

*Field* : Sport Psychology

*Type* : Research Article

*Received*: 10.07.2016 - *Corrected*: 21.11.2016 - *Accepted*: 13.12.2016

## Bartın Üniversitesi BESYO Öğrencilerinin Sosyal Medya Kullanım Alışkanlıkları ile Kişilik Özellikleri İlişkisinin Araştırılması

Sercan KURAL<sup>1</sup>, Mutlu TÜRKMEN<sup>1</sup>, Ahmet Naci DİLEK<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Bartın Üniversitesi, Beden Eğitimi ve Spor Yüksekokulu, Bartın/TÜRKİYE

<sup>2</sup>Ondokuz Mayıs Üniversitesi, Sağlık Bilimleri Enstitüsü, Samsun/TÜRKİYE

E-Posta: [sercankural@hotmail.com](mailto:sercankural@hotmail.com)

### Öz

Bu çalışma, Bartın Üniversitesinde 2016-2017 eğitim öğretim yılı güz dönemi Bartın Üniversitesindeki sosyal medya hesapları bulunan BESYO öğrencilerinin sosyal medya kullanım düzeyleri ve kişilik özelliklerinin incelenmesi amacıyla planlanmıştır. Araştırmanın evrenini; 2016-2017 eğitim öğretim yılında Bartın Üniversitesi BESYO' da öğrenim gören 1168 öğrenci oluşturmaktadır. Araştırmanın örneklemini ise; tesadüfi örnekleme yöntemi kullanılarak seçilen 243 öğrenci oluşturmaktadır. Veri toplama aracı olarak "Sosyal Medya Tutum Ölçeği" ile "Eysenck Kişilik Anketi-Gözden Geçirilmiş Kısaltılmış Formu'nun (EKA-GGK) Türkiye'de Geçerlik ve Güvenilirlik" çalışmaları kullanılmıştır. Sosyal Medya Tutum Ölçeği, 23 madde ve 4 faktörden (*paylaşım ihtiyacı, sosyal yetkinlik, sosyal izolasyon ve öğretmenlerle ilişki*) oluşmaktadır. Eysenck Kişilik Anketi-Gözden Geçirilmiş Kısaltılmış Formu ise 24 madde ve kişiliği 3 faktörden (*dışadönüklük, nörotisizm ve psikotisizm*) oluşmaktadır. Araştırmanın sonucuna göre ise, katılımcıların neredeyse tamamı sosyal medya araçlarını kullanmaktadır ve sosyal medya hayatlarının önemli bir parçası haline gelmiş denebilir. Ayrıca katılımcıların kişilik özellikleri üzerinde sosyal medyanın rolü olduğu söylenebilir.

**Anahtar Kelimeler:** Sosyal medya, kişilik, kişilik özellikleri

## **Investigation of the Relationship between Social Media Usage Habits and Personality Characteristics of Bartın University PES Students**

### **Abstract**

This study examined the social media usage levels and personality characteristics of PES students who had social media accounts at Bartın University in the fall semester of the 2016-2017 academic year. The study included 243 of the 1168 students who studied at the Bartın University School of Physical Education and Sports; students were selected by random sampling. The Social Media Attitude Scale 'Eysenck Personality Questionnaire-Validated and Abbreviated Form (EKA-GGK),' were used as data collection tools. The Social Attitude Scale consists of 23 items and 4 factors (sharing need, social competence, social isolation, and relationship with teachers). The Eysenck Personality Questionnaire-Eye Abbreviated Form consists of 24 items and 3 factors (extroversion, neuroticism, and psychoticism). As a result of the research, almost all of the participants are using social media tools and social media might try to become an important part of their lives. It can also be said that social media has a role on the personality traits of the participants.

**Keywords:** Social media, personality, personality traits

## Giriş

Sosyal medya kavramına bakıldığında, literatürde birçok tanım ile karşılaşmak mümkündür. “Bazı araştırmacılar sosyal medyayı, kişiler arasındaki karşılıklı etkileşimi destekleyen, ortak ilgi alanlarına sahip bireylerin paylaşımını arttıran ve herkesin kendi kişisel profilini ve iletişim kurmak istediği arkadaş listesini oluşturma şansı veren web tabanlı ortamlar olarak tanımlamaktadır (Boyd, 2003; Vural ve Bat, 2010; Ünal T.A 2015).”

Sosyal medyanın son on yıl içerisinde artan popülerliği ve ulaşılabilirliği çok dikkat çekmektedir (Donelan H, 2016). Sosyal ağ siteleri, iletişim ağı ile bireylere kişisel bilgilerini paylaşmak için uygun bir alan sağlamaktadır (Jang K ve ark, 2016). Sosyal ağlar, milyonlarca bireyin büyük miktarda bilginin yayınlanması ve tüketimi için vazgeçilmez bir buluşma noktası haline gelmiştir (Viejo A, Sanchez D, 2016). “Teknolojideki hızlı gelişim ile birlikte insanların internet ve web uygulamalarını kullanmaları sağlanmıştır. Mobil uygulamaların yaygınlaşmasıyla, teknoloji hayatımızın bir parçası olmuş ve her an ulaşabileceğimiz bir noktaya gelmiştir (Aslanyürek M ve ark. 2015).” Bilgi ve iletişim teknolojileri mesleğe ve işyeri aktivitesine dönüşmektedir. Bunlar insanların bilgiyi nasıl elde etmelerini ve paylaşmalarını, iş birliği yapmalarını, nasıl iletişim kurmalarını etkilemektedir (Donelan H, 2016).

Sosyal medya, sosyal iletişim ağları dünyada fırtına gibi bir devrimle insanların iletişim yolunu ele geçirdi, onlara özel hayatlarını yayınlama fırsatı vererek dünya sahnesinde yer almaktadır (Baughman Laurie L 2010). Günümüzde en çok kullanılan iletişim araçlarından biri olan sosyal paylaşım siteleri ile bireyler tarafından oluşturulan kişisel profillere herkesin ulaşması daha kolay hale gelmiştir (Kirschner ve Karpinski, 2010: 3; Hacıfendioğlu Ş 2010).

Bireylerin resim, video ve ses dosyaları yardımıyla iletişime geçtiği, yer ve zaman sınırlaması olmadan paylaşım yapabildikleri iletişim ağlarıdır (Hatipoğlu 2009; Ortar ve Argın 2014). Günümüzde en yaygın kullanılan bu iletişim ağlarına örnek olarak Facebook, Twitter, Instagram, Vine, You Tube ve Swarm’ı gösterebiliriz.

## Kişilik ve Kişilik Özellikleri Kavramları

“Eysenck’e (1970) göre, bireyin çevreye kendine özgü bir şekilde uyum sağlamasını belirleyen karakterinin, duygusal, bilişsel ve fiziksel yapısının nispeten kararlı ve durağan bir biçimde örgütlenmesidir (Tunç ve Aliyev 2015).” Kişilik, bireyin bünyesindeki davranış ve düşünce özelliklerini belirleyen psikofiziksel sistemler olarak tanımlanmaktadır (Allport, 1961; Basım N ve ark. 2009). Başka bir tanıma göre ise; bir insanın duyma, düşünme ve davranışlarını etkileyen etmenlerin bir bütünüdür. Kişiliğin oluşmasında bireyin doğuştan gelen özellikleri ve yaşadığı çevrenin etkileri görülmektedir (Yelboğa A, 2006)

“Bireyin kendisine en yakın çevresi olan aile, okul ve arkadaş çevresi kişiliğin oluşmasında etkili olmaktadır. Bu çevre ile bireyin olumlu ilişkileri bireyin uyumlu bir kişiliğe sahip olmasına, olumsuz ilişkileri ise uyumsuz bir kişiliğe sahip olmasına neden olabilmektedir (Michael ve ark. 1990; William ve Thomas 2003; Erdoğan ve ark 2005; Dündar S. 2009)”.

Bazı psikologlar kişilik özelliklerini veya karakterlerini beş farklı kategoride incelemişlerdir. Beş büyük kişilik özelliği olarak ifade edilen bu karakterler; deneyime açık olmak, sorumluluk, dışadönüklük, uyumluluk ve duygusal dengeyi içermektedir (Benford ve Swami, 2014: 454; Süren ve ark. 2016).

“Korkmaz (2006) ise bu özellikleri şu şekilde ifade etmiştir:

**Dışa Dönüklük:** Bu tip bireyler grup içindeki diğer bireylerle kolay iletişim kurarlar, girişken, enerjik ve sosyal bir yapıya sahiptirler. Dış dünyaya açık bireylerdir.

**Duygusal İstikrar:** Bu boyutun kapsamındaki bireyler, kendine güven derecesi, iyimser veya kötümser olması, endişeli ve duygusal olması gibi özelliklerle tanımlanabilirler.

**Uyumluluk:** Bu bireyler, arkadaş canlısıdırlar, birlikte çalışmayı severler, güven vericidirler ve yumuşak kalplidirler. Yönetici olarak astlarını iyi motive eder ve iyi iletişim kurarlar.

**Sorumluluk:** Azimli olma, başarıma güdüsü kuvvetli, dikkatli ve temkinli, sorumluluğunun bilincinde olan bireylerdir. Hiyerarşik yapı içerisindeki her türlü görevlerde başarılı olma olasılıkları kuvvetlidir.

**Açıklık:** Bu tip özellikteki bireyler, zeki, geniş, düşünceli, meraklı, hayal gücü kuvvetli, entelektüel kişiler olarak tanımlanabilir. Bu tip bireyler özellikle değişim yaşayan örgütlerde yaratıcılıkları ile oldukça yapısal bir fayda sağlarlar.”

Beş büyük kişilik özelliğindeki her özellik bireyin duygularının, düşüncelerinin veya davranışlarının devamlılığına veya yoğunluğunu vurgulamaktadır (Limont ve diğerleri, 2014: 199; Süren ve ark. 2016 ). Kişilik tiplerinin her birinin güçlü ve zayıf yanları vardır ve hiçbir kişilik tipi bir diğerinden daha iyi değildir (Kuzgun ve Deryakulu, 2006; Tunç ve Aliyev 2015).

## Yöntem

Bartın Üniversitesi BESYO öğrencilerinin sosyal medyaya ilişkin görüşlerinden faydalanarak kişilik özellikleri hakkında bir değerlendirme yapılması amaçlanan bu araştırmada tarama yöntemi kullanılmıştır.

Araştırmanın evrenini; 2016-2017 eğitim öğretim yılında Bartın Üniversitesi Beden Eğitimi ve Spor Yüksekokulunda öğrenim gören 1168 öğrenci oluşturmaktadır. Araştırmanın örneklemini ise; tesadüfi örnekleme yöntemi kullanılarak seçilen 243 öğrenci oluşturmaktadır. Bu öğrencilerin 102’ si (%42) kız, 141’i (%58) erkektir. Öğrencilerin 212’si (87,2) 18-23 yaş aralığında iken, 31 (12,8) öğrenci 24-29 yaş aralığındadır.

Veri toplama aracı olarak Ortar ve Arğın (2013) tarafından geliştirilen öğrencilere yönelik ‘‘Sosyal Medya Tutum Ölçeği’’ ile Karancı ve ark. (2007) tarafından Türkçe ’ye uyarlanan ‘‘Eysenck Kişilik Anketi-Gözden Geçirilmiş Kısaltılmış Formu’nun (EKA-GGK) Türkiye’de Geçerlik ve Güvenilirlik’’ çalışmaları kullanılmıştır. Sosyal Medya Tutum Ölçeği, 23 madde ve 4 faktörden (*paylaşım ihtiyacı, sosyal yetkinlik, sosyal izolasyon ve öğretmenlerle ilişki*) oluşmaktadır. Eysenck Kişilik Anketi-Gözden Geçirilmiş Kısaltılmış Formu ise 24 madde ve kişiliği 3 faktörden (*dışadönüklük, nörotisizm ve psikotisizm*) oluşmaktadır.

## Bulgular

**Tablo 1.** Öğrencilerin Sosyal Medya Kullanım Frekans ve Yüzde Değerleri

	F	%
<b>Evet</b>	235	96,7
<b>Hayır</b>	8	3,3
<b>Toplam</b>	243	100,0

Tablo 1’de görüldüğü gibi öğrencilerin %96,7’lik bir kısmı sosyal medya kullanıcısıdır.

**Tablo 2.** Öğrencilerin Sosyal Medya Aracı Sahibi Olma Frekans ve Yüzde Dağılımı

	F	%
<b>1 yıldan az</b>	6	2.5
<b>1-3 yıl arası</b>	33	13.6
<b>4-6 yıl arası</b>	112	46.1
<b>7 yıl ve üzeri</b>	92	37.9
<b>Toplam</b>	243	100.0

Tablo 2’de görüldüğü üzere; öğrencilerin %46,1’lik kısmı 4-6 yıl arası sosyal medya araçlarını kullanırken %37,9’luk bir kısmı ise 7 yıl ve üzeri bir süredir kullanmaktadır.

**Tablo 3.** Öğrencilerin Sosyal Medya Kullanma Süreleri İçin Frekans ve Yüzde Dağılımı

	F	%
<b>1 saatten az</b>	42	17.3
<b>1-3 saat arası</b>	115	47.3
<b>4-6 saat arası</b>	61	25.1
<b>7 saat ve üzeri</b>	25	10.3
<b>Toplam</b>	243	100.0

Tablo 3’te ise öğrencilerin % 47,3’lük bir kısmı her gün 1-3 saat arası sosyal medya araçlarını kullanırken %25,1’lik kısmı her gün 4-6 saat arasında sosyal medya araçlarını kullanmaktadırlar.

**Tablo 4.** Öğrencilerin En Çok Kullandıkları Sosyal Medya Aracı İçin Frekans ve Yüzde Dağılımı

	F	%
<b>Facebook</b>	198	81,5
<b>Twitter</b>	96	39,5
<b>İnstagram</b>	217	89,3
<b>Swarm</b>	26	10,7
<b>Vine</b>	107	44

<b>Youtube</b>	179	73,7
<b>Google+</b>	152	62,6

Tablo 4’te görüldüğü gibi öğrencilerin %89,3 ‘lük bir kısmı öncelikle Instagram kullanmaktadırlar. Bunu takip eden en yüksek oran ise, %81,5 ile Facebook gelmektedir.

**Tablo 5.** Bartın BESYO Öğrencilerinin Sosyal Medya Kullanım Alışkanlıkları ve Kişilik Özellikleri İlişkisinin Cinsiyete Göre Görüşlerinin Mann-Whitney U Testi Analizi

Boyutlar	Grup	Sıra Ortalaması	Sıra Toplamı	U	P
Sosyal Yetkinlik	Erkek	132,66	13398,50	5488,5	0,008*
	Kadın	108,86	14804,50		
Paylaşım İhtiyacı	Erkek	112,62	11375,0	6224,0	0,112
	Kadın	127,04	17786,0		
Öğretmenlerle İlişki	Erkek	123,17	12440,0	6649,0	0,543
	Kadın	117,68	16240,0		
Sosyal İzolasyon	Erkek	115,25	10948,5	6056,5	0,732
	Kadın	112,23	14702,5		
Dışadönüklük	Erkek	112,53	11252,5	6202,5	0,139
	Kadın	125,38	17427,5		
Yalan	Erkek	139,85	14124,5	5267,5	,000*
	Kadın	108,36	15278,5		
Nörotisizm	Erkek	110,80	11079,5	6029,5	0,075
	Kadın	126,62	17600,5		
Psikotisizm	Erkek	120,49	11928,5	6782,5	0,139
	Kadın	118,79	16512,5		

\* $p < 0,05$  Kadın= Erkek= Toplam=243

“Sosyal Yetkinlik” alt boyutuna ilişkin cinsiyete göre görüşlerin ortalamaları üzerinde yapılan Mann-Whitney U testi sonucu anlamlı fark bulunmuştur [ $U=5488,5$ ;  $p < 0,05$ ]. Sıra ortalamaları dikkate alındığında, “sosyal yetkinlik” alt boyutunda erkeklerin kadınlara göre daha yüksek olduğu anlaşılmaktadır. Bu bulgu erkeklerin sosyal yetkinlikte kadınlara göre daha etkili olduğunu göstermektedir.

“Paylaşım İhtiyacı” alt boyutunda kadınlar ve erkekler arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmamıştır [ $U=6224,0$ ;  $p<0,05$ ]. “Öğretmenlerle İlişki” alt boyutunda kadınlar ve erkekler arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmamıştır [ $U=6649,0$ ;  $p<0,05$ ]. “Sosyal İzolasyon” alt boyutunda kadınlar ve erkekler arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmamıştır [ $U=6056,5$ ;  $p<0,05$ ]. “Dışadönüklük” alt boyutunda kadınlar ve erkekler arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmamıştır [ $U=6202,50$ ;  $p<0,05$ ].

“Yalan” alt boyutuna ilişkin cinsiyete göre görüşlerin ortalamaları üzerinde yapılan Mann-Whitney U testi sonucu anlamlı fark bulunmuştur [ $U=5267,5$ ;  $p<0,05$ ]. Sıra ortalamaları dikkate alındığında, “Yalan” alt boyutunda erkeklerin kadınlara göre daha yüksek olduğu anlaşılmaktadır. Bu bulgu erkeklerin yalan alt boyutunda kadınlara göre daha etkili olduğunu göstermektedir.

“Nörotisizm” alt boyutunda kadınlar ve erkekler arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmamıştır [ $U=6029,5$ ;  $p<0,05$ ]. “Psikotisizm” alt boyutunda kadınlar ve erkekler arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmamıştır [ $U=6782,5$ ;  $p<0,05$ ].

**Tablo 6.** Bartın BESYO Öğrencilerinin Sosyal Medya Kullanım Alışkanlıkları ve Kişilik Özellikleri İlişkisinin Bölümlere Göre Görüşlerinin Ortalamasının Kruskal-Wallis Testi Sonuçları Analizi

Boyutlar	Bölümler	N	Sıra Ortalaması	$x^2$	sd	$p^*$	Fark (Mann-Whitney U)
Sosyal Yetkinlik	BSÖ	57	108,46	3,993	3	0,262	-
	Rekreasyon	63	112,57				
	Spor Yöneticiliği	59	130,67				
	Antrenörlük	58	124,47				
Paylaşım İhtiyacı	BSÖ	56	133,72	3,051	3	0,384	-
	Rekreasyon	67	122,29				
	Spor Yöneticiliği	59	115,47				
	Antrenörlük	59	112,99				
Öğretmenlerle İlişki	BSÖ	55	123,08	9,044	3	0,029*	Antrenörlük ve Rekreasyon < Yöneticilik
	Rekreasyon	67	104,48				
	Spor Yöneticiliği	58	140,52				
	Antrenörlük	59	114,58				
Sosyal İzolasyon	BSÖ	51	102,76	5,699	3	0,127	-
	Rekreasyon	63	106,81				
	Spor Yöneticiliği	53	113,70				
	Antrenörlük	59	129,75				

Yalan	BSÖ	56	103,57	7,947	3	0,047*	BSÖ < Rekreasyon
	Rekreasyon	67	138,34				
	Spor Yöneticiliği	59	120,27				
	Antrenörlük	60	120,63				
Dışa Dönüklük	BSÖ	55	127,64	1,500	3	0,682	-
	Rekreasyon	67	116,62				
	Spor Yöneticiliği	58	113,89				
	Antrenörlük	59	122,73				
Nörotisizm	BSÖ	56	111,64	1,753	3	0,625	-
	Rekreasyon	67	127,04				
	Spor Yöneticiliği	56	122,68				
	Antrenörlük	60	117,43				
Psikotisizm	BSÖ	54	109,94	5,491	3	0,139	-
	Rekreasyon	66	135,01				
	Spor Yöneticiliği	58	114,91				
	Antrenörlük	60	115,48				

Tablo 6’ da görüldüğü gibi, “Sosyal Yetkinlik” alt boyutuna ilişkin bölümlere göre görüşleri üzerinde yapılan Kruskal-Wallis analizi sonucu anlamlı bir fark bulunamamıştır [ $\chi^2(3)=3,993$ ;  $p>0,05$ ]. “Paylaşım İhtiyacı” alt boyutuna ilişkin bölümlere göre görüşleri üzerinde yapılan Kruskal-Wallis analizi sonucu anlamlı bir fark bulunamamıştır [ $\chi^2(3)=3,051$ ;  $p>0,05$ ].

Öğrencilerin “Öğretmenlerle İlişki” alt boyutuna ilişkin bölümlere göre görüşleri üzerinde yapılan Kruskal-Wallis analizi sonucu anlamlı bir fark bulunmuştur [ $\chi^2(3)=9,044$ ;  $p<0,05$ ]. Farklı olan grubu bulmak için yapılan Mann-Whitney U testi sonucu, antrenörlük ve rekreasyon bölümü öğrencilerinin spor yöneticiliği öğrencilerine göre öğretmenleri ile ilişkilerinde daha başarılı oldukları söylenebilir.

“Sosyal İzolasyon” alt boyutuna ilişkin bölümlere göre görüşleri üzerinde yapılan Kruskal-Wallis analizi sonucu anlamlı bir fark bulunamamıştır [ $\chi^2(3)=5,699$ ;  $p>0,05$ ].

Öğrencilerin “Öğretmenlerle İlişki” alt boyutuna ilişkin bölümlere göre görüşleri üzerinde yapılan Kruskal-Wallis analizi sonucu anlamlı bir fark bulunmuştur [ $\chi^2(3)=9,044$ ;  $p<0,05$ ]. Farklı olan grubu bulmak için yapılan Mann-Whitney U testi sonucu, Antrenörlük ve Rekreasyon bölümü öğrencilerinin Spor Yöneticiliği öğrencilerine göre öğretmenleri ile ilişkilerinde daha başarılı oldukları ortaya çıkmıştır.

Öğrencilerin “Yalan” alt boyutuna ilişkin bölümlere göre görüşleri üzerinde anlamlı bir fark bulunmuştur [ $\chi^2(3)=7,947$ ;  $p<0,05$ ]. Farklı olan grubu bulmak için yapılan Mann-Whitney U



testi sonucu BSÖ bölümü öğrencileri Rekreasyon bölümü öğrencilerine göre yalan alt boyutuna verdikleri cevaplar daha olumlu yöndedir.

“Dışa Dönüklük” alt boyutuna ilişkin bölümlere göre görüşleri üzerinde yapılan Kruskal-Wallis analizi sonucu anlamlı bir fark bulunamamıştır [ $\chi^2(3)= 1,500$ ;  $p>0,05$ ]. “Nörotisizm” alt boyutuna ilişkin bölümlere göre görüşleri üzerinde yapılan Kruskal-Wallis analizi sonucu anlamlı bir fark bulunamamıştır [ $\chi^2(3)= 1,753$ ;  $p>0,05$ ]. “Psikotisizm” alt boyutuna ilişkin bölümlere göre görüşleri üzerinde yapılan Kruskal-Wallis analizi sonucu anlamlı bir fark bulunamamıştır [ $\chi^2(3)= 5,491$ ;  $p>0,05$ ].

**Tablo 7.** Bartın BESYO Öğrencilerinin Sosyal Medya Kullanım Alışkanlıkları ve Kişilik Özellikleri İlişkisinin Korelasyon Testi Sonuçları Analizi

Boyutlar	Paylaşım İhtiyacı	Sosyal Yetkinlik	Öğretmenlerle İlişki	Sosyal İzolasyon
Dışadönüklük	.171**	.141*	.175**	-.081
	.007	.027	.006	.207
	243	243	243	243
Yalan	.069	.139*	-.053	-.082
	.282	.030	.412	.204
	243	243	243	243
Nörotisizm	.125	.103	.070	-.122
	.051	.110	.275	.057
	243	243	243	243
Psikotisizm	.096	.098	-.029	-.010
	.136	.129	.651	.873
	243	243	243	243

Korelasyon 0.05 düzeyinde anlamlıdır\*

Korelasyon 0.01 düzeyinde anlamlıdır\*\*

Tablo 7’de görüldüğü üzere “Dışadönüklük” alt boyutu ile “Paylaşım İhtiyacı” alt boyutu arasında [ $r^2=(0,171)^2=0,29$ ] düşük düzeyde pozitif ve anlamlı bir ilişki vardır. Determinasyon katsayısı dikkate alındığında ( $r^2=0,29$ ) paylaşım ihtiyacındaki toplam değişkenliğinin %29’nun dışadönüklükten kaynaklandığı söylenebilir.

“Dışadönüklük” alt boyutu ile “Öğretmenlerle İlişki” alt boyutu arasında [ $r^2=(0,175)^2=0,30$ ] orta düzeyde pozitif ve anlamlı bir ilişki vardır. Determinasyon katsayısı dikkate alındığında ( $r^2=0,30$ ) öğretmenlerle ilişkideki toplam değişkenliğin %30’nun dışadönüklükten kaynaklandığı söylenebilir.

“Yalan” alt boyutunda ise “Sosyal Yetkinlik” alt boyutu ile arasında [ $r^2=(0,139)^2=0,19$ ] düşük düzeyde ve anlamlı bir ilişki vardır. Determinasyon katsayısı dikkate alındığında ( $r^2=0,19$ ) Yalan alt boyutundaki toplam değişkenliğinin %19’nun Sosyal Yetkinlik alt boyutundan kaynaklandığı söylenebilir.

## Tartışma ve Sonuç

Araştırmada yapılan betimleyici istatistikler sonucunda katılımcıların, %96,7' si sosyal medya araçlarını kullandıklarını belirtmişlerdir. Bu sonuç katılımcıların neredeyse tamamının sosyal medya araçlarını kullandıklarını göstermektedir.

Katılımcıların ne zamandır sosyal medya kullanıyorsunuz sorusuna verdikleri cevaplarda 4-6 yıl arası %46,1 olarak en yüksek puanı almıştır. Bu sorunun sonucu ise katılımcıların büyük bir kısmının uzun bir süredir sosyal medyayı kullandıklarını ortaya koymaktadır.

Katılımcıların sosyal medyayı kullanım sıklığında ise, bir gün içerisinde 1-3 saat arası olarak vermiş oldukları cevaplar arasında %47,3 oranla en yüksek puanı almıştır. Bu sonuçla katılımcıların yarıya yakını her gün en az bir saat sosyal medyaya vakit ayırdıkları ortaya çıkmaktadır. Yapılan araştırmalarda, Vural ve Bat (2010) yapmış oldukları çalışmada katılımcıların gün içerisinde %53,6 bir oranla 1-3 saat arası sosyal medyaya vakit ayırdıkları belirtmişlerdir. Öte yandan Ortar ve Arğın (2014) tarafından yapılan bir çalışmada ise, katılımcıların %63,7'sinin sosyal medya araçlarına 10-60 dakika arasında bir süre ayırdıklarını belirtmişleridir. Bu bağlamda araştırmanın sonuçları Vural ve Bat'ın yapmış oldukları çalışmanın sonuçları ile benzerlik göstermektedir.

Araştırmanın sonuçlarına göre katılımcılar %89,3'lük bir oranla en çok kullandıkları sosyal medya aracı "Instagram" olmuştur. Instagram'dan sonra ise %81,5 oranla "Facebook" gelmektedir. Bu sonuçlardan anlaşıldığı gibi katılımcıların büyük bir kısmı Facebook ve Instagram'ı etkin bir biçimde kullanmaktadırlar. Ortar ve Arğın (2014) tarafından yapılan çalışmada %71,8'lik bir oranla Facebook kullanımında çıkmıştır.

Araştırmada yapılan cinsiyete göre görüşlerin Mann-Whitney U testi analizi sonucunda "Sosyal Yetkinlik" alt boyutunda anlamlı fark bulunmuştur. Elde edilen bulgulara göre erkeklerin kadınlara göre daha yüksek puan aldıkları ortaya çıkmıştır. Bu bulgu erkeklerin sosyal yetkinlikte kadınlara göre daha etkili olduğunu göstermektedir. Sosyal yetkinlik; kişinin sosyal becerilerini etkili bir şekilde kullanabilmesi olarak tanımlanır (Magelinskaitė, Kepalaitė ve Legkauskas, 2014; Ateş 2016). Bu tanımdan yola çıkarak erkek katılımcıların kadın katılımcılara göre daha sosyal medyada daha etkin ve sosyalleşmeye yatkın oldukları söylenebilir.

Katılımcıların kişilik özellikleri için yapılan cinsiyete göre görüşlerin Mann-Whitney U testi analizi sonucunda ise "Yalan" alt boyutunda anlamlı bir fark saptanmıştır. Erkek katılımcıların kadın katılımcılara göre yalan' a daha yatkın oldukları söylenebilir. Karancı ve ark. (2007) tarafından yapılan "Eysenck Kişilik Anketi-Gözden Geçirilmiş Kısaltılmış Forumu'nun Türkiye 'de Geçerlik Güvenirlik Çalışmasında yalan alt boyutunun anlamlı çıkması araştırmayla benzerlik göstermektedir. Söz konusu çalışmadaki örneklem grubunun da üniversite öğrencilerinden oluşması bu sonucu destekler durumdadır.

Araştırmada yapılan bölümlere göre görüşlerinin ortalamasının Kruskal-Wallis testi sonuçlarına göre "Öğretmenler İlişki" alt boyutunda antrenörlük, rekreasyon ve spor yöneticiliği bölümleri arasında anlamlı bir fark tespit edilmiştir. Yapılan istatistik sonuçlarına göre, antrenörlük ve rekreasyon bölümlerinde okuyan öğrencilerin, spor yöneticiliği bölümünde okuyan öğrencilere göre öğretmenlerle ilişkileri daha olumlu olduğu söylenebilir.

Katılımcıların kişilik özellikleri için yapılan bölümlere göre görüşlerinin ortalamasının Kruskal-Wallis testi sonuçlarına göre "Yalan" alt boyutunda anlamlı bir fark bulunmuştur. Bu sonuca göre BSÖ öğrencilerinin vermiş oldukları cevaplar Rekreasyon bölümü öğrencilerine

göre daha olumludur. Buna göre BSÖ öğrencilerinin Rekreasyon bölümü öğrencilerine göre daha az yalan söyledikleri söylenebilir.

Araştırmada yapılan korelasyon testi sonuçlarına göre, “Dışadönüklük” alt boyutu ile “Paylaşım İhtiyacı” arasında anlamlı bir fark saptanmıştır. Bireyin dışadönüklüğü arttıkça paylaşım ihtiyacının da düşük düzeyde de olsa arttığı söylenebilir. Bektaş ve ark. (2013) tarafından yapılmış olan çalışmada da dışadönüklük boyutu anlamlı çıkmıştır ve bu bakımdan çalışma ile paralellik göstermektedir.

Katılımcıların vermiş oldukları cevaplar sonucunda elde edilen sonuçlardan bir diğerinde ise, “Dışadönüklük” alt boyutu ile “Öğretmenlerle İlişki” alt boyutunda anlamlı bir fark tespit edilmiştir. Dışadönüklük sıcakkanlılığı, aktif olmayı, heyecan arayışını, olumlu duyguları içerir (Süren ve ark. 2016). Bu tanımdan yola çıkarak, katılımcının dışadönüklüğü arttıkça öğretmenlerle ilişkisinde de düşük düzeyde arttığı söylenebilir. Süren ve ark. (2016) tarafından yapılan çalışmada da dışadönüklük boyutunda anlamlı fark tespit edilmiştir. Araştırmanın sonuçları bu çalışmanın sonucu ile benzerlik göstermektedir.

Katılımcıların vermiş oldukları cevaplara göre çıkan sonuçlarda, “Yalan” alt boyutu ile “Sosyal Yetkinlik” alt boyutunda anlamlı bir fark saptanmıştır. Bu sonuca göre, bireyin yalan söyleme durumu arttıkça sosyal yetkinliğinin de arttığı söylenebilir.

Sonuç olarak; katılımcıların neredeyse tamamı sosyal medya araçlarını kullanmaktadır ve sosyal medya hayatlarının önemli bir parçası haline gelmiş denebilir. Ayrıca sosyal medya araçları katılımcıların kişilik özellikleri üzerinde de etkili olduğu sonucu çıkartılabilir. Sosyal medya günümüzde teknolojinin gelişmesine bağlı olarak daha da gelişmektedir. Sadece üniversite öğrencileri değil artık yaşları daha küçük olan bireylerde sosyal medyayı aktif olarak kullanmaktadırlar. Sosyal medyanın olumlu etkileri olabileceği gibi olumsuz etkileri de olabilir. Bu olumsuz etkilerin bireylerin kişilik özelliklerine de etkisi olabileceği söylenebilir. Bununla birlikte genç katılımcılara sosyal medya kullanımı sistemli ve düzgün bir şekilde öğretilbilirse çok faydalı olabileceği görülmektedir.

## KAYNAKÇA

Aslanyürek M, Gürdal S, Dursun S, Tunçel E Ayan M (2015). Sosyal Medya Gerçeği ve Meslek Yüksekokulu Öğrencilerinin Sosyal Medya Algısının Değerlendirilmesi, Electronic Journal of Vocational Colleges, Cilt:5 Sayı:6, sf.1-9

Ateş B (2016). Üniversite Öğrencilerinde Akademik Başarının Yordayıcısı Olarak Psikolojik İyi Oluş ve Sosyal Yetkinlik, Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi, Cilt: 15 Sayı: 59, sf.1203-1214

Basım N, Çetin F, Tabak A (2009). Beş Faktör Kişilik Özelliklerinin Kişilerarası Çatışma Çözme Yaklaşımlarıyla İlişkisi, Türk Psikoloji Dergisi, sf.20-34

Baughman Laurie L (2010). Friend Request or Foe? Confirming The Misuse of Internet and Social Networking Sites by Domestic Violence Perpetrators, Widener Law Journal, sf.933-966

Bektaş S, Yazıcı H, Altun F (2013). Öğretmenlerin Kişilik Özellikleri ve Kişisel Sağlık Davranışları ile Depresif Belirtileri Arasındaki İlişkiler, Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Cilt:17 Sayı:1, sf.127-141

- Dünder S (2009). Üniversite Öğrencilerinin Kişilik Özellikleri ile Problem Çözme Becerileri Arasındaki İlişkinin İncelenmesi, Dokuz Eylül Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, Cilt:24, Sayı:2, sf. 139-150
- Donelan H (2016). Social Media for Professional Development and Networking Opportunities in Academia, Journal of Further and Higher Education, Sayı: 5 Cilt: 40 sf. 706-729
- Hacıefendioğlu Ş (2010). Sosyal Paylaşım Sitelerinde Üye Bağlılığı Üzerine Bir Araştırma, Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Cilt:20 Sayı:2, sf.56-71
- Jang K, Park N, Song H (2016). Social Comparison on Facebook: Its Antecedents and Psychological Outcomes, Computers in Human Behavior, sf. 147-154
- Karancı N, Dirik G, Yorulmaz O (2007). Eysenck Kişilik Anketi-Gözden Geçirilmiş Kısaltılmış Forumu'nun Türkiye 'de Geçerlik Güvenirlik Çalışması, Türk Psikiyatri Dergisi, Cilt:18 Sayı:3
- Korkmaz M (2006). Okul Yöneticilerinin Kişilik Özellikleri ile Liderlik Stilleri Arasındaki İlişki, Kuram ve Uygulamada Eğitim Yönetimi, Sayı: 46 sf.199-226
- Ortar M, Argın F.S (2014). Öğrencilerin Sosyal Medyaya İlişkin Tutumlarının Kullanım Alışkanlıkları Bağlamında İncelenmesi, Eğitim ve Öğretim Araştırmaları Dergisi, Cilt:3 Sayı:3
- Süren S, Örucü E, İzci Ç (2016). Banka Çalışanlarında Tükenmişlik ve Beş Büyük Kişilik Özellikleri Arasındaki İlişki: Bir Alan Araştırması, Yönetim ve Ekonomi, Cilt:23 Sayı:1
- Ünal T.A (2015). Sosyal Medya Bağımlılığı: Üniversite Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma, Doktora Tezi, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Gazetecilik Ana Bilim Dalı Bilişim Bilim Dalı, İstanbul
- Tunç E, Aliyev R (2015). Lisansüstü Öğrencilerinin Kişilik Özelliklerinin İncelenmesi, Gaziantep University Journal of Social Sciences, Cilt:14 Sayı:4 sf. 949-963
- Viejo A, Sanchez D (2016). Enforcing Transparent Access to Private Content in Social Networks by Means of Automatic Sanitization, Expert Systems With Applications, sf. 148-160
- Vural B, Bat M (2010). Yeni Bir İletişimi Olarak Sosyal Medya: Ege Üniversitesi İletişim Fakültesine Yönelik Bir Çalışma, Journal of Yaşar University, Cilt:20 Sayı:5, sf.3348-3382
- Yelboğa A (2006). Kişilik Özellikleri ve İş Performansı Arasındaki İlişkinin İncelenmesi, "İş,Güç" Endüstri İlişkileri ve İnsan Kaynakları Dergisi, Cilt:8 Sayı:2