

**İSTANBUL TEKNİK ÜNİVERSİTESİ ★ FEN BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ**

**TÜRKİYE'DEKİ BİREYLERİN KİŞİLİK ÖZELLİKLERİ,  
FACEBOOK KULLANIMLARI VE BOŞ ZAMAN AKTİVELERİ**

**YÜKSEK LİSANS TEZİ**

**Nermin Nergis YAŞAR**

**Endüstri Mühendisliği Anabilim Dalı**

**Endüstri Mühendisliği Programı**

**MAYIS 2015**



**İSTANBUL TEKNİK ÜNİVERSİTESİ ★ FEN BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ**

**TÜRKİYE'DEKİ BİREYLERİN KİŞİLİK ÖZELLİKLERİ,  
FACEBOOK KULLANIMLARI VE BOŞ ZAMAN AKTİVELERİ**

**YÜKSEK LİSANS TEZİ**

**Nermin Nergis YAŞAR  
507121126**

**Endüstri Mühendisliği Anabilim Dalı**

**Endüstri Mühendisliği Programı**

**Tez Danışmanı: Prof. Dr. Fethi ÇALIŞIR**

**MAYIS 2015**



İTÜ, Fen Bilimleri Enstitüsü'nün 507121126 numaralı Yüksek Lisans Öğrencisi **Nermin Nergis YAŞAR** ilgili yönetmeliklerin belirlediği gerekli tüm şartları yerine getirdikten sonra hazırladığı “**TÜRKİYE’DEKİ BİREYLERİN KİŞİLİK ÖZELLİKLERİ, FACEBOOK KULLANIMLARI VE BOŞ ZAMAN AKTİVELERİ**” başlıklı tezini aşağıda imzaları olan jüri önünde başarı ile sunmuştur.

**Tez Danışmanı :**      **Prof. Dr. Fethi ÇALIŞIR** .....  
İstanbul Teknik Üniversitesi

**Jüri Üyeleri :**      **Prof. Dr. Selim ZAİM** .....  
İstanbul Teknik Üniversitesi

**Jüri Üyeleri :**      **Doç. Dr. Oğuzhan ERDİNÇ** .....  
Hava Harp Okulu

**Teslim Tarihi :**      **4 Mayıs 2015**  
**Savunma Tarihi :**      **27 Mayıs 2015**



## **ÖNSÖZ**

Tezimi hazırlamamda bana yol gösteren ve her zaman yanımda olan tez danışmanım Prof. Dr. Fethi Çalışır'a ve Ar. Gör. Ecem Başak'a teşekkür ederim.

Mayıs 2015

Nermin Yaşar  
Endüstri Mühendisi





## İÇİNDEKİLER

### Sayfa

|                                                           |             |
|-----------------------------------------------------------|-------------|
| <b>İÇİNDEKİLER .....</b>                                  | <b>vii</b>  |
| <b>KISALTMALAR .....</b>                                  | <b>ix</b>   |
| <b>ÇİZELGE LİSTESİ.....</b>                               | <b>xi</b>   |
| <b>ÖZET.....</b>                                          | <b>xiii</b> |
| <b>SUMMARY .....</b>                                      | <b>xv</b>   |
| <b>1. GİRİŞ .....</b>                                     | <b>1</b>    |
| 1.1 Tezin Amacı .....                                     | 2           |
| 1.2 Literatür Araştırması .....                           | 2           |
| 1.2.1 Sosyal ağ siteleri .....                            | 2           |
| 1.2.2 Facebook .....                                      | 4           |
| 1.2.3 Boş zaman aktiviteleri.....                         | 6           |
| 1.2.4 Kişilik özellikleri ve beş büyük faktör kuramı..... | 9           |
| 1.2.5 On maddeli kişilik envanteri .....                  | 11          |
| 1.2.6 Kişilik özellikleri ve Facebook kullanımı .....     | 13          |
| 1.2.7 Kişilik ve boş zaman aktiviteleri.....              | 17          |
| 1.3 Hipotez .....                                         | 18          |
| <b>2. METOT.....</b>                                      | <b>19</b>   |
| 2.1 Katılımcılar.....                                     | 19          |
| 2.2 Araştırma Yolu .....                                  | 19          |
| 2.3 Prosedür.....                                         | 21          |
| <b>3. SONUÇ VE ÖNERİLER.....</b>                          | <b>23</b>   |
| 3.1 Demografik Sonuçlar .....                             | 23          |
| 3.2 Yorumlar .....                                        | 34          |
| 3.3 Sınırlamalar .....                                    | 38          |
| 3.4 Gelecek Çalışmalar .....                              | 38          |
| <b>KAYNAKLAR .....</b>                                    | <b>41</b>   |
| <b>EKLER.....</b>                                         | <b>47</b>   |
| <b>ÖZGEÇMİŞ.....</b>                                      | <b>51</b>   |



## **KISALTMALAR**

|                    |                                           |
|--------------------|-------------------------------------------|
| <b>NEO-FFI</b>     | : NEO Five Factor Inventory               |
| <b>BFI</b>         | : Big Five Inventory                      |
| <b>NEO-PI-R</b>    | : NEO Personality Inventory Revised       |
| <b>TUKEY'S HSD</b> | : Tukey's Honestly Significant Difference |
| <b>TDA</b>         | : Trait Descriptive Adjectives            |



## ÇİZELGE LİSTESİ

|                                                                                                               | <b><u>Sayfa</u></b> |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------|
| <b>Çizelge 3.1 :</b> Anket demografik veriler .....                                                           | 23                  |
| <b>Çizelge 3.2 :</b> Facebook kullanım frekansları. ....                                                      | 25                  |
| <b>Çizelge 3.3 :</b> Facebook davranışsal kullanım frekansları. ....                                          | 26                  |
| <b>Çizelge 3.4 :</b> Kişilik özellikleri tanımlayıcı istatistikleri. ....                                     | 26                  |
| <b>Çizelge 3.5 :</b> Boş zaman aktiviteleri katılım frekansları.....                                          | 28                  |
| <b>Çizelge 3.6 :</b> Boş zaman aktiviteleri tanımlayıcı istatistik verileri. ....                             | 29                  |
| <b>Çizelge 3.7 :</b> Kişilik özellikleri ve Facebook kullanımı için bağımsız t testi<br>değerleri.....        | 32                  |
| <b>Çizelge 3.8 :</b> Kişilik özellikleri ve boş zaman aktiviteleri için bağımsız t testi<br>değerleri.....    | 32                  |
| <b>Çizelge 3.9 :</b> Facebook kullanımının boş zaman aktiviteleri üzerinde etkisinin<br>ANOVA sonuçları. .... | 33                  |
| <b>Çizelge 3.10 :</b> Öğrencilik durumunun Facebook kullanımı üzerine olan etkisinin<br>ANOVA sonuçları. .... | 33                  |



## **TÜRKİYE'DEKİ BİREYLERİN KİŞİLİK ÖZELLİKLERİ, FACEBOOK KULLANIMLARI VE BOŞ ZAMAN AKTİVELERİ**

### **ÖZET**

İnternetin bireylerin günlük yaşamındaki yerinin ve kullanımının artmasıyla birlikte sosyal ağlar en çok kullanılan internet uygulamalarından olmuştur. Bu sosyal ağların en popülerlerinden biri Facebook'tur. Literatürde kişilik özellikleri ile Facebook kullanımı, Facebook kullanımı ve boş zaman aktiviteleri ile kişilik özellikleri ve boş zaman aktiviteleri arasındaki ilişki konusunda birçok araştırma bulunmaktadır. Ancak boş zaman aktiviteleri, kişilik özellikler ve Facebook kullanımı arasındaki olası ilişkileri araştıran tek çalışma 2014 yılında Kuo ve Tang tarafından Tayvanlı öğrenciler ile yapılmış olan çalışmadır ve başka bir örneği bulunmamaktadır. Bu çalışmada ise Türkiye'deki bireylerin kişilik özellikleri, Facebook kullanımları ve boş zaman aktiviteleri arasındaki olası ilişkiler araştırılmaktadır. Kuo ve Tang'ın çalışmasından farklı olarak örneklem sadece öğrencilerden değildir; öğrenci ve öğrenci olmayan tüm bireyleri kapsamaktadır. Ayrıca öğrencilik durumlarının (lisans öğrencisi, yüksek lisans/doktora öğrencisi, öğrenci değil) Facebook kullanımları üzerine olan etkisi de araştırılmıştır.

Çalışmada Kuo ve Tang'ın (2014) yaptıkları çalışmada oluşturdukları anket kullanılmıştır ve internetten paylaşımına açılmıştır. Ankete 556 kişi katılmış olup, bunlardan 552 kişinin (315 kadın, 237 erkek) verisi geçerli olmuştur. Katılımcı 552 kişiden 189 kişi lisans öğrencisi, 189 kişi yüksek lisans ve doktora öğrencisi, 174 kişi ise öğrenci değildir. Anket, kişilerin demografik bilgileri (7 soru), kişilik özellikleri (10 soru), Facebook kullanımları (10 soru) ve boş zaman aktiviteleri (6 soru) ile ilgili bilgi toplayan toplamda 33 sorudan oluşmaktadır. Facebook kullanımına ve kişilik özelliklerin boş zaman aktivitelerine olan etkisi bağımsız t testi ile belirlenmiştir. Çalışmanın sonucunda yüksek seviyede dışadönük olan insanlar düşük seviyede dışa dönük olan insanlara göre daha fazla Facebook'u günlük faaliyetlerinin parçası olarak görüyorlar, daha uzun süreden beri Facebook'u kullanıyorlar, daha fazla arkadaş ve fotoğraf sayısına sahipler. Yüksek derecede uyumlu insanlar düşük derecedeki uyumlu insanlara göre daha fazla Facebook fotoğrafına sahip olduğu belirlenmiştir. Düşük sorumluluk özelliğine sahip bireylerin yüksek sorumluluk özelliği gösteren bireylere göre günlük ve haftalık olarak Facebook'ta daha fazla zaman geçirdikleri sonucuna ulaşılmıştır. Duygusal dengesi düşük olan bireylerin Facebook'ta günlük ve haftalık harcadıkları sürenin yüksek derecede duygusal dengeye sahip bireylere göre daha fazladır. Yüksek derecede açıklık özelliği gösteren bireylerin düşük derecede açıklık özelliği gösterenlere göre daha fazla arkadaş sayısına sahip olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Dışadönük özellikleri yüksek olan kişilerin fitness ve outdoor etkinliklerinde düşük derecede dışa dönük insanlardan daha fazla zaman harcadıkları belirlenmiştir. Uyumluluk özelliği yüksek olan kişilerin ise fitness ve sanatsal etkinliklerde düşük dereceli insanlara kıyasla daha fazla zaman harcadıkları belirlenmiştir. Sorumluluk özelliğinin düşük ve yüksek olması hiçbir boş zaman aktivitesi üzerinde farklılık yaratmamıştır. Duygusal denge

özelliği yüksek olan kişilerin düşük olanlara kıyasla takım sporları ve fitness aktivitelerinde daha fazla zaman harcadıkları sonucu çıkmıştır. Açıklık özelliği yüksek olan kişilerin fitness; outdoor, entelektüel ve sanatsal etkinliklerde düşük olanlardan daha fazla zaman harcadıkları sonucu ortaya çıkmıştır.

Facebook kullanımının boş zaman aktiviteleri üzerinde olan olası etkileri için. ANOVA ve Facebook kullanım yoğunluklarından hangilerinin ilgili boş zaman aktivitesi üzerinde etkisi olduğunu belirlemek amacıyla çoklu karşılaştırma testleri (post hoc testleri) yapılmıştır. Testler sonucunda fotoğraf sayısı fazla olan insanların (301-400 > 50'den az) dinlenme faaliyetlerine daha fazla zaman harcadıkları belirlenmiştir. Benzer bir şekilde fotoğraf sayısı fazla olan bireylerin (400'den fazla > 50-100 > 50'den az) sanatsal aktivitelere daha fazla zaman harcadıkları belirlenmiştir. Son olarak grup sayısı fazla olan bireylerin (60'dan fazla > 5'den az) sanatsal aktivitelere daha fazla zaman harcadıkları sonucuna ulaşılmıştır.

Öğrencilik durumunun Facebook kullanımı üzerindeki etkisini belirlemek için ANOVA testi yapılmıştır. Buna göre öğrenci olmayanların lisansüstü ve doktora öğrencilerine göre Facebook'ta günlük ve haftalık olarak daha fazla zaman harcadıkları sonucuna ulaşılmıştır. Lisans öğrencilerinin lisansüstü ve doktora öğrencilerinden daha fazla arkadaş sayısına sahip olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Lisans öğrencilerinin, lisansüstü/doktora öğrencilerinden ve öğrenci olmayan kişilerden daha fazla gruba dahil oldukları belirlenmiştir.



## **RELATIONSHIPS AMONG PERSONALITY TRAITS, FACEBOOK USAGES, AND LEISURE ACTIVITIES – A TURKISH POPULATION CASE**

### **SUMMARY**

Social network sites attract billions of users. Today, Facebook is one of the most popular social networks with 1.39 billion active users worldwide. In this research, we will examine possible relationships among personality traits, Facebook usages, and leisure activities of Turkish population. In addition, we divided population to three - undergraduate, graduate and non-graduate - to research the effect of student statuses towards Facebook usage.

Four hypotheses of the research are; users with different personality traits may have different Facebook usages, users with different personality traits may have different leisure activities, users with different Facebook usages may have different leisure activities and users with different student status may have different Facebook usages.

We developed a questionnaire that has four parts (demographic data, Facebook usage intensity scale, personality traits, and leisure activities) with 33 items, based on the Kuo and Tang's (2004) research ad shared on the internet.

The data collect data from 556 Turkish people. 552 participants' data were valid and 189 people from the participants are undergraduates, 189 people are graduate and doctoral students while 174 people are not students. The data analyzed by using statistics methods such as descriptive statistics, independent t tests and ANOVA. In addition, for comparing pairwise means we applied post-hoc tests. Tukey's honestly significant difference (HSD) method applied for means with equal variances. For the mean with unequal variances, Games Howell method approached.

To research the effect of personality traits towards Facebook usage, independent t test approached. The results showed that, people with high extraversion personality trait had longer Facebook experience. They accept Facebook as a part of their daily activities and had more number of friends and photos than low extraversion people.

High agreeableness people had more number of photos than high agreeableness people. There are no significant difference between high and low agreeableness people in other Facebook attitudes.

Low conscientiousness people had longer daily and weekly time use than high conscientiousness people. One possible explanation is that people with high level of conscientiousness consider Facebook a waste of time.

Low emotional stability people spent more time daily and weekly on Facebook than people did with high emotional stability people did. There were no significant difference between high emotional stability people and low emotional stability people in other Facebook attitudes (i.e. Facebook is part of my daily activities, I am proud of telling others I am on Facebook, I feel lost if I have not used Facebook for a

while, and I feel I am part of the Facebook community) and in Facebook experience, the number of groups and the number of friends.

High openness people had more Facebook friends than low openness people. There were no significant difference between people high and low openness people in other Facebook attitudes (i.e. Facebook is part of my daily activities, I am proud of telling others I am on Facebook, I feel lost if I have not used Facebook for a while, and I feel I am part of the Facebook community) and in Facebook experience, the number of groups, daily time use and weekly time use.

Independent t test results between personality and leisure activities showed that high extraversion people were significant different from low extraversion people in fitness and outdoor activities. High extraversion people spent more time on these activities than low extraversion people did. However, there were no significant difference in team sports, recreation, intellectual and artistic activities.

There were no significant difference between high and low openness in all leisure time activities except fitness and artistic activities. High openness people spent more time on fitness and artistic activities than low openness people did.

Different levels of conscientiousness personality trait had no effect on leisure time activities.

People with high level of emotional stability spent more time on team sports and fitness activities than low emotional stability people, however there were no significant differences between high and low emotional stability people in outdoor, recreation, intellectual, and artistic leisure activities,

High openness people spent more time on fitness, outdoor, intellectual and artistic activities than low openness people.

When we examined the result from leisure time activities perspective. For recreation activities, nonetheless from personality traits everyone joins to these activities. For team sports, only people with high emotional stability people spent more time than low emotional stability people did. For fitness activities, people with high emotional stability, agreeableness, emotional stability and openness spent more time than low emotional stability, agreeableness, emotional stability and openness people; but people with conscientiousness trait. For outdoor activities, high extraversion and openness people spent more time than low extraversion and openness people; but people in agreeableness, emotional stability, and conscientiousness were indifferent. For intellectual activities, only high openness people spent more than low openness people; there is no difference for other personality traits. For artistic activities people with high agreeableness and openness personality traits spent more time than people with low agreeableness and openness; however there are no differences for extraversion, emotional stability, and conscientiousness personality traits.

Hypothesis 3, which claims Facebook usages have effect on leisure activities tested by using ANOVA. ANOVA results showed that recreation activities participation significantly influenced by the number of photographs on Facebook; however not by Facebook experience, the number of friends, daily time use, weekly time use and the number of groups. The number of photos and the number of groups significantly influenced participation to the artistic activities; however, it doesn't influenced by daily time use, weekly time use, Facebook experience and the number of friends. Post-hoc test results showed that people with more number of photos (301-400 > more than 50) would spend more time on recreation activities. People with more

number of photos (more than 400 > 50-100 > less than 50) would spend more time on artistic activities. Finally people with more number of groups (more than 60 > less than 5) would spend more time on artistic activities.

Finally, hypothesis 4, possible influences of student status' on Facebook usages tested by using ANOVA. According to results non-student people spent more daily and weekly time on Facebook than graduate people. In addition, undergraduate people have more friends than graduate people. Undergraduate students were joined more groups than people who are graduate and non-student.

The hypotheses results showed probable relationships between personality traits, Facebook usages, and leisure activities. Low extraversion people who has 301-400 number of photos on Facebook 301-400 would spend more time on recreation activities than high extraversion people would. High conscientiousness and high extraversion people with people with photos more than 400 and groups more than 60 would spend more time on artistic activities. Low emotional stability people with photos more than 400 and groups more than 60 would spend more time on artistic activities than high emotional stability people would. Low emotional stability people with 301-400 photos on Facebook would spend more time on recreation activities than high emotional stability people would.



## 1. GİRİŞ

Günümüzde internetin ulaşılabilirliği ve kullanımının artmasıyla birlikte, bireylerin yaşamlarının farklı alanlarında internet ve çeşitli uygulamalarının etkisi kendini göstermektedir. Bugün internet iş hayatımız, sosyal yaşamımız ve boş vakitlerimiz olmak üzere çeşitli alanlarda önemli bir etkiye sahiptir (Hamburger ve Ben-Artzi, 2000). Geliştirilen bloglar, sosyal ağlar vb. internet uygulamaları sayesinde kullanıcılar kişisel bilgilerini ve ilgi alanlarını internet üzerinde paylaşmaya başlamışlardır. Teknoloji günlük yaşamın içinde zaman geçtikçe daha fazla yer almaktadır ve insanların internet kullanımı için bilgi ve becerilerini arttırmaktadır ve bu durum insanların kişisel tercih ve aktiviteleri üzerinde büyük bir etkiye neden olmaktadır (Näsi, Räsänen ve Särpilä, 2012).

Sosyal ağlar, bireylere sınırlı bir sistem içinde kamuya açık ya da yarı kapalı olacak profiller oluşturmaya imkan veren, bağlantılarını paylaşan diğer kullanıcıların listesini oluşturan ve sistem içinde onların bağlantı listelerinin gösterebilen ve geçiş yapılabilen internet tabanlı hizmetlerdir (Boyd ve Ellison, 2007). Bu tür sosyal ağ sitelerinin popülerliği zaman geçtikçe artmaktadır. 2005 yılında yetişkin internet kullanıcıların %8'i sosyal ağ profiline sahipken, 2009 yılında bu oran %35'e çıkmıştır (Lenhart, 2009).

Facebook, 2004 yılının Şubat ayında Harvard çevrimiçi sosyal ağ sitesi olarak oluşturulmuştur, 2006 yılında ise genel kullanıma açılmıştır. (Sheldon, 2008; Urista ve diğ. 2009). Facebook, 2014 Aralık ayı sonunda 1.39 milyarlık aylık aktif kullanıcı sayısına sahiptir (<http://investor.fb.com/results.cfm>). Ayrıca yapılan istatistik çalışmalarına göre Facebook, 31 Ağustos 2014 tarihi itibarıyla Dünya ve Türkiye genelinde en fazla ziyaret edilen 2. web sitesi olmuştur (<http://www.alex.com/siteinfo/facebook.com>).

We are Social tarafından yapılan istatistik çalışmalarına göre Türkiye Ocak 2015'te 37,7 milyon aktif internet kullanıcısına sahiptir ve bu sayı toplam nüfusun %49'unu oluşturmaktadır. Türkiye'deki aktif sosyal medya hesabı sayısı 2014 yılının Ocak

ayına göre %11 artış göstererek 40 milyona ulaşmıştır ve bireyler günde ortalama 2 saat 56 dakika sosyal medya kullanmaktadırlar. En çok kullanılan sosyal platformların başında ise Facebook yer almaktadır (wearesocial, 2015).

Kısa zamanda çok sayıda kullanıcıya ulaşması, kullanıcıların yaptığı çok sayıda bilgi ve içerik paylaşımı sebebiyle Facebook ile ilgili literatürde çok farklı alanlarda, çok farklı araştırmalar bulunmaktadır. Kişilerin sosyal medya, internet ve Facebook kullanımı ile kişilik özellikleri arasındaki ilişkiyi araştıran çalışmalar bulunmaktadır (Amichai-Hamburger ve Vinitzky 2010; Ebeling-Witte ve diğ. 2007; Jenkins-Guarnieri ve diğ. 2012; Landers ve Lounsbury 2006; Moore ve McElroy 2012; Ozguven ve Mucan 2013; Ross ve diğ. 2009; Ryan ve Xenos 2011; Tan ve Yang 2014).

## **1.1 Tezin Amacı**

Literatürde kişilik özellikleri ile Facebook kullanımı, Facebook kullanımı ve boş zaman aktiviteleri, kişilik özellikleri ve boş zaman aktiviteleri arasındaki ilişki konusunda birçok araştırma varken; boş zaman aktiviteleri, kişilik özellikler ve Facebook kullanımı arasındaki olası ilişkileri araştıran tek çalışma 2014 yılında Kuo ve Tang tarafından Tayvanlı öğrenciler ile yapılmış olan çalışmadır. Biz de bu çalışmada Kuo ve Tang'ın yaptığı araştırmayı temel alarak, Türkiye'deki bireylerin kişilik özellikleri, Facebook kullanımı ve boş zaman aktiviteleri arasındaki olası ilişkileri araştıracağız. Bunun yanı sıra bireylerin öğrencilik durumlarının (lisans öğrencisi, yüksek lisans/doktora öğrencisi, öğrenci değil) Facebook kullanımları üzerine olan etkisi araştırılacaktır.

## **1.2 Literatür Araştırması**

### **1.2.1 Sosyal ağ siteleri**

İnternetin kullanımının kolaylaşması ve yaygınlaşması ile birlikte günlük yaşamımızda önemli bir yer kaplamıştır. Bununla birlikte geliştirilen internet uygulamaları internetin kullanımını arttıran önemli faktörlerden olmuştur. İnternet insanların başka insanlarla tanışmasını ve etkileşime geçmesini sağlayan sosyal bir arena görevi görmektedir. Kişilerin anında mesajlaşma ve sosyal ağ siteleri sayesinde birbirleriyle ve ortak arkadaşlarıyla bağlantıya geçmesini, iletişim kurmasını

etkileşime geçmesini sağlayan bir mekanizma görevi görmektedir (Correa ve diğ. 2009). Sohbet grupları, forumlar, bloglar ve sosyal ağlar bunu sağlayan önemli internet araçlarındandır Amichai-Hamburger ve Vinitzky, 2010).

Sosyal ağ bireylerin: (1) belirli bir süzene sahip çerçeve içinde profil oluşturarak; (2) bağlantıya sahip olduğu kullanıcılardan bir liste oluşturduğu; (3) sistemdeki bağlantı listesini görüntüleyebildiği web tabanlı hizmetlerdir (Boyd ve Ellison, 2007). Diğer web sitelerinden farklı olarak sosyal ağ siteleri kullanıcı profili, onun bağlantıları ve kişisel ilgi alanlarına dayanmaktadır (Sendurur ve diğ. 2015).

Bazı sosyal ağ siteleri ortak ilgi alanlarına sahip kişilerin gruplar oluşturmaya imkan vermekte, canlı yayın videoları yayınlamasına, forumlarda çeşitli alanlarda tartışmaların yürütülmesine imkan vermektedir. Profesyoneller için olan sitelerde bu kişilerin bilgi, fırsat ve fikir alışverişi yapmasını sağlamaktadır. Böylelikle profesyoneller kendi alanları ile ilgili bilgilerini güncel tutabilmektedirler (Tella ve diğ. 2013).

Sosyal ağ sitelerinin tarihi çok eski değildir. İlk sosyal ağ sitesi SixDegrees.com 1997 yılında kullanıma açılmıştır. Kullanıcılar profillerini oluşturarak insanlarla bağlantı kurmalarına, arkadaş listesi oluşturmalarına, birbirleriyle mesajlaşmalarına imkan veren bir sosyal ağ sitesidir. 2000 yılında kapanmıştır. Bugün LinkedIn, Facebook, Friendster gibi sitelere temel olmuştur. 2002 yılında kullanıma açılan Friendster çok kısa bir süre içinde 3 milyon kullanıcıya ulaşmıştır. Kullanıcılara çevrimiçi içerik paylaşımlarına imkan vermekte, bağlantılarını sürdürmelerine yardımcı olmakta, yeni etkinlik, hobiler ve müzik gruplarını tanımalarına imkan vermektedir. Profillerinde ve kendi ağlarında fotoğraf, video ve mesaj paylaşımlarını sağlamaktadır. 2003 yılında kurulan MySpace ise müziğe vurgu yapan bir sosyal ağ sitesidir. Bu sitede daha ünlü olmamış ünlü ve grupların ücretsiz bir şekilde şarkılarını siteye yüklemesine ve duyurmasına imkan verir, kişiler bilgi ve fotoğraf paylaşımında bulunabilir.

2004 yılında kurulan Facebook ise günümüzün en popüler sosyal ağ sitelerinden biridir ve aylık aktif 2014 yılı sonunda 1,39 milyara ulaşmıştır. Kullanıcı sayısı Öncelikle sadece Harvard Üniversitesi, daha sonra ise ABD'deki tüm üniversitelerin kullanımına açılan Facebook, 2006 yılında tüm kullanıcılara açılmıştır. Alexa web sitesinin istatistiklerine göre Facebook, 31 Ağustos 2014 tarihi verilerine göre Dünya'nın en fazla ziyaret edilen 2. Sitesidir (Alexa, 2014).

2006 yılında kurulan Twitter ise kullanıcılarına 140 karakter kullanarak tweet adı verilen mesajlar göndermesine imkan vermektedir. Hızlı bir şekilde büyüyerek 2014 yılı sonunda 288 milyon aylık aktif kullanıcı sayısına ulaşan Twitter, Alexa verilerine göre en çok ziyaret edilen 10 siteden biridir.

Sosyal ağ sitelerinde gösterilen davranış türleri üçe sınıflandırılmıştır. Bunlardan ilki duvar gönderileri, mesajlar, çevrimiçi mesajlaşma, fotoğraf ve videoda etiketlenme, yorum yaparak arkadaşlarla doğrudan iletişim kurmadır. Bu kullanım türü insan ilişkilerini ve sosyal bağları güçlendirmektedir. Diğer iki sosyal ağ sitesi iletişim davranış türü ise doğrudan olmayanlardır. Bunlardan ilki diğer insanların durum güncellemeleri, paylaşımları gibi sosyal haberlerin pasif tüketimidir. Diğerisi ise yayın yapmadır. Bu davranış türü bir kişi başka bir insanın paylaşımlarına yorum yapma ve güncelleme yaparak olur. Doğrudan olmayan davranış türleri daha az samimi olsa da ilişkileri devam ettirmede, sıcak tutmada, yeni sohbet konuları açmada önemlidir (Xie, 2014).

### **1.2.2 Facebook**

Günümüzün en popüler sosyal ağ sitelerinden olan Facebook 2004 yılında Mark Zuckerberg tarafından kurulmuştur. İlk olarak sadece Harvard öğrencilerine açılmıştır. Sadece Harvard Üniversitesi mailine sahip kullanıcılar siteye kaydolabilmektedirler. Daha sonra ise genişletilerek ABD'deki tüm üniversite öğrencilerinin kullanımına açılmıştır. 2006 yılında ise tüm kullanıcıların e-posta adreslerini kullanarak siteyi kullanmalarına olanak sağlanmıştır.

Facebook bireylerin kişisel bilgilerini, fotoğraflarını paylaşp, farklı arkadaş gruplarına katılabildikleri çevrimiçi sosyal ağ sitesidir. Facebook profili oluşturabilmek için kullanıcılar ad, soyadı, cinsiyet, doğum tarihi ve e-posta bilgilerini girerek siteye kaydolmaları gerekmektedir. Kullanıcılar profillerini oluşturduktan sonra yaşadıkları yer, ek iletişim bilgileri, kişisel ilgi alanları, eğitim ve mesleki hayatları ile ilgili bilgi, profil fotoğrafı gibi eklemeler yapabilmektedirler. Duvarlarında video, fotoğraf vb. gönderileri paylaşabilirler. Kullanıcılar birbirlerine direkt mesaj gönderebilir, çevrimiçi sohbet edebilirler. Oluşturdukları bu profil ile arkadaş ekleyebilir, arkadaşlarının duvarlarında gönderiler yayınlatabilir, paylaşımlarına yorum yapabilir, beğenebilir ve birbirlerinin profillerini görüntüleyerek arkadaşları ile olan ortak ilgi alanlarını, hobilerini, müzik zevklerini,



ilişki durumları ile ilgili bilgi sahibi olabilirler (Ellison ve diğ. 2007). Ayrıca sevdikleri organizasyonların, futbol kulüplerinin, ünlülerin gruplarına katılabilir, etkinlik oluşturabilirler. Böylelikle ortak ilgi alanına sahip kullanıcılar bir araya gelmelerine imkan sağlamaktadır. Ayrıca Facebook kullanıcılarına sunduğu oyun ve uygulamalar ile eğlence imkanı da sağlamaktadır (Hew, 2011).

2006 yılında yapılan araştırmada kullanıcıların günde yaklaşık 20 dk. Facebook sitesinde harcamaktadırlar ve kullanıcıların 2/3'ü günde en az bir kere Facebook'a giriş yapmaktadırlar (Cassidy, 2006; May ve Kwong, 2007). Hew (2011) tarafından yapılan literatür taramasında Facebook'un genel olarak insanların arkadaşları ile olan mevcut ilişkilerini sürdürmek, yeni insanlarla tanışmak, eğlenmek, zaman geçirmek, kendini göstermek ve çeşitli gruplar aracılığı ile eğitim amacıyla kullanıldığı ve günde ortalama 10 dakika ile 60 dakika arasında zaman harcadığı ortaya konmuştur. Smith ve Caruso (2011) tarafından yapılan çalışmada lisans öğrencilerinin sosyal ağları kullanım oranı 2007 yılında %81,6 iken, 2010 yılında bu oran %90,4'e çıkmıştır.

Facebook kullanımının sosyal etkileşim üzerinde şaşırtıcı ve çelişkili etkileri vardır. Görünüşte Facebook bireylerin kişilerarası yakınlık ihtiyaçlarından birçoğunu karşılamaktadır, ama aynı zamanda bireyleri başkaları ile gerçek, yüz yüze etkileşimden uzak tutmaktadır (Sheldon ve diğ. 2011). Ayrıca Facebook'un arkadaşlıklar, bilgi paylaşımı ve boş zaman aktiviteleri üzerinde de etkisi olduğu belirlenmiştir (Amichai- Hamburger ve Hayat, 2011).

Kişilerin demografik bilgileri, özellikle cinsiyet, ilişki durumu ile Facebook kullanımı arasında ilişki söz konusudur ve bu bilgiler olmadan insanların Facebook'u nasıl kullandığı ile tam bir belirleme yapılamayacaktır. Jeong ve McAndrew (2012) tarafından yapılan çalışmada kadınların Facebook'ta erkeklere göre çok daha fazla vakit geçirdiği, daha fazla Facebook arkadaşına sahip olduğu ve kadınların profil resimlerini etki yönetimi amacıyla kullandıkları görülmüştür.

Yapılan bir çalışmada araştırmacılar 78 makaleyi inceleyerek kişileri Facebook kullanmaya motive eden nedenleri araştırmışlardır. Birçok makale insanları Facebook kullandırmaya iten arkadaşlarla iletişimde kalma isteği gibi içsel nedenler üzerinde durmuşlardır. Çalışmalar diğer insanlarla olan ilişkilerden olan kazanım gibi sosyal kapital etkileri üzerinde durmuşlardır. Sosyal kapitalin etkilerini

araştırmak için Facebook'taki sosyal ilişkiler güçlü ve zayıf olmak üzere ikiye ayırmışlardır. Küçük bir grup arkadaşıyla yorum göndererek veya mesajlaşarak iletişim halinde olmak güçlü bir ilişkiyi göstermektedir. Arkadaşlarının çoğunluğuyla profillerini veya yorumlarını görüntülemek gibi pasif aktivitelerde bulunuyorsa ise zayıf bir ilişkiyi göstermektedir.

### **1.2.3 Boş zaman aktiviteleri**

Her bir bireyin zamanı değerlendirme biçimleri genel olarak benzerlik göstermektedir. Zamanını çalışarak mal veya hizmet üretmek için, ev ve aile işlerinde kullanırken bir kısmında da yemek yemek ve uyumak gibi hayati işlerde kullanmaktadır. Tüm bu işlerden geriye kalan zaman ise bireyin serbest zamanıdır (Arslan, 2011).

Boş zaman aktiviteleri mutluluğun ana etmenlerinden biri olarak görülmektedir ve kişiler gönüllü olarak bu faaliyetlerin içinde yer almaktadır; bu nedenle boks yapmak, maratonda koşmak gibi fiziksel olarak zorlayıcı faaliyetler bile olsalar kişiler üzerinde pozitif duygu ve etkilere sebep olan faaliyetlerdir (Hills ve Argyle, 1998).

Serbest zaman, sorumlulukları olan meşgul bir kişinin, herhangi bir işi ya da görevi olmadığı ve istediği işi yapmak için yeterli zamana sahip olduğu zaman aralığıdır (Yazdanfar, 2012). Başka bir deyişle serbest zaman, o gün için belirlenen zorunlu görevleri yaptıktan sonra kalan zamandır (Yazdanfar, 2012). Boş zaman aktiviteleri araştırmacılar tarafından genel olarak kişinin özgürce seçtiği, eğlendiği ve isteğe bağlı zamanlarda gerçekleştirdiği aktivitelerdir (Kleiber, 1999).

Boş zaman aktiviteleri için bir diğer tanım ise bireylerin günlük rutin dışındaki boş zamanlarını istedikleri şekilde kullandıkları aktivitelerdir ve sağlıklı bir yaşam tarzının ana elemanlarından biri olarak görülmektedir (Wang ve diğ. 2012).

Ayrıca boş zaman faaliyetleri bireylerin zorunlu meşguliyetleri dışındaki ve istedikleri gibi değerlendirebilecekleri serbest zamanlarında, maddi kazanç amacı olmayan, bireysel tercihlerle yapılan etkinliklerdir (Arslan, 2011).

Yapılan boş zaman etkinliklerinin Stebbins tarafından yapılan sınıflandırması ikiye ayrılmaktadır. Buna göre etkinlikler sıradan serbest zaman etkinlikleri ve sistemli serbest zaman etkinlikleri olmak üzere ikiye ayrılmaktadır. Esas amacı eğlenmek

olan, gerçekleştirmeyen için hiç ya da çok az eğitim gerektiren etkinlikler sıradan serbest zaman etkinlikleri olarak adlandırılmaktadır. TV izlemek, müzik dinlemek, sohbet etmek, geziye çıkmak gibi etkinlikler sıradan serbest zaman etkinliklerine örnek olarak verilebilir. Sistemli serbest zaman etkinlikleri ise kişilerin ilgilerini çeken hobi veya gönüllü bir etkinliği sistemli bir şekilde gerçekleştirmesiyle gelişen etkinliklerdir. Bu istemli serbest zaman etkinlikleri kişide kendini gerçekleştirme, öz zenginleşme, kendini ifade etme, yenilenme, başarma duygusu, kişisel imajını geliştirme, sosyal etkileşim ve aidiyet duygusu yaratma ve etkinliğin sonucunda ortaya konan fiziksel ürünleri (örn. resim, mobilya parçası) içeren sekiz adet sürekli yararı ya da sonucu vardır (Arslan, 2011).

Literatürde boş zaman aktiviteleri çeşitli şekillerde sınıflandırılmaktadır. Bunlardan biri de Pavlova tarafından yapılmış olan sınıflandırmadır ve boş zaman aktivitelerini aktif ve pasif olmak üzere ikiye ayırmaktadır. Aktif boş zaman faaliyetleri mücadele içeren, çabalama ve eğlenceyi birleştiren, bunun yanında sosyal, müzikal, motor ve benzeri yetenekleri geliştirmek için fırsatlar sunan faaliyetlerdir. Pasif faaliyetler ise TV’de eğlence programları izlemekten boş boş oturmaya varan çaba gerektirmeyen aktiviteleri kapsamaktadır ve ana amaçları eğlence, dinlenme ve boş zamanları doldurmuş olmaktır (Pavlova ve Silbereisen, 2001).

Lu ve Hou (2005) boş zaman aktivitelerini hobiler (resim yapma, müzik aleti çalma vb.), spor (yüzme, basketbol vb.), sosyal (arkadaşlarla buluşma, sohbet vb.), kapalı alan (TV, internette sörf yapmak vb.) ve outdoor (yürüyüş, seyahat vb.) aktiviteleri olmak üzere 5’e ayırmıştır.

(Näsi ve diğ. 2012) ise bilişsel faaliyetler (okuma, yazma, resim yapma vb.), fiziksel faaliyetler (outdoor faaliyetleri, egzersiz vb.), kültürel faaliyetler (müze, konsere, tiyatroya gitme vb.) olmak üzere boş zaman aktivitelerini üçe ayırmıştır.

Munson ve Widmer (1997) ise boş zaman aktivitelerini sanat ve hobiler, oyun ve spor, müzik, okuma, sosyal, düşünme ve televizyon olmak üzere yedi ana kısma ayırmıştır. Scott ve Willits (1998) ise boş zaman aktiviteleri için farklı bir sınıflandırma tercih etmişlerdir. Buna göre sosyalleşme faaliyetleri (partiye gitme, dansa gitme, bir kulübe üye olma vb.), yaratıcı/artistik faaliyetler (çizim veya resim yapma, şarkı söyleme, müzik aleti çalma, şiir okuma vb.), entelektüel faaliyetler (edebiyat/tarih/bilim çalışma, hikaye okuma vb.), spor faaliyetleri (tenis oynama,

basketbol oynama, bisiklet sürme vb.) ve resmi organizasyonlara katılım olmak üzere beş başlıkta sınıflandırmıştır.

Hultsch ve diğ. (1999) ise boş zaman aktivelerini 6 başlıkta incelemiştir: fiziksel, sosyal, kişisel bakım, pasif bilgi işleme, bütünleştirici bilgi işleme ve yeni bilgi işleme. 2010 yılında ise bu sınıflandırma fiziksel, zanaatlar, oyunlar, TV, sosyal-özel, sosyal-kamusal, dini, geliştirici, deneyimsel, teknoloji ve seyahat olmak üzere 11'e genişletilmiştir (Jopp ve Hertzog, 2010).

2013 yılında Amerikan istatistik bürosu tarafından yapılan Amerikan zaman kullanım anketi ise boş zaman ve spor aktiviteleri başlığında 7 ayrı sınıflandırma yapmıştır. Buna göre spor, egzersiz ve yaratıcılık çalışmalarına katılım, sosyalleşme ve iletişim, TV izleme, okuma, dinlenme/düşünme, oyun oynama ve boş zamanlarda bilgisayar kullanımı ve diğer boş zaman ve spor aktiviteleri olmak üzere 7 ayrı başlıkta sınıflandırmıştır (U.S. Bureau of labor statistics, 2013). Bu çalışmanın sonuçlarına göre 15 yaş üstü kişilerin %95'i TV izlemek, egzersiz yapmak, sosyalleşmek gibi boş zaman aktivitelerine katılmaktadır. Boş zaman aktivitelerine erkekler günde ortalama 5,9 saat ayırırken, kadınlar ise 5,2 saat ayırmaktadır. 15 yaş ve üstü kişiler arasında günlük 2,8 saat ortalama ile TV izlemek en çok yapılan aktivitedir. Arkadaşları ziyaret etmek, sosyal etkinliklere katılmak, sosyalleşmek ise günde ortalama 43 dk. ile bir sonraki en sık yapılan aktivitedir. Spor, egzersiz, yaratıcılık faaliyetlerinde ise erkekler 1,9 saat, kadınlar ise 1,3 saat harcamaktadırlar (U.S. Bureau of labor statistics, 2013).

Japonlar tarafından 5 yılda bir gerçekleştirilen zaman kullanım anketinde ise boş zaman aktiviteleri kişisel eğitim, öğrenme, sporlar, hobiler ve eğlence, gönüllü faaliyetler, seyahat ve geziler olmak üzere 5 ayrı başlıkta incelenmiştir. (Statistics Bureau of Japan, 2013)

Brajsa-Zganec, ve diğ. (2011) Hırvatlar için 15 boş zaman aktivitesi belirlemişlerdir ve bunları 3 ana başlıkta sınıflandırmışlardır. Aktif sosyalleşme ve dışarı çıkma (spor yapma, restoran/kafe, gece kulübü ve bara gitme vb.), kültürel etkinliklere katılma (sergiye gitme, tiyatroya gitme, kitap okuma, konsere gitme, hobiler vb.) ve aile ve ev aktiviteleri (arkadaş ve akraba ziyaretleri, alışveriş, kiliseye gitme, TV izleme vb.) olmak üzere sınıflandırmışlardır.

#### **1.2.4 Kişilik özellikleri ve beş büyük faktör kuramı**

Kişilik insanların düşünce, duygu ve hareketleri gibi psikolojik davranışlarındaki ortak ve farklı yönleri belirleyen sabit özellik ve eğilimlerdir (Maddi, 1989).

Kişilik bireyin düşüncelerinden ve hareketlerinden yansır ve her insanın kendine özgü yönlerini tanımlar (Deng, 2013). Kişilik özellikleri bireyde eskiden beri bulunan ve bireyin gelişimi tamamlandıkça daha çok sabitleşir ve sosyal davranışları ile insan ilişkilerini etkiler (Jenkins ve diğ. 2012).

İnsanların kişiliklerini araştırmada en sık kullanılan teorilerden biri beş büyük faktör kuramıdır. “Bu model hakkında ilk genel ima, 1933 yılında L. L. Thurstone tarafından Amerikan Psikoloji Birliği için yapılan başkanlık söylevi sırasında olmuştur. Thurstone'un yorumları, bir sonraki yılın Psychological Review dergisinde basılmıştır” (wikipedia, 2015). Kişiliğin faktörlere ayrılabilmesi ilk olarak W. McDougall tarafından 1932 yılında ortaya konmuştur. Daha sonra L.L. Thurston 60 kişilik özelliği tanımlayan sıfatların beş ayrı kategoride dağılabileceği fikrini ortaya sunmuştur. Yapmış olduğu çalışmada 1300 kişiye iyi tanıdıkları bir kişiyi düşünerek, vermiş olduğu listede bulunan ve insanları tanımlamada sıkça kullanılan 60 sıfattan o kişiyi tanımlayan sıfatların altını çizmesini istemiştir. Daha sonra yapmış olduğu çalışma ile bu 60 adet sıfatın beş farklı boyut etrafına kümelendiğini belirlemiştir. Bu beş faktörün bireylerin hislerini, düşüncelerini ve hareketlerini, diğer insanlarla olan etkileşimlerinde nasıl davrandıklarını ve yeni deneyimlere olan tepkilerini özetlediği düşünülmüştür (Chop, 2012). Kişilik psikologları kişiliğin nüfuz alanının en iyi Beş Faktör Modeli (Five Factor Model) ile tanımlanabileceği konusunda görüş birliğine sahiptirler. Beş Faktör Modeli kişilik araştırmalarında kullanılabilecek en iyi sınıflandırma olarak kabul edilmektedir (Moore ve McElroy, 2012). Kişilik psikologları kişiliğin alanının en iyi tanımlamasının Beş Faktör Modelinin beş boyutu ile yapılabileceği konusunda hem fikir olmuşlardır (Devaraj ve diğ. 2008).

Daha önceki çalışmalar Beş Büyük Kişilik Özelliği sınıflandırmasının batı ülkeleri dışında da uygulanabilir olduğunu göstermiştir. Pakistan toplumunun ve öğrencilerinin davranışlarını incelemek için yapılan çalışmada (Ahmad, 2010), Güneydoğu Çin'deki bir üniversitede Çinli öğrencilerin kariyer kararlılıklarını belirlemek için Çinli ve Alman öğrencileri karşılaştıran çalışmada (Gunkel ve Schlaegel, 2010) beş büyük kişilik özelliği kullanılmıştır.

Beş büyük faktör kuramı beş anahtar elemandan oluşur. Bunlar uyumluluk, yeni deneyimlere açıklık, sorumluluk, dışadönüklük, duygusal dengesizlik (nevrotik eğilim)'dir (Deng, 2013; Costa ve McCrae, 1992a). Kişilik özelliklerini incelediğimizde uyumluluk özelliği kişinin kibar, düşünceli, yardımsever, işbirlikçi, affedici, sempatik özellikler göstermesidir. Yüksek derecede uyumluluk kişilik özelliğine sahip bireyler çatışmalardan uzak durmayı tercih ederler, arkadaşlık tekliflerinden uzak durmazlar (Moore ve McElroy, 2012). Uyumluluk özelliği yüksek olan kişiler başkalarına yardım etmekten hoşlanır, aynı şekilde geri dönüş olarak kendilerine yardım edilmesini beklerler (McElroy ve diğ. 2007). Sorumlu kişiler faktörü kişinin güvenilir, öz disiplin gösteren, başarılı olmak için azimle çalışan, planlı olarak hareket etme eğilimi gösterirler. Dışadönüklük sosyal, aktif, içi dışı bir, çevresiyle sıcak bir ilişkisi olmaya yönelik olan eğilimdir. Dışa dönüklük, aktivite, enerji, sosyallik, etkileycilik ile ilişkili özellikleri ve olumlu duyguları temsil eder (Wang ve diğ. 2012). Dışadönüklük bireylerin hangi ölçüde sosyal, eğlenceli, iyimser, aktif ve konuşkan olduğunu ifade eder ve dışadönük bireylerin çok sayıda sosyal etkileşimde bulunması ve daha kolay bir şekilde sosyalleşebilmesi beklenmektedir ve yüksek derecede uyumluluk özelliğini gösteren insanlar çatışmalardan kaçınırlar; ancak gelen arkadaşlık tekliflerini de reddetmezler (Wehrli, 2008). Yeni deneyimlere olan açıklık, kişilerin yeni şeylere karşı toleransı, yeni ve farklı deneyim ve düşüncelere karşı merakı ve onları deneme isteğidir. Duygusal dengesizlik ise kişilerin depresyon, asabiyet ve paranoyaya olan eğilimleridir. Duygusal olarak kendilerini dengeleyemezler ve psikolojilerini düzenleyemezler. (Deng ve diğ. 2013).

Bu beş boyutu ölçmek için çeşitli araçlar geliştirilmiştir. Bunlardan en kapsamlısı 1992 yılında Costa ve McCrae (1992b) tarafından geliştirilmiş olan 240 maddeli NEO kişilik envanteridir. Bu envanter daha sonra yeniden düzenlenerek 60 maddeye indirilmiştir. Her bir boyut için altı alt boyut belirlenmiştir. Tamamlanması yaklaşık 45 dakika sürdüğü için araştırmalarda kullanımı pek tercih edilmemektedir. Bunun yerinde daha kısa sürede tamamlanan diğer araçlar tercih edilmektedir. Bunlardan en sık kullanılanları 44 maddeli Big-Five Inventory (BFI), 60 maddeli NEO Beş Faktör Envanteri (NEO-FFI) (Costa ve McCrae, 1992b) ve Goldberg'ın 100 özellik tanımlayıcı sıfatından (TDA) oluşan aracıdır. John ve Srivastava (1999) bu kişilik belirleme araçlarının sırasıyla (BFI, NEO-FFI, TDA) yaklaşık 5, 15 ve 15 dakikada

tamamlandığını belirlemişlerdir. Daha kısa sürede tamamlanabilen bir araca ihtiyaç duyulduğu için Saucier (1994) Goldberg'ın 100 maddeli çalışmasını düzenleyerek 40 maddeli bir ölçek geliştirmiştir (Gosling ve diğ. 2003).

John ve Srivasta tarafından 1999 yılında geliştirilen Big Five Envanteri (BFI) kişilik özelliklerini ölçmeden kullanılan ölçeklerden biridir. Bu envantere kişilerin yeniliklere açıklığını on madde, dışadönüklükleri için sekiz, uyumluluklarını ölçmek için dokuz, duygusal dengesizlikleri için sekiz, sorumluluklarını ölçmek için dokuz olmak üzere toplamda 44 maddeden oluşmaktadır. Bu maddeleri 1'den (kesinlikle katılmıyorum) 5'e (kesinlikle katılıyorum) kadar derecelendirerek değerlendirmektedirler. (Tan ve Yang, 2014).

### **1.2.5 On maddeli kişilik envanteri**

Beş kişilik faktörünü ölçmek için çeşitli araçlar geliştirilmiştir. Bunlardan en kapsamlısı 1992 yılında Costa ve McCrae (1992b) tarafından geliştirilmiş olan 240 maddeli NEO kişilik envanteridir. Bu envanter daha sonra yeniden düzenlenerek 60 maddeye indirilmiştir. Her bir boyut için altı alt boyut belirlenmiştir. Tamamlanması yaklaşık 45 dakika sürdüğü için araştırmalarda kullanımı pek tercih edilmemektedir. Bunun yerinde daha kısa sürede tamamlanan diğer araçlar tercih edilmektedir. Bunlardan en sık kullanılanları 44 maddeli Big-Five Inventory (BFI), 60 maddeli NEO Beş Faktör Envanteri (NEO-FFI) (Costa ve McCrae, 1992b) ve Goldberg'ın 100 özellik tanımlayıcı sıfatından (TDA) oluşan aracıdır. John ve Srivastava (1999) bu kişilik belirleme araçlarının sırasıyla (BFI, NEO-FFI, TDA) yaklaşık 5, 15 ve 15 dakikada tamamlandığını belirlemişlerdir. Daha kısa sürede tamamlanabilen bir araca ihtiyaç duyulduğu için Saucier (1994) Goldberg'ın 100 maddeli çalışmasını düzenleyerek 40 maddeli bir ölçek geliştirmiştir (Gosling ve diğ. 2003).

John ve Srivasta tarafından 1999 yılında geliştirilen Big Five Envanteri (BFI) kişilik özelliklerini ölçmeden kullanılan ölçeklerden biridir. Bu envantere kişilerin yeniliklere açıklığını on madde, dışadönüklükleri için sekiz, uyumluluklarını ölçmek için dokuz, duygusal dengesizlikleri için sekiz, sorumluluklarını ölçmek için dokuz olmak üzere toplamda 44 maddeden oluşmaktadır. Bu maddeleri 1'den (kesinlikle katılmıyorum) 5'e (kesinlikle katılıyorum) kadar derecelendirerek değerlendirmektedirler. (Tan ve Yang, 2014).

Literatürdeki kişilik özelliklerini ölçen araçlardan biri de 2003 yılında Gosling tarafından geliştirilen On Maddeli Kişilik Envanteri (Ten-Item Personality Inventory)'dir. Çalışma için kısıtlı bir zaman olduğundan araştırmacılar Beş Büyük kişilik boyutlarının ölçümünde kısa ölçüm envanterlerini kullanmak durumunda kalmaktadırlar veya ölçüm yapmamaktadırlar. Bu ihtiyacı karşılamak için Gosling ve arkadaşları tarafından 2003 yılında yapılan çalışmada 10 maddeli kişilik envanteri geliştirilmiştir. Kısa ölçümlere ihtiyaç duyulan, kişilik faktörlerinin araştırmanın temelinde yer almadığı çalışmalarda tercih edilmektedir. Bu envanter geliştiriliyorken her bir boyutu tanımlayan sıfatlar değerlendirilerek aşırı, eksik anlatıma sebep olabilecek, fazlalık olanlar ayıklanmıştır. Oluşturulan envanterde maddelerin uzunluğu ve karmaşıklığı azaltılarak kolayca anlaşılabilir hale getirilmiştir (Gosling ve diğ. 2003).

Çalışmanın son halinde envanter beş büyük kişilik faktöründen her biri için iki madde olmak üzere toplamda on maddeden oluşmaktadır. Her bir maddede kişinin kendisini nasıl gördüğü ile ilgili ortak anlam içeren ve birbirleriyle virgülle ayrılmış iki adet tanımlayıcıdan oluşur. Kişiler bu maddeleri 7 derecelmeli Likert Ölçeği ile (1) Kesinlikle katılmıyorum'dan (7) Kesinlikle katılıyorum ile değerlendirmektedirler. (Gosling ve diğ. 2003).

On maddeli kişilik ölçeğinin temel faydalarından biri kişilik özelliklerinin beş faktörünün ölçümünün çalışmalardaki kapsamını genişletmiştir. Saucier (1994) 40 maddelik envanterini kullandığı çalışmada, bu kısa envanter uygulamasının çalışmanın kısıllığının ön planda olduğu çalışmalarda uygulanabilirliği sebebiyle, Beş Faktör uygulamasının çalışmalarda kullanım alanının genişleyeceğini belirtmiştir. Revize edilmiş NEO-PI (NEO-PI-R) envanterinden çok daha kısa sürede tamamlanabilen BFI, NEO-FFI, Saucier'in uygulamaları gibi kişilik uygulamaları geliştirilse de, araştırmacıların psikometri özelliklerin daha az ön planda olduğu çalışmalarında, on maddeli kişilik envanteri Gosling ve diğ. (2003) tarafından potansiyel bir araç olarak önerilmiştir. Araştırmalarda kullanılan standart bir ölçüm aletinin olmaması durumunda araştırmacılar kendi ölçüm metotlarını geliştirmek zorunda kalıyorlar ve bu nedenle bir başkasının yaptığı çalışmalardan faydalanamamaktadırlar. On maddeli kişilik envanteri kullanımının ikinci avantajı araştırmacılar tarafından standart bir ölçüm aleti olarak kullanılabilir olmasıdır. Ayrıca kısa ölçüm metotları, ölçeklerde gereksiz maddelerin olmasını engellemekte,



katılımcıların sıkılmalarını azaltmakta ve aynı soruya tekrar tekrar cevap vermeleri sebebiyle olan hayal kırıklığını ortadan kaldırmaktadır. (Gosling ve diğ. 2003).

Tüm bu avantajlarının yanında bu envanteri uygulamak beraberinde bazı sınırlamaları da getirmektedir. Kısa bir ölçüm metodu olması sebebiyle diğer envanterlere göre daha az güvenilirdir. İkinci sınırlaması boyutların ölçümünde derinlemesine ve detaylı bilgi verememesidir. Bunun için NEO-PI-R gibi 240 maddeden oluşan bir envanterin kullanılmasına ihtiyaç duyulmaktadır.

#### **1.2.6 Kişilik özellikleri ve Facebook kullanımı**

İnternet ve uygulamalarının kullanımı yaygınlaştıkça, beş büyük faktör modeli kullanılarak kişilik özelliklerinin internet kullanımı üzerindeki etkisini araştıran birçok çalışma yapılmıştır (McCrae ve Costa, 1997).

Ross ve diğ. (2009) yapmış oldukları çalışmada kişilik özelliklerinden beş faktörün Facebook kullanımı üzerinde olan etkisini araştırmışlardır. Çalışmada Southwestern Ontario'daki bir üniversiteden yaş ortalaması 21.69 olan 15 erkek ve 82 kadın olmak üzere 92 öğrenci yer almıştır. Yapılan çalışmada yüksek derecede dışa dönük olanların Facebook'u daha sık kullandıkları ve sitenin iletişim kurmayı sağlayan özelliklerinin daha fazla kullanıldığı hipotez edilmiştir. Yüksek derecede duygusal dengesizlik, Facebook'ta daha fazla kişisel bilgi paylaşımı yapmak, sitede daha fazla zaman harcamak, özel mesajları daha sık kullanmak ile hipotez edilmiştir. Yüksek derecede uyumluluk gösteren kişilerin daha fazla Facebook arkadaşına sahip olduğu, Facebook özelliklerine daha fazla aşina oldukları ve Facebook'u iletişim aracı olarak kullandıkları hipotez edilmiştir. Son olarak yüksek derecede sorumlu olmanın Facebook kullanımını sınırlandıracağı sınanmıştır.

Facebook kullanımı ile ilgili oluşturdukları 28 maddelik anket çevrimiçi olarak kullanıcılara gönderilmiştir. Ankette Facebook'ta geçirdikleri süre, arkadaş sayısı, en çok tercih edilen Facebook özellikleri, Facebook'u kullanma nedenleri gibi sorular ile kişilerin Facebook'a telefon numarası, mail adresi gibi kişisel bilgileri yollayıp yollamadıkları öğrenilmiştir. Kişilik özellikleri için ise sonuçlarının daha güvenilir olduğu düşünülen NEO-PI-R envanteri kullanılmıştır. Çalışmada katılımcıların %85'i Facebook hesabına sahipken, %79'u ise günde 10-60 dk. Facebook'u kullandıkları sonucuna ulaşmışlardır. Yüksek seviyede dışa dönük insanların, düşük seviyede dışa dönük insanlara göre daha fazla Facebook grubuna katıldığını

belirlemişlerdir. Ancak bu iki grubun Facebook kullanımında arkadaş sayısı, Facebook kullanım süreleri, Facebook iletişim araçları (mesajlaşma vb.) kullanımı yönünden anlamlı bir farklılık bulamamışlardır. Nevrotik kişilerin Facebook üzerinde mail adresi, telefon numarası gibi kişisel bilgilerin paylaşımı ile bir alakası bulunamamıştır; ancak yüksek derecede nevrotik kişilerin Facebook duvarını kullanmayı tercih ettiği, düşük derecede Nevrotik kişilerin ise profillerinde fotoğraf paylaşmayı tercih ettikleri görülmüştür. Bunun sebebinin nevrotik kişilerin kişisel bilgilerini paylaşırken kontrolcü olmayı tercih etmelerinden kaynaklanmaktadır. Çalışmada 97 kişilik verinin olması ve sadece yaş ortalaması 22 olan üniversite grubu öğrencilerini kullanarak diğer sosyal medya kullanan kişileri dahil etmemesi çalışmanın kısıtlarındandır (Ross ve diğ. 2009).

Amichai-Hamburger ve Vinitzky (2010) ise Ross ve arkadaşlarının yapmış olduğu bu çalışmayı İsrail Üniversitesi Ekonomi ve İş Yönetimi departmanından 237 lisans öğrencisi ile daha geniş bir örneklem kullanarak ile kısmen tekrarlamışlardır. Yapılan çalışmanın sonucunda ve yüksek seviyede dışa dönük insanların düşük seviyede dışa dönük insanlara göre daha fazla arkadaşla sahip olduklarını görmüşlerdir. Ancak beklentilerin tersine yüksek derecede uyumluluk ile Facebook'ta daha fazla arkadaş sayısına sahip olma arasında herhangi bir ilişki bulunmamıştır. Yüksek derece duygusal dengesizlik gösteren kişilerin Facebook profillerine düşük derecede nevrotik olanlara göre daha fazla fotoğraf yükledikleri görüşmüştür. Uyumluluğu yüksek olan kişilerin Facebook'ta daha fazla arkadaşla sahip olacağı hipotezleri test edildiğinde ise yüksek derece uyumlu kişiler ile düşük derecede uyumlu kişiler arasında arkadaş sayıları arasında bir fark bulunmamıştır. Çalışmanın bir diğer hipotezi olan yüksek derecede yeniliklere açık olan kişilerin Facebook'u bir iletişim aracı olarak kullanmaya ve özelliklerinden daha fazla yararlanmayı istedikleri için Facebook'un özelliklerini daha iyi bildikleri veriler tarafından da desteklenmiştir. Ayrıca yüksek derece sorumlu olan kişilerin düşük derecede sorumlu olan kişilere göre Facebook'ta daha fazla arkadaşla sahip oldukları görülmüştür.

Skues ve diğ. 2012 tarafından yapılan çalışmada Melbourne Metropolitan Üniversitesindeki 1.sınıfa giden psikoloji bölümü öğrencilerinin beş büyük kişilik özelliği ile özsaygı, yalnızlık ve narsisizmin Facebook üzerindeki etkisi araştırılmıştır. Çalışmaya katılan 548 öğrenciden %94'ünün Facebook hesabına sahip olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Anketlerde verilerinden %10'dan fazla olan anketler

çalışmaya katılmamıştır, bunun sonucu olarak veri sayısı 393'e inmiştir. Çalışmada Facebook kullanımını değerlendirmek için Ross ve diğ. 2009'da yaptıkları çalışmada kullanılan 28 maddelik anketten yararlanılmıştır. Beş faktör kişilik özelliklerinin belirlenmesinde ise diğer çalışmalardan farklı olarak Avustralya Kişilik Envanteri kullanılmıştır. Çalışma sonucunda kullanıcıların günde ortalama 66.15 dakika Facebook'ta geçirdikleri, bu sürenin günde 20 dk. ile 90 dk. arasında değişiklik gösterdiği ve kişilerin ortalama 349,97 arkadaşına ve 66.10 gruba sahip olduğu belirlenmiştir. En çok kullanılan Facebook özellikleri ise %35,1 ile Facebook duvarı, %18,3 mesajlaşma, %17,0 fotoğraf ve %15,0 ile etkinliklerdir. Yeniliklere açıklık ve yalnızlık özellikleri yüksek olan kişilerin daha fazla Facebook arkadaşı olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Ayrıca yeniliklere açıklık özelliği yüksek olan kişilerin diğer kişilere göre Facebook'ta daha fazla vakit geçirdikleri belirlenmiştir.

Kişilik özellikleri ve Facebook ile ilgili literatürdeki bir diğer çalışma ise Correa ve diğ. (2010) tarafından yetişkin Amerikalıların beş büyük faktör kişilik özelliği ve sosyal medya kullanımı arasındaki ilişkiyi belirlemek üzere yapmış olduğu çalışmadır. Diğer çalışmalardan farklı olarak bu çalışmada cinsiyet ve yaşın dinamik rolü de incelenmiştir. Bu çalışmanın sonucunda sosyodemografik özellikler ve yaşamdan tatmin olma kontrol değişkeni olarak tutulduğunda dışadönüklüğün ve yeniliklere açık olmanın sosyal medya kullanımı ile pozitif olarak ilişkili olduğu bulunmuştur. Bu bulguların kişinin yaşına ve cinsiyetine göre değişiklik göstermektedir. Öyle ki dışa dönük erkek ve kadınların ikisi de sosyal medyayı sıkça kullanırken, sadece yüksek derecede duygusal dengesizlik gösteren erkeklerin daha düzenli kullanıcılar oldukları tespit edilmiştir.

Sorumluluk kişilik özelliği ile ilgili yapılan çalışmada ise, bu özelliğe sahip kişilerin çevrimiçi ortamlarda boş zaman aktivitelerinden çok akademik amaçlı çalışmalarda bulunduklarını göstermiştir (McElroy ve diğ. 2007). Yüksek derecede sorumluluk özelliğine sahip, çalışmayı seven kişilerin Facebook'u vakit kaybı olarak gördükleri ve bunu bir sonucu olarak Facebook'u daha az kullandıkları görülmüştür (Wolfradt ve Doll, 2001; Swickert ve diğ. 2002; Butt ve Phillips, 2008 ).

Duygusal dengesizlik gösteren kişiler, bu özellik sebebiyle sosyal ilişkileri olumsuz etkilenirken (Wehrli, 2008), çevrimiçi ortamlarda harcadıkları zaman ile pozitif bir ilişkisi olduğu sonucu ortaya çıkmıştır (McElroy ve diğ. 2007).

Açıklık özelliği yüksek olan kişilerin Facebook aracılığı ile çevrimiçi sosyal yaşamda yüksek katılım gösterdikleri görülmüştür (Moore ve McElroy, 2012).

Moore ve McElroy (2012) kişilik özelliklerinin Facebook kullanımı üzerindeki etkisini araştırmak için 219 lisans öğrencisinin katılımıyla bir çalışma gerçekleştirmişlerdir. Bu katılımcılardan 204 kişi Facebook hesabı bulunmaktadır. Katılımcılardan anketi tamamladıktan sonra vermiş oldukları verileri kontrol etmesi için araştırmacılarda birine arkadaşlık isteği göndermeleri istenmiştir; ancak 204 kişiden sadece 143 tanesi bunu yapmıştır. Bu yönüyle bu çalışma daha önce incelemiş olduğumuz araştırmalardan farklılık göstermektedir. Bir başka farklılık ise kişilik özelliklerinin ölçümünde Goldberg ve arkadaşları tarafından 2006 yılında geliştirilen 50 maddelik uluslararası kişilik madde havuzunun kullanılmasıdır.

Çalışmada kurulmuş olan hipotezlerden ilki dışa dönüklüğün Facebook'ta daha fazla zaman geçirme, daha sık kullanma, duvarlarda daha fazla bilgi ve foto paylaşma, daha fazla arkadaşla sahip olma ve gönderilerinden daha az pişman olma ile ilişkisi olduğudur. Uyumluluğun Facebook'u daha az kullanma, başkalarıyla ilgili daha az duvar gönderisi paylaşma ve Facebook aktivitelerinden dolayı daha fazla pişman olmak ise ikinci hipotezdir. Yüksek derecede sorumluluğa sahip olan kişilerin Facebook'u daha az kullanacağı, daha az arkadaşı olacağı, daha az fotoğraf paylaşacağı ve daha fazla pişmanlık göstereceğidir. Duygusal dengesizlik ile Facebook'ta daha az vakit geçirme, daha az arkadaşla sahip olma ve daha az pişmanlık ile ilişkisi olduğu ise bir başka hipotezdir. Son olarak yeni deneyimlere açık olmak Facebook'ta daha fazla zaman harcamak, daha sık kullanmak, daha fazla duvar gönderisinde yer almak ve daha az pişmanlık duymak arasında ilişki olduğu hipotezi kurulmuştur (Moore ve McElroy, 2012).

Çalışmanın sonucunda kadınların erkeklere göre daha fazla Facebook arkadaşına sahip oldukları, kendileri hakkında daha fazla gönderi ve fotoğraf yayınladıkları görülmüştür. Yüksek derecede uyumluluk özelliği gösteren kişilerin düşük derecede uyumlu kişilere göre Facebook üzerinde daha fazla kişisel bilgi paylaştıkları sonucuna ulaşmıştır. Beklenmedik bir sonuç olarak, dışadönük bireylerin mevcut ilişkilerini devam ettirmek için içedönük bireylere göre daha az Facebook kullandıkları sonucuna ulaşmıştır. Dışadönüklük ile Facebook üzerinde harcanan zaman, paylaşılan fotoğraf sayısı ya da duvarlarında paylaştıkları gönderi sayısı

arasında anlamlı bir ilişki bulunamamıştır. Yüksek derecede sorumluluk duyan kişilerin daha az duvar gönderisi paylaştığı görülmüştür; ancak Facebook'ta harcanan zaman, kullanım sıklığı, arkadaş sayısı ve fotoğraf sayısı ile ilgili anlamlı bir ilişki bulunamamıştır. Aynı şekilde açıklık ile Facebook kullanımı ve içeriği arasında anlamlı bir etki görememişlerdir. Duygusal dengenin Facebook'ta harcanan zaman üzerinde negatif bir etkisi olduğu, kişilerin Facebook üzerinden diğer kişilerle olan ilişkilerini sürdürme üzerinde pozitif olarak ilişkisi olduğu görülmüştür. Çalışmada birçok çalışmada kullanılmış olan NEO-PI-R yerine 50 maddelik uluslararası kişilik madde havuzunun kullanılması ve çalışmanın ikinci aşamasında 61 katılımcının kaybedilmesi çalışmanın sınırlamalarındandır (Moore ve McElroy, 2012).

### **1.2.7 Kişilik ve boş zaman aktiviteleri**

Kişilik özelliklerinin boş zaman aktiviteleri ile olan ilişkisini araştırmak için literatürde birçok çalışma bulunmaktadır. Lu ve Hu (2005) Tayvan'daki 10 üniversiteden 453 kişiyle yaptığı çalışmada 423 geçerli veri elde etmiştir. Hazırlanan anket demografik bilgiler, kişilik özellikleri, boş zaman faaliyetlerine katılım, mevcut durumlarında duydukları tatmin miktarı ve mutluluk olmak üzere beş kısımdan oluşmaktadır. Çalışmada boş zaman aktiviteleri hobiler (resim yapma, müzik aleti çalma vb.), spor yapmak (yüzme, futbol vb.), sosyal (kulüpler, arkadaşlarla sohbet) ve indoor(TV izleme vb.) olmak üzere dört kısımda incelenmiştir. Mutluluk için Çin Mutluluk Envanterinden yararlanılmıştır. Çalışma sonucunda dışadönük kişilik özelliğinin neredeyse tüm boş zaman aktivitelerine katılım ile anlamlı bir ilişkisi olduğu görülmüştür. Duygusal dengesizlik özelliğinin ise boş zaman aktiviteleri ile neredeyse hiç ilişkisi bulunmadığı sonucuna ulaşmıştır.

Dışadönük insanların takım sporları ve kulüplerde daha fazla zaman geçirdikleri, gürültülü partileri ve dans etmeyi tercih ettikleri belirlenmiştir (Argyle ve Lu, 1990). Kişilere en son gerçekleştirdikleri sosyal aktiviteler sorulduğunda dışa dönük kişilerin genel olarak sosyal etkinliklerden ve spordan bahsederken; içe dönük kişilerin kitap okuma, TV izleme gibi faaliyetleri gerçekleştirdiklerini görmüşlerdir (Argyle ve Lu, 1992). Dışa dönük insanların takım sporları gibi rekabetçi etkinliklerden hoşlanmaktadır (Furnham, 1981; Hills ve Argyle, 1998).

Jopp ve Hertzog (2010) kişilik özellikleri ve boş zaman aktiviteleri ile ilgili şu sonuçlara ulaşmıştır; (1) uyumlu kişilerin TV izlemeyi, dini etkinlikleri, deneysel

aktiviteleri sevdikleri, ancak el sanatları, fiziksel ve geliştirici aktivitelerden hoşlanmadıkları sonucuna, (2) açık insanların dinsel aktivitelerden hoşlanmadıklarını, ancak geliştirici etkinlikleri ve teknolojiyi sevdikleri.

### **1.3 Hipotez**

Yapılan bu çalışmada kişilik özellikleri ve Facebook kullanımı, kişilik özellikleri ve boş zaman aktiviteleri ve Facebook kullanımı ile boş zaman aktiviteleri arasındaki olası ilişkiler araştırılmıştır. Bunun yanı sıra kişilerin öğrencilik durumları (lisans öğrencisi, yüksek lisans/doktora öğrencisi ve öğrenci değil) ile Facebook kullanımı arasında bir farklılık olup olmadığını araştırıyoruz. Bu çalışma için dört hipotez geliştirilmiştir.

1. Farklı kişilik özellikleri kişilerin Facebook kullanımını etkilemektedir.
2. Farklı kişilik özellikleri kişilerin boş zaman aktivitelerini etkilemektedir.
3. Farklı Facebook kullanımları boş zaman aktivitelerini etkilemektedir.
4. Farklı öğrencilik durumları kişilerin Facebook kullanımlarını etkilemektedir.

## **2. METOT**

### **2.1 Katılımcılar**

Çalışmaya Türkiye’de Facebook sosyal ağ sitesini kullanan kişiler katılmıştır. Katılımcılar hazırlanmış olan anket, Facebook, LinkedIn, Twitter ve İstanbul Teknik Üniversitesi duyuru sistemi kullanılarak e-mail yolu ile paylaşıma açılmıştır. Çalışmaya 556 kişi katılmış olup, bunlardan 552 kişinin (315 kadın, 237 erkek) verisi geçerli olmuştur. 552 kişiden 189 kişi lisans öğrencisi, 189 kişi yüksek lisans ve doktora öğrencisi, 174 kişi ise öğrenci değildir.

### **2.2 Araştırma Yolu**

Kuo ve Tang’in 2014 yılında Tayvanlı öğrenciler ile kişilerin Facebook kullanımı, kişilik özellikleri ve boş zaman aktiviteleri arasındaki olası ilişkileri araştıran çalışması, yapmış olduğumuz çalışma için temel görevi görmektedir. Yapmış olduğumuz bu çalışmada da Kuo ve Tang’in araştırmalarında kullanmış olduğu anketi Türkçe’ye çevirerek kullandık.

Anket kişilerin demografik bilgileri (7 soru), kişilik özellikleri (10 soru), Facebook kullanımları (10 soru) ve boş zaman aktiviteleri (6 soru) ile ilgili bilgi toplayan dört kısımda ve toplamda 33 sorudan oluşmaktadır.

Anketin demografik veri kısmında kişilerin yaşı, cinsiyeti, öğrencilik durumu (lisans, yüksek lisans/doktora, öğrenci değil), çalışıp çalışmadığı (Evet/Hayır), çalışıyor ise hangi sektörde çalıştığı ile ilgili bilgi toplanmıştır.

Kişilik özelliklerin ölçümünde ise 10 maddeli kişilik ölçeği (Correa ve diğ. 2010; Gosling ve diğ. 2003) kullanılarak kişilerin açıklık, uyumluluk, sorumluluk, duygusal denge ve dışa dönüklük olmak üzere beş büyük kişilik özelliği ölçülmüştür. Bunun seçilmesinin sebebi çok kısa bir sürede tamamlanabiliyor olmasıdır. Her bir özellik ikişer tanımlayıcı sıfattan oluşan iki maddenin (1) kesinlikle katılmıyorum, (7) kesinlikle katılıyorum olmak üzere 7’li likert ölçeği ile değerlendirilmiştir.

“Dışadönük, istekli” ve “içedönük, sessiz” maddeleri ile kişilerin dışadönüklük özelliği; “sempatik, sıcakkanlı” ve “eleştirici, geçimsiz” maddeleri ile uyumluluk özelliği ölçülmüştür. “Güvenilir, disiplinli” ve “dağınık, dikkatsiz” maddeleri ile sorumluluk özelliği ölçülmüştür. “Sakin, duygusal olarak dengeli” ve “endişeli, kolay üzülen” özellikleri ile duygusal denge özelliği ve “yeni deneyimlere açık, karmaşık” ve “geleneksel, yaratıcı olmayan” özellikleri ile açıklık özelliği değerlendirilmiştir.

Facebook kullanımı ölçmek için Kuo ve Tang tarafından 2014 yılında geliştirilmiş olan anketten yararlanılmıştır. Bu anket oluşturulurken Ellison ve diğ. (2007) yılında geliştirmiş oldukları Facebook yoğunluk ölçeği, Ross ve diğ. (2009) tasarlamış olduğu 28 maddeli Facebook kullanımı, davranışları ve kullanıcı profilleri anketi ile Ryan ve Xenos (2011) tarafından tasarlanan 18 maddeli Facebook kullanımı ve tercih edilen Facebook özellikleri anketi değerlendirilerek oluşturmuştur. Buna göre Facebook yoğunluk ölçeği kullanılarak Facebook’u ne zamandan beri kullandıkları (1: <1 ay, 2: 1–6 ay, 3: 6-12 ay, 4: 1–2 yıl, 5: 2–3 yıl, 6: >3 yıl), günlük Facebook kullanım süresi (1: <10 dk., 2: 10-30 dk., 3: 31-60 dk., 4: 1-2 sa., 5: 2-4 sa., 6: >4 sa.), haftalık Facebook kullanma süresi (1: <2.5 sa., 2: 2.5 – sa., 3: 5-10 sa., 4: 10-20 sa., 5: 20-40 sa., 6: >40 sa.), Facebook arkadaş sayısı (1: <10, 2: 10-50, 3: 51-100, 4: 101-200, 5: 201-300, 6: >300), Facebook fotoğraf sayısı (1: <50, 2: 50-100, 3: 101-200, 4: 201-300, 5: 301-400, 6: >400), Facebook grup sayısı (1: <5, 2: 5-10, 3: 11-20, 4: 21-40, 5: 41-60, 6: >60) verileri ölçülmüştür. Facebook kullanımının davranışsal ölçümü ise “Facebook günlük faaliyetlerimin bir parçasıdır.”, “Uzun süre Facebook kullanmazsam kendimi eksik hissederim.”, “Başkalarına Facebook hesabım olduğunu söylemek hoşuma gider.”, “Kendimi Facebook topluluğunun bir parçası gibi hissediyorum.” sorularının 1: kesinlikle katılmıyorum, 5: kesinlikle katılıyorum olmak üzere 5’li Likert ölçeği kullanılarak yapılmıştır.

Boş zaman aktivitelerinin sınıflandırılması literatür araştırmasında görüldüğü üzere farklı şekillerde yapılmıştır. Yapılan bu çalışmada yine Kuo ve Tang (2014) tarafından yapılmış olan boş zaman aktivite sınıflandırması kullanılmıştır. Buna göre boş zaman aktiviteleri takım sporları (futbol, basketbol, voleybol vb.), fitness aktiviteleri (yüzme, koşu, yoga, pilates vb.), outdoor aktiviteleri (bisiklet, dağcılık, kampçılık vb.), dinlenme aktiviteleri (alışveriş, TV/sinema izleme, arkadaşlarla buluşma, çevrimiçi oyunlar oynama vb.), entelektüel aktiviteler (okuma, yazma vb.)



ve sanatsal aktiviteler (müzik, resim yapma vb.) olmak üzere altı kategoride değerlendirilmiştir. Kişilerin bu aktivitelere katılımlarının gerçek zamanlı değerlerini toplamak yerine, yine Ellison (2007)'ın Facebook yoğunluk ölçeğine benzer şekilde sınıflandırılarak “1 = Katılım göstermiyorum, 2 = Günde 1-9 dk., 3 = Günde 10-30 dk., 4 = Günde 31-60 dk., 5 = Günde 1-2 saat, 6 = Günde 2-4 saat, 7 = Günde 4 saatten fazla” olacak şekilde 7’li Likert ölçeği kullanılarak ölçülmüştür. Çalışmada kullanılan anket Ek A’da verilmiştir.

### **2.3 Prosedür**

Hazırlanan anket İstanbul Teknik Üniversitesi’ne ait olan veri ve istatistik merkezinin web sitesinde çevrimiçi olarak oluşturularak Facebook, Twitter ve LinkedIn ile İstanbul Teknik Üniversitesi duyuru sistemi ile mail yoluyla kullanıcılara paylaşımına açılmıştır. Ankete toplam 556 kişi katılmış olup, bunlardan 552 tanesi geçerli veri setine sahiptir. SPSS programı kullanılarak veri setlerine tanımlayıcı istatistik, faktör analizi, bağımsız t testi ve ANOVA analizleri uygulanmıştır.

Kişilik özelliklerinin ölçümünde kullanılmış olan 10 maddeli kişilik ölçeği, her bir kişilik özelliği için biri standart anlam diğeri ise zıt anlam taşıyan iki madde kullanılmıştır. Bu nedenle zıt anlamda olan maddelerin Likert ölçeğindeki skorları ters dönüştürülerek kaydedilmiş olup (örneğin; 4 skoru verilen bir madde 3’e dönüştürülmüştür). Daha sonra her bir kişilik özelliğinin skoru, o kişilik özelliğinin olumlu maddesinin değeri ile dönüştürülmüş olan değerinin ortalaması alınarak belirlenmiştir (Gosling ve diğ. 2003).



### 3. SONUÇ VE ÖNERİLER

Yapılmış olan bu çalışmada Türkiye’deki bireylerin kişilik özellikleri, Facebook kullanımı ve boş zaman aktiviteleri arasındaki olası ilişkiler araştırılmıştır. Bunun için hazırlanmış olan anket demografik veriler, Facebook kullanımı, kişilik özellikleri ve boş zaman aktiviteleri olmak üzere dört kısımdan oluşmaktadır.

Facebook kullanımı kısmının güvenirlik analizi yapıldığında Cronbach Alpha değeri 0.830 olarak hesaplanmıştır. Kişilik özellikleri kısmının güvenirlik analizi ise her bir kişilik özelliği için ayrı ayrı hesaplanmıştır. Buna göre dışa dönüklük için 0,826, uyumluluk için 0,407, sorumluluk için 0,523, duygusal denge için 0,274 ve açıklık için 0,394 olarak belirlenmiştir. Gosling ve arkadaşlarının yaptığı çalışmada da bu değerler düşük çıkmıştır. Bu nedenle test- tekrar test uygulanmıştır. Değerlerin düşük olmasının nedeni olarak az maddeden oluşması gösterilmiştir.

#### 3.1 Demografik Sonuçlar

Sosyal ağlar ve mail yolu ile duyurulan anketler, 556 kişi tarafından çözülmüştür. 4 kişi anket verilerini tam olarak girmedikleri için geçerli olan veri sayısı 552’dir. Çizelge 3.1’deki anket demografik verileri incelendiğinde katılımcıların yaşlarının 18 ile 67 arasında değiştiği görülmektedir, yaş ortalaması ise 27,25’tir. Katılımcıların %42,9’u kadın, %57,1’i ise erkektir. Katılımcıların öğrenim durumları incelendiğinde ise %34,2’si (189 kişi) lisans öğrencisi, %34,2’si (189 kişi) yüksek lisans/doktora öğrencisi ve %31,2’si ise (174 kişi) öğrenci değildir.

**Çizelge 3.1 : Anket demografik veriler.**

| Demografik Veriler     | N   | %    |
|------------------------|-----|------|
| Cinsiyet               |     |      |
| Kadın                  | 315 | 42,9 |
| Erkek                  | 237 | 57,1 |
| Eğitim Durumu          |     |      |
| Lisans                 | 189 | 34,2 |
| Yüksek Lisans/ Doktora | 189 | 34,2 |
| Öğrenci değil          | 174 | 31,5 |

Çizelge 3.2’de Facebook kullanım anketinin sonuçları incelendiğinde katılımcıların %89,5’i Facebook’u üç yıldan daha uzun bir süredir kullandığı görülmüştür. Günlük kullanma süreleri incelendiğinde ise katılımcıların %31,3’ünün Facebook’u günde 10 ile 30 dk. arası kullandığı görülmüştür. %25,4’ü günde 10 dk.’den daha az Facebook kullanırken, kullanıcıların sadece %3,4’ü günde 4 saatten fazla Facebook kullanmaktadır. Haftalık kullanım süresi incelendiğinde %38,2’si 2,5 saatten az kullanmaktadır (N=211). %23,2’si haftada 2,5 ile 5 saat arası Facebook kullanırken, %17,9’u haftada 5 ile 10 saat arası kullanmaktadır. Kullanıcıların %57,1’i 300’den fazla arkadaş sayısına sahiptir (N=315). Katılımcıların %38,6’sı Facebook’ta 50’den daha az fotoğrafa sahiptir ve kullanıcıların %34,6’sı 5’ten daha az gruba üyedir.

Çizelge 3.3’teki Facebook’un davranışsal kullanımı incelendiğinde kullanıcıların çoğunluğu (%32,1) “Facebook’u günlük faaliyetlerimin bir parçası olarak görüyorum” yargısına katılıyorum cevabını vermiştir. “Facebook’u uzun süre hissetmezsem kendimi kayıp hissederim.” yargısına katılımcıların %44,2’si “Kesinlikle katılmıyorum” cevabını verirken %29’u ise “Katılmıyorum” seçeneğini seçmiştir. Katılımcıların büyük çoğunluğu “Facebook hesabım olduğunu söylemekten gurur duyarım.” ve “Kendimi Facebook topluluğunun bir parçası olarak görüyorum.” yargısına katılmamaktadır.

Çizelge 3.4’teki kişilik özellikleri anketinin sonuçlarını incelediğimizde dışa dönüklük kişilik özelliği ortalaması 4,95 olup, standart sapması 1,61 çıkmıştır. Uyumluluk özelliğinin ortalaması 5,26, standart sapması 1,182’dir. Sorumluluk özelliğinin ortalaması 5,31, standart sapması 1,29’dur. Duygusal denge özelliğinin ortalaması 4,33 olup, standart sapması 1,30’dur. Açıklık özelliğinin ise ortalaması 5,00 olup, standart sapması 1,27’dir.

Çizelge 3.5 ve Çizelge 3.6’da kişilerin boş zaman faaliyetlerine katılım durumları gösterilmiştir. Buna göre en yüksek ortalamaya sahip olan aktivitenin TV veya sinema filmi izleme, arkadaşlarla sohbet, çevrimiçi sohbet, çevrimiçi oyun oynama gibi etkinlikleri kapsayan dinlenme aktivitesi olduğunu görüyoruz (M=4,95 SD=1,443). En düşük ortalamaya sahip olan aktivite ise (M=1,29 SD=0,851) takım sporlarına katılımdır. Katılımcılardan %86,1’i takım sporlarına katılım göstermemektedir.

**Çizelge 3.2 : Facebook kullanım frekansları.**

| Facebook Kullanım Ölçütleri                |                  | N   | %    |
|--------------------------------------------|------------------|-----|------|
| Facebook<br>Kullanım<br>Süresi             | 1 aydan az       | 10  | 1,8  |
|                                            | 1-6 ay           | 5   | ,9   |
|                                            | 6-12 ay          | 8   | 1,4  |
|                                            | 1-2 yıl          | 15  | 2,7  |
|                                            | 2-3 yıl          | 20  | 3,6  |
|                                            | 3 yıldan fazla   | 494 | 89,5 |
| Günlük<br>Facebook<br>kullanım<br>süresi   | 10 dk.dan az     | 140 | 25,4 |
|                                            | 10-30 dk.        | 173 | 31,3 |
|                                            | 30-60 dk.        | 92  | 16,7 |
|                                            | 1-2 saat         | 87  | 15,8 |
|                                            | 2-4 saat         | 41  | 7,4  |
|                                            | 4 saatten fazla  | 19  | 3,4  |
| Haftalık<br>Facebook<br>kullanım<br>süresi | 2.5 saatten az   | 211 | 38,2 |
|                                            | 2,5-5 saat       | 128 | 23,2 |
|                                            | 5-10 saat        | 99  | 17,9 |
|                                            | 10-20 saat       | 71  | 12,9 |
|                                            | 20-40 saat       | 34  | 6,2  |
|                                            | 40 saatten fazla | 9   | 1,6  |
| Arkadaş<br>Sayısı                          | 10dan az         | 16  | 2,9  |
|                                            | 10-50            | 8   | 1,4  |
|                                            | 51-100           | 14  | 2,5  |
|                                            | 101-200          | 94  | 17,0 |
|                                            | 201-300          | 105 | 19,0 |
|                                            | 300den fazla     | 315 | 57,1 |
| Fotoğraf<br>sayısı                         | 50den az         | 213 | 38,6 |
|                                            | 50-100           | 101 | 18,3 |
|                                            | 101-200          | 82  | 14,9 |
|                                            | 201-300          | 43  | 7,8  |
|                                            | 301-400          | 27  | 4,9  |
|                                            | 400den fazla     | 86  | 15,6 |
| Grup<br>Sayısı                             | 5'ten az         | 191 | 34,6 |
|                                            | 5-10             | 161 | 29,2 |
|                                            | 11-20            | 105 | 19,0 |
|                                            | 21-40            | 55  | 10,0 |
|                                            | 41-60            | 21  | 3,8  |
|                                            | 60'dan fazla     | 19  | 3,4  |

**Çizelge 3.3 : Facebook davranışsal kullanım frekansları.**

| Facebook kullanım davranışları                              | N   | %    |
|-------------------------------------------------------------|-----|------|
| Facebook günlük faaliyetlerimin parçasıdır.                 |     |      |
| Kesinlikle katılmıyorum                                     | 83  | 15,0 |
| Katılmıyorum                                                | 112 | 20,3 |
| Kararsızım                                                  | 60  | 10,9 |
| Katılıyorum                                                 | 177 | 32,1 |
| Kesinlikle katılıyorum                                      | 120 | 21,7 |
| Uzun süre Facebook kullanmazsam kendimi kayıp hissederim.   |     |      |
| Kesinlikle katılmıyorum                                     | 244 | 44,2 |
| Katılmıyorum                                                | 160 | 29,0 |
| Kararsızım                                                  | 70  | 12,7 |
| Katılıyorum                                                 | 56  | 10,1 |
| Kesinlikle katılıyorum                                      | 22  | 4,0  |
| Facebook hesabım olduğunu söylemekten gurur duyarım.        |     |      |
| Kesinlikle katılmıyorum                                     | 325 | 58,9 |
| Katılmıyorum                                                | 146 | 26,4 |
| Kararsızım                                                  | 51  | 9,2  |
| Katılıyorum                                                 | 19  | 3,4  |
| Kesinlikle katılıyorum                                      | 11  | 2,0  |
| Kendimi Facebook topluluğunun bir parçası gibi hissediyorum |     |      |
| Kesinlikle katılmıyorum                                     | 238 | 43,1 |
| Katılmıyorum                                                | 139 | 25,2 |
| Kararsızım                                                  | 90  | 16,3 |
| Katılıyorum                                                 | 64  | 11,6 |
| Kesinlikle katılıyorum                                      | 21  | 3,8  |

**Çizelge 3.4 : Kişilik özellikleri tanımlayıcı istatistikleri.**

| Kişilik Faktörleri | Ortalama | Standart Sapma |
|--------------------|----------|----------------|
| Dışa dönüklük      | 4,9547   | 1,61288        |
| Uyumluluk          | 5,2618   | 1,18247        |
| Sorumluluk         | 5,3071   | 1,29301        |
| Duygusal denge     | 4,3333   | 1,30903        |
| Açıklık            | 4,9973   | 1,27217        |

Çizelge 3.6'ya göre ikinci en yüksek ortalamaya sahip olan aktivite entelektüel aktiviteler ( $M=4,62$   $SD=1,465$ ), üçüncü olarak artistik aktiviteler ( $M=3,06$   $SD=1,850$ ) ve sırasıyla fitness ( $M=2,22$   $SD=1,463$ ) ve outdoor aktiviteleri ( $M=1,38$   $SD=1,017$ ) gelmektedir. Kullanıcıların %40'ı outdoor, fitness ve takım sporları gibi fiziksel aktivitelere hiç katılım göstermemektedirler. Ancak %29,5'i günde 1-2 saat dinlenme aktivitelerine vakit ayırmaktadırlar. Bu sonuçlar Kuo ve Tang'in (2014)

Tayvanlı öğrenciler ile yaptıkları çalışma ile benzer bir sonuç göstermektedir. Tayvanlı öğrencilerin en fazla katılım gösterdiği aktivite dinlenme aktiviteleri olmuştur (kullanıcıların %41,5' i günde 1–4 saat, %26,3' ü günde 4 saatten fazla). Türkiye'deki bireylerin %36,8'i entelektüel aktivitelere günde 10 ile 60 dk. arası vakit ayırırken, öğrencilerin ise %37,8'i bu süreyi ayırırken; Tayvanlı öğrenciler için bu oran %59,5'tur. Türkiye'deki fiziksel aktiviteye katılmayan kişi oranı hem geneli için hem de öğrenciler için, Tayvanlı öğrenciler ile neredeyse aynıdır (Türkiye genel:%40, Türkiye öğrenci: %39,9, Tayvanlı öğrenci:%40).

Çalışmadaki hipotezlerden ilk ikisi “Farklı kişilik özellikleri kişilerin Facebook kullanımını etkilemektedir.” ve “Farklı kişilik özellikleri kişilerin boş zaman aktivitelerini etkilemektedir” hipotezleridir. Kişilik özelliklerinin Facebook kullanımı ve boş zaman aktiviteleri üzerindeki etkisini sınaması, o kişilik özelliğinin yüksek derecede ve düşük derecede olması durumundaki karşılaştırılması yapılmıştır. Kişilik özelliklerini yüksek ve düşük dereceli olarak belirlemek için öncelikle her bir kişilik özellik skorları büyükten küçüğe sıralanmıştır. Yapılan sıralamada ilk üçte birlik kısımdaki değerler, o kişilik özelliğinde yüksek derece özelliğine sahip olanları, sondaki üçte birlik kısım ise düşük derecede o kişilik özelliğine sahip kısmı belirlemede kullanılmıştır (Ross ve diğ. 2009; Kuo ve Tang, 2014). Kişilik özelliklerinin düşük ve yüksek olma durumları belirlendikten sonra hipotez 1 ve 2'yi sınamak için bağımsız t testi yapılmıştır. Hipotez 1 ve 3, kendi içlerinde her bir kişilik özelliği için toplamda 5 alt hipotez grubuna ayrılmıştır.

Çizelge 3.7'de yüksek ve düşük kişilik özellikleri ile Facebook kullanımının t değerleri verilmiştir. Pozitif t değeri, yüksek kişilik özelliği gösteren kişinin düşük kişilik özelliği gösteren kişiye göre daha yoğun olduğunu göstermektedir. Negatif t değeri ise düşük kişilik özelliği gösteren kişinin yüksek kişilik özelliği gösteren kişiye göre daha yoğun olduğunu göstermektedir.

Çizelge 3.7'deki sonuçları incelediğimizde yüksek seviyede dışadönük olan insanlar düşük derecede dışa dönük olan insanlara göre daha fazla Facebook'u günlük faaliyetlerinin parçası olarak görüyorlar, daha uzun süreden beri Facebook'u kullanıyorlar, daha fazla arkadaş ve fotoğraf sayısına sahipler.

**Çizelge 3.5 : Boş zaman aktiviteleri katılım frekansları.**

| Aktiviteler             | N   | %    |
|-------------------------|-----|------|
| Takım sporları          |     |      |
| Katılım göstermiyorum   | 475 | 86,1 |
| Günde 1-9 dk.           | 36  | 6,5  |
| Günde 10-30 dk.         | 16  | 2,9  |
| Günde 30-60 dk.         | 12  | 2,2  |
| Günde 1-2 saat          | 11  | 2,0  |
| Günde 2-4 saat          | 1   | ,2   |
| Günde 4 saatten fazla   | 1   | ,2   |
| Fitness Aktiviteleri    |     |      |
| Katılım göstermiyorum   | 272 | 49,3 |
| Günde 1-9 dk.           | 65  | 11,8 |
| Günde 10-30 dk.         | 106 | 19,2 |
| Günde 30-60 dk.         | 54  | 9,8  |
| Günde 1-2 saat          | 42  | 7,6  |
| Günde 2-4 saat          | 10  | 1,8  |
| Günde 4 saatten fazla   | 3   | ,5   |
| Outdoor Aktiviteleri    |     |      |
| Katılım göstermiyorum   | 460 | 83,3 |
| Günde 1-9 dk.           | 37  | 6,7  |
| Günde 10-30 dk.         | 23  | 4,2  |
| Günde 30-60 dk.         | 11  | 2,0  |
| Günde 1-2 saat          | 14  | 2,5  |
| Günde 2-4 saat          | 5   | ,9   |
| Günde 4 saatten fazla   | 2   | ,4   |
| Dinlenme Aktiviteleri   |     |      |
| Katılım göstermiyorum   | 13  | 2,4  |
| Günde 1-9 dk.           | 24  | 4,3  |
| Günde 10-30 dk.         | 49  | 8,9  |
| Günde 30-60 dk.         | 91  | 16,5 |
| Günde 1-2 saat          | 163 | 29,5 |
| Günde 2-4 saat          | 137 | 24,8 |
| Günde 4 saatten fazla   | 75  | 13,6 |
| Entelektüel Aktiviteler |     |      |
| Katılım göstermiyorum   | 20  | 3,6  |
| Günde 1-9 dk.           | 21  | 3,8  |
| Günde 10-30 dk.         | 75  | 13,6 |
| Günde 30-60 dk.         | 128 | 23,2 |
| Günde 1-2 saat          | 154 | 27,9 |
| Günde 2-4 saat          | 97  | 17,6 |
| Günde 4 saatten fazla   | 57  | 10,3 |



**Çizelge 3.5 (devam) : Boş zaman aktiviteleri katılım frekansları.**

| Aktiviteler           | N   | %    |
|-----------------------|-----|------|
| Sanatsal Aktiviteler  |     |      |
| Katılım göstermiyorum | 174 | 31,5 |
| Günde 1-9 dk.         | 71  | 12,9 |
| Günde 10-30 dk.       | 83  | 15,0 |
| Günde 30-60 dk        | 79  | 14,3 |
| Günde 1-2 saat        | 85  | 15,4 |
| Günde 2-4 saat        | 37  | 6,7  |
| Günde 4 saatten fazla | 23  | 4,2  |

**Çizelge 3.6 : Boş zaman aktiviteleri tanımlayıcı istatistik verileri.**

| Boş zaman aktiviteleri  | Ortalama | Standart Sapma |
|-------------------------|----------|----------------|
| Takım Sporları          | 1,29     | ,851           |
| Fitness Aktiviteleri    | 2,22     | 1,463          |
| Outdoor Aktiviteleri    | 1,38     | 1,017          |
| Dinlenme aktiviteleri   | 4,95     | 1,443          |
| Entelektüel aktiviteler | 4,62     | 1,465          |
| Sanatsal aktiviteler    | 3,06     | 1,850          |

Uyumluluk özelliğini incelediğimizde yüksek derecede uyumlu insanlar düşük derecedeki uyumlu insanlara göre daha fazla Facebook fotoğrafına sahip olduğu belirlenmiştir. Diğer Facebook kullanım davranışları bakımından yüksek derecede dışa dönük insanlarla düşük derecede uyumlu insanlar arasında anlamlı bir farklılık bulunmamaktadır.

Düşük sorumluluk özelliğine sahip bireylerin yüksek sorumluluk özelliği gösteren bireylere göre günlük ve haftalık olarak Facebook'ta daha fazla zaman geçirdikleri sonucuna ulaşılmıştır. Bunun açıklaması sorumluluk düzeyi yüksek olan bireylerin Facebook'u vakit kaybı olarak görmelerinden kaynaklanabilir.

Duygusal dengesi düşük olan bireylerin Facebook'ta günlük ve haftalık harcadıkları sürenin yüksek derecede duygusal dengeye sahip bireylere göre daha fazla olduğu; diğer Facebook davranışları açısından düşük ve yüksek seviyede duygusal dengeye sahip olmanın farklılık oluşturmadığı belirlenmiştir.

Açıklık özelliği incelendiğindeyse, yüksek derecede açıklık özelliği gösteren bireylerin düşük derecede açıklık özelliği gösterenlere göre daha fazla arkadaş sayısına sahip olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Açıklık özelliğinin derecesi diğer Facebook kullanım özellikleri bakımından bir farklılık göstermemektedir.

Çizelge 3.8’de düşük ve yüksek derecede kişilik özelliklerine sahip bireylerin boş zaman aktivitelerine göre t değerleri yer almaktadır. Bu çizelgedeki t değeri pozitif ise, yüksek derece ilgili kişilik özelliğine sahip bireyin düşük derecedeki aynı kişilik özelliğine sahip bireye göre daha fazla o aktiviteye zaman harcadığı söylenebilir.

Dışadönük özellikleri yüksek olan kişilerin fitness ve outdoor etkinliklerinde düşük derecede dışa dönük insanlardan daha fazla zaman harcadıkları belirlenmiştir. Uyumluluk özelliği yüksek olan kişilerin ise fitness ve sanatsal etkinliklerde düşük dereceli insanlara kıyasla daha fazla zaman harcadıkları; diğer etkinlikler açısından düşük ve yüksek dereceli uyumlu insanlar arasında bir fark olmadığı sonucu çıkmıştır. Sorumluluk özelliğinin düşük ve yüksek olması hiçbir boş zaman aktivitesi üzerinde farklılık yaratmamıştır. Duygusal denge özelliği yüksek olan kişilerin düşük olanlara kıyasla takım sporları ve fitness aktivitelerinde daha fazla zaman harcadıkları sonucu çıkmıştır; diğer etkinliklerde harcanan zaman açısından duygusal dengenin düşük ya da yüksek olması arasında bir fark çıkmamıştır. Açıklık özelliği yüksek olan kişilerin fitness; outdoor, entelektüel ve sanatsal etkinliklerde düşük olanlardan daha fazla zaman harcadıkları sonucu ortaya çıkmıştır.

Aynı çizelgeyi etkinlikler açısından incelediğimizde; dinlenme etkinliğinde harcanan zaman üzerinde düşük ve yüksek derecede kişilik özelliğe sahip olmanın bir fark yaratmadığı sonucu ortaya çıkmıştır. Benzer sonuca Kuo ve Tang’in (2014) yaptığı çalışmada da ulaşılmıştır. Bunun nedeni dinlenme etkinliklerinin kişilik özelliklerinden bağımsız olarak tüm bireylerin günlük yaşamının bir parçası olmasından kaynaklanabilir. Fitness etkinliği için sorumluluk kişilik özelliği hariç tüm kişilik özelliklerinde yüksek derecede olan bireyler düşük derecedekilere göre daha fazla zaman harcamaktadır. Takım sporları için harcanan zaman duygusal denge özelliği yüksek olanlarda düşük olanlara göre daha fazladır; diğer kişilik özellikleri için düşük ya da yüksek derecede olması arasında bir farklılık gözlenmemektedir. Outdoor etkinliklerinde dışadönüklük ile açıklık özelliği yüksek olanların düşük olanlara göre daha fazla zaman harcadıkları belirlenmiştir; diğer kişilik özellikleri için bir farklılık yoktur. Entelektüel aktivitelerde ise sadece açıklık özelliği yüksek olanlar düşük olanlara göre daha fazla zaman harcamaktadırlar. Sanatsal etkinliklerde ise uyumluluk ile açıklık özelliğinin yüksek derecede olması düşük derecede olanlara göre daha fazla zaman harcadıkları sonucunu çıkarmıştır.

Hipotez 3 ile Facebook kullanımının boş zaman aktiviteleri üzerinde olan olası etkileri araştırılmıştır. ANOVA kullanılarak farklı Facebook kullanım yoğunluklarının boş zaman aktiviteleri üzerinde etki yaratıp yaratmadığı araştırılmıştır ve sonuçlar Çizelge 3.9’da gösterilmiştir.

Sonuçları genel olarak incelediğimizde Facebook kullanımının takım sporları, outdoor, fitness ve entelektüel aktiviteler üzerinde bir etkisi görülmemektedir. Dinlenme aktivitelerine katılım Facebook fotoğraf sayısından anlamlı bir şekilde etkilenirken, arkadaş sayısı, fotoğraf sayısı, günlük ve haftalık kullanım süreleri ile Facebook’u ne zamandır kullanmış olduklarının bir etkisi yoktur. Sanatsal aktivitelere katılım ise fotoğraf sayısı ve grup sayısından etkilenmektedir. Facebook kullanım yoğunluklarından hangilerinin ilgili boş zaman aktivitesi üzerinde etkisi olduğunu belirlemek amacıyla çoklu karşılaştırma testleri (post hoc testleri) yapılmıştır. Çoklu karşılaştırma testlerinden “Tukey’s honestly significant difference” (Tukey’s HSD) metodu eşit varyansa sahip ortalamaların karşılaştırılmasında, Games-Howell ise eşit varyansa sahip olmayan ortalamaların karşılaştırılmasında (Kuo ve Tang, 2014) önerilmiştir. Çoklu karşılaştırma testleri sonucunda fotoğraf sayısı fazla olan insanların (301-400 > 50’den az) dinlenme faaliyetlerine daha fazla zaman harcadıkları belirlenmiştir. Benzer bir şekilde fotoğraf sayısı fazla olan bireylerin (400’den fazla > 50-100 > 50’den az) sanatsal aktivitelere daha fazla zaman harcadıkları belirlenmiştir.

Son olarak grup sayısı fazla olan bireylerin (60’dan fazla > 5’den az) sanatsal aktivitelere daha fazla zaman harcadıkları sonucuna ulaşılmıştır.

Çizelge 3.10’da ise öğrencilik durumunun Facebook kullanımı üzerindeki etkisinin ANOVA değerleri görülmektedir. Bu çizelgeye göre öğrenci olmayanların lisansüstü ve doktora öğrencilerine göre Facebook’ta günlük ve haftalık olarak daha fazla zaman harcadıkları sonucuna ulaşılmıştır. Ayrıca lisans öğrencilerinin lisansüstü ve doktora öğrencilerinden daha fazla arkadaş sayısına sahip olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Lisans öğrencilerinin, lisansüstü/doktora öğrencilerinden ve öğrenci olmayan kişilerden daha fazla gruba dahil oldukları belirlenmiştir.

**Çizelge 3.7 :** Kişilik özellikleri ve Facebook kullanımı için bağımsız t testi değerleri.

| Facebook Kullanım Yoğunluk Maddeleri                              | Dışa dönüklük | Uyumluluk | Sorumluluk | Duygusal denge | Açıklık |
|-------------------------------------------------------------------|---------------|-----------|------------|----------------|---------|
| Facebook günlük faaliyetlerimin bir parçasıdır                    | 2,231*        | 1,089     | -0,514     | -1,223         | -1,246  |
| Uzun süre Facebook kullanmazsam kendimi kayıp hissederim          | 1,29          | 0,498     | -1,099     | -0,948         | -0,933  |
| Başkalarına Facebook hesabımın olduğunu söylemekten gurur duyarım | 1,039         | 0,454     | -1,772     | -0,105         | -0,681  |
| Kendimi Facebook topluluğunun bir parçası gibi hissediyorum       | 1,488         | 1,084     | -0,829     | -0,745         | 0,5     |
| Facebook'u deneyimi                                               | 2,633**       | 1,183     | 0,318      | 1,382          | -0,516  |
| Günlük kullanma süresi                                            | 0,402         | 0,076     | -3,142**   | -2,703**       | -1,641  |
| Haftalık kullanma süresi                                          | 0,322         | -1,282    | -3,965***  | -3,057**       | -1,544  |
| Arkadaş sayınız                                                   | 4,513***      | 1,834     | 0,841      | -0,173         | 2,2*    |
| Fotoğraf sayınız                                                  | 4,858***      | 3,096**   | 1,123      | -0,87          | 1,099   |
| Grup sayınız                                                      | 0,814         | 0,417     | -1,857     | -1,179         | 1,959   |

**Çizelge 3.8 :** Kişilik özellikleri ve boş zaman aktiviteleri için bağımsız t testi değerleri.

| Boş Zaman Aktiviteleri | Dışa dönüklük | Uyumluluk | Sorumluluk | Duygusal denge | Açıklık  |
|------------------------|---------------|-----------|------------|----------------|----------|
| Takım Sporları         | -0,514        | -0,758    | -1,082     | 2,037*         | 0,244    |
| Fitness                | 4,067***      | 2,201*    | 1,75       | 2,464*         | 3,758*** |
| Outdoor                | 2,446*        | 0,105     | -0,984     | 1,178          | 2,731**  |
| Dinlenme               | -1,96         | 1,32      | -0,8       | -1,373         | 1,006    |
| Entelektüel            | 0,825         | 0,731     | 1,841      | 0,108          | 2,772**  |
| Sanatsal               | 0,916         | 2,465*    | 1,659      | -0,642         | 3,306**  |

\* p < .05., \*\* p < .01., \*\*\* p < .001.

**Çizelge 3.9 :** Facebook kullanımının boş zaman aktiviteleri üzerinde etkisinin ANOVA sonuçları.

| Facebook Kullanımı | Boş Zaman Aktivitesi | Levene | ANOVA |          |       |                                    |
|--------------------|----------------------|--------|-------|----------|-------|------------------------------------|
|                    |                      |        | Sig.  | F.       | Sig.  | Post Hoc                           |
| Fotoğraf Sayısı    | Dinlenme             | 0,879  | 0,495 | 2,489*   | 0,03  | 301-400 > 50'den az                |
| Fotoğraf Sayısı    | Sanatsal             | 1,403  | 0,221 | 6,496*** | 0     | 400'den fazla > 50-100 > 50'den az |
| Grup Sayısı        | Sanatsal             | 0,576  | 0,719 | 2,571*   | 0,026 | 60'dan fazla > 5'den az            |

\* p < .05.

\*\* p < .01.

\*\*\* p < .001.

**Çizelge 3.10 :** Öğrencilik durumunun Facebook kullanımı üzerine olan etkisinin ANOVA sonuçları.

| Facebook Kullanımı       | Levene | ANOVA |           |       |                                                         |
|--------------------------|--------|-------|-----------|-------|---------------------------------------------------------|
|                          |        | Sig.  | F.        | Sig.  | Post Hoc                                                |
| Günlük kullanım süresi   | 2,725  | 0,066 | 10,091*** | 0     | Öğrenci olmayanlar > Lisansüstü/doktora öğrencisi       |
| Haftalık kullanım süresi | 7,526  | 0,001 | 7,302**   | 0,001 | Öğrenci olmayanlar > Lisansüstü/doktora öğrencisi       |
| Arkadaş sayısı           | 7,629  | 0,001 | 3,029*    | 0,049 | Lisans öğrencisi > Lisansüstü/doktora öğrencisi         |
| Grup sayısı              | 1,004  | 0,367 | 14,434*** | 0     | Lisans öğrencisi > öğrenci olmayan > lisansüstü/doktora |

\* p < .05.

\*\* p < .01.

\*\*\* p < .001.

### 3.2 Yorumlar

2015'in ilk çeyreğinde yapılan açıklamaya göre Facebook'un 2014 yılı sonundaki aylık aktif kullanıcı sayısı 1 milyar 390 milyon iken, 2015'in ilk 3 ayında 51 milyon yeni kullanıcı kazanarak aktif hesap sayısı 1 milyar 441 milyona ulaştı (Teknoyo, 2015). Kurulduğu günden bu yana hızlı bir büyüme gösteren ve en çok kullanılan sosyal ağlardan olan Facebook birçok araştırmaya konu olmaya devam etmektedir.

Yapmış olduğumuz bu çalışmada kişilik, Facebook kullanımı ve boş zaman aktiviteleri arasındaki ilişkileri araştırdık. Daha fazla detay vermek gerekirse, kurulan hipotezler doğrultusunda beş kişilik faktörünün Facebook kullanımı ve boş zaman aktiviteleri olan etkisini, Facebook kullanımının boş zaman aktivitelerine olan etkisini ve son olarak öğrencilik durumlarının Facebook kullanımına olan etkisi araştırıldı. Aşağıdaki kısımda çalışma sonucunda elde edilen verilerin yorumlanması, konuyla ilgili daha önceden yapılmış olan çalışmalarla karşılaştırılması ve uygulama alanları tartışılacaktır.

İlk hipotez ile yüksek seviyede dışadönük olan insanların düşük derecede dışa dönük olan insanlara göre daha fazla Facebook'u günlük faaliyetlerinin parçası olarak gördükleri, daha uzun süreden beri Facebook'u kullandıkları, daha fazla arkadaş ve fotoğraf sayısına sahip oldukları görülmüştür. Diğer Facebook kullanım davranışları üzerinde yüksek derecede dışa dönük insanlarla düşük derecede dışa dönük insanlar arasında anlamlı bir farklılık bulunmamaktadır. Ross ve arkadaşlarının (2009) yapmış olduğu çalışmada bunun tam tersi olarak yüksek seviyede dışa dönük insanların, düşük seviyede dışa dönük insanlara göre daha fazla Facebook grubuna katıldığını belirlemişler; ancak bu iki grubun Facebook kullanımında arkadaş sayısı, Facebook kullanım süreleri, Facebook iletişim araçları (mesajlaşma vb.) kullanımı yönünden anlamlı bir farklılık bulamamışlardır. Amichai-Hamburger ve Vinitzky (2010)'nin çalışması ile yapmış olduğumuz çalışmanın sonuçları ise yüksek seviyede dışa dönük insanların düşük seviyede dışa dönük insanlara göre daha fazla arkadaşla sahip olması yönünden benzerlik göstermektedir.

Yüksek derecede uyumlu insanlar düşük derecedeki uyumlu insanlara göre daha fazla Facebook fotoğrafına sahip olduğu belirlenmiş; diğer Facebook kullanım davranışları bakımından yüksek derecede dışa dönük insanlarla düşük derecede

uyumlu insanlar arasında anlamlı bir farklılık bulunmamaktadır. Bu sonuç Amichai-Hamburger ve Vinitzky (2010)'in yapmış olduğu çalışmadan farklılık göstermektedir. Onlar uyumluluk derecesinin ile fotoğraf sayısı üzerinde anlamlı bir etkisini bulamamışlardır.

Düşük sorumluluk özelliğine sahip bireylerin yüksek sorumluluk özelliği gösteren bireylere göre günlük ve haftalık olarak Facebook'ta daha fazla zaman geçirdikleri belirlenmiş. Elde edilen bu sonuç konuyla ilgili Moore ve McElroy'un 2012 yılında yapmış oldukları çalışma ile benzerlik göstermektedir.

Duygusal dengesi düşük olan bireylerin Facebook'ta günlük ve haftalık harcadıkları sürenin yüksek derecede duygusal dengeye sahip bireylere göre daha fazla olduğu; diğer Facebook davranışları açısından düşük ve yüksek seviyede duygusal dengeye sahip olmanın farklılık oluşturmadığı belirlenmiştir. Yine Amichai-Hamburger ve Vinitzky (2010)'in yapmış olduğu çalışmada yüksek derece duygusal dengesizlik gösteren kişilerin Facebook profillerine düşük derecede nevrotik olanlara göre daha fazla fotoğraf yükledikleri görüşmüştür. Ayrıca McElroy ve arkadaşları (2007) duygusal dengesizliğin derecesi ile bireylerin çevrimiçi ortamlarda harcadıkları zaman ile pozitif bir ilişkisi olduğu sonucu ortaya çıkmıştır. Yapmış olduğumuz çalışmanın sonuçları bu yönüyle diğer çalışmalar ile benzerlik göstermektedir.

Açıklık özelliği incelendiğinde ise, yüksek derecede açıklık özelliği gösteren bireylerin düşük derecede açıklık özelliği gösterenlere göre daha fazla arkadaş sayısına sahip olduğu sonucuna ulaşılmış; diğer Facebook kullanım özellikleri bakımından bir farklılık görülmemiştir. Moore ve McElroy'un 2012 yılında yapmış oldukları çalışmada açıklık derecesinin Facebook kullanımı ve içeriği arasında üzerinde bir etkisini görememişlerdir. Çalışma sonuçları genel olarak yüksek derecede dışa dönük, düşük duygusal dengeye sahip ve yüksek derecede açıklık gösteren insanların Facebook üzerinde daha aktif olduğu sonuçlarıyla benzerlik göstermektedir (Correa ve diğ. 2010; Ryan ve Xenos, 2011, Kuo ve Tang, 2014).

Hipotez 2'de ise kişilik özelliklerinin kişilerin boş zaman aktiviteleri üzerindeki etkisi araştırılmıştır. Bunun sonucunda ise yüksek derecede dışadönük olan kişilerin fitness ve outdoor etkinliklerinde düşük derecede dışa dönük insanlardan daha fazla zaman harcadıkları belirlenmiştir. 2005 yılında Lu ve Hu tarafından yapılan çalışmada ise dışadönük kişilik özelliğinin neredeyse tüm boş zaman aktivitelerine

katılım ile anlamlı bir ilişkisi olduğu görülmüştür, bizde ise sadece outdoor ve fitness aktiviteleri üzerinde bir etkisi bulunmuştur. Bir diğer sonuç ise uyumluluk özelliği yüksek olan kişilerin ise fitness ve sanatsal etkinliklerde düşük dereceli insanlara kıyasla daha fazla zaman harcadıklarıdır. Bu sonuç Jopp ve Hertzog (2010)'un uyumlu kişilerin TV izlemeyi, dini etkinlikleri, deneysel aktiviteleri sevdikleri, ancak el sanatları, fiziksel ve geliştirici aktivitelerden hoşlanmadıkları sonucu ile çelişmektedir. Kuo ve Tang'de benzer olarak yüksek derecede dışa dönük olan kişilerin outdoor etkinlikleri üzerinde daha fazla zaman harcadıkları sonucunu bulmuştur.

Duygusal denge özelliği yüksek olan kişilerin düşük olanlara kıyasla takım sporları ve fitness aktivitelerinde daha fazla zaman harcadıkları sonucu çıkmıştır; diğer etkinliklerde harcanan zaman açısından duygusal dengenin düşük ya da yüksek olması arasında bir fark çıkmamıştır. Bu sonuç Lu ve Hu'nun duygusal dengesizlik özelliğinin ise boş zaman aktiviteleri ile neredeyse hiç ilişkisi bulunmadığı sonucu ile çelişmektedir. Kuo ve Tang'in duygusal denge özelliği yüksek olanların outdoor ve fitness etkinliklerine daha fazla zaman harcadıkları sonucu ile benzerlik göstermektedir.

Açıklık özelliği yüksek olan kişilerin fitness; outdoor, entelektüel ve sanatsal etkinliklerde düşük olanlardan daha fazla zaman harcadıkları sonucu ortaya çıkmıştır. Kuo ve Tang'in (2014) yapmış olduğu çalışmada da açıklık özelliği yüksek olan kişilerin takım sporları, fitness etkinlikleri, outdoor etkinlikleri ve sanatsal etkinliklere daha fazla vakit ayırdığı belirlenmiştir. Açıklık özelliğinin birçok etkinliğe katılımının fazla olması bu kişilerin yeni deneyimlere farklı alanlara olan ilgilileri, meraklı olmaları ile açıklanabilir. Diğer çalışmalardan farklı olarak takım sporları ile dışa dönüklük özelliğinin etkisi bulunamamıştır (Furnham, 1981; Hills ve Argyle, 1998; Jopp ve Hertzog, 2010; Lu ve Hu, 2005). Kuo ve Tang'de (2014) takım sporları ile dışa dönüklük arasında bir ilişki bulunamamıştır. Dinlenme etkinliğine katılım üzerinde kişilik özelliklerinin bir etkisi bulunmaması ise yapılmış olan literatür taraması ile benzerlik göstermektedir. Böyle bir sonucun elde edilmesinin sebebi bu etkinliğin kişilik özelliğinden bağımsız olarak insanlar tarafından gerçekleştirilmesi olabilir.

Hipotez 3 ile Facebook kullanımının boş zaman aktiviteleri üzerindeki etkisi araştırılmıştır. Buna göre Facebook kullanımının takım sporları, outdoor, fitness ve



entelektüel aktiviteler üzerinde bir etkisi görülmemektedir. Dinlenme aktivitelerine katılım Facebook fotoğraf sayısından anlamlı bir şekilde etkilenirken, arkadaş sayısı, fotoğraf sayısı, günlük ve haftalık kullanım süreleri ile Facebook'u ne zamandır kullanmış olduklarının bir etkisi yoktur. Sanatsal aktivitelere katılım ise fotoğraf sayısı ve grup sayısından etkilenmektedir. Çoklu karşılaştırma testleri sonucunda fotoğraf sayısı fazla olan insanların (301-400 > 50'den az) dinlenme faaliyetlerine daha fazla zaman harcadıkları; aynı şekilde fotoğraf sayısı fazla olan bireylerin (400'den fazla > 50-100 > 50'den az) sanatsal aktivitelere daha fazla zaman harcadıkları belirlenmiştir. Bunun açıklaması Facebook'ta fotoğraf sayısı fazla olan kişilerin sosyal medya üzerinde daha fazla vakit harcadığı varsayılarak, böylelikle dinlenme aktivitelerine olan katılım süresinin artmış olması olabilir. Fotoğraf sayısının fazla olması kişinin sanatsal faaliyetlere katılımını arttırabilir. Kuo ve Tang (2014) yapmış olduğu çalışmada Facebook kullanımının takım sporları, dinlenme etkinliklerinin ve fitness etkinliklerinin üzerinde etkisi olduğunu belirlemiştir. Yapmış olduğumuz bu çalışmada ise Facebook kullanımının takım sporları üzerinde herhangi bir etkisi bulunamamıştır.

Son olarak hipotez 4 ile öğrencilik durumunun Facebook kullanımı üzerindeki etkisi araştırılmıştır. Yapılan testlerin sonuçlarına göre öğrenci olmayanların lisansüstü ve doktora öğrencilerine göre Facebook'ta günlük ve haftalık olarak daha fazla zaman harcadıkları sonucuna ulaşılmıştır. Ayrıca lisans öğrencilerinin, lisansüstü ve doktora öğrencilerinden daha fazla arkadaş sayısına sahip olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Lisans öğrencilerinin, lisansüstü/doktora öğrencilerinden ve öğrenci olmayan kişilerden daha fazla gruba dahil oldukları belirlenmiştir. Bunun açıklaması olarak öğrenci olmayan kişilerin Facebook'ta harcayacak daha fazla zaman sahip olmaları düşünülebilir.

İlk üç hipotezin sonuçları incelendiğinde kişilik özellikleri, Facebook kullanımı ve boş zaman aktiviteleri ile ilgili olası ilişkiler belirlenebilir. Düşük derece dışa dönük, Facebook'ta 301-400 fotosu olan kişiler dinlenme aktivitelerine yüksek derecede dışa dönük insanlardan daha fazla vakit harcayabilirler. Yüksek sorumluluğa sahip ve yüksek derecede dışa dönük, Facebook'ta 400'den fazla fotoğrafa sahip ve 60'dan fazla grubu olan insanlar sanatsal aktivitelere daha fazla vakit harcayabilirler. Düşük derecede duygusal dengeye sahip, Facebook'ta 400'den fazla fotoğrafı bulunan ve 60'dan fazla gruba dahil olan insanlar sanatsal aktivitelere düşük duygusal deneye sahip

insanlara göre daha zaman harcayabilirler. Düşük derecede duygusal dengeye sahip, Facebook'ta 301-400 fotosu olan kişiler dinlenme aktivitelerine yüksek duygusal dengeye sahip insanlardan daha fazla zaman ayırabilirler.

### **3.3 Sınırlamalar**

Yapmış olunan bu çalışmada 552 kişinin verisi kullanılarak geniş bir örneklemden yararlanılmıştır. Ayrıca kişilerin yaşı 18 ile 67 arasında değişmektedir, yaş açısından çeşitlilik fazladır. Bu çalışmanın sınırlamalarından biri kişilerin anketi cevaplarırken doğrudan kendi kendilerini değerlendirmeleridir. Bu durum verilerin sonucunu etkilemiş olabilir.

Bunun yanı sıra çalışmada sadece Facebook sosyal ağı değerlendirilmiştir, popüler olan diğer sosyal ağ sitelerinden Twitter veya Instagram'da değerlendirilebilir.

Kişilik özellikleri değerlendirilmesin kısa ve daha az karmaşık olduğu, kullanıcıların sıkılmadan, zorlanmadan ve hızlı bir biçimde çözebileceği için Gosling (2003) tarafından oluşturulmuş olan 10 maddeli kişilik envanteri kullanılmıştır. Bu envanter ile kişilik özelliklerinin derinine inmeye imkan vermemektedir. Bu da çalışmanın bir başka kısıtıdır.

### **3.4 Gelecek Çalışmalar**

Yapılan bu çalışma kişilik özelliklerinin, kişilerin Facebook kullanımı, boş zaman aktiviteleri arasındaki ilişkiler araştırılmıştır. Yapılacak olan diğer çalışmalarda Facebook kullanım kısmı genişletilerek, kişilik özelliklerinin Facebook mesajlaşma, oyun oynama, Facebook gizlilik ayarları üzerindeki etkisi araştırılabilir.

Kişilik özelliklerini daha detaylı bir şekilde inceleyebilmek için NEO-PI-R gibi daha detaylı kişilik envanterinden yararlanılabilir.

Çalışmanın sınırlamalarından biri olan kişilerin kendi kendilerini değerlendirmeleri durumunu engellemek için, kişilere anketi çözdürdükten sonra Facebook hesabının kontrolü yapılarak verdiği cevapların kontrolü sağlanabilir.

Bu çalışmada kişilerin boş zaman aktivitelerine ayırdıkları zaman sorulmuştur; ancak günün hangi diliminde bu aktiviteleri gerçekleştirdikleri bilinmemektedir. Yapılacak olan bir sonraki çalışmada kişilerin boş zaman aktivitelerini gerçekleştirme

zamanları, günün hangi zaman diliminde gerçekleştiği; aynı şekilde Facebook kullanımlarının gün içindeki dağılımları araştırılarak çalışma genişletilebilir.



## KAYNAKLAR

- Ahmad, I.** (2010). The Big Five Personality Inventory: performance of students and community in Pakistan. *Journal of Behavioural Sciences*, **20(2)**, 63-79.
- Amichai-Hamburger, Y. ve Ben-Artzi, E.** (2000). Relationship between extraversion and neuroticism and the different uses of the Internet. *Computers in Human Behavior*, **6(4)**, 441-449.
- Amichai-Hamburger, Y. ve Hayat, Z.** (2011). The impact of the Internet on the social lives of users: A representative sample from 13 countries. *Computers in Human Behavior*, **27**, 585-589.
- Amichai-Hamburger, Y. ve Vinitzky, G.** (2010). Social network use and personality. *Computers in Human Behavior*, **26**, 1289-1295.
- Argyle, M. ve L. Lu.** (1992). New directions in the psychology of leisure. *The New Psychologist*, **1**, 3-11.
- Argyle, M. ve Lu, L.** (1990). Happiness and social skills. *Personality and Individual Differences*, **11**, 1255-1261.
- Arslan, S.** (2011). Serbest zaman kullanımı: siradan serbest zaman etkinlikleri ve sistemli serbest zaman etkinlikleri. *Erzincan Eğitim Fakültesi Dergisi*, **13(2)**, 1-10.
- Beş Büyük faktör kuramı.** (t.y.). *Wikipedia*. Alındığı tarih: 30.04.2015, adres: [http://tr.wikipedia.org/wiki/Be%C5%9F\\_B%C3%BCy%C3%BCk\\_fakt%C3%B6r\\_kuram%C4%B1\\_%28psikoloji%29](http://tr.wikipedia.org/wiki/Be%C5%9F_B%C3%BCy%C3%BCk_fakt%C3%B6r_kuram%C4%B1_%28psikoloji%29)
- Boyd, D. M. ve Ellison, N. B.** (2007). Social network sites: definition, history, and scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*, **13**, 210-230.
- Brajsa-Zganec, A., Merkas, M. ve Sverko, I.** (2011). Quality of life and leisure activities: How do leisure activities contribute to subjective well-being? *Social Indicators Research*, **102**, 81-91.
- Butt, S. ve Phillips, J.G.** (2008) Personality and self-reported mobile phone use. *Computers in Human Behavior*, **24(2)**, 346-360.
- Cassidy, J.** (2006). Me media. *The New Yorker*, 50-59. Alındığı tarih: 30.04.2015, adres: <http://www.newyorker.com/magazine/2006/05/22>
- Chop, A.B.** (2014). *Effects of facebook usage and how it relates to personality, life satisfaction, perceived social support, and depression*, (doktora tezi), Alliant International University, California.
- Correa, T., Hinsley, A. ve de Zúñiga, 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 McCare, R. R.** (1992a). Four ways five factors are basic. *Personality and Individual Differences*, **13(6)**, 653-665.
- Costa, P. T. ve McCrae, R. R.** (1992b). *Revised NEO personality inventory (NEO-PI-R) and NEO Five- Factor inventory (NEO-FFI) professional manual*. Odessa, FL: Psychological Assessment Resources.
- Deng, S., Liu, Y., Li, H. ve Hu, F.** (2013). How does personality matter? An investigation of the impact of extraversion on individuals' SNS use. *Cyberpsychology, Behavior, ve Social Networking*, **16(8)**, 575-581.
- Devaraj, S., Easley, R. F. ve Crant, J. M.** (2008). Research note – How does personality matter? Relating the five-factor model to technology acceptance and use. *Information Systems Research*, **19(1)**, 93-105.
- Ebeling-Witte, S., Frank, M. L. ve Lester, D.** (2007). Shyness, internet use, and personality. *Cyber Psychology and Behavior*, **10(5)**, 713-716.
- Ellison, N., Steinfield, C. ve Lampe, C.** (2007). The benefits of Facebook “Friends:” social capital and college students' use of online social network sites. *Journal of Computer-Mediated Communication*, **12(4)**, 1143-1168.
- Furnham, A.** (1981). Personality and activity preference. *British Journal of Social Psychology*, **20**, 57-68.
- Gosling, S., Rentfrow, P. ve Swann, W.** (2003). A very brief measure of the Big-Five personality domains. *Journal of Research in Personality*, **37**, 504-528.
- Gunkel, M. ve Schlaegel, C.,** (2010). The influence of personality on students' career decisiveness – a comparison between Chinese and German economics and management students. *Management Revue – The International Review of Management Studies*, **21 (3)**, 229-243.
- Hew, K.** (2011). Students' and teachers' use of Facebook. *Computers in Human Behavior*, **27**, 662-676.
- Hills, P. ve Argyle, M.** (1998). Musical and religious experiences and their relationship to happiness. *Personality and Individual differences*, **25**, 91-102.
- Hultsch, D., Hertzog, C., Small, B. ve Dixon, R.** (1999). Use it or lose it: engaged lifestyle as a buffer of cognitive decline in aging? *Psychology and Aging*, **14**, 245-263.
- Jenkins-Guarnieri, M. A., Wright, S. L. ve Hudiburgh, L. M.** (2012). The relationships among attachment style, personality traits, interpersonal competency, and Facebook use. *Journal of Applied Developmental Psychology*, **33**, 294-301.
- John, O. P. ve Srivastava, S.** (1999). *The Big Five trait taxonomy: history, measurement, and theoretical perspectives*. L. A. Pervin & O. P. John (Eds.), *Handbook of Personality: Theory and Research*. New York: Guilford Press.

- Jopp, D. ve Hertzog, C.** (2010). Assessing adult leisure activities: An extension of a self-report activity questionnaire. *Psychological Assessment*, **22(1)**, 108-120.
- Kleiber, D. A.** (1999). *Leisure experience and human development: a dialectical interpretation*. New York: Basic Books.
- Kuo, T. ve Tang, H.** (2014). Relationships among personality traits, Facebook usages, and leisure activities – A case of Taiwanese college students. *Computers in Human Behavior*, **31**, 13-19.
- Landers, R. N. ve Lounsbury, J. W.** (2006). An investigation of Big Five and narrow personality traits in relation to Internet usage. *Computers in Human Behavior*, **22**, 283-293.
- Lenhart, A.** (2009). Adults and social network web sites. *Pew Internet and American Life Project*. Alındığı tarih: 30.04.2015, adres: <http://www.pewinternet.org/2009/01/14/adults-and-social-network-websites/>
- Lu, L. ve Hu, C.** (2005). Personality, leisure experiences and happiness. *Journal of Happiness Studies*, **6**, 325-342.
- Maddi, S. R.** (1989). *Personality theories: a comparative analysis*. Homewood, CA: Dorsey Press.
- May, M. ve Kwong, K. H.** (2007). YHOO: Yahoo! may regret not paying up for Facebook. Alındığı tarih: 30.04.2015, adres: [http://pmarca.typepad.com/files/needham\\_facebook\\_yahoo\\_report.pdf](http://pmarca.typepad.com/files/needham_facebook_yahoo_report.pdf)
- McAndrew, F. T. ve Jeong, H. S.** (2012). Who does what on Facebook? Age, sex, and relationship status as predictors of Facebook use. *Computers in Human Behavior*, **28**, 2359-2365.
- McCrae, R. R. ve Costa, P. T.** (1997). Personality trait structure as a human universal. *American Psychologist*, **52**, 509-516
- McElroy J. C., Hendrickson A. R., Townsend A. M. ve DeMarie, S. M.** (2007). Dispositional factors in Internet use: personality versus cognitive style. *MIS Quarterly*, **31**, 809-820.
- Moore, K. ve McElroy, J. C.** (2012). The influence of personality on Facebook usage, wall postings, and regret. *Computers in Human Behavior*, **28**, 267-274.
- Munson, W. ve Widmer, M.** (1997). Leisure behavior and occupational identity in university students. *The Career Development Quarterly*, **46(2)**, 190-198.
- Näsi, M., Räsänen, P. ve Särpilä, O.** (2012). ICT activity in later life: Internet use and leisure activities amongst senior citizens in Finland. *Eur J Ageing*, **9**, 169-176.
- Ozguven, N. ve Mucan B.** (2013). The relationship between personality traits and social media use. *Social Behavior and Personality*, **41(3)**, 517-528.
- Pavlova, M. K. ve Silbereisen, R. K.** (2015). Leisure activities choices among adolescents. *International Encyclopedia of the Social & Behavioral Sciences*, **13(2)**, 829-836.

- Ross, C., Orr, E., Sisic, M., Arseneault, J., Simmering, M. ve Orr, R.** (2009). Personality and motivations associated with Facebook use. *Computer in Human Behavior*, **25**, 578-586.
- Ryan, T. ve Xenos, S.** (2011). Who uses Facebook? An investigation into the relationship between the Big Five, shyness, narcissism, loneliness, and Facebook usage. *Computers in Human Behavior*, **27**, 1658-1664.
- Saucier, G.** (1994). Mini-markers: A brief version of Goldberg's unipolar Big-Five markers. *Journal of Personality Assessment*, **63**, 506-516.
- Scott, D. ve Willits, K.** (1998). Adolescent and adult leisure patterns: A reassessment. *Journal of Leisure Research*, **30(3)**, 319-330.
- Sendurur, P., Sendurur, E. ve Yilmaz, R.** (2015). Examination of the social network sites usage patterns of pre-service teachers. *Computers in Human Behavior*, **51**, 188-194.
- Sheldon, K. M., Abad, N. ve Hinsch, C.** (2011). A two-process view of Facebook use and relatedness need-satisfaction: Disconnection drives use, and connections reward it. *Psychology of Popular Media Culture*, **1**, 2-15.
- Sheldon, P.** (2008). Student favourite: Facebook and motives for its use. *Southwestern Mass Communication Journal*, **23(2)**, 39-53.
- Skues, J. L., Williams, B. ve Wise, L.** (2012). The effects of personality traits, self-esteem, loneliness, and narcissism on Facebook use among university students. *Computers in Human Behavior*, **28**, 2414-2419.
- Smith, S. ve Caruso, J.** (2010). The ECAR study of undergraduate students and information technology, 2010. Boulder, Colorado: EDUCAUSE Center for Applied Research.
- Tella, A., Olarongbe, A. S., Akanbi-Ademolake, H. B. ve Adisa, M. Y.** (2013). Use of social networking sites by academic librarians in six selected states of nigeria. *New Review of Academic Librarianship*, **19**, 274-290.
- Urista, M. A., Dong, Q. ve Day, K. D.** (2009). Explaining why young adults use MySpace and Facebook through uses and gratifications theory. *Human Communication*, **12(2)**, 215-229.
- Url-1** <<http://investor.fb.com/results.cfm>>, alındığı tarih: 30.04.2015.
- Url-2** <<http://www.alexa.com/siteinfo/facebook.com>>, alındığı tarih: 30.04.2015.
- Url-3** <<http://www.stat.go.jp/english/data/shakai/2011/pdf/qua.pdf>>, alındığı tarih: 30.04.2015
- Url-4** <<http://www.bls.gov/tus/charts/chart9.pdf>>, alındığı tarih: 30.04.2015.
- Url-5** <<http://wearesocial.net/blog/2015/01/digital-social-mobile-worldwide-2015/>>, alındığı tarih: 30.04.2015.
- Url-6** <<http://teknoyo.com/facebook-kullanici-sayisi-2015/>>, alındığı tarih: 03.06.2015.
- Wang, H., Xu, W. ve Pei, J.** (2012) Leisure activities, cognition and dementia. *Biochimica et Biophysica Acta*, **1822**, 482-491.
- Wang, J., Jackson, L. A., Zhanga D. ve Su, Z.** (2012) The relationships among the Big Five Personality factors, self-esteem, narcissism, and sensation-



seeking to Chinese University students' uses of social networking sites (SNSs). *Computers in Human Behavior*, **28**, 2313-2319.

**Wehrli, S.** (2008). Personality on social network sites: an application of the five factor model. *ETH Zurich Sociology Working Paper No, 7*, Alındığı tarih: 30.04.2015. adres:

[http://repec.ethz.ch/ets/papers/wehrli\\_studivz\\_big5.pdf](http://repec.ethz.ch/ets/papers/wehrli_studivz_big5.pdf)

**Wolfradt, U. ve Doll, J.** (2001) Motives of adolescents to use the Internet as a function of personality traits, personal and social factors. *Journal of Educational Computing Research*, **24(1)**, 13-27.

**Xie, W.** (2014). Social network site use, mobile personal talk and social capital among teenagers, *Computers in Human Behavior*, **41**, 228-235.

**Yazdanfar, S. ve Aghili, S.V.** (2012) An investigation of the role of the internet in leisure time activities of Razi University students. *Canadian Social Science*, **8(1)**, 164-169.



## EKLER

### EK A: Anket

#### Kişisel Özellikler, Facebook Kullanımı ve Boş Zaman Aktiviteleri

1. Yaşınız: \_\_\_\_
2. Cinsiyetiniz: ☐Kadın ☐Erkek
3. Öğrenci misiniz? (Cevabınız “Hayır” ise 5. soruya atlayınız): ☐Evet ☐Hayır
4. Öğrencilik Durumu: ☐Lisans 1.Sınıf Öğrencisi ☐Yüksek Lisans Öğrencisi  
☐Lisans 2.Sınıf Öğrencisi ☐Doktora Öğrencisi  
☐Lisans 3.Sınıf Öğrencisi  
☐Lisans 4.Sınıf Öğrencisi
5. Çalışıyor musunuz? ☐Evet ☐Hayır
6. Çalıştığınız sektör:  

|                                                |                                                    |                                             |
|------------------------------------------------|----------------------------------------------------|---------------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Beyaz/Kahverengi Eşya | <input type="checkbox"/> Bilişim                   | <input type="checkbox"/> Enerji             |
| <input type="checkbox"/> Finans                | <input type="checkbox"/> Gıda/İçecek               | <input type="checkbox"/> İletişim           |
| <input type="checkbox"/> İnşaat/Taş/Toprak     | <input type="checkbox"/> Kimya/Petrol/Plastik/İlaç | <input type="checkbox"/> Orman/Kağıt/Basım  |
| <input type="checkbox"/> Otomotiv/Yan Sanayi   | <input type="checkbox"/> Sağlık                    | <input type="checkbox"/> Tekstil/Deri       |
| <input type="checkbox"/> Ticaret/Perakende     | <input type="checkbox"/> Turizm                    | <input type="checkbox"/> Ulaştırma/Lojistik |
| <input type="checkbox"/> Diğer: _____          |                                                    |                                             |
7. Toplam İş Tecrübeniz (yıl) : \_\_\_\_

Aşağıdaki aktivitelere, günlük gerçekleştirme sürenize göre 1-7 arası değerler veriniz.

- 1 = Katılım göstermiyorum.  
 2 = Günde 1-9 dk.  
 3 = Günde 10-30 dk.  
 4 = Günde 31-60 dk.  
 5 = Günde 1-2 saat  
 6 = Günde 2-4 saat  
 7 = Günde 4 saatten fazla

|                        |               |                 |                 |                |                |                       |
|------------------------|---------------|-----------------|-----------------|----------------|----------------|-----------------------|
| Katılım göstermiyorum. | Günde 1-9 dk. | Günde 10-30 dk. | Günde 31-60 dk. | Günde 1-2 saat | Günde 2-4 saat | Günde 4 saatten fazla |
|------------------------|---------------|-----------------|-----------------|----------------|----------------|-----------------------|

|                                                                                                          | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------|---|---|---|---|---|---|---|
| 18. Takım Sporları (Futbol, basketbol, voleybol vb.)                                                     |   |   |   |   |   |   |   |
| 19. Fitness Aktiviteleri (Yüzme, Koşu, Yoga, Pilates vb.)                                                |   |   |   |   |   |   |   |
| 20. Outdoor Aktiviteleri (Bisiklet, Dağcılık, Kampçılık vb.)                                             |   |   |   |   |   |   |   |
| 21. Dinlenme Aktiviteleri (Alışveriş, TV/Sinema İzleme, Arkadaşlarla Buluşma, Online Oyunlar Oynama vb.) |   |   |   |   |   |   |   |
| 22. Entelektüel Aktiviteler (Okuma, Yazma vb.)                                                           |   |   |   |   |   |   |   |
| 23. Sanatsal Aktiviteler (Müzik, Resim Yapma vb.)                                                        |   |   |   |   |   |   |   |

Aşağıdaki cümlelere 1-5 arası değerler veriniz.

- 1 = Kesinlikle Katılmıyorum  
 2 = Katılmıyorum  
 3 = Kararsızım  
 4 = Katılıyorum  
 5 = Kesinlikle Katılıyorum

|                         |              |            |             |                        |
|-------------------------|--------------|------------|-------------|------------------------|
| Kesinlikle Katılmıyorum | Katılmıyorum | Kararsızım | Katılıyorum | Kesinlikle Katılıyorum |
|-------------------------|--------------|------------|-------------|------------------------|

|                                                                 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|-----------------------------------------------------------------|---|---|---|---|---|
| 24. Facebook günlük faaliyetlerimin bir parçasıdır              |   |   |   |   |   |
| 25. Uzun süre Facebook kullanmazsam kendimi eksik hissedirim    |   |   |   |   |   |
| 26. Başkalarına Facebook hesabım olduğunu söylemek hoşuma gider |   |   |   |   |   |
| 27. Kendimi Facebook topluluğunun bir parçası gibi hissediyorum |   |   |   |   |   |

Aşağıdaki cümlelere, kutucuklarda yazan açıklamaları göz önünde bulundurarak 1-6 arası değerler veriniz.

|                                                  | 1        | 2         | 3         | 4         | 5         | 6       |
|--------------------------------------------------|----------|-----------|-----------|-----------|-----------|---------|
| 28. Facebook'u ne zamandan beri kullanıyorsunuz? | <1 ay    | 1-6 ay    | 6-12 ay   | 1-2 yıl   | 2-3 yıl   | >3 yıl  |
| 29. Günlük Facebook kullanma süreniz             | <10 dk.  | 10-30 dk. | 31-60 dk. | 1-2 sa.   | 2-4 sa.   | >4 sa.  |
| 30. Haftalık Facebook kullanma süreniz           | <2.5 sa. | 2.5 – sa. | 5-10 sa.  | 10-20 sa. | 20-40 sa. | >40 sa. |
| 31. Arkadaş sayınız                              | <10      | 10-50     | 51-100    | 101-200   | 201-300   | >300    |
| 32. Fotoğraf sayınız                             | <50      | 50-100    | 101-200   | 201-300   | 301-400   | >400    |
| 33. Facebook grup sayınız                        | <5       | 5-10      | 11-20     | 21-40     | 41-60     | >60     |



## **ÖZGEÇMİŞ**

**Ad Soyad** : Nermin Nergis Yaşar

**Doğum Yeri ve Tarihi** : İstanbul, 01.08.1990

**E-Posta** : nerminyasar@gmail.com

### **ÖĞRENİM DURUMU:**

- **Lisans** : 2012, İstanbul Teknik Üniversitesi, İşletme Fakültesi, Endüstri Mühendisliği
- **Yükseklisans** : 2015, İstanbul Teknik Üniversitesi, Endüstri Mühendisliği Anabilim Dalı, Endüstri Mühendisliği