



The relationship between adult's social network use and five factors personality traits

Yetişkinlerde sosyal ağ kullanımının beş faktör kişilik özellikleriyle ilişkisi¹

Seda Seviniş²
Mehmet Bilgin³

Abstract

The aim of the research, is to examine the relationship between adult's five factor personality features by use of Social Media. As for sample, there are 1252 woman and 1248 man student's parents and they are between the ages of 30-51 and over the age of 51. Adult's data participating in the study, are determined by Big Five Factor Personality Traits Scale. According to the social media using time, there was no significant difference between extraversion. On the other hand, there is a significant differences between agreeableness, openness subscales, conscientiousness and neuroticism. In association with five personality traits of social media purpose, it was found that there are significant differences with different personality traits for each purpose. Adult's use of social media, the purpose of "Make new friends" is related to openness subscales and extraversion personality traits. "Chat line", "To share photos", "Sharing a video", "Sharing News", "To check what your friends are doing", "To communicate with familiar" and "Spend their free time" are related to agreeableness, conscientiousness, neuroticism, openness subscales and extraversion personality traits. "Make a comments" is related to

Özet

Bu araştırmanın amacı, yetişkinlerin sosyal ağ kullanımlarının beş faktör kişilik özellikleriyle ilişkisini incelemektir. Araştırmanın örneklemini 30 yaş üzeri yaş aralığındaki 1252 kadın, 1248 erkek olmak üzere toplam 2500 kişidir. Araştırmaya katılan yetişkinlerin, kişilik özelliklerine ilişkin verileri toplamak için Beş Faktör Kişilik Ölçeği kullanılmıştır. Sosyal ağ kullanım süresi ile dışadönüklük alt boyutu arasında anlamlı farklılık bulunmazken; yumuşakbaşlılık, özdenetim, nevrotizm ve gelişime açıklık alt boyutları arasında anlamlı farklılık bulunmuştur. Sosyal ağları kullanım amaçlarının beş faktör kişilik özellikleri ile ilişkisinde her bir kullanım amacına göre farklı kişilik özellikleri arasında anlamlı farklılıkların olduğu bulunmuştur. Yetişkinlerin sosyal medya kullanımında "Yeni arkadaşlar edinmek" amacına göre gelişime açıklık ve dışadönüklük, "Çevrimiçi sohbet etmek", "Fotoğraf paylaşmak", "Video paylaşmak", "Haber paylaşmak", "Arkadaşlarının ne yaptığını kontrol etmek", "Tanıdıklarıyla iletişim kurmak" ve "Boş zamanlarını geçirmek" amaçlarına göre yumuşakbaşlılık, özdenetim, nevrotizm, gelişime açıklık ve dışadönüklük, "Yorum yapmak" amacına göre yumuşakbaşlılık ve özdenetim, "Bilgi edinmek" ve "Oyun

¹ Bu makale Seda Seviniş'in Çukurova Üniversitesi Bilimsel Araştırma Projeleri Birimi tarafından (SYL-2016-7301) desteklenen Yüksek Lisans tezinden üretilmiştir.

² Uzm.Psikolojik Danışman. seda_14_90@hotmail.com

³ Doç. Dr., Çukurova Üniversitesi Psikolojik Danışma ve Rehberlik ABD., mbilgin@cu.edu.tr

agreeableness and conscientiousness personality traits. “To obtain information” and “Playing a game” are related to agreeableness, openness subscales, conscientiousness and extraversion personality traits.

In association with five personality traits it was found that there are significant differences with different personality traits for each purpose in the aim of social media accounts used. “Facebook”, “Skype”, “Whatsapp” and “Twitter” are related to agreeableness and conscientiousness personality traits. “Google +”, “Vine”, “Blogspot”, “Tumblr” and “Pinterest” are related to agreeableness, conscientiousness, neuroticism, openness subscales and extraversion personality traits. “Youtube” ve “Swarm” are related to agreeableness, conscientiousness and neuroticism personality traits. “Instagram” is related to agreeableness, conscientiousness, openness subscales and extraversion personality traits.

Keywords: Five-factor personality traits; social networks; adult; duration of use; purpose of use.

oynamak” amaçlarına göre yumuşakbaşlılık, özdenetim, gelişime açıklık ve dışadönüklük kişilik özellikleri arasında anlamlı farklılık bulunmuştur. Kullanılan sosyal medya hesaplarının beş faktör kişilik özellikleri ile ilişkisinde her bir sosyal medya hesabı için farklı kişilik özellikleri ile anlamlı farklılıkların olduğu bulunmuştur. Yetişkinlerin sosyal medya kullanımında “Yeni arkadaşlar edinmek” amacına göre gelişime açıklık ve dışadönüklük, “Çevrimiçi sohbet etmek”, “Fotoğraf paylaşmak”, “Video paylaşmak”, “Haber paylaşmak”, “Arkadaşlarının ne yaptığını kontrol etmek”, “Tanıdıklarıyla iletişim kurmak” ve “Boş zamanlarını geçirmek” amaçlarına göre yumuşakbaşlılık, özdenetim, nevrotizm, gelişime açıklık ve dışadönüklük, “Yorum yapmak” amacına göre yumuşakbaşlılık ve özdenetim, “Bilgi edinmek” ve “Oyun oynamak” amaçlarına göre yumuşakbaşlılık, özdenetim, gelişime açıklık ve dışadönüklük kişilik özellikleri arasında anlamlı farklılık bulunmuştur.

Anahtar Kelimeler: Beş faktör kişilik özellikleri; sosyal ağlar; yetişkin; kullanım süresi; kullanım amacı.

[\(Extended English abstract is at the end of this document\)](#)

GİRİŞ

Yeni medyanın önemli bir işlevi sosyalleşmeye sağladığı katkıdır. Kullanıcıların çevrimiçi dünyada sosyal ilişkiler kurmasına ve geliştirmesine katkıda bulunan medya teknolojilerinin tamamı sosyal medya kapsamına girmektedir. İçerik, işleyiş ve biçim bakımından çeşitlilik gösteren sosyal medya ortamlarının ortak karakteristik özellikleri ise katılım, açıklık, sohbet, topluluk anlayışı ve bağlantılılık (connectedness) olarak gösterilebilir (Mayfield, 2008). Bu özellikler, sosyal ağları kişiler açısından çekici kılmış ve her an, günün her saatinde kullanılabilir, ihtiyaç duyulur hale getirmiştir. Bunun doğal bir sonucu olarak da insanlar sosyal ağları çok yoğun ve aktif bir şekilde kullanmaktadırlar. Bireyler sadece ev ortamında yani belirli bir mekânla sınırlı olarak değil aynı zamanda yolda, otobüste, sokakta vs. akıllı telefonlar aracılığıyla her yerde ve günün her saatinde aktif olarak sosyal ağları kullanmaktadırlar. Dolayısıyla sosyal ağlar hayatımızın vazgeçilmezi haline gelmiştir.

Kişiler, sosyal ağları çeşitli nedenlerle kullanmaktadır. Üyelerin kullanım amaçları, siteye göre farklılık göstermekle birlikte aile ve arkadaşlarla iletişim kurma (Boyd ve Ellison, 2007), bilgiye ulaşma (Park ve Kim, 2013), eğlenme (Lin, Hoffman ve Borengasser, 2013), arkadaşlarına erişme, özel yaşamlarını paylaşma ve tanımadığı diğer kişilere kendini tanıttırma (Yıldırım ve Özmen, 2011), arkadaşları ile iletişimi sürdürme, zaman geçirme, dosya indirme ve bilgi arama (Kim ve Davis, 2009), kimliklerini açıklama ve gerçekleştirme (Livingstone, 2008), arkadaşlarıyla temas halinde bulunma, yeni kişilerle tanışma, bilgi paylaşma, kendi

kimliklerini keşfetme, bilgi edinme (Davies ve Cranston,2008), sosyal iletişim, eğitim, tanıma, tanınma (Tanrıverdi ve Sağır, 2014), yorum yapma, yazılı, görsel, müzik bilgileri paylaşma (Balaman ve Karataş, 2012) ve tanıdıkları insanlarla sohbet etme, takip edilen sayfaların paylaşımlarını görme, arkadaşları takip etme, bilgi paylaşma (Akca Baştürk, 2014) amaçlı kullanımlar öne çıkmaktadır.

Bireylerin sosyal medya kullanımı kişiden kişiye değişmektedir. Sosyal medya araçlarından bireylerin beklentileri değişik olmakta, farklı kullanımlar farklı doyumlara neden olabilmektedir. Sosyal medya kullanımında bireylerarası farklılıklar bazen de bireyin o an içinde bulunduğu duygusal ve sosyal yoksunlukla ilgili olabilmektedir. Bu yoksunluk tamamlanınca, bireysel olarak önceliği tanımlanan diğer yoksunluklar devreye girebilmektedir. Sosyal medya bazıları için sosyalleşmeden kaçtığı, kendi kendine yalnız kaldığı, daha çok izleyici olduğu bir ortam iken, başka birileri için ise sosyalleşmek, topluluklar içinde takdir edilmek isteğinin bir sonucu olarak ortaya çıkabilmektedir. Ancak bu genellikle sabit kalmamakta, sağlıklı bireyler bazen sosyalleşme bazen de kaçış belirtileri gösterebilmektedirler (Hazar, 2011).

Bireylerin sosyal medya kullanımı birçok faktörle ilişkilidir. Sosyal medya kullanımı birçok faktörden etkilenmekte aynı zamanda da mevcut bazı faktörlere de etki edebilmektedir. Bu değişkenlerden biri de kişilik özellikleridir. Burger (2006) kişiliği, bireyin kendisinden kaynaklanan tutarlı davranış kalıpları ve içsel süreçler olarak tanımlamıştır. Tutarlı davranış kalıbı ile her zaman ve her durum için benzer davranışların gözlenmesi anlaşılırken, kişilik iç süreçleri, nasıl davranacağımızı ve hissedeceğimizi etkileyen ve içimizde gelişen bütün duygusal, bilişsel ve güdüsel süreçleri ifade etmektedir.

Kişiliğin temel boyutlarını belirleyen ve tanımlayan modellerden biri olan beş faktör modeli, kişiliği değerlendirmede farklı bir yaklaşım olarak kullanılmaktadır. Beş faktör modeli geniş ölçüde kişilik özelliklerinin sınıflandırmasında kabul edilen bir görüştür. Beş faktör kişilik özellikleri; nevrotizm, gelişime/deneyime açıklık, yumuşak başlılık (uyumluluk), dışa dönüklük ve öz disiplindir (McCrae ve Costa, 2006).

Dışadönüklük eğilimi yüksek olan bireyler, sosyal, konuşkan, iddialı ve aktifken; dışadönüklük eğilimi düşük olan bireyler sıklıgan, çekingen ve temkinlidirler. Yumuşak başlılık eğilimi yüksek olan bireyler, sakin, itaatkâr, cömert, işbirlikçi ve alçak gönüllüyen; yumuşak başlılık eğilimi düşük olan bireyler sinirli, acımasız, katı ve kuşkucudurlar. Deneyime açıklık eğilimi yüksek olan bireyler, entelektüel, yaratıcı, duyarlı ve açık görüşlüyen; deneyime açıklık eğilimi düşük olan bireyler gerçekçi, duyarsız ve gelenekçidirler. Öz disiplin eğilimi yüksek olan bireyler, özenli, kusursuz, sorumluluk sahibi ve titizken; öz disiplin eğilimi düşük olan bireyler sorumsuz, düzensiz ve dağınıktırlar. Nevrotizm eğilimi yüksek olan bireyler, kaygılı, depresif, öfkeli ve güvensizken; nevrotizm eğilimi düşük olan bireyler sakin, öz güvenli ve duygusal açıdan dengeli olarak tanımlanmaktadır (Roccas, Sagiv, Schwartz ve Knafo, 2002).

Sosyal ağlar ve kişilik özellikleri ile yapılan çalışmalara bakıldığında; sosyal medya kullanımı ile dışadönüklük ve gelişime açıklık arasında pozitif, nevrotizm ile negatif bir ilişki (Correa, Hinsley ve Zuniga, 2010) bulunmuştur. Bir araştırmaya göre, facebook kullanan katılımcıların dışadönüklük ve nevrotizm kişilik özelliklerine daha fazla sahip olduğu, Twitter kullanıcılarının ise Facebook kullanıcılarına göre deneyime daha açıktırlar (Hughes, Rowe, Batey ve Lee, 2012). Dışadönüklük kişilik boyutunda yüksek puan alanların Facebook'ta daha fazla zaman harcadıkları (Glass, Prichard, Lafortune ve Schwab, 2013) belirlenmiştir. Profil tanımlamak için kullanılan bilgi ile dışadönüklük arasında anlamlı ilişki, paylaşılan resim ve eklenen resim sayısı ile gelişime açıklık puanları arasında da pozitif yönlü ilişki (Gosling, Augustine, Vazire, Holtzman ve Gaddis, 2011) gözlenmektedir. Dışadönük kişilerin içe dönük kişilere oranla Facebook kullanmaya daha fazla eğilimli oldukları (Ryan, 2011) görülmektedir. Dışadönüklüğün sosyal paylaşım sitelerinde daha fazla arkadaşına sahip olma, yorum yapma, kendi fotoğrafını gönderme ve durum güncellemelerini kullanma ile pozitif ilişkisi olduğu belirlenirken, online oyun oynama ile negatif ilişkili olduğu (Wang, Jackson,

Zhang ve Su, 2012) bulunmuştur. Twitter'da etkileyici kullanıcı profiline sahip üyelerin diğer kullanıcılara göre daha dışadönük ve duygusal açıdan daha dengeli bir kişiliğe sahip oldukları (Quercia, Kosinski, Stillwell ve Crowcroft, 2011) görülmektedir.

İçinde bulunduğumuz 21.yy'da internet kullanımı ve bunun beraberinde ortaya çıkardığı sosyal medya kullanımıyla oluşan çeşitli sosyal ağların kullanımı giderek yaygınlaşmaktadır. Bu sosyal ağların insanlar tarafından cazip görülen çeşitli yönleri dolayısıyla kullanılması, her geçen gün kullanıcı sayısının fazlaşması, adeta insanların hayatında yer edip cazip ve vazgeçilmez bir unsur, hayatlarının önemli bir parçası olması dolayısıyla sosyal medya incelenmesi ve üzerinde araştırmalar yapılması gereken bir konu alanı haline dönüşmüştür. Yapılan birçok araştırmada da görüldüğü gibi sosyal ağların kullanımının artık başlı başına yeni bir yaşam biçimi haline geldiği açıkça ortadadır. Sosyal medya kullanımının bu kadar yaygınlaşmasının bir sonucu olarak sadece çocuklar ve ergenler değil yetişkinler de sosyal medyanın kendilerine sundukları sosyal ağları yaygın bir şekilde, aktif olarak ve özellikle de akıllı telefonlarına bu sosyal ağları yükleyerek yoğun bir şekilde kullanılmaktadırlar. Bu durum yetişkin grubu üzerinde sosyal medya kullanımına ilişkin çalışmalar yapılmasını gerekli kılmaktadır.

Bu çalışmada yetişkinlerin sosyal ağlarda harcadıkları ortalama zaman, sosyal ağları kullanım amaçları ve kullandıkları sosyal medya hesapları gibi değişkenlerin yetişkinlerin kişilik özelliklerine göre farklılaşıp farklılaşmadığı incelenmiştir. Araştırmada yanıtı aranan sorular şunlardır. Sosyal ağ kullanım sürelerine, sosyal ağ kullanım amaçlarına ve kullanılan sosyal ağ hesaplarına göre beş faktör kişilik özellikleri aritmetik ortalamaları arasında anlamlı fark var mıdır?

YÖNTEM

Araştırmanın Modeli

Araştırmada yetişkinlerin sosyal ağ kullanımları ile beş faktör kişilik özellikleri arasındaki ilişkiyi belirlemek amacıyla karşılaştırma türü tarama modelinde, betimsel araştırma yöntemi kullanılmıştır. Araştırmanın bağımsız değişkenleri; sosyal medyada ortalama harcanan zaman, sosyal medya kullanım amaçları ve sosyal medya hesapları, bağımlı değişkenleri ise yumuşak başlılık, özdenetim, nevrozizm, dışadönüklük ve gelişime açıklık kişilik özellikleridir.

Örnekleme

Araştırmanın örnekleme, tabakalı ve seçkisiz örnekleme yöntemi kullanılarak belirlenen 30 yaş üzeri yaş aralığında bulunan yetişkinlerdir. Tabakalı örnekleme yöntemi evrendeki alt grupların belirlenip bunların evren büyüklüğü içindeki oranlarıyla örnekleme temsil edilme olanağı sağlayan bir örnekleme yöntemidir (Büyüköztürk, Çakmak, Akgün, Demirel ve Karadeniz, 2008). Bu araştırmanın evrenini Gaziantep ili Şehitkamil ve Şahinbey ilçelerinde bulunan ilkököl, ortaokul ve liselerde okuyan öğrencilerin 30 yaş ve üzeri velileri oluşturmaktadır. Araştırmada okullara gidilmesinin nedeni yetişkinlere ulaşma kolaylığıdır. Öncelikle Gaziantep Milli Eğitim Bakanlığı (MEB) ile temasa geçilerek Gaziantep ili Şehitkâmil ve Şahinbey ilçelerinde ilkököl, ortaokul ve lise düzeyinde kaç tane okul olduğu ve bu okulların isimlerinin verildiği liste çıkarılmıştır. Daha sonra ise MEB'den yardım alınarak bu okullar alt, orta ve üst sosyoekonomik düzeylere göre her bir kademe olarak üçer temel tabakaya ayrılmıştır. Üçüncü aşama olarak da yüzdelik oranlık dilimler çıkarılmış ve her bir kademeye ait her bir sosyoekonomik düzey okullardan örnekleme grubumuza ne kadar sayıda okul dahil edileceği yüzdelik oran ve sayı olarak ortaya konmuştur. Okullar, yüzdelik oranlar, sayılar belirlendikten sonra çalışmaya alınacak okullar, sınıflar ve öğrenci velileri seçkisiz örnekleme yöntemiyle belirlenmiştir.

Araştırmaya katılan yetişkinlerin %50.1'i (1252) kadın, %49.9'u (1248) erkektir. Örnekleme katılan yetişkinlerin 43.1'i (1078) 30-40 yaş, %35.6'ı (890) 40-50 yaş, %21.3'ü (532) 51 ve üzeri yaş aralığında bulunmaktadır.

Sosyal ağlarda harcanan zaman açısından bakıldığında; yetişkinlerin en fazla %44.1 oranla 1 saatten az, %30.3'ünün 1-3 saat, %14.4'ünün 3-5 saat, %4.9'unun 5-7 saat arasında ve %6.2'sinin 7 saat ve üzeri sosyal ağlarda zaman harcadıkları görülmektedir.

Yetişkinlerin sosyal ağları kullanım amaçları incelendiğinde yetişkinlerin sosyal ağları %70.7 oranı ile tanıdıklarıyla iletişim kurmak, %63.7 ile bilgi edinmek, %52.2 ile çevrimiçi sohbet etmek, %44.1 ile boş zamanlarını geçirmek ve %38.8 ile fotoğraf için kullandıkları görülmektedir. Bunları sırasıyla video paylaşmak (%24.4), oyun oynamak (%24.1), yorum yapmak (%23.1), haber paylaşmak (%20.2), arkadaşlarını kontrol etmek (%19.0) ve yeni arkadaşlar bulmak (%11.4) takip etmektedir.

Yetişkinler sırasıyla en çok %86.9 ile Facebook, %84.8 ile Whatsapp, %41.2 ile Youtube, %34.9 ile Instagram, %28.9 ile Google+ hesaplarını kullanmaktadırlar. Bunları sırasıyla Twitter (%23.2), Vine (%21.0), Skype (%12.3), Swarm (%11.0), Blogspot %10.0, Pinterest (%9.6) ve Tumblr (%8.2) ile takip etmektedir.

Veri Toplama Araçları

Beş Faktör Ölçeği (The Big Five Inventory, BFI): Beş Faktör Ölçeği John, Donahue ve Kentle (1991) tarafından geliştirilmiş beş faktörün prototipik bileşenlerini ölçen kısa bir ölçme aracıdır. On ile sekiz madde arasında değişen alt ölçekleri olmasına rağmen, hem iyi psikometrik özelliklere hem de alt ölçekleri iyi temsil eden maddelere sahiptir (John ve Srivastava, 1999). Ölçek "Dışadönüklük" alt ölçeğinde 8 madde, "Uyumluluk/yumuşak başlılık" alt ölçeğinde 9 madde, "Öz disiplin/sorumluluk" alt ölçeğinde 9 madde, "Nevrotizm(duygusal dengesizlik)" alt ölçeğinde 8 madde ve "Deneyime Açıklık" alt ölçeğinde 10 madde olmak üzere toplam 44 maddeden oluşan beşli likert tipi bir ölçektir (John ve Srivastava, 1999).

Ölçeğin Türkçe'ye uyarlanması, 56 ülke kapsamında kişilerin kendini tanımlama profilleri ve örüntüleri konusunda yapılan bir çalışmanın (Schmitt, Allik, McCrae ve Benet-Martinez, 2007) Türkiye ayağı kapsamında, Sümer ve Sümer (2005) tarafından yapılmıştır. Sümer, Lajunen ve Özkan (2005) tarafından Türkiye'deki uygulamada envanterin Cronbach Alpha katsayılarının .66 ile .77 arasında değişmiştir.

Beş faktör kişilik ölçeğinin bu çalışmada seçilmesinin nedeni, ölçeğin kültürlerarası bağlamda yapılan bu çalışmada geçerlik ve güvenilirliğinin gösterilmiş olmasıdır. Anılan çalışmada beş faktör kişilik ölçeğinin Cronbach Alpha güvenilirlik değerleri .79, .77, .76, .70 ve .78 olarak sırasıyla "nörotiklik", "dışadönüklük", "gelişime açıklık", "uyumluluk" ve "özdisiplin" olarak bulunmuştur (Schmitt vd., 2007). John ve Srivastava (1999) envanterin Cronbach Alpha katsayılarının .75 ile .90 arası değiştiği ayrıca üç ay ara ile uygulanan test tekrar test ölçümlerinin ise .80 ile .90 arasında değiştiği sonucuna ulaşırken; Fossati, Borroni, Marchione ve Maffei (2011) Cronbach Alpha değerlerinin .77 ile .81 arasında değiştiği; iki ay süreli test tekrar test güvenilirlik değerlerinin .75 ile .86 arasında değiştiği sonucuna ulaşmışlardır.

Kişisel Bilgi Formu: Kişisel bilgi formu, araştırmaya katılanların sosyal ağları kullanım süreleri, kullanım amaçları, sosyal ağ hesapları ve bazı sosyo demografik özelliklerini belirlemek amacıyla araştırmacı tarafından geliştirilmiştir.

Verilerin Toplanması

Örneklem olarak seçilen okullarda veri toplama çalışmalarına başlamadan önce öğrenciler ve psikolojik danışmanlarla çalışmanın amacı ve uygun uygulama koşullarının yaratılması konusunda görüşme yapılmıştır. Yönergeye, katılımcıların cevaplarının gizli kalacağı, ölçekler üzerine isim yazmamaları, samimi bir şekilde yanıt vermeleri şeklinde ifadeler eklenmiştir. Beş Faktör Kişilik Ölçeği ve Kişisel Bilgi Formu aynı anda farklı sayfalara basılı olarak verilmiştir. Ölçeklerin eksiksiz, içten bir şekilde doldurulmasının önemli olduğu ifadesi ölçeklerdeki yönergeler kısmına eklenmiştir. Uygulama ölçeklerin öğrencilere teslim

edilmesi, öğrencilerin evde velilere bu ölçekleri doldurulmak üzere vermeleri ve veliler tarafından doldurulmuş bu ölçeklerin öğrencilerden tekrar alınması şeklinde yapılmıştır. Bu çalışma için 3000 adet ölçek dağıtılmış ve çeşitli nedenlerden dolayı (örneklem grupların bazıları tarafından verilen ölçeklerin eksik doldurulması, yırtılması, kaybedilmesi, unutulması vb.) SPSS 17 istatistik programına 2500 adet ölçeğin veri girişi yapılmıştır.

Verilerin Analizi

Araştırmada verilerin toplanma aşaması bittikten sonra, SPSS 17 paket programı kullanılarak tüm veriler madde bazında hücrelere girilmiş ve Beş Faktör Kişilik Ölçeğinde temel ve alt boyutların toplam puanları hesaplanmıştır. Sosyal medya kullanım saatlerinin beş faktör kişilik özelliklerine göre farklılaşıp farklılaşmadığını anlamak için tek yönlü varyans analizi (ANOVA) yapılmıştır. Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA) uygulandıktan sonra gruplar arasında anlamlı bir farklılık çıkması durumunda, farklılıkların hangi gruplardan kaynaklandığını tespit etmek amacıyla Post-Hoc teknikleri kullanılmıştır. Sosyal medya kullanım amaçlarının ve hesaplarının beş faktör kişilik özelliklerine göre farklılaşıp farklılaşmadığını anlamak için ise çok yönlü varyans analizi (MANOVA) yapılmıştır. Bulguların anlamlı olup olmadığının değerlendirilmesinde .05 anlamlılık düzeyi ölçüt alınmıştır.

BULGULAR

Bu bölümde uygulanan istatistiksel analizler sonucunda elde edilen ANOVA ve MANOVA bulguları verilmiştir. Bu amaçla yetişkinler tarafından doldurulan beş faktör kişilik ölçekleri toplam puanları bulunmuş ve her bir alt ölçeğe ilişkin aritmetik ortalama ve standart sapma değerleri tespit edilmiştir. Daha sonra yetişkinlerin sosyal ağları kullanım sürelerine göre beş faktör kişilik ölçeği puanları ANOVA, sosyal medya kullanım amacı ve sosyal ağ hesaplarına göre beş faktör kişilik ölçeği puanları MANOVA işlemine tabi tutulmuştur.

1. Sosyal Ağ Kullanım Sürelerine Göre Beş Faktör Kişilik Özelliği Puanları Ortalamaları Arasında Anlamlı Fark Var mıdır?

Yetişkinlerin sosyal ağları kullanım sürelerine göre beş faktör kişilik ölçeği puanları aritmetik ortalama ve standart sapma değerleri Tablo 1 de verilmiştir.

Tablo 1. Yetişkinlerin Sosyal Ağları Kullanım Sürelerinin Beş Faktör Kişilik Özelliklerine Göre Aritmetik Ortalama ve Standart Sapma Değerleri

Süre	1 saatten az		1-3 saat		3-5 saat		5-7 saat		7 saat ve üzeri	
Kişilik Özellikleri	\bar{X}	Ss	\bar{X}	Ss	\bar{X}	Ss	\bar{X}	Ss	\bar{X}	Ss
Yumuşak başlılık	29.26	8.00	26.95	8.10	24.48	7.16	25.84	7.03	23.78	6.68
Özdenetim	29.48	9.35	27.15	9.56	24.06	8.52	25.51	8.76	23.20	8.04
Nevrotizm	23.51	5.51	23.92	5.61	24.83	4.91	24.25	5.05	24.69	5.66
Gelişime Açıklık	30.63	7.33	30.33	7.24	29.06	6.63	29.39	7.65	28.82	7.37
Dışadönüklük	24.19	5.12	24.38	5.38	23.70	4.92	24.39	5.35	23.41	5.60

Tablo 1 incelendiğinde yumuşak başlılık kişilik özelliğinde 1 saatten az $\bar{X}=29.26$ olduğu, özdenetim kişilik özelliğinde 1 saatten az $\bar{X}=29.48$ olduğu, nevrotizm kişilik özelliğinde 3-5 saat $\bar{X}=24.83$ olduğu, gelişime açıklık kişilik özelliğinde 1 saatten az $\bar{X}=30.63$ ve dışadönüklük kişilik özelliğinde 5-7 saat $\bar{X}=24.39$ olduğu görülmektedir. Yani yumuşak

başlılık, özdenetim ve gelişime açıklık kişilik özelliklerinde en yüksek ortalamaların süre olarak "1 saatten az"ı izleyen grupta olduğu görülmektedir.

Sosyal ağ kullanım sürelerine göre beş faktör kişilik ölçeği puan ortalamalarına ilişkin tek yönlü ANOVA sonuçları Tablo 2'de yer almaktadır.

Tablo 2. Yetişkinlerin Sosyal Ağları Kullanım Sürelerinin Beş Faktör Kişilik Özelliklerine Göre ANOVA Sonuçları

		Kareler Toplamı	Df	Kareler Ortalaması	F	P
Yumuşak Başlılık	Gruplar arası	9371,271	4	2342,818	38,532	,000
	Grup içi	151700,031	2495	60,802		
	Toplam	161071,302	2499			
Özdenetim	Gruplar arası	12170,194	4	3042,549	35,965	,000
	Grup içi	211072,904	2495	84,598		
	Toplam	223243,098	2499			
Nevrotizm	Gruplar arası	587,198	4	146,799	4,938	,001
	Grup içi	74166,439	2495	29,726		
	Toplam	74753,636	2499			
Gelişime Açıklık	Gruplar arası	1061,662	4	265,416	5,078	,000
	Grup içi	130417,785	2495	52,272		
	Toplam	131479,448	2499			
Dışadönüklük	Gruplar arası	207,316	4	51,829	1,902	,107
	Grup içi	67975,418	2495	27,245		
	Toplam	68182,734	2499			

Tablo 2 incelendiğinde sosyal ağ kullanım sürelerine göre yumuşak başlılık ($F=38.532$, $p<0.5$), özdenetim ($F=35.965$, $p<0.5$), gelişime açıklık ($F=5.078$, $p<0.5$) ve nevrozizm ($F=4.938$, $p<0.5$) kişilik özellikleri için anlamlı farklılıklar bulunmuştur. Yumuşak başlılık, özdenetim, gelişime açıklık ve nevrozizm alt ölçekleri açısından sosyal ağ kullanım süreleri açısından farkın kaynağını bulmak amacıyla Tukey testi uygulanmıştır. Tukey testi sonuçlarına göre yumuşak başlılık kişilik özelliği alt ölçeği açısından; 1 saatten az ($\bar{X}=29.26$) sosyal ağ kullanım ile 1-3 saat ($\bar{X}=26.95$), 3-5 saat ($\bar{X}=24.48$), 5-7 saat ($\bar{X}=25.84$) ve 7 saat ve üzeri ($\bar{X}=23.78$) arasında 1 saatten az sosyal ağ kullanım süresi lehine istatistiksel olarak $p<.05$ düzeyinde anlamlı bir farklılık saptanmıştır. 1-3 saat ($\bar{X}=26.95$) sosyal ağ kullanım ile 3-5 saat ($\bar{X}=24.48$) ve 7 saat ve üzeri ($\bar{X}=23.78$) arasında 1-3 saat sosyal ağ kullanım süresi lehine istatistiksel olarak $p<.05$ düzeyinde anlamlı bir farklılık saptanmıştır. Özdenetim kişilik özelliği alt ölçeği açısından; 1 saatten az ($\bar{X}=29.48$) sosyal ağ kullanım ile 1-3 saat ($\bar{X}=27.15$), 3-5 saat ($\bar{X}=24.06$), 5-7 saat ($\bar{X}=25.51$) ve 7 saat ve üzeri ($\bar{X}=23.10$) arasında 1 saatten az sosyal ağ kullanım süresi lehine istatistiksel olarak $p<.005$ düzeyinde anlamlı bir farklılık saptanmıştır. 1-3 saat ($\bar{X}=27.15$) sosyal ağ kullanım ile 3-5 saat ($\bar{X}=24.06$) ve 7 saat ve üzeri ($\bar{X}=23.10$) arasında 1-3 saat sosyal ağ kullanım süresi lehine istatistiksel olarak $p<.05$ düzeyinde anlamlı bir farklılık saptanmıştır. Gelişime açıklık kişilik özelliği alt ölçeği açısından; 1 saatten az ($\bar{X}=30.63$) sosyal ağ kullanım ile 3-5 saat ($\bar{X}=29.06$) arasında 1 saatten az sosyal ağ kullanım

süresi lehine istatistiksel olarak $p < .05$ düzeyinde anlamlı bir farklılık saptanmıştır. Nevrotizm kişilik özelliği alt ölçeği açısından; 1 saatten az ($M = 23.51$) sosyal ağ kullanım ile 3-5 saat ($M = 24.83$) arasında 1 saatten az sosyal ağ kullanım süresi aleyhine istatistiksel olarak $p < .05$ düzeyinde anlamlı bir farklılık saptanmıştır.

2. Sosyal Ağları Kullanım Amaçlarına Göre Beş Faktör Kişilik Özelliği Puanları Ortalamaları Arasında Anlamlı Fark Var mıdır?

Yetişkinlerin beş faktör kişilik envanteri üzerinde yapılan MANOVA sonuçları yetişkinlerin kişilik özelliklerinin yeni arkadaşlar bulmak (Wilks Lambda=.982, $F(1, 2494) = 8.98$, $p < .05$), çevrimiçi sohbet etmek (Wilks Lambda=.731, $F(1, 2494) = 183.71$, $p < .05$), fotoğraf paylaşmak (Wilks Lambda=.926, $F(1, 2494) = 39.94$, $p < .05$), yorum yapmak (Wilks Lambda=.976, $F(1, 2494) = 12.24$, $p < .05$), bilgi edinmek (Wilks Lambda=.983, $F(1, 2494) = 8.74$, $p < .05$), video paylaşmak (Wilks Lambda=.917, $F(1, 2494) = 45.32$, $p < .05$), haber paylaşmak (Wilks Lambda=.968, $F(1, 2494) = 16.54$, $p < .05$), oyun oynamak (Wilks Lambda=.982, $F(1, 2494) = 9.39$, $p < .05$), tanıdıklarıyla iletişim kurmak (Wilks Lambda=.954, $F(1, 2494) = 24.13$, $p < .05$), arkadaşlarının ne yaptığını kontrol etmek (Wilks Lambda=.987, $F(1, 2494) = 6.38$, $p < .05$), boş zamanlarını geçirmek (Wilks Lambda=.966, $F(1, 2494) = 17.62$, $p < .05$) amaçlarına göre farklılık gösterdiğini ortaya koymaktadır. Bu bulgu yetişkinlerin beş faktör kişilik özelliğinden oluşan doğrusal bileşenden elde edilecek puanların sosyal ağ kullanma amacına bağlı olarak değiştiğini göstermektedir. Sosyal ağ kullanım amacına göre yetişkinlerin beş faktör kişilik envanteri alt ölçeklerine ilişkin ortalama ve standart sapma değerleri üzerinde yapılan tek yönlü MANOVA sonuçları tablo 3'de verilmiştir.

Tablo 3 Yetişkinlerin Sosyal Medya Kullanım Amaçlarının Beş Faktör Kişilik Özelliklerine Göre Ortalama, Standart Sapma ve MANOVA Sonuçları

Kişilik Özellikleri	Sayı	Yumuşakbaşlılık				Öz-denetim				Nevrotizm				Gelişime Açıklık				Dışadönüklük					
		N	\bar{X}	S	F	P	\bar{X}	S	F	P	\bar{X}	S	F	P	\bar{X}	S	F	P	\bar{X}	S	F	P	
Kullanım amaçları																							
Yeni Arkadaşlar Bulmak	E	284	27.01	6.67	.624	.430	27.29	7.60	.044	.834	23.85	4.68	.074	.786	31.70	6.73	14.91	.000*	25.57	5.01	24.38	.000*	
	H	2216	27.41	8.18			27.42	9.66			23.94	5.56			29.94	7.29			23.95	5.22			
Çevrimiçi Sohbet Etmek	E	1306	23.64	7.02	768.77	.000*	22.91	8.10	822.04	.000*	24.93	5.32	93.634	.000*	28.06	6.94	247.60	.000*	23.15	5.17	100.90	.000*	
	H	1194	31.43	7.01			32.32	8.30			22.85	5.41			32.42	6.89			25.21	5.06			
Fotoğraf Paylaşmak	E	970	24.89	7.32	159.53	.000*	24.38	8.74	173.68	.000*	24.60	5.34	23.964	.000*	29.05	7.19	36.436	.000*	23.73	5.12	9.859	.002*	
	H	1530	28.93	8.06			29.32	9.38			23.51	5.50			30.83	7.20			24.40	5.26			
Yorum Yapmak	E	577	25.56	7.33	38.187	.000*	25.38	8.89	34.602	.000*	24.21	5.30	1.936	.164	29.87	7.16	1.067	.302	24.26	5.20	.432	.511	
	H	1923	27.90	8.14			28.01	9.53			23.85	5.51			30.22	7.28			24.10	5.22			
Bilgi Edinmek	E	1593	27.86	8.10	17.375	.000*	28.23	9.66	34.439	.000*	23.82	5.45	1.88	.170	30.75	7.36	31.204	.000*	24.43	5.28	13.303	.000*	
	H	907	26.48	7.82			25.94	8.89			24.13	5.49			39.07	6.93			23.63	5.07			
Video Paylaşmak	E	610	23.63	6.77	187.36	.000*	22.98	7.98	189.89	.000*	24.75	5.42	18.272	.000*	28.55	7.15	39.177	.000*	23.53	5.27	10.885	.042*	
	H	1890	28.56	8.03			28.83	9.44			23.67	5.45			30.65	7.21			24.33	5.19			
Haber Paylaşmak	E	505	29.62	7.57	51.290	.000*	30.30	9.12	61.115	.000*	23.11	5.50	14.579	.000*	32.22	7.15	53.236	.000*	25.61	5.21	51.313	.000*	
	H	1995	26.79	8.04			26.67	9.39			24.14	5.44			29.61	7.18			23.77	5.16			
Oyun Oynamak	E	603	25.53	7.04	41.772	.000*	25.36	8.71	37.434	.000*	24.28	5.33	3.100	.078	29.47	7.06	6.71	.010*	23.76	5.22	4.146	.001*	
	H	1897	27.94	8.23			28.05	9.58			23.83	5.50			30.35	7.30			24.26	5.21			
Tanıdıkları ile İletişim Kurmak	E	1767	26.38	7.95	92.546	.000*	26.22	9.35	98.642	.000*	24.09	5.43	4.786	.029*	29.43	7.22	58.716	.000*	23.91	5.19	11.254	.001*	
	H	733	29.72	7.70			30.26	9.07			23.56	5.52			31.84	7.04			24.68	5.24			
Ark.Yaptığın 1 Kontrol Etmek	E	474	26.35	7.54	9.21	.002*	26.20	8.89	9.421	.002*	24.40	5.28	4.334	.037*	30.39	7.16	.676	411	24.57	5.46	3.941	.047*	
	H	2026	27.60	8.12			27.68	9.55			23.82	5.50			30.08	7.27			24.04	5.16			
Boş Zamanlarını Geçirmek	E	1102	26.04	7.70	54.593	.000*	25.53	8.86	79.735	.000*	24.24	5.29	6.33	.012*	29.61	7.29	10.316	.001*	23.89	5.22	4.564	.033*	
	H	1398	28.40	8.12			28.88	9.64			23.69	5.59			30.55	7.19			24.34	5.21			

Tablo 3 incelendiğinde yetişkinlerin yeni arkadaşlar bulmak amacına ilişkin tercihleri, gelişime açıklık ($F= 14.914$, $p<0.5$) ve dışadönüklük ($F= 24.383$, $p<0.5$) alt ölçeği puanları aritmetik ortalamalarına göre anlamlı farklılık göstermektedir. Çevrimiçi sohbet etmek amacına ilişkin tercihleri yumuşak başlılık ($F=768.777$, $p<0.5$), özdenetim ($F=822.043$, $p<0.5$), nevrotizim ($F=93.634$, $p<0.5$), gelişime açıklık ($F=247.608$, $p<0.5$) ve dışadönüklük ($F= 100.909$, $p<0.5$) alt ölçeği puanları aritmetik ortalamalarına göre anlamlı farklılık göstermektedir. Fotoğraf paylaşmak amacına ilişkin tercihleri yumuşak başlılık ($F= 159.536$, $p<0.5$), özdenetim ($F=173.685$, $p<0.5$), nevrotizim ($F=23.964$, $p<0.5$), gelişime açıklık ($F= 36.436$, $p<0.5$) ve dışadönüklük ($F= 9.859$, $p<0.5$) alt ölçeği puanları aritmetik ortalamalarına göre anlamlı farklılık göstermektedir. Yorum yapmak amacına ilişkin tercihleri yumuşak başlılık ($F= 38.187$, $p<0.5$) ve özdenetim ($F= 34.602$, $p<0.5$) alt ölçeği puanları aritmetik ortalamalarına göre anlamlı farklılık göstermektedir. Bilgi edinmek amacına ilişkin tercihleri yumuşak başlılık ($F= 17.375$, $p<0.5$), özdenetim ($F= 34.439$, $p<0.5$), gelişime açıklık ($F= 31.204$, $p<0.5$) ve dışadönüklük ($F= 13.303$, $p<0.5$) alt ölçeği puanları aritmetik ortalamalarına göre anlamlı farklılık göstermektedir. Video paylaşmak amacına ilişkin tercihleri yumuşak başlılık ($F= 187.361$, $p<0.5$), özdenetim ($F= 189.895$, $p<0.5$), nevrotizim ($F= 18.272$, $p<0.5$), gelişime açıklık ($F= 39.177$, $p<0.5$) ve dışadönüklük ($F= 10.885$, $p<0.5$) alt ölçeği puanları aritmetik ortalamalarına göre anlamlı farklılık göstermektedir. Haber paylaşmak amacına ilişkin tercihleri yumuşak başlılık ($F= 51.290$, $p<0.5$), özdenetim ($F= 61.115$, $p<0.5$), nevrotizim ($F= 14.579$, $p<0.5$), gelişime açıklık ($F= 53.236$, $p<0.5$) ve dışadönüklük ($F= 51.313$, $p<0.5$) alt ölçeği puanları aritmetik ortalamalarına göre anlamlı farklılık göstermektedir. Oyun oynamak amacına ilişkin tercihleri yumuşak başlılık ($F= 41.772$, $p<0.5$), özdenetim ($F= 37.434$, $p<0.5$), gelişime açıklık ($F= 6.71$, $p<0.5$) ve dışadönüklük ($F= 4.146$, $p<0.5$) alt ölçeği puanları aritmetik ortalamalarına göre anlamlı farklılık göstermektedir. Tanıdıkları ile iletişim kurmak amacına ilişkin tercihleri yumuşak başlılık ($F= 92.546$, $p<0.5$), özdenetim ($F= 98.642$, $p<0.5$), nevrotizim ($F= 4.786$, $p<0.5$), gelişime açıklık ($F= 58.716$, $p<0.5$) ve dışadönüklük ($F= 11.254$, $p<0.5$) alt ölçeği puanları aritmetik ortalamalarına göre anlamlı farklılık göstermektedir. Arkadaşlarının ne yaptığını kontrol etmek amacına ilişkin tercihleri yumuşak başlılık ($F= 9.21$, $p<0.5$), özdenetim ($F= 9.421$, $p<0.5$), nevrotizim ($F= 4.334$, $p<0.5$) ve dışadönüklük ($F= 3.941$, $p<0.5$) alt ölçeği puanları aritmetik ortalamalarına göre anlamlı farklılık göstermektedir. Boş zamanlarını geçirmek amacına ilişkin tercihleri yumuşak başlılık ($F= 54.593$, $p<0.5$), özdenetim ($F= 79.735$, $p<0.5$), nevrotizim ($F= 6.33$, $p<0.5$), gelişime açıklık ($F= 10.316$, $p<0.5$) ve dışadönüklük ($F= 4.564$, $p<0.5$) alt ölçeği puanları aritmetik ortalamalarına göre anlamlı farklılık göstermektedir. ,

Yetişkinlerin sosyal ağları kullanım amaçlarının yetişkinin beş faktör kişilik ölçeği puanlarına göre aralarında oluşan farkın kaynağına bakıldığında yeni arkadaşlar bulmak amacı için sosyal ağ kullananların gelişime açıklık alt ölçeği puanları ortalaması ($\bar{X}=31.70$), kullanmayanlara göre ($\bar{X}=29.94$) daha yüksektir. Yeni arkadaşlar bulmak amacı için sosyal ağ kullananların dışadönüklük alt ölçeği puan ortalaması ($\bar{X}=25.57$), kullanmayanlara göre ($\bar{X}=23.95$) daha yüksektir.

Çevrimiçi sohbet etmek amacı için sosyal ağ kullananların yumuşak başlılık alt ölçeği puanları ortalaması ($\bar{X}=23.64$), kullanmayanlara göre ($\bar{X}=31.43$) daha düşüktür. Çevrimiçi sohbet etmek amacı için sosyal ağ kullananların özdenetim alt ölçeği puanları ortalaması ($\bar{X}=22.91$), kullanmayanlara göre ($\bar{X}=32.32$) daha düşüktür. Çevrimiçi sohbet etmek amacı için sosyal ağ kullananların nevrotizim alt ölçeği puanları ortalaması ($\bar{X}=24.93$), kullanmayanlara göre ($\bar{X}=22.85$) daha yüksektir. Çevrimiçi sohbet etmek amacı için sosyal ağ kullananların gelişime açıklık alt ölçeği puanları ortalaması ($\bar{X}=28.06$), kullanmayanlara göre ($\bar{X}=32.42$) daha düşüktür. Çevrimiçi sohbet etmek amacı için sosyal ağ kullananların dışadönüklük alt ölçeği puanları ortalaması ($\bar{X}=23.15$), kullanmayanlara göre ($\bar{X}=25.21$) daha düşüktür.

Fotoğraf paylaşmak amacı için sosyal ağ kullananların yumuşak başlılık alt ölçeği puanları ortalaması (\bar{X} =24.89), kullanmayanlara göre (\bar{X} =28.93) daha düşüktür. Fotoğraf paylaşmak amacı için sosyal ağ kullananların özdenetim alt ölçeği puanları ortalaması (\bar{X} =24.38), kullanmayanlara göre (\bar{X} =29.32) daha düşüktür. Fotoğraf paylaşmak amacı için sosyal ağ kullananların nevrozizm alt ölçeği puanları ortalaması (\bar{X} =24.60), kullanmayanlara göre (\bar{X} =23.51) daha yüksektir. Fotoğraf paylaşmak amacı için sosyal ağ kullananların gelişime açıklık alt ölçeği puanları ortalaması (\bar{X} =29.05), kullanmayanlara göre (\bar{X} =30.83) daha düşüktür. Fotoğraf paylaşmak amacı için sosyal ağ kullananların dışadönüklük alt ölçeği puanları ortalaması (\bar{X} =23.73), kullanmayanlara göre (\bar{X} =24.40) daha düşüktür.

Yorum yapmak amacı için sosyal ağ kullananların yumuşak başlılık alt ölçeği puanları ortalaması (\bar{X} =25.56), kullanmayanlara göre (\bar{X} =27.90) daha düşüktür. Yorum yapmak amacı için sosyal ağ kullananların özdenetim alt ölçeği puanları ortalaması (\bar{X} =25.38), kullanmayanlara göre (\bar{X} =28.01) daha düşüktür.

Bilgi edinmek amacı için sosyal ağ kullananların yumuşak başlılık alt ölçeği puanları ortalaması (\bar{X} =27.86), kullanmayanlara göre (\bar{X} =26.48) daha yüksektir. Bilgi edinmek amacı için sosyal ağ kullananların özdenetim alt ölçeği puanları ortalaması (\bar{X} =28.23), kullanmayanlara göre (\bar{X} =25.94) daha yüksektir. Bilgi edinmek amacı için sosyal ağ kullananların gelişime açıklık alt ölçeği puanları ortalaması (\bar{X} =30.75), kullanmayanlara göre (\bar{X} =29.07) daha yüksektir. Bilgi edinmek amacı için sosyal ağ kullananların dışadönüklük alt ölçeği puanları ortalaması (\bar{X} =24.43), kullanmayanlara göre (\bar{X} =23.63) daha yüksektir.

Video paylaşmak amacı için sosyal ağ kullananların yumuşak başlılık alt ölçeği puanları ortalaması (\bar{X} =23.63), kullanmayanlara göre (\bar{X} =28.56) daha düşüktür. Video paylaşmak amacı için sosyal ağ kullananların özdenetim alt ölçeği puanları ortalaması (\bar{X} =22.98), kullanmayanlara göre (\bar{X} =28.83) daha düşüktür. Video paylaşmak amacı için sosyal ağ kullananların nevrozizm alt ölçeği puanları ortalaması (\bar{X} =24.75), kullanmayanlara göre (\bar{X} =23.67) daha yüksektir. Video paylaşmak amacı için sosyal ağ kullananların gelişime açıklık alt ölçeği puanları ortalaması (\bar{X} =28.55), kullanmayanlara göre (\bar{X} =30.65) daha düşüktür. Video paylaşmak amacı için sosyal ağ kullananların dışadönüklük alt ölçeği puanları ortalaması (\bar{X} =23.53), kullanmayanlara göre (\bar{X} =24.33) daha düşüktür.

Haber paylaşmak amacı için sosyal ağ kullananların yumuşak başlılık alt ölçeği puanları ortalaması (\bar{X} =29.62), kullanmayanlara göre (\bar{X} =26.79) daha yüksektir. Haber paylaşmak amacı için sosyal ağ kullananların özdenetim alt ölçeği puanları ortalaması (\bar{X} =30.30), kullanmayanlara göre (\bar{X} =26.67) daha yüksektir. Haber paylaşmak amacı için sosyal ağ kullananların nevrozizm alt ölçeği puanları ortalaması (\bar{X} =23.11), kullanmayanlara göre (\bar{X} =24.14) daha düşüktür. Haber paylaşmak amacı için sosyal ağ kullananların gelişime açıklık alt ölçeği puanları ortalaması (\bar{X} =32.22), kullanmayanlara göre (\bar{X} =29.61) daha yüksektir. Haber paylaşmak amacı için sosyal ağ kullananların dışadönüklük alt ölçeği puanları ortalaması (\bar{X} =25.61), kullanmayanlara göre (\bar{X} =23.77) daha yüksektir.

Oyun oynamak amacı için sosyal ağ kullananların yumuşak başlılık alt ölçeği puanları ortalaması (\bar{X} =25.53), kullanmayanlara göre (\bar{X} =27.94) daha düşüktür. Oyun oynamak amacı için sosyal ağ kullananların özdenetim alt ölçeği puanları ortalaması (\bar{X} =25.36), kullanmayanlara göre (\bar{X} =28.05) daha düşüktür. Oyun oynamak amacı için sosyal ağ kullananların gelişime açıklık alt ölçeği puanları ortalaması (\bar{X} =29.47), kullanmayanlara göre (\bar{X} =30.35) daha düşüktür. Oyun oynamak amacı için sosyal ağ kullananların dışadönüklük alt ölçeği puanları ortalaması (\bar{X} =23.76), kullanmayanlara göre (\bar{X} =24.26) daha düşüktür.

Tanıdıkları ile iletişim kurmak amacı için sosyal ağ kullananların yumuşak başlılık alt ölçeği puanları ortalaması (\bar{X} =26.38), kullanmayanlara göre (\bar{X} =29.72) daha düşüktür. Tanıdıkları ile iletişim kurmak amacı için sosyal ağ kullananların özdenetim alt ölçeği puanları ortalaması (\bar{X} =26.22), kullanmayanlara göre (\bar{X} =30.26) daha düşüktür. Tanıdıkları ile iletişim kurmak amacı için sosyal ağ kullananların nevrozizm alt ölçeği puanları ortalaması (\bar{X} =24.09), kullanmayanlara göre (\bar{X} =23.56) daha yüksektir. Tanıdıkları ile iletişim kurmak amacı için sosyal ağ kullananların gelişime açıklık alt ölçeği puanları ortalaması (\bar{X} =29.43), kullanmayanlara göre (\bar{X} =31.84) daha düşüktür. Tanıdıkları ile iletişim kurmak amacı için sosyal ağ kullananların dışadönüklük alt ölçeği puanları ortalaması (\bar{X} =23.91), kullanmayanlara göre (\bar{X} =24.68) daha düşüktür.

Arkadaşlarının ne yaptığını kontrol etmek amacı için sosyal ağ kullananların yumuşak başlılık alt ölçeği puanları ortalaması (\bar{X} =26.35), kullanmayanlara göre (\bar{X} =27.60) daha düşüktür. Arkadaşlarının ne yaptığını kontrol etmek amacı için sosyal ağ kullananların özdenetim alt ölçeği puanları ortalaması (\bar{X} =26.20), kullanmayanlara göre (\bar{X} =27.68) daha düşüktür. Arkadaşlarının ne yaptığını kontrol etmek amacı için sosyal ağ kullananların nevrozizm alt ölçeği puanları ortalaması (\bar{X} =24.40), kullanmayanlara göre (\bar{X} =23.82) daha yüksektir. Arkadaşlarının ne yaptığını kontrol etmek amacı için sosyal ağ kullananların dışadönüklük alt ölçeği puanları ortalaması (\bar{X} =24.57), kullanmayanlara göre (\bar{X} =24.04) daha yüksektir.

Boş zamanlarını geçirmek amacı için sosyal ağ kullananların yumuşak başlılık alt ölçeği puanları ortalaması (\bar{X} =26.04), kullanmayanlara göre (\bar{X} =28.40) daha düşüktür. Boş zamanlarını geçirmek amacı için sosyal ağ kullananların özdenetim alt ölçeği puanları ortalaması (\bar{X} =25.53), kullanmayanlara göre (\bar{X} =28.88) daha düşüktür. Boş zamanlarını geçirmek amacı için sosyal ağ kullananların nevrozizm alt ölçeği puanları ortalaması (\bar{X} =24.24), kullanmayanlara göre (\bar{X} =23.69) daha yüksektir. Boş zamanlarını geçirmek amacı için sosyal ağ kullananların gelişime açıklık alt ölçeği puanları ortalaması (\bar{X} =29.61), kullanmayanlara göre (\bar{X} =30.55) daha düşüktür. Boş zamanlarını geçirmek amacı için sosyal ağ kullananların dışadönüklük alt ölçeği puanları ortalaması (\bar{X} =23.89), kullanmayanlara göre (\bar{X} =24.34) daha düşüktür.

3. Kullanılan Sosyal Medya Hesaplarına Göre Beş Faktör Kişilik Özelliği Puanları Ortalamaları Arasında Anlamlı Fark Var mıdır?

Yetişkinlere uygulanan beş faktör kişilik envanteri üzerinde yapılan MANOVA sonuçları yetişkinlerin kişilik özelliklerinin Facebook (Wilks Lambda=.992, $F(1, 2494)= 4.15, p<.05$), Twitter (Wilks Lambda=.976, $F(1, 2494)= 12.15, p<.05$), Google+ (Wilks Lambda=.962, $F(1, 2494)= 19.74, p<.05$), Youtube (Wilks Lambda=.973, $F(1, 2494)= 14.09, p<.05$), Instagram (Wilks Lambda=.984, $F(1, 2494)= 7.98, p<.05$), Swarm (Wilks Lambda=.975, $F(1, 2494)= 12.67, p<.05$), Vine (Wilks Lambda=.868, $F(1, 2494)= 76.14, p<.05$), Blogspot (Wilks Lambda=.942, $F(1, 2494)= 30.57, p<.05$), Tumblr (Wilks Lambda=.969, $F(1, 2494)= 15.89, p<.05$), Pinterest (Wilks Lambda=.962, $F(1, 2494)= 19.86, p<.05$), Skype (Wilks Lambda=.990, $F(1, 2494)= 4.87, p<.05$), Whatsapp (Wilks Lambda=.989, $F(1, 2494)= 5.43, p<.05$) hesaplarının beş faktör kişilik ölçeğine farklılık gösterdiğini ortaya koymaktadır. Bu bulgu yetişkinin beş faktör kişilik özelliğinden oluşan doğrusal bileşenden elde edilecek puanların sosyal ağ hesaplarına bağlı olarak değiştiğini göstermektedir. Sosyal ağ hesaplarına göre yetişkinin beş faktör kişilik envanteri alt ölçeklerine ilişkin ortalama ve standart sapma değerleri üzerinde yapılan tek yönlü MANOVA sonuçları tablo 4'de verilmiştir.

Tablo 4

Yetişkinlerin Kullandıkları Sosyal Medya Hesaplarının Beş Faktör Kişilik Özelliklerine Göre Ortalama, Standart Sapma ve MANOVA Sonuçları

Kişilik Özellikleri	Sayı	Yumuşakbaşlılık				Öz-denetim				Nevrotizm				Gelişime Açıklık				Dışadönüklük				
		n	\bar{X}	S	F	P	\bar{X}	S	F	P	\bar{X}	S	F	P	\bar{X}	S	F	P	\bar{X}	S	F	P
Facebook	E	2173	27.10	8.02	17.2	.000*	27.14	9.47	13.135	.000*	23.99	5.43	1.502	.221	30.09	7.25	.825	.364	24.11	5.19	.515	.473
	H	327	29.07	7.87			29.16	9.10			23.59	5.71			30.48	7.22			24.33	5.43		
Twitter	E	581	25.80	7.59	28.7	.000*	25.81	8.81	21.659	.000*	24.14	5.03	1.071	.301	30.48	7.31	1.715	.190	24.28	5.48	.591	.442
	H	1919	27.83	8.09			27.88	9.58			23.87	5.59			30.03	7.23			24.09	5.14		
Google +	E	723	29.50	7.74	74.4	.000*	30.08	9.17	84.652	.000*	24.46	5.58	7.752	.005*	31.91	7.13	62.493	.000*	25.04	5.42	30.532	.000*
	H	1777	26.49	7.98			26.31	9.34			24.13	5.41			29.42	7.17			23.77	5.09		
Youtube	E	1029	26.06	8.02	46.3	.000*	25.96	9.42	41.328	.000*	24.35	5.46	10.150	.001*	30.00	7.27	.685	.408	24.14	5.37	.000	.990
	H	1471	28.27	7.90			28.41	9.34			23.64	5.45			30.24	7.23			24.14	5.11		
Instagram	E	873	26.87	7.79	4.99	.025*	26.79	5.32	5.582	.018*	24.16	5.40	2.225	.136	30.66	7.39	7.054	.008*	24.52	5.28	7.344	.007*
	H	1627	27.62	8.13			27.73	9.50			23.81	5.50			29.86	7.16			23.93	5.18		
Foursquare	E	274	24.35	6.78	43.9	.000*	23.72	8.17	47.425	.000*	24.62	5.33	4.839	.028*	29.33	7.04	3.787	.052	23.97	5.16	.321	.571
	H	2226	27.73	8.09			27.85	9.50			23.85	5.48			30.24	7.27			24.16	5.23		
Vine	E	525	22.08	5.89	324.	.000*	21.03	6.76	343.21	.000*	25.11	5.39	30.863	.000*	27.23	6.58	111.79	.000*	22.79	4.96	44.842	.000*
	H	1975	28.76	7.93			29.09	9.34			23.62	5.44			30.91	7.22			24.50	5.23		
Blogspot	E	249	22.08	5.97	125.	.000*	21.14	7.17	127.69	.000*	24.87	5.21	8.065	.005*	27.75	6.95	30.444	.000*	23.28	5.41	7.482	.006*
	H	2251	27.94	8.01			28.09	9.41			23.83	5.48			30.40	7.23			24.23	5.19		
Tumblr	E	204	23.38	6.06	55.8	.000*	22.14	7.51	70.832	.000*	24.83	5.44	5.954	.015*	27.55	6.97	28.627	.000*	23.44	5.22	4.017	.045*
	H	2296	27.71	8.08			27.87	9.46			23.85	5.46			30.37	7.23			24.23	5.22		
Pinterest	E	239	22.97	6.43	81.7	.000*	22.05	7.77	87.815	.000*	24.81	5.69	6.747	.009*	27.87	7.14	26.025	.000*	23.28	5.27	7.089	.008*
	H	2261	27.82	8.04			27.97	9.43			23.84	5.43			30.38	7.22			24.23	5.21		
Skype	E	308	25.91	7.38	11.5	.001*	25.85	8.73	9.550	.002*	24.12	5.26	.400	.527	30.39	7.52	.426	.514	24.32	5.54	.439	.508
	H	2192	27.56	8.09			27.62	9.52			23.91	5.49			30.10	7.21			24.11	5.17		
Whatsapp	E	2121	27.09	8.09	15.5	.000*	27.08	9.48	16.147	.000*	24.02	5.49	3.478	.062	30.05	7.25	2.216	.137	24.17	5.29	.486	.486
	H	379	28.85	7.46			29.19	9.05			23.45	5.28			30.65	7.21			23.97	4.78		

Tablo 4 incelendiğinde yetişkinlerin Facebook kullanımına ilişkin tercihleri, yetişkinin yumuşak başlılık ($F= 17.211$, $p<0.5$) ve özdenetim ($F= 13.135$, $p<0.5$) alt ölçeği puanları aritmetik ortalamalarına göre anlamlı farklılık göstermektedir. Twitter kullanımına ilişkin tercihleri, yumuşak başlılık ($F= 28.742$, $p<0.5$) ve özdenetim ($F= 21.659$, $p<0.5$) alt ölçeği puanları aritmetik ortalamalarına göre anlamlı farklılık göstermektedir. Google+ kullanımına ilişkin tercihleri, yumuşak başlılık ($F= 74.496$, $p<0.5$), özdenetim ($F= 84.652$, $p<0.5$), nevrotizm ($F= 7.752$, $p<0.5$), gelişime açıklık ($F= 62.493$, $p<0.5$) ve dışadönüklük ($F= 30.532$, $p<0.5$) alt ölçeği puanları aritmetik ortalamalarına göre anlamlı farklılık göstermektedir. Youtube kullanımına ilişkin tercihleri, yumuşak başlılık ($F= 46.386$, $p<0.5$), özdenetim ($F= 41.328$, $p<0.5$) ve nevrotizm ($F= 10.150$, $p<0.5$) alt ölçeği puanları aritmetik ortalamalarına göre anlamlı farklılık göstermektedir. Instagram kullanımına ilişkin tercihleri, yumuşak başlılık ($F= 4.998$, $p<0.5$), özdenetim ($F= 5.582$, $p<0.5$), gelişime açıklık ($F= 7.054$, $p<0.5$) ve dışadönüklük ($F= 7.344$, $p<0.5$) alt ölçeği puanları aritmetik ortalamalarına göre anlamlı farklılık göstermektedir. Swarm kullanımına ilişkin tercihleri, yumuşak başlılık ($F= 43.915$, $p<0.5$), özdenetim ($F= 47.425$, $p<0.5$) ve nevrotizm ($F= 4.839$, $p<0.5$) alt ölçeği puanları aritmetik ortalamalarına göre anlamlı farklılık göstermektedir. Vine kullanımına ilişkin tercihleri, yumuşak başlılık ($F= 324.278$, $p<0.5$), özdenetim ($F= 343.215$, $p<0.5$), nevrotizm ($F= 30.863$, $p<0.5$), gelişime açıklık ($F= 111.797$, $p<0.5$) ve dışadönüklük ($F= 44.842$, $p<0.5$) alt ölçeği puanları aritmetik ortalamalarına göre anlamlı farklılık göstermektedir. Blogspot kullanımına ilişkin tercihleri, yumuşak başlılık ($F= 125.800$, $p<0.5$), özdenetim ($F= 127.699$, $p<0.5$), nevrotizm ($F= 8.065$, $p<0.5$), gelişime açıklık ($F= 30.444$, $p<0.5$) ve dışadönüklük ($F= 7.482$, $p<0.5$) alt ölçeği puanları aritmetik ortalamalarına göre anlamlı farklılık göstermektedir. Tumblr kullanımına ilişkin tercihleri, yumuşak başlılık ($F= 55.857$, $p<0.5$), özdenetim ($F= 70.832$, $p<0.5$), nevrotizm ($F= 5.954$, $p<0.5$), gelişime açıklık ($F= 28.627$, $p<0.5$) ve dışadönüklük ($F= 4.017$, $p<0.5$) alt ölçeği puanları aritmetik ortalamalarına göre anlamlı farklılık göstermektedir. Pinterest kullanımına ilişkin tercihleri, yumuşak başlılık ($F= 81.720$, $p<0.5$), özdenetim ($F= 87.815$, $p<0.5$), nevrotizm ($F= 6.747$, $p<0.5$), gelişime açıklık ($F= 26.025$, $p<0.5$) ve dışadönüklük ($F= 7.089$, $p<0.5$) alt ölçeği puanları aritmetik ortalamalarına göre anlamlı farklılık göstermektedir. Skype kullanımına ilişkin tercihleri, yumuşak başlılık ($F= 11.546$, $p<0.5$) ve özdenetim ($F= 9.550$, $p<0.5$) alt ölçeği puanları aritmetik ortalamalarına göre anlamlı farklılık göstermektedir. Whatsapp kullanımına ilişkin tercihleri, yumuşak başlılık ($F= 15.533$, $p<0.5$) ve özdenetim ($F= 16.147$, $p<0.5$) alt ölçeği puanları aritmetik ortalamalarına göre anlamlı farklılık göstermektedir.

Yetişkinlerin kullandıkları sosyal ağ hesaplarının beş faktör kişilik ölçeği puanlarına göre aralarında oluşan farkın kaynağına bakıldığında Facebook kullananların yumuşak başlılık alt ölçeği puanları ortalaması ($\bar{X}=27.10$), kullanmayanlara göre ($\bar{X}=29.07$) daha düşüktür. Facebook kullananların özdenetim alt ölçeği puanları ortalaması ($\bar{X}=27.14$), kullanmayanlara göre ($\bar{X}=29.16$) daha düşüktür.

Twitter kullananların yumuşak başlılık alt ölçeği puanları ortalaması ($\bar{X}=25.80$), kullanmayanlara göre ($\bar{X}=27.83$) daha düşüktür. Twitter kullananların özdenetim alt ölçeği puanları ortalaması ($\bar{X}=25.81$), kullanmayanlara göre ($\bar{X}=27.88$) daha düşüktür.

Google+ kullananların yumuşak başlılık alt ölçeği puanları ortalaması ($\bar{X}=29.50$), kullanmayanlara göre ($\bar{X}=26.49$) daha yüksektir. Google+ kullananların özdenetim alt ölçeği puanları ortalaması ($\bar{X}=30.08$), kullanmayanlara göre ($\bar{X}=26.31$) daha yüksektir. Google+ kullananların nevrotizm alt ölçeği puanları ortalaması ($\bar{X}=23.46$), kullanmayanlara göre ($\bar{X}=24.13$) daha düşüktür. Google+ kullananların gelişime açıklık alt ölçeği puanları ortalaması ($\bar{X}=31.91$), kullanmayanlara göre ($\bar{X}=29.42$) daha yüksektir. Google+ kullananların dışadönüklük alt ölçeği puanları ortalaması ($\bar{X}=25.04$), kullanmayanlara göre ($\bar{X}=23.77$) daha yüksektir.

Youtube kullananların yumuşak başlılık alt ölçeği puanları ortalaması ($\bar{X}=26.06$), kullanmayanlara göre ($\bar{X}=28.27$) daha düşüktür. Youtube kullananların özdenetim alt ölçeği puanları

ortalaması ($\bar{X}=25.96$), kullanmayanlara göre ($\bar{X}=28.41$) daha düşüktür. Youtube kullananların nevrozizm alt ölçeği puanları ortalaması ($\bar{X}=24.35$), kullanmayanlara göre ($\bar{X}=23.64$) daha yüksektir.

Instagram kullananların yumuşak başlılık alt ölçeği puanları ortalaması ($\bar{X}=26.87$), kullanmayanlara göre ($\bar{X}=27.62$) daha düşüktür. Instagram kullananların özdenetim alt ölçeği puanları ortalaması ($\bar{X}=26.79$), kullanmayanlara göre ($\bar{X}=27.73$) daha düşüktür. Instagram kullananların gelişime açıklık alt ölçeği puanları ortalaması ($\bar{X}=30.66$), kullanmayanlara göre ($\bar{X}=29.86$) daha yüksektir. Instagram kullananların dışadönüklük alt ölçeği puanları ortalaması ($\bar{X}=24.52$), kullanmayanlara göre ($\bar{X}=23.93$) daha yüksektir.

Swarm kullananların yumuşak başlılık alt ölçeği puanları ortalaması ($\bar{X}=24.35$), kullanmayanlara göre ($\bar{X}=27.73$) daha düşüktür. Swarm kullananların özdenetim alt ölçeği puanları ortalaması ($\bar{X}=23.72$), kullanmayanlara göre ($\bar{X}=27.85$) daha düşüktür. Swarm kullananların nevrozizm alt ölçeği puanları ortalaması ($\bar{X}=24.62$), kullanmayanlara göre ($\bar{X}=23.85$) daha düşüktür.

Vine kullananların yumuşak başlılık alt ölçeği puanları ortalaması ($\bar{X}=22.08$), kullanmayanlara göre ($\bar{X}=28.76$) daha düşüktür. Vine kullananların özdenetim alt ölçeği puanları ortalaması ($\bar{X}=21.03$), kullanmayanlara göre ($\bar{X}=29.09$) daha düşüktür. Vine kullananların nevrozizm alt ölçeği puanları ortalaması ($\bar{X}=25.11$), kullanmayanlara göre ($\bar{X}=23.62$) daha düşüktür. Vine kullananların gelişime açıklık alt ölçeği puanları ortalaması ($\bar{X}=27.73$), kullanmayanlara göre ($\bar{X}=30.91$) daha düşüktür. Vine kullananların dışadönüklük alt ölçeği puanları ortalaması ($\bar{X}=22.79$), kullanmayanlara göre ($\bar{X}=24.50$) daha düşüktür.

Blogspot kullananların yumuşak başlılık alt ölçeği puanları ortalaması ($\bar{X}=22.08$), kullanmayanlara göre ($\bar{X}=27.94$) daha düşüktür. Blogspot kullananların özdenetim alt ölçeği puanları ortalaması ($\bar{X}=21.14$), kullanmayanlara göre ($\bar{X}=28.09$) daha düşüktür. Blogspot kullananların nevrozizm alt ölçeği puanları ortalaması ($\bar{X}=24.87$), kullanmayanlara göre ($\bar{X}=23.83$) daha yüksektir. Blogspot kullananların gelişime açıklık alt ölçeği puanları ortalaması ($\bar{X}=27.75$), kullanmayanlara göre ($\bar{X}=30.40$) daha düşüktür. Blogspot kullananların dışadönüklük alt ölçeği puanları ortalaması ($\bar{X}=23.28$), kullanmayanlara göre ($\bar{X}=24.23$) daha düşüktür.

Tumblr kullananların yumuşak başlılık alt ölçeği puanları ortalaması ($\bar{X}=23.38$), kullanmayanlara göre ($\bar{X}=27.71$) daha yüksektir. Tumblr kullananların özdenetim alt ölçeği puanları ortalaması ($\bar{X}=22.14$), kullanmayanlara göre ($\bar{X}=27.87$) daha düşüktür. Tumblr kullananların nevrozizm alt ölçeği puanları ortalaması ($\bar{X}=24.83$), kullanmayanlara göre ($\bar{X}=23.85$) daha yüksektir. Tumblr kullananların gelişime açıklık alt ölçeği puanları ortalaması ($\bar{X}=27.55$), kullanmayanlara göre ($\bar{X}=30.37$) daha düşüktür. Tumblr kullananların dışadönüklük alt ölçeği puanları ortalaması ($\bar{X}=23.44$), kullanmayanlara göre ($\bar{X}=24.20$) daha düşüktür.

Pinterest kullananların yumuşak başlılık alt ölçeği puanları ortalaması ($\bar{X}=22.97$), kullanmayanlara göre ($\bar{X}=27.82$) daha düşüktür. Pinterest kullananların özdenetim alt ölçeği puanları ortalaması ($\bar{X}=22.05$), kullanmayanlara göre ($\bar{X}=27.97$) daha düşüktür. Pinterest kullananların nevrozizm alt ölçeği puanları ortalaması ($\bar{X}=24.81$), kullanmayanlara göre ($\bar{X}=23.84$) daha yüksektir. Pinterest kullananların gelişime açıklık alt ölçeği puanları ortalaması ($\bar{X}=27.87$), kullanmayanlara göre ($\bar{X}=30.38$) daha düşüktür. Pinterest kullananların dışadönüklük alt ölçeği puanları ortalaması ($\bar{X}=23.28$), kullanmayanlara göre ($\bar{X}=24.23$) daha düşüktür.

Skype kullananların yumuşak başlılık alt ölçeği puanları ortalaması ($\bar{X}=25.91$), kullanmayanlara göre ($\bar{X}=27.56$) daha düşüktür. Skype kullananların özdenetim alt ölçeği puanları ortalaması ($\bar{X}=25.85$), kullanmayanlara göre ($\bar{X}=27.62$) daha düşüktür.

Whatsapp kullananların yumuşak başlılık alt ölçeği puanları ortalaması ($\bar{X}=27.09$), kullanmayanlara göre ($\bar{X}=28.85$) daha düşüktür. Whatsapp kullananların özdenetim alt ölçeği puanları ortalaması ($\bar{X}=27.08$), kullanmayanlara göre ($\bar{X}=29.19$) daha düşüktür.

TARTIŞMA VE YORUM

Bu bölümde yetişkinlerin sosyal ağları kullanımı ile beş faktör kişilik özelliklerinin ilişkisinin incelendiği bu araştırmadan elde edilen bulgulara ilişkin tartışma ve yorumlar alt amaçlar doğrultusunda sunulmuştur.

Sosyal Ağ Kullanım Sürelerine Göre Beş Faktör Kişilik Özelliği Puanları Ortalamaları Arasında Anlamlı Bir Fark Olup Olmadığına İlişkin Tartışma ve Yorum

Yetişkinlerin sosyal ağ kullanım sürelerine göre beş faktör kişilik özelliği puanları ortalamaları arasında anlamlı bir fark olup olmadığına bakıldığında; bazı kişilik özellikleri ile sosyal ağ kullanım süreleri arasında anlamlı farklılıklar bulunmuştur.

Bu araştırmanın sonucunda, sosyal ağ kullanım saatlerine göre beş faktör kişilik özelliklerinin yumuşak başlılık, özdenetim, gelişime açıklık ve nevrotizim alt boyutları arasında anlamlı farklılık bulunurken, dışadönüklük alt boyutu arasında fark bulunmamıştır. Sosyal ağ kullanım saatlerine göre beş faktör kişilik özelliklerinden gelişime açıklık alt boyutu arasında anlamlı farklılık bulunmuştur. Gelişime açıklık düzeyi yükseldikçe sosyal ağ kullanım süresi azalmaktadır. Johnson ve Ostendorf (1993) gelişime açıklık kişilik boyutunu ilgi alanları geniş, meraklı, kültürlü, yenilikçi gibi tanımlamalarla tarif ederken Burger da (2006) gelişime açıklığı deneyimlere açık olmak ve yeni görüşleri kabul etme isteğine sahip olmak anlamında olduğunu belirtmiştir. Bu araştırmacıların tanımlamalarından yola çıkarak, gelişime açık kişilerin gerçek sosyal dünyaya göre görece daha pasif konuma sahip olan sanal ortamı ve bu ortamın sağladığı sosyal ağları tercih etmekten mümkün olduğu ölçüde kaçındıkları görülmektedir. Çünkü gelişime açık kişiler sanal ortamlar yerine yeni deneyimler kazanabilmelerine, birebir ilişkilerle çok çeşitli görüşler edinip bunları harmanlayabilmelerine imkân verme potansiyeli daha yüksek olan gerçek sosyal ortamları daha yoğun olarak tercih etmekte olabilirler. Bundan dolayı gelişime açıklık düzeyi yükseldikçe sosyal ağ kullanım süresinin azaldığı söylenebilir. Ancak, bu çalışmanın tam tersine Dal ve Dal (2014) 15-24 yaş aralığında yer alan ve aktif olarak sosyal ağ sitelerini kullanan üniversite öğrencilerinin gelişime açıklık kişilik özelliğine ilişkin ortalama puanları arttıkça sosyal ağ sitelerinde geçirdikleri ortalama sürelerinin arttığını belirtmişlerdir. Correa, Hinsley ve Züniga'da (2010) sosyal medya kullanımı ile gelişime açıklık arasında pozitif bir ilişki olduğunu ortaya koymuşlardır.

Sosyal ağ kullanım saatlerine göre beş faktör kişilik özelliklerinden nevrotizim alt boyutu arasında anlamlı farklılık bulunmuştur. Sosyal ağlarda daha fazla vakit geçiren yetişkinlerin nevrotizim kişilik özelliğinin daha yüksek olduğu görülmektedir. Sosyal ağlardaki iletişim blogları kimi zaman sosyal ağ sahibine olumsuzluk olarak geri dönebilir. Çünkü bireyin sanal ortamdaki arkadaşlarının kişiye olumlu geribildirimler vermesi yanında olumsuz geribildirimler vermesi ve sert eleştiriler yapması (kişinin eklediği fotoğrafları beğenmeme, kişinin eklediği fotoğrafların veya yazdıkları yazıların altına olumsuzluk taşıyan, kişiyi acımasızca yeren eleştirel yorumlar yazılması vs. gibi) ihtimali de bulunmaktadır. Birey sosyal ağlarda ne kadar çok vakit geçirirse bu olumsuzluklarla karşılaşma ihtimali de doğal olarak artmış olacaktır. Bu nedenle sosyal ağlarda daha fazla vakit geçiren yetişkinlerin diğer yetişkinlere göre kaygılı, sıkıntılı, tedirgin ve güvensiz olabileceği ve bu nedenle de nevrotizim kişilik özelliklerinin daha yüksek olduğu düşünülebilir. Bu araştırmadaki bulgunun aksine Correa, Hinsley ve Züniga (2010) ise sosyal medya kullanımı ile nevrotizim arasında negatif bir ilişki olduğunu ortaya koymuşlardır.

Sosyal ağ kullanım saatlerine göre beş faktör kişilik özelliklerinden yumuşak başlılık alt boyutu arasında anlamlı farklılık bulunmuştur. Yumuşak başlılık düzeyi yükseldikçe sosyal ağ kullanım süresi azalmaktadır. Costa, McCrae ve Dye (1991) kişiliğin yumuşak başlılık boyutunun kişilerarası ilişkilere bağlı bir boyut olduğunu ve yumuşak başlı kişilerin ilişkilerin niteliğine dikkat

ettiklerini ortaya koymuşlardır. Yumuşak başlılık düzeyi yüksek bireyler, sosyal ağlar yoluyla sanal ortamda kurulan arkadaşlıkları ve iletişim bloglarını ilişkinin niteliği açısından daha az kaliteli, samimi ve güvenli bulduklarından yumuşak başlılık düzeyi yükseldikçe sosyal ağ kullanım süresi azalma gösteriyor olabilir. Yapılan çalışmalara bakıldığında ise bu araştırmanın aksine yumuşak başlılık ve sosyal medya kullanım saatleri arasında bir ilişki bulunmamıştır (Correa vd., 2010; Hughes vd., 2011; Ross, Orr, Sisic, Arseneault, Simmerring, ve Orr, 2009).

Sosyal ağ kullanım saatlerine göre beş faktör kişilik özelliklerinden özdenetim alt boyutu arasında anlamlı farklılık bulunmuştur. Özdenetim düzeyi yükseldikçe sosyal ağ kullanım süresi azalmaktadır. Bu bulgu ile ilgili herhangi bir araştırma bulgusuna ulaşılmamıştır. Özdenetim düzeyi yüksek olan kişiler özdenetim düzeyi düşük olan kişilere göre daha özenli/dikkatli, daha çok sorumluluk sahibi ve daha tutarlı kişilerdir. Bu özellikleri nedeniyle daha seçici olmalarının etkisiyle sosyal ağlarda geçirdikleri zamanın daha az olduğu söylenebilir.

Sosyal ağ kullanım saatleri ile beş faktör kişilik özelliklerinden dışadönüklük alt boyutu arasında anlamlı farklılık bulunmamıştır. Ancak Wehrli (2008) dışadönüklüğün ağ temelli bağlantılar oluşturmada büyük rol oynadığını ileri sürmüştür ve aynı zamanda Correa vd (2010) sosyal medya kullanımı ile dışadönüklük arasında pozitif bir korelasyon olduğunu ortaya koymuşlardır.

Sosyal Ağları Kullanım Amaçlarına Göre Beş Faktör Kişilik Özelliği Puanları Ortalamaları Arasında Anlamlı Bir Fark Olup Olmadığına İlişkin Tartışma ve Yorum

Yetişkinlerin sosyal ağları kullanım amaçlarına göre beş faktör kişilik özelliği puan ortalamaları arasında anlamlı bir fark var olup olmadığına bakıldığında; her bir kullanım amacı için farklı kişilik özellikleri ile anlamlı farklılıkların olduğu görülmektedir.

Yetişkinlerin sosyal medya kullanımında “Yeni arkadaşlar edinmek” amacı açısından gelişime açıklık ve dışadönüklük kişilik özelliklerine göre anlamlı farklılık bulunmuştur. Yani dışadönüklük puanları arttıkça sosyal medyayı yeni arkadaşlar edinmek amacıyla kullanma oranı düşmektedir. Yapılan araştırmalara bakıldığında; Bonetti, Campbell ve Gilmore (2010) yalnızlık duyguları yaşayan ergenlerin yeni bireylerle tanışmak için yüz yüze iletişimden daha ziyade internet ortamında sanal iletişimi tercih ettiği sonucuna ulaşılmıştır. Bu araştırma bulgularına göre ise yetişkinlerde bu durumun, tam tersi şekilde seyrettiği görülmektedir. Dışadönüklük puanları yüksek olan yetişkinler sosyal medyayı, internet ortamında sanal iletişim yoluyla yeni arkadaşlar bulmak amacıyla pek kullanmamaktadırlar. Araştırmanın bu bulgusuna göre dışadönük bireylerin daha etkin, kendini açma davranışlarında bulunma eğilimleri daha yüksek, genellikle sosyal olan, insanlarla olmaktan hoşlanan, daha sık ve yoğunlukta kişisel etkileşim kurma gereksinimi olan kişiler olduklarından sosyal medya yoluyla yeni arkadaşlar edinmekten ziyade yüz yüze iletişimi daha çok tercih ettikleri söylenebilir. Şener (2009) Facebook’un yeni arkadaşlar edinmekten ziyade var olan arkadaşlıkları geliştirmek için kullanıldığını ifade etmektedir. İfade edilen bulguya paralel olarak bu araştırmada da gelişime açıklık puanı yüksek olan yetişkinlerin yeni arkadaşlar edinmek için sosyal medyayı kullanma oranlarında düşüş görülmektedir. Bu bulguya göre; ilgileri geniş, cesur, fikirlere açıklık, merak, yeni görüşleri kabul etme isteği gibi özelliklerinden dolayı yeni arkadaşlar bulmak için sosyal medya yerine yüz yüze iletişimi tercih ettikleri söylenebilir.

“Çevrimiçi sohbet etmek” amacı açısından yumuşak başlılık, özdenetim, nevrotizm, gelişime açıklık ve dışadönüklük kişilik özellikleri arasında anlamlı farklılık bulunmuştur. Sosyal medyayı çevrimiçi sohbet etmek amacıyla kullanan yetişkinlerin yumuşak başlılık, özdenetim, gelişime açıklık ve dışadönüklük kişilik özellikleri puanları arttıkça çevrimiçi sohbet etmek amacına yönelik kullanım oranı artmaktadır. Buna karşın nevrotizm kişilik özelliği puanı arttıkça çevrimiçi sohbet etme kullanım amacı oranı düşmektedir. Deniz (2012) sohbet etmenin sosyal medyada yaygın olarak kullanılan bir amaç olduğunu bulmuştur. Yumuşak başlı kişiler, güvenli, yardımsever, saf ve dürüsttüler. Bu özellikleri dolayısıyla yumuşak başlı kişiler, diğer kişilere göre daha fazla uyma/itaat davranışı göstereceğinden çevrimiçi sohbeti sürdürebilirler. Benzer şekilde dışadönük kişiler kendine güvenen, baskın ve aktif kişiler olduklarından bu özelliklerinden dolayı çevrimiçi sohbeti sürdürebilir ve hatta çevrimiçi sohbetin seyrini yönetebilirler. Çevrimiçi sohbet etmeye istekli olan

kişilerin özdenetim kişilik özelliklerinden tedbirli, kendini kontrol etme, amaca yönelik olma özellikleri yüksektir. Özdenetim kişilik özelliği yüksek olan kişiler, sıralanan bu özelliklerinden dolayı çevrimiçi sohbet etmeyi bir tehdit olarak görmemektedirler. Gelişime açık kişiler, ilgileri geniş, cesur, meraklı, fikirlere açık vb. kişilik özelliklerine sahip olduklarından çevrimiçi sohbet etmede sakınca görmüyor olabilirler ve hatta çevrimiçi sohbeti kendilerine yeni öğrenmelerin kapılarını açacak bir araç olarak görüyor olabilirler. Sosyal medyayı çevrimiçi sohbet etmek amacıyla kullanan yetişkinlerin nevrozizm kişilik özelliği ile negatif ilişki bulunmuştur. Nevrozizm kişilik özelliğine sahip bireyler temelde anksiyete, depresyon, kızgınlık, sıkıntı, başa çıkma mekanizmalarında yetersizlik gibi olumsuz durumlar yaşadıklarından sosyal medyada çevrimiçi sohbet etmek konusunda tedirginlik yaşıyor olabilirler.

“Fotoğraf paylaşmak” amacı açısından yumuşak başlılık, özdenetim, gelişime açıklık, nevrozizm ve dışadönüklük kişilik özellikleri arasında anlamlı farklılık bulunmuştur. Sosyal medyayı fotoğraf paylaşmak amacıyla kullanan yetişkinlerin yumuşak başlılık, özdenetim, gelişime açıklık ve dışadönüklük kişilik özellikleri puanları arttıkça fotoğraf paylaşma kullanım amacı oranı artmaktadır. Buna karşın nevrozizm kişilik özelliği puanı arttıkça fotoğraf paylaşma kullanım amacı oranı düşmektedir. Nevrozizm kişilik özelliğinin özelliklerinden depresif, sıkıntılı, duygusal olarak tepkili olan kişilerin daha az fotoğraf paylaştığı görülmektedir. İncelenen araştırmalarda; nevrozik kişilik özelliği gösteren bireylerin Facebook’taki duvar fonksiyonunu kullanırken daha çok yorum gönderme/alma eğiliminde oldukları, buna karşın düşük nevrozizmi olanların ise daha çok fotoğraf gönderdiği belirtilmektedir (Ross vd, 2009). Başka bir çalışmada ise bunun tam tersi bir bulguya ulaşılmıştır. Nevrotik kişilerin sayfalarında daha çok fotoğraf paylaşma eğiliminde oldukları sonucuna varılmıştır (Amichai-Hamburger ve Vinitzky, 2010). Nevrotik kişilerin daha az fotoğraf paylaşmaları, paylaştıkları fotoğrafların diğer bireyler tarafından beğenilmeyeceği veya eleştirilebileceği ve buna bağlı olarak sıkıntılı, depresif bir ruh haline bürünmekten endişe duymalarına bağlı olabilir. Bu araştırma bulgularını destekler nitelikte, Gosling vd (2011) paylaşılan resim ve eklenen resim sayısı ile gelişime açıklık skorları arasında pozitif yönlü ilişki tespit etmişlerdir. Gelişime açık kişilerin, çok yönlü düşünme, gelenek dışı ve bağımsız düşüncelere sahip olma, fikirlere açıklık ve yeni görüşleri kabul etme isteği gibi özelliklere sahip olmalarından dolayı sosyal medyada başkalarının görmeleri amacıyla fotoğraf paylaşma konusunda daha esnek ve rahat, daha kaygısız oldukları söylenebilir. Bu araştırma bulgularına paralel olarak Wang vd (2012) dışadönüklüğün sosyal paylaşım sitelerinde kendi fotoğraflarını paylaşma ile pozitif ilişkili olduğunu belirtmişlerdir. Dışadönük kişiler girişken, sosyal, neşeli ve konuşkan kişilerdir. Bu nedenle dışadönük yetişkinler fotoğraf paylaşmayı, bu kişilik özelliklerinin sosyal medya üzerine yansımaları olarak gördüklerinden ve sosyalleşmek adına bir araç olarak nitelendirdiklerinden sosyal ağlar yoluyla fotoğraf paylaşıyor olabilirler. Benzer şekilde özdenetim kişilik özelliği yüksek yetişkinlerin titiz, kendini kontrol etme, tedbirli, sorumlu ve güvenilir bir biçimde hareket etme vb. gibi özelliklere sahip olduklarından kendilerini, amaçlarına uygun biçimde fotoğraflar paylaşma konusunda yeterli gördüklerinden sosyal medyada fotoğraf paylaşma noktasında tereddüt yaşamadıkları söylenebilir. Ayrıca, yumuşak başlı yetişkinlerin esnek, açık kalpli, saf ve dürüst olduklarından dolayı herhangi bir şekilde kendilerini gizleme veya kendilerini olduğundan farklı gösterme ihtiyacı duymadıkları için daha çok fotoğraf paylaşma eğiliminde oldukları söylenebilir.

“Yorum yapmak” amacı ile yumuşak başlılık ve özdenetim kişilik özellikleri arasında anlamlı farklılık bulunmuştur. Sosyal medyayı yorum yapmak amacıyla kullanan yetişkinlerin yumuşak başlılık ve özdenetim kişilik özellikleri puanları arttıkça yorum yapma kullanım amacı oranı artmaktadır. Buckner, Castille ve Sheets (2012) tarafından özdenetimin sosyal paylaşım sitelerinde yorum yapmak ile pozitif yönde ilişkili olduğunu belirtmişlerdir. Bu sonuç, çalışmanın bulguları ile paralellik göstermektedir. Özdenetim iç disiplin gerektirir, öz denetimli kişiler sosyal sınırlarını bilen kişilerdir. Dolayısıyla sosyal medyada yorum yapmakta herhangi bir sakınca görmeyebilirler. Benzer şekilde yumuşak başlı yetişkinler, nazik, ince, saygılı, yumuşak kalpli, iyi huylu olduklarından ve çevrelerindeki bireylerden bu özellikleri yönünden olumlu geribildirimler almalarından ve kimseye karşı kötü niyet arz eden herhangi bir yorum yazmayacakları noktasında kendilerinden emin

olmalarından dolayı yorum yapmakta herhangi bir sakınca görmüyor olabilirler. Yapılan bu çalışmada yetişkinlerin sosyal medyada yorum yapma ile dışadönüklük kişilik özelliği arasında bir ilişki bulunmamıştır. Bu bulgunun tam tersine, Wang vd (2012) ise dışadönüklüğün sosyal paylaşım sitelerinde yorum yapma ile pozitif ilişkili olduğunu belirtmişlerdir.

“Bilgi edinmek” amacı açısından yumuşak başlılık, özdenetim, gelişime açıklık ve dışadönüklük kişilik özellikleri arasında anlamlı farklılık bulunmuştur. Sosyal medyayı bilgi edinmek amacıyla kullanan yetişkinlerin yumuşak başlılık, özdenetim, gelişime açıklık ve dışadönüklük kişilik özellikleri puanları arttıkça bilgi edinme kullanım amacı oranı azalmaktadır. Karaduman ve Kurt (2010) sosyal medyanın kullanım amaçlarından birinin bilgi kaynağı olduğunu ortaya koymuştur. Sosyal medyayı bilgi edinmek amacıyla kullanan yetişkinlerin dışadönük kişilik özelliği ile negatif ilişki bulunmuştur. Dışadönük kişiler sosyal ve aktif kişiler oldukları için bilgiyi kendileri paylaşarak öğrenmeyi veya bilgiyi sanal ortam yerine gerçek dünyadaki sosyal ortamdan edinmeyi tercih ediyor olabilirler. Sosyal medyayı bilgi edinmek amacıyla kullanan yetişkinlerin özdenetim kişilik özelliği ile negatif ilişki bulunmasında, sosyal medyayı bu amaçla kullanmayan diğer yetişkinlere göre, daha az tedbirli, daha az titiz ve daha az oranda kendini kontrol edebilen kişiler olduğu söylenebilir. Sosyal medyayı bilgi edinmek amacıyla kullanan yetişkinlerin gelişime açıklık kişilik özelliği ile negatif ilişki bulunmuştur. Gelişime açık kişiler, ilgileri geniş, cesur, çok yönlü düşünme gücüne sahip, yeni görüşleri kabul etme isteği yüksek kişiler olduklarından, bir şeyi salt okumak yerine deneyimleyerek özümsemek istediklerinden, bilgiyi sosyal medya yerine gerçek dünyadaki sosyal ortamlardan edinmeyi tercih ediyor olabilirler. Sosyal medyayı bilgi edinmek amacıyla kullanan yetişkinlerin yumuşak başlılığın kişilik özelliği ile negatif ilişki bulunmuştur. Costa vd (1991), yumuşak başlılık kişilerarası ilişkilere bağlı bir boyut olduğunu belirtmişlerdir. Bu nedenle, yumuşak başlı kişilerin, bilgiye sosyal medya gibi sanal bir ortamdan ulaşmak yerine dış dünyadaki, dış dünyadaki, gerçek, sosyal ortamlardan, insanlarla birebir, yüz yüze etkileşim kurarak ulaşmak böylece kendilik algılarını geliştirerek, kendilerine has sosyal tutumlar ve yaşam felsefesi geliştirmek istedikleri söylenebilir.

“Video paylaşmak” amacı açısından yumuşak başlılık, özdenetim, nevrozizm, gelişime açıklık ve dışadönüklük kişilik özellikleri arasında anlamlı farklılık bulunmuştur. Sosyal medyayı video paylaşmak amacıyla kullanan yetişkinlerin yumuşak başlılık, özdenetim, gelişime açıklık ve dışadönüklük kişilik özelliği puanları arttıkça video paylaşma kullanım amacı oranı artmaktadır Buna karşın nevrozizm kişilik özelliği puanı arttıkça video paylaşma kullanım amacı oranı azalmaktadır. Bat ve Vural (2010) video paylaşım sitelerinde takibin çok yüksek olduğunu ancak video paylaşımının takip edilmek kadar yüksek bir değer göstermediği sonucuna ulaşmışlardır. Buna neden olarak da bu sitelerde kullanıcıların çoğunun pasif takipçi olabileceği, kendilerine ait olmayan videoları paylaşmaktan kaçındıkları ya da kişisel tatmin için bu sitelerde bulduklarını ifade etmektedirler. Sosyal medyayı video paylaşmak amacıyla kullanan yetişkinlerin yumuşak başlılık kişilik özelliği ile pozitif ilişki bulunmuştur. Yumuşak başlı kişilik özelliğine sahip olan yetişkinler nazik, ince, saygılı olmak gibi kişilik özelliklerine sahip olduklarından sosyal medya üzerinde arkadaşlarına ait olan videolardan beğen seçeneğine basarak beğendikleri videoları, aynı zamanda arkadaşlarına nezaket göstermek adına paylaşıyor olabilirler. Sosyal medyayı video paylaşmak amacıyla kullanan yetişkinlerin özdenetim kişilik özelliği ile pozitif ilişki bulunmuştur. Özdenetim kişilik özelliğine sahip olan yetişkinler sosyal medyayı kendi yeteneklerini ve ilgilerini yansıtan videolar paylaşarak, bu geniş platformu başkalarının kendileri hakkında temel fikirler edinmesini sağlayacak (ilgili videolar sayesinde) bir kaynak olarak kullanabilirler. Sosyal medyayı video paylaşmak amacıyla kullanan yetişkinlerin gelişime açıklık kişilik özelliği ile pozitif ilişki bulunmuştur. Gelişime açık yetişkinler, yeni görüşleri kabul etme isteği olan ve yeni fikirlere açık bireyler olduklarından dolayı kendi bildikleri durumlara ilaveten kendilerine yeni bilgiler kazandıracak içerikte videolar gördüklerinde bu videoları paylaşma eğilimi gösterebilirler. Sosyal medyayı video paylaşmak amacıyla kullanan yetişkinlerin dışadönüklük kişilik özelliği ile pozitif ilişki bulunmuştur. Dışadönük kişilik özelliğine sahip olan yetişkinler kendine güvenme, aktif ve baskın olma gibi özellikleri taşıdıklarından dolayı sosyal medyada videoları takip etmelerinin yanı sıra pasif takipçi olarak kalmakla yetinmeyip aynı zamanda video paylaşımları da yapabilirler. Sosyal medyayı

video paylaşmak amacıyla kullanan yetişkinlerin nevrozizm kişilik özelliği ile negatif ilişki bulunmuştur. Nevrozizm kişilik özelliğine sahip olan yetişkinler, anksiyete, depresyon, kızgınlık, sıkıntı, endişe gibi özelliklere sahip olduklarından video paylaştıkları takdirde bu paylaşımlarının beğenilmeyeceği ve hatta eleştirileceği şeklinde endişelere kapıldıklarından video paylaşmıyor veya sadece pasif takipçi olarak kalıp, video paylaşmak yerine sadece beğenmekle yetiniyor olabilirler.

“Haber paylaşmak” amacı ile yumuşak başlılık, özdenetim, nevrozizm, gelişime açıklık ve dışadönüklük kişilik özellikleri arasında anlamlı farklılık bulunmuştur. Sosyal medyayı haber paylaşmak amacıyla kullanan yetişkinlerin yumuşak başlılık, özdenetim, gelişime açıklık ve dışadönüklük puanları puanları arttıkça jabber paylaşma kullanım amacı oranı azalmaktadır. Buna karşın nevrozizm kişilik özelliği puanı arttıkça haber paylaşma kullanım amacı oranı yükselmektedir. Costa vd (1991) yumuşak başlılık boyutunun, kişilerarası ilişkilere bağlı bir boyut olduğunu belirtmişlerdir. Bu bulguya paralel olarak yumuşak başlı yetişkinler herhangi bir durumla ilgili bir haberi sosyal medya üzerinden paylaşmak yerine dış dünyadaki gerçek sosyal ortamlarda, insanlarla yüz yüze iletişim kurarak sosyal tutum ve yaşam felsefelerini bu yolla insanlara yansıtmak istiyor olabilirler. Sosyal medyayı haber paylaşmak için kullanan yetişkinlerin özdenetim kişilik özelliği ile negatif ilişki vardır. MacDonald (1995) özdenetim boyutunun detaylara dikkat etme vb. kapsadığını belirtmektedir. Bu bulguya paralel olarak özdenetim kişilik özelliğine sahip yetişkinler, insanlarla yüz yüze iletişim kurarken karşıdakinin jest, mimik, ses tonu vs. gibi ayrıntıları yakalama şansları daha yüksek olduğundan sosyal medya üzerinden haber paylaşmak yerine real sosyal ortamlarda insanlarla direkt yüz yüze iletişim kurarak haberler ve haberlere konu olan olaylar üzerinde konuşmayı tercih ediyor olabilirler. Sosyal medyayı haber paylaşmak için kullanan yetişkinlerin gelişime açıklık kişilik özelliği ile negatif ilişki vardır. Gelişime açık yetişkinlerin geleneksel olmayan, orijinal, özgün, fikirlere açıklık ve hayal gücü yüksekliği vb. özellikleri olduğundan var olan bir haberi paylaşmak yerine kendi fikirleriyle özgün haber ya da yazı yazıp paylaşabilirler. Sosyal medyayı haber paylaşmak için kullanan yetişkinlerin dışadönüklük kişilik özelliği ile negatif ilişki vardır. Dışadönük bireylerin kendini açma davranışlarında bulunma eğilimleri daha yüksektir (McCrae ve Costa, 2006). Ayrıca dışadönük kişilik boyutunda yüksek puan alan kişiler enerjik, cana yakın ve yeni sosyal ilişkiler kurmaya açık olan kişilerdir (Lounsbury ve Gibson, 2009). Buna paralel olarak dışadönük kişilik özelliğine sahip yetişkinler, kendilerine yeni sosyal ilişkilerin kapılarını açacağını düşündüklerinden haber videolarına konu olan haber durumlarını sosyal medya üzerinden paylaşmak yerine sosyal ortamlarda yüz yüze iletişim kurarak bu durumlar üzerinde konuşmayı tercih ediyor olabilirler. Sosyal medyayı haber paylaşmak için kullanan yetişkinlerin nevrozizm kişilik özelliği ile pozitif ilişki vardır. Nevrozizm kişilik özelliğine sahip yetişkinler, anksiyete, depresyon, kızgınlık, sıkıntı gibi olumsuz durumları yaşama ihtimalleri yüksek bireyler olduklarından haberleri yüz yüze tartışmaktan endişe duymalarından dolayı sosyal medya üzerinden haber paylaşımı yapmakla yetindikleri söylenebilir.

“Oyun oynamak” amacı açısından yumuşak başlılık, özdenetim, gelişime açıklık ve dışadönüklük kişilik özellikleri arasında anlamlı farklılık bulunmuştur. Sosyal medyayı oyun oynamak amacıyla kullanan yetişkinlerin yumuşak başlılık, özdenetim, gelişime açıklık ve dışadönüklük puanları arttıkça oyun oynama kullanım amacı oranı artmaktadır. Oyunlar, bireylerin düşünme becerileri, sabırlı olma, azim, hafıza ve hayal gücünün gelişmesini sağlar (Mumtaz, 2001). Öz denetimli kişiler sıkılmaya rağmen bir göreve devam edebilme ve sabırlı olma özelliklerinden dolayı saatlerce oyun oynayarak vakit geçirebilirler. Sosyal medyayı oyun oynamak amacıyla kullanan yetişkinlerin dışadönüklük kişilik özellikleri ile pozitif ilişki vardır. Dışadönük bireyler etken ve aynı zamanda eylem yönelimli oldukları için oyun oynamayı da eylemsel bir faaliyet olarak görüp sosyal medya üzerinden saatlerce oyun oynayabilirler. Bu araştırmanın bu bulgusuna karşın, Wang vd (2012) dışadönüklüğün sosyal paylaşım sitelerinde oyun oynama ile negatif ilişkili olduğunu belirlemişlerdir. Sosyal medyayı oyun oynamak amacıyla kullanan yetişkinlerin yumuşak başlılık kişilik özelliği ile pozitif ilişki vardır. Yumuşak başlı kişiler nazik, ince, yardımsever olduklarından sosyal medya üzerinden kendilerine gelen oyun isteklerini diğer bireyleri kırmamak adına kabul ederek, bu oyunları oynayıp bu yolla sosyal medya üzerinde zaman harcıyor olabilirler. Sosyal

medyayı oyun oynamak amacıyla kullanan yetişkinlerin gelişime açıklık kişilik özelliği ile pozitif ilişki vardır. Gelişime açık bireylerde güçlü bir hayal gücü, yeni görüşleri kabul etme isteği, çok yönlü düşünme vb. özellikler olduğu için Mumtaz (2001)'in de belirttiği gibi bireylerin düşünme becerilerinin ve hayal güçlerinin gelişmesine katkı sağlayacağından sosyal medya üzerindeki oyunları oynuyor olabilirler.

“Tanındıklarıyla iletişim kurmak” amacı açısından yumuşak başlılık, özdenetim, nevrozizm, gelişime açıklık ve dışadönüklük kişilik özellikleri arasında anlamlı farklılık bulunmuştur. Sosyal medyayı tanıdıklarıyla iletişim kurmak amacıyla kullanan yetişkinlerin yumuşak başlılık, özdenetim, gelişime açıklık ve dışadönüklük kişilik özellikleri puanları arttıkça tanıdıklarıyla iletişim kurma kullanım amacı oranı artmaktadır. Buna karşın, nevrozizm kişilik özelliği puanı arttıkça tanıdıklarıyla iletişim kurma amacı oranı azalmaktadır. Bu noktada sosyal medya hakkında yapılan araştırmalarda genelde örneklem olarak gençler yer almıştır: Ergenlerin çoğunluğu bugün interneti yoğun olarak mevcut arkadaşlarıyla iletişim kurmak için kullanmaktadırlar (Gross, 2004). Gençler interneti yabancılarla iletişim kurmak için de kullanmaktadırlar (Subrahmanyam ve Greenfield, 2008; Valkenburg ve Peter, 2007). Ayrıca gençler online iletişimi daha çok tercih eder ve internet iletişimini daha samimi ve destekleyici bulurlar (Valkenburg ve Peter, 2007). Aslında benzer durum yetişkinler için de geçerlidir. Bu araştırmanın bulguları da bu sonuçları destekler niteliktedir. Sosyal medyayı tanıdıklarıyla iletişim kurmak amacıyla kullanan yetişkinlerin yumuşak başlılık kişilik özelliği ile pozitif ilişki bulunmuştur. Yumuşak başlı bireyler, nazık, ince, saygılı olma gibi özelliklere sahip olduklarından sosyal ağlar üzerinden kendileriyle iletişim kuran tanıdıkları bireylere nezaket göstererek cevap yazdıklarından dolayı sosyal medyanın tanıdıklarıyla iletişim kurmak işlevini aktif olarak kullanıyor olabilirler. Sosyal medyayı tanıdıklarıyla iletişim kurmak amacıyla kullanan yetişkinlerin özdenetim kişilik özelliği ile pozitif ilişki bulunmuştur. Özdenetim kişilik özelliğine sahip bireyler, tedbirli ve aynı zamanda kendilerini kontrol etme becerileri yüksek olduğu için sosyal medya üzerinden tanıdıklarıyla iletişim kurmak da herhangi bir sakınca görmüyor olabilirler. Sosyal medyayı tanıdıklarıyla iletişim kurmak amacıyla kullanan yetişkinlerin gelişime açıklık kişilik özelliği ile pozitif ilişki bulunmuştur. Gelişime açık bireyler, özgünlüğü, geleneksel olmayan durumları da sevdikleri için tanıdıklarıyla geleneksel olarak yüz yüze iletişim kurmaya ilaveten ekstra olarak sosyal medya üzerinden de iletişim kurmak amacıyla kullanan yetişkinlerin dışadönüklük kişilik özelliği ile pozitif ilişki bulunmuştur. Dışadönük bireyler etkin, kendini açma davranışında bulunma eğilimleri yüksek olmasından dolayı sadece gerçek sosyal ortamlarda değil aynı zamanda sosyal medya üzerinden de tanıdıklarıyla aktif bir şekilde iletişim kuruyor olabilirler. Sosyal medyayı tanıdıklarıyla iletişim kurmak amacıyla kullanan yetişkinlerin nevrozizm kişilik özelliği ile negatif ilişki bulunmuştur. Nevrozizm kişilik özelliğine sahip olan yetişkinler tanıdıkları kişilerle de olsa sosyal medya üzerinden iletişim kurma konusunda endişe duydukları için daha çok yüz yüze iletişimi tercih ediyor olabilirler.

“Arkadaşlarının ne yaptığını kontrol etmek” amacı ile yumuşak başlılık, özdenetim, nevrozizm, gelişime açıklık ve dışadönüklük özellikleri arasında anlamlı farklılık bulunmuştur. Sosyal medyayı arkadaşlarının ne yaptığını kontrol etmek amacıyla kullanan yetişkinlerin yumuşak başlılık, özdenetim, gelişime açıklık ve dışadönüklük kişilik özellikleri puanları arttıkça arkadaşlarının ne yaptığını kontrol etme kullanım amacı oranı artmaktadır. Buna karşın nevrozizm kişilik özelliği puanı arttıkça arkadaşlarının ne yaptığını kontrol etme kullanım amacı oranı düşmektedir. Yumuşak başlı kişiler, yumuşak kalpli ve iyi huylu kişilerdir. Bu özelliklere sahip kişiler, iyi niyetli bir şekilde merak ettikleri için arkadaşlarının ne yaptığını kontrol ediyor olabilirler. Öz denetimli kişiler ise sorumluluk hissi ile hareket ederler. Arkadaşlarını korumak amaçlı, arkadaşlarının ne yaptıklarını kontrol ediyor olabilirler. Gelişime açık yetişkinler, yeni görüşleri kabul etme isteği yüksek, meraklı ve fikirlere açık olduklarından sosyal medya üzerinden arkadaşlarının ne yaptıklarını kontrol ederek, fikir sahibi olup vizyonlarını geliştirmek istiyor olabilirler. Dışadönük yetişkinler, yeni sosyal ilişkiler kurmaya açık bireyler olduklarından sosyal medya aracılığıyla arkadaşlarının hangi mekanlara gittiklerini ve hangi aktiviteleri yapıp neler yaptıklarını takip ederek onlardan haberdar olup onlarla iletişim kurarak onların reel sosyal ortamdaki bu aktivelere dahil olmak istiyor olabilirler. Nevrotik yetişkinlerin,

diğer yetişkinleri takip edip onları mutlu ve sosyal gördüklerinde kendilerini daha stresli ve kaygılı hissedebilme ihtimalleri yüksek olduğundan dolayı sosyal medya üzerinden arkadaşlarının ne yaptığını kontrol etmeyi çok fazla tercih etmedikleri söylenebilir.

“Boş zamanlarını geçirmek” amacı ile yumuşak başlılık, özdenetim, nevrozizm, gelişime açıklık ve dışadönüklük özellikleri arasında anlamlı farklılık bulunmuştur. Sosyal medyayı boş zamanlarını geçirmek amacıyla kullanan yetişkinlerin yumuşak başlılık, özdenetim, gelişime açıklık ve dışadönüklük özellikleri puanları arttıkça boş zamanlarını geçirme kullanım amacı oranı artmaktadır. Buna karşın nevrozizm kişilik özelliği puanı arttıkça boş zamanlarını geçirme kullanım amacı oranı azalmaktadır. Ök (2013) çocuklarda sosyal medyanın kullanımında etkili olan faktörlerden birinin vakit geçirme olduğunu bulmuştur. Şener (2009) Facebook’un en çok kullanımını sağlayan iki işlevden birinin boş zaman geçirmek olduğunu bulmuştur. Yumuşak başlı kişiler yumuşak başlı, iyi huylu olduklarından boş zamanlarını sosyal medyada geçirmekten kaynaklanacak herhangi bir sakınca görmüyor olabilirler. Öz denetimli bireyler sorumluluk sahibi oldukları için boş zamanlarını sosyal medyada geçirirken sosyal medyayı verimli olarak kullanabilirler. Gelişime açık bireyler yeni görüşleri kabul etme isteği yüksek ve fikirlere açık olduklarından, boş zamanlarını geçirmek için sosyal medya kullanımını da gerçek sosyal ortamlarda boş vakitlerini geçirmeye ilaveten alternatif bir seçenek olarak görüp kullanıyor olabilirler. Dışadönük bireyler kendine güvenen bireyler olduklarından boş zamanlarını sosyal medyada geçirirken sosyal medyayı verimli olarak kullanabileceklerine inandıkları için gerçek sosyal ortamlarda boş zamanlarını geçirmenin yanında ilaveten sosyal medyada da boş zamanlarını geçirdikleri söylenebilir. Sosyal medyayı boş zamanlarını geçirmek amacıyla kullanan yetişkinlerin, boş zamanlarını sosyal medyada harcadıktan sonra geçen zamanı fark ettiklerinde kaygıları daha da yükselebilir ve bu kaygı düzeyi nevroziklerin kapılma eğilimleri yüksek olan diğer olumsuz duyguları da tetikleyebilir.

Kullanılan Sosyal Medya Hesaplarına Göre Beş Faktör Kişilik Özelliği Puanları Ortalamaları Arasında Anlamlı Bir Fark Olup Olmadığına İlişkin Tartışma ve Yorum

Kullanılan sosyal medya hesaplarına göre beş faktör kişilik özelliği puanları ortalamaları arasında anlamlı fark olup olmadığına bakıldığında; kullanılan sosyal medya hesapları açısından farklı kişilik özellikleri arasında anlamlı farklılıkların olduğu görülmektedir.

Yetişkinlerin kullandıkları sosyal medya hesaplarından “Facebook” ile yumuşak başlılık ve özdenetim kişilik özellikleri arasında anlamlı farklılık bulunmuştur. “Facebook” hesabını kullananların daha çok yumuşakbaşlılık ve özdenetimli kişilik özelliklerine sahip olduğu görülmüştür.

Yumuşak başlılık kişilik özelliğinin Facebook kullanımıyla ilişkisi az olsa da çeşitli araştırmalara konu olmuştur. Araştırma bulguları incelendiğinde uyumlu kişilik özelliğinin Facebook kullanımında önemli bir etken olmadığı görülmektedir (Bachrach, Kosinski, Graepel, Kohli ve Stillwell, 2012; Ross ve ark., 2009). Ancak Facebook’u kullanan yumuşak başlı kişiler ise siteyi dikkat çekmek, bilgi toplamaktan ziyade kendileri ile ilgili gerçekleri anlatmak ve iletişim kurmak için kullanmaktadırlar (Seidman, 2013). Ayrıca bu bireyler Facebook üzerinden başkaları ile ilgili bir şeyler paylaşmaktan kaçınırken, kendileriyle ilgili göreceli olarak daha fazla paylaşım yapmaktadırlar (Moore ve Mc Elroy, 2012). Yumuşak başlı kişilik özelliğine sahip olmak, Facebook’ta daha fazla arkadaşına sahip olmakta önemli bir faktör olmamakla birlikte (Amichai- Hamburger ve Vinitzky, 2010), bu bireylerin arkadaşlarının paylaşımına olumlu geri bildirimler verdikleri görülmektedir (Wang vd., 2012). Bu çalışmanın bulgularıyla paralellik göstermektedir. Yumuşak başlı yetişkinlerin Facebook’u, kendilerini anlatmak, kendilerine dair paylaşımlar yapmak ve arkadaşlarının paylaşımlarına olumlu geribildirimler vermek için bir araç niteliğinde kullandıkları söylenebilir.

Facebook ile ilgili yapılan araştırmalarda öz disiplin kişilik özelliğinin yaygın olarak ele alındığı görülmektedir. Öz disiplin kişilik özelliğinin internet ve sosyal paylaşım sitelerini kullanmayla ilişkisinin araştırıldığı çalışmalarda, bu kişilerin interneti ve sosyal medyayı görece daha az kullandıkları bulunmuştur (Butt ve Phillips, 2008; Ross vd., 2009). Buna rağmen bu sitelerin bazı

özellikleri onlara ilgi çekici gelebilmektedir. Öz disiplinli bireyler çoğunlukla sosyal paylaşım sitelerinde özelden mesaj atma özelliğini kullanmayı tercih etmekte ve başkalarının görebileceği kişisel bilgilerini çok sınırlı paylaşmaktadırlar (Muscanel ve Gudagno, 2012). Sosyal paylaşım siteleri üzerinden uygun olmadığını düşündükleri paylaşımlar sonrasında ise aşırı şekilde pişmanlık yaşamaktadırlar (Moore ve McElroy, 2012). Bu kişilerin sosyal paylaşım sitelerini serbest zaman geçirmek ve eğlenmek yerine akademik amaçları için kullandıkları görülmektedir. Bu çalışmaların bulgularıyla araştırma bulgularının paralellik gösterdiği söylenebilir. Özdenetim kişilik özelliğine sahip yetişkinlerin görevşinaslık, başarı çabası, öz disiplin, tedbirlilik, amaca yönelik olma vb. özellikleri dolayısıyla “Facebook” u işlevsel bir şekilde kullandıkları söylenebilir.

Nevrotizm kişilik özelliğinin Facebook kullanımı ile ilişkisi birçok araştırmacı tarafından incelenmiştir. Nevrotikliğin sosyal paylaşım sitelerini kullanmayla ilişkisini inceleyen ilk araştırmalar, nevrotik bireylerin sosyal paylaşım sitelerini göreceli olarak daha az kullandıklarını ortaya koymaktadır (Amichai- Hamburger, Wainapel ve Fox, 2002; Amiel ve Sargent, 2004). Fakat son zamanlardaki araştırmalar nevrotiklerin (Wehrli, 2008) ve nevrotikliğin göstergelerinden olan kaygılı ve endişeli kişilerin (Correa vd., 2010) sosyal paylaşım sitelerinde özellikle de Facebook’ta göreceli olarak daha fazla zaman geçirdiklerini göstermektedir (Amichai- Hamburger ve Vinitzky, 2010; Ross vd., 2009). Bu çalışmada ise bu araştırma bulgularının aksine yetişkinlerin Facebook kullanımı ile nevrozizm kişilik özelliği arasında bir ilişki bulunmamıştır.

Yetişkinlerin Facebook kullanımı ile gelişime açıklık kişilik özelliği arasında bir ilişki bulunmamıştır. Gelişime açıklık kişilik özelliğinin Facebook kullanımı ile ilişkisini araştıran çalışmalar incelendiğinde; Facebook kullanım sıklığında gelişime açıklık kişilik özelliğinin hem önemli bir faktör olduğuna (Correa vd., 2010; Hughes vd., 2012; McElroy vd, 2007; Seidman, 2013) hem de önemli olmadığına ilişkin bulgu olduğu görülmektedir (Moore ve McElroy, 2012). İçerik açısından incelendiğinde gelişime açık bireyler Facebook’ta mesajlaşmayı çok fazla tercih etmezken, başkalarının duvarlarında sıklıkla paylaşım yapmakta (Ross vd, 2009), kişisel bilgilerini paylaşmakta ve başkalarıyla iletişim kurmak için Facebook’u kullanmaktadırlar (Amichai- Hamburger ve Vinitzky, 2010). Bunun yanında Facebook’u kullanarak başkalarının neler yapıyor olduklarını takip ederek gerçek yaşam etkileşimini sürdürmektedirler (Carpenter, Green ve LaFlam, 2011). Diğer taraftan Facebook’ta bilgi arama, konuşma, kendini açma konusunda yeniliklere açıklık kişilik özelliğinin önemli bir faktör olmadığını ortaya koyan araştırmalar da bulunmaktadır (Seidman, 2013).

Bu araştırmada, yetişkinlerin Facebook kullanımı ile dışadönüklük kişilik özelliği arasında bir ilişki bulunmamıştır. Oysaki bu bulgunun aksine, Facebook kullanımıyla ilişkisi en çok araştırılan kişilik özelliklerinden biri dışadönüklüktür. Literatürdeki çalışmalar incelendiğinde dışadönük kişilik özelliğine sahip olmayla sosyal paylaşım sitelerini kullanma sıklığı arasında pozitif bir ilişki olduğu görülmektedir (Correa vd, 2010; Wehrli, 2008). Dışadönük kişilerin sosyal paylaşım sitelerinde daha fazla vakit geçirdikleri (Wilson, Fornasier ve White, 2010), Facebook’ta daha fazla gruba üye oldukları ve daha fazla arkadaş edindikleri görülmektedir (Ong, Ang, Ho, Lim, Goh ve Lee, 2011), Facebook, dışadönük kişiler için yüz yüze iletişime alternatif olarak görülmesi de (Amiel ve Sargent, 2004), bu kişilerin Facebook arkadaşlarıyla daha fazla iletişim kurdukları, etkinlikleriyle ilgili duyuru yaptıkları ve daha fazla resim paylaştıkları görülmektedir (Correa vd, 2010). Ayrıca dışadönüklerin Facebook’ta kendileriyle ilgili daha fazla bilgi (Wilson vd, 2010) ve durum güncellemesi paylaştıkları da bulunmuştur (Amichai- Hamburger ve Vinitzky, 2010).

“Twitter” kullanımı ile yumuşak başlılık ve özdenetim kişilik özellikleri arasında anlamlı farklılık bulunmuştur. “Twitter” hesabını kullananların daha çok yumuşakbaşlılık ve özdenetimli kişilik özelliklerine sahip olduğu görülmüştür. Yüksek yumuşak başlılık derecesine sahip insanlar başkalarının söylediklerine ve istediklerine kolayca boyun eğebilirler (Howard ve Howard, 1998). Bundan dolayı, yumuşak başlı kişiler Twitter’da başkalarının yazdıkları fikir ve düşünceleri takip etmek için Twitter’ı sıklıkla kullanabilirler. Bu araştırmada twitter kullanıcılarının daha özdenetimli kişilik özelliğine sahip olduğu bulgusunun aksine, Huges, Rowe, Batey ve Lee (2012) Twitter ile özdenetim arasında negatif ilişki bulmuşlardır. Özdenetim kişilik özelliği yüksek yetişkinler titizlik,

kendini kontrol etme, öz disiplin, tedbirlik gibi özelliklere sahip olduklarından “Twitter” ı kullanmakta herhangi bir sakınca görmüyor olabilirler.

Bu çalışmada yetişkinlerin “Twitter” kullanımı ile gelişme açıklık ve dışadönüklük kişilik özellikleri arasında bir fark bulunamamışken, Huges vd (2012) Twitter’ın gelişme açıklık ile pozitif, dışadönüklük ile de negatif bir ilişkide olduğunu saptamışlardır. Quercia vd (2011) Twitter’da fazla takipçi sayısına sahip üyelerin daha dışadönük olduklarını tespit etmişlerdir. Dal ve Dal (2014) Twitter üyeliği olan katılımcıların gelişme açıklık puanlarının, Twitter üyeliği olmayanlara göre daha yüksek olduğunu tespit etmişlerdir.

“Google+” kullanımı ile yumuşak başlılık, özdenetim, nevrotizm, gelişme açıklık ve dışadönüklük kişilik özellikleri arasında anlamlı farklılık bulunmuştur. “Google+” kullanan yetişkinlerin daha az nevrotizm, daha çok yumuşak başlılık, özdenetim, gelişme açıklık ve dışadönüklük kişilik özelliklerine sahip oldukları görülmüştür. Dal ve Dal (2014) Google+ üyeliği olan katılımcıların dışadönüklük puanlarının, Google+ üyeliği olmayanlara göre daha yüksek olduğunu tespit etmişlerdir. Dışadönüklük, insanların etrafında bulunan insanların sayısı ve bireyin kalabalık bir grupta geçirdiği duygusal durumu ve ilişki kalitesi ile ilgilidir. Kalabalık ortamda rahat olan ve zevk aldığını hisseden, eğlenen bireyin dışadönüklük derecesi yüksektir. Dışadönüklük derecesi düşük olan bireyler, etrafındaki ilişki içerisinde bulunduğu insan sayısı az olan ve böyle bir durumdan fazla zevk almayan, daha farklı bir ifade ile kendisini rahatsız hisseden bireylerdir (Howard ve Howard, 1998). Buna göre, dışadönüklük özelliği yüksek bireyler, sosyalleşmeyi yüz yüze sevdiğinden, Google+ kullanımını bir sosyalleşme aracı olarak görmeyebilirler. Yeni şeyler deneyimlemekten hoşlanan gelişme açık yetişkinler, Google+ kullanımını deneyimleyip daha sonra yeni, farklı, daha verimli ve daha işlevsel uygulamaları tercih etmiş olabilirler.

Nevrotik kişilikteki bireyler, daha çok yalnızlığı önlemek için sosyal medya kullanma eğilimindedirler (Kalmus, Realo ve Sibak, 2011). Google+ çok yönlü sosyal ağ sitesi de hangouts seçeneğiyle arkadaşlarınızla video, fotoğraf paylaşımı ve çoklu sohbete imkân sağladığından (Google Plus, 2015) nevrotizm kişilik özelliğine sahip bireyler açısından özellikle kendilerini yalnız hissetmelerini önlemek adına iyi bir seçenek haline gelmiş olabilirler. Özdenetim kişilik özelliği yüksek yetişkinler zaten kendini kontrol etme, öz disiplin, titizlik, tedbirlik gibi çoğu bireyin sahip olmayı istediği özelliklere sahip olduklarından Google+ gibi çoklu sohbete imkân sağlayan sosyal medya hesabını, kendilerine gözle görülür ekstra katkı sağlayacağını pek düşünmediklerinden dolayı çok fazla tercih etmeye gerek duymadıkları söylenebilir. Costa vd (1991) yumuşak başlılık boyutunun aynı zamanda kişilerarası ilişkilere bağlı bir boyut olduğunu belirtmişlerdir. Ayrıca yumuşak başlılığın ilişkilerin niteliği ile bağlantılı olduğunu vurgulamışlardır. Bu bağlamda yüksek yumuşak başlılık özelliğine sahip bireylerin, ilişkilerinin niteliği ve kalitesi açısından yüz yüze iletişimi Google+ kullanmaya göre daha fazla oranda tercih ettikleri söylenebilir.

“Youtube” kullanımı ile yumuşak başlılık, özdenetim ve nevrotizm kişilik özellikleri arasında anlamlı farklılık bulunmuştur. “Youtube” kullanıcısı yetişkinlerin daha çok yumuşak başlılık ve özdenetim kişilik özelliklerine, daha az nevrotizm kişilik özelliğine sahip oldukları belirlenmiştir. Dal ve Dal (2014), Youtube üyeliği olan katılımcıların duygusal denge puanlarının, Youtube üyeliği olmayanlara göre daha yüksek olduğunu tespit etmişlerdir. Nevrotiklik düzeyi yüksek bireyler, anksiyete, depresyon, kızgınlık, sıkıntı, stresten kolay etkilenme gibi özellikleri yoğun olarak taşıdıklarından dolayı “Youtube” da video paylaşımını, paylaştıkları videoların beğenilmeyeceği ve/veya bu videoların diğer bireyler tarafından paylaşılmayacağı kaygısı taşıdıklarından sosyal medya hesaplarından “Youtube” u kullanmak noktasında tedirginlik yaşıyor olabilirler. Biel, Aron ve Perez (2011) Youtube kullanımı ve özdenetim kişilik özelliği arasında yüksek düzeyde bir ilişki bulmuşlardır. Özdenetim kişilik özelliğine sahip bireyler düzenli, kendilerini kontrol edebilen, başarı odaklı kişilerdir. Bu kişiler Youtube kanalı sayesinde düzenli olarak video paylaşarak maddi kazanç sağladıkları için “Youtube” u kullanıyor olabilirler. Yumuşak başlılık kişilik özelliğine sahip bireyler nazik, ince, saygılı kişiler olduklarından arkadaşlarının Youtube kanalı aracılığıyla paylaştıkları videoları, arkadaşlarını kırmamak ve onları memnun etmek adına beğendikleri ve/veya paylaştıkları söylenebilir.

“Instagram” kullanımı ile yumuşak başlılık, özdenetim, gelişime açıklık ve dışadönüklük kişilik özellikleri arasında anlamlı farklılık bulunmuştur. “Instagram” kullanıcısı yetişkinleri daha çok yumuşak başlılık ve özdenetim kişilik özelliklerine, daha az gelişime açıklık ve dışadönüklük kişilik özelliklerine sahip oldukları saptanmıştır. Kontrollü ve tedbirli olmalarıyla bilinen öz disiplin sahibi bireyler, Instagram kullanımını aşırıya kaçmadan fotoğraf paylaşarak kullanmaktadır. Instagramda fazla vakit geçirmenin boşa zaman kaybı olacağına bilincinde olabilirler. Yumuşak başlı bireyler güvenli, iyi huylu, saf ve dürüst olduklarından ve de başkalarına iyi niyet atfetmekle tanındıklarından ölçülü bir şekilde kullandığı takdirde “Instagram” kullanımında herhangi bir sakınca görmüyor olabilirler. Şüpheli, kaygılı ve kırılabilir bir yapıya sahip olan nevrotik bireylerin Instagramı az kullanma sebeplerinden biri üzülmeyi, endişe ve sıkıntı gibi olumsuz duygular hissetmeyi engellemek için olabilir. Diğer bireylerin Instagram hesaplarından paylaştıkları fotoğraflar ya da yazdıkları yazılar nevrotik bireylerin kaygı düzeylerini artırabilir. Başkalarıyla etkileşimi seven ve yaşamlarında yenilikler arayan gelişime açık bireyler, Instagram yoluyla etkileşim yerine sosyal hayatta etkileşimi tercih edebilirler. Dışadönük bireyler ise başkalarıyla vakit geçirmekten keyif aldıkları ve yalnız kalmaktan hoşlanmadıkları için, Instagramda sahte arkadaşlıklar kurulduğunu düşündüklerinden Instagram kullanımını tercih etmiyor olabilirler. Instagram arkadaşlıklarının kalıcı olmadığını düşünüyor ve Instagramı, insanlar arası ilişkinin kalitesini garanti etmeyen bir uygulama olarak algılıyor olduklarından dolayı Instagramı az kullanıyor olabilirler.

“Swarm” kullanımı ile beş faktör kişilik ölçeğinin yumuşak başlılık, özdenetim ve nevrotizm kişilik özellikleri arasında anlamlı farklılık bulunmuştur. “Swarm” kullanıcısı yetişkinlerin daha çok yumuşak başlılık, özdenetim ve nevrotizm kişilik özelliklerine sahip oldukları söylenebilir. Ziyaret edilen yerlerin sayısı ile yumuşak başlılık ve özdenetim arasında pozitif korelasyon vardır (Chorley, Colombo, Allen ve Whitaker, 2013). Yumuşak başlılık kişilik özelliğine sahip bireyler “Swarm”ı arkadaşlarının en çok nerelere gittiğini takip etmek ve onlarla iletişim kurmak amaçlı kullanabilirler. Özdenetim kişilik özelliği yüksek bireyler kontrollü ve tedbirli olduklarından, “Swarm” ı aşırıya kaçmadan işlevsel olarak etkili bir şekilde kullanıyor olabilirler. Nevrotik kişilikteki bireyler, daha çok yalnızlığı önlemek için sosyal medya kullanma eğilimindedirler (Kalmus vd., 2011). Nevrotik kişiler yalnız kalmaktan korktukları için “Swarm” sayesinde arkadaşlarının en çok hangi mekanlara gittiklerini takip ederek, onlarla iletişim kurup uygun zamanlarda onların etkinlik ve planlarına dahil olarak, yalnızlık hislerini ve yalnızlıktan doğan kaygılarını bir nebze azaltmak adına “Swarm” ı kullanıyor olabilirler.

“Vine” kullanımı ile yumuşak başlılık, özdenetim, nevrotizm, gelişime açıklık ve dışadönüklük kişilik özellikleri arasında anlamlı farklılık bulunmuştur. “Vine” hesabı kullanıcılarının daha çok yumuşak başlılık, özdenetim, gelişime açıklık ve dışadönüklük kişilik özellikleri, daha az nevrotizm kişilik özelliğine sahip oldukları görülmüştür.

Edilgen bir yapıya sahip olan ve başkalarıyla tartışmaktan kaçınan yumuşak başlı bireyler, alçak gönüllü, hassas ve düşünceli olduklarından, başkalarının kendilerini “Vine” da video yaparak paylaşmasını sakıncalı görmüyor olabilirler. Özdenetim kişilik özelliğine sahip kişiler, görev bilinci olan ve zamanını boşa geçirmek istemeyen kişiler olduğundan “Vine” uygulamasının altı saniyelik kısa video yükleme avantajı sayesinde daha çok kullanıyor olabilirler. Gelişime açık bireyler, yeni görüşleri kabul etme istekleri yüksek, yeniliklere açık bireyler olduklarından “Vine” uygulaması sayesinde kısa sürede çok sayıda video izleyip, çok sayıda yeni bilgiye ulaştıkları için “Vine” kullanımı kendilerine cazip geliyor olabilir. Dışadönük bireyler neşeli, heyecan arayan, enerjik bireyler olduklarından “Vine” uygulamasındaki videoları eğlenmek amacıyla kullanıyor olabilir. Yetişkinlerin kullandıkları sosyal medya hesaplarından “Vine” kullanıcılarının daha az nevrotizm kişilik özelliğine sahip oldukları söylenebilir. Bu kişilerin nevrotizm kişilik özelliğinin daha az olmasının sebebi ise, “Vine” uygulamasının kişileri birbirleriyle alaycı şekilde iletişim kurmaya yönelttiğinden bu durumun nevrotik bireylerde kaygı düzeyini arttırmayı tetikleyeceğinin düşünülmesinden ötürü, bu sosyal medya uygulaması nevrotik bireyler tarafından çok fazla tercih edilmiyor olabilir.

“Blogspot” kullanımı ile yumuşak başlılık, özdenetim, nevrozizm, gelişime açıklık ve dışadönüklük kişilik özellikleri arasında anlamlı farklılık bulunmuştur. “Blogspot” kullanıcıları daha çok yumuşak başlılık, özdenetim, gelişime açıklık ve dışadönüklük kişilik özelliklerine, daha az nevrozizm kişilik özelliğine sahiptir denilebilir. Bu araştırma bulgularıyla paralel olarak Dal ve Dal (2014) “Blogspot” üyesi olan ve olmayan katılımcılar arasında nevrozizm ve gelişime açıklık faktörleri itibarıyla anlamlı farklılıklar tespit edilmiştir. Sorumluluk sahibi olan ve genellikle temkinli davranışlar gösteren öz disiplin sahibi bireyler, Blog yazmanın düzenli olma ve sorumluluk gerektirme niteliklerini daha kolay yerine getirebilirler. Yumuşak başlı kişilik özelliğindeki bireyler toplumsal işbirliğine önem verdikleri için, Blog yazarak daha fazla kişiye yazılarını ulaştırabilirler. Gelişime açık bireyler, ilgileri geniş, değişikliği seven, özgün olan kişiler olduklarından, “Blogspot” hesabı sayesinde yazdıkları yazılara yapılan yorumlar ve verilen tepkiler yoluyla değişik, özgün bilgiler edindikleri ve bu sayede kendilerini geliştirdikleri için, “Blogspot” u kullanıyor olabilirler. Dışadönük bireyler etkin, kendilerini açma davranışlarında bulunma eğilimleri daha yüksek bireyler oldukları için, “Blogspot” ortamında Blog yazarak kendilerini etkin hissedip, bu yolla kendilerini açma ihtiyaçlarını karşılıyor olabilirler. Nevrotik bireyler endişe, anksiyete, depresyon, kızgınlık, sıkıntı gibi olumsuz duygulara kapılma eğilimleri yüksek bireyler olduklarından yazdıkları blogların başka kişiler tarafından beğenilmeme, okunmama durumu karşısında kaygılanma ve olumsuz durumlar yaşama riskini göze alamadıkları için “Blogspot” kullanımı çok fazla tercih etmiyor olabilirler.

“Tumblr” kullanımı ile yumuşak başlılık, özdenetim, nevrozizm, gelişime açıklık ve dışadönüklük kişilik özellikleri arasında anlamlı farklılık bulunmuştur. “Tumblr” kullanıcılarının daha çok özdenetim, gelişime açıklık ve dışadönüklük kişilik özelliklerine, daha az yumuşak başlılık ve nevrozizm kişilik özelliklerine sahip oldukları düşünülebilir. “Tumblr” ile “Blogspot” benzer amaçlı uygulamalar olduğu için özdenetim, gelişime açıklık, dışadönüklük ve nevrozizm kişilik özellikleri ile ilgili sonuçlar benzer çıkmıştır. “Blogspot” tan farklı olarak daha kolay kullanımı ve özen gerektirmeyen uygulama olması açısından, nazik, ince aynı zamanda kurdukları kişiler arası ilişkilerin niteliğini önemseyen bireyler olan yumuşak başlı bireylere uygun olmayabilir ve/veya onlara hitap etmiyor olabilir.

“Pinterest” kullanımı ile yumuşak başlılık, özdenetim, nevrozizm, gelişime açıklık ve dışadönüklük kişilik özellikleri arasında anlamlı farklılık bulunmuştur. “Pinterest” kullanıcılarının daha çok yumuşak başlılık, özdenetim, gelişime açıklık ve dışadönüklük kişilik özelliğine, daha az nevrozizm kişilik özelliğine sahip oldukları belirlenmiştir. Nevrotizm kişilik özelliğine sahip bireyler, “Pinterest” ın kategori kısıtlamasından dolayı, kendilerini sınırlandırılmış hissedeceklerinden ve bu sınırlamanın kendilerinde kaygı oluşturacağını düşündüklerinden “Pinterest” uygulamasını daha az tercih ediyor olabilirler. Özdenetim kişilik özelliğindeki kişiler “Pinterest” ın belli kategoriler arasında ayırım yapmasından uygulamayı daha kullanıcı dostu gördüklerinden tercih ediyor olabilirler. “Pinterest” uygulaması fotoğraf paylaşımına yeni bir boyut kazandıran, imleme, yorum, puanlama, ilgi alanları ve hobilerine göre insanları takip etme gibi birçok özelliği barındırır (Özdiç, 2014). Gelişime açık bireyler de değişikliği seven, deneyimlere açık, yeni görüşleri kabul etme isteği yüksek bireyler olduklarından “Pinterest” ın içinde barındırdığı bu yenilikler gelişime açık bireyler tarafından cazip görüldüğünden bu sosyal medya hesabını tercih ediyor olabilirler. Dışadönük bireyler etkin ve kendini açma davranışında bulunma eğilimleri daha yüksek olan bireyler olduklarından “Pinterest” ın imleme, yorum, puanlama, ilgi alanları, hobiler vb. kategorileriyle kendilerini açma fırsatı yakaladıklarından bu uygulamayı tercih ediyor olabilirler. İstatistiki olarak bakıldığında, “Pinterest” te tavsiye edilen ürünleri satın alma oranı, sosyal medyadan gelen tavsiyelere oranla %70 daha fazla olmaktadır (Yurdakul, 2013). Yumuşak başlılık düzeyi yüksek bireyler ise uyma/itaat düzeyi yüksek kişiler olduklarından bu bireyler bu tavsiyeleri takip etmek ve çoğunluğun tavsiyelerine uymak adına Pinterest hesabını kullanıyor olabilirler.

“Skype” kullanımı ile yumuşak başlılık ve özdenetim kişilik özellikleri arasında anlamlı farklılık bulunmuştur. “Skype” kullanıcılarının daha çok yumuşak başlılık ve özdenetim kişilik özelliklerine sahip oldukları saptanmıştır. Costa vd (1991) yumuşak başlılık boyutunun aynı

zamanda kişilerarası ilişkilere bağlı bir boyut olduğunu belirtmişlerdir. Bu noktada “Skype” uygulamasının, kullanıcılara kendi aralarında görüntülü görüşmeler yapabilme, sesli arama yapabilme, ses veya video özellikleriyle gerçek zamanlı bir süre sohbet edip mesajlaşabilme, yirmi beş kullanıcıya kadar sesli sohbet vs. gibi kişilerarası ilişkileri destekler nitelikteki avantajları, yumuşak başlı bireylerin bu uygulamayı tercih etmelerini sağlıyor olabilir. Günümüzde birçok sektörde işlerin sistemli bir şekilde yürütülebilmesi adına işverenler tarafından “Skype” kullanımı özellikle grup çalışması gerektiren birçok organizasyonda tercih ediliyor olması özdenetim düzeyi yüksek işverenlerin ve çalışanların bu uygulamayı kullanmasını sağlıyor olabilir.

“Whatsapp” kullanımı ile yumuşak başlılık ve özdenetim kişilik özellikleri arasında anlamlı farklılık bulunmuştur. “Whatsapp” kullanıcılarının daha çok yumuşak başlılık ve özdenetim kişilik özelliklerine sahip oldukları söylenebilir. Öz denetimli kişiler “Whatsapp” ı, “Whatsapp” dan gelen bildirimlerin karşı taraftan görüldüğünde cevap yazma sorumluluğu hissettiklerinden dolayı kullanıyor olabilirler. Yumuşak başlı kişiler, uyma/itaat düzeyi yüksek kişiler olduklarından arkadaş çevreleri vs. aracılığıyla katıldıkları “Whatsapp” gruplarına tabii olarak “Whatsapp” ı kullanıyor olabilirler. Bu araştırmada yetişkinlerin kullandıkları sosyal medya hesaplarından “Whatsapp” ile nevrozizm, gelişime açıklık ve dışadönüklük kişilik özellikleri arasında anlamlı farklılık bulunamamıştır. Bu bulgunun aksine dışadönüklük “Whatsapp” kullanımını anlamada büyük önem taşımaktadır. Dışadönük bireylerden, daha erken akıllı telefon kullananlar, kullanmayanlara kıyasla daha uzun süre Whatsapp kullanım davranışı sergilemektedir (Montag, Blaszkiwicz, Lachmann, Andone, Sariyska, Trendafilov, Reuter ve Markowetz, 2014). Sultan (2014)’e göre dışadönük kişiler “Whatsapp” kullanımına karşı daha olumlu tutumlar içermektedir. “Whatsapp” kullanımı ve nevrozizm arasındaki pozitif korelasyon oldukça düşük bulunmuştur. Correa vd (2010)’nun çalışmasında yüksek nevrozizm kişiliğe sahip bireyler yüz-yüze etkileşim olmadan, iletişimi kolaylaştıran “Whatsapp” ı kullanma eğilimindedir.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Yumuşak başlılık, özdenetim ve gelişime açıklık kişilik özellikleri ile sosyal ağ kullanım saatleri arasında anlamlı farklar bulunmaktadır. Sosyal ağ kullanım süresi arttıkça yumuşak başlılık, özdenetim ve gelişime açıklık özellikleri azalmaktadır. Sosyal ağ kullanım süresi uzun olan yetişkinlerin nevrozizm düzeyleri daha yüksek olmaktadır.

Yetişkinlerin sosyal medya kullanımında “Yeni arkadaşlar edinmek” için kullananların gelişime açıklık ve dışadönüklük kişilik özellikleri daha zayıftır. “Çevrimiçi sohbet etmek” amacı için kullananların daha fazla yumuşak başlı, özdenetimli, gelişime açık ve dışadönüklük oldukları, daha az nevrozizm oldukları görülmektedir. “Fotoğraf paylaşmak” amacı için kullananlar daha fazla yumuşak başlı, özdenetimli, gelişime açık ve dışadönük oldukları daha az nevrozizm oldukları bulunmuştur. “Yorum yapmak” amacı için kullananların daha fazla yumuşak başlı ve özdenetimli oldukları saptanmıştır. “Bilgi edinmek” amacı için kullananların, daha az yumuşak başlı, özdenetimli, gelişime açık ve dışadönük oldukları belirlenmiştir. “Video paylaşmak” amacı için kullananların daha fazla yumuşak başlı, özdenetimli, gelişime açık ve dışadönük oldukları daha az nevrozizm oldukları bulunmuştur. “Haber paylaşmak” amacı için kullananların daha az yumuşak başlı, özdenetimli, gelişime açık ve dışadönük oldukları buna karşın daha fazla nevrozizm oldukları bulunmuştur. “Oyun oynamak” amacı için kullananların, daha fazla yumuşak başlı, özdenetimli, gelişime açık ve dışadönük oldukları belirlenmiştir. “Arkadaşlarının ne yaptığını kontrol etmek” amacı için kullananların daha fazla yumuşak başlı, özdenetimli, gelişime açık ve dışadönük oldukları buna karşın daha az nevrozizm oldukları saptanmıştır. “Tanıdıklarıyla iletişim kurmak” amacı için kullananların, daha fazla yumuşak başlı, özdenetimli, gelişime açık ve dışadönük oldukları daha az nevrozizm oldukları bulunmuştur. “Boş zamanlarını geçirmek” amacı için kullananların daha fazla yumuşak başlı, özdenetimli, gelişime açık ve dışadönük oldukları, daha az nevrozizm oldukları belirlenmiştir.

Yetişkinlerin kullandıkları sosyal medya hesaplarından “Facebook”, “Twitter”, “Youtube”, “Instagram” kullananların daha fazla yumuşak başlı ve özdenetimli oldukları; “Google +” kullananların daha fazla nevrozizm daha az yumuşak başlı, özdenetimli, gelişime açık ve dışadönük

kişilik özelliklerine sahip oldukları bulunmuştur. “Instagram” kullananların daha az gelişime açık ve dışadönük kişilik özelliklerine sahip oldukları görülmüştür. “Skype” kullananların daha fazla yumuşak başlı ve özdenetimli kişilik özelliklerine sahip oldukları saptanmıştır. “Whatsapp” kullananların daha fazla yumuşak başlı ve özdenetimli oldukları görülmüştür.

Araştırma 30 yaş üzeri yetişkinlerle gerçekleştirilmiştir. Yetişkinleri farklı özelliklerine göre gruplandırarak (meslek, medeni durum vs.) sosyal medyaya ilişkin tutumları açısından aralarındaki farklılara bakılabilir. Sosyal medya kullanımı ile beş faktör kişilik özellikleri arasındaki ilişkiye bakılırken, yetişkinlerin yaşam doyumu ve psikolojik ihtiyaçlar gibi farklı değişkenlerle olan ilişkisine bakılabilir. Bu araştırma yetişkinlerin kullandıkları sosyal paylaşım sitelerinin güncel olanları ile sınırlıdır. Gelecek araştırmalarda yetişkinlerin kullandıkları diğer sosyal paylaşım sitelerinin kullanımları incelenebilir.

KAYNAKÇA

- Akça Baştürk, E. (2014). Dijital bölünme kavramı bağlamında Türkiye’de ortaokul öğrencilerinin internet ve sosyal ağ kullanımları: öğrencilerin internet ve sosyal ağ kullanımları: Gaziantep ili örneği. *I. Uluslararası İletişim Bilimi ve Medya Araştırmaları Kongresi*. Kocaeli.
- Amichai-Hamburger, Y. ve Vinitzky, G. (2010). Social network use and personality. *Computers in Human Behavior*, 26, 1289-1295.
- Amichai-Hamburger, Y., Wainapel, G. ve Fox, S. (2002). On the internet no one knows I’m an introvert: Extroversion, neuroticism, and internet interaction. *Cyberpsychology & Behavior*, 5, 125-128.
- Amiel, T. ve Sargent, S. (2004). Individual differences in internet usage motives. *Computers In Human Behavior*, 20(6), 711-726.
- Bachrach, Y., Kosinski, M., Graepel, T., Kohli, P. ve Stillwell, D. (2012, Haziran). Personality and Patterns Of Facebook Usage. *In Proceedings of The 4th Annual ACM Web Science Conference* (s. 24-32). ACM.
- Balaman, F. ve Karataş, A. (2012). Lise öğrencilerinin internet ortamında sosyal paylaşım sitelerini kullanım amaçları ve sosyal paylaşım unsurları. *Batman Üniversitesi Yaşam Bilimleri Dergisi*. 1(1). 497-504.
- Bat, M. ve Vural, B.A. (2010). Yeni bir iletişim ortamı olarak sosyal medya: ege üniversitesi iletişim fakültesine yönelik bir araştırma. *Journal of Yasar University*. 20(5).3348-3382.
- Biel, JI., Aran, O. ve Perez, D. G. (2011). You Are Known by How You Vlog: Personality Impressions and Nonverbal Behavior In YouTube. *ICWSM Conference*.
- Bonetti, L., Campbell, M. A. ve Gilmore, L. (2010). The relationship of loneliness and social anxiety with children’s and adolescent’s online communication. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 13(3), 279-285.
- Boyd, D. M. ve Ellison, N.B. (2007). Social network sites: Definition, history and scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13(1), 210-230.
- Buckner, J.E., Castille, C.M. ve Sheets, T.L. (2012). “The big five factor model of personality and employee” excessive use of technology. *Computers In Human Behavior*, 28, 1947-1953.
- Burger, J. M. (2006). *Kişilik*. (Çev. İ.D. Erguvan Sarıoğlu). İstanbul: Kaknüs Yayıncılık.
- Butt, S. ve Philips, J. G. (2008). Personality and self reported mobile phone use. *Computers In Human Behavior*, 24(2), 346-360.
- Büyüköztürk, Ş., Çakmak, K, E., Akgün, E, Ö., Demirel, F. ve Karadeniz, Ş. (2008). *Bilimsel Araştırma Yöntemleri*. Ankara: Pegem Akademi.
- Carpenter, J. M., Green, M.C. ve LaFlam, J. (2011). People or Profiles: Individual Differences In Online Social Networking Use. *Personality and Individual Differences*, 50, 538-541.
- Chorley, M. J., Colombo, G. B., Allen, S. M. ve Whitaker, R. M. (2013). Visiting Patterns and Personality Of Foursquare Users. *Proceedings- 2013 IEEE 3rd International Conference On Cloud and Green Computing, CGC 2013 and 2013 IEEE 3rd International Conference On Social Computing and Its Applications, SCA 2013*, 271-276. <http://doi.org/10.1109/CGC.2013.50>
- Correa, T., Hinsley, A. W. ve Zuniga, H.G. (2010). Who interacts on the web? the intersection of users’ personality and social media use. *Computers In Human Behavior*. 26, 247-253.
- Costa, P.T., McCrae, R.R ve Dye, D.A. (1991). Facet scales for agreeableness and conscientiousness; A revision of the neo personality inventory. *Personality and Individual Differences*, 12(9). 887-898.

- Dal, E. ve Dal, V.(2014). Kişilik özellikleri ve sosyal ağ sitesi kullanım alışkanlıkları: üniversite öğrencileri üzerine bir araştırma. *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*. 6(11), 144-162.
- Davies, T. ve Cranston, P. (2008). *Youth work and social networking*. Interim Report, The National Youth Agency: Leicester, UK.
- Deniz, A. (2012). *Sosyal ağ kullanımı ve sosyal ağlarda benlik algısı: Muğla ili örneği*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Ege Üniversitesi. İzmir.
- Fossati, A., Borroni, S., Marchione, D. ve Maffei, C. (2011). The Big Five Inventory (BFI) Reliability and Validity of its Italian Translation in New Three in Independent Nonclinical Samples. *European Journal of Psychological Assessment*, 27(1),50-58.
- Glass, R., Prichard, J., Lafortune, A. ve Schwab, N. (2013). The influence of personality and facebook use on student academic performance. *Issues In Information Systems*. 14(2), 119-126.
- Gosling, S. D., Augustine A.A., Vazire S., Holtzman, N. ve Gaddis, S. (2011). “Manifestations of Personality In Online Social Network: Self-Reported Facebook-Related Ryan, T. ve Xenos, S. (2011). Who Uses Facebook? An Investigation Into The Relationship.
- Google Plus. (2015). <https://www.google.com/intl/tr/+learnmore/features.html> (Erişim Tarihi: 10.03.(2017).
- Gross, E.F. (2004) Adolescent internet use: What we expect, what teens report. (Çevrimiçi sürüm). *Applied Developmental Psychology*, 25, 633-649.
- Hazar, M. (2011). Sosyal medya bağımlılığı: Bir alan çalışması. *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*. 3, 158-159.
- Howard P.J. ve Jane M. Howard (1998). The big five quickstart an introduction to the five factor model of personality for human resource professionals.
- Hughes, D. J., Rowe, M., Batey, M. ve Lee, A. (2012). A tale of two site: Twitter vs Facebook and the personality predictors of social media usage. *Computers In Human Behavior*. 28, 561-569.
- Johnson, J.A. ve Ostendorf, F. (1993). Clarification of the five-factor model with the abridged big five dimensional circumplex. *Journal of Personality and Social Psychology*. 3(63). 563-576.
- John, O.P. ve Srivastava, S. (1999). The big five trait taxonomy: History, measurement and theoretical perspectives. In L.A. Pervin and O.P. John (Eds). *Handbook of Personality: Theory and Research*, (pp.102-138). New York: Guilford.
- John, O.P, Donahue, E. M. ve Kentle, R. L. (1991). *The big five inventory-versions 4a and 54*. Berkeley, CA: University of California, Berkeley, Institute of Personality and Social Research.
- Kalmus, V., Realo, A. ve Siibak, A. (2011). Motives for internet use and their relationships with personality traits and sociodemographic factors. *Trames*, 15(60), 385-403.
- Karaduman, M. ve Kurt, H. (2010). İletişim fakültesi öğrencilerinin sosyal medyayı kullanım düzeyleri. *XV. Türkiye’de İnternet Konferansında Sunulan Bildiri*. İstanbul Teknik Üniversitesi, İstanbul.
- Kim, H.K. ve Davis, K.E. (2009). Toward a comprehensive theory of problematic internet use: Evaluating the role of self- esteem, anxiety, flow and the self-rated importance of internet activities (Çevrimiçi Sürüm). *Computers in Human Behavior*, 25, 490-500.
- Lin, M.F.G., Hoffman, E.S. ve Borengasser, C. (2013). Is social media too social for class? A case study of twitter use. *TechTrends*, 57(2), 39-45.
- Livingstone, S. (2008). Taking risky opportunities in youthful content creation: Teenagers’ use of social networking sites for intimacy, privacy and self-expression. *New Media Soc*. 10, 393-411.
- Lounsbury, J.W. ve Gibson, L. W. (2009). Handbook of research on contemporary theoretical. *Models In Information Systems*. 529- 543.
- MacDonald, K. (1995). Evolution, the five- factor model and levels of personality. *Journal Of Personality*. 63, 525-567.
- Mayfield, A. (2008). *What is social media, an e-book by antony mayfield from crossing*. (Erişim:http://www.icrossing.co.uk/fileadmin/uploads/eBooks/What_is_Social_Media_iCrossing_ebook.pdf adresinden 18.03.2017 tarihinde indirildi.
- McCrae, R.R. ve Costa, P.T. (2006). *Personality In adulthood, a five- factor theory perspective* (Second Edition). New York: Guilford Press.
- Montag, C., Blaszkiewicz, K., Lachmann, B., Andone, I, Sariyska, R., Trendafilov, B., Reuter. ve Markowetz, A. (2014) Correlating personality and actual phone usage: Evidence from psychoinformatics. *J. Individ Differ*, 35, 158-165.
- Moore, K. ve McElroy, J. C. (2012). The influence of personality on facebook usage, wall postings, and regret. *Computers In Human Behavior*, 28, 267-274.

- Mumtaz, Ş. (2001). Children's enjoyment and perception of computer use in the home and the school (Çevrimiçi Sürüm). *Computers & Education*, 36, 347-362.
- Muscanell, N. L. ve Guadagno, R. E. (2012). Make new friend sor keep the old: Gender and personality differences in social networking use. *Computers In Human Behavior*, 28, 107-112.
- Ong, E. Y. L., Ang, R. P., Ho, J. C. M., Lim, J. C. Y., Goh, D. H. ve Lee, C. S. (2011). Narcissism, extraversion and adolescents' self-presentation on facebook. *Personality and Individual Differences*, 50(2), 180-185.
- Ök, F. (2013). *Ortaöğretim öğrencilerinin sosyal medya kullanım alışkanlıkları ve motivasyonları*. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi. Fırat Üniversitesi. Elazığ.
- Özdiç, T. (2013). *Okul öncesi eğitimde aile katılımında sosyal medya kullanımı: Bir durum çalışması*. Yüksek lisans tezi. Bahçeşehir Üniversitesi. İstanbul.
- Park, C.H. ve Kim, Y.J. (2013). Intensity of social network use by involvement: A study of young chinese users. *International Journal of Business and Management*, 8(6).22-33.
- Quercia, D., Kosinski, M., Stillwell, D. ve Croccroft, J. (2011). Our twitter profiles, our selves: Predicting personality with twitter. In *Privacy, Security, Risk and Trust (PASSAT)*, 2011 IEEE Third International.
- Roccas, S., Sagiv, L., Schwartz, S.H. ve Knafo, A. (2002). The big five personality factors and personal values. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 28, 789-801.
- Ross, C., Orr, E. S., Sisic, M., Arseneault, J. M., Simmering, M. G. ve Orr, R. R. (2009). Personality and motivations associated with facebook use. *Computers In Human Behavior*, 25, 578-586.
- Ryan, R. K. (2011). *Social networking*. NY: Rosen Publishing Group.
- Schmitt, D. P., Allik, J., McCrae, R.R. ve Benet-Martinez, V. (2007). The geographic distribution of big five personality traits: Patterns and profiles of human self-description across 56 nations. *Journal Of Cross-Cultural Psychology*, 38(2), 173-212.
- Seidman, G. (2013). Self-presentation and belonging on facebook: How personality influences social media use and motivation. *Personality and Individual Differences*, 54, 402-407.
- Subrahmanyam, K. ve Greenfield, P. (2008). Communicating online; Adolescent relationships and the media. *The Future of Children*, 18(1). 1-27.
- Subrahmanyam, K., Reich, S. M., Waechter, N. ve Espinoza, G. (2008). Online and offline social networks: Use of social networking sites by emerging adults. *Journal of Applied Developmental Psychology*, 29,420-433.
- Sultan, A.J. (2014). Addiction to mobile text messaging applications is nothing to "lol" about. *Soc Sci J*, 51, 57-69.
- Sümer, N., Lajunen, T. ve Özkan, T. (2005). Big five personality traits as the distal predictors of road accident involvement. G. Underwood, (Ed.), *Traffic and transport psychology* içinde. Elsevier Ltd.
- Şener, G. (2009). Türkiye'de facebook kullanımı araştırması. XIV. *Türkiye'de İnternet Konferansı*. İstanbul Bilgi Üniversitesi. İstanbul.
- Tanrıverdi, H. ve Sağır, S. (2014). Lise öğrencilerinin sosyal ağ kullanım amaçlarının ve sosyal ağları benimseme düzeylerinin öğrenci başarısına etkisi. *Adıyaman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*. 7(18). 775-822.
- Valkenberg, P.M. ve Peter, J. (2007). Preadolescent's and adolescents' online communication and their closeness to friends (Çevrimiçi Sürüm). *Developmental Psychology*, 43(2), 267-277.
- Wang, J.L., Jackson, L.A., Zhang, D.J. ve Su, Z.Q. (2012). The Relationships among the big five personality factors, self-esteem, narcissism and sensation-seeking to "Chinese university students" uses of social networking sites (SNSs). *Computers In Human Behavior*. 28, 2313-2319.
- Wehrli, S. (2008). Personality on social network sites: an application of the five factor model. *Swiss Federal Institute Of Technology Zurich*. 5.
- Wilson, K., Fornasier, S. ve White, K.M. (2010). Psychological predictors of youngadults' use of social networking sites. *CyberPsychology, Behavior and Social Networking*. 13(2), 173-177.
- Yıldırım, N. ve Özmen, B. (2011). Video paylaşım sitelerinin eğitsel amaçlı kullanımı. *5th International Computer and Instructional Technologies Symposium*. 22-24 September, Fırat University, Elazığ.
- Yurdakul, E. (2013). *Sosyal medya kullanımının "kurumsal yenilikçi itibar üzerindeki etkisi üzerine bir araştırma*. Yayınlanmamış doktora tezi. İstanbul: Marmara Üniversitesi.

Extended English Abstract

Inroduction

The style of using the social media differs among the individuals. The expectations of individuals from the social media tools are different, as well as different sorts of use result in different gratifications. The interpersonal differences may sometimes be related with the deprivation that the individual is actually experiencing at that moment. When the deprivation disappears, then the other deprivations, which the personal priorities have identified before, may come into play. Social media is, for some people, the environment, where they avoid from socializing, stay alone with themselves, and become the observer, while it arises as a result of the desire of socialization and being appreciated and followed. But, however, this generally doesn't remain constant, and healthy individuals may exhibit the indications of socialization sometimes and those of avoidance some other times (Hazar, 2011).

Burger (2006) defined the personality as the consistent behavior patterns and internal events arising from the person. While the consistent behavior pattern indicates the exhibition of always same or similar behaviors for the same situations, the intrapersonal processes represent all of our internal emotional, cognitive and motivational processes affecting how we behave and feel.

Five-Factor Model is widely accepted as a useful classification of personality traits. These factors are neuroticism, openness to development/experience, tendermindedness (adaptability), extroversion, and self-control (McCrae and Costa, 2006). The individuals having high level of extroversion tendency are social, talkative, assertive, and active, while those having low level of extroversion tendency are shy and cautious. On the other hand, the individuals with high level of tendermindedness tendency are calm, submissive, generous, cooperative, and modest, while those having low level of tendermindedness tendency are angry, cruel, and sceptic. Individuals having high level of openness to experience are intellectual, creative, sensible, and open-minded, while those having low level of openness to experience are realist, insensible, and traditionalist. The individuals having high self-control level are conscientious/careful, perfect, responsible, and rigorous, while those having low level of self-control are anxious, depressive, angry, irregular, and untidy. The individuals having high level of neuroticism tendency are anxious, depressive, angry and distrustful, while those having low level of neuroticism tendency are calm, self-esteem, and emotionally balanced (Roccas, Sagiv, Schwartz and Knafo, 2002).

Method

Research Model

In order to determine the relationship between the adult' use of social networks and their Five-Factor Inventory personality traits, the comparison-type, relational screening model descriptive research was employed. The independent variables of present study are mean time spent on social media, purposes of using social media, and social media accounts, while the dependent variables are tendermindedness, self-control, neuroticism, extroversion, and openness for improvement.

Sample

The sample of present study was established via stratified sampling method. The stratified sampling method allows the presentation of sub-groups in harmony with their portions in the universe (Büyüköztürk, Çakmak, Akgün, Demirel and Karadeniz, 2008). Using the stratified sampling method, the schools were chosen based on three different socioeconomic segments (low, medium, and high). After selecting the schools, the classes and students' parents to be employed were determined using random sampling method. Of the students participating into the sample, 50.1% (1252) were women and 49.9 % (1248) were man. 43.1 % (1078) of the adults were in 30-40 age group, 35.6% (890) in 40-50 age group, and 21.3% (532) in 51-+ age group.

Data Collection Tools

Five-Factor Inventory Scale: (*The Five-Factor Inventory, BFI*): The Five-Factor Inventory was developed by John, Donahue and Kentle (1991), and is a short tool measuring the prototypic elements of five factors. Despite the fact that it has 6 sub-scales including 10-18 items in each, it involves the items that well represent both of the good psychometric characteristics and the sub-scales (John and Srivastava, 1999). The 5-Point Likert-type scale has 8 items in "Extroversion" subscale, 9 items in "Tendermindedness/Adaptability" subscale, 9 items in "Self-control/Responsibility" subscale, 8 items in "Neuroticism" subscale, and 10 items

in “Openness to experience”, totally 44 items. The 2nd, 6th, 8th, 9th, 12th, 18th, 21st, 23rd, 24th, 27th, 21st, 34th, 41st, and 43rd items are graded inversely (John and Srivastava, 1999).

The adaptation of scale into Turkish was performed by Sümer and Sümer (2005) within the scope of a study carried out on self-description profiles and patterns in 56 countries (Schmitt, Allik, McCrae and Benet-Martinez, 2007). The Cronbach’s Alpha coefficients of the scale were reported to vary between .66 and .77 by Sümer, Lajunen and Özkan (2005).

The reason for choosing Five-Factor Inventory for this study is that its reliability and validity were shown from intercultural aspect. In mentioned study, the Cronbach’s Alpha coefficient values of this scale were calculated to be .79, .77, .76, .70 and .78, in terms of neuroticism, extroversion, openness for improvement, a adaptability, and self-control, respectively (Schmitt et al., 2007).

John and Srivastava (1999) have reported the Cronbach’s Alpha coefficient of this inventory to vary between .75 and .90, as well as these coefficients were found to vary between .80 and .90 in measurements performed 3 months later. On the other hand, Fossati, Borroni, Marchione and Maffei (2011) have reported the Cronbach’s Alpha coefficient to vary between .77 and .81, as well as it varied between .75 and .86 in re-test reliability results found 2 months later.

Results

In this section, the ANOVA and MANOVA findings obtained from statistical analyses are presented. For this purpose, the total scores of subscales of Five-Factor Inventory filled by the adults were calculated, and X and SS values of each of the subscales were computed. Then, the adults’ time of using social networks and Five-Factor Inventory were subjected to ANOVA, while the purpose of using social media and social network accounts and Five-Factor Inventory were subjected to MANOVA.

Considering if there is any statistically significant difference between the mean scores in Five-Factor personality trait scales by the durations of adults’ use of social network, significant differences were found between the mean scores in Five-Factor personality trait scale by the durations of use of social network.

While statistically significant difference was found between hours of using social networks and subscales of self-control, neuroticism and extroversion, no statistically significant difference was determined in sub-dimensions of openness for improvement.

Considering if there is any statistically significant difference between the mean scores in Five-Factor personality trait scale by the purposes of adults’ for using the social networks, significant differences were found between the mean scores in Five-Factor personality trait scale by the purposes for using the social networks.

Considering if there is any statistically significant difference between the mean scores in Five-Factor personality trait scale by the social media accounts being used, significant differences were found between the mean scores in Five-Factor personality trait scale by the social media accounts. Significant difference and positive relation were found between neuroticism and Facebook, among the social media accounts used by adults.

Conclusions

There is a negative relationship between self-control and hours of using social networks. As the duration of using social networks, the self-control, the openness for improvement and the tendermindedness decreases. Duration of using social networks is positively related with neuroticism. In other words, the neuroticism increase as the duration of using social networks increases.

Positively significant difference was found between the openness for improvement and extroversion the purpose of “*having new friends*” for adults’ use of social media. The purpose of “*online chatting*” and “*sharing photos*” have positive relationship with tendermindedness, openness for improvement, extroversion and self-control and negative relationship with extroversion. Positively significant difference was found between the purpose of “*commenting*” and the self-control and tendermindedness, while negatively significant difference was found with extroversion.

Positively significant difference was found between “*Facebook*”, “*Twitter*”, “*Instagram*”, “*YouTube*”, “*Skype*”, “*WhatsApp*” which is one of the social networks used by adults, and tendermindedness, and self-control.