YIL (YEAR): 2026 CILT (VOLUME): 18 SAYI (ISSUE): 2 155-166
DOI: 10.52791/aksarayiibd.1857204

AKSARAY ÜNİVERSİTESİ
İKTİSADİ VE İDARİ BİLİMLER FAKÜLTESİ DERGİSİ
JOURNAL OF AKSARAY UNIVERSITY FACULTY OF ECONOMICS AND ADMINISTRATIVE SCIENCES

dergipark.gov.tr/aksarayiibd

Araştırma Makalesi ● Research Article

Sosyal Medya Bağımlılığı ve Mutluluk Arasındaki İlişkide Yalnızlığın Aracılık Rolü: Lise Öğrencileri Örneği

Mediating Role of Loneliness in the Relationship Between Social Media Addiction and Happiness: The Case of High School Students

Haydar Kerem Hoşgör[1], Çağıl Söyler[2]

[1]Doç. Dr., Uşak Üniversitesi, Sağlık Hizmetleri Meslek Yüksekokulu, Tıbbi Hizmetler ve Teknikler Bölümü, haydar.hosgor@usak.edu.tr, Orcid ID:0000-0002-1174-1184

[2] Uzm. Öğrt., Sultan Halil Yiğit Ticaret Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi, Bilişim Teknolojileri Bölümü, cagilsoyler@gmail.com, Orcid ID: 0009-0001-7487-5251

MAKALE BİLGİSİ

Anahtar Kelimeler
Sosyal Medya Bağımlılığı,
Mutluluk,
Yalnızlık,
Ergenler,
Aracılık Analizi

Makale Geçmişi:
Geliş Tarihi: 6 Ocak 2026
Kabul Tarihi: 29 Nisan 2026

ÖZET

Bu araştırmanın amacı, lise öğrencilerinde sosyal medya bağımlılığı ile mutluluk arasındaki ilişkide yalnızlığın aracılık rolünü incelemektir. Araştırmanın örneklemini, Türkiye'nin Ege Bölgesi'nde öğrenim gören ve en az bir yıldır aktif sosyal medya kullanan 227 lise öğrencisi oluşturmaktadır. Veriler SPSS 26 ve Jamovi 2.6.23 programlarıyla analiz edilmiştir. Verilerin analizinde tanımlayıcı istatistikler, korelasyon analizi ve aracılık modelinden faydalanılmıştır. Bulgular, sosyal medya bağımlılığı ile yalnızlık arasında pozitif ($r = 0,29$, $p < 0,001$), mutluluk arasında ise negatif ($r = –0,25$, $p < 0,001$) yönde ilişkiler olduğunu göstermiştir. Yalnızlık ile mutluluk arasında negatif yönde bir ilişki belirlenmiştir ($r = –0,35$, $p < 0,001$). Aracılık analizinde, sosyal medya bağımlılığının mutluluk üzerindeki doğrudan etkisi anlamlı bulunmuştur ($\beta = –0,162$, $p = 0.017$). Yalnızlık üzerinden dolaylı etkinin de anlamlı olduğu saptanmıştır ($\beta = –0,090$, $p < 0,001$). Toplam etkinin %35,7'sinin dolaylı, %64,3'ünün doğrudan etkiden oluşması, yalnızlığın kısmi aracılık rolü üstlendiğini göstermektedir. Elde edilen bulgular, sosyal medya bağımlılığı arttıkça mutluluk düzeylerinin doğrudan ve yalnızlık aracılığıyla dolaylı olarak azaldığını işaret etmektedir. Bu durum, sosyal medya bağımlılığıyla ilişkili mutluluk kaybının önlenmesinde yalnızlığın kritik bir mekanizma olarak ele alınması gerektiğini ortaya koymaktadır.

ARTICLE INFO

Keywords
Social Media Addiction,
Happiness,
Loneliness,
Adolescents,
Mediation Analysis

Article History:
Received: 6 January 2026
Accepted: 29 April 2026

ABSTRACT

The aim of this study is to examine the mediating role of loneliness in the relationship between social media addiction and happiness among high school students. The sample consists of 227 high school students studying in the Aegean Region of Türkiye who have been active social media users for at least one year. Data were analyzed using SPSS 26 and Jamovi 2.6.23, and descriptive statistics, correlations, and the mediation model were evaluated. The findings showed a positive relationship between social media addiction and loneliness ($r = 0.29$, $p < .001$), and a negative relationship with happiness ($r = –0.25$, $p < .001$). Additionally, loneliness and happiness were found to be negatively and moderately correlated ($r = –0.35$, $p < .001$). Mediation analysis revealed a significant direct effect of social media addiction on happiness ($\beta = –0.162$, $p = 0.017$), as well as a significant indirect effect through loneliness ($\beta = –0.090$, $p < .001$). The fact that 35.7% of the total effect is indirect and 64.3% is direct indicates a partial mediating role of loneliness. Overall, the results demonstrate that as social media addiction increases, happiness decreases both directly and indirectly through loneliness.

Atıf: Hoşgör, H. K., & Söyler Ç. (2026). Sosyal medya bağımlılığı ve mutluluk arasındaki ilişkide yalnızlığın aracılık rolü: Lise öğrencileri örneği. *Aksaray Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 18*(2), 155-166. DOI: https://doi.org/10.52791/aksarayiibd.1857204

Bağımlılık kavramı, geleneksel olarak tıp temelli bir yaklaşımla ele alınmakta ve çoğunlukla belirli bir nesneye yönelik yoğun fiziksel ya da psikolojik istek ve bağlılıkla açıklanmaktadır. Bununla birlikte, alan yazında bağımlılığın yalnızca maddesel unsurlarla sınırlı olmadığı, sosyal ve psikolojik yönleri de kapsayan daha geniş bir davranışsal çerçevede değerlendirilmesi gerektiği vurgulanmaktadır (Şimşek vd., 2019). Dolayısıyla bağımlılık kavramı yalnızca sigara, alkol ya da uyuşturucu gibi maddelerle sınırlı değildir. Bu bağlamda; yeme, oyun oynama, alışveriş yapma, televizyon izleme, akıllı telefon kullanma veya internette zaman geçirme gibi davranışlar da bağımlılık türleri arasında yer almaktadır (Ektiricioğlu vd., 2020). Bu davranışsal bağımlılık biçimleri içerisinde özellikle sosyal medya bağımlılığı, dijitalleşen yaşamın etkisiyle giderek daha yaygın bir hale gelmiş ve gençlerin psikolojik iyi oluş düzeylerini tehdit eden kritik bir konu olarak ön plana çıkmıştır (Kuss & Griffiths, 2017). Nitekim konuyla ilgili yapılmış olan güncel bir meta-analiz çalışmasında (Hoşgör & Güngördü, 2025) da; sosyal medya bağımlılığının düzeyi yükseldikçe depresyon, anksiyete ve stres gibi psikolojik sıkıntıların görülme düzeyinin arttığı ortaya konulmuştur.

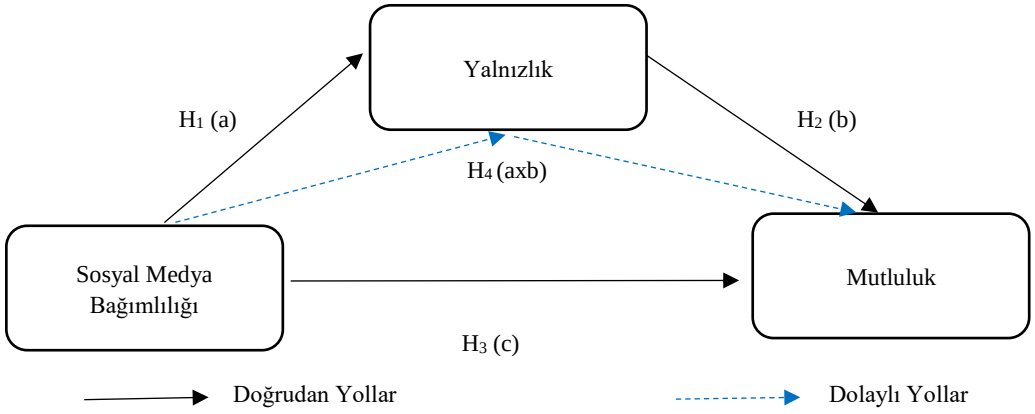
Sosyal medya bağımlılığı, internet bağımlılığının davranışsal bir alt boyutu olarak ele alınmakta ve sosyal ağ mecralarının aşırı, kontrolsüz kullanımını ifade etmektedir (Kuss & Griffiths, 2011). Facebook, TikTok, X, Instagram, Snapchat, Skype, WhatsApp ve Telegram gibi platformları sürekli kontrol etme, beğeni, yorum ya da bildirimleri takip etme davranışları bu bağımlılığa örnek gösterilebilir (Al-Samarraie vd., 2022). Gezgin vd. (2017)'nin çalışmasında; öğrencilerin orta düzeyde bir sosyal medya bağımlılığı sergilediği, en çok Twitter (X), Instagram, Swarm ve Snapchat gibi sosyal medya platformlarını kullandıkları ve bağımlılığı en yüksek olan grubun sosyal medyada yedi saatten fazla aktif olan öğrencilerden oluştuğu bulunmuştur. Hoşgör vd. (2017)'nin çalışmasında ise sosyal medyadaki gelişmeleri kaçırmak istemeyen öğrencilerin yanlarında sürekli sarj cihazı taşıdıkları, uyanır uyanmaz akıllı telefonlarına baktıkları, yatağa telefonla girdikleri, sosyal medyada her gün aktif olarak yer aldıkları, akıllı telefonlarını günlük en az 50 defa kontrol ettikleri, en az yedi yıldır bir sosyal medya hesabına sahip oldukları, en az dört farklı sosyal mecrada hesaplarının olduğu ve günlük sosyal medya kullanım sürelerinin en az yedi saat olduğu belirtilmiştir. Çömlekçi ve Başol (2019)'un çalışma sonuçları ise, öğrencilerin günde ortalama 4 saat 16 dakikalarını sosyal medya platformlarında geçirdiklerini ve sosyal medyayı en çok eğlence, iletişim ve gündemi takip etmek için kullandıklarını ortaya koymuştur.

We Are Social adlı portalın Ekim 2025 verilerine göre dünya genelinde sosyal medya kullanıcı kimliği sayısı 5,66 milyara ulaşmış ve bu rakam küresel nüfusun yaklaşık yüzde 68,7'sini oluşturmaktadır. İnternet kullanıcılarının yüzde 93,8'i sosyal medya platformlarında da aktiftir ve 18 yaş üstü nüfusun yüzde 92,6'sı sosyal medya kullanmaktadır. Küresel ölçekte bireyler haftada ortalama 18 saat 36 dakika, yani günde yaklaşık 2 saat 39 dakika sosyal medya platformlarında zaman geçirmektedir. Kullanıcıların bir ay içinde kullandıkları ortalama platform sayısı 6,75 olarak bildirilmiştir. Ayrıca, erkek sosyal medya kullanıcıların oranı %54,4 ile kadınlardan fazladır. 16 yaş ve üzeri internet kullanıcılarının en fazla kullandığı ilk beş sosyal medya platformunun sırayla; Facebook, YouTube, Instagram, WhatsApp ve Messenger olduğu raporlanmıştır. Bu veriler, sosyal medyanın küresel dijital yaşamın ayrılmaz bir parçası haline geldiğini göstermektedir.

İlgili raporun Türkiye istatistikleri incelendiğinde, ülkede 77,3 milyon internet, yaklaşık 58,5 milyon sosyal medya kullanıcısı bulunmakta ve bu rakam nüfusun yaklaşık üçte ikisine karşılık gelmektedir. İnternet kullanıcılarının yaklaşık yüzde 95'i sosyal medyada da aktiftir. Türkiye'de internet kullanıcıları günde ortalama 7 saat 13 dakika internette, 2 saat 43 dakika sosyal medyada zaman geçirirken, ayda ortalama 7,6 farklı sosyal medya platformu kullanmaktadır. İnternet kullanıcılarının en fazla kullandığı ilk beş sosyal medya platformunun sırayla; Instagram, YouTube, TikTok, Facebook ve X olduğu raporlanmıştır. Kullanıcılar ayda en fazla süreyi Instagram'da (32 saat 36 dakika), ardından TikTok'ta (26 saat 26 dakika) ve YouTube'da (23 saat 31 dakika) geçirmektedir. Bu veriler, sosyal medyanın Türkiye'de gündelik yaşamın temel dijital mecrası haline geldiğini göstermektedir.

Sosyal medya kullanım yoğunluğunun kontrolsüz biçimde artması, günümüzde bireylerin günlük yaşam düzenini, sosyal ilişkilerini, fiziksel kondisyonlarını ve psikolojik iyi oluşlarını olumsuz etkileyen önemli bir halk sağlığı problemine dönüşmüştür (Hoşgör, 2025). Bu yoğun kullanım düzeyi, sosyal medya bağımlılığının özellikle ergen ve genç kullanıcılar arasında giderek daha görünür bir sorun haline gelmesine yol açmaktadır (Salari vd., 2025). Alan yazında sosyal medya bağımlılığının dikkat dağınıklığı (Błachnio vd., 2016), akademik performans düşüşü (Rosen vd., 2014), uyku kalitesinde bozulma (Woods & Scott, 2016) ve zihinsel sağlık göstergelerinde olumsuzluk (Keles vd., 2020) gibi bir dizi olumsuz sonuçla ilişkilendirildiği bildirilmektedir. Ayrıca sosyal medya bağımlılığının, gençlerde mutluluk ve yaşam doyumu düzeylerinin azalmasıyla da bağlantılı olduğu ifade edilmektedir (Brailovskaia & Margraf, 2017). Bununla birlikte sosyal medya kullanımının bireylerde yalnızlık hissini güçlendirebildiği (Primack vd., 2017) ve yalnızlığın mutluluk düzeylerini olumsuz etkileyen önemli bir psikososyal mekanizma olarak işlediği gösterilmiştir (Pittman & Reich, 2016).

Konuyla ilgili olarak Erdemir ve Ayas (2023) tarafından ortaokul öğrencileri üzerinden gerçekleştirilen bir çalışmada, gençlerin sosyal medya bağımlılık düzeyleri yükseldikçe yalnızlık seviyelerinin arttığı, iyi oluş düzeylerinin ise anlamlı şekilde azaldığı belirtilmiştir. Meslek Yüksekokulu öğrencileri üzerinden ele alınan bir çalışmada (Örücü vd., 2024), sosyal medya bağımlılığı ile yaşam doyumu arasında pozitif yönlü ve anlamlı bir ilişki saptanmıştır. Balcı vd. (2024)'nin çalışmasında, gençlerin TikTok bağımlılık düzeyleri ile sosyal ve duygusal aile yalnızlığı değişkenleri arasında pozitif yönlü ve anlamlı ilişkilerin görüldüğü belirtilmiştir. Üniversite öğrencilerinin katılımıyla yürütülen bir diğer çalışmada (Aldemir, 2026), ergenlerin sosyal medya bağımlılık düzeyleri yükseldikçe yalnızlık seviyelerinin arttığı, yaşam doyumu düzeylerinin ise anlamlı şekilde azaldığı belirtilmiştir. Buna ek olarak, sosyal medya bağımlılığı ve yaşam doyumu değişkenleri arasında yalnızlığın tam aracı bir rolü olduğu raporlanmıştır. Mevcut bulgular, sosyal medya bağımlılığı ile mutluluk arasındaki ilişkide yalnızlığın aracı bir rol üstlenebileceğine işaret etmektedir. Özellikle lise çağındaki gençlerde sosyal ilişkilerin kırılgan yapısı, kimlik gelişiminin devam ediyor olması ve dijital etkileşimlere duyarlılığın yüksekliği göz önüne alındığında, bu ilişkinin daha kapsamlı biçimde incelenmesi teorik ve uygulama açısından önem taşımaktadır. Dolayısıyla bu çalışmada, sosyal medya bağımlılığı ve mutluluk değişkenleri arasındaki ilişkide yalnızlık değişkeninin aracı bir rol üstlenip üstlenmediğinin incelenmesi amaçlanmıştır. Çalışma kapsamında oluşturulan araştırma modeline (Şekil 1) ve hipotezlerine aşağıda yer verilmiştir:



Şekil 1. Araştırmanın Modeli

Şekil 1'de yer alan araştırma modeline ilişkin hipotezler şu şekildedir:

H_1: Sosyal medya bağımlılığının yalnızlık üzerinde pozitif bir etkisi vardır.
H_2: Yalnızlığın mutluluk üzerinde negatif bir etkisi vardır.
H_3: Sosyal medya bağımlılığının mutluluk üzerinde negatif bir etkisi vardır.
H_4: Sosyal medya bağımlılığı ve mutluluk arasındaki ilişkide yalnızlığın aracılık rolü vardır.

1. YÖNTEM

Mevcut çalışma, korelasyonel ve yordayıcı bir model kullanılarak tasarlanmıştır. Bu modelde amaç, değişkenler arasındaki ilişkileri incelemek ve bir değişkenin diğer değişken üzerindeki etkisini tahminlemektir (Saylam & Sapancı, 2025).

1.1. Katılımcılar

Araştırmanın katılımcılarını, Türkiye'nin Ege Bölgesi'ndeki bir devlet lisesinde okuyan ve en az bir yıldır kişisel sosyal medya hesabına sahip olan 227 gönüllü öğrenci oluşturmaktadır. Çalışmanın yürütüldüğü ilgili kurumdan alınan resmi bilgilere göre, örneklemin çalışma evrenini temsil etme gücü %79,1 olarak hesaplanmıştır. Çalışmada kolayda örnekleme yöntemi kullanılmıştır. Bu örnekleme yönteminde, araştırmacı en erişilebilir katılımcılardan başlayarak, belirlenen örneklem büyüklüğüne erişinceye kadar veri toplamaya devam eder. Bu süreçte, zaman ve kaynak açısından en verimli olarak bireyler veya gruplar tercih edilir (Cohen vd., 2002).

1.2. Veri Toplama Yöntemi ve Araçları

Verilerin toplanmasında yüz yüze anket tekniği kullanılmış olup, veriler 2025-2026 eğitim-öğretim yılı güz döneminde (06-13 Ekim 2025 tarihleri arasında) toplanmıştır. Çalışma kapsamında, katılımcıların tanımlayıcı niteliklerini içeren 10 farklı

sosyodemografik ve sosyoekonomik soruya ek olarak, üç farklı ölçekten faydalanılmıştır. Sırasıyla bu ölçekler; "Ergenler İçin Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği", "Oxford Mutluluk Ölçeği", ve "UCLA Yalnızlık Ölçeği"nden oluşmaktadır.

1.2.1. Ergenler İçin Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği

Ölçek, Özgenel vd. (2019) tarafından geliştirilmiş olup, tek alt boyuttan ve 9 maddeden oluşmaktadır. 5'li Likert tipindeki ölçekte ifadeler; (1): Hiçbir zaman…….(5): Her zaman şeklinde yanıtlanmakta ve ters puanlanan madde bulunmamaktadır. Toplam puan elde etmek için tüm maddelere verilen cevaplar toplanmaktadır. Hesaplanan toplam puanın yüksekliği bireyin sosyal medya bağımlılığının yüksek, toplam puanın düşüklüğü bireyin sosyal medya bağımlılığının düşük olduğuna işaret etmektedir. Ölçeğin Cronbach Alfa (Cα) iç güvenirlik katsayısı değeri 0,90'dır.

1.2.2. Oxford Mutluluk Ölçeği Kısa Formu

Ölçek, Hills & Argyle (2002) tarafından geliştirilmiş olup, Türkçe diline geçerlik ve güvenirlik çalışması Doğan & A. Çötok (2011) tarafından yapılmıştır. Ölçek, tek alt boyuttan ve 7 maddeden oluşmaktadır. 5'li Likert tipindeki ölçekte ifadeler; (1): Hiç katılmıyorum……..(5): Tamamen katılıyorum şeklinde yanıtlanmaktadır. Ölçeğin 1. ve 7. maddeleri ters kodlanmakta olup Cα değeri 0,7'dir.

1.2.3. UCLA Yalnızlık Ölçeği Kısa Formu

Ölçek, Hays & DiMatteo (1987) tarafından geliştirilmiş olup, Türkçe diline geçerlik ve güvenirlik çalışması Yıldız & Duy (2014) tarafından yapılmıştır. Ölçek, tek alt boyuttan ve 7 maddeden oluşmaktadır. 4'li Likert tipindeki ölçekte ifadeler; (1): Hiç……..(4): Her zaman şeklinde yanıtlanmakta ve ters kodlamayı gerektiren bir adet (5. madde) ifade bulunmaktadır. Elde edilen puanların yükselmesi, bireylerin yalnızlık düzeylerinin fazla olduğu şeklinde yorumlanmaktadır. Ölçeğin Cα değeri 0,74 bulunmuşken, iki hafta sonraki ölçümlerde test-tekrar test güvenirliğinin 0,84 olduğu raporlanmıştır.

1.3. Verilerin Analizi

Verilerin analizinde IBM SPSS V.26 ile Jamovi 2.6.23 istatistik programları birlikte kullanılmıştır. Ölçeklerin yapı geçerliğini sınamak için doğrulayıcı faktör analizi, güvenirliğini test etmek için ise Cα katsayılarına bakılmıştır. Tanımlayıcı istatistikler, normallik, geçerlik, güvenirlik ve Pearson korelasyon analizleri yapılmıştır. Aracılık hipotezini test etmek için Jamovi (2023) kütüphanesinde yer alan MedMod uygulamasından faydalanılmıştır. Aracılık etkisinin anlamlılığına ilişkin ise Bootstrap 5000 kez tekrarlanarak güven aralığı değerleri hesaplanmıştır. Veriler %95 güven aralığı ve $p<0,05$ istatistiki anlamlılık düzeyinde değerlendirilmiştir.

1.4. Etik Beyan

Bu çalışma, Uşak Üniversitesi Yayın Etiği Kurulu tarafından etik açıdan uygun bulunmuştur (Tarih: 17.06.2025; Sayı: 2025-195). Çalışma, 1964 Helsinki Deklarasyonu ve Ulusal Araştırma Komitesi'nin etik standartlarına bağlı kalınarak gerçekleştirilmiştir. Bilgilendirilmiş onam formunu okuyan katılımcılara, diledikleri zaman herhangi bir sebep göstermeden çalışmadan ayrılabilme haklarının olduğu açıklanmıştır. Ayrıca katılımcılar, verilerin yalnızca bilimsel amaçlar doğrultusunda kullanılacağı konusunda da bilgilendirilmiştir.

1.5. Veri Toplama Araçlarının Geçerlikleri

Bu çalışmada, daha önce belirlenmiş faktör yapılarına sahip olan ölçekler kullanılmıştır. Bu nedenle, ölçeklerin yapı geçerliliğini değerlendirmek amacıyla doğrulayıcı faktör analizi uygulanmıştır (Meydan & Şeşen, 2015). Araştırmada, yapı geçerliliği için $\chi 2/df$, CFI, GFI, NFI, TLI ve RMSEA gibi uyum iyiliği indeksleri değerlendirilmiştir. Sosyal medya bağımlılığı, mutluluk ve yalnızlık ölçekleri tek boyutlu yapıya sahip oldukları için ilişkisiz düzey doğrulayıcı faktör analizi ile incelenmiştir. Doğrulayıcı faktör analizi sonucunda her üç ölçeğe ilişkin elde edilen uyum iyiliği indeksleri Tablo 1'de sunulmuştur.

Tablo 1. Model Uyum Iyiliği Değerleri

Değişkenler	**χ^2/df**	**CFI**	**GFI**	**NFI**	**TLI**	**RMSEA**
Sosyal Medya Bağımlılığı	1,219	0,986	0,973	0,957	0,978	0,031
Mutluluk	1,406	0,982	0,979	0,953	0,969	0,042
Yalnızlık	1,090	0,997	0,985	0,961	0,994	0,020
Yüksek Uyum İyiliği Referans Değerleri*	***≤3***	***≥0,95***	***≥0,95***	***≥0,95***	***≥0,95***	***≤0,05***

* Schermelleh-Engel vd., 2003; Hair vd., 2010; Kline, 2011; Gürbüz & Şahin, 2016

Ölçeklere ilişkin uyum iyiliği değerlerini içeren Tablo 1 incelendiğinde, χ2/df, CFI, GFI, NFI, TLI ve RMSEA'dan oluşan altı farklı göstergenin oldukça iyi uyum değerlerine sahip olduğu görülmektedir. Diğer bir ifadeyle, bu uyum iyiliği değerleri yapısal geçerliğin sağlandığı şeklinde yorumlanabilir.

2. BULGULAR

Katılımcıların tanımlayıcı özelliklerine ilişkin verilerin yer aldığı Tablo 2 incelendiğinde; öğrencilerin %61,7'sinin kadınlardan meydana geldiği, yaş ortalamasının 15,26±1,21 olduğu ve yaş grubunda en yüksek oranın %66 ile 13–15 yaş aralığındaki gençlere ait olduğu görülmektedir. Öğrencilerin anne ve baba eğitim düzeyleri incelendiğinde, her iki grup için de en yüksek oranın sırayla (%56-%57,3) liseden daha alt kademede eğitim görmüş (< Lise) ebeveynlerden oluştuğu anlaşılmaktadır. Öğrencilerin %81,5'inin çekirdek aileye mensup oldukları ve gelir düzeyinde en büyük grubun %51,1 ile asgari ücretin üzerinde gelire sahip olanlardan oluştuğu anlaşılmaktadır. Dijital cihaz sahipliği değerlendirildiğinde, akıllı telefon kullanımının %98,7 ile neredeyse tüm katılımcıları kapsadığı; tablet için en yüksek oranın %75,3 ile tableti olmayanlarda, bilgisayar için ise %54,6 ile bilgisayarı olanlarda olduğu belirlenmiştir. Ayrıca öğrencilerin günlük sosyal medya kullanım süresi ortalamalarının 4,19±2,93 saat olduğu ve kullanım süresi dağılımında en yüksek oranın %33 ile 1–2 saat aralığına ait olduğu hesaplanmıştır.

Tablo 2. Katılımcıların Tanımlayıcı Nitelikleri

Değişkenler	Gruplar	f	%
Cinsiyet	Kadın	140	61,7
	Erkek	87	38,3
Yaş (x̄: 15,26 ± 1,21)	13-15	150	66,0
	16-19	77	34,0
Anne Eğitim Düzeyi	Okuryazar değil	6	2,6
	< Lise	133	56,0
	= Lise	81	35,7
	> Lise	13	5,7
Baba Eğitim Düzeyi	Okuryazar değil	6	2,6
	< Lise	130	57,3
	= Lise	77	33,9
	> Lise	14	6,2
Aile Tipi	Dağılmış aile	20	8,8
	Çekirdek aile	185	81,5
	Geniş aile	22	9,7
Gelir düzeyi	< Asgari ücret	21	9,3
	= Asgari ücret	90	39,6
	> Asgari ücret	116	51,1
Akıllı Telefon Sahiplik Durumu	Var	224	98,7
	Yok	3	1,3
Tablet Sahiplik Durumu	Var	56	24,7
	Yok	171	75,3
Bilgisayar Sahiplik Durumu	Var	124	54,6
	Yok	103	45,4
Sosyal Medyanın Günlük Kullanım Süresi (x̄: 4,19 ± 2,93)	1-2 saat	75	33,0
	3-4 saat	69	30,4
	5-6 saat	52	22,9
	7 saat ve üzeri	31	10,7
Toplam		**227**	**100,0**

Çalışmanın tanımlayıcı istatistikleri ve değişkenler arasındaki ilişkilerin yer aldığı Tablo 3 incelendiğinde; öğrencilerin sosyal medya bağımlılığı (2,19±0,72) ve yalnızlık düzeylerinin (2,06±0,68) düşük, mutluluk düzeylerinin (3,26±0,73) orta seviyede olduğu görülmektedir. Tüm değişkenler için çarpıklık ve basıklık değerleri ±1 aralığında yer almakta olup, dağılımların normal dağılıma uygun olduğunu göstermektedir (Tabachnick vd., 2007). Ölçeklerin Cα iç tutarlılık katsayıları da sırayla 0,76; 0,72 ve 0,74 olup yeterli düzeydedir (Büyüköztürk vd., 2008). Değişkenler arası korelasyonlar incelendiğinde; sosyal medya bağımlılığı ile mutluluk arasında negatif ve düşük düzeyde ($r = -0,25$, $p < 0,001$), yalnızlık arasında ise pozitif ve düşük düzeyde ($r = 0,29$, $p < 0,001$) bir ilişki olduğu görülmektedir. Öte yandan, mutluluk ile yalnızlık arasında negatif ve orta düzeyde ($r = -0.35$, $p < 0,001$) bir ilişki bulunmuştur.

Tablo 3. Tanımlayıcı Istatistikler ve Değişkenler Arası Ilişkiler

Değişkenler	Ortalama#	Standart Sapma	En Düşük	En Yüksek	Çarpıklık	Basıklık	Cα	(1)	(2)	(3)
(1). Sosyal Medya Bağımlılığı	2,19	0,72	1,00	4,44	0,42	-0,34	0,76	—	-0,25**	0,29**
(2). Mutluluk	3,26	0,73	1,29	5,00	-0,08	-0,39	0,72		—	-0,35**
(3). Yalnızlık	2,06	0,68	1,00	3,86	0,42	-0,52	0,74			—

1,00-1,80: çok düşük; 1,81-2,60: düşük; 2,61-3,40: orta; 3,41-4,20: yüksek; 4,21-5,00: çok yüksek
**p < 0,01

Araştırmanın amacı doğrultusunda, literatüre dayalı olarak geliştirilen hipotezleri test etmek üzere yol (path) analizi uygulanmıştır. Modelde "sosyal medya bağımlılığı" bağımsız değişken, "yalnızlık" aracı değişken, "mutluluk" ise bağımlı değişken olarak ele alınmıştır. Analizler, %95 güven aralığında 5000 Bootstrap örneklemine dayalı olarak gerçekleştirilmiştir. Tablo 4'te görüldüğü üzere, sosyal medya bağımlılığının yalnızlık üzerinde anlamlı ve pozitif bir etkisi bulunmaktadır (β = 0,271; p < 0,001). Buna ek olarak, yalnızlığın mutluluk üzerindeki etkisi anlamlı ve negatif yöndedir (β = –0,332; p < 0,001). Modeldeki üçüncü ilişkiyi oluşturan sosyal medya bağımlılığının mutluluk üzerindeki doğrudan etkisi de anlamlı bulunmuş ve ilişkinin negatif yönde olduğu belirlenmiştir (β = –0,162; p = 0,017). Dolayısıyla, modelde test edilen hipotezlerden üçünün (H_1, H_2, H_3) bu aşamada desteklendiği ortaya konulmuştur.

Tablo 4. Değişkenler Arasındaki Yol Analizine Ilişkin Hipotez Sonuçları

Değişkenler			Etiket	Tahmin	Standart Hata	En Düşük Güven Aralığı	En Yüksek Güven Aralığı	Z	p	Sonuç
Sosyal Medya Bağımlılığı	→	Yalnızlık	a	0,271	0,055	0,160	0,377	4,94	<0,001**	H_1: Desteklendi
Yalnızlık	→	Mutluluk	b	-0,332	0,073	-0,472	-0,186	-4,56	<0,001**	H_2: Desteklendi
Sosyal Medya Bağımlılığı	→	Mutluluk	c	-0,162	0,068	-0,296	-0,031	-2,38	0,017*	H_3: Desteklendi

*p<0.05; **p<0.01

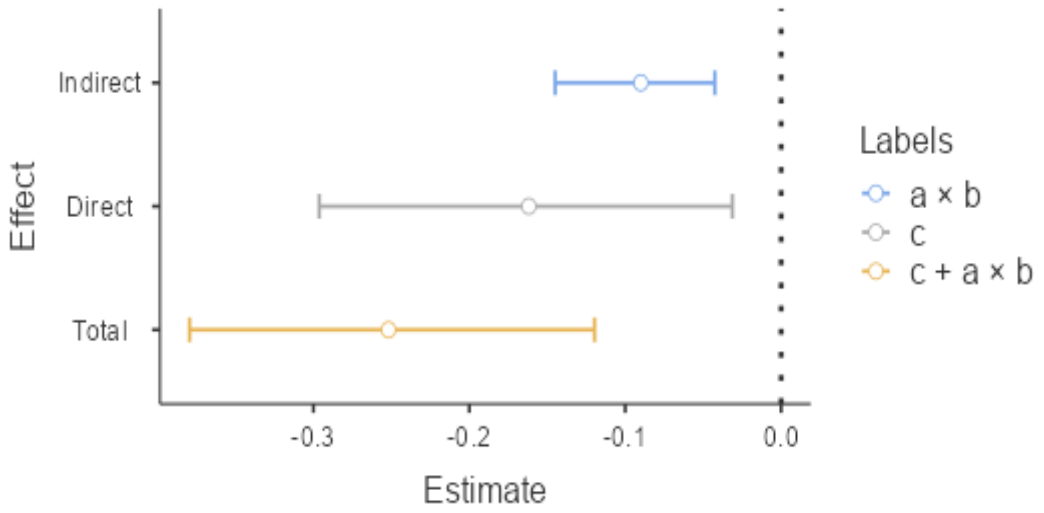
Sosyal medya bağımlılığı ile mutluluk arasındaki ilişkide yalnızlığın aracılık etkisini belirlemek amacıyla yapılan aracılık analizine ilişkin sonuçlar Tablo 5'te sunulmuştur. Analiz bulgularına göre, sosyal medya bağımlılığının mutluluk üzerindeki doğrudan etkisi anlamlı ve negatif bulunmuştur (β = –0,162; p = 0,017). Buna ek olarak, sosyal medya bağımlılığının yalnızlık üzerinden mutluluğa uzanan dolaylı etkisi de istatistiksel olarak anlamlıdır (β = –0,090; p < 0,001). Bu sonuç, yalnızlığın sosyal medya bağımlılığı ile mutluluk arasındaki ilişkide aracılık rolü üstlendiğini göstermektedir. Her iki yolun da anlamlı olmasıyla birlikte, dolaylı etkinin katsayısının doğrudan etkiye kıyasla daha düşük olması, değişkenler arasında kısmi aracılık olduğunu göstermektedir. Nitekim aracılık yüzdeleri de bu durumu doğrulamaktadır: toplam etkinin %64,3'ü doğrudan etkiden, %35,7'si ise yalnızlık üzerinden gerçekleşen dolaylı etkiden oluşmaktadır. Elde edilen bulgular, yalnızlığın sosyal medya bağımlılığının mutluluk üzerindeki etkisini kısmen açıkladığını ve modelin öngördüğü aracılık hipotezini (H_4) desteklendiğini ortaya koymaktadır.

Tablo 5. Aracılık Analizi Sonuçları

Etki	Etiket	Tahmin	Standart Hata	En Düşük Güven Aralığı	En Yüksek Güven Aralığı	Z	p	Aracılık Düzeyi (%)
Dolaylı	a × b	-0,090	0,026	-0,145	-0,043	-3,47	<0,001**	35,7
Doğrudan	c	-0,162	0,068	-0,296	-0,031	-2,38	0,017*	64,3
Toplam	c + a × b	-0,252	0,065	-0,379	-0,119	-3,86	<0,001**	100,0
Sosyal Medya Bağımlılığı → Yalnızlık → Mutluluk (H_4: Desteklendi)								

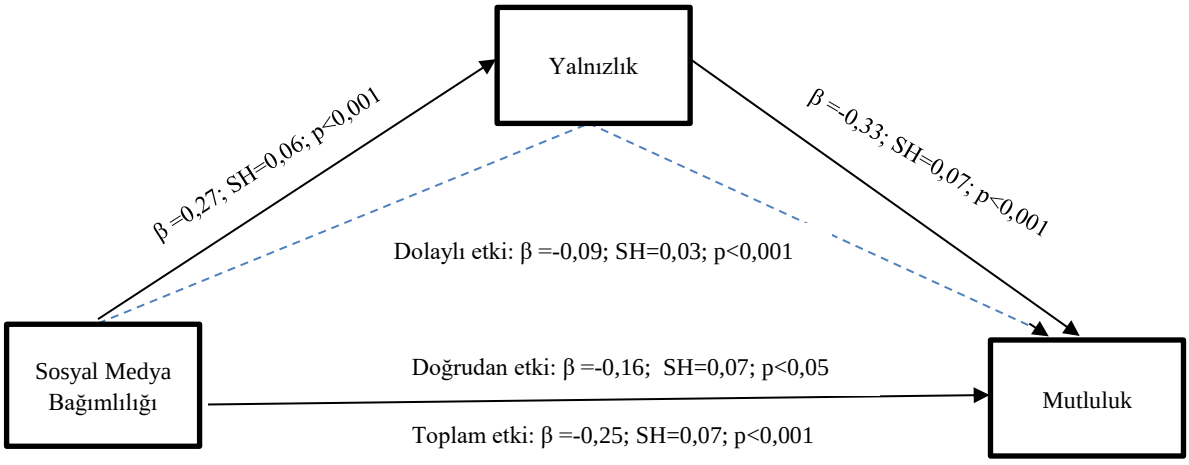
*p<0,05 **p<0,01

Sosyal medya bağımlılığının mutluluk üzerindeki etkisinde yalnızlığın kısmi bir aracı rol oynadığına ilişkin bulgular, Şekil 2'de sunulan aracılık diyagramı üzerinden de teyit edilmektedir. Aracılık etkisinin doğrulanabilmesi için hem doğrudan (direct) hem de dolaylı (indirect) yolların istatistiksel olarak anlamlı olması ve ilgili güven aralıklarının (CI) sıfırı içermemesi gerekmektedir. Şekil 2 incelendiğinde, doğrudan etkinin β katsayısının –0,162 (CI: –0,296, –0,031), toplam etkinin β katsayısının –0,252 (CI: –0,379, –0,119) ve dolaylı etkinin β katsayısının –0,090 (CI: –0,145, –0,043) olduğu görülmektedir. Tüm bu etkilerin güven aralıklarının sıfırı içermemesi, hem doğrudan hem de dolaylı yolların anlamlı olduğunu göstermekte ve modelde kısmi aracılık yapısının varlığını istatistiksel olarak doğrulamaktadır.



Şekil 2. Aracılık Etkisine Ilişkin Grafik

Sosyal medya bağımlılığı ile mutluluk arasındaki ilişkide yalnızlığın kısmi aracılık rolü Şekil 3'te görsel olarak özetlenmektedir. Buna göre, sosyal medya bağımlılığının mutluluk üzerindeki olumsuz etkisinin hem doğrudan hem de yalnızlık üzerinden dolaylı olarak gerçekleştiği görülmektedir. Yalnızlık, sosyal medya bağımlılığı ile mutluluk arasındaki ilişkiyi kısmen açıklamakta; ancak sosyal medya bağımlılığı, yalnızlıktan bağımsız olarak da mutluluğu etkilemeyi sürdürmektedir. Söz konusu bu bulgu, araştırma modelinde öngörülen (kısmi) aracılık yapısının varlığını desteklemekte ve elde edilen istatistiki sonuçlar ile tutarlılık göstermektedir.



Şekil 3. Doğrudan ve Dolaylı Yolları Içeren Aracılık Modeli

3. TARTIŞMA

Sosyal medya bağımlılığı ve mutluluk arasındaki ilişkide yalnızlığın aracı bir rolü olup olmadığını incelemek amacıyla lise öğrencileri üzerinden gerçekleştirilen bu çalışmada, öğrencilerin günlük sosyal medya kullanma süresinin dört saatten fazla olduğu ortaya konulmuştur. Elde edilen bulgular, lise öğrencilerinin günlük ortalama dört saatten fazla sosyal medya kullanmalarının psikolojik iyi oluşları üzerinde kritik bir belirleyici olduğunu göstermektedir. Küresel ve ulusal verilerle paralel olan bu yüksek kullanım süresi, ergenlik dönemindeki bireylerin dijital mecraları artık sadece bir araç değil, yaşam alanı olarak benimsedikleri görüşünü güçlendirmektedir. Nitekim literatürde bu durum, ergenlerin dijital dünyayı fiziksel çevrenin bir uzantısı ve temel bir sosyalleşme alanı olan üçüncü mekân olarak kurgulamalarıyla açıklanmaktadır (Prensky, 2001; Hoşgör, 2025). Bu bağlamda, sosyal medya kullanımı sadece bir boş zaman aktivitesi değil, ergenin kimlik inşasını gerçekleştirdiği ve sosyal varlığını sürdürdüğü dijital bir habitata dönüşmüştür (Nadkarni & Hofmann, 2012). Bir diğer ifadeyle, dijital dünyada geçirilen bu yoğun süre; yüz yüze etkileşim, fiziksel aktivite, sosyalleşme ve akademik uğraşlar gibi mutluluk kaynağı olan gerçek yaşam deneyimlerinin yerini almaktadır (Kuss & Griffiths, 2017). Dolayısıyla, dört saati aşan bu kullanımın sadece bir zaman yönetimi sorunu değil, aynı zamanda duygusal tatmini engelleyen yapısal bir risk faktörü olduğu söylenebilir.

Lise öğrencilerinin söz konusu bu ortalama 4 saatin üzerindeki günlük sosyal medya kullanımları, çalışma kapsamında yalnızca tanımlayıcı nitelikte ele alınmıştır. Elde edilen bu sonuçlar, ergenler arasında sosyal mecraların yoğun kullanımının dikkate değer bir yaygınlığa sahip olduğunu göstermektedir. Bu dağılım, sosyal medyanın lise öğrencilerinin gündelik yaşamında önemli bir yer tuttuğunu ve dijital etkileşimin rutin bir alışkanlık haline geldiğini ortaya koymaktadır. Nitekim ulusal literatürde de benzer biçimde, gençlerin sosyal medya platformlarında günlük birkaç saatlerini geçirdikleri ve bu kullanımın çoğunlukla eğlence, iletişim ve gündemi takip etme amaçlı olduğu belirtilmektedir. Özellikle Çömlekçi ve Başol (2019) tarafından yapılan çalışmada, gençlerin sosyal medyada günlük ortalama 4 saatten fazla zaman geçirdikleri raporlanmış; bu durumun sosyal medya kullanımının yaşamın olağan bir parçası haline geldiğine işaret ettiği vurgulanmıştır. Benzer şekilde Kalemkuş ve Türel (2022)'in çalışmasında gençlerin %21'inin 5-7 saat arası; Çavuş (2022)'un çalışmasında ise %47'sinin 3-5 saat arası; Karakuş ve Tarhan (2023)'ın çalışmasında ise günlük 4 saat sosyal medya kullandıkları raporlanmıştır. Gökbulut ve Bilen (2024)'in çalışmasında ise ergenlerin günlük internet kullanım süreleri arttıkça, sosyal medya bağımlılığı düzeylerinin de anlamlı düzeyde yükseldiği ortaya konulmuştur. Bu bağlamda mevcut çalışmada elde edilen süre bulguları, ulusal literatürle uyumlu bir tablo ortaya koymakta ve ergenlerin dijital ortamlara yüksek düzeyde maruz kaldığını desteklemektedir.

Ölçek puanları incelendiğinde; öğrencilerin sosyal medya bağımlılığı ve yalnızlık düzeylerinin düşük, mutluluk düzeylerinin ise orta seviyede olduğu görülmüştür. Her ne kadar dört saati aşkın sosyal medya kullanımına ilişkin bulgular ile örtüşmese de, bu durumun öz-bildirime dayalı-anket temelli-ölçüm aracından kaynaklandığı ifade edilebilir. Ayrıca, bağımlılık ve yalnızlık puanlarının görece düşük seyretmesi, örneklem grubunun henüz patolojik bir klinik tablo sergilemediğini düşündürtse de, puanlar arasındaki anlamlı ilişkiler potansiyel riskin varlığına işaret etmektedir. Zira literatürde, bağımlılık düzeyinin düşük olduğu evrelerde bile psikolojik belirtilerin ortaya çıkabileceği vurgulanmaktadır (Şimşek vd., 2019). Bu durum, lise öğrencilerinin dijital alışkanlıklarının henüz "sorunlu kullanım" aşamasındayken kontrol altına alınmasının önemine işaret etmektedir.

Çalışma sonucunda, lise öğrencilerinin sosyal medya bağımlılığı arttıkça yalnızlık algılarının yükseldiği, mutluluk düzeylerinin ise azaldığı saptanmıştır. Benzer şekilde, yalnızlık algısı arttıkça mutluluk düzeyinde anlamlı bir düşüş belirlenmiştir. Bu bulgular, "sosyal telafi" varsayımının aksine, sosyal medyanın sorunlu kullanımının sosyal bağları güçlendirmediğini, aksine bireyi nitelikli etkileşimden mahrum bırakarak yalnızlaştırdığını göstermektedir (Al-Samarraie vd., 2022). Literatürle uyumlu olan bu sonuçlar, dijital ortamdaki yüzeysel bağlantıların gerçek dünyadaki aidiyet ihtiyacını karşılayamadığını ve bu boşluğun mutluluk üzerinde negatif bir baskı oluşturduğunu temellendirmektedir (Pittman & Reich, 2016). Alan yazın incelendiğinde, çalışma sonuçlarımıza paralel olarak; sosyal medya bağımlılığı ile yalnızlık arasında pozitif yönlü ve anlamlı (Özdemir & Özaydın, 2025; Erdemir & Ayas, 2023; Aldemir, 2026); sosyal medya bağımlılığı ile psikolojik iyilik hali (Şenol & Aydoğan, 2025) ve yaşam doyumu (Örücü vd., 2024) arasında negatif yönlü ve anlamlı ilişki sonuçlarının raporlandığı araştırmaların varlığı dikkat çekmektedir.

Çalışmanın path analizi sonuçları, sosyal medya bağımlılığının mutluluk üzerindeki etkisinde yalnızlığın kısmi aracılık rolü üstlendiğini ortaya koymuştur. Bu bulgu, sosyal medya bağımlılığının mutluluğu hem doğrudan hem de yalnızlık hissini tetikleyerek dolaylı yoldan azalttığı anlamına gelmektedir. Toplam etkinin önemli bir kısmının doğrudan, nispeten daha küçük bir kısmının ise yalnızlık üzerinden gerçekleşmesi, sosyal medya bağımlılığının mutluluğu baltalamak için tek bir mekanizmaya ihtiyaç duymadığını göstermektedir. Bu sonuç, sosyal medya kullanımının yarattığı algılanan sosyal izolasyonun

mutluluğu düşüren temel bir psikososyal mekanizma olduğunu belirten çalışmalarla (Primack vd., 2017; Brailovskaia & Margraf, 2017) teorik olarak örtüşmektedir.

4. KISITLILIKLAR

Araştırmanın kesitsel tasarıma sahip olması, değişkenler arasındaki ilişkilerin nedensel yorumlanmasını sınırlamaktadır. Örneklemin Türkiye'nin tek bir bölgesinde yer alan bir devlet lisesinden ve kolayda örnekleme yöntemi ile seçilmiş olması, bulguların genellenebilirliğini sınırlandırmaktadır. Ayrıca verilerin öz-bildirim yoluyla toplanmış olması, sosyal beğenirlik ve hatırlama yanlılığı riskini beraberinde getirebilir. Son olarak, çalışmada sosyal medya kullanımına ilişkin platform türü, içerik niteliği ve kullanım amacı gibi değişkenlerin modele dâhil edilmemiş olması, sosyal medya bağımlılığı–mutluluk ilişkisinin daha ayrıntılı biçimde açıklanmasını sınırlamış olabilir. Tüm bu sınırlılıklara rağmen, elde edilen bulgular ergenlerde sosyal medya bağımlılığı, yalnızlık ve mutluluk arasındaki ilişkileri anlamaya yönelik önemli ampirik kanıtlar sunmaktadır.

5. SONUÇ VE ÖNERİLER

Bu çalışma, lise öğrencilerinde sosyal medya bağımlılığı ile mutluluk arasındaki ilişkinin yalnızlık aracılığıyla kısmen açıklandığını ortaya koymuştur. Bulgular, sosyal medya bağımlılığının mutluluk düzeylerini yalnızca doğrudan değil, aynı zamanda yalnızlık algısını artırarak dolaylı biçimde de azalttığını göstermektedir. Yalnızlığın kısmi aracı rolü, ergenlik döneminde dijital etkileşimlerin psikolojik iyi oluş üzerindeki etkilerinin yüzeysel sosyal bağlantılarla sınırlı kalmadığını; algılanan sosyal bütünleşme ve aidiyet düzeyi üzerinden işleyen daha derin bir psikososyal mekanizmaya dayandığını düşündürtmektedir. Bu yönüyle çalışma, sosyal medya bağımlılığının ergen mutluluğu üzerindeki etkisini çok boyutlu bir yapı içinde ele alarak literatüre kuramsal ve uygulamaya dönük katkılar sunmaktadır.

Elde edilen bulgular doğrultusunda, ergenlere yönelik dijital sağlık ve psikososyal müdahale programlarının yalnızca sosyal medya kullanım yoğunluğunu azaltmaya odaklanmak yerine, yalnızlık duygusunu hedef alan koruyucu ve güçlendirici bileşenler içermesi önem arz etmektedir. Okul temelli ruh sağlığı uygulamalarında, yüz yüze sosyal etkileşimi ve aidiyet duygusunu destekleyen yapılandırılmış etkinliklerin artırılması önerilebilir. Gelecek araştırmalarda, boylamsal ve deneysel tasarımlar kullanılarak değişkenler arasındaki nedensel ilişkilerin test edilmesi ve kültürel bağlamın bu mekanizma üzerindeki rolünün incelenmesi, bulguların derinleştirilmesine katkı sağlayabilir.

YAZAR BEYANI

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

Etik Kurul Onayı: Bu çalışma, Uşak Üniversitesi Yayın Etiği Kurulu tarafından etik açıdan onaylanmıştır (Tarih: 17.06.2025; Sayı: 2025-195).

Yapay Zekâ Kullanım Beyanı: Makale içerisinde dilbilgisi, yazım ve ifade tutarlılığının kontrolü amacıyla yapay zekâdan faydalanılmıştır.

Yazar Katkıları: Birinci yazar %60, ikinci yazar %40 oranında katkı sunmuştur.

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

Teşekkür: Çalışmaya gönüllü olarak katılan ve alandaki bilgi birikiminin artmasına destek veren tüm lise öğrencilerine teşekkür ederiz.

KAYNAKÇA

Aldemir, A. (2026). Üniversite Öğrencilerinde sosyal medya ve yaşam doyumu: Yalnızlığın aracı rolü. *Ahi Evran Üniversitesi Kırşehir Eğitim Fakültesi Dergisi*, *27*(1), 1-16. https://doi.org/10.29299/kefad.1649231

Al-Samarraie, H., Bello, K. A., Alzahrani, A. I., Smith, A. P., & Emele, C. (2022). Young users' social media addiction: Causes, consequences and preventions. *Information Technology & People*, *35*(7), 2314-2343. https://doi.org/10.1108/ITP-11-2020-0753

Balcı, Ş., Pınarbaşı, T. E., & Astam, F. K. (2024). Üniversite gençliğinin TikTok kullanımı: duygusal ve sosyal yalnızlık ile TikTok bağımlılığı arasındaki ilişki. *Türkiye İletişim Araştırmaları Dergisi*, (45), 100-121. https://doi.org/10.17829/turcom.1373818

Błachnio, A., Przepiórka, A., & Pantic, I. (2016). Internet use, Facebook intrusion, and depression: Results of a cross-sectional study. *European Psychiatry*, 41, 1–5. https://doi.org/10.1016/j.eurpsy.2016.08.012

Brailovskaia, J., & Margraf, J. (2017). Facebook addiction disorder (FAD) among German students—A longitudinal approach. *PLOS ONE*, *12*(12), e0189719. https://doi.org/10.1371/journal.pone.0189719

Büyüköztürk, Ş., Çakmak, E. K., Akgün, Ö. E., Karadeniz, Ş., & Demirel, F. (2008). *Bilimsel araştırma yöntemleri* (2. baskı). Pegem Akademi.

Cohen, L., Manion, L., & Morrison, K. (2002). *Research methods in education*. Routledge. https://doi.org/10.4324/9780203224342

Çavuş, S. (2022). Üniversite öğrencilerinin sosyal medya kullanımları üzerine bir alan araştırması: Aksaray Üniversitesi örneği. *İNİF E- Dergi*, *7*(2), 9-25. https://doi.org/10.33907/turkjes.793436

Çömlekçi, M. F., & Başol, O. (2019). Gençlerin sosyal medya kullanım amaçları ile sosyal medya bağımlılığı ilişkisinin incelenmesi. *Manisa Celal Bayar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 17*(4), 173-188. https://doi.org/10.18026/cbayarsos.525652

Doğan, T., & A. Çötok, N. (2011). Oxford Mutluluk Ölçeği kısa formunun Türkçe uyarlaması: Geçerlik ve güvenirlik çalışması. *Türk Psikolojik Danışma ve Rehberlik Dergisi, 4* (36), 165-172.

Ektiricioğlu, C., Arslantaş, H., & Yüksel, R. (2020). Ergenlerde çağın hastalığı: Teknoloji bağımlılığı. *Arşiv Kaynak Tarama Dergisi*, *29*(1), 51-64. https://doi.org/10.17827/aktd.498947

Erdemir, N. & Ayas, T. (2023). Ortaokul öğrencilerinin sosyal medya bağımlılığı, yalnızlık ve iyi oluş arasındaki ilişkinin incelenmesi. *Erzincan Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi, 25*(4), 708-721. https://doi.org/10.17556/erziefd.1231203

Gezgin, D. M., Hamutoglu, N. B., Gemikonakli, O., & Raman, İ. (2017). Social networks users: Fear of missing out in preservice teachers. *Journal of Education and Practice*, *8*(17), 156-168.

Gökbulut, B., & Bilen, H. (2024). Üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılığı ile depresyon, anksiyete ve stres arasındaki ilişkinin incelenmesi. *Yükseköğretim ve Bilim Dergisi*, *14*(1), 66-75. https://doi.org/10.5961/higheredusci.1326038

Gürbüz, S., & Şahin, F. (2016). *Sosyal bilimlerde araştırma yöntemleri: Felsefe, yöntem, analiz*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.

Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J. & Anderson, R. E. (2010). *Multivariate data analysis*. New Jersey: Pearson Education.

Hays, R. D., & DiMatteo, M. R. (1987). A short-form measures of loneliness. *Journal of Personality Assessment, 51*(1), 69-81.

Hills, P., & Argyle, M. (2002). The Oxford happiness questionnaire: A compact scale for the measurement of psychological well-being. *Personality and Individual Differences*, 33, 1073–1082.

Hoşgör, H. K. & Güngördü, H. (2025). The relationship between social media addiction and psychological distress: A meta-analytic study. *Cyprus Turkish Journal of Psychiatry & Psychology, 7*(3), 226-235. https://doi.org/10.35365/ctjpp.25.3.01

Hoşgör, H. K. (2025). Dijital yerliler için sosyal medya kullanım yorgunluğu ölçeğinin geliştirilmesi. *İstanbul Arel Üniversitesi İletişim Çalışmaları Dergisi*, (27), 1-25.

Hoşgör, H., Koç Tütüncü, S., Gündüz Hoşgör, D., & Tandoğan, Ö. (2017). Üniversite öğrencileri arasında sosyal medyadaki gelişmeleri kaçırma korkusu yaygınlığının farklı değişkenler açısından incelenmesi. *Journal of Academic Value Studies, 3*(17), 213-223.

Kalemkuş, F., & Türel, Y. K. (2022). Ortaokul, lise ve üniversite öğrencilerinin sosyal medya tutumlarının farklı değişkenler açısından incelenmesi. *Turkish Journal of Educational Studies, 9*(1), 101-133.

Karakuş, M., & Tarhan, A. (2023). Yükseköğretim öğrencilerinin sosyal medya kullanımları ve yalnızlık düzeyleri arasındaki ilişki. *İletişim ve Toplum Araştırmaları Dergisi*, *3*(2), 209-232. https://doi.org/10.59534/jcss.1300658

Keles, B., McCrae, N., & Grealish, A. (2020). A systematic review: The influence of social media on depression, anxiety and psychological distress in adolescents. *International Journal of Adolescence and Youth, 25*(1), 79–93. https://doi.org/10.1080/02673843.2019.1590851

Kline, R. B. (2011). *Principles and practice of structural equation modeling*. New York: The Guilford Press.

Kuss, D. J., & Griffiths, M. D. (2011). Online social networking and addiction—a review of the psychological literature. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, *8*(9), 3528-3552. https://doi.org/10.3390/ijerph8093528

Kuss, D. J., & Griffiths, M. D. (2017). Social networking sites and addiction: Ten lessons learned. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, *14*(3), 311. https://doi.org/10.3390/ijerph14030311

Meydan, H. & Şeşen, H. (2015). *Yapısal eşitlik modellemesi amos uygulamaları*. Ankara: Detay Yayıncılık.

Nadkarni, A., & Hofmann, S. G. (2012). Why do people use Facebook? *Personality and Individual Differences, 52*(3), 243-249. https://doi.org/10.1016/j.paid.2011.11.007

Örücü E., Hasırcı I & Kurt P.. (2024). Yalnızlığın sosyal medya bağımlılığı üzerindeki etkisinde yaşam doyumunun aracılık rolü: Meslek yüksekokulu öğrencileri üzerine bir araştırma. *Gümüşhane Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Elektronik Dergisi, 15*(1), 01-18.

Özdemir, A., & Özaydın, H. (2025). Sosyal medya bağımlılığı ve yalnızlık: üniversite öğrencilerine yönelik bir araştırma. *Kent Akademisi Dergisi*, 355-371. https://doi.org/10.35674/kent.1771752

Özgenel, M., Canpolat, Ö., & Ekşi, H. (2019). Ergenler için sosyal medya bağımlılığı ölçeği (ESMBÖ): Geçerlik ve güvenirlik çalışması. *Addicta: The Turkish Journal on Addictions, 6*(3), 631–664. https://doi.org/10.15805/addicta.2019.6.3.0086

Pittman, M., & Reich, B. (2016). Social media and loneliness: Why an Instagram picture may be worth more than a thousand Twitter words. *Computers in Human Behavior*, 62, 155–167. https://doi.org/10.1016/j.chb.2016.03.084

Prensky, M. (2001). Digital natives, digital immigrants part 1. *On the Horizon, 9*(5), 1-6. https://doi.org/10.1108/10748120110424816

Primack, B. A., Shensa, A., Sidani, J. E., Whaite, E. O., Lin, L. Y., Rosen, D., Colditz, J. B., Radovic, A., & Miller, E. (2017). Social media use and perceived social isolation among young adults in the U.S. *American Journal of Preventive Medicine*, *53*(1), 1–8. https://doi.org/10.1016/j.amepre.2017.01.010

Rosen, L. D., Lim, A., Carrier, L. M., & Cheever, N. A. (2014). An empirical examination of the educational impact of text message interruptions during college lectures. *Educational Psychology*, *34*(5), 627–637. https://doi.org/10.1080/01443410.2014.920078

Salari, N., Zarei, H., Hosseinian-Far, A., Rasoulpoor, S., Shohaimi, S., & Mohammadi, M. (2025). The global prevalence of social media addiction among university students: A systematic review and meta-analysis. *Journal of Public Health*, *33*(1), 223-236. https://doi.org/10.1007/s10389-023-02012-1

Saylam, A. İ., & Sapancı, A. (2025). The mediating role of anxiety in the relationship between humor coping and secondary traumatic stress. *Cyprus Turkish Journal of Psychiatry & Psychology*, *7*(1), 13-20. https://doi.org/10.35365/ctjpp.25.1.02

Schermelleh-Engel, K., Moosbrugger, H., & Müller, H. (2003). Evaluating the fit of structural equation models: Tests of significance and descriptive goodness-of-fit measures. *Methods of Psychological Research Online*, *8*(2), 23-74.

Şenol, Y., & Aydoğan, D. (2025). Yaşam doyumu ve ruhsal iyi oluşu etkileyen faktörler ile sosyal medya bağımlılığı ilişkisinin incelenmesi. *Bilgi Sosyal Bilimler Dergisi*, *27*(1), 57-80. https://doi.org/10.54838/bilgisosyal.1651312

Şimşek, A., Elçiyar, K., & Kızılhan, T. (2019). A comparative study on social media addiction of high school and university students. *Contemporary Educational Technology*, *10*(2), 106-119. https://doi.org/10.30935/cet.554452

Tabachnick, B. G., Fidell, L. S., & Ullman, J. B. (2007). *Using multivariate statistics*. Boston, MA: Pearson.

The jamovi project (2023). Jamovi. (Version 2.6.23) [Bilgisayar programı], https://www.jamovi.org.

We Are Social (2025). Global social media statistics. https://datareportal.com/social-media-users, Erişim Tarihi: 25.11.2025

Woods, H. C., & Scott, H. (2016). #Sleepyteens: Social media use and adolescent sleep patterns. *Journal of Adolescence*, 51, 36–41. https://doi.org/10.1016/j.adolescence.2016.05.008

Yıldız, M. A., & Duy, B. (2014). Adaptation of the short-form of the UCLA loneliness scale (ULS-8) to Turkish for the adolescents. *Düşünen Adam: Journal of Psychiatry & Neurological Sciences*, *27*(3): 194-203. https://doi.org/10.5350/DAJPN2014270302