

GENÇLERİN KİŞİLİK ÖZELLİKLERİ BAĞLAMINDA CEP TELEFONUNUN ANLAM VE ÖNEMİ

Dr. Saniye VATANDAŐI

ÖZET

Kişilik, ilgili bilim alanlarının mensupları tarafından üzerinde oldukça detaylı çalıŐılmış ve halâ çalıŐılmakta olan önemli konulardan birisidir. Yapılmış kişilik tanımlarında ortaya çıkan en belirgin özellik, kiŐiliğın bireylere özgü ve ayırt edici bir özellik olduğudur. Kişilik oluşum ve gelişim aşamasında birçok faktörün etkisini taşımaktadır. KiŐiliğın oluşmasında belirleyici olan temel faktörlerden birisi bireyin iç dünyasıyla ve içinde yaşadığı dünya ile kurduğu tutarlı ve yapılaşmış ilişkilerdir. Bu da bireylerin çevrelerindeki her şeyi kendi kişisel özellikleri ile değerlendirme ve eşleştirme eğiliminde olmalarına yol açmaktadır. Bu bağlamda kullanım yoğunluğu her geçen gün artan ve iletişim aracı işlevinin ötesinde markasıyla sosyal statü göstergesi olarak da algılanan; fotoğraf ve video çekme, veri depolama gibi çok sayıdaki özellikleriyle birçok farklı işlevi yerine getiren cep telefonunun anlam ve öneminde bireylerin kişilik özelliklerinin belirleyici olduğu düşünülmektedir. Bu çalışma bireylerin kişilik özellikleri bağlamında cep telefonunun anlam ve öneminin ne olduğuyla ilgilidir. Araştırma 15-30 yaş grubundaki gençler üzerinde yürütülmüş olup, araştırmanın evreni Türkiye'deki tüm gençler oluşturmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Gençlik, Kişilik, Cep Telefonu, İletişim

PERSONALITY CHARACTERISTICS OF YOUNG PEOPLE AND MEANING AND IMPORTANCE OF MOBILE PHONE

ABSTRACT

Personality is one of the important research areas. Many scientists have been researching personality for a long time. It's still being investigated. As a result of the researches made, many personality definitions were made. Personality is a completely individual feature. It distinguishes one individual from the other. The individual is thus unique. Personality is influenced by many factors when it occurs. The psychological and sociological environment affects personality. Some innate features also affect personality. Personality does not change easily; resistant. The individual evaluates the events and events with his personality. In this respect the mobile phone is an important example. Moreover, there is a relationship between the meaning of the mobile phone and the personality traits of the individual. This article is about this topic. This research is about young people (15-30 years old). The study population consisted Turkey and the sample group consists of 5917 people. The data obtained by the questionnaire were analyzed by SPSS.

Keywords: Youth, Personality, Mobile Phone, Contact

ı Isparta Uygulamalı Bilimler Üniversitesi, saniyevatandas@isparta.edu.tr, ORCID ID: 0000 0002 3646 9332

GİRİŞ

Kişilik, bireylerin doğuştan gelen bazı temel özelliklerinin yaşam deneyimleriyle gelişimini sürdürdüğü ve sonuçta tüm yaşam boyunca elde ettikleri bireysel temel özelliklerin tamamıdır. Kişilik, karmaşık bir olgudur. Zira birçok özelliği kapsamaktadır. Kişilik duyguların, düşüncelerin ve davranışların benzerliklerinden ve farklılıklarından oluşmaktadır. Başka bir ifadeyle kişilik bireylerin belirgin, sabit ve tutarlı olan özelliklerinin bütünü olarak tanımlanabilir. Kişilik kavramının oluşmasında temelde üç nokta önemlidir (Özkalp ve Kirel, 2001: 82): Kişilik, benzersizdir ya da kişinin kendisine özgüdür. Kişilik, tutarlılık gösterir. Kişilik, değişiklik göstermez ve durağan yapıdadır. Kişilik; insanların ilgilerini, tutumlarını, yeteneklerini, konuşma tarzlarını, dış görünüşlerini ve çevreleriyle olan ilişkilerini yani bireyin tüm özelliklerini kapsayan bir bütündür. Bu bütünlük içerisindeki tipik ya da özel davranışlar bireyi ötekilerden ayırır. Kişilik, bu açıdan da ayırt edici farklılıkları ortaya koyan ve gelecekteki davranışlara ışık tutan değişmez özelliklerdir. Kişilik özellikleri belli koşullarda belirli bir biçimde davranma eğilimi şeklinde de tanımlanmaktadır. Burada ifade edilen kişilik özellikleri: tutarlı, uzun süreli ve içsel nedenli tipik kişisel niteliklerdir (Bozkaya, 2013: 7). En genel anlamda kişilik; kişinin kendisine özgü, onu diğer kişilerden farklı yapan ve değişmesi pek mümkün olmayan davranışlar olarak tanımlanmaktadır (Hogan ve diğerleri, 1996: 470; Zweig ve Webster, 2004: 1693). Yaygın kabule göre bireyin çevresiyle etkileşimi sonucunda şekillenmiş olan değişmez özellikler bütünüdür (Goldberg, 1993: 26; Olver ve Mooradian, 2003: 110). Yine bir diğer yaklaşıma göre kişilik, bir bireyi diğer bireyden ayıran temel özelliklerdir (Keser ve Güler, 2016:121). Kişilik, insanın sosyal yaşantısının bir parçası olarak yüzyıllar boyunca ilgi görmesine rağmen bilimsel bir konu haline gelişi, 1930’lu yıllarda kişilik psikolojisinin diğer sosyal bilim alanlarından ayrı bir bilimsel disiplin olarak ortaya çıkmasıyla mümkün olmuştur.

1. KİŞİLİK

Kişiliğin ne anlama geldiğini anlamaya katkı sağlayacak önemli bilgilerden birisi, sözcüğün tarihteki ilk kullanımlarından birisiyle doğrudan irtibatlıdır. Kişilik sözcüğü, Latince “persona” kelimesinden türetilmiştir. Eski Roma dönemi tiyatrosunda oyuncuların rollerine uygun olarak yüzlerine taktıkları maskeye “persona” denirdi. Oyuncunun maske kullanma sebebi, belli bir kişiliği temsil etmek, onun yansıyan özelliklerini ortaya koymaktı. Bu açıdan günümüz psikologlarının kişilik tanımı önemlidir. Köknel’e göre (Köknel, 1985:21) kişilik insanın öteki kişilerle ilişkilerinde aldığı tavır, gösterdiği davranış, başka bir deyişle, taktığı maskedir. Çevresiyle sürekli ilişkide olan insan, çoğu kez duygularına, düşüncelerine, tutum ve davranışlarına olduklarından değişik biçim vermeye çalışır. Bundan hareketle Köknel’in kişilik tanımı şöyledir: “Bir insanı başkalarından ayıran bedensel, zihinsel ve ruhsal özelliklerin bütünüdür. Bir başka deyişle kişilik kavramından, bir insanı nesnel (objektif) ve öznel (subjektif) yanlarıyla diğerlerinden farklı kılan duygu, düşünce, tutum ve davranış özelliklerinin tümüdür.” (Köknel, 1985:19) Yaygın kabule göre kişilik, bir kişiyi başkalarından farklı kılan düşünce, duygu ve davranış özelliklerinin tümüdür. Bu ayırt edici özelliklerin içeriğinde alışkanlıklar, algılamalar, davranış tarzları, olaylara ve çevreye bakış açıları yer alır.

Kişilik, konunun uzmanları tarafından bir bütün olarak ifade edilmiştir. Bu bütünü oluşturan ve birbirlerini tamamlar nitelikte olan katmanlar ise şöyle sıralanmıştır (Köknel, 1985: 24,25): fiziksel nitelikler; fiziki yapının biçimini ve rengini etkileyen iç salgı bezlerindeki işlevler; kişilikteki oluşumu ve gelişimi sağlayan zekâ; yaşamın gereksinimlerinin karşılanması işlevini üstlenmiş olan güdüler; kaynağını güdülerin oluşturduğu duygulanma ve coşkulanma alanı (bu katmandaki kişi için özel olan özelliklere mizaç denilmektedir); benlik; kişilikte dışarı yansıyan ve başka insanların da algılayıp değerlendirdikleri duygular, düşünceler, hareketler, tutum ve davranışlar; kişilikte dışarı yansımış olan özelliklerin, toplumdaki değerler, kurallar ve ahlaklar yönünden değerlendirilmesiyle ortaya çıkmış olan karakter. Birey, kişiliğinin oluşumunu etkileyen diğer katmanları da bilerek, sürekli akan zamanda, evren içindeki yerinin ve değerinin ne olduğunu belirleyebilir. Kişiliğin başlıca özellikleri ise şu şekilde sıralanmıştır: Kişilik, bazı davranışların toplamıdır. Aynı zamanda özel çevrenin ortaya çıkardığı bir olgudur. Bireysel dengenin bir ürünüdür. Kişilik, davranışlara yön verir ve idare eder. Kişilik, belirli zaman dilimleri içindeki davranışların bütünleşmesinden oluşur. Kişilik, doğuştan gelen ve sonradan kazanılmış olan eğilimlerin bütünü ile meydana gelir. Kişilik, eğilimlerden oluşmuştur. Eğilimlerin bütünü kişiliğin oluşmasını sağlar. Kişilik sayılması imkânsız olan birçok tipi içermektedir. Çevresel koşulların değişikliğine göre kişiler, farklı tutum ve davranışlarda bulunabilirler. Sosyal uyum kavramını bu durumla ifade etmek mümkündür. Her kişilik için ayrı ayrı karakter vardır. Karakter doğuştan kazanılmıştır, karakterden vazgeçilmesi mümkün olamaz. Görüldüğü gibi, kişilik sadece tek bir boyutta ele alınmamaktadır. Bu noktada kişilik, çok sayıda faktörün bir araya geldiği karmaşık bir bütün olarak değerlendirilebilir.

2. BEŞ BÜYÜK KİŞİLİK MODELİ

Kişilik, çeşitli kuramsal perspektiflerden farklı düzey ve soyutlamalarla kavramsallaştırılmıştır. Bunlardan birisi “Beş Büyük Kişilik Modeli” (“Big Five”) ismine sahip olup, kişilik özelliklerini tanımlayan sıfatlardan oluşmaktadır. Bu model yoluyla bireysel farklılıklar değerlendirilebilmektedir. Bu, son zamanlarda üzerinde yoğun bir şekilde çalışılan ve genel olarak kabul edilmiş olan bir modeldir. Bu modeli, diğer modellerden ayıran en önemli özellikler; bireysel farklılıkları dikkate alıyor olması ve önemli kişisel özellikleri sınıflandırarak bizlere sunmasıdır (Kocabacak, 2011: 94).

Beş Büyük Kişilik Modelinde kişiliği tanımlama amacı taşıyan sözcükler temel alınmıştır. Bunlar, günlük ilişkilerde yer bulan sözcüklerdir. Bu sözcükler bireyin hem içsel özelliklerini ve hem de olay ve olgular karşısındaki tutum ve duruşunu belirlemekte veya işaret etmektedir. Sözcükler bizzat kişi tarafından kendisini ifade etmek için kullanılabileceği gibi “ötekini” ifade etmek için de kullanılıyor olabilir.

Kişiler tarafından kendilerini veya başkalarını tanımlamada kullandıkları sözcüklere yükledikleri anlamlar Beş Büyük Kişilik Modeline temel olmuştur. Söz konusu sözcüklerin incelenmesi yaklaşık 50 yıl devam eden araştırmalarla belirlenmiş ve böylelikle en çok kabul gören kişilik modeli oluşturulmuştur. Temelde bireylerin kişiliklerini tanımlayabilmek adına günlük dilde kullanılmakta olan sıfatlara uygulanan faktör analizinin sonucunda geliştirilmiş olan Beş Büyük Kişilik Modeli bugün itibarıyla konunun uzmanları arasında genel kabul görmüş haliyle şu şekildedir:

- 1- Dışa Dönüklük-İçe Dönüklük (Extroversion- Introversion),
- 2- Uyumluluk/Yumuşak Başlılık-Düşmanlık (Agreeableness- Hostility),
- 3- Sorumluluk/Öz Disiplin-Yönsüzlük/Dağınıklık (Conscientiousness- Undirectedness),
- 4- Duygusal Denge-Dengesizlik (Emotional Stability- Unsatability),
- 5- Deneyime Açıklık-Tutuculuk (Intelligence- Unintelligence).

3. CEP TELEFONU

Telefon icat edildiğinde, icat edilen bu cihazın ne kadar önemli bir işlev yerine getireceği ve dolayısıyla insanın gündelik yaşamına önemli katkılar sağlayacağı, bireyin uzaktaki bireylerle iletişimini kolaylaştıracağı hiç zorlanmadan anlaşılmalı olmalıdır. O ilk sözcük olan “alo” ve takip eden konuşmaların muhatabına aktarılmasını sağlayan bu cihazın, insanlık tarihinin en önemli icatlarından birisi olduğunu anlamak için çok zorlanılmamıştır. Ancak telefonun bir versiyonu gibi görünen fakat esasen başlı başına değerlendirilmesi gerektiğini düşündüğümüz cep telefonunun işlev ve etkiler ile insan yaşamındaki yeri, söz konusu işlevler gerçekleşene kadar tam anlayamamıştır. Cep telefonunun insanın sadece iletişim şeklini değil, birçok özelliğini; daha da önemlisi yaşama tarzını kökten değiştirip etkileyeceği hiç düşünülmemiştir. Fakat bugün böyledir. Çünkü cep telefonu, telefonun ötesinde bir cihaz işlevine sahip olmuş bulunmaktadır. Bugün itibarıyla cep telefonu bilgilenme, eğlenme, veri depolama aracıdır; oyun oynanmakta, film izlenmekte, kitap okunmakta, “mektup” yazılmakta ve gönderilmekte, resmi işlemler yürütülmekte, borçlar ödenmekte, müzik dinlenmekte, adres öğrenilmekte, resim çizilmekte, fotoğraf ve video çekilmektedir. İletişim sağlama özelliği söz konusu özellikler arasında yer almakta, fakat çoğu kimse için ilk sırada bile yer almamaktadır. Hâlbuki telefon bir iletişim aracı olarak icat edilmişti. Çok daha önemlisi, cep telefonu gündelik yaşamda birçok farklı işlevi yerine getiren cihaz olmanın ötesinde, bireyin kültürel düzeyinin, sosyo-ekonomik statüsünün göstergesi veya inşa edici unsurlarından birisi, çok daha önemlisi ise kişiliğinin bir aynasıdır. Bir itibar aracıdır; itibarı inşa etmekte veya kurgulanmış itibarı temsil etmektedir. Tüm bu sebeplerle cep telefonu günümüz dünyasını ve insanını anlamının, bilmenin en önemli araçlarından ve sembollerinden birisi haline gelmiş bulunuyor; özellikle de çocukların ve gençlerin.

4. ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ VE KATILIMCILARIN BAZI ÖZELLİKLERİ

SEKAM’ın (Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Merkezi) ilk kez 2012 yılında gerçekleştirip bulgularını bilim insanlarıyla ve genel kamuoyu ile paylaştığı, gerçekleşen değişimi tespit edebilmek için her 5 yılda tekrarlamayı planladığı *Türkiye’de Gençlik (Gençliğin Özellikleri, Sorunları, Kimlikleri ve Beklentileri)* başlıklı araştırmanın Nisan-Haziran 2017 tarihinde tekrarlanmasıyla elde edilen veriler, bu makalenin istatistiksel kaynağını teşkil etmektedir². Araştırmanın evrenini Türkiye’de yaşamakta olan 15-30 yaş grubundaki gençler oluşturmaktadır. Bu evreni temsil özelliğine sahip örneklem tespiti için katmanlı tesadüfi örneklem tekniği tercih edilmiştir. Türkiye evrenini temsil kabiliyetine sahip örneklem belirlemek için Türkiye İstatistik Kurumu’nun (TÜİK) belirlediği ve araştırmalarında kullandığı 12 bölge tasnifi kullanılmıştır.

² Araştırma ekibinde yer aldığımız bu araştırmanın bazı verileri SEKAM’ın yazılı izni ile kullanılmıştır.

Araştırmanın veri toplama aracı olan anket, araştırmanın evrenini temsilen seçilen 81 şehirde ve demografik ölçekte *şehir* kategorisine dâhil edilebilecek ilçeler dâhil 156 kentsel, 197 kırsal olmak üzere toplam 353 yerleşim biriminde 5917 kişiye uygulanmıştır. Araştırma verilerinin elde edilmesinde araştırma ekibinde yer alan ve farklı üniversitelerde çalışmakta bulunan öğretim elemanları üzerinden üniversite öğrencilerinden yararlanılmıştır. Söz konusu üniversiteler arasında İstanbul, Sakarya, Süleyman Demirel, Gazi, Selçuk, Gümüşhane, Karadeniz Teknik Üniversitesi, 19 Mayıs, Giresun, Atatürk, Cumhuriyet, Mardin Artuklu, Akdeniz, Fırat, Dicle Ardahan Üniversiteleri vardır. Araştırmanın verilerinin toplanmasında görev alan üniversite öğrencileri ağırlıklı olarak İletişim Fakültesi ve Sosyoloji bölümü öğrencileridir. Verilerin önemli bir kısmı toplandıktan sonra istatistik programına (SPSS) giriş gerçekleştirilmiş, verilerin dökümleri alınmış ve eksik olduğu tespit edilen bölge ve kesimlerle ilgili olarak tekrar söz konusu bölge ve kesimlere yönelik anket uygulaması gerçekleştirilmiştir. Araştırma nicel karakterde bir alan araştırması olup, nesnesini *tanımlayıcı* niteliktedir. Araştırmanın elde edilen bulguları değerlendirilirken, istatistiksel analizler için SPSS-18 programı kullanılmıştır.

Araştırmanın katılımcılarının olgusal özellikleri hakkındaki bazı bilgileri ifade etmek gerekirse; Araştırmada TUIK'in geliştirdiği 12 bölge ölçeği esas alınmış, örneklem grubun bölgelerdeki oranı ile bölge nüfusunun genel nüfusa oranı arasındaki ilişki korunmaya çalışılmıştır (Tablo 1). Araştırmaya katılanların %55,1'i kadın, %44,9'u erkektir (Tablo 2). Öğrenim düzeyinde katılımcıların mezuniyetleri esas alınmıştır. Böylelikle ilköğretim mezunundan doktora yapmışına kadar her öğrenim düzeyindeki katılımcıdan veri elde etme imkânı olmuştur (Tablo 3). Araştırma ile 15-30 yaş grubunda yer alan herkese anket uygulanmış ve bireylerin yaşları SPSS'e girerken aynen korunmuş fakat daha sonra istatistiksel açıdan ilişkilerin anlamlılık durumunu riske etmemek için yaşlar gruplanarak dört kategoriye indirgenmiştir (Tablo 4). Katılımcıların doğdukları, halen yaşadıkları ve yaşamları boyu en çok yaşadıkları yerleşim merkezinin kır veya kent olup-olmama durumu, medeni hal, çalışıyor olup-olmama durumu, lise veya üstü öğrenime sahip olanların öğrenim alanlarının niteliği katılımcıların belirlenmesinde dikkate alınan olgusal özellikler olarak anlam kazanmıştır.

Tablo 1: Araştırmanın Yürütüldüğü Bölgeler

KATILIMCI SAYISI		%
İstanbul	767	13,0
Batı Marmara	450	7,6
Ege	523	8,8
Doğu Marmara	248	4,2
Batı Anadolu	422	7,1
Akdeniz	644	10,9
Orta Anadolu	384	6,5
Batı Karadeniz	573	9,7
Doğu Karadeniz	731	12,4
Kuzeydoğu Anadolu	297	5,0
Ortadoğu Anadolu	416	7,0
Güneydoğu Anadolu	462	7,8
TOPLAM	5917	100,0

Tablo 2: Katılımcıların Cinsiyetleri

Cinsiyet	SAYI	%
Erkek	3259	55,1
Kadın	2658	44,9
TOPLAM	5917	100,0

Tablo 3: Katılımcıların Öğrenim Düzeyleri

	SAYI	%
İlköğretim	240	4,1
Lise	1750	29,6
Ön Lisans	1329	22,5
Lisans	2460	41,6
Lisansüstü	138	2,3
TOPLAM	5917	100,0

Tablo 4: Katılımcıların Yaşları

	SAYI	%
15- 18 yaş	941	15,9
19- 22 yaş	2422	40,9
23- 25 yaş	1231	20,8
26- 30 yaş	1323	22,4
TOPLAM	5917	100,0

Tablo 5: Katılımcıların Medeni Durumları

	SAYI	%
Bekâr	5586	94,5
Nişanlı/Sözlü	154	2,6
Evli	154	2,6
Dul	18	0,3
TOPLAM	5912	100,0

5. ARAŞTIRMANIN BULGULARI

Beş Büyük Kişilik Modeli, isminden de anlaşıldığı üzere 5 ayrı faktörden oluşmaktadır. Bu her bir faktöründe toplam 44 alt ifadesi vardır. 44 ifadeden oluşan bu ölçek hem güvenilir bir ölçek olması hem de Türkçeye kolay aktarılabilir ifadeler içermesi dolayısıyla tercih edilmiştir. Araştırmamızda, bir makalenin fiziksel sınırının sağlayabileceği imkânlar doğrultusunda, her bir faktör için bir özellik dikkate alınmış ve bu özellikler bağlamında cep telefonuna yüklenen anlam ve önem tespit edilmeye çalışılmıştır. Beş Büyük Kişilik Modeli bağlamında dikkate alınan kişilik özellikleri ve dâhil oldukları faktörler şunlardır:

- 1-Sabırlı-Sinirli (Duygusal Denge-Dengesizlik)
- 2-Neşeli-Hüzünlü (Dışa Dönüklük-İçe Dönüklük)

3-Yenilikçi-Tutucu (Deneyime Açıklık-Tutuculuk)

4-Uyumlu- Güvensiz (Uyumluluk/Yumuşak Başlılık-Düşmanlık)

5-Sorumlu-Değişken (Sorumluluk/Öz Disiplin-Yönsüzlük/Dağınıklık)

Araştırma kapsamında, konu bağlamında yer alan sorunun frekans tablosu üzerinden gençlerin genel durumu belirlenecek ve takiben kişilik özellikleri dâhilinde ilgili soruya verilen cevapların değerlendirilmesi yapılacaktır. Bu açıdan ilk aşamada dikkate alınacak soru cep telefonuna yüklenen anlam ile ilgilidir.

5.1. Cep Telefonunun Anlamı

Gençlerin, genel anlamda olmak üzere cep telefonuna atfettikleri anlamı tespit etmek amacıyla araştırma kapsamında katılımcılara yöneltilmiş “Sizce cep telefonu ne anlama gelmektedir?” sorusuna verilen cevapların frekans tablosu (Tablo 6) dikkate alındığında gençlerin yaklaşık yarısının (%48,1) cep telefonunu “Baş belası ama onsuz da olmuyor.” şeklinde değerlendirdikleri, yine önemli bir kısmının (%34,6) ise cep telefonunu “sadece bir iletişim aracı” olarak niteledikleri tespit edilmiştir. Cep telefonunu “Müthiş bir icat, onsuz bir hayat düşünemiyorum.” şeklinde düşünenlerin oranı %17,2’dir. Gençlerin cep telefonunun anlamına ilişkin bu nitelermelerini ve oranlarını referans kabul edip nitelme ve oranların kişilik modelleri bağlamında ne oranda değiştiğini tespit edebilmek için Tablo 7’deki verileri inceleyecek olursak: Kişilik modellerinden “içe dönüklük” faktörünün alt ifadelerinden “yenilikçi” kişiliğe sahip olanlar hariç diğer tüm kişilik modellerinde ve alt ifadelerde cep telefonuna atfedilen anlamın sıralaması gençlerin genel durumundan çok farklı değildir. “Yenilikçi” kişiliğe sahip olanlar hariç diğer tüm kişilik tiplerinde cep telefonu öncelikle “Baş belası, ama onsuz da olmuyor.” şeklinde nitelenmiştir. Oran görece düşük olmakla birlikte “yenilikçi” kişiliğe mensup olanlar da aynı durumdadır. Cep telefonuna atfedilen ikinci düzeydeki anlam ise, gençlerin genelinde olduğu üzere, cep telefonunun “sadece bir iletişim aracı” olduğu biçimindedir. “Yenilikçi” kişiliğe mensup olanların farklı tutumları burada açığa çıkmaktadır. “Yenilikçilere” göre cep telefonunun ikinci düzeydeki anlamı (%33) “Müthiş bir icat, onsuz hayat düşünemiyorum.” şeklindedir. Bunlara göre cep telefonunun “sadece bir iletişim aracı” olma özelliği üçüncü sıradadır (%27,6). “Dışa dönüklük” faktörüne dâhil olan “hüzünlü” kişilik mensupları da diğer kişilik tiplerine göre farklı bir tutum sergilemişlerdir. Bunlar aynı oranda (%34) olmak üzere cep telefonunu “Baş belası ama onsuz da olmuyor.” ve “sadece bir iletişim aracı” olarak nitelmişlerdir. Cep telefonunu “Baş belası ama onsuz da olmuyor.” şeklinde nitelleyen genç kitlesinin genel oranı ile kişilik faktörleri arasında bir karşılaştırma yapıldığında “hüzünlü” ve “yenilikçilerin” oranının düşük, diğer tüm kişilik faktörlerine mensup olanların oranının ise görece yüksek olduğu anlaşılmaktadır. Cep telefonunu “Baş belası ama onsuz da olmuyor.” olarak nitelleyenler arasında en yüksek oran (%59,8) “tutucu” kişiliğe mensup olanlara aittir. Cep telefonunu “sadece bir iletişim aracı” olarak nitelleyenlerde en yüksek oran (%34,8) “sabırlı” kişiliğe sahip olanlara aittir. Bu oran aynı zamanda gençliğin söz konusu nitelmedeki genel oranından (%34,6) yüksek olan tek kesimi ifade etmektedir.

Cep telefonunu “Müthiş bir icat, onsuz hayat düşünemiyorum.” olarak niteleyenlerin genel gençlik kesimindeki oranı %17,2 olmasına karşılık “sabırlı”, “neşeli”, “tutucu”, “sorumlu” kişilik tiplerinde cep telefonunu bu şekilde niteleyenlerin oranı görece çok düşüktür. Buna karşılık “hüzünlü” ve “yenilikçi” kişilik tiplerine mensup olanlarının cep telefonunu “Müthiş bir icat, onsuz hayat düşünemiyorum.” şeklinde niteleme oranları bu şekilde düşünen genel gençlerin oranının yaklaşık iki katıdır. Cep telefonuna atfedilen anlam ile kişilik modelinin tipleri arasındaki ayrışma açısından ilgili tablo (Tablo 7) incelendiğinde “dışa dönüklük-içe dönüklük” modelindeki olumlu ve olumsuz faktörler arasındaki ayrışmanın diğer tüm kişilik modellerinden son derece farklı olduğu gözlemlenmektedir. Bundan hareketle “dışa dönüklük-içe dönüklük” faktörünün kendi içlerindeki ayrışmanın cep telefonunun anlamına ilişkin tutumda kendisini olanca açıklığıyla ortaya koyduğunu söyleyebiliriz.

Tablo 6: “Sizce Cep Telefonu Ne Anlama Gelmektedir?”

	“Baş belası ama onsuz da olmuyor.”	“Müthiş bir icat, onsuz hayat düşünemiyorum.”	“Sadece bir iletişim aracı.”	TOPLAM
Sayı	2800	1003	2014	5817
%	48,1	17,2	34,6	100,0
Mean:1,8649 Std Devision: ,89970				

Tablo 7: Beş Büyük Kişilik Modeline Göre Cep Telefonunun Anlamı

KİŞİLİK MODELİ	KİŞİLİK ÖZELLİĞİ	Sizce Cep Telefonu Ne Anlama Gelmektedir? (%)				TOPLAM
		SAYI	“Baş belası ama onsuz da olmuyor.”	“Müthiş bir icat, onsuz hayat düşünemiyorum.”	“Sadece bir iletişim aracı”	
Duygusal Denge	Sabırlı	899	50,4	14,8	34,8	100,0
Dengesizlik	Sinirli	1773	52,6	17,0	30,5	100,0
Dışa dönüklük	Neşeli	1347	56,1	15,9	27,9	100,0
İçe dönüklük	Hüzünlü	593	34,0	32,0	34,0	100,0
Deneyime Açıklık	Yenilikçi	1013	39,4	33,0	27,6	100,0
Tutuculuk	Tutucu	967	59,8	11,1	29,1	100,0
Uyumluluk/Yumuşak	Uyumlu	1624	53,8	16,5	29,6	100,0
Başlılık-Düşmanlık	Güvensiz	773	53,1	16,6	30,4	100,0
Sorumluluk/Öz disiplin	Sorumlu	1546	52,5	15,7	31,8	100,0
Yönsüzlük/Dağınıklık	Değişken	633	51,3	17,1	31,6	100,0

5.2. Cep Telefonu ile Konuşma Sıklığı

Cep telefonu ile yapılan konuşmaların sıklığına ilişkin verilen cevaplar incelendiğinde (Tablo 8) katılımcıların %37,9'unun günde 0-3 görüşme yaptığı, %36,1'inin ise 4-6 görüşme yaptığı anlaşılmaktadır. Kabul etmek gerekir ki cep telefonu konuşma sıklığı açısından gençler tarafından yoğun olarak kullanılmamaktadır. Bu dikkat çekici bir tespittir. Cep telefonu ile görüşme sıklığı ile kişilik modeli arasındaki ilişki incelendiğinde (Tablo 9) günde 0-3 telefon görüşmesi açısından kişilik özelliği “değişken”, “güvensiz”, “tutucu” olan gençlerin telefon görüşme oranları genel oranla uyum halindedir. Buna karşılık tüm diğer kişilik özelliklerinde günde 0-3 görüşme oranı genel orandan düşüktür. Buna karşılık kişilik özelliği olarak “yenilikçi” grubunda yer alan günde 3-6 telefon görüşme oranı (%41,2) genel oranın (36,1) oldukça üstündedir. Diğer kişilik özelliklerine sahip olan gençler 4-6 sıklığında genel ortalamanın altında oranlara sahiptirler. Bunlar içerisinde özellikle “hüzünlü” grubunda yer alanlar dikkat çekici bir özelliğe sahiptir. Zira “hüzünlü” kişiliğine sahip olan gençlerin %21,5'i günde 4-6 telefon görüşmesi yapmaktadırlar. Bu oldukça dikkat çekici bir orandır. Bunlarla ilgili daha ilginç ve dikkat çekici durum ise günde “16 ve üstü” sayıda görüşme yapmalarında karşımıza çıkmaktadır. Günde “16 ve üstü” sayıda cep telefonu ile görüşme yapma oranı %5 olmasına karşılık “hüzünlü” grubunda yer alan gençlerin %20,8'i günde “16 ve üstü” sayıda cep telefonu ile görüşme yaptığını ifade etmiştir. Bu durumu, “hüzünlü” olanlar diğer kişilik özelliklerine sahip olanlara göre daha yoğun görüşme yaparak “sıkıntı” ve “problemlerini” gidermeye çalıştıkları şeklinde anlamak yanlış olmasa gerektir.

Tablo 8: “Cep telefonu ile Günde Kaç Kez konuşursunuz?”

	0-3	4-6	7-10	11-15	16 ve üstü	Toplam
Sayı	2208	2104	888	340	293	5833
%	37,9	36,1	15,2	5,8	5,0	100,0
Mean: 2,0411 Std Deviation: 1,10260						

Tablo 9: Beş Büyük Kişilik Modeline Göre Cep Telefonu ile Görüşme Sıklığı

KİŞİLİK MODELİ	KİŞİLİK ÖZELLİĞİ	Cep telefonu ile Günde Kaç Kez konuşursunuz? (%)						
		SAYI	0-3	4-6	7-10	11-15	16 ve üstü	TOPLAM
Duygusal Denge Dengesizlik	Sabırlı	915	31,9	31,3	23,2	7,2	6,4	100,0
	Sinirli	1776	33,9	33,5	17,9	7,9	6,8	100,0
Dışa dönüklük İçer dönüklük	Neşeli	1356	30,4	33,8	20,9	6,4	8,4	100,0
	Hüzünlü	625	32,3	21,5	23,1	2,3	20,8	100,0
Deneyime Açıklık Tutuculuk	Yenilikçi	1028	27,1	41,2	11,6	12,0	8,1	100,0
	Tutucu	970	37,8	27,7	18,9	9,4	6,2	100,0
Uyumluluk/ Yumuşak Başlılık- Düşmanlık	Uyumlu	1627	32,5	32,0	19,8	9,2	6,5	100,0
	Güvensiz	777	38,4	27,5	14,8	9,4	9,9	100,0
Sorumluluk/ Öz disiplin- Yönsüzlük/ Dağmıklık	Sorumlu	1549	33,1	33,8	19,1	7,4	6,6	100,0
	Değişken	636	37,1	33,0	16,8	5,2	7,8	100,0

5.3. Cep Telefonu ile Görüşülenler

Farklı sıklıklarla da olsa gençler cep telefonu ile görüşmeler yapmaktadırlar. Cep telefonu gündelik hayatın temel aygıtlarından birisi olmuş bulunmaktadır. Gündelik hayattaki gözlemlerden hareketle ifade etmek gerekirse telefon görüşmesi konusu ve amacı belirli bir faaliyet olmaktan çıkmış, gündelik hayatın sıradan ve hatta anlık duygusal taleplerin gereğine uygun olarak belirgin bir amaç taşımaksızın sıklıkla kullanılan bir araç haline gelmiştir. Araştırma kapsamında gençlerin cep telefonu ile görüşmelerini daha çok kimlerle yaptıkları tespit edilmeye çalışılmıştır (Tablo 10). Bir cevap diğer tüm cevaplardan ayrılarak son derece yüksek bir oranla ön plana çıkmıştır. Gençlerin %65,6'sı cep telefonu ile yaptıkları konuşmaların en çok “anne ve baba” ile gerçekleştirdiklerini ifade etmişlerdir. “Sevgili-flört” ve “arkadaş” ile yapılan konuşma oranı ise %14 civarındadır. Cep telefonu ile görüşülen kişilerin özellikleri gençlerin kişilik özellikleri açısından incelendiğinde (Tablo 11), farklı kişilik özelliklerine sahip tüm gençlerin “anne-baba” ile görüşme oranlarının yaklaşık aynı oranda olduğu tespit edilmiştir. Sadece “hüzünlü” kişilik özelliğine sahip olan gençlerin anne babaları ile görüşme oranları (%55,5) görece düşüktür. Buna karşılık “hüzünlü” kişilik özelliğine sahip olan gençlerin “sevgili-flört” (22,7) ve “arkadaş” (%18,8) görüşme oranları görece yüksektir. “Hüzünlü” kişilik özelliğine sahip olanların bu durumları cep telefonu ile görüşme sıklıkları dikkate alınarak değerlendirilecek olursa; diğer tüm kişilik özelliklerine sahip olan gençlere oranla cep telefonunu daha yoğun kullanan “hüzünlü” gençlerin, bu görüşmelerinin önemli bir kısmını “sevgili-flört” ve “arkadaş” ile yaptıkları anlaşılmaktadır. “Hüzünlü” gençlerin bu durumları hüzünlerinin sonucu mudur, yoksa sebebi midir, mevcut cevaplardan hareketle bunu ayırtmak mümkün görünmemektedir.

Tablo 10: “Cep telefonu ile En Çok Kiminle Konuşuyorsunuz?”

	Anne- Babamla	Sevgilimle- Flörtümle	Arkadaşımle	Resmi görüşmeler (iş görüşmeleri)	Kardeşimle	Eşimle	Çocuğumla	Akrabalarımle	Toplam
Sayı	3794	829	841	37	152	77	12	41	5783
%	65,6	14,3	14,5	0,6	2,6	1,3	0,2	0,7	100,0
Mean: 1,6872 Std Deviation: 1,21909									

Tablo 11: Beş Büyük Kişilik Modeline Göre Cep Telefonu ile Görüşülenler

KİŞİLİK MODELİ	KİŞİLİK ÖZELLİĞİ	Cep telefonu ile En Çok Kiminle Konuşuyorsunuz? (%)									
		SAYI	Anne-Babamla	Sevgilimle - Flörtümle	Arkadaşımla	Resmi görüşmeler	Kardeşimle	Eşimle	Çocuğumla	Akrabalarım ^a	TOPLAM
Duygusal Denge Dengesizlik	Sabırlı	896	65,1	16,1	12,9	1,0	1,2	1,8	1,4	0,6	100,0
	Sinirli	1769	66,0	16,3	13,6	0,9	1,1	0,8	0,4	0,9	100,0
Dışa dönüklük İçe dönüklük	Neşeli	1338	66,0	15,7	13,7	0,7	1,2	1,1	0,7	0,9	100,0
	Hüzünlü	633	55,5	22,7	18,8	1,6	0,8	0,0	0,0	0,8	100,0
Deneyime Açıklık Tutuculuk	Yenilikçi	1126	60,9	14,4	18,0	1,4	0,4	2,1	2,5	0,4	100,0
	Tutucu	961	69,0	14,1	11,6	1,2	1,2	0,6	1,5	0,6	100,0
Uyumluluk/ Yumuşak Başlılık-Düşmanlık	Uyumlu	1620	64,0	17,3	13,8	1,1	1,1	1,0	0,8	1,0	100,0
	Güvensiz	773	66,2	15,1	13,8	1,5	1,8	0,5	0,0	1,0	100,0
Sorumluluk-Yönsüzlük/ Dağınıklık	Sorumlu	1544	67,6	14,9	12,3	1,1	1,1	1,1	0,7	1,1	100,0
	Değişken	636	60,8	16,5	15,8	2,1	1,4	1,0	1,7	0,7	100,0

Özaşçılar'ın araştırma bulgularından birisi, konumuzla ilgilidir. Özaşçılar'ın araştırmasında katılımcılara cep telefonu ile en çok aradıkları yedi farklı kişi/kişiler (yakın aile üyeleri, arkadaşları, sınıf arkadaşları, iş arkadaşları, erkek/kız arkadaşları, bilgi alınabilecek kişiler, radyo programları) sorulmuş ve öğrencilerden cep telefonu ile en sık aradıkları kişileri sıralamaları istenmiştir. Buna göre, öğrencilerin cep telefonları ile en sık aradıkları kişiler yakın aile üyeleri olarak belirlenirken onu sırasıyla arkadaşlar, sınıf arkadaşları, erkek/kız arkadaşları, bilgi alınabilecek kişiler, iş arkadaşları ve radyo programları izlemektedir (Özaşçılar, 2009:113). Bu da bizim araştırma bulgularımızı destekleyen bir bulgu olarak anlam kazanmaktadır.

5.4. Cep Telefonu ve Ekonomi

Cep telefonunun gündelik hayatın en önemli ve en sık kullanılan aletlerinden birisi haline gelmesi; iletişim, eğlence, bilgilenme amaçlı olarak yaygın bir şekilde kullanılması; tüm bu özelliklerinin yanı sıra bir statü göstergesi, itibar aracı haline gelmesi cep telefonunu ve cep telefonu sebebi ile gündeme gelen ekonomik giderler bireylerin, ailelerin ve hatta şirketlerin önemli gider kalemlerinden birisi haline gelmesini sağlamıştır. Daha çok birey açısından düşünerek ifade etmek gerekirse, bizzat telefonun kendisi ve iletişim giderleri bireyler açısından önemli bir ekonomik unsur durumundadır.

Geliri kısıtlı veya gideri kontrolsüz bireyler çok kolaylıkla cep telefonu sebebiyle ekonomik problem yaşayabilmektedirler. Böylesi bir problem yaşanıp-yaşanmadığını tespit etmek amacıyla araştırmada yer verilmiş olan “Cep telefonu ücretinden dolayı ekonomik sıkıntıya girdiğiniz oluyor mu?” sorusuna alınan cevaplara göre (Tablo 12) %3,7’lik bir kesim “her zaman”, %5,3’lük kesim ise “sıklıkla” düzeyinde cep telefonu sebebiyle ekonomik sıkıntı yaşadığını ifade etmiştir. Cep telefonu ücreti sebebiyle ekonomik sıkıntı yaşayan ve oranı çok yüksek kabul edilemeyecek olan bu kesime karşılık %46,6’lık bir kesim “ara sıra” sıklığında cep telefonu ücretinden dolayı ekonomik sıkıntı yaşadıklarını ifade etmişlerdir. Kuşkusuz bu dikkat çekici ve oldukça yüksek bir orandır. Cep telefonu ücretinden dolayı ekonomik bir sıkıntı yaşanıp yaşanmamasıyla ilgili cevaplar bireylerin kişilik özellikleri açısından incelendiğinde (Tablo 13), diğer tüm kişilik özelliklerine göre ilginç ve farklı oran “hüzünlü” olanlarda açığa çıkmaktadır. “Hüzünlü” kişilik özelliklerine sahip olanların %13,8’i “her zaman” sıklığında cep telefonu ücretinden dolayı ekonomik sıkıntı yaşadıklarını ifade etmişlerdir. “Hüzünlü” kişilik özelliklerine sahip olanların diğerlerine göre cep telefonunu daha yoğun olarak kullanmalarının böylesi bir sonuca yol açması beklenir.

Tablo 12: “Cep telefonu ücretinden dolayı ekonomik sıkıntıya girdiğiniz oluyor mu?”

	Her zaman	Sıklıkla	Ara sıra	Nadiren	Hiç olmadı	Toplam
Sayı	216	311	2719	2570	15	5831
%	3,7	5,3	46,6	44,1	0,3	100,0
Mean: 3,3185 Std Deviation: ,74244						

Tablo 13: Beş Büyük Kişilik Modeline Göre Cep Telefonu ile İlgili Ekonomik Sıkıntıya Girme Durumu

KİŞİLİK MODELİ	KİŞİLİK ÖZELLİĞİ	Cep telefonu ücretinden dolayı ekonomik sıkıntıya girdiğiniz oluyor mu? (%)						TOPLAM
		SAYI	Her zaman	Sıklıkla	Ara sıra	Nadiren	Hiç olmadı	
Duygusal Denge Dengesizlik	Sabırlı	905	9,1	5,6	39,7	45,3	0,4	100,0
	Sınırlı	1773	4,9	5,9	45,3	43,4	0,6	100,0
Dışa dönüklük İçe dönüklük	Neşeli	1338	5,6	9,7	37,9	46,8	0,0	100,0
	Hüzünlü	625	13,8	6,2	30,0	45,4	4,6	100,0
Deneyime Açıklık Tutuculuk	Yenilikçi	1028	5,3	7,4	42,8	42,1	2,5	100,0
	Tutucu	966	7,4	7,8	38,5	45,7	0,6	100,0
Uyumluluk/Yumuşak Başlılık-Düşmanlık	Uyumlu	1634	6,5	4,7	43,0	45,0	0,8	100,0
	Güvensiz	774	5,6	6,4	40,7	46,8	0,5	100,0
Sorumluluk-Yönsüzlük/Dağınıklık	Sorumlu	1552	4,8	6,1	44,4	43,8	0,8	100,0
	Değişken	631	5,8	6,4	39,2	48,3	0,3	100,0

5.5. Bir Yaşam Tarzı Olarak Cep Telefonu

Cep telefonu bugünün dünyasında günlük yaşamın en temel unsurlarında birisi haline gelmiş bulunuyor. Günlük yaşamın her alanında cep telefonunu görmek mümkündür. Cep telefonu birbirinden çok farklı birçok işleviyle yaşamın en önemli unsurlarından birisi haline gelmiş bulunuyor. Bireyler yalnız veya topluluk halindeyken, eğitim ve ticaretlerinde, iletişim ve eğlencelerinde, alışveriş ve bilgi paylaşımında cep telefonu merkezli bir hayat yaşıyorlar. Bu özelliklerinden hareketle cep telefonunu belki de günlük yaşamın bir unsuru olmaktan çıkıp, yaşam tarzının bizzat kendisi olmuş bulunuyor. Bu konuda gençlerin görüş ve düşüncelerini tespit etmek amacıyla örneklem gruba yöneltilen sorular arasında “Cep telefonu bir yaşam tarzıdır.” yargı cümlesine de yer verildi. Gençlerden bu yargı cümlesini değerlendirmeleri istendi. Genel gençliğin yarıdan biraz fazlası (%48,8+9,5=%58,3) bu yargı cümlesine katılmadıklarını, “yanlış” bulduklarını ifade etmişlerdir (Tablo 14).

Söz konusu yargı cümlesini olumlu-olumsuz değerlendirme biçimleriyle kişilik özellikleri arasındaki ilişki incelendiğinde (Tablo 15) en ilginç durumun “hüzünlü” kişilik tipinde açığa çıktığı görülmektedir. Kendisini “hüzünlü” olarak niteleyenler diğer tüm kişilik tiplerine göre görece (%14,7+41,1=%58,8) daha yüksek oranda cep telefonunu bir yaşam tarzı olarak gördüklerini ifade etmişlerdir. Bunu belki de içe dönüklüğün önemli bir tipini temsil eden “hüzünlü” kişiliğe mensup olanlarının “dışarıyla” irtibatlarında telefonu daha çok önemsedikleri şeklinde anlamak gerekebilir. Eğer böyle ise bunlar için cep telefonu “içe bükülmenin” yol açtığı veya açabileceği olumsuz durumlar karşısında bir can simidi görevi görmektedir. Kendisini “tutucu” olarak niteleyenlerin konu bağlamındaki tutumları da dikkat çekicidir. Bunlar diğer tüm kişilik tiplerine göre görece daha yüksek oranda (43,8+19,5=%63,3) cep telefonunu bir yaşam tarzı olarak görmeyi reddetmişlerdir. Bu da “tutucu” kişiliğe mensup olanların cep telefonsuz zamanları daha önemsedikleri veya cep telefonsuz durumları daha olumlu buldukları dolayısıyla tüm kesimlere göre cep telefonunu gündelik yaşamda daha az değerli buldukları anlamına gelebilir.

Tablo 14: “Cep telefonu bir yaşam tarzıdır”

	Çok Doğru	Doğru	Yanlış	Kesinlikle Yanlış	Toplam
Sayı	486	1938	2833	552	5809
%	8,4	33,4	48,8	9,5	100,0
Mean: 2,5941 Std Deviation: ,77371					

Tablo 15: Beş Büyük Kişilik Modeline Göre Cep Telefonunun Bir Yaşam Tarzı Olup-Olmaması

KİŞİLİK MODELİ	KİŞİLİK ÖZELLİĞİ	“Cep telefonu bir yaşam tarzıdır” (%)					TOPLAM
		SAYI	Çok Doğru	Doğru	Yanlış	Kesinlikle Yanlış	
Duygusal Denge	Sabırlı	899	11,2	28,3	44,3	16,2	100,0
Dengesizlik	Sinirli	1763	10,6	33,4	44,4	11,7	100,0
Dışadönüklük	Neşeli	1351	13,9	32,5	40,0	13,6	100,0
İçedönüklük	Hüzünlü	622	14,7	41,1	27,9	16,3	100,0
Deneyime Açıklık	Yenilikçi	1016	29,6	27,1	33,1	10,2	100,0
Tutuculuk	Tutucu	972	11,3	25,3	43,8	19,5	100,0
Uyumluluk/Yumuşak	Uyumlu	1621	10,9	34,6	42,1	12,4	100,0
Başlılık-Düşmanlık	Güvensiz	768	14,7	32,1	37,5	15,7	100,0
Sorumluluk/Özdisiplin-	Sorumlu	1546	9,8	33,5	44,7	12,0	100,0
Yönsüzlük/Dağınıklık	Değişken	630	16,2	35,1	37,1	11,6	100,0

5.6. Cep Telefonsuz Kalmak

Gündelik hayatın en önemli aygıtlarından, bireysel aktivitelerin en önemli unsurlarından birisi haline gelmiş bulunan cep telefonu iletişimin, eğlencenin, bilgilenmenin, bilimsel ve sanatsal faaliyetlerin, dijital veri depolamanın en yaygın aracı haline gelmiş olması bireyler açısından cep telefonsuz bir zamanı düşünülmemesine yol açabilmektedir. Bireyler gündelik hayatlarının hemen her alanında ve hemen her aktivitelerinde cep telefonu ile irtibatlı durumdadırlar. Bireyler açısından cep telefonu iş yerinde, evde, toplu ulaşım aracında, çarşıda, caddede bireylerin ellerinden düşürmedikleri bir aygıt (hatta organ) haline gelmiş bulunuyor. Araştırma kapsamında katılımcılara cep telefonu kullanmadan ve bu sebeple rahatsızlık hissetmeden kaç gün geçirebilecekleri sorulmuştur. Genel cevaplara göre (Tablo 16) katılımcıların %33,9'u ancak bir gün cep telefonsuz kalabileceklerini ifade etmişlerdir. Cep telefonsuz iki gün geçirebileceğini söyleyenlerin oranı %15,3'tür. Buna göre gençlerin yaklaşık yarısı cep telefonsuz gündelik bir hayata en fazla iki gün dayanabilmektedirler.

Cep telefonsuz kalabilme süresiyle ilgili cevaplar kişilik özellikleri açısından incelendiğinde (Tablo 17) “hüzünlü” (%50,4) ve “değişken” (%48,1) kişilik özelliklerine sahip olanların yaklaşık yarısı cep telefonsuz olarak ancak bir gün geçirebileceklerini ifade etmişlerdir. Cep telefonsuz bir zamana sahip olmaya tahammül edilemeyeyle ilgili cevaplar arasında dikkat çekici durum “tutucu” kişilik özelliğine sahip bireylerde gözlenmiştir. Gençlerin genelinin %23'ü rahatsızlık hissetmeden bir ay veya daha fazla süre cep telefonsuz olabileceğini ifade ederken, “tutucu” kişilik özelliğine sahip olan bireylerin %33,4'ü rahatsızlık hissetmeden bir ay ve daha fazla süre cep telefonsuz olabileceğini ifade etmiştir. Bu durum “tutucu” kişilik özelliğine sahip olanların geleneksel, iletişim, eğlence ve bilgilenme yöntemlerini diğerlerine oranla daha fazla tercih ettikleri şeklinde yorumlanabilir.

Tablo 16: Cep Telefonu Kullanmadan ve Rahatsızlık Hissetmeden Kaç Gün Geçirebilirsiniz?

	1 gün	2 gün	1 hafta	2-3 hafta	Bir ay ve daha fazla	Toplam
Sayı	1972	889	1072	546	1335	5814
%	33,9	15,3	18,4	9,4	23,0	100,0
Mean: 2,7219 Std Deviation: 1,56368						

Tablo 17: Beş Büyük Kişilik Modeline Göre Cep Telefonsuz Kalabilme Süresi

KİŞİLİK MODELİ	KİŞİLİK ÖZELLİĞİ	Cep Telefonu Kullanmadan ve Rahatsızlık Hissetmeden Kaç Gün Geçirebilirsiniz? (%)						
		SAYI	1 gün	2 gün	1 hafta	2-3 hafta	Bir ay ve daha fazla	TOPLAM
Duygusal Denge Dengesizlik	Sabırlı	926	33,3	15,1	20,2	9,3	22,1	100,0
	Sinirli	1673	37,8	15,7	16,7	7,3	22,5	100,0
Dışa dönüklük İçer dönüklük	Neşeli							100,0
	Hüzünlü	630	50,4	11,2	12,8	1,6	24,0	100,0
Deneyime Açıklık Tutuculuk	Yenilikçi	1018	42,9	16,3	15,6	3,5	21,6	100,0
	Tutucu	986	36,3	11,7	13,1	5,5	33,4	100,0
Uyumluluk/Yumuşak Başlılık-Düşmanlık	Uyumlu	1592	40,8	14,3	15,2	6,7	23,0	100,0
	Güvensiz	863	38,3	12,9	15,4	5,9	27,5	100,0
Sorumluluk-Yönsüzlük/Dağınıklık	Sorumlu	1567	39,6	15,5	14,0	8,0	22,9	100,0
	Değişken	642	48,1	8,5	19,2	7,9	16,3	100,0

Cep telefonunun bireysel gündelik hayatın çok önemli bir unsuru haline gelmiş olması bireyler açısından cep telefonsuz bir hayatın anlamını sorgulamayı gerektirmektedir. Bir başka söyleyişle cep telefonsuz kalmak bireyleri duygusal açıdan nasıl etkilemektedir? Bunu anlamak için katılımcılara “Diyelim ki, sabah okula / işe gitmek için çıktınız ve yarı yolda cep telefonunu yanınıza almadığınızı fark ettiniz, ne hissedersiniz?” sorusu yöneltilmiştir. Bu soruya alınan cevaplar incelendiğinde (Tablo 18) katılımcıların yaklaşık yarısının (%44,4) kendisini kötü hissedeceği cevabı alınmıştır. Bu cevabın %29,7’lik oranı “Kötü hissederdim.”, %14,7’lik oranı ise “Çok kötü hissederdim.” şeklindedir. Bu durum değişik vesilelerle makale kapsamında birçok kez dile getirilen “cep telefonunun gündelik hayatın önemli bir unsuru olduğu” yargısını haklılaştırmaktadır.

Cep telefonsuz olduğu için kendisini kötü hissedenler kişilik özellikleri açısından incelendiğinde (Tablo 19) genel durumdan farklı tutum sergileyenler içerisinde özellikle “hüzünlü” kişilik özelliğine sahip bireyler olduğu anlaşılmaktadır. Kişilik özelliği açısından “hüzünlü” grubunda yer alan gençlerin %32,3 “kendisini çok kötü” hissedeceğini ifade etmişlerdir. “Hüzünlü” kişiliğe sahip olanlar kadar değilse bile “yenilikçi”, “neşeli”, “güvensiz” ve “değişken” kişilik özelliğine sahip bireylerin kendilerini “çok kötü hissetme” oranları genel ortalamanın üstündedir.

Benzer şekilde olmak üzere “sabırlı”, “yenilikçi”, “tutucu” ve “değişken” kişilik özelliğine sahip olanlar diğerlerinden farklı bir tutum sergileyerek cep telefonsuz kalmaktan olumsuz etkilenmeyeceklerini ortalamanın üstünde bir oranla ifade etmişlerdir. Burada ilginç durum “değişken” kişilik özelliğine sahip olanlarda gözlenmektedir. Kişilik olarak “değişken” karakterdeki gençlerin cep telefonuz kalma durumundan etkilenmemeleri veya güçlü şekilde etkilenmeleri görece yüksektir. Bu durum söz konusu kişilerin duygusal açıdan uç noktalarda tutum sergilediklerini ortaya koymaktadır.

Tablo 18: “Diyelim ki, sabah okula / işe gitmek için çıktınız ve yarı yolda cep telefonunu yanınıza almadığınızı fark ettiniz, ne hissederdiniz?”

	Hiç kötü hissetmezdim.	Kötü hissetmezdim.	Kararsızım.	Kötü hissederdim.	Çok kötü hissederdim.	Toplam
Sayı	832	1159	1250	1735	858	5834
%	14,3	19,9	21,4	29,7	14,7	100,0
Mean: 3,1076 Std Deviation: 1,28198						

Tablo 19: Beş Büyük Kişilik Modeline Göre Cep Telefonsuz Kalındığında Ne Hissedildiği

KİŞİLİK MODELİ	KİŞİLİK ÖZELLİĞİ	“Diyelim ki, sabah okula / işe gitmek için çıktınız ve yarı yolda cep telefonunu yanınıza almadığınızı fark ettiniz, ne hissederdiniz?” (%)						
		SAYI	Hiç kötü hissetmezdim.	Kötü hissetmezdim.	Kararsızım.	Bir şeyimi kaybetmiş gibi hissederdim.	Çok önemli bir şeyimi kaybetmiş gibi hissederdim.	TOPLAM
Duygusal Denge	Sabırlı	911	22,4	13,3	24,5	24,1	15,8	100,0
	Sinirli	1567	15,6	15,1	21,7	30,1	17,6	100,0
Dengesizlik	Neşeli	1348	18,7	15,9	20,9	24,0	20,4	100,0
	Hüzünlü	612	16,9	10,8	20,8	19,2	32,3	100,0
Dışa dönüklük	Yenilikçi	989	23,9	11,9	16,5	24,6	23,2	100,0
	Tutucu	1012	23,8	19,1	21,7	20,9	14,5	100,0
Deneyime Açıklık	Uyumlu	1485	17,3	14,7	23,0	26,8	18,2	100,0
	Güvensiz	841	16,0	12,0	18,6	31,8	21,6	100,0
Başlılık-Düşmanlık	Sorumlu	1603	16,4	16,9	19,5	28,6	18,5	100,0
	Değişken	663	24,1	13,1	18,9	20,9	23,0	100,0

Gündelik hayatına başlarken cep telefonunun yanında olmadığını (kaybetme veya evde unutma sebebiyle) fark edilmesi durumunda nasıl bir davranış sergileneceği araştırma kapsamında dikkate alınan konulardan birisi olmuştur. Katılımcılara “Diyelim ki, sabah okula/işe gitmek için çıktınız ve yarı yolda cep telefonunu yanınıza almadığınızı fark ettiniz, ne yaparsınız?” sorusu yöneltilmiştir.

Genel cevaplara göre (Tablo 20) katılımcıların %36,9'u "Eve geri döner telefonumu alabilirim." derken, %33,8'lik bir kesim net bir tutum sergilememiş "Yoluma devam edebilirim." cevabıyla örtük kararsızlıklarını ortaya koymuşlardır. Çünkü bunların cep telefonsuz kalmayı kabullenip kabullenmeme noktasında kararsızlık içinde oldukları anlaşılmaktadır.

Cep telefonunun evde unutulduğu anlaşıldığında sergilenecek davranışlar kişilik özellikleri açısından incelendiğinde (Tablo 21), cep telefonsuz kalmayı en yüksek oranla kabullenenlerin "sabırlı", "tutucu" ve "değişken" kişiliğe sahip bireyler oldukları anlaşılmaktadır. Buna karşılık "kesinlikle eve geri dönüp telefonunu yanına alacağını" ifade edenler arasında "neşeli", "hüzünlü", "güvensiz" ve "değişken" kişilik özelliğine sahip olanların oranları görece yüksektir.

Tablo 20: "Diyelim ki, sabah okula / işe gitmek için çıktınız ve yarı yolda cep telefonunu yanınıza almadığınızı fark ettiniz ne yaparsınız?"

	Kesinlikle yoluma devam ederdim	Yoluma devam edebilirim	Eve geri döner telefonumu yanına alabilirim	Kesinlikle eve geri döner telefonumu yanına alırdım	Toplam
Sayı	1102	1969	2149	600	5820
%	18,9	33,8	36,9	10,3	100,0
	Mean:2,3861		Std Deviation: ,90667		

Tablo 21: Beş Büyük Kişilik Modeline Göre Cep Telefonsuz Kalındığında Ne Yapılacağı

KİŞİLİK MODELİ	KİŞİLİK ÖZELLİĞİ	Diyelim ki, sabah okula / işe gitmek için çıktınız ve yarı yolda cep telefonunu yanınıza almadığınızı fark ettiniz ne yaparsınız? (%)						
		SAYI	Kesinlikle yoluma devam ederdim.	Yoluma devam edebilirim.	Eve geri döner telefonumu yanına alabilirim.	Kesinlikle eve geri döner telefonumu yanına alırdım.	Kesinlikle yoluma devam ederdim.	TOPLAM
Duygusal Denge Dengesizlik	Sabırlı	956	27,6	26,0	31,4	15,0	27,6	100,0
	Sinirli	1487	18,5	32,2	34,6	14,7	18,5	100,0
Dışa dönüklük İçer dönüklük	Neşeli	1378	23,4	27,6	26,7	22,3	23,4	100,0
	Hüzünlü	619	23,8	16,9	40,0	19,2	23,8	100,0
Deneyime Açıklık Tutuculuk	Yenilikçi	1002	21,1	21,8	40,4	16,8	21,1	100,0
	Tutucu	1023	28,9	30,5	30,5	10,0	28,9	100,0
Uyumluluk/Yumuşak Başlılık-Düşmanlık	Uyumlu	1451	19,9	28,2	36,0	15,9	19,9	100,0
	Güvensiz	878	21,4	25,6	33,9	19,1	21,4	100,0
Sorumluluk-Yönsüzlük/Dağımlık	Sorumlu	1569	19,1	30,5	34,1	16,3	19,1	100,0
	Değişken	691	29,0	20,6	32,2	18,3	29,0	100,0

SONUÇ

Kişilik, insan bireyini diğer tüm bireylerden ayıran ve onu biricik yapan temel özelliklerden birisi; hatta en kapsamlı ve en önemlisidir. Bu sebeple kişilik özelliklerini dikkate almadan insan bireyini doğru, kuşatıcı ve tam olarak tanımlamak mümkün değildir. Ancak insan bireyinin kişilik olarak tanımlanan ve temel nitelikte olan kalıcı özellikleriyle detayda kalan, kişiliğiyle doğrudan ilgisi bulunmayan genellikle de geçici olan özelliklerini ayırtmak kolay değildir. Böyle olduğu için kişilik özelliklerini bilimsel bir yöntemle araştırmak ve incelemek bilim tarihinin ancak son zamanlarına denk düşmüştür. Hala da konu dünyanın dört bir yanındaki farklı bilim insanları tarafından yoğun bir şekilde araştırılmakta ve tartışılmaktadır. Kişilik insan bireyinin en temel özelliği, dijital teknoloji ve bu teknoloji üzerinden gerçekleştirilen iletişim ise günümüz dünyasının en temel özelliklerinden birisidir. Biz bu araştırmamızda insan bireyinin en temel özelliği olan kişilik ile günümüz dünyasının en temel özelliklerinden birisi olan dijital teknoloji üzerinden gerçekleştirilen iletişimin ilişkisini araştırmaya çalıştık. Araştırmanın yürütülebilmesi için her iki alanında daraltılması, kapsamının sınırlandırılması gerekmiştir. Kişiliğin sınırlandırılması Beş Büyük Kişilik Modeli bağlamında gerçekleştirilmiş, bu modelde önemli bir ölçek olarak kullanılan ifadelerden (temel kişilik özelliklerinden) bazıları referans alınmıştır. Referans alınan kişilik özellikleri on tanedir. Bunlardan beşi olumlu (sabırlı, neşeli, yenilikçi, uyumlu, sorumlu), beşi olumsuz (sinirli, hüzünlü, tutucu, güvensiz, değişken) özelliktir. Dolayısıyla beş büyük kişilik modelinin her biri için bir olumlu, bir olumsuz kişilik özelliği dikkate alınmıştır.

Dijital teknoloji üzerinden gerçekleştirilen iletişim ise günümüz dünyasının en yaygın ve en yoğun kullanılan iletişim aracı durumundaki cep telefonu seçilmiştir. Cep telefonunun bireyler açısından ifade ettiği *anlam ve önem*, cep telefonu *kullanma sıklığı*, cep telefonu ile *iletişin kurulan kişilerin kimler olduğu*, cep telefonu sebebiyle yaşanan *ekonomik sıkıntılar*, cep telefonu ile *yaşam tarzı* ilişkisi, cep telefonu *bağımlılık düzeyi* araştırmanın alt konu başlıklarını oluşturmuştur. Önce araştırmanın evrenini teşkil eden gençlerin cep telefonu ile ilgili söz konusu özellikler bağlamında durum ve duruşlarının ne olduğu belirlenmiş, daha sonra cep telefonu ile ilgili her bir özellik Beş Büyük Kişilik Modeli ölçeğinde belirlenmiş olan on kişilik özelliği açısından ilişkisi incelenmiştir. Konu son derece kapsamlıdır. Ancak bir bilimsel makalenin fiziksel sınırı konuyu daraltmayı zorunlu kılmış en genel çerçevede temel kişilik özellikleri ile cep telefonuna yüklenen anlam ve cep telefonu ile ilgili tutumların ilişkisi incelenmeye çalışılmıştır.

Araştırmanın bulgularından hareketle ulaşılmış önemli bir tespit olarak şunu ifade edebiliriz: Cep telefonuna yüklenen anlam ve önem ile cep telefonu ile ilgili tutum ve davranışlar Beş Büyük Kişilik Modeli bağlamında incelendiğinde; cep telefonuna yüklenen anlam ve işlev ile kişilik tipleri arasında anlamlı bir ilişki olduğu gözlenmiş, özellikle dışa dönüklük-içe dönüklük ile deneyime açıklık-tutuculuk modellerinde manidar bir farklılaşma gözlenmiştir. Bu modellerin ifadeleri olan neşeli-hüzünlü kişilik özellikleri ile yenilikçi-tutucu kişilik özellikleri arasındaki ayrışma diğer tüm kişilik tiplerinden çok üst düzeydedir. Bu da bir iletişim aracı olan cep telefonunun anlaşılması, önemsenme biçimi ve gündelik yaşamdaki yeri ve işlevi konusundaki anlayış ve görüşlerle bireylerin kişilik özellikleri arasında doğrusal bir ilişki olduğu anlamına gelmektedir.

KAYNAKÇA

- BOZKAYA, E. (2013). “Örgüt Çalışanlarının Kişilik Özellikleri ile Örgütsel Bağımlılıkları Arasındaki İlişkinin İncelenmesi: Hiyerarşik Yapısı Yüksek Bir Kurumda Uygulama”. Yüksek Lisans Tezi, Balıkesir: Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı.
- ERKUŞ, A. ve TABAK, A. (2009) “Beş Faktör Kişilik Özelliklerinin Çalışanların Çatışma Yönetim Tarzlarına Etkisi: Savunma Sanayinde Bir Araştırma”, Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, C. 23, s. 2.
- GOLDBERG, L. R. (1993). “The Structure of Phenotypic Personality Traits”. American Psychologist, 48: 26-34.
- HOGAN, R., HOGAN, J., ve ROBERTS, B. W. (1996). “Personality Measurement and Employment Decisions”, Questions and Answers. American Psychologist, 51: 469-477.
- HOWARD, P.J. ve HOWARD, J.M. (1998). “The Big Five Quickstart an Introduction To The Five Factor Model of Personality For Human Resource Professionals”. Charlotte, NC: Centre for Applied Cognitive Studies.
- KESER, A. ve GÜLER B.K. (2016). Çalışma Psikolojisi, Umuttepe Yayınları, İstanbul.
- KOCABACAK A. (2011) “İnsan Kaynakları Seçme ve Yerleştirme Süreci Açısından Kişilik Boyutları İle Performans İlişkisi: İlaç Sektöründe Psikoteknik Boyutta Bir Uygulama”, Selçuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Ana Bilim Dalı, Yönetim ve Organizasyon Bilim Dalı, Doktora Tezi, Konya.
- KÖKNEL, Ö. (1985). Kaygıdan Mutluluğa Kişilik. İstanbul: Altın Kitaplar Yayınevi, İstanbul.
- MORGAN, C. T., (1999). Psikolojiye Giriş, Hacettepe Üniversitesi Psikoloji Bölümü Yayınları, Yayın no:1.
- ÖZAŞÇILAR, M. (2009). Cep Telefonu Kullanımının Sosyolojik Boyutu, Doktora tezi, İstanbul Üniversitesi Adli Tıp Enstitüsü Sosyal Bilimler Anabilim Dalı, İstanbul.
- ÖZKALP, E ve KIREL, Ç. (2001). Örgütsel Davranış. Eskişehir: ETAM A.Ş Matbaa Tesisleri.
- YÜRÜR, S. (2009). “Yöneticilerin Çatışma Yönetim Tarzları ve Kişilik Özellikleri Arasındaki İlişkinin Analizine Yönelik Bir Araştırma”. Cumhuriyet Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, c. 10, s.1.