



T.C.
HALIÇ ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
PSİKOLOJİ ANABİLİM DALI

ÖZEL LİSE ÖĞRENCİLERİNİN SOSYAL MEDYA TUTUMLARI İLE
İÇEDÖNÜKLÜK-DIŞADÖNÜKLÜK KİŞİLİK ÖZELLİKLERİ
ARASINDAKİ İLİŞKİNİN İNCELENMESİ

MERVE YANIK DÜŞÜNCELİ

YÜKSEK LİSANS TEZİ

UYGULAMALI PSİKOLOJİ

DANIŞMAN
Prof. Dr. SERAP LEMAN BİLGİN

İSTANBUL – 2016



T.C.
HALIÇ ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
PSİKOLOJİ ANABİLİM DALI

ÖZEL LİSE ÖĞRENCİLERİNİN SOSYAL MEDYA TUTUMLARI İLE
İÇEDÖNÜKLÜK-DIŞADÖNÜKLÜK KİŞİLİK ÖZELLİKLERİ
ARASINDAKİ İLİŞKİNİN İNCELENMESİ

MERVE YANIK DÜŞÜNCELİ

YÜKSEK LİSANS TEZİ

UYGULAMALI PSİKOLOJİ

DANIŞMAN
Prof. Dr. SERAP LEMAN BİLGİN

İSTANBUL - 2016

T.C.
HALIÇ ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ MÜDÜRLÜĞÜNE

.....Psikoloji.....Anabilim/Anasanat Dalı Uygulamalı Psikoloji Programı Tezli Yüksek Lisans
öğrencisiMerve YANIK DÜŞÜNCELİ..... tarafından hazırlanan
"Özel Lise Öğrencilerinin Sosyal Medya Tutumları ile İçerideki
Disadönüklük Kişilik Özellikleri Arasındaki İlişkinin İncelenmesi"
adlı bu çalışma jürimizce Yüksek Lisans Tezi olarak kabul edilmiştir.

Sınav Tarihi : 15.06/2016

(Jüri Üyesinin Ünvanı, Adı, Soyadı ve Kurumu) :

İmzası :

Jüri Üyesi: Prof. Dr. Serap Leman BILGIN

Danışman: T.C. Haliç Üniv. Psikoloji/ASD/ABD Öğr. Üyesi

Jüri Üyesi: Yrd. Doç. Dr. Zehra Bonu SAYINER

T.C. Haliç Üniv. Psikoloji/ASD/ ABD Öğr. Üyesi

Jüri Üyesi: Yrd. Doç. Dr. Aslı Burçak TAŞÖREN

Nisantaşı Üniv. Psikoloji/ASD/ ABD Öğr. Üyesi

Jüri Üyesi:

.....Üniv. ASD/ ABD Öğr. Üyesi (Yedek)

Jüri Üyesi:

.....Üniv. ASD/ ABD Öğr. Üyesi (Yedek)

.....
.....

.....

ÖNSÖZ

Öncelikli olarak veri toplama aşamasındaki desteklerinden dolayı Kurtköy Doğa Koleji Lise Müdürü Hafız Cengiz YEDİKARDEŞ'e, Kurtköy Doğa Koleji Lise Müdür Yardımcısı Funda ŞANLI'ya ve Ataşehir Doğa Koleji Lise Psikoloğu Bilge USLU'ya ve araştırmamda yer alan 300 katılımcıya teşekkürü bir borç bilirim.

Tez konumu belirlememde ve tez çalışmalarım boyunca verdiği geribildirimlerle darda kaldığım her durumda bana samimiyetle destek veren, lisans eğitimim sürecimde çok sevdiğim değerli hocam Maltepe Üniversitesi Öğr. Gör. Meral BOZDEMİR'e minnetlerimi sunarım. Aynı zamanda tez yazma sürecimde tez danışmanım olan Prof. Dr. Serap Leman BİLGİN'e desteklerinden dolayı teşekkür ederim.

Bu zorlu süreçte beni motive eden ve desteklerini her daim hissettiğim sevgili psikolog arkadaşlarım Alev YENİDÜNYA'ya, Bilgen SAĞ'a, Tuba ÖNDER'e, Fatmanur UÇURUM'a, Zeynep TÜMEN'e ve benzer süreçleri birlikte atlattığımız arkadaşım Osman YILMAZ'a ve Çocuk Gelişimcisi Sena ARTAÇ'a, sıkıştığım her an gece gündüz demeden bana yardıma koşan, tez içeriğimi oluştururken, yanlışlarımı düzeltirken bana her daim destek olan, ileride çok başarılı olacağına gönülden inandığım, Klinik Psikoloji Yüksek Lisans öğrencisi olan canım kardeşim Psk. Zeynep YANIK' a sonsuz teşekkür ederim.

Maddi ve manevi desteklerini her zaman hissettiğim, tez yazma sürecimde benim motivasyonumu sürdürmemi sağlayan, içinde bulunduğum endişeli halleri anlayışla karşılayan, bu zorlu süreci atlatıp rahatlığını ve mutluluğunu yaşamama vesile olan eşim Erhan DÜŞÜNCELİ'ye, annem Semra YANIK'a, ve babam Ömer YANIK'a varlıkları için minnettarım.

İÇİNDEKİLER

	Sayfa No.
ÖNSÖZ.....	III
İÇİNDEKİLER.....	IV
TABLolar LİSTESİ.....	VII
KISALTMALAR LİSTESİ.....	VIII
ÖZET.....	IX
ABSTRACT.....	XI

BÖLÜM I

1. GİRİŞ.....	1
1.1. Araştırmanın Amacı.....	2
1.2. Araştırmanın Önemi.....	2
1.3. Problem Cümlesi.....	4
1.4. Alt Problemler.....	5
1.5. Sayıtlılar.....	5
1.6. Sınırlılıklar.....	6
1.7. Terimler ve Tanımlar.....	6

BÖLÜM II

2. ALAN YAZINI / İLGİLİ ARAŞTIRMALAR.....	7
2.1. İnternet.....	7
2.1.1. İnternet Kavramı.....	7
2.1.2. İnternetin Gelişimi.....	8
2.1.3. İnternetin Kullanım Amaçları.....	10
2.2. Sosyal Medya.....	10
2.2.1. Sosyal Medyanın Tanımı.....	10
2.2.2. Sosyal Medyanın Tarihçesi.....	12
2.2.3. Sosyal Medyanın Etkileri.....	14

2.2.4. Sosyal Medya Çeşitleri.....	15
2.2.4.1. Facebook.....	15
2.2.4.2. Twitter.....	16
2.2.4.3. Instagram.....	16
2.2.4.4. Whatsapp.....	17
2.2.4.5. Snapchat.....	17
2.2.4.6. Youtube.....	17
2.3. Kişilik.....	18
2.3.1. Kişilik Teorileri.....	19
2.3.2. Kişilik Boyutları.....	21
2.3.2.1. Eysenck Kişilik Kuramı.....	21
2.3.2.2. Beş Faktör Kişilik Kuramı.....	24
2.3.3. İçedönük-Dışadönük Kişilik.....	26
2.4. Ergenlik.....	28
2.4.1. Ergenlerde Gelişim.....	28
2.4.2. Gelişimle İlgili Kuramlar.....	29
2.4.2.1. Ergenlikte Bilişsel Gelişim.....	29
2.4.2.2. Ergenlikte Psikososyal Gelişim.....	31
2.4.2.3. Ergenlikte Duygusal Gelişim.....	32
2.5. Sosyal Medya ve İçedönük – Dışadönük Kişilik Özellikleri ile İlgili Yapılan Araştırmalar.....	33

BÖLÜM III

3. YÖNTEM.....	39
3.1. Araştırma Yöntemi.....	39
3.2. Evren-Örneklem.....	39
3.3. Veri Toplama Araçları.....	39
3.3.1. Kişisel Bilgi Formu.....	39
3.3.2. Eysenck Kişilik Envanteri.....	39
3.3.3. Sosyal Medya Tutum Ölçeği.....	40
3.4. Verilerin Toplanması.....	41

3.5. Veri Çözümleme Teknikleri.....	42
-------------------------------------	----

BÖLÜM IV

4. BULGULAR.....	43
4.1. Veri Toplama Araçlarının Güvenirlik Analizleri.....	43
4.2. Verilerin İstatistiksel Analizi.....	43
4.2.1. Özel Lise Öğrencilerinin Demografik ve Sosyal Medya Kullanımlarına İlişkin Özelliklerine Dair Bulguları ve Yorumu.....	44
4.2.2. Özel Lise Öğrencilerinin EKE ve SMTÖ Skorlarının Bazı Demografik Değişkenlere İlişkin Bulguları ve Yorumu.....	47
4.2.3. Özel Lise Öğrencilerinin İçedönük-Dışadönük Kişilik Özellikleri ile Sosyal Medya Tutumları Arasındaki İlişkiye Dair Bulgular ve Yorumu.....	58

BÖLÜM V

5. TARTIŞMA.....	59
------------------	----

BÖLÜM VI

6. SONUÇ, SINIRLILIKLAR VE ÖNERİLER.....	66
--	----

KAYNAKLAR	70
------------------------	----

EKLER

Ek-1 Kişisel Bilgi Formu.....	80
Ek-2 Eysenck Kişilik Envanteri.....	81
Ek-3 Sosyal Medya Tutumları Ölçeği.....	82
Ek-4 Etik Kurul Formu.....	83

ÖZGEÇMİŞ	85
-----------------------	----

TABLolar LİSTESİ

Sayfa No.

Tablo 4.2.1.1. Özel Lise Öğrencilerinin Çeşitli Değişkenlere Göre Dağılımı.....	44
Tablo 4.2.1.2. Özel Lise Öğrencilerinin Sosyal Medya Kullanımlarına Yönelik Değişkenlere Göre Dağılımı.....	45
Tablo 4.2.2.1. Bireylerin Cinsiyetlerine Göre SMTÖ Alt Ölçek Puanlarının Mann Whitney U Testi Sonuçları	47
Tablo 4.2.2.2. Bireylerin Cinsiyetlerine Göre EKD Dışadönüklük Alt Ölçek Puanlarının Mann Whitney U Testi Sonuçları.....	48
Tablo 4.2.2.3. Bireylerin Takip Ettikleri Sosyal Medya Platformlarına Göre SMTÖ Alt Ölçek Puanlarının Kruskal Wallis H testi Sonuçları.....	49
Tablo 4.2.2.4. Bireylerin Takip Ettikleri Sosyal Medya Platformlarına Göre EKE Dışadönüklük Alt Ölçek Puanlarının Kruskal Wallis H Testi Sonuçları.....	50
Tablo 4.2.2.5. Bireylerin Sosyal Medya Kullanım Süresine Göre SMTÖ Alt Ölçek Puanlarının Kruskal Wallis H testi Sonuçları.....	51
Tablo 4.2.2.6. Bireylerin Sosyal Medya Kullanım Süresine Göre EKE Dışadönüklük Alt Ölçek Puanlarının Kruskal Wallis H testi Sonuçları.....	52
Tablo 4.2.2.7. Bireylerin Sosyal Medyada Geçirdikleri Süreye Göre SMTÖ Alt Ölçek Puanlarının Kruskal Wallis H testi Sonuçları.....	53
Tablo 4.2.2.8. Bireylerin Sosyal Medyada Geçirdikleri Süreye Göre EKE Dışadönüklük Alt Ölçek Puanlarının Kruskal Wallis H testi Sonuçları.....	55
Tablo 4.2.2.9. Bireylerin Sosyal Medyayı Destek Aracı Olarak Kullanma Durumlarına Göre SMTÖ Alt Ölçek Puanlarının Mann Whitney U Testi Sonuçları.....	55
Tablo 4.2.2.10. Bireylerin Sosyal Medyayı Destek Aracı Olarak Kullanma Durumlarına Göre EKE Dışadönüklük Alt Ölçek Puanlarının Mann Whitney U Testi Sonuçları.....	56
Tablo 4.2.2.11. Bireylerin Anne Baba Birliktelik Durumlarına Göre EKE Dışadönüklük Alt Ölçek Puanlarının Mann Whitney U Testi Sonuçları.....	57
Tablo 4.2.2.12. Bireylerin Kardeş Sayısına Göre EKE Dışadönüklük Alt Ölçek Puanlarının Kruskal Wallis H Testi Sonuçları.....	57
Tablo 4.2.3.1. EKE Dışadönüklük Alt Ölçeği Skorları ile SMTÖ Alt Ölçek Skorları Arasındaki İlişki.....	58

KISALTMALAR LİSTESİ

Ark.	:Arkadaşları
Akt.	:Aktaran
TÜİK	:Türkiye İstatistik Kurumu
MEGEP	: Mesleki Eğitimi Geliştirme Projesi
SMTÖ	: Sosyal Medya Tutum Ölçeği
EKE	: Eysenck Kişilik Envanteri



GENEL BİLGİLER

Adı ve Soyadı : Merve YANIK DÜŞÜNCELİ
Anabilim Dalı : Psikoloji
Programı : Uygulamalı Psikoloji
Tez Danışmanı : Prof. Dr. Serap Leman BİLGİN
Tez Türü ve Tarihi : Yüksek Lisans – Haziran 2016

ÖZEL LİSE ÖĞRENCİLERİNİN SOSYAL MEDYA TUTUMLARI İLE İÇEDÖNÜKLÜK-DIŞADÖNÜKLÜK KİŞİLİK ÖZELLİKLERİ ARASINDAKİ İLİŞKİNİN İNCELENMESİ

ÖZET

Araştırmada özel lise öğrencilerinin sosyal medya tutumları ile içedönük-dışadönük kişilik özellikleri arasındaki ilişkinin incelenmesi amaçlanmıştır. Araştırmaya 2015-2016 Eğitim-Öğretim yılında Doğa Koleji'nin kampüslerinde öğrenim gören 118'i kadın, 182'si erkek 300 öğrenci katılmıştır. Bu araştırmada lise öğrencilerinin sosyal medya tutumlarını değerlendirmek için "Sosyal Medya Tutum Ölçeği", içedönük-dışadönük kişilik özelliklerini belirlemek için "Eysenck Kişilik Envanteri" kullanılmıştır. Lise öğrencilerinin demografik özelliklerinin ve sosyal medya kullanımına ilişkin verilerin elde edilmesinde "Kişisel Bilgi Formu" kullanılmıştır. Katılımcıların demografik özelliklerine, ailelerine, sosyal medya kullanım süre ve alışkanlıklarına ilişkin mevcut durumu ortaya koymak amacıyla tanımlayıcı istatistiklerden frekans ve yüzde değerleri hesaplanmıştır. Veri setinin güvenilirliğini tespit edebilmek için Cronbach alfa katsayısı hesaplanmıştır. Değişkenlerin normal dağılım sınanması Kolmogorov Smirnov testi aracılığı ile yapılmış ve değişkenlerimiz normal dağılım sergilemediği için iki grup karşılaştırmalarında Mann Whitney U testi, ikiden fazla grup karşılaştırmalarında Kruskal Wallis H testi kullanılmıştır. Araştırmadan elde edilen bulgularda içedönük -dışadönük kişilik özellikleri ile öğrencilerin, paylaşım ihtiyacı tutumları ile zayıf düzeyde pozitif yönlü bir ilişki olduğu tespit edilmiştir. Cinsiyete göre içedönük-dışadönük kişilik özellikleri arasındaki ilişkiye bakıldığında erkek öğrencilerin kız öğrencilere göre daha dışadönük olduğu tespit

edilmiştir. Cinsiyete göre sosyal yetkinlik, paylaşım ihtiyacı alt boyutunda ise anlamlı bir farklılık olduğu tespit edilmiştir. Kadınların erkeklere göre paylaşım ihtiyacı alt boyutunda daha yüksek düzeyde oldukları saptanmıştır. Sosyal yetkinlik tutum düzeyi yüksek olanların en fazla Whatsapp'ı, paylaşım ihtiyacı tutum düzeyi yüksek olanların ve öğretmenlerle iletişim tutumu yüksek olanların en fazla Instagram'ı, kullandıkları tespit edilmiştir. Araştırmadan elde edilen bulgulara göre sosyal yetkinlik, paylaşım ihtiyacı ve sosyal izolasyon tutumları ile sosyal medyada günlük geçirilen süre arasında anlamlı bir ilişki bulunmuştur. Yapılan analizler sonucunda sosyal yetkinlik, paylaşım ihtiyacı ve öğretmenler ile iletişim alt boyutlarında sosyal medyayı ihtiyacı olduğunda bir destek aracı olarak kullananların düzeylerinin daha yüksek olduğu tespit edilmiştir. Sosyal izolasyon alt boyutunda ise sosyal medyayı destek amaçlı kullanmayanların düzeyinin daha yüksek olduğu tespit edilmiştir.

Anahtar kelimeler: sosyal medya, kişilik, içedönüklük, dışadönüklük, ergen

GENERAL KNOWLEDGE

Name and Surname : Merve Yanık Düşünceli
Field : Psychology
Program : Applied Psychology
Supervisor : Prof. Dr. Leman Bilgin
Degree Awarded and Date : Master – June 2016

RELATIONSHIP BETWEEN ATTITUDE OF SOCIAL MEDIA AND INTROVERSION-EXTRAVERSION PERSONALITY TRAITS IN PRIVATE HIGH SCHOOL STUDENTS

ABSTRACT

The current study was aimed to investigate the relationship between social media attitude and introversion-extraversion personality traits in private high school students. The study was conducted on students in Doğa Colleges during 2015-2016 academic year. Three hundred high school students (118 female, 182 male) were participated in the study. For evaluating social media attitudes, “Sosyal Medya Tutum Ölçeği”; for determining personality traits, “Eysenck Personality Questionnaire (EPQ)” and for gathering information about demographic characteristics on usage and attitude of social media, “Personal Information Form” were applied to participants. For revealing current structure of frequency and percentage of participants’ demographic characteristics, family, practice and time on usage of social media, descriptive statistics were used to analyze. Cronbach alpha coefficient was calculated to test data set’s reliability and Kolmogoroc Smirnov test was used to test normal distribution of variables. Because of absence of normal distribution, Mann Whitney U test was conducted for comparison of dual groups and Kruskall Wallis H test was conducted for comparison of more than two groups. According to the results, it was found that introverted-extroverted personality traits had positive and weak relationship with the need of sharing subdimension. It was found statistically significant that male students have more extraverted traits than

female students. Furthermore, results show that need of sharing subdimension was found higher in female students than male students. Additively, it was found that, students with high level of social competence attitude use Whatsapp; students with need of sharing and attitude of interaction with teachers use Instagram more. Relationship between social competence, need of sharing, social isolation and daily time duration on social media was found statistically significant. Overall, using social media as a support medium in social competence, need of sharing and interaction with teachers subdimensions was found higher; in social isolation, the level of students who use social media as a support medium was found lower.

Keywords: social media, personality, introversion, extraversion, adolescent

BÖLÜM I

1. GİRİŞ

Ergenlik döneminde olan öğrencilerin bir gruba ait olma isteği, belirli bir görüşü benimseme, bağımsız olma, arkadaşlara yönelme gibi eylem ve düşünceleri kendini gerçekleştirme yolunda attıkları gizli adımlar olarak değerlendirilebilir. Bazı öğrenciler ise doğuştan getirdikleri bazı özellikleri ve yaşadıkları deneyimler ile sosyal çevreye adapte olamamakta ve arkadaşlık ilişkileri kurmakta oldukça güçlük çekmektedirler. Yaşadıkları bu zorluk bireylerin daha tercih edilebilir bir alan olan sosyal medyaya yönelmelerine neden olduğu düşünülmektedir.

Bu çalışma özel liselerde öğrenim görmekte olan öğrencilerin sosyal medya tutumları ile içedönüklük-dışadönüklük kişilik özellikleri arasında ilişki olup olmadığını ortaya koymak amacıyla yapılmıştır.

Türkiye’de Facebook’un kullanılmaya başlamasıyla birlikte sosyal medyanın internette en sık ziyaret edilen alan olduğu görülmektedir. Türkiye’de internet kullanımları ile ilgili araştırmalar yapılmıştır ancak sosyal medya gibi daha spesifik alanlarda yeterli çalışmaların henüz yapılmadığı görülmüştür. Sosyal medya kullanıcı sayısı hızla artarken, kullanıcıların kişilik özelliklerini anlamak için yeterli çalışma yapılmamış olması, sosyal medya tutumları ile kişilik özellikleri arasında anlamlı bir ilişki olup olmadığının incelenmesi gerektiğini düşündürmüştür ve içedönüklük-dışadönüklük kişilik özellikleri ile ilişkisi incelenmek istenmiştir. Bu araştırma ilişki arayan çalışmadır. Araştırmanın evrenini İstanbul Anadolu yakasında bulunan özel liselerde okuyan 9. 10. 11. ve 12. Sınıf öğrencileri oluşturmuştur. Örneklemi ise basit tesadüfi ile seçilen 14-18 yaş arası ergenler oluşturmuştur. 300 öğrenciye anket uygulanmıştır. Verilerin toplanmasında Kişisel Bilgi formunun yanı sıra “Eysenck Kişilik Envanteri” ve “Sosyal Medya Tutum Ölçeği” kullanılmıştır.

1.1. Araştırmanın Amacı

Araştırmanın birincil amacı, 14-18 yaş arasındaki ergenlerin sosyal medya tutumlarının içedönüklük-dışadönüklük kişilik özellikleri arasındaki ilişkilerini incelemektir. İkincil olarak da demografik bilgiler ışığında sosyal medya tutumları ile içedönük-dışadönük kişilik özellikleri arasında farklılık olup olmadığına bakmaktadır.

1.2. Araştırmanın Önemi

Türkiye’de Facebook’un kullanılmaya başlamasıyla birlikte sosyal medyanın internette en sık ziyaret edilen alan olduğu görülmektedir. We are Social tarafından yapılan istatistikler bunu doğrular niteliktedir (Wearesocial, 2015). Sosyal medya kullanıcı sayısı hızla artarken, kullanıcıların kişilik özelliklerini anlamak için yeterli çalışma yapılmamış olması, sosyal medya tutumları ile kişilik özellikleri arasında anlamlı bir ilişki olup olmadığının incelenmesi gerektiğini düşündürmüştür ve içedönüklük-dışadönüklük kişilik özellikleri ile ilişkisi incelenmek istenmiştir.

Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK) tarafından 2015 yılında internet kullanma amaçları hakkın yapılan araştırmada en fazla kullanılan sitelerin sosyal medya siteleri olduğu saptanmıştır. Gençlerin kendilerini ifade edecek her sözcüğün, fotoğrafın, videonun onların vazgeçilmez bir parçası olan internetle bağdaştığı bir çağda yaşıyoruz. Bu hedef doğrultusunda içedönük ve dışadönük kişilik özelliğine sahip bireylerin sosyal medya hangi amaçlarla kullandığına dair bilgi elde edinmesi planlanmaktadır.

Yabancı kaynakların literatür taramaları yapılırken sosyal medya tutumları ile kişilik özellikleri arasındaki ilişkiyi inceleyen bir çok çalışma bulunmaktadır. Özellikle içedönük ve dışadönük kişilik özelliklere yönelik sonuçlar incelendiğinde Türkiye’de sonuçların nasıl olacağına dair büyük bir merak uyandırmıştır. Ateş’in (2014) yaptığı çalışmada insanların kendileriyle ilgili birçok şeyi paylaşma ihtiyacı duydukları, bu ihtiyaçlarını da sosyal medya araçlarını kullanarak yaptıkları, Harbough (2010) içedönük ve dışadönük bireylerin kişilerarası etkileşim ve sosyal ihtiyaçlarını sağlamak için sosyal medyayı kullandıklarını ifade etmiştir. McKenna ve Bargh (2000) dışadönüklerin sosyal medyayı genişleme, yayılma, tanınma olarak gördüklerini belirtmiştir. Gosling ve arkadaşları (2011) dışadönüklerin toplumla sosyalleşmek için

sosyal medya kullanımında daha istekli olduklarını, daha fazla paylaşım yaptıklarını, haber akışını ve beğenileri daha fazla takip ettiklerini ifade etmişlerdir. Peter, Valkenburg ve Schouten, (2005) internetin dışadönük insanlara daha fazla yaradığını bunu da daha sosyal olmaları ve sosyal çevrelerini online etkileşim ağları ile daha da genişletebilmeleri ile açıklamaktadır. Chen ve arkadaşları (2012) içedönüklerin paylaşım yapma ihtiyaçlarının dışadönüklere göre daha düşük olduğunu, dışadönüklerin içedönüklere göre daha fazla bilgi paylaştıklarını ifade etmişlerdir. Golbeck'in (2011) yaptığı çalışmada dışadönük bireylerin farklı gruplardan yeni arkadaşlıklar kurmaya eğilimli olmaları sonucunun çıkması araştırmayı doğular nitelikte olmuştur. Sumner ve arkadaşları (2011) dışadönük bireylerin fotoğraf paylaşımları yapmaya ve başkalarının paylaşımlarına daha fazla yorum yapma eğilimlerinin yüksek olduğu ortaya çıkmıştır.

Araştırmanın ana problemi özel lise öğrencilerinin sosyal medya tutumları ile içedönük-dışadönük kişilik özellikleri arasındaki ilişkinin incelenmesidir. Okullarda edinilmiş kişisel deneyimler ve görüşmeler sonucunda, sosyal medya tutumlarından "Sosyal İzolasyon" ve "Öğretmenlerle İlişki" puanlarının dışadönüklerde daha yüksek olması beklenmiştir. İçedönüklerin sosyal medyayı kullanarak sosyal çevrelerindeki insanların neler yaptığını, paylaşımlarından takip etmektedirler. Bu durum bireyin sosyal medya nedeniyle kendisini diğerlerinden ayrı, uzak, kopuk görmesi, etkinliklerine ilgi gösterememesi, bir bakıma soyutlanması, izole olması, sosyal bağın hissedilememesi durumunu yaşamasına sebebiyet gösterebileceği düşünülmektedir. Dolayısıyla içedönüklerin, dışadönüklere göre bu durumu daha fazla yaşayacakları tahmin edilmektedir.

Dışadönüklerin içedönüklere göre sosyal medya aracılığıyla yazı, durum, fotoğraf, yorum paylaşımlarında bulunması bunların beğenilmesi, diğerlerini beğenmesi ve iletişim kurması bu sayede memnun olması beklenmektedir. Aynı zamanda dışadönüklerin sosyal medya sayesinde ilişkiler kurması, kişilik kazanması, duygularını ifade edip kendisine yönelik algısında ihtiyaçlarını karşılayarak kendini yeterli görmesi de beklenen durumlardandır.

Benet-Martinez ve John (1998) dışadönüklüğü, “konuşkan, sıcakkanlı, heyecanlı ve coşkulu ve sosyal olma” gibi özelliklerden oluştuğu şeklinde ifade etmişlerdir (Akt. Burger, 2006). Bu tanım ele alınarak incelendiğinde içedönük bireylerin öğretmenler ile ilişki kurarken dışadönüklere göre sosyal medyayı daha fazla kullanacaklarını düşündürmüştür. İçedönük bireylerin direkt iletişim kurmak yerine dolaylı yollarla kendilerini ifade etmeye daha meyilli olduğu düşünülmektedir. Bununla beraber içedönük bireylerin sosyal medyada geçirdikleri zamanın daha fazla olacağı düşünülmektedir.

Öğrencilerin sosyal medya tutumları ile demografik bilgileri arasında anlamlı farklar olması beklenmektedir. Sosyal medya kullanımı yalnızca içedönük dışadönük kişilik özellikleri ile değil, aynı zamanda öğrencinin cinsiyeti, takip edilen sosyal medya platformu, sosyal medya kullanım süresi, sosyal medyada günlük ortalama geçirilen zaman, sosyal medyanın sosyal bir destek aracı olarak kullanılması ve sosyal medya kullanım amaçları gibi verilerin birlikte incelenmesinin araştırmayı derinleştireceği düşünülmektedir.

Son yıllarda, internet kullanımını arttıran en önemli etkenlerden birinin sosyal medya olduğu açıkça görülmektedir. Sosyal medya üzerinden oluşturulan profiller, bireylerin kendilerini tanımladıkları ve o kimlik üzerinden paylaşımlarda bulunarak kendilerini ifade ettikleri, etkinlikler düzenlediği, sosyal çevreleri ile iletişiminin devamlılığını sağladığı ya da yeni sosyal çevreler edindikleri sanal bir platformda kendini var etmeleri olarak tanımlanabilir.

Bu bağlamda düşünüldüğünde bireylerin sosyal medyayı kullanma tutumları, demografik veriler ve kişiliği ile ele alındığında değişkenlik göstereceği düşünülmüştür.

1.3. Problem Cümlesi

Özel lise öğrencilerinin sosyal medya tutumları ile içedönük-dışadönük kişilik özellikleri arasındaki ilişkinin incelenmesi, araştırmanın ana problemini oluşturmaktadır.

1.4. Alt Problemler

1. Özel lise öğrencilerinin demografik bilgileri nasıl bir dağılım göstermektedir?
2. Özel lise öğrencilerinin cinsiyetleri ile sosyal medya tutumları ve dışadönüklük puanlarında anlamlı bir farklılık bulunmakta mıdır?
3. Özel lise öğrencilerinin takip ettikleri sosyal medya platformu ile sosyal medya tutumları ve dışadönüklük puanlarında anlamlı bir farklılık bulunmakta mıdır?
4. Özel lise öğrencilerinin sosyal medyayı kullanım süreleri ile sosyal medya tutumları ve dışadönüklük puanlarında anlamlı bir farklılık bulunmakta mıdır?
5. Özel lise öğrencilerinin sosyal medya sitelerinde geçirdikleri süre ile sosyal medya tutumları ve dışadönüklük puanlarında anlamlı bir farklılık bulunmakta mıdır?
6. Özel lise öğrencilerinin sosyal medyayı destek aracı olarak kullanma durumları ile sosyal medya tutumları ve dışadönüklük puanlarında anlamlı bir farklılık bulunmakta mıdır?
7. Özel lise öğrencilerinin anne baba birliktelik durumu ile dışadönüklük puanlarında anlamlı bir farklılık bulunmakta mıdır?
8. Özel lise öğrencilerinin kardeş sayısı ile dışadönüklük puanlarında anlamlı bir farklılık bulunmakta mıdır?
9. Özel lise öğrencilerinin sosyal medya tutumları ile içedönük-dışadönük kişilik özellikleri arasında bir ilişki var mıdır?

1.5. Sayıtlar

Araştırmada veri toplama aracı olarak kullanılacak olan Sosyal Medya Tutum Ölçeğinin, öğrencilerin sosyal medya tutumlarını ölçebileceği varsayılmıştır. Araştırmada kullanılacak Eysenck Kişilik Envanteri, öğrencilerin içedönük-dışadönük kişilik özelliklerini ölçebileceği varsayılmıştır. Kişisel bilgi formundaki demografik bilgilerin doğru cevaplanacağı kabul edilmiştir. Ölçekleri dolduran öğrencilerin formları samimiyetle ve gerçekçi bir şekilde doldurdukları varsayılmıştır.

1.6. Sınırlılıklar

Araştırma, İstanbul ili Anadolu yakasından seçilen iki özel okuldan seçilen örneklem ile sınırlıdır. Araştırma amaçları doğrultusunda oluşturulan demografik bilgi formu ve seçilen ölçeklerin içindeki sorular ve bunlara verilecek cevaplar ile sınırlıdır.

1.7. Terimler ve Tanımlar

Sosyal Medya

Kullanıcıların internet ortamında kendilerini tanımlayarak birçok farklı kültürden farklı kullanıcılar ile iletişime geçtiği, bununla birlikte normal sosyal yaşamda kullanılan mimik ve jestleri simgeleyen sembollerle duygu ve düşüncelerini sanal olarak ifade ettiği, bu şekilde sosyal iletişim kurduğu ortamlar “sosyal ağ” olarak tanımlanmaktadır (Tektaş, 2014).

İçedönük-Dışadönük Kişilik Özelliği

Eysenck'e (1969) göre dışadönük özellikleri sahip olan bireyin neşelilik, canlılık, hareketlilik, iyimserlik yönleri de mevcutken; içedönük kişilik yapısına sahip olan bireylerin dışadönüklerin tersine daha pasif, sessiz, duygusal olarak mesafelilik özellikleri ön planda olmaktadır (Feist ve Feist, 2008). Costa ve McCrae'ye göre dışadönük olan kişiler sevgi dolu ve bunu gösteren, konuşmaya istekli, enerji dolu, özelliklerine sahipken; içedönük kişiler sessizliği, yalnızlığı tercih edenlerdir (Bono ve ark., 2002).

BÖLÜM II

2. ALAN YAZINI / İLGİLİ ARAŞTIRMALAR

2.1. İnternet

2.1.1. İnternet Kavramı

Varol yaptığı çalışmada internetin, kablolar ve uydular aracılığı ile tüm dünyadaki insanların birbirine bağlanabildiği milyonlarca bilgisayardan oluştuğunu belirtmiştir. Bu ağ sayesinde dünyanın istenen herhangi bir yerindeki bilgiye ulaşılabilen, çok kolay, çabuk ve ucuza iletişim kurulabilmekte, dünyanın herhangi bir noktasına çok büyük miktarda bilgi ve belge transferi yapılabilmektedir (Varol, 2001).

İnternet kurulduğundan bu güne hızla gelişmiş ve sürekli güncellenen büyük bir bilgi paylaşım ağı haline gelmiştir. Genel bir tanımlama yapılacak olursa; internet, dünyanın dört bir tarafındaki bütün bilgisayarların birbiriyle bağlanmasına yarayan ağıdır (Aksu ve İrgil, 2003).

İnternet, her türlü bilgiyi bilgisayar ağları ile ortama aktarabilen, tüm dünyada hızlı, masrafsız ve kolay bir şekilde kullanılabilen, güncellenen popüler bir iletişim, bilgi ve eğlence aracıdır olarak da tanımlanmıştır (Ök, 2013, s. 3).

Başlangıç dönemlerinden bu yana internetin kullanımı fazlasıyla değişiklik göstermiştir. O dönemlerde kullanımı şimdiki kadar kolay değildi ve herkesin ulaşacağı bir teknoloji değildi. Öncelikli olarak bilim adamları, mühendisler ve bilgisayar uzmanları interneti kullanıyordu. Şimdiki gibi erişilmesi ve kullanması kolay değildi, kullanabilmek için karmaşık bir sistemin öğrenilmesi gerekiyordu. Son zamanlarda internet belki de binlerce amaç için kullanılmaktadır ancak kuruluş dönemlerinde interneti kullanma amacı da yalnızca e-posta gönderebilmektir. Tim Barnes Lee'nin 1991'de World Wide Web'i (WWW) icat etmesi ile internet daha farklı bir boyut kazandı. İnternetin "hypertxt" denen daha görsel bir temele dayandırılmasıyla, bilgilerin, araştırmaların paylaşılması daha kolay olacaktır. WWW, ticaret yapan

çevreleri motive edici bir icat olmuştur. Kullanıcı sayısı böylelikle artmış ve 617.000 kullanıcıya ulaşmış ve bilgisayar ağı bugünkü “internet” ismini almıştır (Arısoy, 2009).

1990’lardan itibaren internet kullanıcıların sayısı katlanarak artmıştır. Üniversiteler, devlet kurumları, ticari kurumlar ve organizasyonlar internetteki bu gelişime ayak uydurmuşlar ve bağlantı noktalarına isimler vermeye başlamışlardır. Hemen hemen bütün iletişim firmaları internete yatırım yapmaya başlamışlardır (Akt. Arısoy, 2009).

2.1.2. İnternetin Gelişimi

Ülkemizde internetin kullanmaya ve gelişmeye başlaması 1990’lı yıllara denk gelmektedir. Ülkemiz 1993 yılının Nisan ayından itibaren internete bağlıdır. 64kbit/sn hızında olan ilk internet bağlantısı Ortadoğu Teknik Üniversitesi’nde (ODTÜ) gerçekleştirilmiştir. Uzun bir süre tüm ülkenin internet bağlantı hattı ODTÜ’den olmuş, daha sonra öncelikli olarak akademik ortamlarda yaygınlaşmaya başlamış ve diğer üniversiteler de bağlantıları gerçekleştirmiştir. Akademik kuruluşların internet bağlantısını sağlayan ULAKNET 1997 yılında çalışmaya başlamış ve üniversiteler birbirine daha hızlı bağlanmıştır. 1999 yılında ticari ağ yapısında büyük değişiklikler olmuş ve TURNET’in yerini TTnet adlı yeni bir oluşum almıştır. 2000’li yılların başında; TTnet üzerinden ticari kullanıcılar, ULAKNET üzerinden de akademik kuruluşlar ve ilgili birimler internet erişimine sahip olmaya başlamışlardır (Özcan, 2005).

Ülkemizde, ilk olarak üniversitelerde yaygınlaşan internet, sırasıyla işyerlerine ve evlere girmiştir. İnternet kafelerin artması ile kullanıcı kitlesi genişlemiştir. İnternet kafeler sayesinde daha önce interneti kullanmayan büyük bir kesim sanal dünya ile tanışmıştır (Yıldız ve Bölükbaş, 2003).

2007 yılında Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK) tarafından yapılan Hanehalkı Bilişim Teknolojileri Kullanımı araştırmasının sonuçları incelendiğinde hanelerin % 18.9’unun internete erişim olanağı olduğu saptanmıştır. 2007 yılı Nisan – Haziran döneminde internet kullanan hanehalkı bireylerinin % 61.1’i interneti neredeyse her gün

kullanmakta iken, % 25.5'i haftada en az bir kez kullanmıştır. 16-24 yaş grubu internet ve bilgisayar kullanım oranının en yüksek olduğu yaş grubudur (Akt. Oğuz ve ark., 2008).

Türkiye İstatistik Kurumu'nun (TÜİK) yaptığı, 2015 yılı Hanehalkı Bilişim Teknolojileri Kullanım Araştırması'nda internet kullanım amaçları arasında sosyal medyanın ilk sırada olduğu saptanmıştır. 2015 yılının Ocak, Şubat ve Mart aylarında internet kullanan bireylerin interneti kullanma amaçlarına bakıldığında aşağıdaki gibi sonuçlar ortaya çıkmıştır:

1. %80,9 ile sosyal medya üzerinde profil oluşturma, mesaj gönderme veya fotoğraf vb. içerik paylaşma,
2. %70,2 ile online haber, gazete ya da dergi okuma,
3. %66,3 ile sağlıkla ilgili bilgi arama,
4. %62,1 ile kendi oluşturduğu metin, görüntü, fotoğraf, video, müzik vb. içerikleri herhangi bir web sitesine paylaşmak üzere yükleme,
5. %59,4 ile mal ve hizmetler hakkında bilgi arama (TÜİK, 2015).

Yapılan çalışmalar Türkiye'nin interneti en fazla sosyal medya sitelerinde geçirdikleri söylenebilir.

We are Social tarafından yapılan istatistik çalışmalarına göre Ocak 2015'te ülkemiz toplam nüfusun %49'u toplamda 37,7 milyon aktif internet kullanıcılarına sahip olduğu saptanmıştır. Ocak 2014'ten bu yana Türkiye'de aktif sosyal medya hesabı sayısı %11 artış göstermiş ve 40 milyona ulaşmıştır. Günde ortalama 2 saat 56 dakika sosyal medya kullanmaktadırlar. Sosyal medya platformlarından en fazla kullanılan ise Facebook olduğu ifade edilmiştir (wearesocial, 2015).

Gençlerin kendilerini ifade edebileceği her sözcüğün, fotoğrafın, videonun onların vazgeçilmez bir parçası olan internetle bağdaştığı bir çağda yaşıyoruz. Dolayısıyla gençlerin sosyal medya tutumları ile kişilik özellikleri arasında nasıl bir ilişki olduğunu anlamak üzere araştırma yapmak hedeflenmiştir. Bu hedef doğrultusunda içedönük ve dışadönük kişilik özelliğine sahip bireylerin sosyal medya hangi amaçlarla kullandığına dair bilgi elde edinmesi planlanmıştır.

2.1.3. İnternetin Kullanım Amaçları

Lise öğrencilerinin bir gruba ait olma isteği, belirli bir görüşü benimseme, bağımsız birey olabilme, anne-babaları ile iletişimlerinin yerini arkadaş ve sosyal çevresinin alması vb. durumlar kendini gerçekleştirme yolunda attıkları gizli adımlar olarak değerlendirilebilir. Bazı öğrenciler ise kişilik özellikleri ve yaşadıkları deneyimler ile sosyal çevreye adapte olamamakta ve arkadaşlık ilişkileri kurmakta oldukça güçlük çekmektedirler. Bunların yanı sıra günümüz koşullarında yoğun okul temposu nedeniyle ergenlerin okul, dersane, özel ders koşturmalarından geriye kendilerine ayıracak çok fazla zaman kalmamaktadır. Bu durumda daha az enerji harcayarak ilişkileri ve bireysel istekleri yerine getirmek internet üzerinden kolaylıkla sağlanabilmektedir ve bireylerin bir şekilde teknolojiyi kullanma eğilimlerini arttırmaktadır. Fiziki olarak bulunmadığı yalnızca düşüncelerinin ve isteklerinin birçok şekilde ifade etmelerini sağlayan sanal ortamda; internet ortamında bu ihtiyaçların giderilmesini sağlamaktadır.

Li ve Atkins'in yaptığı çalışmaya göre (2004); çocuk ve gençlerin oyun oynama, müzik dinleme, yazı yazma, ders çalışma gibi farklı amaçlar için interneti kullandıkları anlaşılmıştır (Akt. Muslu ve Bolışık, 2009).

Madell ve Muncer'in 11-16 yaş arası 1340 ortaokul öğrencisi ile yaptığı çalışmada ise (2004) öğrencilerin %67'si müzik dinlemek, %56'sı internette gezinti yapmak ve %55'i elektronik postalarını kontrol etmek için internete girdikleri; %28 gibi küçük bir bölümünün ise bilgi edinmek amacı ile interneti kullandığı saptanmıştır. Cinsiyete göre değerlendirildiğinde erkek öğrencilerin kız öğrencilere göre interneti daha fazla kullandıkları görülmüştür (Akt. Muslu ve Bolışık, 2009).

2.2. Sosyal Medya

2.2.1. Sosyal Medyanın Tanımı

Bilgi ve iletişim teknolojisinin hızla gelişmesiyle internet, günden güne günlük yaşamın bir parçası haline gelmiştir. Kullanıcılar sosyal medyada profil oluşturarak her

kültürden insanla iletişime geçip, günlük yaşamda kullandıkları jest ve mimikleri sanal ortamda simgelerle ifade etmektedirler. Bu şekilde kullanıcıların günlük yaşam dışında da sosyal bir çevre edindikleri görülmektedir. İnternette sosyal iletişim kurulan ortamlar “sosyal ağ” olarak tanımlanmaktadır. (Tektaş, 2014).

Sosyal Medya web siteleri genel olarak, kullanıcıların kendi profillerini başka kullanıcılarla paylaşabilecekleri sanal ortam olarak tanımlanabilir (Hughes ve ark., 2012).

Türkiye’de 35 milyon (Türkiye nüfusunun neredeyse yarısı kadar) aktif kullanıcı var. Facebook 20 milyondan fazla kayıtlı üyesiyle, ülkemizde en fazla popüler olan sosyal medya sitesi içinde yer almaktadır. Facebook’u takip eden bir diğer web sitesi ise Twitter. Twitter 10 milyon kayıtlı üyesiyle, Microsoft Network (MSN) 5 milyon kayıtlı üyesiyle ile sırasıyla popüler olan web siteleridir (Marketing Türkiye, 2012). En fazla kullanan web sitelerini en fazla genç yetişkin ve ergenler kullanmaktadır ve kullanıcıların yaşlarının 25 yaş ve altı olduğu tespit edilmiştir (Lenhart, 2009).

Onat (2010) ve Bayram (2012) sosyal medyayı, bireylerin web 2.0 teknolojisini kullanarak, birebir ve çift yönlü iletişimi sağlayan, video, fotoğraf vb. her türlü paylaşımın yapılabildiği, bilgi iletimine imkan veren yeni bir iletişim kanalı olarak tanımlamışlardır. Showalter’e göre (2012) sürekli güncellenen bu ağ sayesinde tebrik kartları e-kartlara, mektuplar e-postalara dönüşmüş. Önemli günler ve davetler de etkinlikler oluşturularak duyurulmaya başlanmıştır. En genel haliyle sosyal medya, insanları birbirlerine bağlayabilen web tabanlı bir yazılım olarak tanımlanabilir (Akt. Atalay, 2014).

Sosyal medya kavramı Web 2.0 teknolojisinin geliştirilmesiyle ortaya çıkmıştır. Bu teknolojiyi kullanan bireylerin diğer kullanıcılar ile ilgili bilgi toplamak ve onlarla iletişime geçmek için kullandıkları internet siteleri ve programlar sosyal medya olarak tanımlanabilmektedir (Gürsakal, 2009: 16).

Sosyal medya kullanımı kişiden kişiye farklılıklar göstermektedir. Her insanın kişiliğinin “biricik” olduğunu düşündüğümüzde herkesin kendi beklenti ve ihtiyaçlarına göre sosyal medyayı kullandıkları ve dolayısıyla farklı doyumlara ulaştığı söylenebilir.

Her bireyin kendi özgü bir kişiliğinin olması kişinin o an içinde bulunduğu yoksunlukla ilgili olduğunu düşündürmektedir. Yoksunluk giderilince bireyin ikinci planda olan diğer ihtiyaçları devreye girer. Dolayısıyla sosyal medya kullanım amaçları da farklılık gösterecektir. Bazıları sosyalleşmeden kaçtığı, izole olduğu, izleyici konumda olduğu gibi bazıları için de sosyalleşmek, toplum tarafından takdir edilmek, takip edilmek gibi isteklerle sosyal medyayı kullanmaktadırlar. Bu durum değişkenlik gösterebilir, sağlıklı bireyler hem sosyalleşmek hem kaçış belirtileri gösterebilmektedirler (Hazar, 2011).

Sosyal medyanın birçok amacı vardır. Kullanıcılar iletişim kurmak, sosyalleşmek, eğlenmek, vakit geçirmek ve gerçek hayattan kaçmak için interneti kullanmaktadırlar ve bu ihtiyaçlarına etkileşim boyutuyla cevap vermektedirler. Günümüzde insanları hızlı şekilde içine aldığı ve bireyler bunu kişiselleştirebildiği için gelecekte de devamlılığını sürdürmesi beklenmektedir (Hazar, 2011).

2.2.2. Sosyal Medyanın Tarihçesi

Son yıllarda bilgi ve iletişim teknolojileri birçok farklı alanda dönüşüme uğramıştır. Bu dönüşümler beraberinde, sosyal ilişkileri, sosyal yaşamı ve sosyal iletişimi kapsayan bir sosyal dönüşümü de getirmiştir. Devam etmekte olan bu dönüşüm teknolojiyi ve teknoloji kullanımını da oldukça etkilemektedir (Çoklar, 2010).

Özellikle de çocukların dünyasında bilgisayarların varlığı önemli bir yer etmiştir. Gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerde vakitlerinin büyük bir kısmını evde ve okulda geçiren çocuklara bilgisayarlar yakın arkadaş olmuştur (Muslu ve Bolışık, 2009).

Sosyal medyanın tarihine bakıldığında (<http://blog.skloog.com/historysocial-media-history-social-media-bookmarking>) kullanıcı oluşturabilen sosyal medya sitelerinin 1979 yılında TomTruscott ve JimEllis tarafından kurulan, makalelerin haber

gruplarına gönderildiği Usenet'e kadar eski olduğu görülmektedir (Hazar, 2011).

1988 yılında link ve sosyal paylaşım sitesi IRC (Internet Relay Chat) kurulur. Bildiğimiz anlamda kullanıcının daha fazla aktif olduğu modernleşmiş sosyal medyanın tarihçesi 1997 yılında SixDegrees sitesinin kurulması ile başlar. Kullanıcılar SixDegrees ile ilk defa profil oluşturmuş ve arkadaşlıklar kurmuşlardır. Kısa sürede bu uygulama popüler hale gelmiş ve 2000 senesinde 125 milyon dolara satılmıştır. Ancak gelişen teknolojiyle birlikte benzer sitelerin sayısının artmasıyla birçoğuyla rekabete girememiş ve 2001 yılında site kapanmıştır. LiveJournal isimli site 1999 yılında kurulmuştur. Sitede sürekli yenilenebilen bloglar oluşturulmuştur. Kullanıcılar bu ağ sayesinde başka insanları takip edebiliyor, grup oluşturabiliyor ve diğerleriyle etkileşim kurabiliyordu. 1998 yılında MoveOn, 1999 yılında AsianAvenue, Black Planet, Napster, Third Voice, Blogger, Epinions, 2000 yılında LunarStorm, 2001 yılında Cyworld, Ryze, Wikipedia, 2002 yılında Fotolog uygulamaları kurularak modern sosyal medyanın ilkleri kurulmuştur, bunlardan bazıları günümüzde devamlılığını sürdürmektedir (Hazar, 2011).

2002 yılında günümüzde de hala aktif olarak kullanılan Friendster kurulmuştur. Bazılarına göre bu site modern sosyal medyanın ilk örneği olarak kabul edilmektedir. Bu platform profil güncellemelerini takip ederek arkadaşları uyarmaya ve platforma katılmalarını teşvik etmektedir. Kişiler yakın yerlerde oturanlar, okuyanlar hakkında da uyarılmaktadırlar (Hazar, 2011).

2003 yılından itibaren sosyal medya sitelerine artan ilgiden dolayı birbirine benzer birçok sosyal medya sitesi kurulmuştur. Bunlara örnek olarak şunlar gösterilebilir: Couchsurfing, Myspace, LastFm, Tribe.net, Plaxo, LinkedIn, HI5, Photobucket, Second Life, DeLicio.us, 2004 yılında Flickr, Orkut, Dogster, Multiply, Mixi, Dodgeball, Piczo, Care2, Ning, Catster, Digg, BiggerPockets, Hyves, ASmallWorld, Yahoo!360, Youtube, Cyworld, Xang, Bebo, Reddit, Mychurch, Twitter, Stylehive, Fabulously40 (Hazar, 2011).

2004 yılında ise günümüzde en çok kullanılan sosyal medya sitelerinden Facebook kurulmuştur. Facebook'ta kullanıcıların bilgilerinin olduğu ve kurduğu arkadaşlıkların listesinin yer aldığı kişisel profil sayfası bulunmaktadır. Kullanıcılar bu ağı kullanan diğer insanlara mesaj atabilmekte, sosyal gruplara katılmakta, fotoğraf, video ve durum paylaşabilmekte, kişisel internet sitelerini ekleyebilmekte, profillerinden kişisel ya da toplumsal içerikli mesajlar verebilmektedirler. Facebook'ta arkadaşlık süreci herhangi bir kullanıcıyı kendi arkadaş listesinde olması için davet etmesi ve karşı tarafın da bu daveti onaylaması ile başlamaktadır. Böylece eklediği kişinin profilinde paylaştıklarını görebilecek, mesajlaşarak kendisi ile iletişim kurmaya başlayacaktır (Golder ve ark., 2007).

Kısaca günümüz modern sosyal medya platformları 1979 yılında atılan adımlarla zeminini hazırlamış, 2002 yılında da ilk örneklerini oluşturmaya başlamıştır.

2.2.3. Sosyal Medyanın Etkileri

Sosyal medya bireylerin kendilerini, kullandıkları alanın izin verdiği şekilde ifade etmelerini sağlıyor olması etkilerini de bireyden bireye değiştirebileceğini düşündürmektedir.

Sosyal medya kullanımı başkalarıyla birebir veya karşılıklı olarak iletişimi sağladığından bireylerin sosyal çevreleri ile olan ilişkileri etkileyebileceğini düşündürmüştür. Genel internet kullanımında olduğu gibi sosyal medya kullanımının sosyal etkileşimleri zayıflatıcı, güçlendirici veya tamamlayıcı etkileri olabilmektedir (Hazar, 2011).

Sosyal medyanın ucuz ve kolay olması, zaman ve mekan sınırlamasının olmaması bireylerin sosyal etkileşimlerini güçlendirebilir. Sosyal etkileşimi zayıflatan etkisi ise yüz yüze iletişimin azalmasına bağlı oluşabilmektedir (Hazar, 2011).

İnternetin yayılmasıyla birlikte çocuk ve ergenler elektronik posta ve sohbet odaları aracılığıyla yeni arkadaşlık kurmakta, arkadaşlıklarını devam ettirmekte, yaşantılarını paylaşmakta, günlük olaylar hakkında sohbet etme imkanı bulmakta ve

sosyal ilişkilerini sürdürmektedirler. Ancak fazla internet kullanımı çocuk ve ergenlerin psikososyal gelişimlerini olumsuz yönde etkilediği görülmektedir. Bireyin tam bir iyilik hali içerisinde gelişiminin sağlanması çok önemlidir. Tam bir iyilik hali içinde gelişimini sağlayacak olan okul, arkadaş ve aile etkileşimi, yerini elektronik arkadaşlıklara bırakmaktadır. Bu durum gerçek hayatta ilişki kurma ve ilişkiyi sürdürme becerisini olumsuz yönde etkilemektedir (Muslu ve Bolşık, 2009).

2.2.4. Sosyal Medya Çeşitleri

Boyd ve Ellisan'ın (2007) Borders (2009), ve Akar (2010) yaptıkları çalışmalarda microblog (*Twitter, Tumblr*), blog (*Blogger*), medya paylaşım siteleri (*Youtube, Flickr*), wikiler (*Wikipedia*), sosyal ağlar (*Facebook, Myspace, FriendFed*) sosyal işaretleme (*Delicious*), podcast ve sanal dünyalar (*Secondlife*) olarak sınıflandırılan bu sosyal medya uygulamaları 1997 yılında SixDegrees ile ortaya çıktığı, 2002-2003 yıllarında ise interaktif sosyal web uygulamalarının popülerleşmesiyle önce Friendster ve Myspace, daha sonra 2004-2005 yıllarında Flickr ve Youtube, 2006-2007 yıllarında Facebook ve Twitter ile birlikte giderek hız kazandığı belirtilmektedir (Akt. Otrar ve Argın, 2015).

Aşağıda popüler olan bazı sosyal medya uygulamalarının tanımlamalarına yer verilmiştir.

2.2.4.1. Facebook

Yukarıda belirtildiği gibi 2004 yılında Facebook kurulmuştur. Facebook'ta kullanıcıların bilgilerinin olduğu ve kurduğu arkadaşlıkların listesinin yer aldığı kişisel profil sayfası bulunmaktadır. Kullanıcılar bu ağı kullanan diğer insanlara mesaj atabilmekte, sosyal gruplara katılmakta, fotoğraf, video ve durum paylaşabilmekte, kişisel internet sitelerini ekleyebilmekte, profillerinden kişisel ya da toplumsal içerikli mesajlar verebilmektedirler. Facebook'ta arkadaşlık süreci herhangi bir kullanıcıyı kendi arkadaş listesinde olması için davet etmesi ve karşı tarafın da bu daveti onaylaması ile başlamaktadır. Böylece eklediği kişinin profilinde paylaştıklarını görebilecek, mesajlaşarak kendisi ile iletişim kurmaya başlayacaktır (Golder ve ark., 2007).

2.2.4.2. Twitter

Sosyal medya çeşitlerinden mikroblog olarak adlandırılan olan Twitter, son zamanlarda hızla ilerleyen teknoloji çağının getirdiği hızlı bilgi alış-verişiyle birlikte ilgi çeken en yeni sosyal iletişim araçlarından biri haline geldi. Bu mikrobloğun kullanıcıları, Twitter hesabı olan başka kişileri takip edebiliyor ve aynı zamanda takip edilebiliyor. Twitter’da, Facebook ve Myspace gibi çevrimiçi sosyal iletişim ağlarında olduğu gibi takipleşme süreci karşılıklılık gerektirmemesi de çok sayıda takipçi olmasının bir diğer nedeninden biri olarak gösterilebilir. Twitter’da hesabı olan herhangi bir kullanıcı, başka bir kullanıcıyı geri takip teklifi gelmeden de takip edebilir; takip isteğinin yolladığı hesap sahibi takip isteğini Kabul edebilir, ama geri takip isteğinde bulunmayabilir. Twitter’daki kullanıcı takip ettiği kişilerin yazdığı bütün “tweet”leri görebilmektedir. Gelen ‘*tweet*’e cevap vermek için ise yapılması gereken tek şey, RT yazan işarete tıklamak. Buna tıklandığında yazma bölümünde çıkan ‘@’ işaretiyle birlikte *tweet*’in gideceği kişinin adı belirmektedir. Kullanıcı, hesabından bir gönderi paylaşmak isterse, tek seferde sadece 140 karakterle sınırlıdır bir metin yazabilmektedir. Twitter sisteminde bir kişinin yazdığı bir şeyi kendi “*tweet*”i olarak göndermek –retweet-, aldıkları bilgileri yaymak yönelimdeki davranışı güçlendirmektedir (Kwak ve ark., 2010).

2.2.4.3. Instagram

Instagram, çevrimiçi (online), cep telefonuyla çekilen fotoğraflar ve videoların paylaşılabilirdiği, kullanıcıların fotoğraf ve videolarını paylaşabildiği ve çeşitli platformlarda da paylaşabildiği bir sosyal ağ sistemidir (Frommer, 2010). Instagram’da hashtag (‘#’) işaretiyle birlikte paylaşılan fotoğraf ve videoların en büyük amaçlarından biri de başka kullanıcılar tarafından bulunmak istenmesidir. Facebook gibi fotoğrafların çevrimiçi ve anında yüklenebilir olmasının aksine, Instagram fotoğrafları yüklemeyen önce birtakım fotoğraf filtrelerin kullanılmasını ve fotoğrafların renkleriyle oynanmasına olanak vermektedir. Instagram’ın sadece telefon odaklı bir sosyal ağ olmasından dolayı oluşan sınırlılık durumuna nazaran, istatistikler gösteriyor ki

çeşitli sosyal ağlara girişte telefon gibi taşınabilir araçlar en popüler olarak kullanılanlardır (Lunder, 2014).

2.2.4.4. Whatsapp

WhatsApp Messenger, kısa mesaj ücretlendirmesi olan internet üzerinden mesaj gönderimi ve alımını sağlayan, platformlar arası bir mobil mesajlaşma uygulaması olarak tanımlanmıştır. WhatsApp Messenger; BlackBerry, Nokia, iPhone, Android ve Windows Mobile için kullanılabilir. Mesaj alışverişinin yanı sıra kullanıcılar gruplar oluşturup birbirlerine görüntü, video ve ses mesajları gönderebilmektedirler (<https://www.whatsapp.com/>).

2.2.4.5. Snapchat

Snapchat'ın ilk sürümü 2011 yılında yayınlanmıştır. Akıllı telefonlar için geliştirilmiş olan Snapchat anlık bir mesajlaşma uygulamasıdır. Kullanıcılar ekledikleri kişilere fotoğraf, video, ses ya da yazılı mesaj gönderebiliyor ve gönderiler kişinin belirlediği süre boyunca görüntüledikten sonra Snapchat uygulamasından ve kullanıcının telefonundan –kaydetmediği sürece- siliniyor. Uygulama en çok İngiltere ve Amerika'da kullanılmaktadır. Kullanıcıların büyük çoğunluğunu kadınlar oluşturmaktadır (<http://blog.snapchat.com/post/22756675666/lets-chat>)

2.2.4.6. Youtube

Youtube, 2005 yılında bulunan ve kullanıcılarının gönderiler paylaşmasına, videolar yüklemesine ve izlemesine, videolara yorum yapılmasına olanak veren izin veren sosyal kullanıcı içeriğidir. Dünya çapında en çok ziyaret edilen üçüncü internet sitesi olan Youtube, bir ayda yaklaşık olarak bir milyardan fazla site ziyaretçisine sahipken; bu ziyaretçilerinin bir ayda altı milyardan fazla video izlediği bilgisi mevcuttur. Youtube kullanıcıları sitedeki zamanlarını, paylaşılan videoları beğenip, paylaşp, ve bunlara yorum yapıp geçirmektedir. Aynı zamanda her yeni bir saatte, Youtube'a yüz saatlik yeni videolar eklenmeye devam etmektedir (Bradshaw ve Garrahan2008).

2.3. Kişilik

Kişilik kelimesinin etiyolojisine bakıldığında, Latince’de sahne sanatçılarının farklı rollerini ve kimliklerini yansıtmaya yarayan tiyatral maskelere verilen adı olan *persona* kelimesinden geldiği görülmektedir (Bishop, 2007).

En genel tanımıyla kişilik, kişinin duygu, düşünce, ve davranışları gibi psikolojik tepkilerini ve ayırt edici özelliklerini belirleyen; sadece yaşanan an içinde bulunan biyolojik durum ya da çevresel faktörlerin içinde olduğu ortam ile açıklanamayan, süreklilik gösteren eğilimler olarak tanımlanabilir (Berens, 1999). Kişilik söz konusu olduğunda, literatürde tüm yaklaşımların ortak bir tanımına rastlamak mümkün değildir. Psikoloji alanında her ekol kişilikle ilgili farklı tanımlamalar yapmıştır ve bu farklılaşan ekollerle birlikte kişilikle ilgili farklılaşan teoriler de ortaya atılmıştır. Allport’un, 1930’lu yıllarda kişilik ile ilgili 50’ye yakın tanımlama bulmuş olması da bunu destekleyici bir diğer göstergedir (Allport, 1937). Kişilik teorisyenleri kendi ekolleri yönünde birbirinden ayrı noktalara değinerek kişiliği farklı bir biçimde tanımlasalar da, genel olarak kişiliği “bireyi başkalarından ayıran, kişiye özgü, tutarlı ve yapılaşmış özellikler” bütünü olarak tanımlamak da mümkündür (İnanç ve Yerlikaya, 2012). Kişilik aynı zamanda, duygu, düşünce ve davranışların göreceli olarak kayda değer ve kalıcı özelliklerini de içermektedir ve çoğu teorisyene göre kişiyle alakalı zihinsel, sosyal, duygusal süreçlerin hepsini kapsar (Ewen, 2003).

Kişiliği, birbirleriyle ilişki içinde olan özgür birtakım davranışlar bütünü olarak tanımlayan Burger (1993), bireyin kendine özgü davranışları üzerinde durmakta ve kişiliğin bunların bir bütünü olarak ortaya çıktığından bahsetmektedir. Aynı zamanda Cüceloğlu kişiliği, bireyin kendi iç ve dış çevresi çerçevesinde kurulan, başkalarından ayırt edici, tutarlı olan ve yapılanmış bir ilişki biçimi olduğundan bahsetmektedir (1992).

İnanç ve Yerlikaya'ya göre, başkalarıyla olan ortak yönlerden çok, bireyi farklı kılan özellikler bütünü ve bunların kişi için tutarlılık gösteriyor olması da bir diğer önemli husustur. Bir kişi ergenlik döneminde içe dönük özellikler gösteriyorsa, yetişkinlik döneminde de bu içe dönük özelliklerin olmasını beklemek, tutarlılığa örnek gösterebilecek bir durum olabilir. Bu durum her zaman sabit olmalı diye bir durum söz konusu değildir; çünkü birey kendi kişilik özellikleri doğrultusunda farklı ortamlara ve durumlara göre uygun olabilecek birtakım tepkiler verme yetisine de sahiptir; yani bireyin kişiliğiyle birlikte davranışları arasında bir bağlantı kurmak, yapılabilecek en doğal çıkarımlardan biridir (İnanç ve Yerlikaya, 2012).

2.3.1. Kişilik Teorileri

Kişilik teorileri söz konusu olduğunda, psikolojideki her kuramın kendine ait bir kişilik tanımlaması olduğunu görmek mümkün. Kişiliğin yapısını oluşturan farklı zaman periyotları, farklı dönemlerde ayrı yöntemlere dayandırılarak bir çok farklı yönelime araştırma konusu olmuştur. Kişilik teorileri de aslında, kişiliğin her yönelim için açıklanmaya çalışılan süreçlerinden yararlanarak gelişmiş ve hala gelişmeye devam etmektedir. Teorilerin oluşumunda en temel yapıtaşlarından olan iç tutarlılık ve anlaşılabilir anlatımına ek olarak, betimleme, açıklama, yordama ve kontrol yapılarının da teorilerin oluşması için önemli yerlere sahip olduğunu belirtmekte fayda vardır (İnanç ve Yerlikaya, 2012).

Arkonaç'a göre, kişilik üzerine araştırmaların yapılması, kişilerin bireysel özellikleri ve farklı tepkiler verdiği durumlara göre bitmek tükenmeyen bir teori furyasına neden olmuştur (1993). Bir çok teorisyen tarafından tanımlamaları yapılan kişilik, psikolojinin ekollerinin daha da çeşitlenmesini ve böylece de daha zengin bir literatür çeşitliliğinin oluşmasını sağlamıştır.

Horney'e göre kişilik, bireyin içinde bulunduğu sosyal çevre ve kültürel normlarla birlikte oluşur ve gelişir; ve buna ek olarak kişilik, sosyal çevre ve kültürel normların etkisiyle birlikte bireyin algısını, düşüncelerini, belirli bir durum karşısında vardıkları yargılarını oluşturmada etkilidir (1937).

Adler'e göre kişilik, bireyin büyüdüğü ve yaşadığı çevre koşullarıyla birlikte oluşmaktadır; bunun yanı sıra, bireyin bulunduğu çevreyle girdiği etkileşim de kişiliğin biçimlenmesi konusunda önemli bir yere sahiptir (Adler, 1956). Adler, bireyin tutumunun sağlıklı olarak nitelendirilebilir durumda olduğunda, çevresiyle etkileşim ve iletişimin de iyi olacağından ve kişinin bütünlüğünü koruyarak hareket edebileceğinden bahsetmektedir. Aynı zamanda, kişiliği oluşturan yapıtaşlarının en göz önünde olacak boyutlarından birinin de bireyin, kişiler arası ilişkileriyle nitelendirileceğinden söz etmiştir.

Adler'e yakın olarak Bandura da, bireyin kişiliğinin oluşumunda, yaşanan ve gözlemlenen çevrenin büyük bir etkisi olduğundan bahsetmiştir; aynı zaman özellikle çocukluk çağında bireylerin, özellikle taklit yoluyla yaşantılarını biçimlendirdiğini ve bunun da kişilik gelişimlerinde önemli bir etkisi olduğundan bahsetmiştir (Bandura 1975).

Carl Gustav Jung'un bahsettiği ego, persona, arketipler gibi sistemler, yalnızken kişiliği oluşturmakta yetersizken; bir araya geldiklerinde etkileşim içine girdiklerinde kişiliğin yapıtaşlarını ve süregelen işleyişini oluşturduklarından bahsedilebilir (Jung, 1971). İçe dönüklük (introverted) ve dışa dönüklük (extraverted) kavramlarını ilk olarak literatürde kullanan kişi olan Jung, içedönüklerin düşüncelerinin ve ilgi yöneliminin iç dünyalarına yönelik olduğundan; dışa dönüklerin işe dış dünyaya yönelik olduğundan bahsetmişti (1971). Jung'un içe dönüklük ve dışa dönüklük kavramlarından bahsetmesi, ileride Eysenck'i büyük ölçüde etkileyecek ve bu konu hakkında birtakım önemli araştırmalara imza atmasını sağlayacaktır.

Öte yandan Carl Rogers, kişilikten bahsederken, bireyin doğasına karşı iyimser bir perspektifinden bakmış ve bireyin kendini gerçekleştirme güdüsünün, kişiliklerinin şekillenmesinde en önemli oldu olduğundan bahsetmiştir (1959).

Eysenck'e göreyse kişilik, bireyin biyolojik faktörlerinin yanı sıra içinde bulunduğu toplumdan edindiği birtakım toplumsal faktörlerin de etkisiyle oluştuğundan bahseden bir yaklaşımı benimsemiştir (1967). Eysenck'in kişilik teorisinde, bireyin

kişiliğinin biyolojik bir temele dayandırılması mevcuttur ve bireyin sahip olduğu davranışların nedeni olarak bireylerin genetik yapılanmasından ve yaşadıkları çevrenin etkisinden kaynaklanabileceği düşüncesi mevcuttur. Eysenck'e göre, bireyin kişiliğini içedönüklük (*introversion*) ve dışadönüklük (*extraversion*) kavramlarıyla açıklamak mümkündür ve bu iki kavramın da bireyin farklı beyi fonksiyoneliyetiyle ilişkili olabileceğinden bahsetmiştir (1967). İçedönüklük ve dışadönüklük kavramları sadece davranışla ilgili bir konsept değil; duygusal olarak da anlamı olan psikolojik iki ayrı ifade olduğundan bahsetmektedir. (Eysenck, 1990).

2.3.2. Kişilik Boyutları

“Kişilik” konusunun özellikle psikoloji alanında çok rağbet görmesi, etraftaki bireyleri ve bireyin kendini anlamada ve tanımada önemli bir yer tutması su götürülemez gerçekliğini korumaktadır. Kişiliği oluşturan veya oluşturabilecek birtakım farklı boyutlardan bahsedilmesi de, kişiliği anlamak ve tanımak için yapılan çalışmaların olduğu gerçeğini göstermektedir. Kişiliğin boyutsal yönüne bakıldığında, Cattell, Eysenck, Costa ve McCrae gibi psikoloji camiasındaki önemli araştırmacıların da kişilik konusuna ve boyutlarına dair derin araştırmalar içine girdiğini göstermektedir. Özellikle Eysenck'in oluşturduğu kişilik kuramı ve Costa ve McCrae'nin geliştirdiği Beş Faktör kişilik kuramı, bu araştırmada öncelik verilecek kuramları oluşturmaktadır.

2.3.2.1. Eysenck Kişilik Kuramı

Birçok faktör analisti, geliştirdikleri kişilik teorilerinden bahsederken genellikle kişiliği oluşturan beş ya da beşten daha fazla alt faktörü olduğundan bahsederken, Hans Eysenck'in kişilik teorisine bakıldığında, kişiliği oluşturan boyutların üç bölümden oluştuğu görülmektedir. Bunlar “dışadönüklük” (*extraversion*), “nörotisizm” (*neuroticism*), “psikotisizm”dir (*psychoticism*). Bu üç boyutu geliştiren Eysenck, daha sonra da bu boyutlara eklenebilecek başka alt faktörler de olabileceği bilgisini de vermiştir. Eysenck, bu boyutların sağlıklı bir kişiliğin oluşumunda etkin rolleri olduğundan bahsetmekle birlikte, her üç faktörün çift kutuplu olmasından dolayı, dışadönüklükle birlikte içedönüklük; nörotisizmle birlikte stabilite, psikotisizmle birlikte superego işlevselliğinin mevcut olduğunu da belirtmektedir. Bu çift kutupluluğa ek olarak, Eysenck'in bahsettiği dışadönüklük, nörotisizm ve psikotisizm faktörleri ve

bu faktörlerin zıt kutupları, bireylerin sadece bir uçta olabileceği anlamına gelmemektedir (Feist ve Feist, 2008, s.417).

Eysenck'in (1969) ilk olarak bahsettiği faktör olan dışadönüklük için sosyallik ve dürtüsellik özellikleri ön planda olurken, aynı zamanda neşelilik, canlılık, hareketlilik, iyimserlik yönleri de mevcuttur. Dışadönüklerin tersine içedönüklüğü tanımlarken ise dışadönüklerin sahip olduğu özelliklerin aksine sessizlik, pasiflik, sosyal olmama durumu, dikkatlilik, mesafelilik, düşüncelilik, karamsarlık, barışçıl olma hali ve kontrollülük özellikleri ön planda olmaktadır (Akt. Feist ve Feist, 2008).

Eysenck'e (1997) göre dışadönük ve içedönükler arasındaki temel fark davranışsal olmaktan çok, biyolojik ve genetikdir. Dışadönükler ve içedönükler arasındaki temel farkın nedeni olarak ise öğrenme sürecinden çok kalıtsal olan bir fiziksel durum olan "kortikal uyarılma seviyesi" (*cortical arousal level*) olduğundan bahsedilmektedir. Dışadönüklerin düşük seviyedeki kortikal uyarılma seviyesi, daha yüksek duyumsal eşiklerinin olduğuna ve bunun da duyumsal uyarımlara daha az reaksiyon göstermelerine neden olduğunu belirten Eysenck, içedönükler ise tam tersi, yüksek kortikal uyarılma seviyesine sahip olup daha düşük duyumsal eşiklerinin olduğunu ve duyumsal uyarımlara daha fazla tepki göstermelerine neden olduğunu belirtmektedir. Eysenck'in yaptığı çıkarıma göre ise uyarımı optimal seviyede tutmak için, düşük duyumsal eşiği olan içedönükler çok fazla heyecan yaratacak durumlardan kaçınma özeliği gösterirken, dışadönükler için bu durum tam tersi olma özelliğini göstermektedir (Akt. Feist ve Feist, 2008).

Eysenck'e (1976) göre, yüksek duyumsal eşiği olan dışadönükler ise, uyarımı en iyi düzeyde sabitlemek için yüksek seviyedeki duyumsal uyarıma ihtiyaç duymaktadırlar ve bu nedenden dolayı heyecan verici ve uyarıcı aktiviteler içinden bulunmaktan çekinmezler; buna ek olarak dışadönüklerin, içedönüklere göre ilk cinsel birleşme döneminin daha erken olması, daha sık olması, daha geniş bir partner skalasına sahip olmaları, farklı cinsel birleşme pozisyonları denemekten çekinmeyecek oldukları hipotezi de, yüksek seviyeli duyumsal uyarıma örnek olarak gösterilebilmektedir (Akt. Feist ve Feist, 2008).

Eysenck'in (1967) bahsettiği ikinci faktör olan nörotisizm, dışadönüklük/içedönüklük gibi yüksek bir kalıtsal bileşene sahip olmakla birlikte, Eysenck'in nörotik kişilik özellikleriyle ilgili yaptığı çalışmalarda nörotisizm içinde bulunan anksiyete, histeri, obsesif-kompulsif davranışların da genetik bir temeli olduğuna dair birtakım sonuçlar da elde edilmiştir (Akt. Feist ve Feist, 2008). Nörotisizmi yüksek olan bireyler, duygusal olarak aşırı tepki gösterme ve duygusal uyarılmadan sonra önceki haline dönmede zorluklar yaşama özelliklere sahip olmaları belirgin özelliklerinden olmakla birlikte, baş ve sırt ağrısı gibi birtakım fiziksel semptomlardan şikayetçi olmaları, endişe ve kaygı taşımaları ve bunlardan şikayetçi olmaları da bir diğer özelliklerinden biri olabilmektedir; fakat bunların yanında, nörotisizmi yüksek olan birey, herhangi psikolojik semptomları göstermeyebilir. (Eysenck, 1976). Bunların yanı sıra, Eysenck'e göre nörotisizmin sağlıklı seviyesinde olan bireyler, yüksek stres altındayken bile nörotik rahatsızlıklara karşı direnç gösterebilirken; nörotisizm faktörü yüksek olan kişiler en küçük stres seviyesinde bile nörotik tepkiler verebilmektedir (Eysenck, 1976). Eysenck'in oluşturduğu kişilik boyutları teorisi, üç farklı faktörün de kendi aralarında bağımsızlığını varsayar; bu da nörotisizmi yüksek ya da düşük olan kişinin, dışadönüklük/içedönüklük faktöründe de bir yere denk gelebileceği anlamına gelmektedir (Feist ve Feist, 2008).

Eysenck'in (1994) son olarak bahsettiği üçüncü faktör olan psikotisizm, dışadönüklük ve nörotisizm gibi çift kutuplu bir faktör olma özelliği göstermekle birlikte, bu faktörü yüksek olan bireyler, genellikle daha benmerkezci, dürtüsel, düşmancıl tutuma sahip olabilen, agresif, şüpheli, antisosyal özellikleri sahip olma eğilimi gösterirken; psikotisizm faktörü daha düşük olan bireyler ise daha fedakar, empatik, yardımsever, işbirliği yapmak isteyen, uzlaşılabilen özelliklerini gösterebilmektedirler. Psikotisizmi yüksek olan ve yüksek seviyede stres altında nolan bireylerin, psikotik rahatsızlığa sahip olma ihtimallerinin yüksek olması, Eysenck tarafından ortaya konulan bir diğer varsayımdır. Eysenck'e göre stresin optimum seviyesi esnasında psikotik kişilik özellikleri fazla olan bireyler, sağlıklı bir şekilde işlevselliğini sürdürürken, yüksek seviyedeki psikotisizmle yüksek seviyedeki stres bir

araya gelince psikotik rahatsızlıkların görülme oranı yükselmektedir (Akt. Feist ve Feist, 2008).

2.3.2.2. Beş Faktör Kişilik Kuramı

1970lerin sonu ve 1980lerin başında Costa ve McCrae, diğer kişilik araştırmacıları gibi, kişilik özellikleriyle ilgili sınıflandırma yapmışlardır ama Costa ve McCrae'nın yaptığı sınıflandırmalar hipotez test etmek için oluşturulmamıştır; geliştirdikleri ve kullandıkları kişilik faktör analiz tekniği, kişiliğin yapısını ve stabilitesini incelemek için kullanılmıştır (Costa ve McCrae, 1985). McCrae ve Costa'ya göre kişiliği tanımlarken, bireyin gösterdiği düşünceler, duygular ve davranışlarında bireysel farklılıkları gözlemlemek ve bunların değiştirilmesi kolay olmayan yapıda olduklarını belirtmek önemli bir yer tutmaktadır (1995).

Costa ve McCrae, Eysenck'in kişilik özelliklerinin çift kutuplu ve çan biçimli dağılımına sahip olduğu düşüncesine katılmaktadırlar; bu da, kişilerin sahip olduğu özelliklerin genellikle orta seviyelerinde olduğunu ve az sayıda kişinin aşırı uçlarda olduğu varsayımından gelmektedir (Feist ve Feist, 2008). Beş Faktör kişilik kuramı, bir diğer adıyla “Büyük Beşli”, dışadönüklük (*extraversion*), duygusal tutarsızlık/nörotisizm (*neuroticism*), gelişime açıklık (*openness to experience*), yumuşak başlılık/uzlaşılabilirlik (*agreeableness*) ve öz denetim/sorumluluk (*conscientiousness*), faktörlerinden oluşan ve kişiliği geniş bir şekilde kapsayabilen bir araç olarak da görülebilmektedir (Costa ve McCrae, 1995). Nörotisizm ve dışadönüklük, en yaygın ve güçlü kişilik özelliklerinden olduğugibi, Costa ve McCrae bu iki faktörün özelliklerinin tanımlamasını yaparken, Eysenck'in yaptığı tanımlamalardan çok farklı olmadığı görülmektedir.

Costa ve McCrae'ye göre, duygusal tutarsızlık/nörotisizmi yüksek olan kişiler, endişeli, değişken, kendine acıyan, duygusal, stresle alakalı sorunlara karşı daha hassas olan kişilerken; tam tersi olarak düşük yapanların kişilik özelliklerinde sakinlik, soğukkanlılık, duygusal olmama durumlarının mevcut olduğu belirtilmiştir (1995). Yapılan araştırmalara göre nörotisizmin, birtakım uyum ve ruhsal içerikli sağlık

sorunlarıyla ilişki içinde olduğu ise depresyonla ilişki içinde olduğunu belirtmiştir (Abrams ve ark., 1991; Christensen ve Kessing, 2006).

Costa ve McCrea'nin dışadönüklük faktörü ile Eysenck'in bahsettiği dışadönüklük boyutu arasındaki benzerlikler göz ardı edilemeyecek kadar önemlidir. Dışadönüklük faktörü daha yüksek olan kişiler sevgisini daha fazla gösteren, konuşkan, enerjik, neşeli, eğlenceyi seven kişilik özelliklerine sahipken; dışadönüklükte düşük olanlar daha sessiz, yalnızlığı seven, pasif olma eğimi göstermektedirler (Bono ve ark., 2002).

Farklı ve çeşitli deneyimleri arayan, yaratıcı, meraklı, hayal kurmayı seven bireylerde ise gelişime açıklık faktörünün daha yüksek olduğu söylenebilmektedir; bunun tersine Costa ve McCrae'ye göre gelişime açıklık faktöründe düşük alan kişiler daha aşina oldukları aktiviteler yapmaktan, önceden alışageldikleri etkinliklerde yer almaktan keyif almaktadırlar. Bunlara ek olarak, gelişime açıklığı yüksek olan bireyler, geleneksel değerleri sorgulamaya yönelikken, düşük puana sahip olan kişiler bu değerleri daha da destekleyici bir tutum içinde olmaktadır (Costa ve McCrae, 1995).

Beş Faktör'e göre yumuşak başlılık/uzlaşılabilirlik faktöründen yüksek almanın kişinin güvenilirliği, cömertliği, açık sözlülüğü, kabul edici olmasıyla doğru orantılı olduğunu belirtilirken (Bono ve ark., 2002); bu faktörden düşük puan alan bireylerin daha şüpheli, güvenilirmez, arkadaş canlısı olmayan, eleştirel, eli sıkı, sınırlı olduklarından bahsedilmektedir (Graziano ve ark., 1996).

Costa ve McCrae'nin Beş Faktör kişilik kuramının sonuncu faktörü olan öz denetim/öz disiplin/sorumluluk faktörü, düzenli, kontrollü, organize olan, hırslı, hedef odaklı, öz disiplinli kişilerde daha yüksek çıkmaktayken, bu faktörden daha düşük puanlar alan kişilerin ise dezorganize, amaç doğrultusundan hareket etmeyen, ihmalkar oldukları belirtilmiştir (Costa ve McCrae, 1995). Buna ek olarak öz denetimi yüksek olan bireylerin arkadaşlarıyla olan ilişkilerinin daha sağlıklı olduğu belirtilmiştir (Jensen-Campbell ve Malcolm, 2007).

Beş Faktörlü kişilik kuramını gelişimi incelendiğinde, Costa ve McCrae'nin kişilik kuramında, kişinin davranışını tahmin etmek için (1) temel/ana eğilim (*basic tendency*), (2) karakteristik adaptasyon (*characteristic adaptation*), (3) benlik algılaması (*self-concept*) olarak üç çekirdek bileşenden oluşmaktadır (McCrae ve Costa, 1996; 1999; 2003). Temel/ana eğilim karakteristik adaptasyonlar, benlik algılaması, biyolojik etmenler, dışsal faktörlerle birlikte kişiliğin merkezi bileşenlerinden olmakla birlikte, zaman ve farklı durumlar içinde çok değişimi olmayacak olan bilişsel becerileri, sanatsal yetenekleri, cinsel oryantasyonu da içermektedir (McCrae ve Costa, 1996). İkinci olarak ele alınacak olan karakteristik adaptasyon çekirdek bileşeni ise, temel/ana eğilim gibi daha sabit olmamakla birlikte, ilişkiler, sonradan kazanılan beceriler gibi dışsal faktörlerden etkilenebilmektedir (McCrae ve Costa, 2003). Sonuncu ana bileşen olan benlik algılamasında ise, McCrae ve Costa aslında bunun da karakteristik adaptasyonla yakından ilişkili olduğundan bahsetmektedirler. Kişinin kendine olan inancı, düşünceleri, tutumu, duyguları, hepsi belirli bir durumda kişinin nasıl davranacağına dair karakteristik bir adaptasyonu gerektirmektedir (McCrae ve Costa, 2003).

2.3.3. İçedönük-Dışadönük Kişilik

Kişilik tanımlamalarında üzerinde durulması gereken iki bölüm vardır. Birinci bölüm tutarlı davranış kalıpları ile ilgilidir. Bireyin kişiliğinin tutarlı olmasıdır. Tutarlı davranış kalıpları her durum ve zamanda gözlemlenebilmelidir. Dışadönük bir insanın başka bir gün de dışa dönük olması beklenebilir (Burger, 2006). Tanımda dikkat edilmesi gereken diğer nokta ise kişilik içi süreçtir. Kişilik içi süreç, bireylerin duygularını ve davranışlarını etkileyen, içeride gelişen bütün bilişsel, güdüsel ve duygusal süreçleri kapsamaktadır (Burger, 2006).

İçedönüklük-dışadönüklük boyutları üzerinde yapılan araştırmalar, bu boyutların kişilikle ilgili yapılan değerlendirmelerde neredeyse temel boyutları oluşturduğunu saptamıştır (Cattell, 1947; Goldberg, 1981; McCrae ve Costa, 1985). Eysenck ve Eysenck'e göre (1969) dışadönük özellikleri sahip olan bireyin neşelilik, canlılık, hareketlilik, iyimserlik yönleri de mevcutken; içedönük kişilik yapısına sahip olan bireylerin dışadönüklerin tersine daha pasif, sessiz, duygusal olarak mesafelilik

özellikleri ön planda olmaktadır (Akt. Feist ve Feist, 2008). Beş Faktör kişilik kuramıyla ilgili yapılan birtakım çalışmalarda, bireyin sahip olduğu olumlu duygular ile dışadönüklük faktörü arasında olumlu bir ilişki bulunmaktadır (Johnson ve Ostendorf, 1993).

Önceden de bahsedildiği gibi Costa ve McCrea'nin tanımını yapmış olduğu dışadönüklük ile Eysenck'in bahsettiği arasında benzerlik mevcuttur ve Costa ve McCrae'ye göre dışadönük olan kişiler sevgi dolu ve bunu gösteren, konuşmaya istekli, enerji dolu, özelliklerine sahipken; içedönük kişiler sessizliği, yalnızlığı tercih edenlerdir (Bono ve ark., 2002). Goldberg'e göre, baskın olma özelliği dışadönüklük faktörünün özelliklerindeyken (1993); Eysenck (1985) de yeni deneyimler ve heyecan aramak faktörünü dışadönüklük boyutunun bir yönü olarak ele almaktadır (Akt. Feist ve Feist, 2008).

Chamorro-Premuzic'e göre, içedönük kişiler, dışadönüklere göre sosyal ilişkilerde daha çekingen ve sessiz bir yapıya sahip olurken; dışadönük kişilerin belirgin özellikleri arasında sosyal ilişkilerde sıcakkanlılık, girişkenlik, daha atılgan olma durumu ve heyecan aramaya yönelik davranışları mevcuttur (2007). Lounsbury ve Gibson'a göre, dışadönük kişilik yapısına sahip kişiler yeni bir ortamda sosyal ilişki kurmakta zorlanmayan, daha cana yakın oldukları belirtilmiştir (2009).

Benet-Martinez ve John (1998) dışadönüklük alt boyutu, "konuşkan, heyecanlı, enerjik, coşkulu, sosyal ve sıcakkanlı" gibi özelliklerden oluştuğunu ifade etmişlerdir. İnsanlarla bir arada olmaktan hoşlanan, iletişim kurma becerisine sahip, sempatik ve işbirliğine yatkın olan bireylerin dışadönüklük düzeylerinin yüksek olduğu belirtilmiştir (Akt: Doğan, 2013). İçedönükler bu özellikleri genellikle göstermezler ama asosyal ve enerjisiz insanlar olduklarını söylemek yanlıştır. Costa ve McCrea (1992) bu durumu şu şekilde açıklamışlardır : "İçe dönükler soğuk değil çekingen, izleyici değil bağımsız, uyuşuk değil ağır adımlı insanlardır" (Akt. Burger, 2006).

Carl Jung'a göre içedönük kişiler, tüm hayalleri, fantazileri, önyargıları, kişiselleştirilmiş algılarıyla birlikte iç dünyalarına çekilme eğilimi göstermektedirler;

içedönüklerin tersine dışadönükler ise in dünyalarından çok etraflarında olan durumlardan etkilenme eğilimi göstermektedirler (Akt. Feist ve Feist, 2008). Dışadönüklük özelliklerine sahip olan kişiler daha çok konuşkan, dışarı çıkan, enerjik davranışlara sahip olanlarken; içedönükler tek başlarında yapacakları davranışları tercih eden ve daha çekingen kişilerden oluşmaktadır (Thompson, 2008).

2.4. Ergenlik

2.4.1. Ergenlerde Gelişim

Anderson ergenliği her çocuğun belirli bir zaman geldiğinde ailesinin koruyucu kanatlarından kurtulup kendi başına uçmaya çalıştığı dönem olarak hikayelemiştir. Ancak kendi başına uçuşunu yapan kuş oldukça zorlanır; bazen ana babası bazen de başka biri ona yardıma koşar ve kanat çırpışının ilk zor günlerinde ona destek olmaya çalışır. Denemeler, yanılmalar ve zorlanmalar çocuklukta yetişkinliğe geçme yolundaki ergeni epey meşgul eder. Dolayısıyla ergenlik, çocuklukla yetişkinlik arasındaki bir geçiş evresi olarak tanımlanabilir. Bu geçiş dönemi gençlik, delikanlılık ve ergenlik gibi farklı biçimlerde adlandırılmıştır. 20. Yüzyıldan itibaren ergenlik kavramı psikoloji literatüründe oldukça benimsenen bir kavram olmuştur (Çelen, 2007).

Ergenlik birçok kişi için “hormonların değişimi” şeklinde adlandırılmaktadır ancak bu tanım ergenlik için yeterli bir tanım değildir. Ergenlik; fizyolojik, bilişsel yapı, psiko-sosyal ve psikolojik değişimlerin etkileşim ürünüdür (Çelen, 2007).

G. Stanley Hall ise ergenliği “fırtına ve stres” dönemi olarak betimlemiştir ancak bu tanım yapılan yeni araştırmalarca desteklenmemiştir. Peter Blos’a göre (1962) ergenlik; “Psikoseksüel gelişimin dört evresinin sonuncusu..” olarak ifade etmektedir. Schultz’a göre (1972) ise “Genç yetişkine değişik yetişkinlik rollerini vatandaşlık sorumluluğunun sonuçlarına katlanmak zorunda kalmadan denemesine izin verildiğinde yaşanan normatif bunalım.” olarak tanımlanmıştır. Sieg (1972) ise ergenliği “İnsanda, bireyin yetişkine özgü ayrıcalıklarının kendisine verilmediğini hissettiği zaman başlayan ve yetişkinin tüm gücü ve toplumsal konumu toplum tarafından bireye verildiği zaman sona eren gelişim dönemi..” olarak adlandırmıştır (Akt. Gander ve Gardiner, 1993). Çelen’in ergenlik için yaptığı en iyi tanım “ Ergenlik; yeni yetmenin

yetişkinlere ilişkin haklarının kendisine verilmediğinin fark ettiği an başlar ve o haklara ulaştığı zaman biter.” (Akt. Çelen, 2007). Bu tanımlardan da anlaşılacağı gibi fizyolojik olgunlaşma yetişkinliğe geçiş için gerekli olan bir basamak değildir.

Rice’a göre (1997) gelişim çok boyutlu ve disiplinlerarası bir alandır. İnsan gelişimi fiziksel gelişim, zihinsel gelişim, duygusal gelişim, sosyal gelişim olmak üzere dört temel boyuttan oluşan karmaşık bir süreçtir. Her bir boyut gelişimin belirli bir yönünü vurgulasa da söz konusu boyutlar arasında karşılıklı bir ilişki vardır. Örneğin, bilişsel gelişim fiziksel, duygusal ve sosyal gelişimden etkilenirken sosyal gelişim de biyolojik olgunlaşma, zihinsel gelişim, duygusal gelişim gibi farklı gelişim süreçlerinden etkilenir (Akt. İnanç ve ark., 2007).

2.4.2. Gelişimle İlgili Kuramlar

Ergenlik tanımı yalnızca “hormonal değişme” anlamına değil bununla birlikte psiko-sosyal, bilişsel ve duygusal gelişimin de etkileşimini de kapsar. Ergenlik dönemini daha iyi anlayabilmek için gelişimle ilgili bazı kuramlara değinmek gerekmektedir.

2.4.2.1. Ergenlikte Bilişsel Gelişim

J. Piaget, evre kuramcısı olarak bilinir. Evre kuramcıları gelişimde süreksizliği savunurlar. Gelişim onlara göre yavaş yavaş ilerleyen bir süreç değildir. Bazı zamanlarda sıçramalar bireyi bir sonraki gelişim aşamasına çıkararak farklılaşmalarını sağlar. Onlara göre, gelişimdeki değişiklikler yavaşça ilerleyen bir eğri doğrultusunda gerçekleşmez. Zaman zaman sıçramalar bireyi bir adım öne götürerek farklılaşmasını sağlar. Birey, var olan şemalarıyla çevresine uyum yapma konusunda yetersiz kaldığında kriz yaşar ve bu kriz onun yeni şemalar kurmasını ya da var olan şemalarının değişimini sağlayarak onu bir adım öne götürür (Akt. Çelen, 2007).

Piaget’in bilişsel gelişim anlayışına bakılacak olursa; Biliş çevreye uyum yapma yetimizi ifade eden bir kavram olarak kabul edilir. Çevreye uyum yapabilmesini sağlayan, doğuştan getirdiğimiz iki yatkınlık vardır; özümseme ve uyma. Bu yatkınlıkları açıklayabilmek için öncelikle Piaget’in şema kavramını açıklamak

gerekmektedir.

Çelen' göre (1993) *şema* varsayımsal bir kavramdır. Devamlılık kazanmış bir davranış ve düşünce örüntüsü olarak tanımlanabilir. Birey çevresi ile etkileşimi sonucunda elde ettiği deneyimleri şema olarak muhafaza eder. Bebeklikte deneyim sonucu kazanılmış davranış şemaları ile yola çıkılır, sözle kendini ifade etmeye başladığında sembolik şemalar oluşur ve merkezi sinir sisteminin gelişimi sonucu düşünce örüntüleri yapılandırılır.

Birey alışlagelmişin dışında bir durumla karşılaştığında eğer mevcut şemalarını kullanıp çevreye uyum sağlıyorsa *özümseme* davranışında bulunur. *Uyum* sağlamak için mevcut şemalar yeterli gelmezse ya da şemalarda değişiklik yapılır ya da yeni şemalar geliştirilse buna uyma davranışı adı verilir. Piaget, bireyin *örgütleme* özelliğinden de söz eder. Bireyler aldıkları bilgileri üst üste yığmazlar. Alınan bilgiler ilişiği olan diğerleri ile etkileşerek yeni örüntüler oluşturur. Bu da doğuştan gelen yatkınlıkla gerçekleşir (Çelen, 2007).

Olgunlaşmaya bağlı olarak bilişsel gelişimin dört evrede tamamlandığının ifade etmiştir Piaget. Bu evreler evrenseldir. Her bir evredeki psikoloji yapı mutlaka yaşanır. Evreler bireysel farklılıkları nedeniyle daha uzun ya da daha kısa bir şekilde sürebilir. Her evreyi başlatan özellikler olduğu gibi sonlandıran özellikler de vardır ancak Piaget başlama ve bitiş yaşlarından söz etmemiştir (Çelen, 2007).

Duyu devinim, işlem öncesi, somut işlemler ve soyut işlemler adı verilen bu evrelerden son ikisi ergenlik öncesi ve ergenlik dönemine denk gelir (Çelen, 2007).

Ergenlik döneminin sonunda birey soyut işlemler evresinin özelliklerine ulaşır. Son çocukluk veya ergenlik öncesi bu dönemde somut işlemler özelliklerinin izlemek mümkündür. Bu evrede birey işlem yapma özelliğini kazanmıştır. Bir nesnenin görüntüsü değiştiğinde niceliğinin değişmediğinin farkındadır. Gruplama ve serileme yapılabilir. Nesnelere arası sabit ilişkilerin bilincindedir. Bir olay veya nesnenin çeşitli özelliklerine dikkat eder ve boyutlar arası ilişkiyi kurar. Bütün ve parçaları arasındaki

ilişkinin farkındadır (Çelen, 2007).

Son çocukluk dönemindeki bireyler sistematik düşünemezler. Fikirleri olgulara karşı test edebilme kapasiteleri yoktur. İçsel mantıkları gelişmemiştir. Bir problemi hangi yöntemle çözdüklerinin farkında değildirler. Benzer bir durumla ikinci kez karşılaştıklarında aynı başarıyı göstermeyebilirler. Mantıksal tutarsızlıkları vardır. Aldıkları bilginin geçerliliğini test etmede yetersiz olduklarından çok az zihinsel enerji harcarlar. Olayların bütününe görme şansından yoksundurlar. Plan yapma özellikleri yoktur. Sistem geliştirici değildirler. Sezgiseldirler. Sonuca hemen ulaşmak isterler bu nedenle hata yapma şansları yüksektir (Akt. Çelen, 2007).

Soyut işlemler dönemi problem bulma, diyalektik ve sistematik akıl yürütme evresi olarak değerlendirilebilir. Ergen var olan bilgiler üzerine yeniden düşünebilir, bilgiyi tekrardan örgütleyebilir. Daha önemli sorular üretmeye başlar, yeni problemler tanımlar. Mantıksal uyumsuzlukları bu dönemde çözümlenmeye başlar. Soyut sistemler üzerine işlem yapar. Sofistike kodlama ve problem çözme yetenekleri geliştirir (Akt. Çelen, 2007).

Yalnız bazı ergenler yukarıda da ifade edildiği gibi yetenek ve kültürel sınırlılıklar yüzünden soyut düşünceye ulaşamayabilirler. Bazen de var olan problem gerçekten çok uzak ise, sıkıldıysa, yorgunsa ve herhangi bir şekilde engellendiyse somut işlemler döneminin deneme-yanılma yöntemine başvurur, olasılıkları düşünmez (Akt. Çelen, 2007).

2.4.2.2. Ergenlikte Psikososyal Gelişim

Ericson; Piaget ve Freud gibi evre kuramcısıdır. Onlardan farkı psiko-sosyal gelişimi doğumdan ölüme kadar geçen süreç içerisinde sekiz evrede açıklamasıdır. Bireyin çevresi ile etkileşimi sonucunda elde edilen özellikler bireyin evrenin iki kutuplu özelliklerinden birini kazanmasına neden olur (Çelen, 2007).

Erikson, bireylerin psiko-sosyal gelişimini 8 aşamada tamamladığını belirtmiştir. Bu gelişim dönemlerinin özelliği her dönemde birbirine zıt iki farklı özelliğin kazanılıp

kazanmadığıdır. Bu dönemler, ilk dönemden son döneme kadar birbirlerinin üzerine kurulmakta ve yaşam boyunca bireyin sahip olacağı özelliklere etki etmektedir.

Erikson'un psikososyal gelişim dönemleri (Akt. Arslan ve Arı, 2008);

1. Temel Güvene Karşı Güvensizlik (0-18 ay),
2. Özerkliğe Karşı Utanç ve Şüphe (1,5-3 yaş),
3. Girişimciliğe Karşı Suçluluk Duygusu (3-6 yaş),
4. Çalışkanlığa Karşı Yetersizlik Duygusu (6-11 yaş),
5. Kimlik Kazanmaya Karşı Kimlik Karmaşası (ergenlik dönemi)
6. Yakınlığa Karşı Yalıtılmışlık (Yalnızlık) (ilk yetişkinlik dönemi)
7. Üreticiliğe karşı durgunluk (yetişkinlik dönemi)
8. Benlik bütünlüğüne karşı umutsuzluk (Olgunluk dönemi)

Yapılan araştırma ergen ve genç yetişkinler kapsamında yapılacağı için 5. ve 6. Gelişim evrelerini inceleyeceğiz.

Ergenlik Dönemi Kimliğe Karşı Kimlik Bocalaması

Bu dönem 12-18 yaşlarını kapsamaktadır. Ergenler için "Ben kimim?" sorusu çok önemlidir. Ergenler anne babadan uzaklaşıp yaşlılarına yönelirler. Öğretmen ve anne babaların davranışları sevgi ve saygı temeline dayalı olmalıdır. Yetişkin gibi davranılmalı ve dostça bir ilişki geliştirilmelidir. Bu dönemde birey sağlıklı bir şekilde kimlik çözerse kendinden emin ve özgüven sahibi bir birey olarak hayatını sürdürebilir. Bunun aksine yaşamın ilerleyen dönemlerinde de bu kriz çözümleninceye kadar bocalama sürecektir. (Akt. MEGEP, 2009).

İlk Yetişkinlik Dönemi Yakınlığa Karşı Uzaklık

18-26 yaşları kapsayan bu dönemde önceki gelişim sürecini tamamlamış – kimliğine kavuşmuş- birey, kimliğini kaybetme endişesi yaşamadan arkadaşlıkları kurabilir, romantik ilişkiler yaşayabilir. Bu dönemi sağlıklı bir şekilde atlatan birey güvenli bir şekilde sevgiyi verme ve alma gücüne sahip olur. Başkalarıyla dostluk ilişkisi kurmada güçlük çeken birey ise psikolojik bir yalnızlığa sürüklenebilir (Akt. MEGEP, 2009).

2.4.2.3. Ergenlikte Duygusal Gelişim

Ergenlerdeki duygusal gelişim ve değişimde göze çarpan, duyguların

yoğunluğundaki artış ve istikrarsızlıktır. Bu bağlamda söz konusu duygusal dalgalanmalar; yalnız kalma isteği âşık olma, çalışmaya karşı isteksizlik mahcûbiyet ve çekingenlik, çabuk heyecanlanma aşırı hayâl kurma, tedirginlik ve huzursuzluk gibi duygulanım durumlarıdır. Yapılan araştırmalarda, ergenlerin duygusal problemlerinin; akranlarına, okul devamlılığına, aile tutumlarına, bireysel zekalarına ve çevreleri tarafından kabul edilme derecelerine göre değişiklik gösterdiği tespit edilmiştir (Koç, 2004).

2.5. Sosyal Medya ve İçedönük-Dışadönük Kişilik Özellikleri ile İlgili Yapılan Araştırmalar

Bu bölümde bireylerin sosyal medya tutumları ve içedönük dışadönük kişilik özellikleri ile ilgili yapılan yurtiçi ve yurtdışı çalışmalara yer verilmiştir.

İnternetin aşırı kullanımına bağlı olarak gelişen internet bağımlılığı ile bireyin kişilik özellikleri arasındaki ilişkiler incelendiğinde konunun birbiri ile zıt tersi iki bakış açısı etrafında toplandığı görülmektedir. Hojat'a göre (1982) bunlardan biri "Sosyal Ağ Kuramı"dır. Kuram kişilik özelliklerinin özellikle de sosyal etkileşimde davranışı ve motivasyonu belirleyen en önemli etken olduğu söylemektedir. Dışadönük bireylerin sosyal etkileşimi başlatmaktan hoşlandıklarını ve bu konuda içedönüklere göre daha başarılı olduklarını kabul edilmiştir (Akt. Batıgün ve Kılıç, 2011).

Trapnell ve Campbell (1999) dışadönüklüğün bireyin kendisini stratejikel olarak sunmasıyla ilgili olduğunu söylemişlerdir. Dışadönükler kendilerinin toplum içinde nasıl gözüktüklerinin farkındalardır (Trapnell ve Camphell, 1999).

İnternet hem içedönük hem de kişilerarası etkileşimi sağlayan ve sosyal ihtiyaçları sağlayan bir araçtır (Harbaugh, 2010). Mucan ve Özgüven'in yaptığı çalışmada araştırmada dışadönüklüğün sosyal medya kullanımına etkisi olmadığı tespit edilmiştir. (Mucan ve Özgüven 2013).

Ateş'in yaptığı çalışmada insanların; eylemlerini, anılarını, deneyimlerini ve düşüncelerini paylaşarak diğer insanlara kendilerini ifade etme gereksinimi

duydıklarını ifade etmiştir. Bu gereksinimleri Twitter, Facebook, Blog ve Wiki sayfaları gibi sosyal medya araçlarını kullanarak karşılarlar. Birçok insan belirli aralıklarla güncel durum bilgilerini, fotoğraflarını ve kendi deneyimlerini sosyal medyada paylaşırlar (Ateş, 2014).

Sumner ve arkadaşları tarafından Facebook kullanıcıları ile kişilik özellikleri konulu araştırmada dışadönük insanların fotoğraf paylaşımları yapmaya ve başkalarının paylaşımlarına daha fazla yorum yapma eğilimleri olduğu bulunmuştur (2011).

Gosling ve arkadaşları tarafından yapılan araştırmada dışadönüklerin toplumla sosyalleşmek için sosyal medya kullanımında daha istekli oldukları, daha fazla arkadaş ekledikleri, daha fazla fotoğraf paylaştıkları, haber akışını ve beğenileri daha fazla takip ettikleri ortaya çıkmıştır (2011).

Chen ve arkadaşlarının yaptığı çalışmada içedönüklerin kendileriyle ilgili bilgi paylaşmayı sevmedikleri ortaya çıkmıştır. Kişi olarak ekli olduğu kişilere göre paylaşım yaptıkları ve sosyal medyada ve gerçek hayatta paylaştıkları bilginin içeriğinin farklılık gösterdiğini ortaya çıkarmışlardır. Dışadönüklerin içedönüklere göre daha fazla bilgi paylaştıkları ve kendileri ile ilgili daha dürüst olduklarını ortaya koymuşlardır (Chen ve ark., 2012).

Correa ve arkadaşları tarafından yapılan çalışmada dışadönüklerin sosyal medya kullanımıyla anlamlı bir ilişkisi olduğu ortaya çıkmıştır. Araştırmada dışadönüklerin daha fazla sosyal medya kullandıkları ortaya çıkmıştır. Araştırmaya katılan kadın ve erkeklerin sosyal medyayı kullama sıklığı birbiriyle benzerdir. Kadınlar interneti iletişim kurmak ve bir yere ait olma hissi ile kullanmaktadırlar. dışadönüklerin Facebook'u diğerleriyle etkileşim içerisinde olmak için daha fazla kullandıkları ortaya konmuştur. Endişeli ve dışadönük erkeklerin sosyal medyayı daha fazla kullandıkları anlaşılmıştır (Correa, Hinsley ve Zuniga, 2010).

Liu ve Laros (2009)'un yaptıkları çalışmada içedönüklerin sosyal medyada etkileşim kurmayı daha kolay bulduklarını ve daha fazla tercih ettiklerini ortaya

koymuşlardır. Bazı araştırmacılar içedönük insanların sosyal ağları kullanmalarının altında sosyal etkileşimlerindeki eksiklikleri kapatmak olduğunu doğrulamışlardır. McKenna ve Bargh'a göre (2000) içedönük bireyler açık ve sosyal etkileşimden çok kapalı sosyal ağları tercih ediyor. Peter, Valkenburg ve Schouten, (2005) internetin dışadönük insanlara daha fazla yaradığını bunu da daha sosyal olmaları ve sosyal çevrelerini online etkileşim ağları ile daha da genişletebilmeleri ile açıklamaktadır. Zywicki and Danowski (2008) yaptığı araştırmada dışa dönük insanların hem sosyal medyada da hem de sosyal çevresinde daha popüler olduklarını ortaya koymuşlardır. Daha az popüler olan içedönükler sosyal ağlarda daha popüler olmak için çaba gösterdikleri ifade etmişlerdir (Akt. Stigers, 2011).

Sosyal medya içedönüklere sosyal ağ kurmak için daha kolay bir platform olarak değerlendirilmiştir. Çünkü sosyal ağ kurmak gerçek hayatta içedönükler için daha zordur (McKenna ve Bargh, 2000).

Amichai-Hamburger ve arkadaşları yaptıkları çalışmada dışa dönük insanların iletişim kurarken geleneksel şekilde iletişim eğilimleri varken, içedönük bireylerin internet üzerinden iletişim kurma eğiliminde oldukları sonucuna varmışlardır (2002). Dışadönükler sosyal medyayı genişleme, yayılma, tanınma olarak görürken, içedönükler yüzyüze iletişim yerine bir alternatif olarak görüyorlar (McKenna ve Bargh, 2000). Zywicki ve Danowski (2008) tarafından yapılan araştırmada dışadönüklerin internet ortamında ve gerçek hayatta içedönüklere göre daha popüler olduğunu, daha az popüler olan içedönüklerin ise sosyal ağlarda daha fazla çaba harcayarak popüler oldukları ortaya konmuştur (Zywicki ve Danowski, 2008).

Gosling ve ark. (2011) ve Golbeck (2011) yaptıkları çalışmalarda dışadönüklerin daha fazla paylaşım yaptıklarını tespit etmişlerdir (Akt. Seidman, 2013; Golbeck, 2011)

Schrammel ve arkadaşları (2009) dışadönüklerin daha fazla arkadaşları olduğu sonucuna ulaşmışlardır. Bir başka araştırma sonuçlarında ise harcanan zaman ve arkadaş sayısında içedönük ve dışadönüklerin birbirinden farklılaşmadığı ortaya çıkmıştır. İçedönükler, gerçek hayattan daha fazla insanla etkileşim kursa bile, genel

olarak dışadönüklerle benzer sayıda arkadaşı var ve benzer vakitler harcıyorlar (Stigers, 2011).

Dışadönükler içedönüklere göre sosyal medyada daha iyi etkileşim kuruyorlar. İçedönükler, sosyal medyada kendilerini ifade etmekte oldukça başarılıdırlar (Liu ve Larose, 2009). McKenna and Bargh, özellikle Facebook'un içedönüklere daha az endişe verici bir alternatif sunduğunu, ayrıca içedönüklerin iletişim şekillerini kontrol edebildiklerini ve sosyal medyada kendilerini daha rahat hissettiklerini belirtmişlerdir (Akt. Harbaugh, 2010).

Hazar'ın yaptığı çalışmada katılımcılara gün içinde sosyal medyaya ne kadar zaman ayırdıkları sorulduğunda büyük çoğunluğunun, % 50.4 oranla 2-4 saat harcadıklarını belirttikleri görülmektedir. İnternet kullananların büyük bir kısmının daha çok sosyal medya siteleri üzerine yoğunlaştıkları görülmektedir. Katılımcıların % 8.1'inin sosyal medyayı kullanmadığı tespit edilmiştir (Hazar, 2011). Yine aynı çalışmada en sık kullanılan sosyal medya platform büyük bir çoğunlukla (%76,2) Facebook olduğu ortaya çıkmıştır. Bunu % 7.3'le Youtube, % 4'le Twitter takip ettiği saptanmıştır. Katılımcıların büyük bir çoğunluğunun (%47.2) bilgi edinmek amacıyla sosyal medyayı kullandıkları ortaya çıkmıştır. Bunu haberleşmek, eğlenmek, fotoğraf – video paylaşmak, oyun oynamak gibi amaçlar takip etmektedir (Hazar, 2011). Batıgün ve Kılıç'ın (2011) yaptığı çalışmada öğrenciler günde ortalama 1.53 saat internete bağlandıkları tespit edilmiştir. Katılımcıların yarıdan fazlası (% 59.5) günde 0-2 saat ve % 22'si interneti hem etkileşim hem de bilgi amaçlı olarak eşit oranda kullanmaktadır (Batıgün ve Kılıç, 2011)

Tektaş'ın yaptığı çalışmada katılımcıların sosyal medya sitelerinde günlük ortalama ne kadar süre geçirdiklerine bakılmıştır. Çalışmada katılımcıların %25.8'i 1-2 saat, % 20.4'ü 2-3 saat, % 20.4'ü yarım saat ya da daha az, % 17.6'sı yaklaşık bir saat ve % 15.8'i ise 4 saat ve üzerinde sosyal medya platformlarında zaman harcadıkları ortaya çıkmıştır. Öğrencilerin % 80'ni gün içinde bir saat veya daha fazla sürede sosyal ağlarda buldukları görülmektedir. Bu çalışmada kullanıcıları sosyal medya platformlarını ne kadar süredir kullandıklarına ilişkin bilgiler de elde edilmiştir. Katılımcıların %53.8'i sosyal paylaşım sitelerini 5 yıl veya daha fazla süredir kullandığı

görülmektedir. Bu durum öğrencilerin yarısından fazlasının uzun zamandır sosyal paylaşım sitelerinde aktif olduklarını göstermektedir (Tektaş, 2014).

Kullanılan sosyal medya sitelerine ilişkin yapılan bir diğer çalışmada sosyal medyada en çok tercih edilen internet sitelerine bakıldığında % 60.2'sinin Facebook'u tercih ettikleri görülmektedir (Tektaş, 2014). Benzer bir araştırmayı Mucan ve Özgüven de yapmıştır. Araştırmalarında en fazla Facebook, sırasıyla Google, Youtube ve Yahoo internet sitelerinin daha fazla ziyaret edildiği bulunmuştur (Mucan ve Özgüven 2013). Atalay (2014) Instagram kullanan öğrencilerin Instagram kullanmayanlara göre daha yüksek olduğunu, paylaşım ihtiyacı tutumlarının Instagram kullanmayanlara göre daha yüksek olduğunu tespit etmiştir (Atalay, 2014).

Atalay'ın (2014) yaptığı çalışmada sosyal medyayı destek aracı olarak kullanan öğrencilerin sosyal medya tutumlarının daha yüksek olduğu tespit edilmiştir. Sosyal izolasyon ve öğretmenlerle ilişki tutumları açısından farklılık olmadığı, sosyal medyayı destek aracı olarak kullananların, kullanmayanlara göre sosyal yetkinlik ve paylaşım ihtiyaçları tutumlarının daha yüksek olduğu bulunmuştur (Atalay, 2014).

Cinsiyete göre sosyal medyada geçirilen zaman arasında ilişki olup olmadığına bakıldığında kadınların daha fazla sosyal medyada zaman geçirdikleri görülmüştür (Tektaş, 2014). Bir başka araştırmada da endişeli ve dışadönük erkeklerin sosyal medyayı daha fazla kullandıkları anlaşılmış. Kadınlarda ise dışadönük olan kadınların sosyal medyayı daha fazla kullandığı sonucuna varılmıştır (Mucan ve Özgüven, 2013). Ök (2013) sosyal medyayı erkek öğrencilerin daha fazla kullandığını, dolayısıyla sosyal medya tutumlarının daha yüksek olduğunu belirtmiştir (Ök, 2013).

Atalay'ın (2014) çalışmasında 3-4 yıldır sosyal medyayı kullanan öğrencilerin 1 yıldan az süre sosyal medyayı kullanan öğrencilere göre paylaşım ihtiyacı alt boyutunun daha yüksek olduğu tespit edilmiştir (Atalay, 2014).

Stigers'in (2011) yaptığı çalışma sonucunda, içedönük insanların interneti ve sosyal ağları kullanma sebeplerinden birinin sosyal çevrelerinde daha az etkin kalarak bu iki sosyal ortam içinde denge kurmak olduğu ortaya çıkmıştır. İçedönüklerin gerçek

hayatta arkadaş sayısı azdır ancak sosyal ağlardaki arkadaş sayısı ve geçirdikleri zaman dışadönüklere göre daha fazladır (Stigers, 2011).

Correa'nın yaptığı araştırmaya göre (2010) dışadönüklük puanı yüksek çıkan insanların sosyal medyayı daha fazla kullandığı görülmektedir (Correa ve ark., 2010).

Ross ve arkadaşları (2009) ve Zywicki ve Danowski (2008) tarafından yapılan araştırmalara göre dışadönük puanı yüksek olan bireyler içedönük bireylere göre sosyal medyayı -anlık mesajlaşma, sosyal medya siteleri- daha düzenli kullanma eğiliminde oldukları ortaya çıkmıştır (Akt: Correa ve ark. 2010).



BÖLÜM III

3. YÖNTEM

3.1. Araştırma Yöntemi

Bu çalışma özel liselerden okuyan öğrencilerde sosyal medya tutumları ile içedönüklük-dışadönüklük kişilik özellikleri arasındaki ilişkiyi inceleyen, ilişkisel tarama türünde bir araştırmadır.

3.2. Evren-Örneklem

Araştırmanın evrenini İstanbul Anadolu yakasında bulunan özel liselerde okuyan 9. 10. 11. ve 12. Sınıf öğrencileri oluşturmuştur. Örneklemine ise basit tesadüfi ile seçilen 14-18 yaş arası ergenler oluşturmuştur. 300 öğrenciye anket uygulanmıştır. Öğrencilerden sırasıyla, Kişisel Bilgi Formu, Eysenck Kişilik Envanteri ve Sosyal Medya Tutum Ölçeği'ni doldurmaları istenmiştir.

3.3. Veri Toplama Araçları

Bu araştırmada istenilen verilerin toplanmasında demografik bilgiler ve sosyal medya kullanımına ilişkin soruların olduğu Kişisel Bilgi Formu, sosyal medya tutumlarını ölçen Sosyal Medya Tutum Ölçeği ve içedönük-dışadönük kişilik özelliklerini ölçen Eysenck Kişilik Envanteri (Dışadönük alt boyutu) kullanılmıştır. Araştırma gönüllük esasına göre yapılmıştır.

3.3.1. Kişisel Bilgi Formu

Kişisel bilgi formunda, öğrencinin sınıfı, cinsiyeti, başarı durumu, anne-babanın birlikteliği, kardeş sayısı, takip edilen sosyal medya platformu, sosyal medya kullanım süresi, sosyal medyada günlük ortalama geçirilen zaman, sosyal medyanın sosyal bir destek aracı olarak kullanılması ve sosyal medya kullanım amaçları gibi sorular yöneltilmiştir (EK 1).

3.3.2. Eysenck Kişilik Envanteri

Envanterin yalnızca içedönük-dışadönük alt testi sorularına yer verilmiştir. Eysenck Kişilik Envanteri (EKE), H.J.Eysenck ve S.B.G. Eysenck tarafından geliştirilmiştir ve yetişkin kişilik envanterleri dizisinin son formudur. Bu envanter 90 asıl 11 yedek olmak üzere toplam 101 maddeden oluşmaktadır ve 4 faktörden oluşmaktadır. Faktörlerin alt boyutları; psikotizm, dışadönüklük, nörotizm ve yalan. Nörotizm alt boyutu 23, dışadönüklük alt boyutu 21, psikotizm alt boyutu 25 ve yalan alt boyutu 21 sorudan oluşmaktadır (Cantez, 1984).

Her madde için “evet” ve “hayır” seçenekleri vardır. “Hayır” yanıtı verilmesi gereken sorular dışındaki sorulara “evet” yanıtı verilmiş ise 1puan, hayır yanıtı verilmesi gereken sorulara hayır yanıtı verilmişse 1 puan alınır. Dışadönüklük bölümünde 13, psikotizm bölümünde 6 nörotizm bölümünde 11 ve yalan bölümünde 14 toplam puanın üzerine çıkıldığında ölçülen değişkene ilişkin belirtinin arttığı söylenebilir (Öner,1997).

Eysenck Kişilik Envanteri'nin Türkçe'ye uyarlama çalışmaları, Topçu (1982) tarafından yapılmıştır. Topçu (1982) 566 erkek ve 526 kadın toplam 1092 kişilik Türk örneklem grubuna testi uygulayarak testin tüm ölçeklerinin Türkçe formlarının kabul edilir düzeyde güvenilir olduğunu bulmuştur. Bu boyutların test-tekrar test güvenilirlik katsayılarının sırasıyla 0.78 ve 0.90 olduğu bildirilmiştir. Elde edilen tüm güvenilirlik katsayıları $p < 0,01$ düzeyinde anlamlı bulunmuştur. Testin tüm ölçeklerinin ilgili kişilik boyutlarını ölçmek için güvenle kullanılabileceği ifade edilmiştir (Akt. Tokgöz, 1997) (EK 2).

3.3.3. Sosyal Medya Tutum Ölçeği

Otrar ve Arğın (2013) tarafından öğrencilerin sosyal medyaya ilişkin tutumlarını belirlemek amacıyla geliştirilmiştir. Beşli likert tipi derecelenme ile geliştirilen ölçek, 17'si olumlu olmak üzere toplam 23 madde ve 4 faktörden oluşmuştur. Faktörlerin birinci alt boyut 8 madde ile Paylaşım İhtiyacı, ikinci alt boyut 6 madde ile Sosyal Yetkinlik, üçüncü alt boyut 6 madde ile Sosyal İzolasyon, dördüncü alt boyut ise 3 madde ile Öğretmenlerle İlişki olarak belirlenmiştir (Otrar ve Arğın, 2013). Alt boyutlar açıklanacak olursa;

Paylaşım ihtiyacı, kişinin sosyal medya aracılığıyla yazı, durum, fotoğraf, yorum paylaşımlarında bulunması bunların beğenilmesi, diğerlerini beğenmesi ve iletişim kurması bu sayede memnun olmasıdır.

Sosyal yetkinlik, bireyin sosyal medya sayesinde ilişkiler kurması, kişilik kazanması, duygularını ifade edip kendisine yönelik algısında ihtiyaçlarını karşılayarak kendini yeterli görmesidir.

Sosyal izolasyon, bireyin sosyal medya nedeniyle kendisini diğerlerinden ayrı, uzak, kopuk görmesi, etkinliklerine ilgi göstermemesi, bir bakıma soyutlanması, izole olması, sosyal bağın hissedilememesi durumudur.

Öğretmenlerle ilişki, öğretmenlerin sosyal medyada bireyi takip etmesi/edilmesi, beğenmesi/beğenilmesi ile bireyin kendisini değerli hissetmesidir.

Her alt boyutta puanın artması demek ilgili özelliğin de arttığı şeklinde yorumlanmaktadır. Ölçeğin toplam puanı, sosyal izolasyon alt boyutu puanı tersine çevrilerek hesaplanmıştır. Ölçeğin her bir alt boyutu için hesaplanan iç tutarlılık Cronbach α katsayısının 0.70'in üzerinde olduğu, tüm iç tutarlılık katsayısının ise 0.85 olduğu görülmüştür. Test tekrar test güvenilirlik katsayısının her bir alt boyut için 0.72 - 0.89; $p < ,001$ ile anlamlı olduğu ve tüm ölçek için korelasyon katsayısının 0.83; $p < ,001$ ile manidar olduğu bulunmuş, ölçeğin güvenilir ve geçerli olduğu görülmüştür (Otrar ve Arın, 2013, s. 173) (EK 3).

3.4. Verilerin Toplanması

Araştırma 2016 yılı Nisan ayında, Doğa Koleji Kurtköy ve Ataşehir kampüslerinde yapılmıştır. Araştırma gönüllülük esasına dayalı olarak yapılmıştır. Araştırmaya destek olmak isteyen 300 öğrenciden veri toplanmıştır. Lise kademesinde olan öğrencilere Kişisel Bilgi Formu, Eysenck Kişilik Envanteri ve Sosyal Medya Tutum Ölçeği verilmiştir. Ölçeklerin uygulanması yaklaşık 10-15 dakika sürmüştür.

Yapılan araştırma Haliç Üniversitesi Etik Kurulu'nca onaylanmıştır. Araştırmaya katılan 300 öğrencinin verileri ile istatistiksel analizler gerçekleştirilmiştir.

3.5. Veri Çözümleme Teknikleri

Katılımcılardan toplanan nicel veriler SPSS 23 paket programı ile analiz edilmiştir. Katılımcıların demografik özelliklerine, ailelerine, sosyal medya kullanım süre ve alışkanlıklarına ilişkin mevcut durumu ortaya koymak amacıyla tanımlayıcı istatistiklerden frekans ve yüzde değerleri hesaplanmıştır. Veri setinin güvenilirliğini tespit edebilmek için Cronbach alfa katsayısı hesaplanmıştır. Değişkenlerin normal dağılım sınanması Kolmogorov Smirnov testi aracılığı ile yapılmış ve değişkenlerimiz normal dağılım sergilemediği için iki grup karşılaştırmalarında Mann Whitney U testi, ikiden fazla grup karşılaştırmalarında Kruskal Wallis H testi kullanılmıştır. Tüm analizler %95 güven ve %5 hata payında test edilmiştir.

4. BÖLÜM

BULGULAR

4.1. Veri Toplama Araçlarının Güvenirlik Analizi

Araştırmada kullanılan anket vasıtası ile toplanan veri setinin iç tutarlılığını test etmek için Cronbach Alfa güvenilirlik katsayısı hesaplanmış ve aşağıdaki kritere göre değerlendirilmiştir.

Cronbach alfa katsayısına göre ölçeğin güvenilirlik sınırları aşağıdaki gibidir (Özdamar, 2004).

$0.00 \leq \alpha < 0.40$ ise ölçek güvenilir değildir.

$0.40 \leq \alpha < 0.60$ ise ölçek düşük güvenirlindedir.

$0.60 \leq \alpha < 0.80$ ise oldukça güvenilirdir.

$0.80 \leq \alpha < 1.00$ ise ölçek yüksek derecede güvenilir bir ölçektir

Bireylere uygulanan Eysenck Kişilik Envanteri (EKE) Dışadönüklük alt ölçeği ve Sosyal Medya Tutum Ölçeği (SMTÖ), güvenilirlik analizi sonucunda güvenilirlik değeri $\alpha=0.789$ ile oldukça güvenilir olarak tespit edilmiştir.

Sosyal medya tutum ölçeği ve alt boyutlarının güvenilirlikleri incelendiğinde tüm ölçek güvenilirliğinin değeri $\alpha=0.790$ ile oldukça güvenilir olarak tespit edilirken, alt boyutların güvenilirlik katsayıları değeri $\alpha=0.831$ ile değeri $\alpha=0.855$ arası değiştiği tespit edilmiştir. Bu aralıkta yer alan tüm değerler yüksek derecede güvenilir seviyesindedir.

4.2. Verilerin İstatistiksel Analizi

Çalışmada değişkenlerin normal dağılım sergileyip sergilemediğini tespit etmek amaçlı Kolmogorov Smirnov testi yapılmıştır. Bunun sonucunda tüm değişkenlerin normal dağılım sergilemediği tespit edilmiştir. Bu nedenle analizlerde parametrik olmayan analiz yöntemleri kullanılmıştır.

Araştırmada iki grup arasındaki farkın anlamlı olma durumunu sınamak amacıyla Mann Whitney U Testi, ikiden daha çok grup olması halinde gruplar arasında karşılaştırma yapabilmek için de Kruskal Wallis H-Testi'nden yararlanılmıştır.

Çalışmada değişkenler arası ilişki sınanırken Spearman korelasyon analizinden faydalanılmıştır. Değişkenler (bağımlı ve bağımsız) arasındaki korelasyonel durum şu kriterlere göre değerlendirilmektedir (Kalaycı, 2006).

<i>R</i>	<i>İlişki</i>
0,00-0,25	Çok Zayıf
0,26-0,49	Zayıf
0,50-0,69	Orta
0,70-0,89	Yüksek
0,90-1,00	Çok Yüksek

Tüm analizler %95 güven ve %5 hata payında test edilmiştir.

4.2.1. Özel Lise Öğrencilerinin Demografik ve Sosyal Medya Kullanımlarına İlişkin Özelliklerine Dair Bulguları ve Yorumu

Örneklemden cevaplanması istenen “Kişisel Bilgi Formu” ile ulaşılan bilgiler, frekans ve yüzde dağılımları olacak şekilde tablo haline getirilmiştir.

Bu araştırmada ilk olarak “Özel lise öğrencilerinin demografik bilgileri nasıl bir dağılım göstermektedir?” sorusuna yanıt aranmaktadır.

Tablo 4.2.1.1. Özel Lise Öğrencilerinin Çeşitli Değişkenlere Göre Dağılımı (n=300)

		<i>F</i>	<i>%</i>
Cinsiyet	Kadın	118	39.33
	Erkek	182	60.67
Sınıf	9.Sınıf	72	24.08
	10. Sınıf	88	29.43
	11. Sınıf	66	22.07
	12. Sınıf	73	24.41
Okul	Kurtköy Doğa Koleji	206	68.67
	Ataşehir Doğa Koleji	94	31.33
Başarı durumu	Yüksek	100	34.25
	Orta	181	61.99

	Düşük	11	3.77
Anne-baba birlikteliği:	Birlikte Yaşıyorlar	252	86.60
	Ayrı yaşıyorlar	39	13.40
Kardeş sayısı	Kardeş yok	79	26.33
	1-2	186	62.00
	3 ve üstü	35	11.67

Araştırmaya katılan öğrencilerin %60,67'sinin erkek, %39,33'ünün ise kadın olduğu tespit edilmiştir. Öğrencilerin sınıf dağılımları incelendiğinde %29,43'ünün 10. Sınıf, %24,41'inin 12. Sınıf, %24,08'inin 9. Sınıf ve %22,07'sinin ise 11. Sınıf olduğu tespit edilmiştir. Katılımcı öğrencilerin 2 farklı okuldan oldukları ve %68,67'sinin Kurtköy Doğa Koleji ve %31,33'ünün ise Ataşehir Doğa Koleji'nden olduğu tespit edilmiştir.

Araştırmaya katılan öğrencilerin %86,60'mın anne babası birlikte yaşarken, %13,40'mın ise anne babasının ayrı yaşadığı tespit edilmiştir. Kardeş sayıları incelendiğinde tek çocuk olanların %26,33, 1-2 kardeşi olanların %62 ve 3 kardeş ve üstü kardeşe sahip olanların ise %11,67 oranında olduğu tespit edilmiştir.

Tablo 4.2.1.2. Özel Lise Öğrencilerinin Sosyal Medya Kullanımlarına Yönelik Değişkenlere Göre Dağılımı (n=300)

	<i>F</i>	%
Instagram	113	40.36
Facebook	52	18.57
Whatsapp	28	10.00
Snapchat	21	7.50
Youtube	19	6.79
Twitter	17	6.07
Tumblr	8	2.86
9gag	7	2.50
Steamcom	3	1.07
reddit	3	1.07
Çarşı Forum	2	.71
sedatpekersozleri.com	1	.36
Fenerbahçe	1	.36

	Line	1	.36
	Devianart	1	.36
	E-posta	1	.36
	Pinterest	1	.36
	Havaturka	1	.36
Sosyal medya kullanma yılı	1 yıldan az	4	1.35
	1-2 yıl arası	25	8.45
	3-4 yıl arası	97	32.77
	5 yıl ve üstü	170	57.43
Sosyal medyada geçirilen zaman	1 saatten az	63	21.21
	1-3 saat arası	159	53.54
	4-6 saat arası	59	19.87
	7 saat ve üstü	16	5.39
Sosyal medyayı destek aracı olarak kullanma durumu	Evet	247	83.16
	Hayır	50	16.84
Sosyal medyayı iletişim kurma amaçlı kullanma	Hayır	41	13.67
	Evet	259	86.33
Sosyal medyayı sosyalleşme amaçlı kullanma	Hayır	141	47.00
	Evet	159	53.00
Sosyal medyayı paylaşımında bulunmak için Kullanma	Hayır	106	35.33
	Evet	194	64.67
Sosyal medyayı kendini ifade etmek için kullanma	Hayır	232	77.33
	Evet	68	22.67
Sosyal medyayı eğlence amaçlı kullanma	Hayır	70	23.33
	Evet	230	76.67
Sosyal medyayı takip etme, takip edilme amaçlı kullanma	Hayır	179	59.67
	Evet	121	40.33
Sosyal medyayı bilgiye erişme amaçlı kullanma	Hayır	78	26.00
	Evet	222	74.00
Sosyal medyayı zaman geçirme amaçlı kullanma	Hayır	93	31.00
	Evet	207	69.00
Sosyal medyayı uzaklaşma amaçlı kullanma	Hayır	234	78.00
	Evet	66	22.00
Diğer	Hayır	277	92.33
	Evet	23	7.67

Katılımcıların 18 farklı sosyal medya platformunu takip ettikleri tespit edilmiştir. Katılımcıların %40,36'sının Instagram'ı takip ettikleri, %18,57'sinin Facebook'u, %10'nun Whatsapp'ı, %7,50'sinin Snapchat'i, %6,79'unun Youtube'u ve %6,07'sinin ise Twitter'ı takip etiklerini belirtmişlerdir.

Katılımcıların %57,43'ünün 5 yıl ve üstü yıldır, %32,77'sinin 3-4 yıldır, %8,452inin 1-2 yıldır sosyal medyayı kullandıkları tespit edilmiştir. Katılımcılara gün içerisinde sosyal medyayı kullanırken ortalama olarak ne kadar zaman geçirdikleri sorulduğunda %53,54'ü 1-3 saat arası, %21,21'i 1 saatten az, %19,87'si ise 4-6 saat arası günlük zaman geçirdiklerini belirtmişlerdir.

Katılımcıların %86,33'ü sosyal medya platformlarını iletişim kurmak için, %83,16'si bir destek aracı olarak kullandığını, %74'ü bilgiye erişmek için, %69'u zaman geçirmek için kullandıklarını ifade etmişlerdir. Katılımcılar sosyal medya platformlarını kullanma nedeni olarak en düşük orana sahip olan ise kendini ifade etmek %22,67, uzaklaşma %22 olduğu tespit edilmiştir.

4.2.2. Özel Lise Öğrencilerinin EKE ve SMTÖ Skorlarının Bazı Demografik Değişkenlere İlişkin Bulguları ve Yorumu

Bu araştırmada ikinci olarak “Özel lise öğrencilerinin cinsiyetleri ile sosyal medya tutumları ve dışadönüklük puanlarında anlamlı bir farklılık bulunmakta mıdır?” sorusuna yanıt aranmaktadır.

Tablo 4.2.2.1. Bireylerin Cinsiyetlerine Göre SMTÖ Alt Ölçek Puanlarının Mann Whitney U Testi Sonuçları

	Grup	N	S.O.	MWU	Z	P
Sosyal yetkinlik	Kadın	117	155,71	9979,000	-0,917	0,359
	Erkek	182	146,33			
	Toplam	299				
	Grup	N	S.O.	MWU	Z	P
Paylaşım ihtiyacı	Kadın	117	172,29	8039,500	-3,579	0,000
	Erkek	182	135,67			
	Toplam	299				

	Grup	N	S.O.	MWU	Z	P
Öğretmen ile iletişim	Kadın	117	153,17			
	Erkek	182	147,96	10276,000	-0,521	0,602
	Toplam	299				
	Grup	N	S.O.	MWU	Z	P
Sosyal izolasyon	Kadın	117	143,95			
	Erkek	182	153,89	9939,500	-0,975	0,330
	Toplam	299				

* $p < 0.05$

Tablo 4.2.2.1.'de, cinsiyete göre sosyal medya tutum düzeylerinin farklılaşıp farklılaşmadığını tespit edebilmek amacıyla Mann Whitney U testi yapılmıştır. Yapılan analiz sonucunda sosyal yetkinlik ($z = -0.917$, $p = .359$), öğretmenler ile iletişim ($z = -0.521$, $p = .602$) ve sosyal izolasyon ($z = -0.975$, $p = .330$) alt boyutlarında kadın ve erkeklerin sosyal medya tutum düzeyleri bir birine benzer düzeydedir diğer bir ifadeyle anlamlı farklılık yoktur.

Paylaşım ihtiyacı alt boyutunda ise ($z = -3.579$, $p = .000$), anlamlı farklılık olduğu tespit edilmiştir. Tablo incelendiğinde kadınların erkeklere göre paylaşım ihtiyacı alt boyutunda daha yüksek düzeyde sosyal medya tutum düzeyine sahip oldukları tespit edilmiştir.

Tablo 4.2.2.2. Bireylerin Cinsiyetlerine Göre EKD Dışadönüklük Alt Ölçek Puanlarının Mann Whitney U Testi Sonuçları

	Grup	N	S.O.	U	Z	P
Dışadönüklük	Kadın	118	135,04	8913,500	-2,495	,013
	Erkek	182	160,52			
	Toplam	300				

* $p < 0.05$

Tablo 4.2.2.2.'de özel lise öğrencilerinin cinsiyete göre dışadönüklük düzeylerinin farklılaşıp farklılaşmadığını tespit edebilmek amacıyla Mann Whitney U testi yapılmıştır. Yapılan analiz sonucunda erkeklerin kadınlara göre dışadönüklük düzeylerinin daha anlamlı şekilde daha yüksek olduğu tespit edilmiştir. ($p = .013$). Erkek katılımcılar kadın katılımcılara göre daha dışadönük kişilik özelliği sergilemektedirler.

Bu araştırmada yanıt aranan üçüncü soru “Özel lise öğrencilerinin takip ettikleri sosyal medya platformu ile sosyal medya tutumları ve dışadönüklük puanlarında anlamlı bir farklılık bulunmakta mıdır?” sorusudur.

Tablo 4.2.2.3. Bireylerin Takip Ettikleri Sosyal Medya Platformlarına Göre SMTÖ Alt Ölçek Puanlarının Kruskal Wallis H testi Sonuçları

	Grup	N	S.O.	χ^2	s.d.	p	Anlamlı Fark
Sosyal yetkinlik	Instagram	112	138,20	17,902	6	0,006	2
	Whatsapp	28	181,25				
	Facebook	52	153,69				
	Snapchat	21	138,31				
	Twitter	17	143,12				
	Youtube	19	101,97				
	Diğer	30	107,98				
	Toplam	279					
Paylaşım ihtiyacı	Instagram	112	158,54	14,406	6	0,025	1
	Whatsapp	28	130,43				
	Facebook	52	128,08				
	Snapchat	21	149,29				
	Twitter	17	141,35				
	Youtube	19	120,76				
	Diğer	30	105,28				
	Toplam	279					
Öğretmen ile iletişim	Instagram	112	147,42	14,753	6	0,022	1
	Whatsapp	28	151,41				
	Facebook	52	149,99				
	Snapchat	21	150,21				
	Twitter	17	108,32				
	Youtube	19	138,16				
	Diğer	30	96,28				
	Toplam	279					
Sosyal izolasyon	Instagram	112	140,73	9,057	6	0,170	-
	Whatsapp	28	105,07				
	Facebook	52	141,04				
	Snapchat	21	137,07				
	Twitter	17	140,09				
	Youtube	19	143,08				
	Diğer	30	168,13				
	Toplam	279					

* $p < 0.05$

Tablo 4.2.2.3.’te, takip edilen sosyal medya platformuna göre sosyal medya tutum düzeylerinin farklılaşıp farklılaşmadığını tespit etmek amaçlı Kruskal Wallis H testi yapılmıştır. Yapılan analiz sonucunda, sosyal yetkinlik (k-w=17.902, p=.006),

paylaşım ihtiyacı ($k-w=14.406$, $p=.025$), öğretmen ile iletişim ($k-w=14.753$, $p=.022$) alt boyutlarında takip edilen sosyal medya platformuna göre anlamlı farklılık tespit edilmiştir.

Yapılan ikili karşılaştırmalar sonucunda, Sosyal yetkinlik alt boyutunda, Whatsapp sosyal medya platformunu takip edenler ile Youtube ($p=.020$) ve diğer ($p=.011$) sosyal medya platformlarını takip edenler arasında anlamlı farklılık olduğu tespit edilmiştir. Tablo incelendiğinde Whatsapp sosyal medya platformunu takip edenlerin Youtube ve diğer sosyal medya takip edenlere göre sosyal yetkinlik alt boyutunda daha yüksek bir düzeyde oldukları tespit edilmiştir.

Paylaşım ihtiyacı alt boyutunda Instagram sosyal medya platformunu takip edenlerin düzeyi diğer sosyal medya platformlarını takip edenlere göre daha yüksek olduğu tespit edilmiştir ($p=.027$).

Öğretmenle ile iletişim alt boyutunda Instagram sosyal medya platformunu takip edenlerin düzeyi diğer sosyal medya platformlarını takip edenlere göre daha yüksek olduğu tespit edilmiştir ($p=.034$).

Sosyal izolasyon alt boyutunda ise takip edilen sosyal medya platformuna göre anlamlı farklılık tespit edilememiştir. ($k-w=9,057$, $p=.170$). Farklı sosyal medya platformunu takip eden katılımcıların bu alt boyutta bir birine benzer skora sahiptirler.

Tablo 4.2.2.4. Bireylerin Takip Ettikleri Sosyal Medya Platformlarına Göre EKE Dışadönüklük Alt Ölçek Puanlarının Kruskal Wallis H Testi Sonuçları

	Grup	N	S.O.	x^2	s.d.	p	Anlamlı Fark
	Instagram	113	148,64				
	Whatsapp	28	127,57				
	Facebook	52	141,00				
Dışadönüklük	Snapchat	21	150,48	3,683	6	,720	-
	Twitter	17	126,38				
	Youtube	19	130,55				
	Diğer	30	128,35				

* $p < 0.05$

Tablo 4.2.2.4.'te takip edilen sosyal medyaya göre dışadönüklük kişilik özelliği düzeylerinin farklılaşıp farklılaşmadığını tespit edebilmek amacıyla Kruskal Wallis H testi yapılmıştır. Yapılan analiz takip edilen sosyal medyaya göre anlamlı farklılık olmadığı tespit edilmiştir. ($k-w=3.683$, $p=.720$) En çok takip ettikleri sosyal medya platformları farklı olan katılımcıların içedönük-dışadönük kişilik özellikleri bir birine benzer düzeydedir.

Bu araştırmada yanıt aranan dördüncü soru ise “Özel lise öğrencilerinin sosyal medyayı kullanım süreleri ile sosyal medya tutumları ve dışadönüklük puanlarında anlamlı bir farklılık bulunmakta mıdır?” sorusudur.

Tablo 4.2.2.5. Bireylerin Sosyal Medya Kullanım Süresine Göre SMTÖ Alt Ölçek Puanlarının Kruskal Wallis H testi Sonuçları

	Grup	N	S.O.	x^2	s.d.	p	Anlamlı Fark
Sosyal yetkinlik	1 yıldan az	4	47,38	6,355	3	0,096	-
	1-2 yıl arası	25	142,04				
	3-4 yıl arası	96	145,19				
	5 yıl ve üstü	170	152,83				
	Toplam	295					
	Grup	N	S.O.	x^2	s.d.	p	Anlamlı Fark
Paylaşım ihtiyacı	1 yıldan az	4	19,25	9,698	3	0,021	2-3-4
	1-2 yıl arası	25	157,16				
	3-4 yıl arası	96	152,41				
	5 yıl ve üstü	170	147,19				
	Toplam	295					
	Grup	N	S.O.	x^2	s.d.	p	Anlamlı Fark
Öğretmen ile iletişim	1 yıldan az	4	72,13	3,648	3	0,302	-
	1-2 yıl arası	25	157,18				
	3-4 yıl arası	96	147,22				
	5 yıl ve üstü	170	148,87				
	Toplam	295					
	Grup	N	S.O.	x^2	s.d.	p	Anlamlı Fark
Sosyal	1 yıldan az	4	192,38	5,074	3	0,166	-

izolasyon	1-2 yıl arası	25	142,62
	3-4 yıl arası	96	161,47
	5 yıl ve üstü	170	140,14
	Toplam	295	

* $p < 0.05$

Tablo 4.2.2.5.'te sosyal medya kullanım süresine göre sosyal medya tutum düzeylerinin farklılaşıp farklılaşmadığını tespit etmek amaçlı Kruskal Wallis H testi yapılmıştır. Yapılan analiz sonucunda, sosyal yetkinlik ($k-w=6.355$, $p=.096$), Paylaşım İhtiyacı ($k-w= 9.698$, $p=.021$), Öğretmen ile iletişim ($k-w=3.648$, $p=.302$) ve sosyal izolasyon ($k-w=5.074$, $p=.166$) alt boyutlarında takip edilen sosyal medya platformuna göre anlamlı farklılık tespit edilememiştir.

Paylaşım İhtiyacı ($k-w=9.698$, $p=.021$) alt boyutunda ise kullanılan yıla göre anlamlı farklılık tespit edilmiştir.

Yapılan ikili karşılaştırmalar sonucunda, 1 yıldan az süredir sosyal medya kullanım süresine sahip olan katılımcılar paylaşım ihtiyacı alt boyutunda 1-2 yıldır ($p=.016$), 3-4 yıldır ($p=.013$), ve 5 yıl ve üzeri yıldır ($p=.018$) sosyal medya kullanan katılımcılara göre daha düşük düzeyde oldukları tespit edilmiştir.

Tablo 4.2.2.6. Bireylerin Sosyal Medya Kullanım Süresine Göre EKE Dışadönüklük Alt Ölçek Puanlarının Kruskal Wallis H testi Sonuçları

	Grup	N	S.O.	x^2	s.d.	p	Anlamlı Fark
Dışadönüklük	1 yıldan az	4	50,50				
	1-2 yıl arası	25	139,74				
	3-4 yıl arası	97	151,42	5,746	3	,125	-
	5 yıl ve üstü	170	150,43				
	Toplam	296					

* $p < 0.05$

Tablo 4.2.2.6.'da, sosyal medya kullanım süresine göre içedönük-dışadönük kişilik özelliği düzeylerinin farklılaşıp farklılaşmadığını tespit edebilmek amacıyla Kruskal Wallis H testi yapılmıştır. Yapılan analiz sonucunda sosyal medya kullanım süresine göre anlamlı farklılık olmadığı tespit edilmiştir ($k-w=5.746$, $p=.125$). Sosyal

medya platformları kullanım süreleri farklı olan katılımcıların dışadönüklük kişilik özellikleri bir birine benzer düzeydedir.

Bu araştırmada yanıt aranan beşinci soru “Özel lise öğrencilerinin sosyal medya sitelerinde geçirdikleri süre ile sosyal medya tutumları ve dışadönüklük puanlarında anlamlı bir farklılık bulunmakta mıdır?” sorusudur.

Tablo 4.2.2.7. Bireylerin Sosyal Medyada Geçirdikleri Süreye Göre SMTÖ Alt Ölçek Puanlarının Kruskal Wallis H testi Sonuçları

	Grup	N	S.O.	x^2	s.d.	p	Anlamlı Fark
Sosyal yetkinlik	1 saatten az	63	101,10				
	1-3 saat arası	159	145,58				
	4-6 saat arası	58	194,20	41,617	3	0,000	2-3-4
	7 saat ve üstü	16	198,47				
	Toplam	296					
Paylaşım ihtiyacı	1 saatten az	63	86,85				
	1-3 saat arası	159	158,92				
	4-6 saat arası	58	189,30	48,517	3	0,000	2-3
	7 saat ve üstü	16	139,78				
	Toplam	296					
Öğretmen ile iletişim	1 saatten az	63	135,95				
	1-3 saat arası	159	156,83				
	4-6 saat arası	58	141,20	3,558	3	0,313	-
	7 saat ve üstü	16	141,59				
	Toplam	296					
Sosyal izolasyon	1 saatten az	63	179,26				
	1-3 saat arası	159	146,88				
	4-6 saat arası	58	133,10	15,524	3	0,001	3-4
	7 saat ve üstü	16	99,28				
	Toplam	296					

* $p < 0.05$

Tablo 4.2.2.7.'de sosyal medya kullanımında günlük geçirilen süreye göre sosyal medya tutum düzeylerinin farklılaşp farklılaşmadığını tespit etmek amaçlı Kruskal Wallis H testi yapılmıştır. Yapılan analiz sonucunda, sosyal yetkinlik ($k-w=41.617$, $p=.000$), Paylaşım İhtiyacı ($k-w=48.517$, $p=.000$), ve sosyal izolasyon ($k-w=15.524$, $p=.001$) alt boyutlarında günlük sosyal medya kullanımında geçen süreye göre anlamlı farklılık tespit edilmiştir.

Sosyal yetkinlik alt boyutunda, sosyal medyada günlük 1 saatten az zaman geçirenler, 1-3 saat ($p=.03$), 4-6 saat ($p=.000$), ve 7 saat ve üzeri ($p=.001$) zaman geçirenlere göre daha düşük düzeye sahiptirler.

Ayrıca sosyal yetkinlik alt boyutunda, sosyal medyada günlük 1-3 saat zaman geçirenler, 4-6 saat ($p=.001$), zaman geçirenlere göre daha düşük düzeye sahiptirler. Sosyal yetkinlik alt boyutunda sosyal medyada geçirilen zaman arttıkça sosyal yetkinlik düzeyi günlük 4-6 saat düzeyine kadar artmaktadır.

Paylaşım ihtiyacı alt boyutunda ise, sosyal medyada günlük 1 saatten az zaman geçirenler, 1-3 saat ($p=.000$), 4-6 saat ($p=.000$), zaman geçirenlere göre daha düşük düzeye sahiptirler.

Sosyal izolasyon alt boyutunda ise, sosyal medyada günlük 1 saatten az zaman geçirenler, 4-6 saat ($p=.017$) ve 7 saat ve daha fazla ($p=.005$), zaman geçirenlere göre daha yüksek düzeye sahiptirler.

Yapılan analiz sonucunda, öğretmenler ile iletişim ($k-w=3.558$, $p=.313$) alt boyutunda ise anlamlı farklılık tespit edilememiştir.

Tablo 4.2.2.8. Bireylerin Sosyal Medyada Geçirdikleri Süreye Göre EKE Dışadönüklük Alt Ölçek Puanlarının Kruskal Wallis H testi Sonuçları

	Grup	N	S.O.	χ^2	s.d.	p	Anlamlı Fark
Dışadönüklük	1 saatten az	63	130,05	5,808	3	0,121	-
	1-3 saat arası	159	148,85				
	4-6 saat arası	59	165,92				
	7 saat ve üstü	16	162,69				
	Toplam	297					

* $p < 0.05$

Tablo 4.2.2.8.'de, sosyal medya kullanımında günlük geçirilen süreye göre dışadönüklük kişilik özelliği düzeylerinin farklılaşıp farklılaşmadığını tespit edebilmek amacıyla Kruskal Wallis H testi yapılmıştır. Yapılan analiz sonucunda sosyal medya kullanımında günlük geçirilen süreye göre anlamlı farklılık olmadığı tespit edilmiştir ($k-w=5.808$, $p=.121$). Sosyal medya kullanımında günlük geçirilen süreleri farklı olan katılımcıların içedönük-dışadönük kişilik özellikleri bir birine benzer düzeydedir.

Bu araştırmada yanıt aranan altıncı soru “Özel lise öğrencilerinin sosyal medyayı destek aracı olarak kullanma durumları ile sosyal medya tutumları ve dışadönüklük puanlarında anlamlı bir farklılık bulunmakta mıdır?” sorusudur

Tablo 4.2.2.9. Bireylerin Sosyal Medyayı Destek Aracı Olarak Kullanma Durumlarına Göre SMTÖ Alt Ölçek Puanlarının Mann Whitney U Testi Sonuçları

	Grup	N	S.O.	MWU	Z	P
Sosyal yetkinlik	Evet	246	159,98	3325,500	-5,127	0,000
	Hayır	50	92,01			
	Toplam	296				
Paylaşım ihtiyacı	Evet	246	163,96	2347,500	-6,901	0,000
	Hayır	50	72,45			
	Toplam	296				
Öğretmen ile iletişim	Evet	246	154,35	4711,000	-2,670	0,008
	Hayır	50	119,72			
	Toplam	296				
	Grup	N	S.O.	MWU	Z	P

	Evet	246	142,06			
Sosyal izolasyon	Hayır	50	180,18	4566,000	-2,885	0,004
	Toplam	296				

**p<0.05*

Tablo 4.2.2.9.'da, sosyal medyayı bir destek aracı olarak kullanma durumuna göre sosyal medya tutum düzeylerinin farklılaşıp farklılaşmadığını tespit etmek amaçlı Mann Whitney U testi yapılmıştır. Yapılan analiz sonucunda, sosyal yetkinlik ($z = -5.217, p = .000$), Paylaşım İhtiyacı ($z = -6.901, p = .000$), öğretmenler ile iletişim ($z = -2.670, p = .000$) ve sosyal izolasyon ($z = -2.885, p = .004$) alt boyutlarında sosyal medyayı ihtiyacınız olduğunda bir destek aracı olarak kullanma durumuna göre anlamlı farklılık tespit edilmiştir.

Tablo 4.2.2.9. incelendiğinde, sosyal yetkinlik, paylaşım ihtiyacı ve öğretmenler ile iletişim alt boyutlarında sosyal medyayı ihtiyacı olduğunda bir destek aracı olarak kullananların düzeylerinin daha yüksek olduğu tespit edilmiştir. Sosyal izolasyon alt boyutunda ise sosyal medyayı destek amaçlı kullanmayanların düzeyinin daha yüksek olduğu tespit edilmiştir.

Tablo 4.2.2.10. Bireylerin Sosyal Medyayı Destek Aracı Olarak Kullanma Durumlarına Göre EKE Dışadönüklük Alt Ölçek Puanlarının Mann Whitney U Testi Sonuçları

	Grup	N	S.O.	MWU	Z	P
	Evet	247	152,43			
Dışadönüklük	Hayır	50	132,06	5328,000	-1,535	,125
	Toplam	297				

**p<0.05*

Tablo 4.2.2.10.'da, sosyal medyayı destek aracı olarak kullanma durumuna göre İçedönük-Dışadönük düzeylerinin farklılaşıp farklılaşmadığını tespit edebilmek amacıyla Mann Whitney U testi yapılmıştır. Yapılan analiz sonucunda sosyal medyayı destek aracı olarak kullanma durumuna göre anlamlı farklılık olmadığı tespit edilmiştir ($z = -1.535, p = .125$). Sosyal medyayı destek aracı olarak kullanan ve kullanmayan katılımcıların dışadönüklük kişilik özellikleri bir birine benzer düzeydedir.

Bu araştırmada yanıt aranan yedinci soru “Özel lise öğrencilerinin anne baba birliktelik durumu ile dışadönüklük puanlarında anlamlı bir farklılık bulunmakta mıdır?” sorusudur.

Tablo 4.2.2.11. Bireylerin Anne Baba Birliktelik Durumlarına Göre EKE Dışadönüklük Alt Ölçek Puanlarının Mann Whitney U Testi Sonuçları

	Grup	<i>N</i>	<i>S.O.</i>	<i>MWU</i>	<i>Z</i>	<i>P</i>
	Birlikte Yaşıyorlar	252	145,39			
Dışadönüklük	Ayrı yaşıyorlar	39	149,94	4760,500	-,315	,753
	Toplam	291				

* $p < 0.05$

Tablo 4.2.2.11.’de anne ve babanın birliktelik durumuna göre İçedönüklük-Dışadönüklük düzeylerinin farklılaşıp farklılaşmadığını tespit edebilmek amacıyla Mann Whitney U testi yapılmıştır. Yapılan analiz sonucunda anne ve babanın birliktelik durumuna göre anlamlı farklılık olmadığı tespit edilmiştir. ($z = -.315$, $p = .753$). Anne ve babası birlikte ve ayrı yaşayanların içedönüklük-dışadönüklük düzeyleri bir birine benzer düzeydedir.

Bu araştırmada yanıt aranan sekizinci soru “Özel lise öğrencilerinin kardeş sayısı ile dışadönüklük puanlarında anlamlı bir farklılık bulunmakta mıdır?” sorusudur.

Tablo 4.2.2.12. Bireylerin Kardeş Sayısına Göre EKE Dışadönüklük Alt Ölçek Puanlarının Kruskal Wallis H Testi Sonuçları

	Grup	<i>N</i>	<i>S.O.</i>	χ^2	<i>s.d.</i>	<i>p</i>	<i>Anlamlı Fark</i>
	Kardeş yok	79	131,46				
	1-2	185	155,03				
Dışadönüklük	3 ve üstü	35	165,26	5,711	2	,058	-
	Toplam	299					

* $p < 0.05$

Tablo 4.2.2.12.’de, kardeş sayısına göre içedönüklük-dışadönüklük düzeylerinin farklılaşıp farklılaşmadığını tespit edebilmek amacıyla Kruskal Wallis H testi yapılmıştır. Yapılan analiz kardeş sayısına göre anlamlı farklılık olmadığı tespit edilmiştir. ($k-w = 5.711$, $p = .058$) Tek çocuk olan veya kardeş sayısı farklı olan katılımcıların içedönüklük-dışadönüklük düzeyleri bir birine benzerdir.

4.2.3. Özel Lise Öğrencilerinin İçedönük-Dışadönük Kişilik Özellikleri ile Sosyal Medya Tutumları Arasındaki İlişkiye Dair Bulgular ve Yorumu

Bu araştırmada yanıt aranan dokuzuncu soru “Özel lise öğrencilerinin sosyal medya tutumları ile içedönük-dışadönük kişilik özellikleri arasında bir ilişki var mıdır?” sorusudur.

Tablo 4.2.3.1. EKE Dışadönüklük Alt Ölçeği Skorları ile SMTÖ Alt Ölçek Skorları Arasındaki İlişki

		Dışadönüklük	Sosyal yetkinlik	Paylaşım ihtiyacı	Öğretmen ile iletişim	Sosyal izolasyon
Dışadönüklük	r	1,000	0,106	,172**	0,033	0,029
	p		0,068	0,003	0,566	0,620
Sosyal yetkinlik	r	0,106	1,000	,579**	,259**	-,336**
	p	0,068		0,000	0,000	0,000
Paylaşım ihtiyacı	r	,172**	,579**	1,000	,256**	-0,099
	p	0,003	0,000		0,000	0,088
Öğretmen ile iletişim	r	0,033	,259**	,256**	1,000	-,327**
	p	0,566	0,000	0,000		0,000
Sosyal izolasyon	r	0,029	-,336**	-0,099	-,327**	1,000
	p	0,620	0,000	0,088	0,000	

Tablo 4.2.3.1.’de, yapılan analiz sonucunda, dışadönüklük kişilik özelliği ile paylaşım ihtiyacı alt boyutu arasında ($p=.003$) çok zayıf düzeyde pozitif yönlü anlamlı ilişki olduğu tespit edilmiştir. Diğer bir ifadeyle dışadönüklük kişilik özelliği arttıkça paylaşım ihtiyacı alt boyutu düzeyi de yükselmektedir.

Dışadönüklük kişilik özelliği ile sosyal yetkinlik ($p=.068$), öğretmen ile iletişim ($p=.566$) ve sosyal izolasyon ($p=.620$) alt boyutu arasında anlamlı ilişki tespit edilmemiştir.

BÖLÜM V

5. TARTIŞMA

Araştırmada özel lise öğrencilerinin sosyal medya tutumları ile içedönük-dışadönük kişilik özellikleri arasındaki ilişki incelenmiştir. İlişki incelenirken öncelikle özel lise öğrencilerinin demografik özellikleri, sosyal medya kullanımlarına dair özellikler gibi bilgileri kişisel bilgi formu ile ölçülmüştür. Yapılan analizlerde ilk olarak özel lise öğrencilerinin demografik özellikleriyle sosyal medya tutumları ve içedönük-dışadönük kişilik özellikleri incelenmiş ve en son ana problemi oluşturan özel lise öğrencilerinin sosyal medya tutumları ile içedönük-dışadönük kişilik özellikleri arasındaki ilişki analiz edilmiştir.

İstatistiksel analizler sonucunda elde edilen bulgular, literatür bilgisi ile bağlantılı bir şekilde tartışılmış ve yorumlanmıştır.

Araştırma sonucunda, özel lise öğrencilerinin cinsiyetleri ile sosyal medya tutumları ve dışadönüklük puanlarında anlamlı bir farklılık olup olmadığına dair yapılan analiz sonuçlarında; cinsiyete göre içedönük-dışadönük kişilik özelliklerinin farklılaştığını sonucuna ulaşılmıştır. Araştırmanın sonucunda erkek öğrencilerin kız öğrencilere göre daha dışadönük kişilik özelliği sergilediği görülmektedir. Benzer ve farklı araştırmalar literatür incelendiğinde karşımıza çıkmaktadır. Correa ve arkadaşları (2010) tarafından yapılan araştırmalarda dışadönük erkeklerin sosyal medyayı daha aktif kullandıkları ortaya çıkmıştır. Mucan ve Özgüven (2013) yaptıkları çalışmada, dışadönük olan kadın ve erkeklerin sosyal medyayı daha fazla kullandığı sonucuna varmıştır. Bu sonuç, araştırma bulgumuzu destekler niteliktedir. Ergenlik dönemi, kız ve erkeklerin birbirleri ile en fazla iletişim kurma ihtiyacı içinde oldukları dönem olarak bilinmektedir. Yapılan araştırmada erkek öğrencilerin daha dışadönük özellikleri taşıyor olması, erkek katılımcı sayısının daha fazla olması ile açıklanabilir.

Cinsiyete göre sosyal medya tutumlarının farklılaşp farklılaşmadığına bakıldığında ise; yapılan analizler sonucunda sosyal yetkinlik, öğretmenlerle iletişim ve sosyal izolasyon alt boyutlarında kadın ve erkeklerin sosyal medya tutum düzeyleri bir

birine benzer düzeyde olduğu, diğer bir ifadeyle anlamlı farklılık olmadığı tespit edilmiştir. Paylaşım ihtiyacı alt boyutunda ise anlamlı bir farklılık olduğu tespit edilmiştir. Kadınların erkeklere göre paylaşım ihtiyacı alt boyutunda daha yüksek düzeyde oldukları saptanmıştır. Atalay'ın (2015) yaptığı çalışmada cinsiyete göre sosyal medya tutumlarının farklılaşmadığı tespit edilmiştir. Sosyal yetkinlik, sosyal izolasyon ve öğretmenlerle ilişki tutumları ile, erkek öğrenciler lehine anlamlı farklılık tespit edilmiştir. Arın'ın (2013) lise ve ortaokul öğrencileri ile yaptığı çalışmada cinsiyete göre sosyal medya tutumlarının farklılık olmadığı tespit edilmiştir. Ök (2013) sosyal medyayı erkek öğrencilerin daha fazla kullandığını, dolayısıyla sosyal medya tutumlarının daha yüksek olduğunu belirtmiştir. Tektaş'ın (2014) yaptığı çalışmada, cinsiyete göre sosyal medyada geçirilen süreye baktığında kadınların sosyal medyada daha fazla vakit geçirdikleri sonucuna varılmıştır. Türk toplumunda erkeklerin kızlara göre isteklerini gerçekleştirmeye yönelik daha özgür olduğuna yönelik bir algı olduğu söylenebilir, dolayısıyla internetin kız öğrenciler için istek ve arzularına daha kolay ulaşabileceği ve hakkında birçok bilgi edinebileceği bir alan olduğu söylenebilir. İleride yapılacak çalışmalarda öğretmenlerle iletişim, sosyal yetkinlik ve sosyal izolasyon boyutlarını destekleyecek soruların eklenmesi, çalışmanın daha güvenilir ve geçerli olacağını düşündürmektedir.

Özel lise öğrencilerinin takip ettikleri sosyal medya platformu ile sosyal medya tutumları ve dışadönüklük puanlarında anlamlı bir farklılık olup olmadığına ilişkin yapılan analizlerde; takip edilen sosyal medyaya göre içedönük-dışadönük kişilik özellikleri arasında anlamlı farklılık olmadığı tespit edilmiştir. Katılımcıları takip edilen sosyal medyaya göre içedönük-dışadönük kişilik özellikleri bir birine benzer düzeydedir. Sumner ve arkadaşları tarafından Facebook kullanıcıları ile kişilik özellikleri konulu araştırmada dışadönük insanların fotoğraf paylaşımları yapmaya ve başkalarının paylaşımlarına daha fazla yorum yapma eğilimleri olduğu bulunmuştur (2011). Correa ve arkadaşları (2010) tarafından yapılan araştırmada dışadönüklerin Facebook'u diğerleriyle etkileşim içerisinde olmak için daha fazla kullandıkları ortaya konmuştur. Araştırma sonuçları incelendiğinde sosyal medya tutumları ile sosyal medya platform puanlarında anlamlı ilişkiler ortaya çıkmış ve her bir alt boyut incelendiğinde en fazla kullanılan sosyal medya platformunun Instagram olduğu saptanmıştır. Hızla

gelişen teknoloji ile Facebook'tan sonra geliştirilen uygulamaların ve sosyal medya sitelerinin daha yoğun kullanıldığı söylenebilir. İçedönük ya da dışadönük eğilimleri olan bireyler neredeyse güncel her sosyal medya platformunu kullanabilmektedir. Bu durumda araştırmada bireylerin sosyal medya platformlarını aktif ya da izleyici konumda kullanıp kullanmadıklarına yönelik bilgilerinin alınmasının, araştırmayı daha da derinleştireceğini düşündürmektedir.

Takip edilen sosyal medya platformuna göre sosyal medya tutumlarının farklılaşıp farklılaşmadığına bakılmıştır. Araştırmadan elde edilen bulgulara göre sosyal yetkinlik tutum düzeyi yüksek olanların sosyal medya platformlarından en fazla Whatsapp'ı kullandıkları ortaya çıkmıştır. Paylaşım ihtiyacı tutum düzeyi yüksek olan katılımcıların En çok Instagram kullandıkları, öğretmenlerle iletişim tutumu yüksek olan katılımcıların Instagram kullandıkları tespit edilmiştir. Sosyal izolasyon tutumu ile sosyal medya platformları arasındaki ilişkiye bakıldığında her bir platformu benzer düzeyde kullandıkları görülmüştür. Ross ve arkadaşları (2009) ve Zywicka ve Danowski (2008) tarafından yapılan araştırmalara göre dışadönük puanı yüksek olan bireyler içedönük bireylere göre sosyal medyayı -anlı mesajlaşma, sosyal medya siteleri- daha düzenli kullanma eğiliminde oldukları ortaya çıkmıştır. Atalay (2014) Instagram kullanan öğrencilerin Instagram kullanmayanlara göre daha yüksek olduğunu, paylaşım ihtiyacı tutumlarının Instagram kullanmayanlara göre daha yüksek olduğunu tespit etmiştir. Son yıllarda teknolojinin gelişmesi ve akıllı telefonların daha da yaygınlaşması ile sosyal medya her yaş grubunun kullandığı bir platform haline gelmiştir. Ülkemizde en sık kullanılan sosyal medya sitesinin Facebook olduğu düşünüldüğünde en fazla rağbeti de yine Facebook'un aldığı söylenebilir. Gelişen teknolojiyle yeniliğe açık olan gençlerin Facebook dışında Instagram, Whatsapp ve Snapchat gibi sosyal medya platformlarını keşfetmesi ve daha fazla kullanıyor olmaları beklenen bir sonuçtur.

Sosyal medya kullanım süresine göre içedönük-dışadönük kişilik özelliklerinin farklılaşıp farklılaşmadığına bakılmıştır. Yapılan analizler sonucunda sosyal medya kullanım süresine göre anlamlı farklılık olmadığı tespit edilmiştir. Katılımcıların sosyal medya kullanım süreleri içedönüklük-dışadönüklük kişilik özellikleri birbirine benzer düzeydedir. Schrammel ve arkadaşları (2009) dışadönüklerin daha fazla arkadaşları

olduğu sonucuna ulaşmışlardır. Bir başka araştırma sonuçlarında ise harcanan zaman ve arkadaş sayısında içedönük ve dışadönüklerin birbirinden farklılaşmadığı ortaya çıkmıştır. İçedönükler, gerçek hayattan daha fazla insanla etkileşim kursa bile, genel olarak dışadönüklerle benzer sayıda arkadaşı var ve benzer vakitler harcıyorlar (Stigers, 2011). Bu sonuç araştırmayı destekleyici niteliktedir.

Sosyal medya kullanım süresine göre sosyal medya tutumlarının farklılaşıp farklılaşmadığına bakılmıştır. Araştırmadan elde edilen bulgulara göre sosyal yetkinlik, paylaşım ihtiyaı, öğretmenlerle iletişim ve sosyal izolasyon tutumları ile sosyal medya kullanım süreleri arasında anlamlı bir farklılık olmadığı tespit edilmiştir. 1 yıldan az süredir sosyal medya kullanım süresine sahip olan katılımcıların, paylaşım ihtiyaı alt boyutunda 1-2 yıldır, 3-4 yıldır, ve 5-6 yıl ve 7 yıl üzeri yıldır sosyal medya kullanan katılımcılara göre daha düşük düzeyde oldukları tespit edilmiştir. Atalay'ın (2014) alışmasında 3-4 yıldır sosyal medyayı kullanan öğrencilerin 1 yıldan az süre sosyal medyayı kullanan öğrencilere göre paylaşım ihtiyaı alt boyutunun daha yüksek olduğu tespit edilmiştir. Bu karşılaştırma sonucu sosyal medya kullanım süresi arttıça bireylerin paylaşım ihtiyaçlarının arttırdığı söylenebilir. İnternetin günümüzde neredeyse 2-3 yaştan itibaren insanların hayatında yer edinmeye başladığı gözlemlenen bir durumdur. Akıllı telefonları ve tabletlerin yaygınlaşmasıyla çok küçük yaşlardan itibaren birçok insan interneti kullandığı, sosyal medya sitelerini takip ettiği, örneklemin özel lise öğrencilerinden alındığı ve teknolojik aletlere daha kolay ulaşabildikleri göz önüne alındığında bu sonucun çıkması olağandır. Ergenlik döneminde akranlarla iletişimin ve paylaşımlarda bulunmalarının zirve dönemi olduğu varsayıldığında, uzun zamandır internet kullananların paylaşım ihtiyaı alt boyutu puanlarının daha yüksek olması beklenen bir sonuçtur.

Sosyal medyada günlük geçirilen süreye göre içedönük-dışadönük kişilik özelliklerinin farklılaşıp farklılaşmadığına bakılmıştır. Sosyal medya kullanımında günlük geçirilen süreleri farklı olan katılımcıların içedönük-dışadönük kişilik özellikleri bir birine benzer düzeydedir. Literatür incelemeleri sonucunda farklı çalışmalar mevcuttur. Stigers'ın (2011) içedönüklerin gerçek hayatta arkadaş sayısının az olduğunu ancak sosyal ağlardaki arkadaş sayısı ve geçirdikleri zaman dışadönüklere

göre daha fazla olduğunu ifade etmiştir. Correa ise (2010) yaptığı çalışmada dışadönüklük puanı yüksek çıkanların sosyal medyayı daha fazla kullandıklarını ifade etmiştir.

Sosyal medyada günlük geçirilen süreye göre sosyal medya tutumlarının farklılaşp farklılaşmadığına bakılmıştır. Araştırmadan elde edilen bulgulara göre sosyal yetkinlik, paylaşım ihtiyacı ve sosyal izolasyon tutumları ile sosyal medyada geçirilen süre arasında anlamlı bir ilişki bulunmuştur. Sosyal yetkinlik alt boyutunda sosyal medyada geçirilen zaman arttıkça sosyal yetkinlik düzeyi günlük 4-6 saat düzeyine kadar artmaktadır. Sosyal izolasyon alt boyutunda ise, sosyal medyada günlük 1 saatten az zaman geçirenler, 4-6 saat ve daha fazla zaman geçirenlere göre daha yüksek düzeye sahiptirler. Öğretmenler ile iletişim tutumu ile anlamlı farklılık tespit edilememiştir. Atalay (2014) yaptığı çalışmada ise sosyal yetkinlik alt boyutunda sosyal medyada geçirilen zaman arasında anlamlı farklılık olduğu saptanmıştır. Bu sonuç beklenen bir sonuçtur. Bireylerin sosyal medya sitelerinde günlük geçirdikleri zaman arttıkça daha fazla insanla etkileşim kuracak, daha fazla beğeni, paylaşım yaparak kendisine de daha fazla yapılmasını sağlayacağı için kendisini sosyal anlamlı daha yetkin hissedecektir.

Sosyal medyayı bir destek aracı olarak kullanma durumuna göre içedönük-dışadönük kişilik özelliklerinin farklılaşp farklılaşmadığına bakılmıştır. Yapılan analizler sonucunda sosyal medyayı destek aracı olarak kullanma durumuna göre anlamlı farklılık olmadığı tespit edilmiştir. Sosyal medyayı destek aracı olarak kullanan ve kullanmayan katılımcıların içedönük-dışadönük kişilik özellikleri bir birine benzer düzeydedir. Sosyal medyayı destek aracı olarak kullanmaya göre sosyal medya tutumlarının farklılaşp farklılaşmadığına bakılmıştır. Yapılan analizler sonucunda sosyal yetkinlik, paylaşım ihtiyacı ve öğretmenler ile iletişim alt boyutlarında sosyal medyayı ihtiyacı olduğunda bir destek aracı olarak kullananların düzeylerinin daha yüksek olduğu tespit edilmiştir. Sosyal izolasyon alt boyutunda ise sosyal medyayı destek amaçlı kullanmayanların düzeyinin daha yüksek olduğu tespit edilmiştir. Araştırma bulgularına benzer bir sonuç da Atalay'ın (2014) yaptığı çalışmada mevcuttur. Sosyal medyayı destek aracı olarak kullanan öğrencilerin sosyal medya tutumlarının daha yüksek olduğu tespit edilmiştir. Sosyal izolasyon ve öğretmenlerle

ilişki tutumları açısından farklılık olmadığı, sosyal medyayı destek aracı olarak kullananların, kullanmayanlara göre sosyal yetkinlik ve paylaşım ihtiyaçları tutumlarının daha yüksek olduğu bulunmuştur. Sosyal medyayı destek aracı olarak kullananların sosyal medya tutumlarının yüksek olması beklenen bir sonuçtur. Akranlar ile sosyalleşme ihtiyacının en fazla ergenlik döneminde olduğu söylenebilir. Bu durumda sosyal ilişkilerin gerçek hayatta ve internet ortamında daha fazla kurulduğu düşünüldüğünde, sosyal medyayı destek aracı kullananların sosyal medya tutumlarının yüksek olması beklenen bir sonuçtur. Gençler sosyal medyayı iletişim kurmak, oyun oynamak, vakit geçirmek gibi sebeplerin dışında destek aracı olarak kullanmaları normal kabul edilebilir.

Araştırmadan elde edilen bulgularda özel lise öğrencilerinin sosyal medya tutumları ile içedönük-dışadönük kişilik özellikleri ile arasında anlamlı ilişki olmadığına bakılmıştır. Sosyal izolasyon ve öğretmenlerle ilişki puanlarının içedönük özellikleri olan öğrencilerde daha yüksek olması beklenmiştir. Yapılan çalışmalara bakıldığında McKenna ve Bargh (2000) içedönük bireyler açık ve sosyal etkileşimden çok kapalı sosyal ağları tercih ettiklerini belirtmişlerdir. İçedönükler sosyal medyayı sosyal ağ kurmak için daha kolay bir yol olduğunu ifade etmişlerdir. Çünkü sosyal ağ kurmak gerçek hayatta içedönükler için daha zordur. Liu ve Laros (2009)'un yaptıkları çalışmada içedönüklerin sosyal medyada etkileşim kurmayı daha kolay bulduklarını ve daha fazla tercih ettiklerini ortaya koymuşlardır. İçedönüklerin gerçek hayatta iletişim kurmakta zorlanmaları sosyal medyada daha rahat iletişim kurabileceğini düşündürdüğünden, içedönüklerin öğretmenlerle ilişki ve sosyal izolasyon tutumlarının yüksek çıkması beklenmiştir ancak bu araştırma sonuçları beklenildiği gibi çıkmamıştır.

Özel lise öğrencilerinin sosyal medya tutumlarından “Paylaşım İhtiyacı” ile içedönük-dışadönük kişilik özellikleri arasında çok zayıf düzeyde pozitif yönlü anlamlı ilişki olduğu tespit edilmiştir. Diğer bir ifadeyle dışadönüklük kişilik özelliği arttıkça paylaşım ihtiyacı alt boyutu düzeyi de yükselmektedir. Bu sonucun, yurtiçi ve yurtdışında yapılan çalışmaların sonuçları ile tutarlı olduğu görülmektedir. Ateş (2014) yaptığı çalışmada insanların kendileriyle ilgili birçok şeyi paylaşma ihtiyacı duydukları, bu ihtiyaçlarını da sosyal medya araçlarını kullanarak yaptıklarını, Harbough (2010)

içedönük ve dışadönük bireylerin kişilerarası etkileşim ve sosyal ihtiyaçlarını sağlamak için sosyal medyayı kullandıklarını ifade etmişlerdir. Sosyal yetkinlik ve paylaşım ihtiyacı boyutuyla düşünüldüğünde McKenna ve Bargh (2000) dışadönüklerin sosyal medyayı genişleme, yayılma, tanınma olarak gördüklerini belirtmiştir. Gosling ve arkadaşları (2011) dışadönüklerin toplumla sosyalleşmek için sosyal medya kullanımında daha istekli olduklarını, daha fazla paylaşım yaptıklarını, haber akışını ve beğenileri daha fazla takip ettiklerini ifade etmişlerdir. Peter, Valkenburg ve Schouten, (2005) internetin dışadönük insanlara daha fazla yaradığını bunu da daha sosyal olmaları ve sosyal çevrelerini online etkileşim ağları ile daha da genişletebilmeleri ile açıklamaktadır. Chen ve arkadaşları (2012) içedönüklerin paylaşım yapma ihtiyaçlarının dışadönüklere göre daha düşük olduğunu, dışadönüklerin içedönüklere göre daha fazla bilgi paylaştıklarını ifade etmişlerdir. Golbeck'in (2011) yaptığı çalışmada dışadönük bireylerin farklı gruplardan yeni arkadaşlıklar kurmaya eğilimli olmaları sonucunun çıkması araştırmayı doğular nitelikte olmuştur. Sumner ve arkadaşları (2011) dışadönük bireylerin fotoğraf paylaşımları yapmaya ve başkalarının paylaşımlarına daha fazla yorum yapma eğilimlerinin yüksek çıkması araştırma sonucu ile benzerlik göstermektedir. Yapılan çalışmalar araştırmayı destekler niteliktedir. Dışadönükler dışarıdan nasıl algılandıklarını iyi bilirler ve sosyal medyada yaptıkları paylaşımlar içedönüklere oranla daha gerçekçi ve daha sıktır. Bu durum dışadönük bireylerin daha fazla etkileşime girdikleri ve başkalarının da kendileriyle daha fazla iletişim kurmaya çalıştıklarını düşündürmektedir. Öğrencilerin içerisinde buldukları gelişim dönemi göz önüne alındığında kendileri hakkında paylaşımlarda bulunmalarının her bireyde var olabileceğini ancak bireyin kişilik özellikleri dikkate alındığında bu ihtiyacı gidermede farklı yollar izleyebileceğini düşündürmüştür. Dışadönük bireyler sosyal ortamda ve internet ortamında içedönüklere göre kendilerini saklamadan ve daha doğrudan ifade etme eğiliminde olduklarından paylaşım ihtiyacı puanlarının daha yüksek olması beklenen bir sonuç olmuştur.

BÖLÜM VI

6. SONUÇ, SINIRLILIKLAR VE ÖNERİLER

Araştırma, İstanbul ili Anadolu yakasından seçilen iki özel okuldan seçilen örneklem ile sınırlıdır. Araştırma amaçları doğrultusunda oluşturulan demografik bilgi formu, Eysenck Kişilik Envanteri ve Sosyal Medya Tutum Ölçeği sorularına verilen cevaplar ile sınırlıdır. Araştırma daha farklı ölçüm araçlarıyla ve genişletilmiş bir Kişisel Bilgi Formu ile daha zengin sonuçlar elde edileceği düşünülmektedir.

Araştırma 2016 yılı Nisan ayında, Doğa Koleji Kurtköy ve Ataşehir kampüslerinde yapılmıştır. Araştırma gönüllülük esasına dayalı olarak yapılmıştır. Araştırmaya destek olmak isteyen 182 erkek, 118 kız olmak üzere 300 öğrenciden veri toplanmıştır. Erkek öğrenci sayısının fazla olması araştırmanın yalnızca iki kampüs ile sınırlandırılmış olmasındandır. İleride yapılacak benzer çalışmalarda, araştırmaya katılanların kız ve erkek sayısının eşit olması ve farklı okullardan veri elde edilmesi araştırmanın güvenilirliği ve verimliliği açısından iyi olacağını düşündürmüştür.

Araştırmadan elde edilen bulgularda içedönük–dışadönük kişilik özellikleri ile sosyal medya tutumlarından yalnızca paylaşım ihtiyacı tutumları ile zayıf düzeyde pozitif yönlü bir ilişkinin olduğu görülmektedir. Sosyal yetkinlik tutumlarının dışadönük bireylerde daha yüksek çıkması beklendiği gibi, öğretmenlerle ilişki ve sosyal izolasyon tutumlarının da içedönüklük puanı yüksek olan öğrencilerde daha yüksek puanlar alması beklenmiştir. Literatür taraması yapıldığında az sayıda çalışmanın yapılması, veri toplama araçlarının daha da zenginleştirilmesi gerektirdiğini düşündürmüştür. İleride yapılacak çalışmalarda bireylerin sosyal medya tutumlarını, sosyal medyayı aktif ya da izleyici konumda kullanıp kullanmadıklarını ve içedönük-dışadönük kişilik özelliklerini anlamaya destek olacak soruların eklenmesi araştırmayı daha güvenilir ve geçerli kılacaktır.

Cinsiyete göre içedönük-dışadönük kişilik özellikleri arasındaki ilişkiye bakıldığında erkek öğrencilerin kız öğrencilere göre daha dışadönük olduğu tespit

edilmiştir. Yapılan araştırmada erkek öğrencilerin daha dışadönük özellikleri taşıyor olması, erkek katılımcı sayısının daha fazla olması ile açıklanabilir.

Takip edilen sosyal medya sitesine, sosyal medya kullanım süresine, sosyal medyada günlük geçirilen süreye ve sosyal medyayı destek aracı olarak kullanma göre içedönük-dışadönük kişilik özellikleri arasında anlamlı farklılık olmadığı tespit edilmiştir. Akıllı telefonların neredeyse bütün öğrencilerde olduğu düşünülürse her öğrencinin benzer süreler ve benzer sosyal medyayı takip ettikleri düşünülebilir. İleride yapılacak araştırmalarda, sosyal medya kullanım durumları ile kişilik özellikleri arasındaki ilişkiye bakarken, sosyal medyada bireylerin sosyal medyayı aktif ya da izleyici konumda kullanıp kullanmadıkları bilgisinin olması, araştırma hakkında daha faydalı sonuçlar elde edileceğini düşündürmektedir.

Cinsiyete göre sosyal yetkinlik, öğretmenlerle iletişim ve sosyal izolasyon alt boyutlarında kadın ve erkeklerin sosyal medya tutum düzeyleri arasında anlamlı farklılık olmadığı, paylaşım ihtiyacı alt boyutunda ise anlamlı bir farklılık olduğu tespit edilmiştir. Kadınların erkeklere göre paylaşım ihtiyacı alt boyutunda daha yüksek düzeyde oldukları saptanmıştır. İleride yapılacak çalışmalarda öğretmenlerle iletişim, sosyal yetkinlik ve sosyal izolasyon boyutlarını destekleyecek soruların eklenmesi çalışmanın daha güvenilir ve geçerli olacağını düşündürmektedir.

Sosyal yetkinlik tutum düzeyi yüksek olanların en fazla Whatsapp'ı, paylaşım ihtiyacı tutum düzeyi yüksek olanların en fazla Instagram'ı, öğretmenlerle iletişim tutumu yüksek olanların Instagram'ı kullandıkları tespit edilmiştir. Sosyal izolasyon tutumu ile sosyal medya siteleri arasında anlamlı bir farklılık bulunamamıştır. Sosyal yetkinlik düzeyi yüksek olan bireylerin sosyal medyayı daha çok iletişim kurma, kişilik kazanma,, duygularını ifade etme gibi sebeplerle kullandıkları düşünüldüğünde, bu ihtiyaçlara karşılık gelebilecek en uygun platformun Whatsapp olması beklenen bir sonuçtur. Bireylerin sosyal medyayı bir paylaşım aracı olarak gördüklerini, paylaşımların beğenilmesinden tatmin olması buna en uygun zeminde çalışan Instagram'ı daha fazla kullanmaları beklenen bir sonuçtur. Öğretmenlerle ilişki tutumu yüksek olan öğrencilerin öğretmenleri ile sosyal medya çerçevesinde iletişim kurma,

hayatlarından haberdar olma arzusu olduğu düşünöldüğünde Instagram rahat ve kolay bir uygulamadır.

Araştırmadan elde edilen bulgulara göre sosyal yetkinlik, paylaşım ihtiyacı, öğretmenlerle iletişim ve sosyal izolasyon tutumları ile sosyal medya kullanım süreleri arasında anlamlı bir farklılık olmadığı; sosyal yetkinlik, paylaşım ihtiyacı ve sosyal izolasyon tutumları ile sosyal medyada günlük geçirilen süre arasında anlamlı bir ilişki bulunmuştur. Sosyal yetkinlik alt boyutunda sosyal medyada geçirilen zaman arttıkça sosyal yetkinlik düzeyi günlük 4-6 saat düzeyine kadar artmaktadır. Yapılan araştırmalarda sosyal medyayı en fazla kullanan kitlenin ergenlik döneminde olan bireyler olduğu düşünöldüğünde sosyal medyanın benzer bir kullanım süresi olması beklenen bir sonuçtur. Gün içerisinde kullanılan süre düşünöldüğünde ise bireylerin kişisel ihtiyaçlarının düzeyi ile ilgili çıkarım yapılabilir.

Yapılan analizler sonucunda sosyal yetkinlik, paylaşım ihtiyacı ve öğretmenler ile iletişim alt boyutlarında sosyal medyayı ihtiyacı olduğunda bir destek aracı olarak kullananların düzeylerinin kullanmayanlara göre daha yüksek olduğu tespit edilmiştir. Sosyal izolasyon alt boyutunda ise sosyal medyayı destek amaçlı kullanmayanların düzeyinin daha yüksek olduğu tespit edilmiştir. Sonuçlar incelendiğinde sosyal izolasyon tutumu olan bireylerin sosyal medyayı ihtiyacı olduğunda bir destek aracı olarak göremediği söylenebilir. İleride yapılacak çalışmalarda sosyal izolasyon tutumları yüksek olan bireylerin sosyal medyadan beklentilerine yönelik bilgilerin elde edilmesine dikkat edilebilir.

Araştırma genel olarak incelendiğinde katılımcıların sosyal medyayı uzun süredir kullandıkları söylenebilir. Özellikle lise öğrencilerinde internet ve sosyal medyayı doğru kullanmalarına yönelik dersler, eğitimler verilebilir. Sanal ortamda kurulan sosyal çevre ile gerçek hayatta kurulan sosyal ilişkiler içedönük ve dışadönük bireylerde farklılık gösterebilmektedir. Okullarda öğrencilerin sosyalleşmelerine yönelik aktivitelerin yapılması daha sağlıklı birey olmalarına zemin hazırlayacaktır. Sosyal medya kullanımının artması Sosyal Medya Bağımlılığını düşündürmektedir. Kimlik arayışı içerisinde olan ergenler için sosyal çevre ve iletişim çok önemlidir. Bu

durumda ergenlerin sosyal medya kullanımlarında risk grubunda olduğu düşünölmektedir. Okulların gerekli koruyucu önlemlerin alması sağlıklı bireyler yetiştirebilmek için önemli olacaktır.



KAYNAKLAR

- Abrams, R. C., Young, R. C., Alexopoulos, G. S. ve Holt, J. H. (1991). Neuroticism may be associated with history of depression in the elderly. *International Journal of Geriatric Psychiatry*. 6 (7), 483-488.
- Adler, A. (1956) *The Individual psychology of Alfred Adler: A systematic presentation in selections from his writings*, New York: Basic Books.
- Aksu, H., ve İrgil, E. (2003). İnternetin Uludağ Üniversitesi Tıp Fakültesi 5. ve 6. Sınıf Öğrencilerinin Hayatındaki Yeri. *Uludağ Üniversitesi Tıp Fakültesi Dergisi*, 29(2):19-23.
- Allport, G.W. (1937). The Functional Autonomy of Motives, *American Journal of Psychology*, 50, 141-156.
- Amichai-Hamburger, Y., Wainapel, G., ve Fox, S. (2002). On the Internet no one knows I'm an introvert: Extraversion, neuroticism, and Internet interaction. *Cyber Psychology & Behavior*, 5, 125-128.
- Argın, F.S. (2013). *Ortaokul ve lise öğrencilerinin sosyal medyaya ilişkin tutumlarının incelenmesi. (Çekmeköy örneği)*. Yüksek Lisans Tezi. Yeditepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Arısoy, Ö. (2009). İnternet Bağımlılığı ve Tedavisi. *Psikiyatride Güncel Yaklaşımlar/ Current Approaches in Psychiatry*, 1:55-67.
- Arkonaç, S. (1993). *Psikolojik Zihin Süreçleri Bilimi*, İstanbul.
- Arslan, E. ve Arı, R. (2008). *Erikson'un psikososyal gelişim dönemleri ölçeğinin Türkçe'ye uyarlama, güvenirlik ve geçerlilik çalışması*. Erişim Tarihi: 31 Mayıs 2016, <http://dergisosyalbil.selcuk.edu.tr/susbed/article/download/403/385>

- Atalay, R. (2014). *Lise öğrencilerin sosyal medyaya ilişkin tutumları ile algıladıkları sosyal destek düzeyleri arasındaki ilişki*. Yüksek Lisans Tezi. Marmara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.
- Ateş, Ü. (2014). *Inference Of Personality Using Social Media Profiles*. A Thesis Presented to the Faculty of Middle East Technical University, Informatics Institute, Ankara.
- Bandura, A. (1975). *Social Learning & Personality Development*. Holt, Rinehart & Winston, INC: NJ.
- Batıgün, A ve Kılıç, N. (2011). İnternet Bağımlılığı ile Kişilik Özellikleri, Sosyal Destek, Psikolojik Belirtiler ve Bazı Sosyo-Demografik Değişkenler Arasındaki İlişkiler. *Türk Psikoloji Dergisi*, Haziran 2011, 26 (67), 1-10
- Berens, L.V. (1999). *Sixteen Personality Types: Descriptions for Self-Discovery*. Telos Publications, California.
- Bishop, P. (2007). *Analytical Psychology and German Classical Aesthetics: Goethe, Schiller, and Jung, Volume 1: The Development of the Personality*. Taylor&Francis..157-158
- Bono, J. E., Boles, T. L., Judge, T. A. ve Lauver, K. J. (2002). The role of personality in task and relationship conflict. *Journal of Personality*, 70 (3), 1311-1344.
- Bölükbaş, K. ve Yıldız, M.C., (2003). İnternet Kafeler, Gençlik ve Sosyal Sapma (Bildiri), I.Polis Bilişim Sempozyumu (EGM), Ankara, 21-22 Ekim.
- Bradshaw, T., ve Garrahan, M. (2008). “Rival forecast to catch YouTube”. *Financial Times*. <http://us.ft.com/ftgateway/superpage.ft>.

- Burger, J.M. (2006). *Kişilik: Psikoloji biliminin insan doğasına dair söyledikleri*, İstanbul: Kaknüs Yayınları.
- Burger, J.M. (1993). *Personality*, 3rd edition, Brooks/Cole Publication Company, Grove, California.
- Cantez, E. (1984) Türkiye’de Kullanılan Bazı Testlerin Uygulamalarından Elde Edilen Sonuçlar: Eysenck Şahsiyet Testi ile Değerlerin Tetkiki Testi, *İstanbul Üniversitesi Tecrübi Psikoloji Çalışmaları*, 14, 53-63.
- Cattell, R.B. (1947). Confirmation and clarification of primary personality factors. *Psychometrika*, 12(3), 197-220.
- Chamorro-Premuzic, T. (2007). *Personality and Individual Differences*. Oxford.
- Chen, B. ve Marcus, J. (2012). Students’ self-presentation on Facebook: An examination of personality and self-construal factors, *Computers in Human Behavior*, 28: 2091-2099.
- Christensen, M. V. ve Kessing, L. V. (2006). Do personality traits predict first onset in depressive and bipolar disorder? *Nordic Journal of Psychiatry*, 60 (2), 79-88.
- Correa, T., Hinsley A. W. ve Zuniga H. (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. ve McCrae, R. R. (1985). *Manual for the NOE Personality Inventory*. Odessa: Psychological Assesment Resources.
- Costa, P. T. ve McCrae, R. R. (1995). Domains and facets: Hiyerarchical personality assessment using the revised neo personality inventory. *Journal of Personality Assessment*, 64 (1), 21-50.

- Cüceloğlu, D. (1992). *İnsan ve Davranışı*. İstanbul: Remzi Kitabevi.
- Çelen, N. (2007). *Bir dönüşüm süreci: Ergenlik ve genç yetişkinlik*. İstanbul: Papatya Yayıncılık Eğitim.
- Çoklar, A. N. (2010). Bilgi ve İletişim Teknolojileri Işığında Dönüşümler. In H. Ferhan Ewen R.B. (2009). *An Introduction to Theories of Personality*, 7th ed. East Sussex, UK, Psychology Press.
- Doğan, T. (2013). Beş faktör kişilik özellikleri ve öznel iyi oluş. *Doğuş Üniversitesi Dergisi*, 14(1), 56-64.
- Ewen, R. B. (2003). *An introduction to theories of personality*, New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates, Inc., Publishers.
- Eysenck, H.J. (1967) *The biological basis of personality*, Springfield, IL: Charles C. Thomas.
- Eysenck, H.J. (1990). Biological dimensions of personality, (Ed. L.A. Pervin) *Handbook of personality: Theory and research*, New York: Guilford Press.
- Feist, J. ve Feist, G. J. (2008). *Theories of Personality* (7. ed.). U.S.A.: The McGraw-Hill Companies.
- Frommer, D. (2010, 1 Kasım). Here's how to use Instagram. *Business Insider*.
Erişim Tarihi: 30 Mayıs 2016, <http://www.businessinsider.com/instagram-2010-11?op-1>.
- Gander M.J., Gardiner WH (1993)., “Child and Adolescence Development”, Çocuk ve Ergen Gelişimi. İng Çev. Onur ve Ark. İmge Kitabevi Yayınları, S. 402- 404

- Golbeck, J., Robles, C. ve Turner, K. (2011). Predicting personality with social media, in *CHI'11 Extended Abstracts on Human Factors in Computing Systems*, ACM, 253-262.
- Goldberg, L.R. (1981). Language and individual differences: The search for universals in personality lexicons. L. Wheeler, (Ed.), *Review of Personality and Social Psychology* (141-165). Beverly Hills, CA: Sage.
- Goldberg, L.R. (1993). The structure of phenotypic personality traits. *American Psychologist*, 48(1), 26-34.
- Golder, S.A., Wilkinson, D.M., and Huberman, B.A. (2007). Rhythms of social interaction: Messaging within a massive online network. *Third Communities and Technologies Conference*, s. 41-66, Michigan State University, USA (Proceeding).
- Gosling, S. D., Augustine, A. A., Vazire, S., Holtzman N., ve Gaddis, S. (2011). Manifestations of Personality in Online Social Networks: Self-Reported Facebook-Related Behaviors and Observable Profile Information, *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 14, 9, 483-488.
- Graziano, W. G., Jensen-Campbell, A. L. ve Hair, C. E. (1996). Perceiving interpersonal conflict and reacting to it: The case for agreeableness. *Journal of Personality and Social Psychology*, 70, 820-835.
- Gürsakal, N. (2009) *Sosyal Ağ Analizi*, Bursa: Dora Yayıncılık.
- Harbaugh, E. R. (2010). The Effect of Personality Styles (Level of Introversion-Extroversion) on Social Media Use. *The Elon Journal of Undergraduate Research in Communications*, 1, 2, 70.

- Hazar, M. (2011). Sosyal medya bağımlılığı - bir alan çalışması. *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, 32, 151-175
- Horney, K. (1937). *The neurotic personality of our time*, New York: Norton.
- Hughes, D. J., Rowe, M., Batey, M., ve Lee, A. (2012). A tale of two sites: Twitter vs. Facebook and the personality predictors of social media usage. *Computers in Human Behavior*, 28, 561-569.
- İnanç ve ark. (2007). *Gelişim psikolojisi: Çocuk ve ergen gelişimi*. Erişim Tarihi:26 Mayıs 2016,
<http://www.pegema.net/dosya/dokuman/250720071828521.%20Sayfa.pdf>
- Jensen-Campbell, L. A. ve Malcolm, K. T. (2007). The importance of conscientiousness in adolescent interpersonal relationships. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 33 (3), 368-383.
- 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.
- Jung, C.G. (1971). *Psychological Types*. Princeton University Press, p. 136–147.
- Liu, X. ve Larose, R.(2009). Does Using the Internet Make People More Satisfied With Their Lives? *Paper presented at the annual meeting of the International Communication Association*, Dresden, Germany.
- Kalaycı, Ş. (2006). SPSS Uygulamalı Çok Değişkenli İstatistik Teknikleri. Ankara:Asil Yayın Dağıtım Ltd. Şti.
- Koç, M. (2004) Gelişim Psikolojisi Açısından Ergenlik Dönemi ve Genel Özellikleri, *Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 17, 231-256.

- Kwak, H, Lee ,C., Park, H. ve Moon, S. (2010). *What is Twitter, a Social Networ or a News Media?* North Carolina, USA.
- Lenhart, A. (2009). *Adults and social network websites*. Erişim Tarihi: 20 Mayıs 2016, <http://www.pewinternet>.
- Lounsbury, J. W., ve Gibson, L. W. (2009). Personal style inventory: A personality measurement system for work and school settings. Knoxville, TN: Resource Associates Inc.
- Lunder, I. (2014). *Instagram is the fastest-growing social site globally, mobile devices rule over PCs for access*. Erişim Tarihi: 20 Mayıs 2016, <http://techcrunch.com/2014/01/21/instagram-is-the-fastest-growing-social-site-globally-mobile-devices-rule-over-pcs-for-social-access/>
- Marketing Türkiye. (2012). Internette olumsuz haber can yakıyor [Negative news about the Internet]. *Marketing Türkiye, Sosyal Medya [Marketing Turkey, Social Media]*, 10, 240-249.
- McCrae, R. R. ve Costa, P. T. (1996). Toward a new generation of personality theories: Theoretical contexts fort he Five-Factor model. *The Five-Factor model of personality: Theoretical perspectives*, New York: Guilford Press.
- McCrae, R. R. ve Costa, P. T. (1999). A Five-Factor theory of personality. *Personality theory and research*. New York: Guilford Press.
- McCrae, R. R. ve Costa, P. T. (2003). *Personality in adulthood: A five-factor theory perspective*. New York: Guilford Press.
- McKenna, K. Y., and Bargh, J. A. (2000) Plan 9 from cyberspace: The implications of the internet for personality and social psychology. *Personality and Social Psychology Review*, 4, 57-75.

- Megep. (2009). *Çocuk Gelişimi ve eğitimi: Sosyal Gelişim*. Erişim Tarihi: 20 Mayıs 2016, http://megep.meb.gov.tr/mte_program_modul/modul_pdf/141EO0006.pdf
- Mucan, B. ve Özgüven, N. (2013). The relationship between personality traits and social media use. *Social Behavior And Personality*, 41(3), 517-528
- Muslu, G. ve Bolişik. B. (2009). Çocuk ve gençlerde internet kullanımı. *TAF Preventive Medicine Bulletin*, 8(5).
- Oğuz, B., Zayim, N., Özel, D., ve Saka, O. (2008). *Tıp öğrencilerinin internette bilişsel durumları*. Erişim Tarihi: 26 Mayıs 2016, http://ab.org.tr/ab08/kitap/Bildiriler/Oguz_Zayim_Ozel_Saka_AB08.pdf
- Otrar, M ve Argın, S. (2015). Öğrencilerin sosyal medyaya ilişkin tutumlarını belirlemeye yönelik bir ölçek geliştirme çalışması, *Eğitim ve Öğretim Araştırmaları Dergisi/Journal of Research in Education and Teaching*, Cilt:4 Sayı: 1 Makale No: 37.
- Otrar, M. ve Argın, F.S. (2013). Öğrencilerin Sosyal Medyaya İlişkin Tutumlarını Belirlemeye Yönelik Bir Ölçek Geliştirme Çalışması. *7. Uluslararası Bilgisayar Ve Öğretim Teknolojileri Sempozyumu*. Erzurum, Atatürk Üniversitesi.
- Ök, F. (2013). *Ortaöğretim öğrencilerinin sosyal medya kullanım alışkanlıkları ve motivasyonları*. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi. Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Elazığ.
- Öner, N. (1997). *Türkiye 'de Kullanılan Psikolojik Testler*. Boğaziçi Üniversitesi. Yayınları: İstanbul.
- Özcan, N.K. (2005). Problemlerle ilgili internet kullanımını belirlemede yardımcı bir araç: İnternette bilişsel durum ölçeğinin üniversite öğrencilerinde geçerlik ve güvenirliği, *Bağımlılık Dergisi*, 6:19-26.

Özdamar, K. (2004). *Paket Programlar ile İstatistiksel Veri Analizi I*. Eskişehir: Kaan Kitabevi.

Rogers, R. C. (1959) A theory of therapy, personality, and interpersonal relationships, as developed in the client-centered framework, (Ed. S. Koch) *Psychology: A study of a science* (Vol. 3) New York: McGraw- Hill.

Schrammel, J., Koffel C. Ve Tscheligi, M. (2009). Personality Traits, Usage Patterns and Information Disclosure in Online Communities. *Proceedings of the 23rd British HCI Group Annual Conference on People and Computers: Celebrating People and Celebrating Technology*, British Computer Society, 169-174.

Seidman, G. (2013). Self-presentation and belonging on Facebook: How personality influences social media use and motivations. *Personality and Individual Differences* 54:402–407

Snapchat (2012, 9 Mayıs). Let's chat. Erişim Tarihi: 01.06.2016, <http://blog.snapchat.com/post/22756675666/lots-chat>

Stigers, R. L. (2011). Online social network behaviors as predictors of personality. A Thesis Presented to the Faculty of California State University, Chico

Sumner, C., Byers A. ve Shearing, M. (2011). Determining personality traits & privacy concerns from facebook activity, *Black Hat Briefings*, 11.

Tektaş, N. (2014). Üniversite öğrencilerinin sosyal ağları kullanmalarına yönelik bir araştırma, *Tarih Okulu Dergisi (TOD)*, 7, 851-870.

Thompson, E. R. (2008). Development and Validation of an International English Big-Five Mini-Markers. *Personality and Individual Differences* 45 (6).

- Tokgöz, G. (1997). *Kişilik bozuklukları ile içedönüklük-dışadönüklük değişkeni arasındaki ilişki*. Yüksek lisans tezi. İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Trapnell, P. D., ve Campbell, J. D. (1999). Private self-consciousness and the fivefactor model of personality: Distinguishing rumination from reflection. *Journal of Personality and Social Psychology*, 76(2), 284–304.
- TÜİK, (2015). *Hanehalkı Bilişim Teknolojileri Kullanım Araştırması*. Erişim Tarihi: 17 Şubat 2016, <http://www.tuik.gov.tr/PreHaberBultenleri.do?id=18660>
- Valkenburg, P. M., Schouten, A. P., ve Peter, J. (2005). Adolescents' identity experiments on the Internet. *New Media and Society*, 7, 383-402.
- Varol, N. (2001). *İnternet'in uzaktan eğitimdeki konumu*. Erişim Tarihi: 22 Mayıs 2016, <http://ab.org.tr/ab01/prog/FTNurhayatVarol.html>.
- We Are Social (2015, 21 Ocak). Digital, social & mobile worldwide in 2015. Erişim Tarihi: 24 Mayıs 2016, <http://wearesocial.net/blog/2015/01/digital-social-mobile-worldwide-2015>.
- Whatsapp (2016). Nasıl çalışır? Erişim Tarihi: 31 Mayıs 2016, <https://www.whatsapp.com/>
- Yazgan İnanç, B. ve Yerlikaya, E.E. (2012). *Kişilik Kuramları*, PEGEM Akademi, Ankara.
- Zywica, J., ve Danowski, J. (2008). The faces of facebookers: Investigating social enhancement and social compensation hypotheses; Predicting facebook and offline popularity from sociability and self-esteem, and mapping the meanings of popularity with semantic networks. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 14, 1-34.

EK-1: KİŞİSEL BİLGİ FORMU

Değerli Öğrenci,

Bu çalışmada merak konusu olan lise öğrencilerinin sosyal medya tutumları ile içedönük-dışadönük kişilik özellikleri arasındaki ilişkidir. Sizden her maddeyi dikkatli bir şekilde okuyarak, kendinize uygun olan seçeneği işaretlemeniz beklenmektedir. Yanıtlarınız araştırma amacıyla kullanılacaktır, bilgiler saklı tutulacaktır.

Desteginiz için teşekkür ederim.

Haliç Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü

Psikoloji Anabilim Dalı

MERVE YANIK DÜŞÜNCELİ

1. **Cinsiyetiniz :** Kız Erkek
2. **Sınıfınız :** 9 10 11 12
3. **Okulunuz :**
4. **Başarı durumunuz:** Yüksek Orta Düşük
5. **Anne-babanınızın birlikteliği:** Birlikte yaşıyorlar Ayrı yaşıyorlar
6. **Kardeş sayınız:** 0 1-2 3 ve üstü
7. **En fazla takip ettiğiniz sosyal medya platformu:**
8. **Ne kadar süredir sosyal medyayı kullanıyorsunuz?**
 1 yıldan az 1-2 yıl arası 3-4 yıl arası 5 yıl ve üstü
9. **Gün içerisinde sosyal medyayı kullanırken ortalama olarak ne kadar zaman geçiriyorsunuz?**
 1 saatten az 1-3 saat arası 4-6 saat arası 7 saat ve üstü
10. **Sosyal medyayı ihtiyacınız olduğunda bir destek aracı olarak kullanır mısınız?**
 Evet Hayır
11. **Sosyal medyayı kullanmadaki amacınız nedir? Birden fazla seçenek işaretleyebilirsiniz.**
 İletişim kurma (Mesajlaşma, sohbet)
 Sosyalleşme (Gruplara katılma, üye olma vb.)
 Paylaşımında bulunma (Yer bildirim, fotoğraf, müzik, yazı, video vb.)
 Kendimi ifade etme
 Eğlence (Müzik dinleme, oyun oynama vb.)
 Takip etme, takip edilme
 Bilgiye erişme (Haber okuma, ödev yapma vb.)
 Zaman geçirme
 Uzaklaşma
 Diğer (Lütfen belirtiniz:.....)

EK-2: EYSENCK KİŞİLİK ENVANTERİ

Lütfen soruya “EVET” veya . “HAYIR” cevabı verecekseniz o şıkkı çarpı (X) şeklinde işaretleyin. Cevapların doğrusu yanlış olmadığı gibi aldatmaca cevaplarınızı çabuk işaretleyin ve soruların kesin anlamı üzerinde fazla düşünmeyin. Lütfen her soruyu cevaplandırın	
1- Birçok değişik merakınız var mı?	Evet() Hayır()
2- Konuşkan bir insan mısınız?	Evet() Hayır()
3- Oldukça canlı bir kimse misiniz?	Evet() Hayır()
4- Canlı bir toplantının genellikle kendinizi, havasına kaptırır ve eğlenir misiniz?	Evet() Hayır()
5- Yeni kimselerden tanışmaktan hoşlanır mısınız?	Evet() Hayır()
6- Sosyal olaylarda arka planda kalma temayülünde* misiniz?	Evet() Hayır()
7- Çok gezmeyi sever misiniz?	Evet() Hayır()
8- Okumayı, insanlarla tanışmaya tercih eder misiniz?	Evet() Hayır()
9- Çok arkadaşınız var mı?	Evet() Hayır()
10- Kendiniz için kaygısız diyebilir misiniz?	Evet() Hayır()
11- Yeni dostlar edinmek için genellikle ilk adımı siz mi atarsınız?	Evet() Hayır()
12- Başkaları ile beraber olduğunuz zaman genellikle sessiz misiniz?	Evet() Hayır()
13- Sönük bir toplantıya kolayca canlılık getirebilir misiniz?	Evet() Hayır()
14- Arkadaşlarınıza şaka veya komik anlatmaktan hoşlanır mısınız?	Evet() Hayır()
15- İnsanlarla kaynaşmaktan hoşlanır mısınız?	Evet() Hayır()
16- İnsanlar sizinle konuşurken hemen daima bir hazır cevabınız bulunur mu?	Evet() Hayır()
17- Çabuk hareketi gerektiren şeylerden hoşlanır mısınız?	Evet() Hayır()
18- Sık sık zamanınızın elverdiğinden daha çok faaliyetlere katılır mısınız?	Evet() Hayır()
19- Bir toplantıyı hareketlendirir misiniz?	Evet() Hayır()
20- Etrafta fazla telaş ve heyecan olmasından hoşlanır mısınız?	Evet() Hayır()
21- Başkaları sizi çok canlı ve hareketli olarak mı görür?	Evet() Hayır()

EK 3: SOSYAL MEDYA TUTUM ÖLÇEĞİ

	Aşağıdaki ifadelerin her birini dikkatlice okuduktan sonra, ifadeye ne ölçüde katıldığınızı gösteren sütuna ait olan ve ifadenin hizasında bulunan kutucuğun için X ile işaretleyiniz.	Kesinlikle katılıyorum	Katılıyorum	Kararsızım	Katılmıyorum	Kesinlikle katılmıyorum
1	Sosyal medya siteleri sayesinde arkadaşlarımla beni fark etmesini isterim.					
2	Sosyal medya siteleri sayesinde yeni bir kişilik kazandığımı hissediyorum.					
3	Sosyal medya sitelerinin beni arkadaşlarımdan uzaklaştırdığını düşünüyorum.					
4	Sosyal medya sitelerinde gördüğüm paylaşımları arkadaşlarımla sohbet konusu yapmak hoşuma gidiyor.					
5	Sosyal medya sitelerindeki içerikler hakkında yorum yapmak hoşuma gidiyor.					
6	Sosyal medya sitelerinde yazı, video, müzik vb. paylaşımlarda bulunmaktan hoşlanıyorum.					
7	Sosyal medya sitelerinin beni ailemden kopardığını düşünüyorum.					
8	Sosyal medya siteleri sayesinde yalnızlıktan kurtulduğumu düşünüyorum.					
9	Sosyal medya sitelerinde öğretmenlerimi takip etmeyi seviyorum.					
10	Öğretmenlerimin yazdıklarını takip etmesi hoşuma gidiyor.					
11	Sosyal medya siteleri yüzünden aileme yeterince vakit ayıramıyorum.					
12	Paylaşımlarımla arkadaşlarımla tarafından beğenilmesinden hoşlanıyorum.					
13	Sosyal medya siteleri sayesinde ortak ilgi ve amaçlara sahip olduğum kişilere ulaşabileceğimi düşünüyorum.					
14	Sosyal medya siteleri yüzünden diğer sosyal aktivitelere yeterince vakit ayıramıyorum.					
15	Sosyal medya sitelerinde zaman geçirmekten mutlu oluyorum.					
16	Özel ilgi duyduğum arkadaşlarıma sosyal medya siteleri aracılığıyla duygularımı daha rahat ifade edebiliyorum.					
17	Sosyal medya siteleri sayesinde düzenlenen etkinliklerden haberim olması hoşuma gidiyor.					
18	Sosyal medya siteleri sayesinde daha fazla arkadaşımın olacağını düşünürüm.					
19	Öğretmenlerimin sosyal medya sitelerinde beni takip etmesi kendimi değerli hissetmemi sağlıyor.					
20	Sosyal medya siteleri sayesinde saygınlık ihtiyacımın karşılandığını düşünüyorum.					
21	Arkadaşlarımla paylaşımlarım hakkında yorum yapmaları beni mutlu ediyor.					
22	Sosyal medya siteleri yüzünden derslerime yeterli özeni gösteremiyorum.					
23	Sosyal medya siteleri yüzünden arkadaşlarıma yeterince vakit ayıramıyorum.					

EK 4: ETİK KURUL FORMU



T.C.
HALIÇ ÜNİVERSİTESİ
GİRİŞİMSEL OLMAYAN KLİNİK ARAŞTIRMALAR ETİK KURULU

SAYI :72
KONU: Etik Kurul İzni

14.04.2016

Sayın; Merve YANIK DÜŞÜNCELİ

Haliç Üniversitesi Girişimsel Olmayan Klinik Araştırmalar Etik Kurulu tarafından yapılmış olduğunuz başvuru incelenmiş olup, Yrd.Doç. Dr.Pervin Sevda BIKMAZ'ın danışmanlığında araştırmayı planladığınız “ **Özel Lise Öğrencilerinin Sosyal Medya Tutumları ile İçdönüklük-Dışadönüklük Kişilik Özellikleri Arasındaki İlişkinin İncelenmesi**” isimli araştırmanız kurulumuzun 14.04.2016 tarihli toplantısında etik yönden uygun bulunmuştur.

Bilgilerinize sunarım.

S. Kayalı
Prof.Dr.Eyüp Sabri KAYALI
Etik Kurul Başkanı

EK.Etik Kurul Kararı



TC
HALIÇ ÜNİVERSİTESİ
GİRİŞİMSSEL OLMAYAN KLİNİK ARAŞTIRMALAR ETİK
KURULU
KARARLAR

Yayın Tarihi :10.12.2015
Revizyon Tarihi :25.01.2016
Revizyon No : 01
Sayfa No : 1 / 1

Tarih: 14 Nisan 2016

Karar No :09

Toplantı Sayısı:04

Merve YANIK DÜŞÜNCELİ'nin Yrd.Doç. Dr.Pervin Sevda BIKMAZ'ın danışmanlığında araştırmayı planladığı 'Özel Lise Öğrencilerinin Sosyal Medya Tutumları İle İçedönüklük-Dışadönüklük Kişilik Özellikleri Arasındaki İlişkinin İncelenmesi' konulu çalışması incelendi, yapılan inceleme sonucunda araştırmancın etik yönden uygun olduğuna karar verildi.

ÜYELER

Adı-Soyadı	Alanı	Kurumu	Araştırma ile İlişkisi	Toplantıya Katılma	İmza
Prof. Dr. E.Sabri KAYALI (Başkan)	Mühendislik	Haliç Üniversitesi Mühendislik Fakültesi	Var <input type="checkbox"/> Yok <input checked="" type="checkbox"/>	Evet <input checked="" type="checkbox"/> Hayır <input type="checkbox"/>	S. Kayalı
Prof. Dr. Güneş YAVUZER (Başkan Yard.)	Fizyoterapi ve Rehabilitasyon	Haliç Üniversitesi Sağlık Bilimleri Yüksekokulu	Var <input type="checkbox"/> Yok <input checked="" type="checkbox"/>	Evet <input checked="" type="checkbox"/> Hayır <input type="checkbox"/>	G. Yavuzer
Yrd. Doç. Dr. Leman KUTLU (Raportör)	Ebelik	Haliç Üniversitesi Sağlık Bilimleri Yüksekokulu	Var <input type="checkbox"/> Yok <input checked="" type="checkbox"/>	Evet <input checked="" type="checkbox"/> Hayır <input type="checkbox"/>	L. Kutlu
Prof. Dr. Filiz AÇKURT	Beslenme ve Diyetetik	Haliç Üniversitesi Sağlık Bilimleri Yüksekokulu	Var <input type="checkbox"/> Yok <input checked="" type="checkbox"/>	Evet <input checked="" type="checkbox"/> Hayır <input type="checkbox"/>	F. Ačkurt
Prof. Dr. Oya OĞUZ	Fizik	Haliç Üniversitesi Fen Edebiyat Fakültesi	Var <input type="checkbox"/> Yok <input checked="" type="checkbox"/>	Evet <input checked="" type="checkbox"/> Hayır <input type="checkbox"/>	O. Oğuz
Prof. Dr. Kut SARPYENER	Antrenörlük	Haliç Üniversitesi Beden Eğt. ve Spor Yük. Okulu	Var <input type="checkbox"/> Yok <input checked="" type="checkbox"/>	Evet <input checked="" type="checkbox"/> Hayır <input type="checkbox"/>	K. Sarpener
Yrd. Doç. Dr. İlhan ODABAŞ	Spor Yöneticiliği	Haliç Üniversitesi Beden Eğt. ve Spor Yük. Okulu	Var <input type="checkbox"/> Yok <input checked="" type="checkbox"/>	Evet <input checked="" type="checkbox"/> Hayır <input type="checkbox"/>	I. Odabaş
Av. Korkut HAZİNEDAR	Hukuk	Haliç Üniversitesi	Var <input type="checkbox"/> Yok <input checked="" type="checkbox"/>	Evet <input type="checkbox"/> Hayır <input checked="" type="checkbox"/>	K. Hazinedar

ETKU:4

ÖZGEÇMİŞ

07.09.1988 tarihinde İstanbul'da doğdum. İlkokulu Halkalı Güneş İlköğretim Okulu'nda, ortaokulu Ataşehir İlköğretim Okulu'nda tamamladım. Erenköy Kız Anadolu Lisesi'nde lise eğitimimi bitirerek 2006 yılında Maltepe Üniversitesi Psikoloji Bölümü'nü kazandım. 2014 yılında Haliç Üniversitesi Uygulamalı Psikoloji Yüksek Lisans Programı'na kabul edildim. Lisans eğitimi sırasında Bakırköy Ruh ve Sinir Hastalıkları Hastanesi'nde (BRSSH) Psikoz servisinde zorunlu stajımı, BRSSH Gündüz Hastanesi'nde ve Özel Gaziosmanpaşa Hastanesi'nde gönüllü stajlarımı tamamladım. Lisans eğitimi sırasında 2009 yılında "Sosyal Sorumluluk" uygulamalı dersinde bir dönem boyunca Metin Sabancı Spastik Çocuklar ve Gençler Rehabilitasyon ve Üretim Merkezi'nde bulundum. 2011 yılında Sokakta Yaşayan ve Çalışan Çocuklar için Araştırma Merkezi (SOYAÇ) tarafından gerçekleştirilen projelere katıldım. "Öğrenmede Duygusal Faktörler" adlı uygulamalı dersi alarak, Sultanbeyli Anafartalar İlköğretim Okulu'nda çocuk gözlemleri ve okul öğretmenlerine ve yöneticilerine "Okul Çağı Çocuklarında Mizaç" konulu bir sunum yaptım. Aralık 2011-Aralık 2015 tarihleri arasında Dokuz Nokta Danışmanlık Merkezi'nde psikolog ve eğitim projeleri yöneticisi olarak görev aldım.