

Facebook Yoğunluğunun Bazı Kişilik Özellikleri İle İlişkisi¹

Kemal ÖZTEMEL² Zeliha TRAŞ³

Öz

Bu çalışmada Facebook yoğunluğu ile beş faktör kişilik özellikleri, karanlık üçlü kişilik özellikleri ve öz saygı arasındaki ilişkilerin incelenmesi amaçlanmıştır. Çalışma 408 (312 kadın, 94 erkek) üniversite öğrencisinin katılımıyla gerçekleştirilmiştir. Veri toplama aracı olarak Facebook Yoğunluğu Ölçeği, Sıfatlara Dayalı Kişilik Testi, Karanlık Üçlü Ölçeği ve Rosenberg Benlik Saygısı Ölçeği kullanılmıştır. Veriler Pearson korelasyon analizi ve hiyerarşik regresyon analizi teknikleriyle analiz edilmiştir. Korelasyon analizi sonucunda, Facebook yoğunluğu ile Facebook'ta online bağlı kalma süresi arasında anlamlı pozitif ilişki bulunmuştur. Benzer şekilde narsistik kişilik özelliği ile Facebook kullanım yoğunluğu arasında pozitif ve anlamlı bir ilişki bulunmuştur. Facebook yoğunluğunu birinci blokta Facebook'ta kalma süresi anlamlı düzeyde yordamıştır. İkinci blokta ise tüm değişkenler, araştırmaya katılan bireylerin Facebook yoğunluğu ölçeğinden aldıkları puanlardaki varyansın %18'ini anlamlı bir şekilde açıklamaktadır. İkinci adımda Facebook yoğunluğu puanlarının en güçlü yordayıcısının narsisizm olduğu bulunmuştur. İleri araştırmalarda bu sonucun dikkate alınmasının yararlı olacağı düşünülmektedir. Olası açıklamalar ile çalışmanın doğurguları ve sınırlılıkları tartışılmıştır.

Anahtar Sözcükler: Facebook yoğunluğu, sıfatlara dayalı kişilik testi, karanlık üçlü, narsisizm, özsaygı.

Abstract

In this study, it is aimed to examine the relationship of big five personality traits, dark triad dirty dozen scales and self-esteem with Facebook Intensity. The study was conducted with 408 (312 females, 94 males) university students. Facebook Intensity Scale, Personality Adjective Inventory, Dark Triad Dirty Dozen Scale and Rosenberg Self-Esteem Scale were used as data collection tools. Data was analyzed via Pearson correlation analysis and hierarchical regression analysis techniques. In the wake of correlation analysis, a significant positive relationship was found between Facebook Intensity and the time spent on Facebook. Likewise, a significant and positive relationship was found between narcissistic personality trait and Facebook usage intensity. In the first block, the time spent on Facebook predicted Facebook intensity on a significant level. In the second block, all variables significantly explain 18 % of variance in scores that individuals obtained from Facebook Intensity Scale. In the second step, it was found that the strongest predictor of Facebook Intensity scores is narcissism. It is thought that taking this result into account would be useful in further researches. Results and limitations of the study are discussed with possible explanations.

Keywords: Facebook Intensity, big five personality traits, dark triad, narcissism, self-esteem

¹ Bu çalışma 28 Nisan-1 Mayıs 2018 tarihlerinde Alanya'da düzenlenen Uluslararası Eğitim ve Sosyal Bilimler Araştırmaları Kongresi'nde (INES 2018) sözel bildiri olarak sunulmuştur.

² Gazi Üniversitesi, Gazi Eğitim Fakültesi, Rehberlik ve Psikolojik Danışmanlık ABD. koztemel@gmail.com

³ Necmettin Erbakan Üniversitesi, Ahmet Keleşoğlu Eğitim Fakültesi, Rehberlik ve Psikolojik Danışmanlık ABD. zztras@konya.edu.tr

Giriş

Sosyal paylaşım sitelerinin ortaya çıkması insanların sadece tanıdığı insanlarla değil aynı zamanda küresel ölçekte diğer insanlarla da kolayca etkileşimde bulunmalarını sağlamıştır. Sosyal ağ siteleri içinde önemli bir kullanıcı kitlesine sahip olan Facebook, bir ilkokul öğrencisinden politikacılara kadar herkes için önemli bir iletişim platformu haline gelmiştir. Günlük aktif üye kullanıcı sayısı 2018 yılı verilerine göre, 2 milyardan fazla olan Facebook (WeAreSocial, 2018), Youtube'dan sonra en çok kullanılan sosyal ağ sitesi olarak dünya çapında bir fenomen hâline gelmiştir (Ryan, Chester, Reece ve Xenos, 2016). Dünyada her geçen gün daha fazla sayıda insan tarafından kullanılan Facebook, kullanıcılar üzerinde büyük bir etki yaratarak popülerliğini sürdürmekte ve Facebook'un her özelliğinin keşfedilmesi için geniş olanaklar sunmaya devam etmektedir (Acopio ve Bance, 2016). We Are Social internet sitesi tarafından yayınlanan "Digital in 2018-Global Overview" adlı raporun Türkiye başlıklı istatistiklerine göre, internet kullanan kişi oranı 2017 yılında bir önceki yıla göre %6 artarak ülke nüfusunun %67'sine ulaşmıştır. Kullanıcılar Facebook yoluyla TV kanallarını, mağazaları, şehirleri, filmleri, kitapları beğenmekte ve böylece takip etmektedirler. Bunun yanında insanları Facebook'u kullanmaya yönelten temel motivasyon unsurunun başkaları ile bağ kurma hissi olduğu belirtilmektedir (Cheung, Chiu ve Lee, 2010; Raacke ve Bonds-Raacke, 2008; Rauch ve Schanz, 2013). Bu anlamda değerlendirildiğinde Facebook insanlarla bağlantıları güçlendirmektedir (Zhang, Chen ve Lee, 2014). Aynı zamanda sosyal medya uzun zaman öncesinde bağlantıları kaybedilen sınıf arkadaşları ya da başka ortamlarda tanışılmış olup izi kaybedilen arkadaşlarla sanal olarak yeniden haberleşebilme fırsatını sunmaktadır. Kullanıcıların başka insanlarla iletişim kurmalarının yanı sıra bireylerin kendilerini görsel ve sözel olarak ifade etmelerini kolaylaştırmıştır. Boyd ve Ellison (2007), sosyal medya kullanımını, bireylerin özel ya da herkese açık çevrimiçi profiller oluşturmalarına ve daha sonra bu profilleri diğer kullanıcılar ile etkileşimde bulunmak için kullanmalarına olanak tanıyan bir platform olarak tanımlamaktadır. Sosyal medya bireylerin çevrimiçi olmalarını ve bu durumlarını en uzak noktalara ulaştırmayı sağlamakla birlikte son zamanlarda bu araçları kullanan bireylerin kişilik özellikleri dikkat çekmeye başlamıştır (Gil de Zúñiga, Diehl, Huber, ve Liu, 2017).

Facebook ile ilgili çalışmalar yapan araştırmacılar, Facebook'un bireylerin kişilik özelliklerini belirlemede ya da ilişki örüntüleri konusunda ipuçları yakalamada son derece zengin bir veri tabanına sahip olduğunu düşünmektedirler. Bu nedenle sosyal medya platformlarının yanısıra sosyal medya kullanıcıları da ilgi odağı olmuştur. Bundan dolayı sosyal medya kullanan bireylerin kişilik özellikleri, davranış örüntüleri, tutum ve ihtiyaçlarının neler olduğunu anlamaya dönük ilgi artmıştır. Son yıllarda araştırmacılar, Facebook'un insanların hem çevrimiçi hem de çevrimdışı nasıl davrandıklarını incelemek için önemli bir kaynak olduğunu belirtmektedirler (Błachnio ve Przepiorka, 2016; Lee, Ahn, Kim, 2014; Ross ve diğerleri, 2009). Artık günümüzde Facebook profilleri, insanların izlenim oluşturmak

için kullandığı önemli bilgi kaynaklarından birisi haline gelmiştir (Bachrach ve diğerleri, 2012). Kimileri başkalarının Facebook profillerini inceleyerek, bu profillere göre flört edebileceği bir arkadaş bulup onunla çıkmaya karar vermektedir (Zhao, Grasmuck ve Martin, 2008). Öte yandan kimileri ise iş başvurularında adayları değerlendirme sürecinde Facebook profillerini kullanmaktadır (Finder, 2006). Son birkaç yıl içinde, Facebook kullanımı ile ilgili giderek artan sayıda araştırma yapılmıştır. Bu araştırmalarda internet ve Facebook kullanımının vicdanlılık ve dışa dönüklük kişilik özellikleri (Blachnio, Przepiorka, Senol-Durak, Durak ve Sherstyuk, 2017), nevroitiklik, bağlanma stilleri (Blackwell, Leaman, Tramposch, Osborne ve Liss, 2017) ile ilişkisi incelenmiştir. Bu çalışmalar, aşırı Facebook kullanan bireylerin nevroitiklik, vicdanlılık, dışa dönüklük gibi kişilik özelliklerine sahip olduğunu, Facebook bağımlılığı gibi çeşitli riskli durumlar yaşayabileceğini ortaya koymaktadır.

Bazı araştırmalar (ör., Evans, Gosling ve Carroll, 2008; Gosling, Gaddis ve Vazire, 2007) Facebook'un, kullanıcıların profillerine ve paylaşımlarına bakarak başkalarının kişiliklerinin yargılanabileceği bir araç olarak kullanıldığını göstermektedir. Ayrıca nevroitizm, narsizim, utangaçlık, öz saygı ve kendilik değerinin Facebook'ta kendini sunma ihtiyacına katkıda bulunduğu belirtilmektedir (Nadkarni ve Hofmann, 2012). Bu bağlamda araştırmalar Facebook'un kişilik özelliklerinin bir yansıması olarak öz saygı veya narsistik ihtiyaçlarının karşılanması gibi davranışlara odaklanmaya başlamıştır. Bu araştırmacılar içerisinde sosyal medya kullanımına odaklanan Skierkowski ve Wood'a (2012) göre, özellikle ergen ve gençlerin sosyal medyayı kullanmalarının ve özellikle mesajlaşma davranışlarının temelinde iki neden bulunmaktadır: Birincisi sosyal medyaya kolayca, hızlı erişilebilmesi ve ikincisi ebeveyn denetiminden bağımsız olmaya olanak tanınması şeklinde ifade edilebilen, bireylerin özerk davranabilmesine fırsat vermesidir. Benzer şekilde sosyal medya kullanarak başkalarının hayatlarına kolay erişim sağlanması ve kullanıcılar için duygusal bir destek aracı olması üçüncü bir neden olarak düşünülebilir (Hetz, Dawson ve Cullen, 2015). Özetle Facebook, insanların kendi kişiliğini çevrimiçi ortama nasıl yansıttığına dair ipuçları yakalamada giderek daha fazla incelenmektedir. Ancak kişilik özellikleri ve Facebook gibi sosyal ağ platformlarını kullanma arasındaki ilişki henüz yeterince keşfedilmemiş bir alan olarak görülmektedir. Ayrıca Facebook ile ilgili yapılan çalışmaların önemli bir kısmında profil paylaşımları, beğeni, yorum yapma ve kendini sunma gibi özellikler ile kişilik özelliklerinin ilişkisi incelenmiştir (Mehdizadeh, 2010). Ancak Facebook'u bütüncül olarak (ör. Facebook yoğunluğu gibi) ele alıp kişilik özellikleri ile ilişkisini inceleyen araştırmalar oldukça sınırlıdır. Bu nedenle bu araştırmada beş faktör kişilik özellikleri, karanlık üçlü (dark triad) ve öz saygı ile Facebook kullanım yoğunluğu arasındaki olası ilişkilerin incelenmesi amaçlanmıştır.

Facebook ve beş faktör kişilik özellikleri

Facebook kullanıcıların yalnızca birbirleriyle sosyalleşmekle kalmayıp (Ellison, Steinfield ve Lampe, 2007) aynı zamanda kendi öz sunumları yoluyla kimliklerini oluşturup yönetebildikleri (Nadkarni ve Hofmann, 2012) çevrimiçi bir uygulamadır. Aynı zamanda etkileşimli, kendi kendini yöneten ve birden çok kullanıcı deneyimine imkan sağlayan bir platformdur (Ellison, 2007). Facebook'un farklı kullanıcı deneyimine olanak sağlaması beş faktör kişilik özellikleri ile Facebook arasındaki ilişkilerin incelenmesini cazip hale getirmiştir. Beş faktör kişilik özelliği nevrozizm, dışadönüklük, yeni deneyimlere açıklık, uyumluluk ve sorumluluk olarak kategorize edilmektedir (McCrae ve Costa, 2008). Çalışmalar Facebook gibi farklı sosyal ağ uygulamalarını açıklamak için beş faktör kişilik özelliklerini ayrıntılı bir şekilde öne çıkarmaya başlamıştır. Ross ve diğerleri (2009) daha yüksek dışadönüklük bildiren katılımcıların düşük olanlara göre Facebook'ta daha fazla gruba üye olduğunu belirtmektedirler. Amichai-Hamburger ve Vinitzky (2010) ise dışadönüklerin kendi profillerinde daha az kişisel bilgi paylaştıklarını bulmuştur. Bununla birlikte dışadönük bireylerin diğer bireylerin aksine Facebook'u daha sık kullandıkları (Gosling, Augustine, Vazire, Holtzmann ve Gaddis, 2011), daha fazla arkadaş sayısına sahip oldukları (Amichai-Hamburger ve Vinitzky, 2010) ve Facebook'u iletişim kurma ve sosyalleşme aracı olarak kullanma eğiliminde (Seidman, 2013) oldukları belirtilmektedir. Quintelier ve Theocharis (2012) Facebook'un yaygınlaşmasıyla birlikte dışadönük kişilik özellikleri sergileyen bireylerin Facebook gibi çevrimiçi sosyal ağ sitelerinin bazılarında daha fazla ilgi duyduklarını, buna karşılık içe dönük kişilik özellikleri gösteren bireyler için Facebook'un daha az ilgi çekici özellikler taşıdığını belirtmektedirler.

Yumuşak başlı, uyumlu bireylerin başkalarına daha fazla yönelimli olmaları nedeniyle (McCrae ve Costa, 2008) başkalarına ait olma ihtiyaçlarını karşılamada Facebook'u daha yoğun kullandıkları (Moore ve McElroy, 2012; Ross ve diğerleri, 2009) dikkat çekmektedir. Deneyime açık kişilerin başkalarının Facebook sayfalarında daha fazla paylaşımda buldukları ve Facebook'u kullanarak gerçek hayattaki etkileşimleri desteklemeyi öğrendikleri (Correa, Hinsley ve Zúñiga, 2010; Ross ve diğerleri, 2009; Moore ve McElroy, 2012) bildirilmektedir. Nevrotizm düzeyi yüksek bireylerin ise Facebook'u, kendini ifade etmede güvenli bir yer olarak görme eğiliminde oldukları (McKenna ve Bargh, 2000) anlaşılmaktadır. Öte yandan nevrozizm düzeyi yüksek bireylerin düşük bireylere göre fotoğraf yüklemeye daha fazla eğilimli olduğu bulunmuştur (Amichai-Hamburger ve Vinitzky, 2010). Daha yüksek sorumluluk özelliği gösteren bireylerin daha düşük sorumluluk özelliği sergileyen bireylere göre Facebook'ta daha fazla arkadaşına sahip oldukları ve daha az resim yükledikleri görülmektedir (Amichai-Hamburger ve Vinitzky, 2010). Aynı zamanda sorumluluk düzeyi yüksek kişilerin sosyal ağ platformlarında daha az zaman geçirdikleri (Wilson, Fornasier ve White, 2010) ve

sosyal medya kullanımının sorumluluk özelliği sergilemeyi yordadığı (Gill de Zúniga, Diehl, Huber ve Liu, 2017) rapor edilmektedir.

Araştırma sonuçları dikkatle incelendiğinde, Facebook kullanımı ile kişilik özellikleri arasındaki ilişkilerin anlaşılabilmesi amacıyla çalışmaların yürütüldüğü görülmektedir. Dolayısıyla bu araştırma yukarıda ortaya konmaya çalışılan bu ilişkilerle ilgili hem kanıt sunmaya hem de Facebook'un kullanımına ilişkin araştırmalara katkı sağlamaya odaklanmaktadır.

Facebook ve karanlık üçlü özellikleri

Facebook konusunda çalışmalar yapan araştırmacılar son zamanlarda beş faktör kişilik yapısının incelenmesinin yanı sıra karanlık üçlü özellikleri ve öz saygı gibi diğer kişilik yapılarıyla da ilgilenmeye başlamışlardır (Skues, Williams ve Wise, 2012). Son zamanlarda araştırmacılar, Facebook uygulamasının kullanıcıların kendi profillerini geliştirmesi, başkalarıyla iletişim kurarken kendini açma davranışını teşvik etmesi gibi nedenlerle sosyal ağ sitelerinin kullanımında makyavelizm, psikopati ve narsisizmin rolünü araştırmaya başlamışlardır. Makyavelizm duygusal soğukluk, ahlaki ukalalık ve kişilerarası ilişkilerde manipülatif taktiklerin kullanılmasıyla karakterize edilir ve bireyin kendi çıkarları doğrultusunda başkalarını kullanmaya işaret etmektedir. Narsisizm, büyüklük, hak duygusu ve yüzeysel çekicilik duygusu ile ilgi odağı olmaktan ve dikkat çekmekten hoşlanmayı belirtmektedir. Son olarak, psikopati ise kederlenmeyi, başkalarını göz ardı etmeyi, dürtüselliği ve heyecan arama davranışını ima etmektedir (Muris, Merckelbach, Otgaar ve Meijer, 2017). Karanlık kişilik özellikleri ile Facebook kullanımı ve online davranışlar arasındaki ilişki bir dizi çalışmada incelenmiştir. Narsisizm ile Facebook kullanma sıklığı ilişkili bulunmuştur (Buffardi ve Campbell, 2008; Mehdizadeh, 2010; Ong ve ark., 2011). Buffardi ve Campbell (2008) narsistik eğilimlere sahip bireylerin Facebook'ta kendilerini tanıtmaya daha fazla çaba gösterdiklerini ve narsistik özellikler ile arkadaş sayısı arasında pozitif bir ilişki olduğunu bulmuşlardır. Carpenter (2012) narsistik eğilimlere sahip kullanıcıların sanal arkadaşlarından herhangi bir konuda sosyal destek sağladığında, bu eğilimdeki kişilerin daha az endişe duyduklarını ve diğer kullanıcıların yorumlarına karşı öfkeli tepkilerle cevap verdiklerini bulmuştur. Goodboy ve Martin (2015) makyavelizm, narsisizm ve psikopatiden oluşan karanlık üçlünün hem görsel hem de yazılı olarak siber zorbalığa katkıda bulunduğunu ortaya koymuşlardır. Ayrıca makyavelist özellikler gösteren bireylerin aldatma-trolleme (trolling) etkinliklerine katılmaya daha fazla eğilimli oldukları bulunmuştur (Craker ve March 2016). Pabian, De Backer ve Vandebosch (2015) karanlık üçlü özelliklerinden sadece psikopatinin ergenlerin sosyal medyadaki siber saldırganlıkla ilişkili olduğunu bulmuşlardır.

Facebook'un makyavelist, psikopati ve özellikle narsistik bireyleri pekiştirici bir ortam sunması nedeniyle karanlık üçlü özelliklerinin Facebook kullanım yoğunluğu ile ilişkili olduğu düşünülmektedir. Alanyazındaki araştırmalar incelendiğinde, bu araştırmaların önemli bir bölümünün

bu üç kişilik özelliğinden narsisizme odaklandığı dikkat çekmektedir. Dolayısıyla bu araştırmada karanlık üçlü kişilik özellikleri ile Facebook kullanım yoğunluğu arasındaki ilişkinin ortaya konması amaçlanmıştır.

Facebook ve öz saygı

Bireyin kendisini olumlu ya da olumsuz olarak değerlendirmesi olarak tanımlanabilen (Smith, Mackie & Claypool, 2014) öz saygı ile sosyal medya kullanımı arasındaki ilişkiyi inceleyen çalışmaların önemli bir kısmı öz saygısı düşük insanların Facebook gibi sosyal paylaşım sitelerini daha fazla kullanma eğiliminde olduğunu göstermiştir (Błachnio, Przepiora ve Rudnicka, 2016; Gonzales ve Hancock, 2011; Hawi ve Samaha, 2017). Benzer şekilde Andreassen, Pallesen ve Griffiths (2017) Facebook, Instagram ve Twitter gibi sosyal paylaşım sitelerini bağımlı kullanmanın kadın olma, yüksek narsisizm ve düşük öz saygı ile ilişkili olduğunu bulmuşlardır. Mehdizadeh (2010) öz saygısı düşük bireylerin Facebook'ta bir günde bir saatten daha fazla zaman harcadıkları sonucuna ulaşmıştır. Bununla birlikte sosyal ağ siteleri aracılığıyla öz saygısı düşük bireylerin başkalarıyla etkileşimlerinin kolaylaştığı ve böylece sosyal sermaye ile iletişim kurmasına destek olduğu belirtilmektedir (Ellison ve ark. 2007; Steinfield, Ellison ve Lampe, 2008). Öte yandan Gonzales ve Hancock, (2011) hem düşük hem de yüksek öz saygı düzeyine sahip bireylerin Facebook'u benzer şekilde kullandıklarını belirtmektedir. Bir başka ifadeyle Facebook kullanımının öz saygı düzeyini artırabildiği gibi azaltabileceğini de iddia etmektedirler. Bir kişinin Facebook profilinde kendisiyle ilgili bilgileri düzenleyebilme veya vermeyi tercih ettiği bilgilerin öz saygı düzeyini artırdığını belirtmektedirler. Daha öz ifadeyle bireylerin, Facebook'un, özellikle kullanıcı profillerinde olumlu öğeleri yayınlamalarının öz saygı düzeyini artırdığı ortaya çıkmaktadır.

Bu araştırmalar Facebook kullanımı ile öz saygı arasında bir takım karmaşık ilişkiler olduğunu göstermektedir. Kullanıcılar Facebook gibi sosyal paylaşım sitelerini kullanarak fotoğraf, video ve günlük yaşama ilişkin birçok paylaşımda bulunmaktadır. Bu paylaşımlar kullanıcıların kendilerini olumlu ya da olumsuz olarak nasıl değerlendirdiğini, öz saygılarını nasıl algıladığını konusunda Facebook kullanımını araştırmaya olan ilgiyi artırmaktadır. Bu nedenle bu çalışmada öz saygının Facebook kullanımını yordayıp yordamadığını ortaya koymak amaçlanmıştır.

Yöntem

İşlem ve katılımcılar

Veriler araştırmacılar tarafından ders saatlerinde ilgili öğretim üyelerinden izin alınarak ve ders öğretim üyeleri gözetiminde toplanmıştır. Uygulamaya başlamadan önce yazarlar tarafından katılımcılara çalışma tanıtılmış, Facebook kullanımından söz edilmiş ve araştırmanın amacı açıklanmıştır. Daha sonra katılımcılara araştırmaya katılmanın ve ölçek setini doldurmada gönüllülüğün esas olduğu, eğer isterlerse araştırmaya katılmayıp doldurmayabilecekleri belirtilmiştir.

Ayrıca bireysel olarak sonuçları öğrenmek isterlerse yazarlara e-mail yoluyla ulaşabilecekleri ve yaklaşık olarak 4-6 hafta sonra yanıtlarıyla ilgili geribildirim alabilecekleri söylenmiştir. Tüm katılımcılara cevaplarının tamamen gizli kalacağı belirtilmiştir. Ölçeklere verilen yanıtların doğru ya da yanlış olarak değerlendirilmeyeceği, içten ve samimi yanıtlarının çalışmanın sonuçları açısından önemli olduğu bildirilmiştir. Katılımcılar ölçek setini yaklaşık 20-25 dakikalık bir sürede doldurmuşlardır.

Araştırmaya İç Anadolu Bölgesi'ndeki iki farklı üniversitenin çeşitli fakültelerinde öğrenim gören 312 kadın (%77), 94 erkek (%23) toplam 408 kişi katılmıştır. Araştırmaya katılan katılımcıların %45'i Instagram'ı, %19'u Facebook'u, ve %5'i ise Twitter'ı diğer sosyal paylaşım sitelerine göre daha fazla kullandıklarını belirtmişlerdir. Ayrıca katılımcıların Facebook'ta ortalama arkadaş sayısı 124 olarak belirlenmiştir.

Veri Toplama Araçları

Facebook Yoğunluğu Ölçeği (FYÖ). Ellison ve arkadaşları (2007) tarafından geliştirilen Facebook Yoğunluğu Ölçeği (FYÖ) Türkçe'ye Öztemel ve Traş (2017) tarafından uyarlanmıştır. Toplam 6 maddeden (ör., "Facebook günlük faaliyetlerimin bir parçasıdır") oluşan 5'li Likert tipi derecelmeli (1=Hiç katılmıyorum, 2= Katılmıyorum, 3=Ne katılıyorum ne katılmıyorum, 4= Katılıyorum, 5= Tamamen katılıyorum) bir ölçektir. Ölçekten alınan yüksek puan, kişinin Facebook'u yoğun olarak kullandığı anlamına gelmektedir. Ölçeğin yapı geçerliği açımlayıcı faktör analizi (AFA), Monte Carlo paralel analiz testi ve doğrulayıcı faktör analizi (DFA) yapılarak incelenmiştir. AFA sonucunda ölçeğin orijinalinde olduğu gibi tek faktörlü olduğu belirlenmiştir. Tek faktör toplam varyansın %57'sini açıklamaktadır. Monte Carlo paralel analiz testi sonucunda, AFA'da elde edilen tek faktörlü yapının doğrulandığı belirlenmiştir. Ölçeğin geçerliği ile ilgili olarak yapılan DFA sonucunda uyum katsayıları $\chi^2=27,241$, $sd=9$, $\chi^2/df =3.027$, $GFI=.99$, $CFI=.95$, $AGFI=.96$, $NFI=.93$, $RMSEA=.075$ ($CI=.042-.110$) olarak hesaplanmış olup tek faktörlü yapı doğrulanmıştır. Ölçeğin Cronbach Alpha iç tutarlık katsayısı .85 olarak bulunmuştur. Bu araştırmada da $\alpha=.85$ olarak hesaplanmıştır.

Sıfatlara Dayalı Kişilik Testi (SDKT). Bacanlı, İlhan ve Aslan (2009) tarafından beş faktör kişilik kuramına dayalı olarak geliştirilen Sıfatlara Dayalı Kişilik Testi (SDKT), iki uçlu birbirine zıt kırk sıfat çiftinden oluşan ve 1-7 arasında derecelendirilen bir ölçektir. Yapılan faktör analizi sonucunda duygusal dengesizlik (örn. "sakin-sinirli"), dışadönüklük (örn. "yalnızlığı tercih eden-sosyal/topluluğu seven"), deneyime açıklık (örn. "alışılmış-yenilikçi"), yumuşak başlılık (örn. "kindar-affedici") ve sorumluluk (ör. "düzensiz-düzenli") olmak üzere beş faktörlü bir yapı elde edilmiştir. Beş faktörün ölçeğin toplam varyansının % 52.63'nü açıkladığı görülmüştür. SDKT'nin uyum geçerliğini sınamak için Sosyotropi Ölçeği, Çatışmalara Tepki Ölçeği, Negatif-Pozitif Duygu Ölçeği ve Sürekli Kaygı Envanteri kullanılmıştır. SDKT'nin boyutlarının bu ölçeklerle orta düzeyde ve anlamlı bir yapı ortaya koyduğu görülmüştür. SDKT'nin güvenilirlik çalışmasında, her bir alt ölçek için testin tekrarı yöntemi ile elde

edilen güvenilirlik katsayıları beş alt ölçek için .68 ile .85 arasında değişmektedir. Cronbach Alpha katsayıları duygusal dengesizlik için .73, dışadönüklük için .89, deneyime açıklık için .80, yumuşak başlılık için .87 ve sorumluluk için 88 olarak bulunmuştur.

Karanlık Üçlü Ölçeği (KÜÖ). Jonason ve Webster (2010) tarafından geliştirilen KÜÖ Türkçe'ye Eraslan-Çapan, Satıcı, Yılmaz ve Kayış (2015) tarafından uyarlanmıştır. Makyevalizm, psikopati ve narsisizm olmak üzere üç alt boyutu bulunan ölçek 12 maddeden oluşmakta olup bireylerden 9'lu likert tipi ölçek üzerinde katılım derecesini belirtmeleri istenmektedir. Ölçeğin geçerlik çalışması için doğrulayıcı faktör analizi yapılmış olup Türk örnekleminde üç faktörlü yapı doğrulanmıştır ($\chi^2=145.16$, $sd=51$, $\chi^2/sd=2.85$, CFI=.96, GFI=.95, IFI=.96, SRMR=.047, RMSEA=0.066 90%C.I. [.053, 0.078]). Ölçeğin Cronbach alfa katsayısı makayevalizm alt boyutu için $\alpha=.79$, psikopati alt boyutu için $\alpha=.71$ ve narsisizm alt boyutu için $\alpha=.87$ olarak hesaplanmıştır.

Rosenberg Benlik Saygı Ölçeği (RBSÖ). Rosenberg (1965) tarafından geliştirilen Rosenberg Benlik Saygı Ölçeği beş olumlu (ör., Kendime karşı olumlu bir tutum içindeyim) ve beş olumsuz (ör., Bazen kesinlikle kendimin bir işe yaramadığını düşünüyorum) ifade içeren 10 maddeden oluşmaktadır. Bireylerden 4'lü Likert tipi ölçek (1=hiç katılmıyorum ve 4=tamamen katılıyorum) üzerinde her maddeye katılım derecesini belirtmeleri istenmektedir. RBSÖ Türkçe'ye Çuhadaroğlu (1986) tarafından uyarlanmıştır. Testin dört haftalık test-tekrar test güvenilirliği .71 olarak bulunmuştur. Ölçekten alınabilecek en düşük puan 0, en yüksek puan ise 6 olmaktadır. Bazı çalışmalar, RBSÖ'ün Türkçe versiyonunun geçerliliğini desteklemiştir

Verilerin analizi

Verilerin analizinde SPSS 21.0 (IBM SPSS Statistics) paket programından yararlanılmıştır. Bu çalışmada ele alınan değişkenler arasındaki ilişki örüntülerini belirlemek için Bivariate korelasyon analizi yapılmıştır. Bununla birlikte beş faktör kişilik özellikleri, karanlık üçlü ve öz saygının Facebook yoğunluğunu yordayıp yordamadığını belirlemek için hiyerarşik regresyon analizi yapılmıştır.

Bulgular

Analizlere geçmeden önce tüm değişkenler eksik veri, normal dağılım ve analizlere girmeden önce çoklu doğrusallık açısından kontrol edilmiştir. Veri setindeki yedi vaka (case) için eksik değer tespit edilmiştir. Eksik değerlerin rastgele dağıtıldığı sonucuna varılmış ve eksik değerler estimation-maximization algoritması ile tamamlanmıştır. Buna ilave olarak uç değerler incelenmiş ve ± 3.29 z skorunun (Tabachnick ve Fidell, 2013) dışında bir skoru olan 9 vaka (case) veri setinden çıkarılmıştır. Bu nedenle analizler 408 vaka (case) ile yapılmıştır.

Facebook yoğunluğu, beş faktör kişilik özellikleri, karanlık üçlü özellikleri ve öz saygı için ortalama, standart sapma, Alpha katsayıları ve korelasyon katsayıları Tablo 1'de verilmiştir.

Tablo 1. Ortalama, standart sapma, Cronbach α ve değişkenler arası korelasyonlar

Değişkenler	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
1. Facebook yoğunluğu	-											
2. Facebook kullanım süresi	.39	-										
3. İnternet kullanımı	.11	.12	-									
4. Nevrotizm	.05	.05	.18	-								
5. Dışa dönüklük	-.01	-.12	.06	-.06	-							
6. Deneyime açıklık	-.05	-.06	.06	-.07	.66	-						
7. Yumuşak başlılık	-.06	-.03	.01	-.13	.38	.56	-					
8. Sorumluluk	-.02	-.09	-.13	-.12	.37	.39	.49	-				
9. Makyavelizm	.16	.09	.12	.15	.05	-.02	-.19	-.08	-			
10. Psikopati	.13	.01	.09	.10	-.03	-.09	-.26	-.09	.38	-		
11. Narsisizm	.21	.13	.11	.09	.19	.10	-.03	.03	.32	.19	-	
12. Öz saygı	-.07	-.09	-.05	-.21	.30	.25	.07	.24	-.15	-.07	-.03	-
Ort.	13.22	1.65	3.34	3.47	4.87	5.16	5.44	5.21	9.48	9.33	16.92	5.03
Ss.	5.01	.90	1.31	.96	1.04	.96	.94	1.02	5.43	4.52	7.98	1.15
α	.85	-	-	.66	.87	.79	.80	.80	.77	.60	.86	.76

Not: **Koyu** yazım: $p < .01$; *İtalik* yazım: $p < .05$

Tablo 1'de görüldüğü gibi Facebook yoğunluğu ile Facebook kullanım süresi arasında $r = .39$, Makyavelizm arasında $r = .16$, psikopati arasında $r = .13$ ve narsisizm arasında $r = .21$ düzeyinde istatistiksel olarak pozitif ve anlamlı ilişkiler bulunmuştur. Buna karşılık Facebook yoğunluğu ile nevrozizm, dışa dönüklük, deneyime açıklık, yumuşak başlılık, sorumluluk ve öz saygı arasındaki ilişkiler ise istatistiksel olarak anlamlı bulunmamıştır.

Facebook yoğunluğunun değişkenler tarafından ne derece yordandığını test etmek için 3 adımlı hiyerarşik çoklu regresyon analizi yapılmıştır. Facebook yoğunluğu, Facebook'ta kalma süresi ve interneti kullanma süresi arasındaki anlamlı ilişkiyi hesaplamak için yordayıcılar olarak Facebook'ta kalma süresi ve interneti kullanma süresi analize birinci adımda girilmiştir. Bunu takiben, ikinci adımda beş faktör kişilik özellikleri, karanlık üçlü özellikleri ve öz saygı girilmiştir.

Hiyerarşik regresyon analizinin 1. adımında Facebook'ta kalma süresi ve interneti kullanma süresi Facebook yoğunluğundaki toplam varyansın %15'ini (ΔR^2) anlamlı bir şekilde açıklamıştır ($R^2 = 0.16$, $F(2, 396) = 37.15$, $p < .001$, $f^2 = 0.19$). İkinci adımda beş faktör kişilik özellikleri, karanlık üçlü

özellikleri ve öz saygının eklenmesi ile Facebook yoğunluğundaki toplam varyansın %18'ini (ΔR^2) açıklamıştır. $R^2 = 0.20$, R^2 change = 0.04, $F(11, 387) = 8.86$, $p < .001$, $f^2 = 0.25$. Analizdeki bu değişim de anlamlı bulunmuştur (F change (9, 387) = 2,32, $p < .05$). Facebook yoğunluğunun yordanmasına ilişkin hiyerarşik regresyon analizi sonuçları Tablo 2'de verilmiştir.

Tablo 2. Facebook yoğunluğunun yordanmasına ilişkin hiyerarşik regresyon analizi sonuçları

Değişkenler	B	SE	β	t
1. Blok				
Sabit	8.965	.729		12.294
Facebook kullanım süresi	2.140	.258	.385	8.290**
İnternet kullanımı	.238	.178	.062	1.334
2. Blok				
Sabit	7.155	2.331		3.069
Facebook kullanım süresi	2.067	.260	.372	7.940**
İnternet kullanımı	.184	.183	.048	1.007
Nevrotizm	-.023	.250	-.004	-.091
Dışa dönüklük	.257	.307	.053	.837
Deneyime açıklık	-.389	.358	-.074	-1.088
Yumuşak başlılık	-.144	.338	-.027	-.427
Sorumluluk	.328	.271	.067	1.209
Makyavelizm	.040	.049	.043	.826
Psikopati	.084	.056	.076	1.491
Narsisizm	.080	.031	.127	2.559*
Öz saygı	-.097	.222	-.022	-.436

* $p < .05$, ** $p < .001$

Tablo 2'de görüldüğü üzere Facebook yoğunluğunu birinci blokta Facebook kullanım süresi ($\beta=39$, $p<.001$); ikinci blokta ise Facebook kullanım süresinin ($\beta=37$, $p<.001$) yanı sıra narsisizm ($\beta=39$, $p<.05$) istatistiksel olarak anlamlı bir şekilde yordamış olup diğer değişkenlerin katkısı anlamlı bulunmamıştır.

Tartışma

Bu çalışmanın amacı, Facebook yoğunluğu ile bazı kişilik özellikleri arasındaki ilişkiyi incelemektir. Bu çalışmada Facebook'ta kalma süresi ve İnternet'i kullanma süresinin yanı sıra beş faktör kişilik özellikleri, karanlık üçlü (dark triad) kişilik özellikleri ve öz saygının Facebook yoğunluğunu yordayıp yordamadığı incelenmiştir. Sonuçlar Facebook kullanım süresinin ve karanlık üçlü

özelliklerinden narsisizmin Facebook yoğunluğunu anlamlı bir şekilde yordadığını buna karşılık internette bağlı kalma süresi ile diğer kişilik özelliklerinin (beş faktör ve öz saygı) anlamlı bir şekilde yordamadığını göstermiştir.

Bu çalışmanın önemli bulgularından birisi Facebook'ta aktif olarak online bağlı kalma süresi arttıkça Facebook yoğunluğunun da artmakta olduğudur. Elde edilen bu sonuç diğer bazı araştırma bulgularıyla tutarlılık göstermektedir. Örneğin Steinfield ve diğerleri (2008) Facebook'ta kalma süresi ile Facebook yoğunluğu arasında ilişkiler bulmuşlardır. Ayrıca Facebook'ta kalma süresinin sosyal sermayeyle ilişkisini bulmuşlardır. Araştırmaya göre Facebook'un sosyal sermaye açısından kazandırdıklarının öz saygısı düşük bireylerde yüksek bireylere oranla daha fazla olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Bir başka anlatımla öz saygısı düşük bireyler Facebook'u sosyal sermayenin kazanımı olarak daha yoğun kullanmaktadırlar. Facebook sosyal sermaye köprüsü kurmaya yardım eden yakın ve uzak ilişkilerin sürdürülmesini kolaylaştırmada önemli bir rol oynamaktadır (Steinfield ve diğerleri, 2008). Bu açıdan düşünüldüğünde, bu araştırmada elde edilen sonuç şaşırtıcı değildir. Facebook'u daha uzun bir süre aktif kalarak yoğun bir şekilde kullanmanın olası nedeni belki de kullanıcıların yakın ve uzak ilişkilerini sürdürme gayretinde olmaları ve böylece sosyal sermaye edinme çabasına girmeleri olarak açıklanabilir. Bir başka olası neden paylaşımlara beğeni alınması ve olumlu yorumlarla karşılaşılması olabilir. Kullanıcılar Facebook'ta paylaşımda bulduklarına beğeni aldıkça ve bu paylaşımlarla ilgili sıklıkla olumlu yorumlarla karşılaştıkça Facebook'u daha sık kontrol ederek daha yoğun bir şekilde kullanabilmektedirler. Bu bulgunun olası nedeni, arkadaşlıklarına ve arkadaşlıklarının saygınlığına değer veren ve bu arkadaşlıkları kendileri için önemli gören bireyler arkadaşlarıyla sürekli bağlantıda kalmak ve kişisel etkinliklerini paylaşmak için sosyal ağ davranışlarına katılarak Facebook'u daha yoğun bir şekilde kullanabilmeleri olabilir.

Araştırmanın bulgularından bir diğeri de karanlık üçlü özelliklerinden narsistik kişilik özelliği ile Facebook yoğunluğu arasında pozitif ve anlamlı ilişkiler bulunmuştur. Ayrıca narsisizm Facebook yoğunluğunu yordadığı bulunmuştur. Araştırmada elde edilen bu bulgu birçok araştırma ile desteklenmektedir (Carpenter, 2012; Kokkinos, Baltzidis ve Xynogala, 2016; Lee ve diğerleri, 2014; Marshall, Lefringhausen ve Ferenczi, 2015; Mehdizadeh, 2010). Bu araştırmalar incelendiğinde genel olarak narsistik kişilik özelliği sergileyen bireylerin Facebook'ta sık sık durum güncelledikleri, içerik akışlarına yorum yaptıkları, Facebook'u daha fazla kontrol ettikleri, Facebook'ta daha fazla zaman harcadıkları ve Facebook zorbalığında buldukları rapor edilmektedir. Sözü edilen araştırma sonuçları değerlendirildiğinde bu araştırmada ulaşılan bu bulgunun olası nedeni narsistlik özelliklerine sahip bireylerin Facebook'u başkalarının dikkatini kendilerine çekme aracı olarak görmeleri olabilir. Bu tür kişilerin sık sık fotoğraf yükleyerek, sık sık durum güncelleyerek ve başkalarının paylaşımlarını beğenip yorumda bulunarak gündemde kalma çabası, konuşmaların merkezinde olma gereksinimleri ve

arkadaşları arasında popüler olma gayreti Facebook'u yoğun kullanmalarına neden olmuş olabilir. Ayrıca narsistik bireyler durum güncellemesi yapmak, kendi fotoğraflarını paylaşmak ve profillerini değiştirmek gibi özellikleri sık sık kullanarak başkalarının dikkatlerini çekmeye çalıştıkları için Facebook'u yoğun şekilde kullanarak ve ortamı istediği gibi düzenleyerek başkaları tarafından beğenilme, takdir görme, yeni çevreler edinme ve kendilerinin olumlu özelliklerini ön plana çıkarma gibi amaçlarını gerçekleştirebilmektedirler (Yelpaze ve Ceyhan, 2015).

Araştırmada Facebook yoğunluğu ile beş faktör kişilik özellikleri arasında anlamlı ilişkiler bulunmamıştır. İlgili alanyazın incelendiğinde, Facebook kullanımı ile kişilik özellikleri arasındaki ilişkiyi inceleyen araştırmalarda elde edilen sonuçlar karışıktır. Örneğin Ross ve diğerleri (2009), Facebook kullanımı ile kişilik özellikleri arasında sınırlı bir ilişki tespit etmişlerdir. Dışadönüklük düzeyi yüksek bireylerin düşük olanlara göre Facebook'ta daha fazla arkadaşlık gruplarına üye olduklarını bildirmelerine rağmen dışadönüklüğün ortalama arkadaş sayısı, Facebook'ta harcanan zaman ve mesaj kullanımı ile ilgili anlamlı farklılıklar bulamamışlardır. Amichai-Hamburger ve Vinitzky (2010) Facebook kullanımı ile beş faktör kişilik özelliklerinin ilişkisini incelediği araştırmalarında, beş faktör kişilik özelliklerinden sadece dışadönüklüğün anlamlı bir yordayıcı olduğunu bulmuşlardır. Bir başka araştırmada, Błachnio ve Przepiora (2016) Facebook yoğunluğu ile beş faktör kişilik özelliklerinden duygusal denge ve dışadönüklüğün ilişkili olduğunu ancak bunlardan sadece duygusal dengenin Facebook yoğunluğunun yordanmasına katkıda bulunduğunu bulmuşlardır. Bir diğer araştırmada Pettijohn II, LaPiene, Pettijohn ve Horting (2012) ise Facebook ile beş faktör kişilik özelliklerinden sadece sorumluluğun ilişkili olduğunu ve yine Facebook yoğunluğunu sadece sorumluluğun anlamlı bir şekilde yordadığını bulmuşlardır. Daha önce yapılan sözü edilen araştırmaların bu araştırmanın sonuçlarıyla kısmen tutarlı olduğu görülmektedir.

Öneriler

Mevcut araştırmanın bulguları ve alanyazında yapılan diğer araştırma bulguları bir bütün olarak değerlendirildiğinde beş faktör kişilik özellikleri ve öz saygı ile ilgili sonuçlar tutarlılık göstermemektedir. Farklı kişilik özelliklerine sahip bireylerin Facebook kullanım yoğunluklarını belirlemek kişilik özelliklerinin ne kadar etkili olabileceğini tahmin etmeye yardım edebilir. Bu nedenle bundan sonraki araştırmalarda benzer ve farklı örneklerle çalışarak Facebook kullanımında kişilik özelliklerinin ilişkisi incelenebilir. Tüm ilişkisel çalışmalarda olduğu gibi bu araştırmada elde edilen bulgulara göre Facebook yoğunluğu ile narsistik özellikler arasında nedensel ilişkiler belirlenemez. Facebook yoğunluğunun narsistik özelliği ya da narsistik kişilik özelliği taşıyan bireylerin Facebook yoğunluğunu artırıp arttırmadığını belirlemek mümkün değildir. Bu nedenle gelecekte araştırmalar bu boşluğu gidermeye yönelik olabilir. Ayrıca kişilik özellikleri ile sadece Facebook yoğunluğu konusunda

araştırma yapmanın yanı sıra aynı zamanda daha genel anlamda kişilik özellikleri ve Facebook arasında da araştırmalar yapılması yararlı olabilir.

Kaynaklar

- Acopio, J. R. B. ve Bance, L. O. (2016). Personality traits as predictors of Facebook use. *International Journal of Psychology and Counselling*, 8(4), 45-52.
- Amichai-Hamburger, Y. ve Vinitzky, G. (2010). Social network use and personality. *Computers in Human Behavior*, 26(6), 1289-1295.
- Andreassen, C. S., Pallesen, S. ve Griffiths, M. D. (2017). The relationship between addictive use of social media, narcissism, and self-esteem: Findings from a large national survey. *Addictive Behaviors*, 64, 287-293.
- Bacanlı, H. İlhan, T. ve Aslan, S. (2009). Beş faktör kuramına dayalı bir kişilik ölçeğinin geliştirilmesi: Sıfatlara dayalı kişilik testi (SDTK). *Türk Eğitim Bilimleri Dergisi*, 7, 261-279.
- Bachrach, Y., Kosinski, M., Graepel, T., Kohli, P. ve Stillwell, D. (2012, June). Personality and patterns of Facebook usage. In Proceedings of the 4th annual ACM web science conference (pp. 24-32). ACM.
- Błachnio, A. ve Przepiorka, A. (2016). Personality and positive orientation in Internet and Facebook addiction. An empirical report from Poland. *Computers in Human Behavior*, 59, 230-236.
- Błachnio, A., Przepiorka, A. ve Rudnicka, P. (2016). Narcissism and self-esteem as predictors of dimensions of Facebook use. *Personality and Individual Differences*, 90, 296-301.
- Błachnio, A., Przepiorka, A., Senol-Durak, E., Durak, M. ve Sherstyuk, L. (2017). The role of personality traits in Facebook and Internet addictions: A study on Polish, Turkish, and Ukrainian samples. *Computers in Human Behavior*, 68, 269-275.
- Blackwell, D., Leaman, C., Trampusch, R., Osborne, C. ve Liss, M. (2017). Extraversion, neuroticism, attachment style and fear of missing out as predictors of social media use and addiction. *Personality and Individual Differences*, 116, 69-72.
- Boyd, D. ve Ellison, N. B. (2007). Social network sites: Definition, history and scholarship. *Journal of Computer-mediated Communication*, 13(1), 210-230.
- Buffardi, L. E., Campbell, W. K. (2008). Narcissism and social networking web sites. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 34, 1303-1314.
- Carpenter, C. J. (2012). Narcissism on Facebook: Self-promotional and anti-social behavior. *Personality and Individual Differences*, 52, 482-486.
- Cheung, C. M. K., Chiu, P. Y. ve Lee, M. K. O. (2010). Online social networks: Why do students use facebook? *Computers in Human Behavior*, 27, 1337-1343.

- Correa, T., Hinsley, A.W. ve Zúñiga, H.G. (2010). Who interacts on the Web?: The intersection of users' personality and social media use. *Computers in Human Behavior* 26 (2), 247-253.
- Craker, N. ve March, E. (2016). The dark side of Facebook®: The Dark Tetrad, negative social potency, and trolling behaviours. *Personality and Individual Differences*, 102, 79-84.
- Çuhadaroğlu, F. (1986). Adolesanlarda benlik saygısı. Uzmanlık Tezi, Hacettepe Üniversitesi Tıp Fakültesi Psikiyatri Anabilim Dalı, Ankara.
- Ellison, N. B. (2007) Social network sites: definition, history, and scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13, 210-230.
- Ellison, N. B., 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.
- Eraslan-Çapan, B., Satıcı, S. A., Yılmaz, M. F. ve Kayış, A. R. (2015, 7-10 Ekim). *Karanlık Üçlü Ölçeği: Türkçeye uyarlama çalışması*. 13. Ulusal Psikolojik Danışma ve Rehberlik Kongresinde sunulmuştur, Mersin, Türkiye.
- Evans, D. C., Gosling, S. D. ve Carroll. A. (2008). What elements of an online social networking profile predict target-rater agreement in personality impressions. In *Proceedings of the International Conference on Weblogs and Social Media*, pages 1-6.
- Finder, A. (2006, June 11). *For some, online persona undermines a résumé*. New York Times, 11.
- Gil de Zúñiga, H., Diehl, T., Huber, B. ve Liu, J. (2017). Personality traits and social media use in 20 countries: How personality relates to frequency of social media use, social media news use, and social media use for social interaction. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 20(9), 540-552.
- Gonzales, A. L. ve Hancock, J. T. (2011). Mirror, mirror on my Facebook wall: Effects of exposure to Facebook on self-esteem. *CyberPsychology, Behavior, and Social Networking*, 14, 79-83.
- Goodboy, A.K. ve Martin, M.M.(2015). The personality profile of a cyberbully: Examining the Dark Triad. *Computers in Human Behavior*, 49, 1-4.
- Gosling, S.D. Augustine, A.A., Vazire, S., Holtzmann, N. ve Gaddis, S. (2011). Manifestations of personality in online social networks: Self-reported Facebook-related behaviors and observable profile information. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 14, 483-488.
- Gosling, S. D., Gaddis, S. ve Vazire, S. (2007). Personality impressions based on Facebook profiles. *Icwsm*, 7, 1-4.
- Hawi, N. S. ve Samaha, M. (2017). The relations among social media addiction, self-esteem, and life satisfaction in university students. *Social Science Computer Review*, 35(5), 576-586.

- Hetz, P. R., Dawson, C. L. ve Cullen, T. A. (2015). Social media use and the Fear of Missing Out (FoMO) while studying abroad. *Journal of Research on Technology in Education*, 47(4), 259–272.
- Jonason, P. K. ve Webster, G. D. (2010). The dirty dozen: A concise measure of the dark triad. *Psychological Assessment*, 22(2), 420-432.
- Kokkinos, C. M., Baltzidis, E. ve Xynogala, D. (2016). Prevalence and personality correlates of Facebook bullying among university undergraduates. *Computers in Human Behavior*, 55, 840-850.
- Lee, E., Ahn, J. ve Kim, Y. J. (2014). Personality traits and self-presentation at Facebook. *Personality and Individual Differences*, 69, 162-167.
- Marshall, T. C., Lefringhausen, K. ve Ferenczi, N. (2015). The Big Five, self-esteem, and narcissism as predictors of the topics people write about in Facebook status updates. *Personality and Individual Differences*, 85, 35-40.
- McCrae, R. R. ve Costa, P. T. (2008). A five-factor theory of personality. In: O. P. John, R. W. Robins ve L. A. Pervin (Eds). *Handbook of personality: Theory and research* (pp. 159-181). New York, NY: The Guilford Press.
- McKenna, K. Y. ve Bargh, J. A. (2000). Plan 9 from cyberspace: The implications of the Internet for personality and social psychology. *Personality and social psychology review*, 4(1), 57-75.
- Mehdizadeh, S. (2010). Self-presentation 2.0: Narcissism and self-esteem on Facebook. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 13, 357-364.
- Moorea, K.ve McElroy, J.C. (2012). The influence of personality on Facebook usage, wall postings, and regret. *Computers in Human Behavior*, 28(1), 267-274.
- Muris, P., Merckelbach, H., Otgaar, H. ve Meijer, E. (2017). The malevolent side of human nature: A meta-analysis and critical review of the literature on the dark triad (narcissism, machiavellianism, and psychopathy). *Perspectives on Psychological Science*, 12(2), 183-204.
- Nadkarni, A. ve Hofmann, S. G. (2012). Why do people use Facebook? *Personality and Individual Differences*, 52(3), 243–249.
- Ong, E. Y., Ang, R. P., Ho, J. C., Lim, J. C., Goh, D. H., Lee, C. S. ve Chua, A. Y. (2011). Narcissism, extraversion and adolescents' self-presentation on Facebook. *Personality and individual differences*, 50(2), 180-185.
- Öztemel, K. ve Traş, Z. (2017). Facebook Yoğunluğu Ölçeği'nin (FYÖ) Türkçe'ye uyarlanması:Faktör yapısı ve güvenilirliğinin incelenmesi. *Türk Eğitim Bilimleri Dergisi*, 15(2), 91–101.
- Quintelier, E. ve Theocharis, Y. (2012). Online political engagement, Facebook, and personality traits. *Social Science Computer Review*, 31(3), 280-290.
- Pabian, S. De Backer, C.J.S. ve Vandebosch, H. (2015). Dark Triad personality traits and adolescent cyber-aggression. *Personality and Individual Differences*, 75, 41-46.

- Pettijohn II, T. F., LaPiene, K. E., Pettijohn, T. F. ve Horting, A. L. (2012). Relationships between Facebook Intensity, Friendship Contingent Self-Esteem, and Personality in U.S. College Students. *Cyberpsychology: Journal of Psychosocial Research on Cyberspace*, 6(1), article 2.
- Raacke, J. ve Bonds-Raacke, J. (2008). MySpace and Facebook: Applying the uses and gratifications theory to exploring friend-networking sites. *Cyberpsychology & Behavior*, 11(2), 169-174.
- Rauch, S. M. ve Schanz, K. (2013). Advancing racism with Facebook: Frequency and purpose of Facebook use and the acceptance of prejudiced and egalitarian messages. *Computers in Human Behavior*, 29(3), 610-615.
- Ross, C., Orr, E. S., Sisic, M., Arseneault, J. M., Simmering, M. G. ve Orr, R. R. (2009). Personality and motivations associated with Facebook use. *Computers in Human Behaviour*, 25, 578-586.
- Ryan, T., Chester, C., Reece, J. ve Xenos, S. (2016). A qualitative exploration of Facebook addiction: Working toward construct validity. *Addicta: The Turkish Journal On Addictions*, 3(1), 55-76. Erişim adresi: <http://dx.doi.org/10.15805/addicta.2016.3.0004>.
- Rosenberg M (1965). *Society and the adolescent: Self-image*. Princeton: Princeton University Press.
- Seidman, G. (2013). Self-presentation and belonging on Facebook: How personality influences social media use and motivations. *Personality and Individual Differences*, 54(3), 402-407.
- Skierkowski, D. ve Wood, R. M. (2012). To text or not to text? The importance of text messaging among college-aged youth. *Computers in Human Behavior*, 28(2), 744-756.
- 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(6), 2414-2419.
- Smith, E. R., Mackie, D. M. ve Claypool, H. M. (2014). *Social psychology*. New York, NY : Psychology Press pp. 144-147.
- Steinfeld, C., Ellison, N. B. ve Lampe, C. (2008). Social capital, self-esteem, and use of online social network sites: A longitudinal analysis. *Journal of Applied Developmental Psychology*, 29, 434-445.
- Tabachnick, B. G. ve Fidell, L. S. (2013). *Using multivariate statistics* (6th ed.). Boston: Allyn and Bacon.
- Yelpaze, İ. ve Ceyhan, E. (2015). Facebook kullanıcılarının kişilik özellikleri ile Facebook kullanım örüntülerinin ilişkisi: Bir gözden geçirme çalışması. *Anadolu Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü Dergisi*, 5(2), 24-53.
- We Are Social (2018). Digital in 2018, essential insights into internet, social media, mobile, and ecommerce use around the World. Erişim adresi :https://www.slideshare.net/wearesocial/digital-in-2018-in-western-asia-part-1-northwest-86865983?from_action=save
- Wilson, K., Fornasier, S. ve White, K. M. (2010). Psychological predictors of young adults' use of social networking sites. *Cyberpsychology, behavior, and social networking*, 13(2), 173-177.

- Zhang, K. Z., Chen, C. ve Lee, M. K. (2014). Understanding the role of motives in smartphone addiction. *Proceedings of the PACIS*, 131–148. Erişim adresi: <http://aisel.aisnet.org/pacis2014/131>
- Zhao, S. Grasmuck, S. ve Martin, J. (2008). Identity construction on facebook: Digital empowerment in anchored relationships. *Computers in Human Behavior*, 24(5),1816-1836.

ORCID

Kemal Öztemel  <https://orcid.org/0000-0002-8068-3897>

Zeliha Traş  <https://orcid.org/0000-0003-2670-0868>

Extended Summary

Relationship between Facebook Intensity and Some Personality Traits

According to the statistics of the “Digital in 2018-Global Overview” report which was published by We Are Social internet website, internet user rate in Turkey increased by 6% in 2017 with respect to the previous year, and reached to 67% of the country population. Users like TV channels, stores, cities, movies, books, and thus follow them. Besides this, it is stated that main motivation factor that directs people to use Facebook is the feeling of bonding with other people (Cheung, Chiu and Lee, 2010; Raacke and Bonds-Raacke, 2008; Rauch and Schanz, 2013). Having more than 2 billion daily active users according to 2018 data (WeAreSocial, 2018), Facebook has become a worldwide phenomenon that is the most commonly used one after Youtube (Ryan, Chester, Reece and Xenos, 2016).

In recent years, researchers have stated that Facebook is an important source to study how people behave both online and offline (Blachnio & Przepiorka, 2016; Lee, Ahn, Kim, 2014; Ross, Orr, Sisic, Arseneault, Simmering & Orr, 2009). Today, Facebook profiles have become one of the important information sources in order to form an impression about a person (Bachrach, Kosinski, Graepel, Kohli & Stillwell, 2012). Some view other’s Facebook profiles, and then find a friend that he/she can flirt, and decide to go out with her/him (Zhao, Grasmuck & Martin, 2008). Besides, some use Facebook profiles in job applications in the process of evaluation of candidates (Finder, 2006). Over the last few years, a growing number of researches on Facebook use have been done. In these researches, relationship of internet and Facebook use with scrupulousness, extroversion (Blachnio, Przepiorka, Senol-Durak, Durak and Sherstyuk, 2017), neuroticism, and attachment styles (Blackwell, Leaman, Trampusch, Osborne and Liss, 2017) was studied. These studies reveal that people who use Facebook excessively have personality traits like neuroticism, scrupulousness, extroversion, and might experience risky situations like Facebook addiction.

Facebook is an online application in which users can not only socialize with others (Ellison, Steinfield & Lampe, 2007), but also can form and manage their identities through self-presentation (Nadkarni & Hofmann, 2012). The fact that Facebook enables different user experiences makes the study of relationship between big five personality traits and Facebook attractive. Big five personality traits are

categorized as neuroticism, extroversion, openness to new experiences, compatibility, and responsibility (McCrae & Costa, 2008). Studies began to bring the big five personality traits forward in detail in order to explain different social network applications like Facebook. Ross et al., (2009) state that the ones who report higher extroversion are members to more groups in comparison to the ones who report lower rates.

Recently, researchers who make studies about Facebook have begun to be interested in other personality structures like dark triad dirty dozen and self-esteem as well as examination of big five personality traits structure (Skues, Williams, Wise, 2012). In recent times, researchers have begun to investigate the role of Machiavellianism, psychopathy and narcissism in the use of social network platforms due to reasons like Facebook's encouraging users in developing their profiles, and prompting them to display self-revelation behavior while communicating with others. In this research, the aim is to reveal if big five personality traits, dark triad and self-esteem predict the Facebook intensity.

In total, 408 students who are from various faculties of two different universities in Central Anatolia Region, 312 females (77%), 94 males (23%), participated in the research. Of the participants in the research, 45%, 19% and 5% stated that they use Instagram, Facebook and Twitter more than the other two, respectively. Also, it was determined that the average friend number of participants is 124.

Facebook Intensity Scale that was developed by Ellison et al. (2007) and adapted to Turkish by Öztemel and Traş (2017), Adjective Based Personality Test (ABPT) that was developed by Bacanlı, İlhan and Aslan (2009), Dark Triad Scale and Rosenberg Self-Esteem Scale were used as data collection tools.

In the analysis of data, SPSS 21.0 (IBM SPSS Statistics) package program was used. Bivariate correlation analysis was conducted in order to determine the relationship patterns between the variables that are discussed in this study. Besides, hierarchical regression analysis was made in order to determine that if big five personality traits, dark triad dirty dozen and self-esteem predict Facebook Intensity.

A hierarchical multi-regression analysis is made to test to what degree Facebook Intensity was predicted by variables. In order to determine the significant relationship between Facebook Intensity, the time spent on Facebook, and internet use time, the time spent on Facebook and internet use time were entered as predictors in the first step. Following this, big five personality traits, dark triad dirty dozen and self-esteem were entered in the second step.

In the first step of hierarchical regression analysis, the time spent on Facebook and internet use time significantly predicted 15% (ΔR^2) of total variance in Facebook Intensity ($R^2 = 0.16$, $F(2, 396) = 37.15$, $p < .001$, $f^2 = 0.19$). In the second step, big five personality traits explained 18% (ΔR^2) of the total variance of Facebook intensity after adding dark triad dirty dozen and self-esteem. $R^2 = 0.20$, R^2 change = 0.04,

$F(11, 387) = 8.86, p < .001, f^2 = 0.25$. This change in the analysis was found significant. (F change (9, 387) = 2,32, $p < .05$).

One of the important findings of this study is that the more time is spent on Facebook, the more Facebook intensity increases. This result shows consistency with some other research findings. For example, Steinfield et al. (2008) found that there is a relationship between the time spent on Facebook and Facebook intensity.

Another finding of the research is that there are positive and significant relationships between narcissistic personality trait of dark triad dirty dozen and Facebook intensity. Also, it is found that narcissism predicted Facebook intensity. This finding that is obtained in the research is supported with many researches (Carpenter, 2012; Kokkinos, Baltzidis, & Xynogala, 2016; Lee et al., 2014; Marshall, Lefringhausen & Ferenczi, 2015; Mehdizadeh, 2010).

When the findings of the research and other researches' findings in literature are evaluated together, results about big five personality traits and self-esteem show consistency. Determining Facebook use intensity of individuals who have different personality traits can help predicting how personality traits can be influential. For this reason, relationship of personality traits in Facebook use can be examined by working with similar and different samples in further researches.

It is not possible to determine if Facebook intensity increase narcissistic trait or individuals having a narcissistic personality trait increase Facebook intensity. For this reason, further researches might be aimed at filling this gap. Also, researches about Facebook and personality traits in general terms could be useful as well as doing researches about personality traits and only Facebook intensity.