |
|--|--------------------------------|---|
| 1. Kariyerimde elde ettiğim başarılarımdan memnunum. | 0,747 | |
| 2. Tüm kariyer hedeflerim düşünüldüğünde kariyerimdeki ilerlemelerden memnunum. | 0,733 | |
| 3-Maddi kazanımlarıma ilişkin hedeflerim düşünüldüğünde kariyerimdeki ilerlemelerden memnunum. | 0,756 | |
| 4-Atama ve/veya terfi hedeflerim düşünüldüğünde kariyerimdeki ilerlemelerden memnunum. | 0,825 | 54,030 |
| 5-Yeni beceriler geliştirme hedeflerim düşünüldüğünde kariyerimdeki ilerlemelerden memnunum | 0,711 | |

Tablo 10'daki veriler incelendiğinde işgörenlerin kariyer başarılarını ölçmek için kullanılan maddelerin bir faktör altında toplandığı ve açıklanan toplam varyansının 54,030 olduğu görülmektedir.

Tablo 11. İş Tatmini Ölçeğinin Kaiser-Mayer-Olkin (KMO) Testi

| KMO and Bartlett's Test | |
|---|---------|
| Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy | 0,778 |
| Approx. Chi-Square | 567,576 |
| Bartlett's Test of Sphericity | 10 |
| Sig. | ,000 |

Araştırma sonucunda elde edilen veriler ile i tatmini faktörü için kullanılan ölçek sorularıyla yapılan KMO analizi neticesinde verilerin istenilen aralıkta olduğu anlaşılmaktadır.

Tablo 12. İş Tatmini Ölçeğinin AFA Verileri

| Ölçek Maddeleri | Rotated Component Matrix | Total Variance Explained (Cumulative %) |
|--|--------------------------|---|
| 1. Şu anki işimden oldukça memnunum | 0,764 | |
| 2. Çoğu günler işime hevesle giderim | 0,703 | |
| 3-İşteki her günüm bitmeyecekmiş gibi gelir. | 0,690 | 48,777 |
| 4-İşimi eğlenceli bulurum | 0,671 | |
| 5-İşimin tatsız olduğunu düşünürüm | 0,753 | |

Tablo 12'daki veriler incelendiğinde işgörenlerin iş tatminlerini ölçmek için kullanılan maddelerin bir faktör altında toplandığı ve açıklanan toplam varyansının 48,777 olduğu görülmektedir.

Tablo 13. Phubbing Ölçeğinin Kaiser-Mayer-Olkin (KMO) Testi
KMO and Bartlett's Test

| | | |
|---|--------------------|----------|
| Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy | | 0,895 |
| | Approx. Chi-Square | 4118,268 |
| Bartlett's Test of Sphericity | df | 10 |
| | Sig. | ,000 |

Araştırma sonucunda elde edilen veriler ile iş tatmini faktörü için kullanılan ölçek sorularıyla yapılan KMO analizi neticesinde verilerin istenilen aralıkta olduğu anlaşılmaktadır.

Tablo 14. Phubbing Ölçeğinin AFA Verileri

| Ölçek Maddeleri | Rotated Component Matrix | | | | Total Variance Explained (Cumulative %) |
|---|--------------------------|-----------|-------------|---------|---|
| | Nomofobi | K.Çatışma | K.İzolasyon | P.Tanma | |
| 1. Telefonum yakınımda olmadığında endişelenirim. | 0,835 | | | | |
| 2. Telefonumdan ayrı kalmaya dayanmam. | 0,770 | | | | 59,662 |

| | | |
|--|-------|-------|
| 3. Telefonumu görebileceğim bir yere bırakırım. | 0,768 | |
| 4. Telefonumu kontrol etmezsem önemli bir şeyleri kaçıracağımdan endişelenirim. | 0,737 | |
| 5. Telefonumu kullandığım için başkalarıyla çatışma yaşarım. | 0,767 | |
| 6. İnsanlar telefonumla çok fazla vakit geçirdiğimi söyler. | 0,702 | |
| 7. Başkaları telefonumu bırakmamı ve onlarla konuşmamı isterse sinirlenirim. | 0,697 | |
| 8. Başkalarını sinirlendirdiğini bildiğim hâlde telefonumu kullanırım. | 0,618 | |
| 9. Başkaları ile konuşmak yerine telefonumla uğraşmayı tercih ederim. | 0,738 | |
| 10. Dikkatimi başkaları yerine telefonuma verdiğimde memnun olurum. | 0,714 | |
| 11. Başkalarına odaklanmayı bırakıp telefonumla ilgilendiğimde kendimi iyi hissederim. | 0,709 | |
| 12. Başkalarını görmezden gelip, dikkatimi telefonuma verdiğimde stresten kurtulurum. | 0,689 | |
| 13. Telefonuma düşündüğümde daha uzun süre dikkatimi veririm. | | 0,745 |

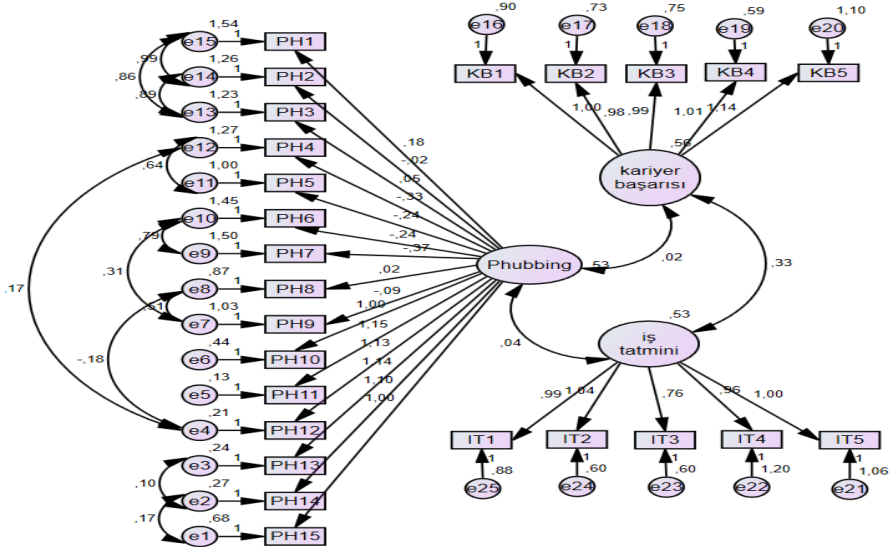
14. Telefonumu kullandığım için başkalarıyla konuşma fırsatlarını kaçırıyor olduğumu bilirim. 0,716
15. Telefonumu kullanırken kendimi “birkaç dakika daha” diye düşünürken bulurum. 0,661

Tablo 14’deki veriler incelendiğinde işgörenlerin phubbing düzeylerini ölçmek için kullanılan maddelerin dört faktör altında toplandığı ve açıklanan toplam varyansının 59,662 olduğu görülmektedir.

4.4.2. Doğrulayıcı Faktör Analizi

Doğrulayıcı Faktör Analizi (DFA), önceden belirlenmiş bir kuramsal modelin doğruluğunu test etmek için kullanılmaktadır ve araştırmacılara bir ölçeğin yapısını doğrulama ve ölçümler arasındaki ilişkileri değerlendirme imkânı sunmaktadır. Bu araştırma kapsamında DFA’yı yapmak için AMOS 20 programı kullanılmıştır.

şekil 2.Phubbingin Kariyer Başarısı ve iş Tatmini zerinde Etkisine ilişkin Yapısal Eşitlik Modeli (YEM)



şekil 2’de yer alan DFA sonucuna göre çalışma kapsamında modelin doğruluğu test edilmiştir. Çalışmada phubbingin, kariyer başarısı ve iş tatmini üzerine etkisi olduğu

yapılan regresyon analizleri ile test edildiği gibi YEM ile de araştırma modelinin geçerliliği test edilmiştir.

Tablo 15. Araştırma Verilerinin Uyum İndeksleri

| p | CMIN/DF | RMSEA | GFI | AGFI | CFI | TLI |
|-------|---------|-------|-------|-------|-------|-------|
| 0,000 | 4,174 | 0,080 | 0,914 | 0,905 | 0,899 | 0,892 |

DFA sonucunda elde edilen verilerin değerlerine dikkat etmek gerekmektedir. Tablodaki p değeri araştırmada kullanılan modelin istatistiksel olarak anlamlı olduğunu göstermektedir ve 0,05'ten küçük olması gerekmektedir. χ^2/df , değeri bir uyum indeksi olarak kabul edilmektedir. χ^2/df araştırma verisi ile model arasındaki uyumu yorumlamak için kullanılmaktadır ve 5'ten küçük olması tavsiye edilmektedir. Diğer bir uyum indeksi olan RMSEA değeri araştırma modelinin yapısı ile veriler sonucu oluşan model arasındaki uyumu değerlendirmek için kullanılmaktadır. RMSEA değerinin 0,05'ten küçük (mükemmel uyum) olması istenilmektedir. Uyum indeksi arasında yer alan GFI yine araştırma modeli ve örneklem arasındaki uyumu yorumlamak için kullanılmaktadır ve 0,90'dan büyük olması önerilmektedir. Düzeltilmiş uyum indeksi olarak tanımlanan AGFI'nın da 0,90'dan büyük olması da araştırma verisi ve modeli arasında yüksek uyum olduğunu ifade etmektedir. CFI değeri ise tasarlanan araştırma modeli ile analizler sonucu ortaya çıkan model arasındaki uyumu göstermektedir ve 0,90'den büyük olması mükemmel uyum olduğunu göstermektedir. Son olarak TLI değeri de model ve örneklem arasındaki uyum değerlendirilirken kullanılmaktadır ve 0,90 üzeri değeri olması kabul edilebilir uyum değeri olarak nitelendirilmektedir (Hoşgör, 2019:131-133; Yılmaz, 2019:77). Bu açıklama doğrultusunda araştırmada kullanılan ölçekler arasında uyum indekslerinin kabul edilen düzeyde olduğu anlaşılmaktadır. Kısaca araştırma kapsamında oluşturulan modelin veriler ile uyum içerisinde ve amaca uygun olduğunu göstermektedir.

5. TARTIŞMA

Teknolojideki değişme ve gelişmeleri takip etmek günümüz iş hayatında önemli bir yer edinmektedir. İşgörenler çeşitli iş fırsatlarından haberdar olabilmek için çeşitli teknolojik cihazları kullanabilmektedir. Diğer taraftan işgören mesleki alanındaki gelişmeleri takip etmek için de teknolojik imkânlardan faydalanabilmektedir. Teknolojinin işgören açısından iş bulma, kariyerinde ilerleme, yeni gelişmelerden haberdar olma gibi çeşitli avantajları olabilmektedir. Bu olumlu etkiler işgören motivasyonunda ve iş tatmininde de olumlu katkı sağlayabilmektedir. Ancak teknolojinin olumlu etkisinin yanı sıra olumsuz etkisinin de olduğunu dikkate almak gerekmektedir. Kontrollü kullanılmayan teknolojik cihazlar, bağımlılık yaparak işgörenin iş hayatında ve sosyal hayatında çeşitli sorunlara yaşamasına neden olabilmektedir. Dikkat dağınıklığı ve iletişim problemleri yaşanmasına, iş verimliliği ve motivasyonu azaltabilmektedir. Bu çalışmada bir teknolojik cihaz olan akıllı

telefonların bağımlılık düzeyi (phubbing) ele alınarak, işgören kariyer başarısı ve iş tatmini üzerindeki etkisi araştırılmıştır.

Alanyazını incelendiğinde phubbingin hem sosyal hayata hem de iş hayatına etkilerinin olduğu anlaşılmaktadır. Phubbingin insan ilişkilerinde çok önemli bir engel olduğu sonucuna ulaşılan çalışmada, bireylerin sosyal etkileşimlerinde sürekli olarak telefonlarına yönelmeleri, yüz yüze iletişimi olumsuz etkileyerek, ilişki kalitesinin düşmesine ve duygusal bağların zayıflamasına neden olduğu ortaya konulmuştur (Lee vd., 2014). İletişim kurmak yerine akıllı telefonları ile ilgilenmeyi tercih eden kişi sayısında sürekli bir artış olduğunu vurgulayan çalışma da ise phubbingin dışlayıcı davranışları tetikleyebildiği ifade edilmektedir (Kuss ve Griffiths, 2011). Yöneticilerin, çalışanları ile birlikteyken onlarla iletişim kurmak yerine akıllı telefonları ile ilgilenmeleri, çalışanların motivasyonunu ve iş tatminini olumsuz etkileyerek, onların kendilerini değersiz hissetmelerine ve yönetici-çalışan ilişkilerinde güvensizlik oluşmasına yol açabildiği belirlenmiştir (Roberts ve David, 2017). Diğer taraftan özellikle sosyal medya kullanımı ile phubbing davranışının arttığını ve bu durumun işgören performansı üzerinde olumsuz etkisinin bulunduğu değerlendirmesinin yapıldığı çalışmalarda bulunmaktadır (Tandon vd., 2021; Abeele vd, 2016).

Yapılan bu çalışmada da phubbingin kariyer başarısı ve iş tatmini üzerinde olumsuz yönde etkisinin olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Phubbingin, işgörenlerin iş ortamında sürekli olarak akıllı telefonlarına yönelmeleri ve yüz yüze iletişimi ihmal etmeleri anlamına gelmektedir. Bu davranış, iş arkadaşları ve yöneticilerle olan ilişkileri zayıflatarak işbirliği ve iletişim etkinliğini azaltabilmektedir. Akıllı telefon kullanımı günlük yaşamın bir parçası haline gelmiş durumdadır. İş yerlerinde akıllı telefon kullanımını yasaklamak doğru bir çözüm yolu olmayabilir. Çünkü işgörenlerin farklı tepkileri ile karşılaşmak mümkün olabilmektedir. Bu sebeple akıllı telefon kullanımının kontrollü kullanımı teşvik edilmeli ve ihtiyaç halinde bu konuda uzmanların yer alacağı hizmet içi eğitim programları düzenlemek faydalı olabilecektir. Böylelikle hem işgörenler phubbing hakkında bilinçlenmiş olacaktır hem de örgütsel bağlılık seviyeleri yükselbilecektir.

Araştırmada kullanılan ölçekte phubbingin alt boyutu olarak ele alınan nomofobi, pek çok çalışmada bir psikolojik rahatsızlık olarak değerlendirilmiş ve hızla yayıldığı ifade edilmiştir (Yıldırım ve Correia, 2015; Augner ve Hacker, 2012; Öztürk, 2015; Mallya vd., 2018). Yine aynı çalışmalarda kişilerin akıllı telefona erişme konusunda sıkıntı yaşadıklarında sınırlendikleri, endişelendikleri ve kaygı duydukları anlaşılmaktadır. Bu tepkiler tıpkı bir madde bağımlısının davranışlarına benzetilmektedir.

Phubbingin kuşaklar üzerine etkisini konu edinen çalışmalarda Z kuşağında dikkat çekici sonuçlara ulaşıldığı görülmektedir. Z kuşağında phubbing seviyesinin daha fazla olduğu, sosyal hayat ve sağlık üzerine çeşitli olumsuz etkilerinin bulunduğu ifadelerine yer verilmektedir (Fatchurahman vd., 2023; Krasnova vd., 2016; Permata vd., 2023) Bu çalışmada da işgörenlerin nomofobi düzeyleri anlamlı bulunmuştur.

Özellikle teknoloji ile daha çok ilgili olan Z kuşağının nomofobi düzeyi diğer kuşaklara göre daha yüksek olduğu anlaşılmaktadır. Diğer araştırma bulguları, nomofobinin iş yerindeki olumsuz etkilerini vurgulamakta ve bu durumun işgörenlerin kariyer başarılarını ve iş tatminlerini olumsuz yönde etkilediğini göstermektedir. Bu nedenle, iş yerlerinde nomofobiye karşı bilinçli yaklaşımlar geliştirilmesi ve işgörenlerin akıllı telefon kullanımını yönetmelerine yardımcı olacak stratejiler uygulanması gerekebilmektedir. Yöneticilerin, işgörenlerin dijital bağımlılıklarını kontrol altına almaları için destekleyici politikalar ve eğitim programları sunmaları, iş tatminini artırabilirken, genel iş performansını ve kariyer başarılarını olumlu yönde etkileyebilir. Ayrıca çalışmada phubbing probleminin farkındalığı kuşaklara göre anlamlı bir farklılık olduğu sonucuna da ulaşmıştır. Problem farkındalığı X kuşağında daha fazla iken Z kuşağında daha az olduğu anlaşılmaktadır. Bu durum Z kuşağında akıllı telefon bağımlılığının yüksek, bu bağımlılığı bir problem olarak görme seviyelerinin düşük olduğu anlamına gelmektedir.

SONUÇ

TR72 Bölgesinde (Kayseri, Sivas ve Yozgat) gerçekleştirilen bu araştırma, phubbing davranışının iş dünyasındaki etkilerini inceleyerek önemli bulgular ortaya koymaktadır. Phubbing, modern teknoloji kullanımının bir sonucu olarak, bireylerin yüz yüze iletişim yerine akıllı telefonlarına yönelmeleriyle karakterize edilen bir davranış biçimi olarak kabul etmek gerekmektedir. Araştırmanın bulguları, phubbingin kariyer başarıları ve iş tatmini üzerinde olumsuz etkiler yarattığını göstermektedir. Bu bulgular, iş ortamında phubbing davranışının yaygınlaşmasının, işgörenlerin motivasyonunu ve iş yerindeki bağlılıklarını olumsuz yönde etkileyebileceğini ortaya koymaktadır.

Bu çalışma, teknolojinin insan ilişkileri üzerindeki olumsuz etkilerini vurgulamakta ve phubbing gibi davranışların iş dünyasında nasıl bir tehdit oluşturduğunu ilgili alan yazınına katkıda bulunmaktadır. Bu durum, teknoloji kullanımının dengelenmesi gerektiğini ve yüz yüze iletişimin önemini ortaya koymaktadır. Araştırma, phubbingin iş tatmini ve kariyer başarıları üzerindeki olumsuz etkilerini göstererek, iş yerinde çalışan memnuniyetini artırmanın ve kariyer gelişimini desteklemenin önemini göstermektedir. İşgörenlerin dijital bağımlılıklarını kontrol altına almaları, iş yerindeki genel verimlilik ve iş tatminini artırmak için kritik bir öneme sahip olabilmektedir. Bu çalışma, yöneticilere ve insan kaynakları profesyonellerine phubbing davranışının olumsuz etkilerini azaltmak için kuşaklara göre farklı stratejiler geliştirme konusunda rehberlik edebilir. İş yerinde akıllı telefon kullanımını düzenleyen politikalar ve yüz yüze iletişimi teşvik eden uygulamalar, iş tatminini ve kariyer başarılarını artırabilir. Çalışmanın bulguları, phubbing davranışının daha geniş kapsamlı araştırmalarla incelenmesi gerektiğini ve farklı sektörlerde benzer çalışmalar yapılmasının önemini ortaya koymaktadır. Bu, phubbingin çeşitli iş ortamlarındaki etkilerini daha iyi anlamak ve genel geçer sonuçlar elde etmek için bir temel oluşturabilir.

Bu çalışmada phubbingin kariyer başarısı ve iş tatmini üzerindeki etkilerini incelemek amacıyla elde edilen bulgular önemli bilgiler sunmakla birlikte, bazı kısıtlamalar da söz konusudur. Bu kısıtlamalar, araştırmannın genelleştirilebilmesi ve sonuçlarının yorumlanmasında dikkate alınması gereken faktörlerdir. Araştırma, yalnızca TR72 Bölgesi (Kayseri, Sivas ve Yozgat) özel sektör çalışanları ile sınırlıdır. Farklı coğrafi bölgelerde ve sektörlerde yapılacak çalışmalar, daha geniş ve genel geçer sonuçlar elde edilmesine katkı sağlayacaktır. Phubbing, karmaşık ve çok boyutlu bir olgudur. Bu çalışmada, phubbing davranışının tüm boyutları ve etkileri tam olarak kapsamamış olabilir. Phubbing'in bireysel, sosyal ve teknolojik boyutlarını daha derinlemesine inceleyen çalışmalar, bu davranışın etkilerini daha kapsamlı bir şekilde ortaya koyabilir. Araştırmada kontrol edilemeyen dışsal değişkenler, elde edilen sonuçları etkileyebilir. Örneğin, katılımcıların iş yerindeki genel atmosferi, kişisel yaşamlarındaki stres düzeyi veya teknolojiye olan bağımlılık düzeyleri gibi faktörler, phubbing'in etkilerini değiştirebilir. Bu kısıtlamalar, araştırmannın bulgularının dikkatli bir şekilde yorumlanmasını gerektirmektedir. Gelecekteki çalışmalar, bu kısıtlamaları aşmak için daha geniş örneklem grupları ve farklı kültürel bağlamlarda yapılacak araştırmalarla phubbing davranışının etkilerini daha kapsamlı bir şekilde incelemek mümkün olabilir.

Bu çalışmanın bulguları ışığında, phubbing davranışının kariyer başarısı ve iş tatmini üzerindeki olumsuz etkilerini daha derinlemesine anlamak ve bu konudaki literatüre katkı sağlamak amacıyla gelecekteki araştırmalar için çeşitli öneriler sunulmaktadır; -Phubbing davranışının etkileri, farklı sektörlerde ve iş kollarında incelenmelidir. Böylece, sektörel farklılıkların bu davranışın sonuçlarına nasıl etkilediği anlaşılabilir ve sektöre özgü stratejiler geliştirilebilir.

-Phubbing davranışının uzun vadeli etkilerini incelemek için aynı örnekleme tekrarlanan çalışmalar yapılmalıdır. Bu tür çalışmalar, phubbingin zaman içindeki etkilerini daha iyi anlamamıza ve kalıcı sonuçlar elde etmemize yardımcı olabilir.

-Phubbing davranışının farklı kültürlerdeki etkilerini araştırmak, bu davranışın kültürel bağlamdaki farklılıklarını ve benzerliklerini ortaya koyabilir. Bu, evrensel ve kültüre özgü stratejiler geliştirmek için önemli bir bilgi kaynağı olacaktır.

-Phubbing davranışının bireylerin psikolojik ve sosyolojik durumları üzerindeki etkilerini incelemek için daha kapsamlı çalışmalar yapılmalıdır. Özellikle, phubbing'in sosyal izolasyon, yalnızlık, stres ve anksiyete gibi psikolojik durumlar üzerindeki etkileri detaylı bir şekilde araştırılmalıdır.

-Phubbing davranışını azaltmaya yönelik müdahale ve eğitim programlarının etkinliğini değerlendiren çalışmalar yapılmalıdır. Bu programların iş yerindeki phubbing düzeyini nasıl azalttığını ve işgörenlerin iş tatmini ile kariyer başarısını nasıl etkilediğini incelemek, pratik çözümler sunmak açısından değerli olabilir.

-Yöneticilerin phubbing davranışını yönetme konusundaki rolü ve bu konuda alabilecekleri önlemler üzerine çalışmalar yapılmalıdır. Yöneticilerin farkındalık

düzelelerinin artırılması ve etkin iletişim stratejileri geliştirilmesi, phubbingin olumsuz etkilerini azaltmada önemli bir adım olabilir.

-İş yerlerinde teknoloji kullanımına yönelik politikaların phubbing davranışı üzerindeki etkilerini inceleyen çalışmalar yapılmalıdır. Bu politikaların uygulanabilirliği ve etkinliği hakkında daha fazla bilgi elde etmek, iş yerinde sağlıklı teknoloji kullanımını teşvik edebilir.

-Phubbing davranışının doğrudan iş performansı üzerindeki etkilerini inceleyen çalışmalar yapılmalıdır. Bu veriler, phubbingin iş verimliliği ve genel iş kalitesi üzerindeki etkilerini daha iyi anlaşılmasına yardımcı olabilir.

PHUBBİNG A DIGITAL ADDICTION SYNDROME: AN EXPLORATION OF ITS IMPACT ON EMPLOYEE CAREER SUCCESS AND JOB SATISFACTION

1. INTRODUCTION

In the contemporary era, smartphones have become the most prevalent technological devices utilized for communication (Geser, 2006; Merchant, 2017). As multifaceted communication devices, smartphones provide users with internet access, social media usage, email, video conferencing, and online shopping capabilities (Pendergrass, 2017; Roberts, 2016). However, excessive smartphone use can lead to a phenomenon known as "phubbing," which is the act of ignoring face-to-face communication in favor of digital interactions (Karadağ et al., 2016; Akbağ & Sayner, 2021). Phubbing can have detrimental effects on social ties, interpersonal relationships, and productivity. It can also impede organizational efficiency by creating communication barriers (Ristic et al., 2012).

A career entails the pursuit of specialization within a given field, accompanied by the attainment of professional objectives, facilitated by the knowledge, abilities, and experience accumulated throughout one's professional trajectory (Decenzo & Robbins, 2007; Qin, Bin, & Ling, 2011). Planning is an essential component of a successful career. It involves assessing the current situation, setting goals, and taking the necessary steps to achieve these goals (Mondy & Martocchio, 2016). The effectiveness of career success is contingent upon the provision of adequate training, the development of requisite skills, the availability of promotion opportunities, the implementation of training programs, and the provision of social support by organizations (Werner & DeSimone, 2011; Seibert, Crant, & Kraimer, 1999). The evaluation of career success is informed by both objective (salary, promotion) and subjective (self-actualization) factors (Hughes, 1937; Ng & Feldman, 2014).

Job satisfaction is an indicator that reflects an employee's satisfaction with his or her job and is directly related to an individual's attitude toward his or her job (Schneider & Synder, 1975; Çalışkan & Hazır, 2012). Job satisfaction is explained by factors such as the nature of the job, working conditions, wages and benefits, and the attitudes of coworkers and managers. A high level of job satisfaction increases employee

loyalty and job performance and increases organizational productivity (Mullins, 2010). Factors that affect job satisfaction can be divided into individual (personality, demographic characteristics) and organizational (management style, working conditions) (Lam, 1995; Robbins & Judge, 2019).

2. METHODS

This study employed a quantitative research methodology to ascertain the impact of phubbing, a digital addiction syndrome, on employee career success and job satisfaction. In the process of data collection for the research, a 5-point Likert-type questionnaire was utilized, with the following response options: 1 = Strongly Disagree, 2 = Disagree, 3 = Undecided, 4 = Agree, and 5 = Strongly Agree. The survey method allows for the collection of data from a large number of participants, which can then be evaluated through statistical analysis (Coşkun et al., 2015, p. 68). The research was conducted in the TR72 region, which encompasses the cities of Kayseri, Sivas, and Yozgat. The collected data were analyzed using the SPSS 25 and AMOS 20 software packages.

3. RESULTS

The findings of this study indicate that the phenomenon of "phubbing," or the use of smartphones in the presence of others, has a detrimental impact on career success and job satisfaction. Phubbing refers to the phenomenon of employees engaging with their smartphones in the workplace, thereby neglecting face-to-face communication. Such conduct has the potential to erode the quality of interpersonal relationships with colleagues and managers, thereby impairing the efficacy of collaborative efforts and communication. Conversely, the nomophobia levels of employees were found to be significant according to generational cohort. It is evident that the nomophobia level of Generation Z, which is more closely associated with technology, is higher than that of other generations. The implementation of supportive policies and training programs for managers to control their employees' digital addictions has the potential to enhance job satisfaction and positively influence overall job performance and career success. Additionally, the study concluded that the issue of "phubbing" exhibits a notable distinction across generations. While Generation X demonstrates a heightened awareness of this phenomenon, Generation Z exhibits a lower level of awareness, suggesting that smartphone addiction is prevalent among this generation, yet they perceive it as a less significant issue.

4. DISCUSSION

The extant literature indicates that individuals' neglect of face-to-face communication, deterioration in relationship quality, and emergence of interaction disorders can be mitigated by reducing their use of mobile devices (Lee et al., 2014; Kuss & Griffiths, 2011). The practice of phubbing in the workplace has been shown to have a detrimental impact on job satisfaction and job security (Roberts & David, 2017). It is important to note that phubbing should not be seen as a barrier to career success and

job satisfaction, as it does not necessarily affect the quality of collaboration and communication. Additionally, research has indicated that Generation Z is particularly prone to nomophobia, which can negatively affect job performance.

CONCLUSION

This study elucidates the detrimental impact of technology on human relationships and demonstrates how behaviors such as "phubbing" present a significant challenge in the business realm. This situation highlights the necessity of achieving a balance between the use of technology and the significance of face-to-face communication. By illustrating the adverse effects of phubbing on job satisfaction and career success, the research underscores the importance of enhancing employee satisfaction and facilitating career development in the workplace. Regulating employees' digital addictions can be pivotal for enhancing overall productivity and job satisfaction in the workplace.

KAYNAKLAR

- Abeele, M. M., Antheunis, M. L., & Schouten, A. P. (2016). The effect of Mobile Messaging During a Conversation on Impression Formation and Interaction Quality. *Computers in Human Behavior*, 62, 562-569.
- Akbağ, M., & Sayiner, B. (2021). Dijital Teknolojinin Yansımaları: Ebeveyn Teknoferansı ve Sosyotelizmi. *Journal of International Psychological Counseling and Guidance Researches*, 3 (3), 753-778.
- Altındış, S., & Ağca, V. (2011). Örgütsel Bilgi Paylaşımını Engelleyen Faktörler: Sağlık Sektöründe Bir Görgül Araştırma. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (26), 45-61.
- Altunışık, R., Gegez, E., Sığrı, Ü., Koç, E., Yüksel, A., Boz, H., & Yıldız, E. (2022). *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri: Yeni Perspektifler*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Augner, C., & Hacker, G. W. (2012). Associations Between Problematic Mobile Phone Use and Psychological Parameters in Young Adults. *International Journal of Public Health*, 57(2), 437-441.
- Avcı, U., & Turunç, Ö. (2012). Dönüşümcü Liderlik ve Örgüte Güvenin Kariyer Memnuniyetine Etkisi: Lider-Üye Etkileşiminin Aracılık Rolü. *Uluslararası Alanya İşletme Fakültesi Dergisi*, 4(2), 45-55.
- Ayık, Ö. (2022). *Dönüşümcü Liderlik İle İş Tatmini İlişkisinin İncelenmesi: Marmara Bölgesi Gençlik ve Spor İl ve İlçe Müdürlüklerinde Görevli Antrenörlere Yönelik Bir Uygulama*. İstanbul: Marmara Üniv. Sağlık Bilm Ents. Yayımlanmamış Doktora Tezi.

- Aytaç, S. (2005). *Çalışma Yaşamında Kariyer*. Bursa: Ezgi Kitabevi.
- Bağcı, Z., & Akbaş, T. T. (2016). Kararlara Katılım ve İş Doyumu Arasındaki İlişki: Banka Çalışanları Üzerinde Bir Araştırma. *Manas Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 5(4), s.97-111.
- Byars, L., & Rue, L. W. (2006). *Human Resource Management*. New York: Mc Graw-Hill Irwin.
- Chen, A., & Karahanna, E. (2018). Life Interrupted: The Effects of Technology-Mediated Work Interruptions on Work and Nonwork Outcomes. *MIS Quarterly*, 42 (4), 1023-1042.
- Chen, T., Peng, L., Jing, B., Wu, C., Yang, J., & Cong, G. (2020). The Impact of the COVID-19 Pandemic on User Experience with Online Education Platforms in China. *Sustainability*, 12(18), 1-31.
- Chotpitayasunondh, V., & Douglas, K. (2018). The Effects of “Phubbing” on Social Interaction. *J Appl Soc Psychol*, 48, 304-316.
- Coşkun, R., Altunışık, R., Bayraktaroğlu, S., & Yıldırım, E. (2015). *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri*. Sakarya: Sakarya Yayıncılık.
- Coyne, S. M., Stockdale, L., Busby, D., Iverson, B., & Grant, D. M. (2011). "I luv u:)": A Descriptive Study of the Media Use of Individuals in Romantic Relationships. *Family Relations*, 60(2), 150–162.
- Creswell, J., & Creswell, D. (2021). *Araştırma Tasarımı Nitel, Nicel ve Karma Yöntem Yaklaşımları*. Ankara: Nobel Yayıncılık.
- Çalışkan, A., & Hazır, K. (2012). Psikolojik Güçlendirmenin İş Tatminine Etkisinde Örgütsel Bağlılığın Aracılık Rolü. *Çağ Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 9(2); 48-76.
- Çetin, O. (2021). Mantar Yönetim Algısının İş Tatminine Etkisinde Yabancılaşmanın Aracı Rolü. *OPUS Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi*, (17), 398-424.
- Çiftçi, H. (2018). Üniversite Öğrencilerinde Sosyal Medya Bağımlılığı. *MANAS Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 7(4): 417-34. .
- David, M., & Roberts, J. (2017). Phubbed and Alone: Phone Snubbing, Social Exclusion, and Attachment to Social Media. *Journal of the Association for Consumer Research*, 2(2), 155-163.
- Decenzo, D. A., & Robbins, S. P. (2007). *Fundamentals of Human Resource Management*. Hoboken: John Wiley & Sons, Inc.

- Dessler, G. (2013). *Human resources management*. USA: Pearson.
- DeVellis, R. F. (2012). *Ölçek Geliştirme Kuram ve Uygulamalar*. Ankara: Nobel Yayıncılık.
- Eren, E. (2012). *Örgütsel Davranış Ve Yönetim Psikolojisi*. İstanbul: (13.Baskı). Beta Yayıncılık.
- Fatchurahman, M., Setiawan, M. A., & Karyanti, K. (2023). Intervention Group Logotherapy and Performance Measures for Reducing Phubbing in Generation Z. *Estudos de Psicologia (Campinas)*, 40, 200-240.
- Galluch, P., Grover, V., & Thatcher, J. (2015). Interrupting the Workplace: Examining Stressors in an Information Technology Context. *Journal of the Association for Information Systems*, 16(1), 2.
- Geser, H. (2006). Is the Cell Phone Undermining the Social Order? Understanding Mobile Technology From a Sociological Perspective. *Technology Policy*, 19(1):8-18.
- Gewin, V. (2020). Five tips for moving teaching online as COVID-19 takes hold. *Nature*, 80, 295-296.
- Greenhaus, J. H., Callanan, G. A., & Godshalk, V. M. (2010). *Career Management*. New York: Sage Publications.
- Hagedorn, L. S. (2000). Conceptualizing Faculty Job Satisfaction: Components, Theories, and Outcomes. *New Directions For Institutional Research*, 105, 5-20.
- Hoşgör, H. (2019). *Sağlık İşletmelerinde İlişkisel Pazarlama Stratejileri ile Hastaların Davranışsal Niyetleri Arasındaki İlişkinin Yapısal Eşitlik Modeli İle İncelenmesi*. İstanbul: İstanbul Üniv. Cerrahpaşa Lisansüstü Eğitim .
- Hughes, E. C. (1937). Institutional Office and the Person. *American Journal of Sociology*, 43,404-413.
- İşkur. (2023). *İşgücü Piyasa Verileri*. <https://media.iskur.gov.tr/88124/kayseri.pdf>.
- Jalagat, R. (2016). Job Performance, Job Satisfaction and Motivation: A Critical Review of Their Relationship. *International Journal of Advances in Management and Economics*, 5(6), 36-42.
- Karabacak, G. (2013). *İş-Aile Çatışmasının İş ve Yaşam Doyumuna Etkilerinin İş Stresi ve Algılanan Sosyal Destek Açısından Otel Personeli Üzerinde*

- İncelenmesi*. Aydın: Adnan Menderes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yayınlanmamış Doktora Tezi.
- Karadağ, E., ř.B., T., E., E., P., D., N., B., B., M.-ř., & B., B. (2016). Sanal Dünyanın Kronolojik Bağımlılığı: Sosyotelizm (phubbing). *Addicta*, 3, 223-269.
- Karagöz, Y., & Bardakçı, S. (2020). *Bilimsel Araştırmalarda Kullanılan lme Araçları ve lek Geliştirme*. Ankara: Nobel Yayıncılık.
- Keser, A., & Bilir, B. . (2019). İş Tatmini leğinin Türkçe Güvenirlik ve Geçerlilik alışması. *Kırklareli Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 3(3), 229-239.
- Kornhanuser, F., & Sharp, P. (1976). Job Satisfaction and Motivation of Employees in Industrial Sector. *Journal of Social Psychology*, 145, 323-342.
- Krasnova, H., Abramova, O., Notter, I., & Baumann, A. (2016). Why phubbing is toxic for your relationship: Understanding the role of smartphone jealousy among "Generation Y" users. *Twenty-Fourth European Conference on Information Systems (ECIS)*, 1-20.
- Kuss, D. J., & Griffiths, M. (2011). Online Social Networking and Addiction: A Review of the Psychological Literatre. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 8(9), 3528–3552, <http://doi.org/10.3390/ijerph8093528>.
- Lam, S. (1995). Quality Management and Job Satisfaction. *International Journal of Quality & Reliability Management*, 12 (4), 72–78.
- Lambert, E. G., Hogan, N. L., & Barton, S. M. (2001). The Impact of Job Satisfaction on Turnover Intent: A Test of a Structural Measurement Model Using a National Sample of Workers. *The Social Science Journal*, 38(2), 233-250.
- Lee, H. W., & Lin, M. C. (2014). A Study of Salary Satisfaction and Job Enthusiasm Mediating Effects of Psychological Contract. *Applied Financial Economics*, 24(24), 1577-1583.
- Lee, Y., Chang, C., Lin, Y., & Cheng, Z. (2014). The Dark Side of Smartphone Usage: Psychological Traits, Compulsive Behavior and Technostress. *Computers in Human Behavior*, 31,373-383. <http://dx.doi.org/10.1016/j.chb.2013.10.047>.

- Liu, D., Liao, H., & Loi, R. (2012). The Dark Side of Leadership: A Three-Level Investigation of the Cascading Effect of Abusive Supervision on Employee Creativity. *Academy of Management Journal*, 55(5), 1187-1212.
- Mallya, N. V., Kumar, S., & Mashal, S. (2018). A Study to Evaluate the Behavioral Dimensions of “Nomophobia” and Attitude Toward Smartphone Usage Among Medical Students in Bengaluru. *National Journal of Physiology*, 8(11), 1553-1557.
- McDaniel, B. T., & Radesky, J. S. (2018). Technoference: Parent Distraction With Technology and Associations With Child Behavior Problems. *Child Development*, 89(1), 100–109. <http://doi:10.1111/cdev.12822>.
- Merchant, B. (2017). *The One Device: The Secret History of the iPhone*. New York: Brown and Company.
- Mondy, R. W., & Martocchio, J. J. (2016). *Human Resource Management*. UK.: Pearson Press.
- Mujkic, A., Sehic, D., Rahimic, Z., & Jusic, J. (2014). Transformational Leadership and Employee Satisfaction. *Review of Contemporary Entrepreneurship, Business, and Economic Issues*, 27(2), 259-270.
- Mullins, L. (2010). *Management ve Organisational Behavior*. Essex: Pearson Education Limited.
- Mücevher, M. H. (2021). Bireysel Kariyer Planlamada Öz Tanıma Aracı Olarak SWOT Analizi: Z Kuşağı Üzerine Bir Araştırma. *Süleyman Demirel Üniversitesi Vizyoner Dergisi*, 12(31), 856–869.
- Newman, A., Rose, P. S., & Teo, S. T. (2016). The Role of Participative Leadership and Trust-Based Mechanisms in Eliciting Intern Performance: Evidence From China. *Human Resources Management*, 55(1), 53-67.
- Ng, T. W., & Feldman, D. C. (2014). Subjective Career Success: A Meta-Analytic Review. *Journal of Vocational Behavior*, 85(2), 169–179.
- Nicholson, N., & De Waal-Andrews, W. (2005). Playing to Win: Biological Imperatives, Self-Regulation, and Trade-offs in the Game of Career Success. *Journal of Organizational Behavior*, 26(2), 137–154.
- Özdaşlı, K., & Arslan, E. T. (2009). Paralel Kariyer Arayışının Nedenleri: Isparta’da Faaliyet Gösteren STK’larda Bir Araştırma. *Yönetim Bilimleri Dergisi*, 7(2), 151-164.

- Öztürk, U. C. (2015). Bağlantıda Kalmak ya da Kalmamak İŖte Tüm Korku Bu: İnternetsiz Kalma Korkusu ve rgtsel Yansımaları. *Uluslararası Sosyal AraŖtırmalar Dergisi*, 8(37), 629-638.
- Parmaksız, İ. (2021). Sosyotelizm (Phubbing) ile Bilinçli Farkındalık Arasındaki İliŖkide Sosyal Kaygının Aracı Rolü. *İnönü Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 22(2), 1387-1420.
- Pendergrass, W. S. (2017). *Phubbing: Communication in the Attention Economy*. Texas USA: Proceedings of the Conference on Information Systems Applied Research.
- Permata, B., Rahaju, S., & Yunanto, T. A. (2023). Phubbing in Millennial generation: The Influence of Fear of Missing Out and Self-Control. *Journal of Educational, Health, Community Psychology*, 12(1), 220-235.
- Przybylski, A., & Weinstein, N. (2013). Can you connect with me now? How the Presence of Mobile Communication Technology Influences Face-to-Face Conversation Quality. *Journal of Social and Personal Relationships*, 30(3), 237-246.
- Pushpakumari, M. D. (2008). The Impact of Job Satisfaction on Job Performance. *City Forum*, 9(1), 89-105.
- Qin, N., Bin, S., & Ling, Y. (2011). Career Planning of Prison Guards Based on SWOT Analysis Method. *10th Wuhan International Conference on E-Business*, 1148-1153.
- Rawson, T., Moore, L., E., C.-S., E., C., F., D., & G., S. (2020). COVID-19 and the Potential Long-Term Impact on Antimicrobial Resistance. *Antimicrob Chemother*, 75(7), 1681-1684.
- Riege, A. (2005). Three-Dozen Knowledge-Sharing Barriers Managers Must Consider. *Journal of Knowledge Management*, 9(3), 18-35.
- Ristic, S. T., Mihailovic, D., Cekerevac, Z. P., Kudumovic, D., & Karovic, S. (2012). Workplace and Challenges in the Communication Process. *Technics Technologies Education Management*, 7(2), 549-562.
- Robbins, S., & Judge, T. A. (2019). *rgtsel DavranıŖ*. Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık.
- Roberts, J. (2016). *Too Much of a Good Thing: Are You Addicted to Your Smartphone?* Austin: Sentia Publishing.

- Roberts, J. A., & David, M. E. (2017). Put Down Your Phone and Listen to Me: How Boss Phubbing undermines the psychological conditions Necessary for Employee Engagement. *Computers in Human Behavior*, 75, 206-217.
- Roberts, J., & David, M. (2016). My Life Has Become a Major Distraction From My Cell Phone: Partner Phubbing and Relationship Satisfaction Among Romantic Partners. *Computers in Human Behavior*, 54, 134-141.
- Schneider, B., & Synder, R. (1975). Some Relationships Between Job Satisfaction and Organizational Climate. *Journal of Applied Psychology*, 60(3), 318-328.
- Seibert, S. E., Crant, J. M., & Kraimer, M. L. (1999). Proactive Personality and Career Success. *Journal of Applied Psychology*, 84(3), 416-427.
- Sevinç, S., Güler, Ç., & Dinci, D. (2019). Genel Phubbing Ölçeğinin Türkçe Uyarlama Çalışması. 3. *Uluslararası Sosyal ve Beşeri Bilimler Kongresi Tam Metin Kitabı*, 1105-1114.
- Sharabi, A., & Margalit, M. (2011). The Mediating Role of Internet Connection, Virtual Friends, and Mood in Predicting Loneliness Among Students with and Without Learning Disabilities in Different Educational Environments. *Learn Disabil*, 44, 215-227.
- Sivas, İ. (2023). *İşgücü Piyasa Verileri*. <https://media.iskur.gov.tr/88147/sivas.pdf>.
- Spector, P. E. (1997). *Job Satisfaction: Application, Assessment, Causes, and Consequences (Advanced Topics in Organizational Behavior series)*. Sage Publication.
- Stockdale, L. A., Coyne, S. M., & Padilla-Walker, L. M. (2018). Parent and Child Technoference and Socioemotional Behavioral Outcomes: A Nationally Representative Study of 10 to 20 Year Old Adolescents. *Computers in Human Behavior*, 88, 219-226.
- Sun, J., & Samp, J. A. (2022). Phubbing is Happening to You': Examining Predictors and Effects of Phubbing Behaviour in Friendships. *Behaviour & Information Technology*, 41(12), 2691-2704.
- Tandon, A., Dhir, A. A., AlNemer, G. N., & Mantymaki, M. (2021). Fear of Missing out (FoMO) Among Social Media Users: a Systematic Literature Review, Synthesis and Framework for Future Research. *Internet Research*, 31, 782-821.
- TÜİK. (2024, 06 14). www.tuik.gov.tr. <https://data.tuik.gov.tr/Bulten> adresinden alındı

- Werner, J. M., & DeSimone, R. L. (2011). *Human Resource Development*. South-Western: Cengage Learning Publications.
- Yıldırım, C., & Correia, A. P. (2015). Exploring the Dimensions of Nomophobia: Development and Validation of Aself-Reported Questionnaire. *Computers in Human Behavior*, 49, 130-137.
- Yıldırım, S., & Kışioğlu, A. N. (2018). Teknolojinin Getirdiği Yeni Hastalıklar: Nomofobi, Netlessfobi, FoMO. *SDÜ Tıp Fak Dergisi*, 25(4):473-480.
- Yıldız, D., & Uzunsakal, E. (2018). Alan Araştırmalarında Güvenirlik Testlerinin Karşılaştırılması ve Tarımsal Veriler zerine Bir Uygulama. *Uygulamalı Sosyal Bilimler Dergisi*, 2(1), 16-28.
- Yılmaz, A. (2019). *Tüketiciler Tutumları Temelinde Tutundurma Karması lçeği Geliştirilmesi: CATPROM lçeği*. Sakarya: Sakarya Üniversitesi, Yayınlanmamış Doktora Tezi.
- Yousaf, S., M. İ., Kaur, P., İslam, N., & Dhir, A. (2022). The Dark Side of Phubbing in the Workplace: Investigating the Role of Intrinsic Motivation and the Use of Enterprise Social Media (ESM) in a Cross-Cultural Setting. *Journal of Business Research*, 81-93, <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2022.01.043>.
- Yozgat, İ. (2023). *İşgc Piyasa Verileri*. <https://media.iskur.gov.tr/88157/yozyat.pdf>.
- Zhu, Y. (2012). A Review of Job Satisfaction. *Asian Social Science*, 9(1), 293–298.