



Received:
10.11.2025
Accepted:
18.12.2025

Near East University

Uluslararası Sosyal Bilimler ve Sanat Araştırmaları Dergisi

Volume 4
Issue 1

ISSN
2792-0968

THE PRESENTATION STYLES OF DARK AND LIGHT TRIAD PERSONALITY TRAITS OF GENERATIONS Y AND Z ON SOCIAL MEDIA

Y VE Z KUŞAKLARININ KARANLIK VE AYDINLIK ÜÇLÜ KİŞİLİK ÖZELLİKLERİNİ SOSYAL MEDYADA YANSITMA BİÇİMLERİ¹

Derya ÖCAL ²

Esra TOSUN ³

ABSTRACT

The aim of this study is to determine the differences in the ways generation Y and Z present their dark and light triad personality traits on social media. This study was conducted using a quantitative research method and the research population consists of generation Y and Z individuals living in Erzurum. The data of study were collected between February and June 2024 with a survey consisting of a personal information sheet, the shortened dark triad personality scale and the light triad personality scale. As a result of the analyses, it was found that the dark triad personality traits presented by generation Y and Z on social media show differ. The dark triad personality traits presented by Generation Y on social media differ according to gender, marital status, actively used social media platforms, and the average time spent on social media, the light triad personality traits differ according to actively used social media platforms. The dark triad personality traits presented by Generation Z on social media differ according to marital status and the average time spent on social media, while light triad personality traits differ according to gender.

Key words: Generations, Social Media, Personality, Dark Triad, Light Triad.

ÖZ

Bu araştırmanın amacı Y ve Z kuşaklarının karanlık ve aydınlık üçlü kişilik özelliklerini sosyal medyada sunma biçimlerindeki farklılıkları ortaya koymaktır. Nicel araştırma yöntemi ile gerçekleştirilen araştırmanın evrenini Erzurum ilinde yaşayan Y Kuşağı ve Z kuşağı oluşturmaktadır. Araştırmanın verileri Şubat-Haziran 2024 tarihleri arasında kişisel bilgi formu, kısaltılmış karanlık üçlü kişilik ölçeği ve aydınlık üçlü kişilik ölçeği ile oluşturulan anket ile toplanmıştır. Yapılan analizler sonucunda Y ve Z kuşaklarının sosyal medyada sunduğu karanlık üçlü kişilik özellikleri farklılık göstermektedir. Y kuşağının sosyal medyada sunduğu karanlık üçlü kişilik özellikleri cinsiyet, medeni durum, aktif olarak kullanılan sosyal medya platformları ve ortalama geçirilen süreye göre farklılık gösterirken, aydınlık üçlü kişilik özellikleri aktif olarak kullanılan sosyal medya platformlarına göre farklılık göstermektedir. Z kuşağının sosyal medyada sunduğu karanlık üçlü kişilik özellikleri medeni durum ve sosyal medyada ortalama geçirdikleri süreye göre farklılık gösterirken, aydınlık üçlü kişilik özellikleri cinsiyete göre farklılık göstermektedir.

¹ Bu makale, 18.09.2024 tarihinde Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Halkla İlişkiler ve Tanıtım Ana Bilim Dalında kabul edilen Danışmanlığını Prof. Dr. Derya Öcal'ın yürüttüğü, Esra Tosun'un "Y ve Z Kuşaklarının Karanlık ve Aydınlik Üçlü Kişilik Özelliklerini Sosyal Medyada Sunma Biçimleri Üzerine Bir İnceleme" başlıklı Yüksek Lisans tezinden üretilmiştir.

² Prof. Dr., Atatürk Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümü, Reklamcılık Anabilim Dalı, ORCID: 0000-0003-0401-2917, deryaderyaocal@gmail.com

³ Doktora Öğrencisi, Atatürk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Halkla İlişkiler ve Tanıtım Ana Bilim Dalı, ORCID: 0009-0006-0349-2874, esra.tosun16@ogr.atauni.edu.tr

Anahtar kelimeler: *Kuşaklar, Sosyal Medya, Kişilik, Karanlık Üçlü, Aydınlik Üçlü.*

1. GİRİŞ

Teknoloji ve internetin günlük yaşamdaki etkisinin giderek artması iletişim biçimlerinde köklü değişimler meydana getirmiştir. Dijitalleşmenin yaygınlaşmasıyla birlikte iletişim ağları hızla genişlemiş ve pek çok kişi tarafından aktif olarak kullanılması sonucunda sosyal medya olgusu değer kazanmıştır (Mertol vd., 2022, s.602). Web 2.0'ın yaygınlaşması, sosyal medyayı tek yönlü bilgi aktarımını karşılıklı ve eşzamanlı etkileşime dönüştürerek, internet üzerinden gerçekleştirilen iletişim ve paylaşımların bütünü haline getirmiştir (Gencer ve Aktan, 2021, s.1153). Sosyal medya iletişim aracı olmanın ötesinde, kişilik gelişimi ve ifade edilmesi açısından önemli psikolojik ve sosyal faktör olarak öne çıkmaktadır. Farklı kişilik özelliklerine sahip bireylerin çeşitli sosyal medya platformlarında kendilerini ifade etme imkanları olduğu düşünüldüğünde, sergilenen davranışların temelinde yatan kişilik özelliklerine odaklanmak faydalı olacaktır. Kişilik “belirli bir insanın biricik özünü yansıtan özelliklerin gerçek esasıdır” (Hartman, 2008, s.22). Bu bağlamda bireyi diğerlerinden ayıran, doğuştan veya sonradan kazanılan özelliklerin toplamı kişilik olarak ifade edilebilir (Uçkun vd., 2018, s.140).

İnsan yaşamı, zıtlıkların bir arada olduğu ve kişiliği şekillendiren bir süreçtir. Düzensizlik içinde düzen arayışı, sosyal etkileşimler sonucunda oluşan bireysel dönüşümler ve zamanla belirginleşen düşünce ve davranış sapmaları kişilik özelliklerini vurgulamaktadır. Bu süreçte, kişiliğin olumlu yönleri aydınlık kavramıyla açıklanırken olumsuz yönleri karanlık kavramlarıyla açıklanmaktadır (Ata, 2023; Polatçı ve Ülkü, 2023). Paulhus ve Williams (2002) toplum tarafından olumsuz değerlendirilen bazı kişilik özelliklerini ‘karanlık üçlü’ kavramı ile ele almış ve subklinik düzeyde Narsisizm, Makyavelizm, Psikopati çerçevesinde açıklamıştır. Subklinik narsisizm, statü ve liderlik arzusu, kendini yüceltme, başkalarını küçümseme davranışıyla, Makyavelizm kişinin gerçek niyetini saklayarak insanları manipüle edip etik dışı yöntemlere başvurmakla, psikopati ise duygu, vicdan ve empati eksiliğiyle karakterize edilmektedir (Set, 2020, s.318). Diğer taraftan sosyal medya kullanımı ve karanlık üçlü kişilik özellikleri arasındaki ilişkiyi hafifleten veya etkileyen başka unsurlarında olabileceği ifade edilmektedir (Lyons, 2019). Son yıllarda iyilik hali üzerine yapılan çeşitli araştırmalar, “insan doğasının empati, özgecilik, bağışlayıcılık, minnettarlık, umut, öz yeterlilik, cesaret gibi olumlu ve büyüme odaklı özelliklerine dikkat çekerek” (Tekeş ve Bıçaksız, 2021, s.537) aydınlık üçlü kavramını öne çıkarmıştır. “Aydınlık üçlü özellikleri empati, merhamet ve fedakârlıkla ilgilidir, bu özellikleri biraz daha açarsak insanların çoğunlukla iyi olduğuna dair duyulan inanç, her insanın saygı ve takdiri hak ettiğine dair duyulan inanç ve insanları bir amaç olarak görmemek” (Tülüce, 2023, s.11) şeklinde açıklanan insanlığa inanç, insancılık ve Kantçılık boyutlarından oluşmaktadır.

Literatürde son yıllarda yapılan araştırmalarda, karanlık üçlü (Makyavelizm, Narsisizm, Psikopati) ve aydınlık üçlü (İnsanlığa İnanç, Hümanizm, Kantçılık) kişilik özelliklerinin sosyal, psikolojik ve davranışsal etkileri farklı örneklemeler üzerinden incelenmiştir. Karanlık üçlü özelliklerinin cinsiyetler arasında farklılık gösterdiği ortaya konmuştur. Sosyal medya kullanımının erkeklere kıyasla daha yüksek olduğunu ortaya koyarken, aldatmaya yönelik tutumda, Makyavelizm ve psikopati değişkenlerinde erkeklerin kadınlara göre daha yüksek puanlar aldığı tespit edilmiştir (Bakır, 2022). Benzer şekilde antrenörler üzerine yapılan bir çalışmada, kadın antrenörlerin Makyavelizm düzeylerinin erkeklere göre daha düşük olduğu görülmüştür (Duman, 2023). Makyavelizm ve narsisizm, sosyal medya kullanım motivasyonları (arkadaşlık kurma, akademik amaç, eğlenme, kendini ifade etme) ile pozitif ilişkiler göstermektedir. Psikopati ise bazı motivasyonlarla pozitif, bazılarıyla negatif ilişkilidir. Makyavelizm ve sosyal bağlantıları sürdürme ile eğlenme motivasyonları, sosyal medya bağımlılığının önemli yordayıcılarıdır (Dölay, 2024). Ergen örnekleme üzerine yapılan çalışmada, karanlık üçlü özelliklerin siber zorbalığın öncülleri olduğu ve özellikle psikopatinin en güçlü yordayıcı olduğu belirlenmiştir (Demircioğlu, 2020). Aydınlik kişilik boyutları kendi içinde pozitif, karanlık üçlü ile negatif ilişkilidir. Aydınlik üçlü, içsel/dışsal motivasyon ve kurum imajı ile pozitif ilişkiler sergilerken, etik olmayan davranışlarla negatif ilişki göstermektedir (Ülkü, 2023) Narsisizm, karanlık üçlü alt boyutları arasında psikolojik dayanıklılığın anlamlı ve pozitif

yordayıcısıyken diğer alt boyutların etkisinin sınırlı olduğu belirlenmiştir (Çiftçi, 2024). Çalışmalarda karanlık üçlü özelliklerin riskli ve yönlendirici sosyal davranışlarla, aydınlık üçlü özelliklerin ise etik ve motivasyonel süreçlerle tutarlı biçimde ilişkili olduğu ifade edilmiştir.

Karanlık özelliklere sahip bireylerin, sosyal medyayı karanlık eğilimlerini sergilemek amacıyla kullanabildikleri ve sosyal medyanın sunduğu anlık tatmin sayesinde bu ortamı yalan söyleme, aldatma, hile yapma ve manipülasyon için ideal bir yer olarak gördükleri ifade edilmektedir (Tang vd., 2022; Tahoon, 2020). March ve Marrington (2021) çalışmasında karanlık üçlü kişilik özelliklerinin çevrimiçi antisosyal davranışları arttırdığını belirlerken, aydınlık üçlü kişilik özelliklerinden insanlığa inanç ve hümanizmin toplum yanlısı davranışları olumlu etkilediğini, Kantçılığın ise antisosyal davranışları önlemesine rağmen toplum yanlısı davranışları teşvik etmediğini belirlemiştir.

Sosyal medya ortamlarında kimlik inşası ve benlik sunumu kuşaklara göre farklılık göstermektedir. X kuşağı, sınırlı sayıda paylaşım ve etkileşim kurarak, Goffman'ın dramaturjik yaklaşımında tanımlanan yüz yüze performansların dijital karşılığı olarak dikkatli ve kontrollü benlik sunumu gerçekleştirmektedir. Y kuşağı dijital teknolojiye uyum sağlayarak ve sosyal çevrenin etkisiyle daha rahat ve çok yönlü iletişim biçimleri benimsemektedir. Bu sayede hem gerçek hem de ideal benliklerini bir araya getirerek sosyal medya profillerinde farklı rol ve izleyici gruplarına uyum sağlamaktadır. Benzer şekilde Z kuşağı, sosyal medyada gerçek hayatta olduğundan daha rahat ve kaliteli iletişim kurabilmektedir (Çoşkun ve Aşçı, 2020; Ergün, 2023; Palaz, 2023; Wickel, 2015).

Öte yandan Z kuşağı, Y kuşağının aksine çevrimiçi ortamlarda kimliğini sınırlama eğilimi gösterirken, dijital mahremiyete daha fazla önem vermektedir. Aynı zamanda Z kuşağı, varoluşsal iletişim yaklaşımı çerçevesinde toplumsal bir kimlik bilinciyle hareket etmekte ve sanal kamusal alanda sergilediği benlik sunumunu kuşak aidiyeti temelinde inşa ederken gerçek ve sanal kamusal alanlar arasındaki ayrımı büyük ölçüde ortadan kaldırmaktadır. Sosyal medyada kendini ön plana çıkarma amacıyla özçekim gibi davranışlara başvurmakta ve bu davranışlar narsisizm ile ilişkilendirilmektedir. Bu bağlamda Z kuşağının diğer kuşaklara kıyasla sosyal medyada kendini sunma ve imaj oluşturma tutumu daha ileri seviyededir (Dönmez, 2020; Ergün, 2023; Kuran, 2022; Özkan, 2020; Tur, 2019).

Özlüce kuşaklar arasındaki benzerlik ve farklılıklar sadece iletişim bağlamında değil, aynı zamanda benlik sunumu ve sosyal kimlik oluşturma süreçleri açısından da önem taşımaktadır.

Yapılan kapsamlı literatür taramasında Karanlık Üçlü kişilik özellikleri ve sosyal medyaya yönelik yapılan araştırmalar artmasına rağmen, Aydınlik Üçlü kişilik özellikleri ve sosyal medyaya yönelik yapılan çalışmaların sınırlı kaldığı, bu özelliklerin Y Kuşağı ve Z Kuşağı kullanıcıları arasındaki farklılıklarına odaklanan çalışmaların olmadığı belirlenmiştir. Günümüz dijital ortamında kuşaklar arasında değişen iletişim tarzları ve dijital platform kullanımları arasındaki fark belirginleşirken, sosyal medyayı aktif kullanan Y ve Z kuşaklarının sosyal medyada hangi özelliklerini sergilediklerinin incelenmesi önem taşımaktadır. Çalışmada katılımcıların sosyal medyada kendilerini nasıl yansıttıkları, karanlık ve aydınlık üçlü kişilik ölçekleri aracılığıyla incelenmiştir. Katılımcılara ölçek maddeleri anket aracılığıyla sunulmuş ve her madde, bireylerin sosyal medyada sunduğu eğilimlerinin göstergeleri olarak değerlendirilmiştir. Bu doğrultuda çalışmada Y ve Z Kuşaklarının Karanlık ve Aydınlik Üçlü kişilik özelliklerini sosyal medyada yansıtmaları biçimlerinin demografik özellikler ve sosyal medya kullanımları açısından farklılık gösterip göstermediği test edilmiştir.

1. KUŞAKLAR, SOSYAL MEDYA VE KİMLİK SUNUMU

Kültürel ve teknolojik değişimlerle birlikte toplumsal yapıların evrimi, kişilerin ortak deneyimlerden etkilenmeye başlamasına ve zamanla yaş grupları arasında farklılıkların belirginleşmesine neden olmuştur. Bu farklılıkları anlamak ve açıklamak için kuşak kavramı kullanılmaktadır. Kuşak kavramı, “uzunluğu yaklaşık bir yaşam evresinin süresi kadar olan ve sınırları akran kişiliği tarafından belirlenen” (Strauss ve Howe, 1991, s.60), benzer zaman diliminde doğmuş, benzer yaş ve zaman evrelerini paylaşan, belirli zaman diliminin etkisiyle şekillenen bir grup olarak tanımlanmaktadır (McCrindle ve Wolfinger, 2009, s.12). Kendine özgü deneyim ve karaktere sahip olan kuşakların içine doğdukları dünyayı belirlemek, farklılıkların ve ortak deneyimlerin anlaşılmasını sağlamak için doğum yılları temel alınarak

sınıflandırılmaktadır. Bu doğrultuda çalışmada McCrindle (2020)'ın sessiz kuşak, bebek patlaması kuşağı, X kuşağı, Y kuşağı, Z kuşağı ve alfa kuşağı olarak sınıflandırdığı altı kuşak referans alınmıştır.

Sessiz Kuşak, 19251945 yılları arasında doğan kişilerden oluşmaktadır (McCrindle, 2020). Sessiz kuşak, Büyük Buhran ve II. Dünya Savaşı döneminde yaşayan (Gündüz ve Pekçetaş, 2018), “gelenekçiler, olgunlar, gaziler, yaşlılar veya radyo bebekleri” (Berkup, 2014, s.219) olarak adlandırılan kuşaktır. Sessiz kuşak, belirsiz ortamda istikrar arayan, geleneksel değerlere bağlı, temkinli, çalışkan ve ekonomik alanda başarılı bir kuşaktır. Baby Boomer Kuşağı, 19461964 yılları arasında dünyaya gelen kişilerden oluşmaktadır (McCrindle, 2020). II. Dünya Savaşı ardından başlayan soğuk savaş döneminde yaşamışlardır (Bristow, 2015, s.7). Teknolojiyi yaşam tarzlarını şekillendirmek için araç olarak kullanmış ancak sosyal ilişkilerini sosyal ağlar yerine yüz yüze etkileşimlerle sürdürmüşlerdir (Huyler ve Ciocca, 2016). 19651979 yılları arasında dünyaya gelen kişilerden oluşan X kuşağı (McCrindle, 2020), aidiyet hissi gelişmiş, aile, iş ve kariyer hayatına değer veren, otoriteye saygılı ve döneminin toplumsal normlarına uyum sağlayan bir kuşaktır (Duman, 2019, s.200). Y Kuşağı bireyleri 19801994 arasında dünyaya gelen kişilerden oluşmaktadır (McCrindle, 2020). Diğer kuşaklardan ayırt edilebilmesi için İnternet Kuşağı, EcoBoomers, Nexters, Millennials olarak adlandırılmaktadır (Broadbridge vd., 2007, s.8). Z Kuşağı, 19952009 yılları arasında dünyaya gelen kişileri kapsayan kuşaktır (McCrindle, 2020). Teknolojinin içinde büyümüş, internet, sosyal medya, dijital platformlar ve akıllı telefonları hayatlarının vazgeçilmez bir parçası olarak gören kuşaktır (Dimock, 2019). Alfa Kuşağı ise 20102024 yılları arasında dünyaya gelen kişilerden oluşmaktadır (McCrindle, 2020). Gelecekteki Beta ve Gama kuşağının ebeveynleri olacak alfa kuşağı, yüksek adaptasyon yeteneği sayesinde fiziksel ve sanal alanları birleştiren bir kuşaktır.

Teknolojik ilerlemeler yaşam tarzlarını ve iletişim biçimlerini değiştirerek kuşakların oluşumunda önemli bir rol oynamıştır. Bu doğrultuda kuşaklar arasındaki farklılıklar teknolojiyi benimseme düzeyleriyle ilişkilendirilebilir. “Kuşaklar, ailelerinden ziyade birçok yönden içinde bulundukları zamana benzerler, onların davranışlarını biçimlendiren unsurlar yaşları, yaşadıkları dönem ve teknolojidir” (McCrindle ve Fell, 2019, s.712). İnternetin yaygınlaşması ve sosyal medya kullanımının artması özellikle genç kuşakların iletişim biçimlerini ve sosyal etkileşimlerini şekillendirmiştir. Bu çalışmada yer alan Y ve Z kuşağı, sosyal medya gelişim sürecini farklı şekillerde deneyimlemiştir. Y kuşağı, internet ve dijital yeniliklerin yaygınlaştığı dönemde yaşamış, Z kuşağı ise doğduklarından itibaren teknolojiyi hayatlarının bir parçası olarak benimsemiştir (Dimock, 2019). Y kuşağı önceki kuşaklarla kıyaslandığında dijital dünyaya “göç etmiş” (Varışlı, 2022, s.131), geleneksel iletişim araçları yerine sosyal ilişkilerini sürdürebilmek için internet ve sosyal medya gibi yeni medya kanallarını benimsemiştir (Kuyucu, 2017, s.845). Öte yandan Z kuşağı, teknolojinin içine doğmuş, anlık iletişim kurmak için sosyal medya gibi çevrimiçi araçlarını hem bilgi edinmek hem de sosyalleşmek amacıyla tercih ederek emojiler, kısa videolar ve görseller aracılığıyla kendilerini ifade etme eğilimi göstermişlerdir (Dede, 2019, s.101; Sarioğlu ve Özgen, 2018, s.1067; Tafonao vd., 2020, s.89).

Birey, doğduğu anda kendisine verilen isimle çevresine kendisi hakkında ipuçları vermeye başlar. Zamanla kendi deneyimleri ve başkalarının algılama biçimleri doğrultusunda kendi kimliğini inşa eder. Kimlik oluşumu sürecinde aile, toplumsal yapı, yaş, sınıf, ırk ve etnik köken gibi faktörler önemli rol oynamaktadır (Kır, 2019). İnternet ve sosyal medya bireylerin kendilerini yeniden inşa etmelerine olanak tanıyan sosyal deneyim alanı sunmaktadır. Bu alanda kullanıcılar, çevrimdışı hayatlarıyla örtüşen yaş, cinsiyet, dil, din, ırk gibi özelliklerini sunduğu gibi, anonim biçimde kimlik denemeleri yapabilmektedir. Bu doğrultuda sosyal medya, kullanıcıların diğer insanlarla etkileşimlerinden ve ağlardan etkilenecek kimliklerini yapılandırmalarına ve yönlendirmelerine olanak tanıyan önemli bir faktör olarak öne çıkmaktadır (Kaya, 2021). Sosyal medya platformları, bireylerin benliklerini sergiledikleri bir performans alanı hâline gelmiştir. Kullanıcılar; profil fotoğrafları, paylaşımları, yorumları ve etkileşimleri yoluyla kendilerinin idealize edilmiş bir temsilini oluşturmakta ve bu sunumun başkaları tarafından kabul görmesini hedeflemektedir (Erden, 2025). Goffman (1959, s.13), benlik sunumunu açıklamak için dramaturjik yaklaşım adını verdiği bir teknik kullanır. Bu yaklaşım, yaşamı bir sahne olarak ele alır ve bireyin kendisinin "otantik" yerine "idealize edilmiş" bir versiyonunu nasıl sunduğunu açıklar. Bireylerin hayatı bir sahne gibi gördüğü, farklı izleyiciler önünde rollerini planladığı ve oynadığı, bu süreçte izlenim yönetimi yaptığı ve performansın sürdürülmesi için hem ön sahnede hem de arka sahnede iş birliği yaptığını vurgulamaktadır. Goffman'ın

yaklaşımı, çevrimiçi ortamda bireylerin kendilerini nasıl temsil ettiklerini açıklamada önemli ve sıklıkla başvurulan bir teorik çerçeve oluştursa da ağırlıklı olarak yüz yüze ve eş zamanlı etkileşimlere odaklanması nedeniyle dijital medya ortamlarını açıklamada sınırlı kalmaktadır. Hogan (2010, s.381), bu yaklaşıma bir alternatif olarak sergileme yaklaşımı önermektedir. Bu yaklaşım, zaman ve mekânla sınırlı, eş zamanlı etkileşimlere dayanan performanslar ile kalıcı ve eş zamansız sergiler arasındaki ayrıma vurgu yapmaktadır. Benlik sunumunun, anlık performanslardan ziyade kalıcı dijital izler ve sergiler üzerinden gerçekleştiğini belirtmektedir. Sergileme alanı, insanların yeniden üretilebilir eserlerini sundukları, genellikle çevrimiçi olan bir mekândır. Bu eserleri veri tabanlarında depolayan, kûratörler (algoritmalar) aracılığıyla izleyicilere seçilerek sunulmaktadır. İzleyiciler ise bu içeriğe erişen, tepki veren ya da yalnızca izleyen kişilerden oluşmaktadır.

Marwick (2013)'e göre sosyal medyada öz sunum, sadece kimlik ifade etme süreci değil, aynı zamanda görünürlük sağlama, beğeni ve takipçi kazanma gibi ölçütlere dayalı sürdürülen stratejik bir yaklaşımdır. Özellikle Mikro Ünlülük kavramı çerçevesinde bireylerin, kendilerini potansiyel izleyici kitlesine hitap eden bir marka gibi konumlandığını ve bu doğrultuda benlik sunumlarını şekillendirdiklerini vurgulamaktadır.

Boyd (2014, s.49)'un ifade ettiği gibi çevrimiçi ortamda kimlik oluşturma hem bireysel hem de bir topluluğun parçası olarak gerçekleşen süreçtir. Kullanıcılar kimliklerini, kendilerinin paylaştığı bilgiler, arkadaşlarının katkıda bulunduğu içerikler ve başkalarının tepkileri ile etkileşimleri sonucunda oluşturmaktadır. Birey, küresel iletişim ortamında kendisini nasıl görmek veya göstermek istediğini sosyal medya profilleri ve çevrimiçi etkileşimleri aracılığıyla belirlemektedir. Profilde yer alan fotoğraf, paylaşım ve arkadaşları kimliğinin ve yaşam tarzının yansımalarının göstergesidir.

2. KARANLIK VE AYDINLIK ÜÇLÜ KİŞİLİK ÖZELLİKLERİ

Kişilik, bireyin kendine özgü özelliklerinin çevresel faktörler ve sosyal etkileşimlerin birleşimiyle şekillendiği çok yönlü ve dinamik bir yapıdır. Kişilerin olumsuz özelliklerinin bir arada değerlendirildiği kavramsal çerçeveyi tanımlayan karanlık üçlü (kirli düzine), subklinik düzeyde narsisizm, psikopati ve makyavelizm özelliklerini ölçmek için oluşturulmuş kişilik ölçme aracıdır (Webster ve Jonason, 2013). Paulhus ve Williams (2002) tarafından ilk kez tanımlanan, kişilerin patolojik olmayan ancak saldırganlık özelliklerini vurgulayan Makyavelizm, Narsisizm ve Psikopati 'Karanlık Üçlü' olarak adlandırılmıştır. Kişinin tehdit edici ve kötü özellikleri olarak nitelendirilen karanlık yönü, toplum tarafından hoş karşılanmayan tutum ve davranışları içermektedir. "Toplumsal olarak itici gücü oluşturan karanlık üçlü kişilik özellikleri çeşitli türde kişilerarası zorluklarla ve potansiyel olarak yıkıcı davranışlarla (örneğin, saldırganlık, manipülasyon, sömürü) ilişkilendirilmektedir" (ZeiglerHill ve Marcus, 2016, s.3). Manipülatif davranış, saldırganlık ve sömürü karanlık üçlü kişiliğin ortak özelliği olarak kabul edilmektedir ancak birbirinin yerine kullanılmamaktadır (Rauthmann ve Will, 2011, s.401).

Makyavelizm, manipülasyon, sömürü, acımasızlık ve ahlak dışı davranış eğilimi; narsisizm, bencillik, kibir ve empati eksikliği; psikopati ise antisosyal davranış, pişmanlık, duygusuzluk, dürtüsel davranışlar olarak tanımlanmaktadır (Morrison, 2022). Narsisizm ve psikopati genetik faktörlerle şekillenirken, Makyavelizm'in çevresel faktörlerden etkilendiği belirlenmiştir (Temelli vd., 2021, s.197). Bu bağlamda bazı kişiler doğuştan karanlık üçlü kişilik özelliklerine sahipken, bazıları çevresel faktörler ve kişisel deneyimlerin etkisiyle karanlık üçlüyü oluşturabilmektedir (Petrides vd., 2011). Klinik alanda kişilik bozukluğu olarak sınıflandırılan narsisizm ve psikopatinin bozukluk tanısı alabilmesi için DSMV'de belirtilen kriterleri karşılaması gerekir ancak karanlık üçlü'de narsisizm ve psikopati subklinik düzeyde kişilik özelliği olarak ele alınmaktadır.

Literatürde kadınlardan ziyade erkeklerde daha yaygın görülen karanlık üçlü kişilik özellikleri (Muris vd., 2017, s.183), daha az feminenlik ve daha fazla maskülenlikle (Jonason ve Davis, 2018) ilişkilendirilmiştir. Dahası karanlık üçlü özellikleri Facebook gibi çevrimiçi platformlarda görülmektedir (Garcia ve Sıkström, 2014). Makyavelist ve Narsistik özelliklere sahip kişiler için çevrimiçi ortamlar, kimliklerini gizleyip manipüle edebildikleri için elverişlidir. Bu kişiler kendilerini bilinçli olarak sergileyip başkalarını etkilemek, kişisel kazanç sağlamak amacıyla sosyal medya gibi platformları kullanarak motive edici olumlu

duygular oluşturmaktadır (McCain vd., 2016; Sanecka, 2017). Karanlık Üçlü Kişilik özelliklerinden narsisizm ve psikopati şöhret ile ilişkilendirilmektedir (Fox ve Rooney, 2015).

Sosyal olguları anlamada karanlık özelliklerin önemine değinilmekle birlikte insan davranışlarının olumlu yönlerinin incelenmesi gerektiği belirtilmektedir (Lukić ve Živanović, 2021). Bu doğrultuda Kaufman ve arkadaşları (2019) Makyavelizm, narsisizm ve psikopatiyi dengeli ve olumlu bir şekilde açıklamak amacıyla aydınlık üçlü ölçeği geliştirmişlerdir. Karanlık ve Aydınlık üçlü birbirinin zıttı değil, iki ayrı kişilik özelliği grubunu temsil ettiği için kişilerin her iki özelliği aynı anda taşıyabilecekleri vurgulanmaktadır. “Aydınlık üçlü özellikleri, insanları bencil, değişken ve düşmanca davranışlara yönelten düşünce ve isteklere büyük ölçüde direnebilme kapasitesini yansıtmaktadır” (Constantin ve Florin, 2023, s.21). Aydınlık üçlü kişilik özellikleri empati, olumlu ilişkiler ve toplumsal fayda ile karakterize edilen insanlığa inanç, hümanizm ve Kantçılık kavramları ile ifade edilmektedir (Tekeş ve Bıçaksız, 2021). Hümanizm, insanların onuru ve değerini temel alarak her bireyin kendi başına bir amaç taşıdığını ve bir araç olarak kullanılmaması gerektiğine dayanan; Kantçılık, insanları bir araç olarak değil, kendi başlarına bir amaç olduğunu savunan; insanlığa inanç ise insanların iyiliğine odaklanan bir anlayıştır (Kaufman vd., 2019, s.9). Literatürde bireylerin aydınlık üçlü kişilik özelliklerinin çevrimiçi ortamda sosyal ilişkileri sürdürme ve iletişim tercihleri üzerindeki etkisine yönelik çalışmalar ele alınmıştır (MejíaSuazo vd., 2021; Tucaković vd., 2022). Bu doğrultuda aydınlık üçlü kişilik özelliklerinin sosyal medyayla ilişkisine yönelik sınırlı çalışma yapıldığı belirlenmiştir.

3. ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ

3.1. Konu, Amaç ve Önem

Geleneksel medya anlayışına ek olarak bilgisayar ve internet teknolojilerinin gelişmesiyle ortaya çıkan sosyal medya, bireylerin anlık duygu ve düşüncelerini özgürce ifade edebildiği etkileşimli bir iletişim ortamı haline gelmiştir. Bu platformlarda insanlar, görsel ve işitsel olarak sürekli etkileşimde bulunarak sosyalleşmekte ve kendilerini özgürce ifade etmektedir. Sosyal medyanın duygu ve düşünceleri kolayca paylaşılmasını sağlaması yaygın kullanımının önünü açmaktadır. Sosyal medyanın yoğun olarak kullanılan bir iletişim aracı haline gelmesi ve bireylere ifade özgürlüğü sunması özellikle dijital dünyaya doğan veya bu ortama hızla uyum sağlamış genç kuşaklar için yaşam ve iletişim ortamına dönüşmüştür. Teknoloji kuşaklar tarafından farklı hızda ve farklı düzeyde kullanılarak çevrimiçi davranışlarını önemli ölçüde etkilemektedir. Bireylere duygu, düşünceleri ifade ederek sürekli etkileşim ve sosyalleşme imkânı sunan bu sanal ortam, çevre koşullarından veya genetik faktörlerden kaynaklanan baskın kişilik özelliklerinin (aydınlık veya karanlık) sergilendiği yeni bir sahne işlevi görmektedir. Bu doğrultuda kişilik özelliklerinin sosyal medya davranışları üzerindeki etkisi göz önünde bulundurularak Y ve Z kuşaklarının karanlık ve aydınlık üçlü kişilik özelliklerini sosyal medyada sunma biçimlerindeki farklılıkların ortaya konulması amaçlanmaktadır. Çalışma sosyal medyada kişilik özellikleri bağlamında kuşaklar arasındaki farklılıkların ortaya konması açısından literatüre önemli katkılar sağlayacaktır.

3.2. Evren ve Örneklem

Araştırmanın evrenini, Erzurum ilinde yaşayan Y kuşağı ve Z kuşağı üyesi olan katılımcılar oluşturmaktadır. TÜİK (2024) verileri doğrultusunda Erzurum ilinde ikamet eden Y kuşağı birey sayısı 153.075 ve Z kuşağı birey sayısı 194.882 olarak tespit edilmiştir. Evreni oluşturan alt grupların temsil edilmesi amacıyla nicel araştırma yöntemlerinden tabakalı rastlantısal örneklem yöntemi kullanılmıştır. Tabakalı örnekleme, evreni belirli özelliklere göre gruplara ayırarak her gruptan ayrı ayrı örneklem seçme yöntemidir (Tekindal, 2021, s.163164). Burada en önemli nokta, her birey veya öge yalnızca bir tabakada yer almalıdır (Aziz, 2017, s.52). Çalışmada tabakaları Y ve Z Kuşakları oluşturmaktadır.

Örneklem Büyüklüğünün Belirlenmesi

Örneklem büyüklüğü, evreni bilinen basit rastlantısal örnekleme için önerilen aşağıdaki formül kullanılarak hesaplanmıştır:

$$n = \frac{Nt^2pq}{d^2(N1)+t^2pq}$$

N: Evrendeki birey sayısı

n: Örneklem alınacak birey sayısı

p: İncelenen olayın görülüş sıklığı

q: İncelenen olayın görülme sıklığı

t: Belirli serbestlik derecesinde ve saptanan yanılma düzeyinde t tablosundan bulunan teorik değer

d: Olayın görülüş sıklığına göre yapılmak istenen $\square$ sapma

$$n = \frac{(347.957)(1.96)^2(0.50)(0.50)}{(0.05)^2(347.9571) + (1.96)^2(0.50)(0.50)}$$

n= 383 minimum toplam olgu miktarı

Araştırmanın istatistiksel gücü $1-\beta$ (β = II. tip hata olasılığı). Erzurum ilinde yaşayan toplam 347.957 Y ve Z kuşağı bireyinden %95 güven düzeyinde yeterli istatistiksel güce ulaşabilmek amacıyla örneklem büyüklüğü artırılmış ve toplam 570 katılımcıya anket uygulanmıştır (bakınız Tablo 1).

Tablo 1. Örneklem Tabakalara Göre Orantılı Dağılımı

	Evren Sayısı (N)	Tabaka Ağırlığı (%)	Örneklem Girecek Olgu Sayısı (n)	Örneklem Dahil Edilen Olgu Sayısı
Z kuşağı (19952009)	194882	56,007	280	320
Y kuşağı (19801994)	153075	43,993	220	250
Toplam	347957	100	500	570

Örneklem Tabakalara Göre Dağılımı

Y ve Z kuşakları ayrı tabakalar olarak ele alınmış ve her tabakadan evrendeki oranlarına uygun biçimde katılımcı seçilmiştir. Bu doğrultuda örneklem tabakalara göre orantılı dağılımı Tablo 1’de sunulmaktadır.

Z kuşağından 320, Y kuşağından ise 250 katılımcı olmak üzere araştırmaya toplam 570 kişi dahil edilmiştir. Katılımcılar, Erzurum ilinde ikamet eden ve aktif sosyal medya kullanıcısı olan bireyler arasından amaçlı örneklem yoluyla seçilmiştir.

3.3. Hipotezler

Araştırmada test edilmek üzere aşağıdaki hipotezler oluşturulmuştur:

H1: Sosyal medyada sunulan Karanlık Üçlü ve Aydınlik Üçlü kişilik özellikleri ile kuşak değişkeni arasında anlamlı bir fark vardır. H01: Sosyal medyada sunulan Karanlık Üçlü ve Aydınlik Üçlü kişilik özellikleri ile kuşak değişkeni arasında anlamlı bir fark yoktur.

H2: Y kuşağı katılımcılarının sosyal medyada Karanlık Üçlü ve Aydınlik Üçlü kişilik özelliklerini sunma eğilimleri ile demografik değişkenler ve sosyal medya kullanım değişkenleri arasında anlamlı bir fark vardır.

H02: Y kuşağı katılımcılarının sosyal medyada Karanlık Üçlü ve Aydınlik Üçlü kişilik özelliklerini sunma eğilimleri ile söz konusu değişkenler arasında anlamlı bir fark yoktur.

H3: Z kuşağı katılımcılarının sosyal medyada Karanlık Üçlü ve Aydınlik Üçlü kişilik özelliklerini sunma eğilimleri ile demografik değişkenler ve sosyal medya kullanım değişkenleri arasında anlamlı bir fark vardır.

H03: Z kuşağı katılımcılarının sosyal medyada Karanlık Üçlü ve Aydınlik Üçlü kişilik özelliklerini sunma eğilimleri ile söz konusu değişkenler arasında anlamlı bir fark yoktur.

3.4. Veri Toplama Araçları

Kişisel Bilgi Formu: Katılımcılara yönelik oluşturulan araştırma formunda yaşanan ilçe, doğum yılı, cinsiyet, medeni durum, eğitim durumu, meslek durumu, gelir durumu gibi demografik sorularla birlikte sosyal medya kullanımlarına ilişkin sorulara yer verilmiştir.

Kısaltılmış Karanlık Üçlü Kişilik Ölçeği (KKÜÖ): Jonason ve Webster (2010) tarafından geliştirilen, Özsoy, Rauthmann, Jonason ve Ardic (2017) tarafından Türkçeye uyarlanarak, geçerlilik ve güvenilirlik çalışması yapılan toplamda 12 madde ve 3 alt boyuttan (makyavelizm, psikopati ve narsisizm) oluşan 5’li likert tipi kısaltılmış ölçek kullanılmıştır. Katılımcılardan ölçek maddelerinden her birine “1Kesinlikle Katılmıyorum, 2Katılmıyorum, 3Kararsızım, 4Katılıyorum, 5Kesinlikle Katılıyorum” şeklinde yanıt vermeleri istenmiştir.

Aydınlik Üçlü Kişilik Ölçeği: Kaufman, Yaden, Hyde ve Tsukayama (2019) tarafından geliştirilen Burcu Tekeş ve Pınar Bıçaksız (2021) tarafından Türkçeye uyarlanarak, geçerlik ve güvenilirlik çalışması yapılan toplamda 12 madde ve 3 alt boyuttan (insancılık/hümanizm, insanlığa inanç, kantçılık) oluşan 5’li likert tipi ölçek kullanılmıştır. Katılımcılardan ölçek maddelerinden her birine “1Kesinlikle Katılmıyorum, 2Katılmıyorum, 3Kararsızım, 4Katılıyorum, 5Kesinlikle Katılıyorum” şeklinde yanıt vermeleri istenmiştir. Bu doğrultuda 20 kişilik pilot çalışma ile güvenilirlik test edilmiştir. Yapılan test sonucunda karanlık üçlü kişilik ölçeğinin Cronbach's Alpha katsayısı 0.781, aydınlık üçlü kişilik ölçeğinin Cronbach's Alpha katsayısı 0.721 olarak hesaplanmıştır. Ardından anket formu 593 kişiye ulaştırılmış hatalı veya eksik cevaplandırılmış 23 anket formu araştırmaya dahil edilmemiştir. Bu doğrultuda 570 anket analiz edilmiştir. Alan araştırması ŞubatHaziran 2024 tarihleri arasında yüz yüze ve çevrimiçi olarak uygulanmıştır.

3.5. Araştırma Etiği

Araştırmada Özsoy, Rauthmann, Jonason ve Ardic (2017) tarafında Türkçeye uyarlanan karanlık üçlü kişilik ölçeği ile Burcu Tekeş ve Pınar Bıçaksız (2021) tarafından Türkçeye uyarlanan aydınlık üçlü kişilik ölçeklerinin kullanımı için araştırmacılardan gerekli izinler alınmıştır. Atatürk Üniversitesi Sosyal ve Beşerî Bilimler Etik Kurulu’nun 06.11.2023 tarih ve 20/259 sayılı Etik Kurul onay belgesi ile araştırma gerçekleştirilmiştir.

3.6. Verilerin Analizi

Araştırmada elde edilen veriler formüllerle sayısallaştırılarak SPSS formatına dönüştürülmüştür. Verilerin analizinde SPSS 24 istatistik programı kullanılmıştır. Verilerin yüzdelik dağılımlarını belirlemek için frekans analizi kullanılırken, değişkenlere bağlı olarak anlamlılık düzeylerini belirlemek amacıyla ikili karşılaştırmalarda tTesti, ikiden fazla grup karşılaştırmalarında ise Anova testi kullanılmıştır. Elde edilen verilerin normallik dağılımına uygun olup olmadıklarını test etmek için çarpıklık (Skewness) ve basıklık (Kurtosis) değerleri incelenmiştir. Karanlık üçlü ölçeğinin çarpıklık değeri 0.516 ve basıklık değeri 0.058 olarak bulunmuştur. Aydınlik üçlü kişilik ölçeğinin çarpıklık değeri 0.416 ve basıklık değeri 0,685 olarak bulunmuştur. Elde edilen değerlerin 1,5 ile +1,5 aralığında olması verilerin normal dağıldığını göstermektedir (Büyüköztürk, 2007, s.40). Bu doğrultuda parametrik testler kullanılmıştır.

4. BULGULAR

4.1. Katılımcıların Demografik Özelliklerinin Dağılımı

Araştırmaya katılan bireylerin ilçelere göre dağılımı Tablo 2’de yer almaktadır.

Tablo 2. Katılımcıların Yaşadıkları İlçelere Göre Dağılımları

İlçeler	Sayı (N)	Yüzde (%)	İlçeler	Sayı (N)	Yüzde (%)
Yakutiye	271	47,5	Köprüköy	4	0,7
Palandöken	181	31,8	Oltu	4	0,7
Aziziye	81	14,2	İspir	3	0,5
Uzundere	14	2,5	Aşkale	2	0,4
Pasinler	10	1,8	Toplam	570	100

Katılımcıların doğum yılları ele alındığında 19801994 yılları arasındaki 250 kişi Y kuşağını oluştururken; 19952009 yılları arasındaki 320 kişi Z kuşağını oluşturmaktadır. Araştırmaya katılan 570 kişiden 348’ini (%61,1) kadınlar oluştururken; 222’sini (%38,9) erkekler oluşturmaktadır. 570 katılımcıdan 363’ü (%36,7) bekar ve 207’si (%36,3) evlidir.

Katılımcıların eğitim durumlarına göre dağılımına bakıldığında, araştırmaya katılan 570 katılımcının 349’u (%61,2) mezun, 221’inin (%38,8) öğrenciliği devam etmektedir. Katılımcılardan 32 kişi (%5,6) ilk ve ortaokul, 220 kişi (%38,6) lise, 86 kişi (%15,1) ön lisans, 198 kişi (%34,7) lisans, 29 kişi (%5,1) yüksek lisans, 5 kişi (%0,9) doktora düzeyinde eğitim aldığını ifade etmiştir. Katılımcıların meslek durumlarına bakıldığında 192 kişi (%33,7) öğrencidir. 122 kişi (%21,4) “serbest meslek”, 71 kişi (%12,6) “ev hanımı”, 23 kişi (%4,0) “öğretmen”, 22 kişi (3,9) “memur”, 21 kişi (%3,7) “mühendis”, 16 kişi (2,8) “sağlık personeli”, 10 kişi (%1,8) “işçi”, 7 kişi (%1,2) “güvenlik görevlisi” olduğunu belirtmiştir. 78 kişi ise (%13,7) çalışmadığını ifade etmiştir. Katılımcıların gelir durumlarına göre dağılımına bakıldığında, 0500 TL gelir grubunda 191 kişi %33,5 oranla çoğunluğu oluştururken, 5000166500 TL gelir grubunda ise 8 kişi %1,9’dur.

Katılımcıların aktif olarak kullandıkları sosyal medya platformlarının en başında Instagram (%22,2), ardından Whatsapp (%21,9) ve Youtube (%17,9) gelmektedir. Betimsel istatistikler Tablo 3’te verilmiştir.

Tablo 3. Katılımcıların Aktif Olarak Kullandıkları Sosyal Medya Platformlarının Dağılımı

Sosyal Medya Platformları	Sayı (N)	Yüzde (%)	Sosyal Medya Platformları	Sayı (N)	Yüzde (%)
Instagram	500	22,2	Facebook	104	4,6
Whatsapp	494	21,9	Pinterest	95	4,2
Youtube	403	17,9	Telegram	94	4,2
X/Twitter	213	9,4	Messenger	54	2,4
Snapchat	134	5,9	LinkedIn	31	1,4
TikTok	124	5,5	Diğer	8	0,4

Katılımcıların sosyal medya kullanım süreleri incelendiğinde, en fazla 2–3 saat arası zaman harcadıkları görülmektedir (126 kişi). Bunu 1–2 saat (123 kişi) ve 3–4 saat (105 kişi) aralıkları izlemektedir. Diğer sürelerde kullanıcı sayısı daha düşüktür.

4.2. Katılımcıların Karanlık ve Aydınlik Üçlü Özelliklerinin Betimsel Analizleri

Karanlık üçlü ölçeği alt boyutları incelendiğinde, her iki kuşakta en yüksek ortalama “Başkalarının beni dikkate almasını istemeye eğilimliyim.” (Y kuşağı Ort: 3,22; Z kuşağı Ort: 3,41) ifadesinde iken, her iki kuşakta en düşük ortalamanın “Davranışlarımın ahlaki boyutunu umursamamaya eğilimliyim.” (Y kuşağı Ort: 1,63; Z kuşağı Ort: 1,72) ifadesinde olduğu görülmektedir.

Y ve Z kuşağının sosyal medyada sundukları karanlık üçlü kişilik özelliklerine ilişkin betimsel analiz Tablo 4’te verilmiştir.

Tablo 4. Karanlık Üçlü Kişilik Ölçeğinin Alt Boyutlarına İlişkin İfadelerin Ortalama ve Standart Sapmaları

İfadeler	Y Kuşağı		Z Kuşağı	
Makyavelizm	*Ort.	SS.	Ort.	SS.
1. İstedigimi elde etmek için başkalarını manipüle etmeye eğilimliyim.	1,84	1,131	2,20	1,210
2. İstedigimi elde etmek için hileye başvurmışlığım ya da yalan söylemişliğim vardır.	1,76	1,060	2,11	1,220
3. İstedigimi elde etmek için pohpohlamaya başvururum.	2,09	1,219	2,35	1,258
4. Kendi çıkarım için başkalarını kullanmaya eğilimliyim	1,68	1,109	1,79	1,042
Psikopati	Ort.	SS.	Ort.	SS.
5. Pişmanlık duymamaya eğilimliyim.	2,26	1,324	2,53	1,325
6. Davranışlarımın ahlaki boyutunu umursamamaya eğilimliyim.	1,63	1,046	1,72	1,070
7. Duyarsız ya da duygusuz olmaya eğilimliyim.	1,80	1,147	1,94	1,165
8. Alaycı davranmaya eğilimliyim.	1,72	1,060	2,15	1,272
Narsisizm	Ort	SS.	Ort.	SS.
9. Başkalarının bana hayranlık duymasını istemeye eğilimliyim.	2,47	1,308	2,69	1,304
10. Başkalarının beni dikkate almasını istemeye eğilimliyim.	3,22	1,347	3,41	1,288
11. Prestij ya da statü arayışında olmaya eğilimliyim.	2,88	1,358	3,33	1,302
12. Başkalarından özel iyilikler beklemeye eğilimliyim.	2,52	1,309	2,68	1,284

*1: Kesinlikle Katılmıyorum 5 Kesinlikle Katılıyorum

Y ve Z kuşağının sosyal medyada sundukları aydınlık üçlü kişilik özelliklerine ilişkin betimsel analizlere göre Y kuşağına dair ölçek alt boyutlarının ortalama ve standart sapmaları en yüksek ortalama sahip “İstedigimi elde etmek için insanları açıkça manipüle etmek beni rahatsız eder” (Ort: 3,86), en düşük ortalama ise “Başkalarına hayranlık duyma eğilimindeyim” (Ort: 2,32) ifadesidir.

Z kuşağının aydınlık üçlü ölçek alt boyutlarının ortalama ve standart sapmaları değerlendirildiğinde ölçek maddelerinden en yüksek ortalama sahip “Başkalarına değer vererek davranma eğilimindeyim.” (Ort: 3,95) ifadesi, en düşük ortalama ise “Başkalarına hayranlık duyma eğilimindeyim” (Ort: 2,54) ifadesidir (Bakınız Tablo 5).

Tablo 5. Aydınlik Üçlü Kişilik Ölçeğinin Alt Boyutlarına İlişkin İfadelerin Ortalama ve Standart Sapmaları

İfadeler	Y Kuşağı		Z Kuşağı	
İnsancılık (Hümanizm)	*Ort.	SS.	Ort.	SS.
1. Başkalarına hayranlık duyma eğilimindeyim.	2,32	1,275	2,54	1,256
2. Diğer insanların başarılarını takdir etme eğilimindeyim.	3,51	1,259	3,72	1,140
3. Başkalarına değer vererek davranma eğilimindeyim.	3,76	1,118	3,95	1,000
4. Toplumun her kesiminden insanı dinlemekten zevk alırım.	3,63	1,233	3,63	1,197
İnsanlığa İnanç	Ort.	SS.	Ort.	SS.
5. İnsanların içindeki iyiyi görme eğilimindeyim.	3,82	1,035	3,72	1,069
6. Diğer insanların bana adil davranacaklarına inanma eğilimindeyim.	3,12	1,176	3,04	1,154
7. İnsanların çoğunlukla iyi olduğuna inanırım.	3,12	1,262	2,66	1,160
8. Beni inciten insanları çabuk affederim.	2,94	1,291	2,69	1,390
Kantçılık	Ort	SS.	Ort	SS.
9. Dürüstlüğü cazibeye tercih ederim.	3,72	1,294	3,83	1,180
10. İstedığımı elde etmek için insanları açıkça manipüle etmek beni rahatsız eder.	3,86	1,171	3,66	1,175
11. İtibarımı zedeleyecek olsa da özgün olmayı isterim.	3,24	1,308	3,13	1,213
12. İnsanlarla konuşurken onlardan ne istediğimi nadiren düşünürüm.	3,10	1,183	3,04	1,129

*1: Kesinlikle Katılmıyorum 5 Kesinlikle Katılıyorum

Karanlık üçlü kişilik ölçeğinde Y ve Z kuşakları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmaktadır ($t=3,659$; $p<0,05$). Aydınlik üçlü kişilik ölçeğinde ise kuşaklar arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark saptanamamıştır ($t=0,847$; $p>0,05$) (Bakınız Tablo 6).

Tablo 6. Kuşakların Sosyal Medyada Sunduğu Karanlık ve Aydınlik Üçlü Kişilik Özelliklerinin Analizi

Ölçek	Kuşak	n	Ort.	SS	t	p
Karanlık Üçlü Kişilik	Y Kuşağı	250	2,17	0,788	3,659	0,000*
	Z Kuşağı	320	2,40	0,758		
Aydınlik Üçlü Kişilik	Y Kuşağı	250	3,34	0,698	0,847	0,397
	Z Kuşağı	320	3,30	0,547		

Tablo 7’de yer alan t testi sonuçlarına göre, Y kuşağında karanlık üçlü kişilik değişkeni cinsiyete göre anlamlı farklılık gösterirken ($p=0,002$; $p<0,05$), aydınlık üçlü kişilik değişkeninde anlamlı bir fark saptanamamıştır ($p=0,806$; $p>0,05$). Z kuşağında ise karanlık üçlü kişilik değişkeni cinsiyete göre anlamlı farklılık göstermezken ($p=0,429$; $p>0,05$), aydınlık üçlü kişilik değişkeninde cinsiyete göre anlamlı farklılık saptanamamıştır ($p=0,013$; $p<0,05$).

Tablo 7. Kuşakların Sosyal Medyada Sunduğu Karanlık ve Aydınlik Üçlü Kişilik Özelliklerinin Cinsiyete Göre Analizi

Kuşak	Ölçek	Cinsiyet	n	Ort.	SS	t	p
Y kuşağı	Karanlık Üçlü Kişilik	Kadın	132	2,02	0,670	3,191	0,002*
		Erkek	118	2,34	0,874		
	Aydınlık Üçlü Kişilik	Kadın	132	3,36	0,650	0,245	0,806
		Erkek	118	3,33	0,751		
Z kuşağı	Karanlık Üçlü Kişilik	Kadın	216	2,39	0,745	0,792	0,429
		Erkek	104	2,46	0,786		
	Aydınlık Üçlü Kişilik	Kadın	216	3,36	0,499	2,501	0,013*
		Erkek	104	3,18	0,624		

Tablo 8’de yer alan t testi sonuçlarına göre, Y kuşağında karanlık üçlü kişilik değişkeni medeni duruma göre anlamlı farklılık gösterirken ($p=0,000$; $p<0,05$), aydınlık üçlü kişilik değişkeninde anlamlı bir fark saptanmamıştır ($p=0,399$; $p>0,05$). Z kuşağında ise karanlık üçlü kişilik değişkeni medeni duruma göre anlamlı farklılık gösterirken ($p=0,000$; $p<0,05$), aydınlık üçlü kişilik değişkeninde cinsiyete göre anlamlı farklılık saptanmamıştır ($p=0,542$; $p>0,05$).

Tablo 9’da yer alan Anova testi sonucuna göre, Y kuşağında karanlık üçlü kişilik değişkeni eğitim durumuna göre anlamlı farklılık göstermezken ($p=0,235$; $p>0,05$), aydınlık üçlü kişilik değişkeninde anlamlı bir fark saptanmıştır ($p=0,001$; $p<0,05$).

Z kuşağında ise karanlık üçlü kişilik değişkeni eğitim durumuna göre anlamlı farklılık gösterirken ($p=0,029$; $p<0,05$), aydınlık üçlü kişilik değişkeninde cinsiyete göre anlamlı farklılık saptanmamıştır ($p=0,280$; $p>0,05$). Konuya ilişkin detaylı bilgi için Tablo 8 ve Tablo 9’a bakınız.

Tablo 8. Kuşakların Sosyal Medyada Sunduğu Karanlık ve Aydınlik Üçlü Kişilik Özelliklerinin Medeni Duruma Göre Analizi

Kuşak	Ölçek	Medeni Durum	n	Ort.	SS	t	p
Y kuşağı	Karanlık Üçlü Kişilik	Bekar	84	2,45	0,875	3,855	0,000*
		Evli	166	2,03	0,701		
	Aydınlık Üçlü Kişilik	Bekar	84	3,40	0,756	0,844	0,399
		Evli	166	3,32	0,669		
Z kuşağı	Karanlık Üçlü Kişilik	Bekar	279	2,47	0,752	3,670	0,000*
		Evli	41	2,01	0,686		
	Aydınlık Üçlü Kişilik	Bekar	279	3,29	0,552	0,610	0,542
		Evli	41	3,35	0,521		

Tablo 9. Kuşakların Sosyal Medyada Sunduğu Karanlık ve Aydınlik Üçlü Kişilik Özelliklerinin Eğitim Duruma Göre Analizi

Kuşak	Ölçek	Varyans Kaynağı	Kareler Top.	Sd	Kareler Ort.	F	p
Y Kuşağı	Karanlık Üçlü Kişilik	Gruplar arası	4,238	5	0,848	1,374	0,235
		Gruplar içi	150,509	244	0,617		
		Toplam	154,747	249			
	Aydınlik Üçlü Kişilik	Gruplar arası	9,917	5	1,983	4,336	0,001*
		Gruplar içi	111,617	244	0,457		
		Toplam	121,534	249			
Z Kuşağı	Karanlık Üçlü Kişilik	Gruplar arası	7,109	5	1,422	2,531	0,029*
		Gruplar içi	176,383	314	0,562		
		Toplam	183,492	319			
	Aydınlik Üçlü Kişilik	Gruplar arası	1,886	5	0,377	1,262	0,280
		Gruplar içi	93,824	314	0,299		
		Toplam	95,710	319			

Anova testi sonucunda Y kuşağının karanlık üçlü kişilik değişkeninde gelir durumuna göre anlamlı farklılık vardır ($p=0,018$; $p<0,05$), aydınlık üçlü kişilik değişkeninde anlamlı fark yoktur ($p=0,865$; $p>0,05$). Z kuşağında karanlık ve aydınlık üçlü kişilik değişkenlerinde gelir durumuna göre anlamlı fark yoktur ($p>0,05$).

Tablo 10. Kuşakların Sosyal Medyada Sunduğu Karanlık ve Aydınlik Üçlü Kişilik Özelliklerinin Gelir Durumuna Göre Değerlendirilmesi

Kuşak	Ölçek	Varyans Kaynağı	Kareler Top.	Sd	Kareler Ort.	F	p
Y Kuşağı	Karanlık Üçlü Kişilik	Gruplar arası	8,354	5	1,671	2,785	0,018*
		Gruplar içi	146,394	244	0,600		
		Toplam	154,747	249			
	Aydınlik Üçlü Kişilik	Gruplar arası	0,927	5	0,185	0,375	0,865
		Gruplar içi	120,607	244	0,494		
		Toplam	121,534	249			
Z Kuşağı	Karanlık Üçlü Kişilik	Gruplar arası	5,385	5	1,077	1,899	0,094
		Gruplar içi	178,106	314	0,567		
		Toplam	183,492	319			
	Aydınlik Üçlü Kişilik	Gruplar arası	2,213	5	0,443	1,487	0,194
		Gruplar içi	93,496	314	0,298		
		Toplam	95,710	319			

Tablo 11. Kuşakların Sosyal Medyada Sunduğu Karanlık ve Aydınlik Üçlü Kişilik Özelliklerinin Aktif Olarak Kullandıkları Sosyal Medya Platformları Analizi

Kuşak	Ölçek	Varyans Kaynağı	Kareler Top.	Sd	Kareler Ort.	F	p
Y Kuşağı	Karanlık Üçlü Kişilik	Gruplar arası	24,172	9	2,686	4,937	0,000*
		Gruplar içi	130,575	240	0,544		
		Toplam	154,747	249			
	Aydınlık Üçlü Kişilik	Gruplar arası	11,103	9	1,234	2,681	0,006*
		Gruplar içi	110,431	240	0,460		
		Toplam	121,534	249			
Z Kuşağı	Karanlık Üçlü Kişilik	Gruplar arası	3,980	9	0,442	0,764	0,650
		Gruplar içi	179,512	310	0,579		
		Toplam	183,492	319			
	Aydınlık Üçlü Kişilik	Gruplar arası	4,882	9	0,542	1,851	0,059
		Gruplar içi	90,828	310	0,293		
		Toplam	95,710	319			

Anova testi sonucuna göre, Y kuşağında karanlık üçlü kişilik ve aydınlık üçlü kişilik değişkenlerinde aktif kullanılan sosyal medya platformlarına göre anlamlı bir fark saptanmıştır. Y kuşağı karanlık üçlü değişkeninin p değeri 0.000 ($p < 0.05$) olarak, aydınlık üçlü değeri ise 0.006 ($p < 0.05$) olarak bulunmuştur.

Z kuşağında ise karanlık ve aydınlık üçlü kişilik değişkenlerinin her ikisinde de aktif kullanılan sosyal medya platformlarına göre anlamlı bir farklılık saptanmamıştır ($p > 0,05$) (Bakınız Tablo 11).

Anova testi sonucuna göre, Y kuşağında karanlık üçlü kişilik değişkeni sosyal medyada ortalama geçirilen süreye göre anlamlı farklılık gösterirken ($p = 0,000$; $p < 0,05$), aydınlık üçlü kişilik değişkeninde anlamlı bir fark saptanmamıştır ($p = 0,591$; $p > 0,05$).

Z kuşağında ise karanlık üçlü kişilik değişkeni medeni duruma göre anlamlı farklılık gösterirken ($p = 0,028$; $p < 0,05$), aydınlık üçlü kişilik değişkeninde cinsiyete göre anlamlı farklılık saptanmamıştır ($p = 0,338$; $p > 0,05$) (Bakınız Tablo 12).

Tablo 12. Kuşakların Sosyal Medyada Sunduğu Karanlık ve Aydınlik Üçlü Kişilik Özelliklerinin Sosyal Medyada Ortalama Geçirdikleri Süreye Göre Analizi

Kuşak	Ölçek	Varyans Kaynağı	Kareler Top.	Sd	Kareler Ort.	F	p
Y Kuşağı	Karanlık Üçlü Kişilik	Gruplar arası	14,532	5	2,906	5,058	0,000*
		Gruplar içi	140,215	244	0,575		
		Toplam	154,747	249			
	Aydınlık Üçlü Kişilik	Gruplar arası	1,826	5	0,365	0,745	0,591
		Gruplar içi	119,708	244	0,491		
		Toplam	121,534	249			
Z Kuşağı	Karanlık Üçlü Kişilik	Gruplar arası	6,055	5	1,211	2,143	0,028*
		Gruplar içi	177,437	314	0,565		
		Toplam	183,492	319			
	Aydınlık Üçlü Kişilik	Gruplar arası	1,788	5	0,358	1,195	0,338
		Gruplar içi	93,922	314	0,299		
		Toplam	95,710	319			

5. SONUÇ

Elde edilen bulgular incelendiğinde Y ve Z kuşaklarının sosyal medyada karanlık üçlü kişilik özelliklerini yansıtmaya eğilimleri farklılık göstermektedir. Z kuşağının başkaları tarafından dikkate alınmak ve statü arayışı gibi özelliklerinin Y kuşağına kıyasla daha yüksek olduğu görülmektedir. Bu doğrultuda Z kuşağı, Y kuşağına göre sosyal medyada kendini ön plana çıkarma ve ben merkezli davranışları sergileme eğiliminde olduğu söylenebilir. Diğer taraftan Y ve Z kuşağının ahlaki olmayan davranışları sergileme eğilimlerinin düşük olduğu belirlenmiştir.

Çalışmada Y ve Z kuşaklarının sosyal medyada aydınlık üçlü kişilik özelliklerini yansıtmaya eğilimleri farklılık göstermektedir Y kuşağı başkalarını açıkça manipüle etmekten rahatsızlık duymakta ve başkalarına hayranlık duymazken, Z kuşağı, başkalarına değer verme ve takdir etme özelliklerinin Y kuşağından daha yüksek sergileme eğilimi göstermektedir. Bu doğrultuda Y kuşağı sosyal medyada aydınlık üçlü kişilik özelliklerinin alt boyutu alan kantçılık kişilik özelliğini yansıtırken, Z kuşağı insancılık (Hümanizm) özelliğini yansıtmaya eğilimindedir.

Çalışmada elde edilen bulgular doğrultusunda sosyal medyada yansıtılan karanlık ve aydınlık üçlü kişilik özelliklerinin kuşaklar arasında anlamlı biçimde farklılaştığı belirlenmiş ve test edilen H1 hipotezi kabul edilmiştir. Buna karşılık, H01 hipotezi reddedilmiştir.

Y kuşağına yönelik H2 hipotezi kabul edilmiştir. Bulgular, Y kuşağının sosyal medyada yansıyan karanlık üçlü kişilik özelliklerinin cinsiyet, medeni durum, gelir durumu, kullanılan sosyal medya platformu ve ortalama kullanım süresi değişkenleri açısından anlamlı farklılıklar gösterdiğini ortaya koymuştur. Buna karşın, bu özelliklerin eğitim durumu değişkenine göre farklılaşmadığı, dolayısıyla bu değişken bağlamında H02 hipotezinin kabul edildiği belirlenmiştir. Buna ek olarak, Y kuşağının aydınlık üçlü kişilik özelliklerinin eğitim durumu ve sosyal medya platformu değişkenleri doğrultusunda farklılık gösterdiği belirlenmiştir.

Z kuşağına yönelik olarak H3 hipotezi kabul edilmiştir. Sonuçlar, Z kuşağının sosyal medyada yansıttığı karanlık üçlü kişilik özelliklerinin medeni durum, eğitim durumu ve ortalama kullanım süresi değişkenlerine göre farklılaştığını ortaya koymaktadır. Ayrıca, Z kuşağında aydınlık üçlü kişilik özelliklerinin cinsiyet değişkeni açısından anlamlı bir farklılık gösterdiği saptanmıştır.

Kuşaklar bağlamında değerlendirildiğinde, Z kuşağının karanlık üçlü kişilik özelliklerini sosyal medyada yansıtmaya eğilimi Y kuşağından daha yüksektir. Cinsiyete göre ise Y kuşağındaki erkeklerin, kadınlara kıyasla sosyal medyada karanlık üçlü kişilik özelliklerini yansıtmaya eğilimi daha yüksektir. Z kuşağındaki kadınların erkeklere kıyasla sosyal medyada aydınlık üçlü kişilik özelliklerini yansıtmaya eğilimlerinin ise daha yüksek olduğu belirlenmiştir. Y ve Z kuşağındaki bekar bireylerin evlilere kıyasla sosyal medyada daha yüksek karanlık üçlü kişilik özelliklerini yansıtmaya eğilimi görülmektedir.

6. TARTIŞMA

Literatürde toplumsal olarak kabul edilmeyen olumsuz kişilik özelliklerini tanımlayan karanlık üçlü ve bireylerin olumsuz düşüncelere karşı koyarak toplumsal düzene katkı sunduğu aydınlık üçlü kişilik özellikleri üzerine araştırmalar yapılmıştır. Elde edilen sonuçlar doğrultusunda karanlık üçlü kişilik özelliklerinin sosyal medyaya ilişkisine yönelik çalışmalar bulunurken (Freyth vd., 2023; Garcia ve Sikström, 2014; Tahoön, 2020; Tang vd., 2022) aydınlık üçlü kişilik özellikleri ve sosyal medya ilişkisine yönelik kaynakların sınırlı olduğu belirlenmiştir. Bu çalışmada Y ve Z kuşaklarının karanlık ve aydınlık üçlü kişilik özelliklerini sosyal medyada sunma biçimlerindeki farklılıkları üzerinde durulmaktadır.

a) Kuşak: Çalışma sonucuna göre Y ve Z kuşağının karanlık üçlü kişilik özelliklerini sosyal medyada yansıtmaya eğilimleri farklılık göstermektedir. Z kuşağının sosyal medyada karanlık üçlü kişilik özelliklerini sunma eğiliminin Y kuşağına göre daha yüksek olduğu belirlenmiştir. Özkan (2020)'a göre Z kuşağı, teknolojiyle iç içe büyüdüğü için sosyal medyada gerçek hayattakinden daha aktif varlık göstererek kendini bu platformlar aracılığıyla ifade etmektedir. Bu doğrultuda Z kuşağının sosyal medya kullanımı ile imaj

oluşturma eğiliminin, teknolojiyle geç tanışan önceki kuşaklardan daha belirgin olduğunu belirtmesi çalışmanın sonucunu destekler niteliktedir.

b) Cinsiyet: Mevcut çalışmanın sonucuna göre Y kuşağının sosyal medyada sunduğu karanlık üçlü kişilik özellikleri cinsiyete göre farklılık göstermektedir. Y kuşağı erkeklerinin sosyal medyada sunduğu karanlık üçlü kişilik özelliklerinin puan ortalamalarının kadınlardan daha yüksek olduğu belirlenmiştir. Akın ve Kartopu (2021, s. 518) çalışmasında “cinsiyete göre karanlık üçlü kişilik puan ortalaması kadınlara kıyasla erkeklerde daha yüksek” olduğunu belirtmiş, Jonason ve Webster’in (2010), Jonason ve Davis (2018) çalışmasında “erkeklerin karanlık üçlü ölçeğinde kadınlardan daha yüksek puan aldıkları” saptanmıştır. Bu doğrultuda Y kuşağı erkek ve kadınlarının sosyal medyada sunduğu karanlık üçlü kişilik özelliklerinin anlamlı olarak farklılaştığı bulgusu desteklenmiştir. Saltoğlu (2018) yaptığı çalışmada karanlık üçlü kişilik özelliklerinin cinsiyetine göre farklılaşmadığı sonucuna ulaşmıştır. Mevcut araştırmanın Z kuşağı erkek ve kadınlarının sosyal medyada sunduğu karanlık üçlü kişilik özelliklerinin anlamlı olarak farklılaşmadığı bulgusunu desteklemektedir.

Çalışma sonucuna göre Z kuşağının sosyal medyada sunduğu aydınlık üçlü kişilik özellikleri cinsiyete göre farklılık göstermektedir. Tekeş ve Bıçaksız (2021), Kazgan ve Uzun (2023)’un yaptıkları çalışmalarda aydınlık üçlü kişilik özellikleri cinsiyete göre farklılık göstermektedir. “Kadınların erkeklere göre aydınlık üçlü kişilik puanlarının yüksek” olduğunu belirttikleri çalışmalar Z kuşağının sosyal medyada sunduğu aydınlık üçlü kişilik özelliklerinin erkeklere kıyasla kadınlarda daha yüksek olduğu sonucunu desteklemektedir. Çiftçi (2024) yaptığı çalışmada aydınlık üçlü kişilik özelliklerinin cinsiyetine göre farklılaşmadığı sonucuna ulaşmıştır. Bu doğrultuda Y kuşağı erkek ve kadınlarının sosyal medyada sunduğu aydınlık üçlü kişilik özelliklerinin farklılaşmadığı bulgusu desteklenmiştir.

c) Medeni Durum: Y ve Z kuşağının sosyal medyada sunduğu karanlık üçlü kişilik özellikleri medeni duruma göre farklılık göstermektedir. Bekar katılımcıların sosyal medyada sunduğu karanlık üçlü kişilik ortalamalarının evli katılımcıların ortalamalarından daha yüksek olduğu belirlenmiştir. Bu doğrultuda Bekiroğlu (2020) ve Vural (2020)’un karanlık üçlü kişilik özelliği açısından bekar grubun bu özellikleri daha yüksek düzeyde taşıdığını ortaya koydukları çalışmaları mevcut araştırmanın bulgularını desteklemektedir. Bu doğrultuda Y ve Z kuşağının bekar katılımcıları evli katılımcılara göre sosyal medyada sundukları karanlık üçlü kişilik özellikleri daha yüksektir.

d) Gelir Durumu: Y kuşağının sosyal medyada sunduğu karanlık üçlü kişilik özellikleri gelir durumuna göre farklılaştığını göstermektedir. Z kuşağının ise sosyal medyada sunduğu karanlık üçlü kişilik özellikleri gelir durumuna göre farklılaşmamaktadır. Çelik ve Çelik (2024) yaptığı çalışmada karanlık üçlü kişilik özelliklerinin anlamlı olarak farklılaşmadığı sonucu araştırmanın bulgusunu desteklemektedir. Y ve Z kuşağının sosyal medyada sunduğu aydınlık üçlü kişilik özelliği gelir durumuna göre farklılık göstermemektedir. Çiftçi (2024) tarafından yapılan çalışma aydınlık üçlü kişilik özellikleri ve gelir durumuna göre farklılaşmaması araştırmanın bulgusunu desteklemektedir.

e) Eğitim Durumu: Z kuşağının sosyal medyada sunduğu karanlık üçlü kişilik özellikleri eğitim durumuna göre farklılık göstermektedir. Kaufman ve arkadaşları (2019) karanlık üçlü kişilik özelliklerinin eğitim durumuna göre farklılık gösterdiğini belirtmiştir. Bu doğrultuda mevcut araştırmanın sonucu desteklenmiştir. Sökmen ve Serbest (2022) yaptıkları çalışmada karanlık üçlü kişilik özelliklerinin eğitim durumuna göre farklılaşmadığı sonucu Y kuşağının sosyal medyada sunduğu karanlık üçlü kişilik özelliklerinin farklılaşmadığı bulgusunu desteklemektedir.

f) Sosyal Medya Platformları: Y kuşağının sosyal medyada sunduğu karanlık üçlü kişilik özellikleri aktif olarak kullandıkları platformlara göre farklılaşmaktadır. Literatürde sosyal medya platformları ve karanlık üçlü kişilik ile ilgili çalışmalar oldukça kısıtlı olmakla beraber aktif olarak kullanılan platformlara yönelik farklılaşma durumunu inceleyen araştırmaya rastlanılmamıştır. Farooq ve Ashraf’ın (2022) TikTok kullanan kişilerin karanlık kişiliklere sahip olma ihtimalinin yüksek olduğunu ifade ettikleri çalışma ile Garcia ve Sikström’un (2014) duygusal soğukluk, kendilerini öne çıkarma, saldırganlık ve ikiyüzlülük gibi davranışları içeren karanlık üçlü kişiliğe sahip kişilerin Facebook paylaşımlarında bu özellikleri sergilediklerini ortaya koyduğu çalışma araştırmanın bulgusunu destekleyecek niteliktedir.

g) Sosyal Medyada Ortalama Geçirilen Süre: Yurdalan (2021) yaptığı çalışmada “karanlık üçlü kişilik özelliklerinin günlük sosyal medya kullanım saati değişkenine göre anlamlı şekilde farklılaştığı” sonucuna ulaşmıştır. Bu doğrultuda Y ve Z kuşağının sosyal medyada sunduğu karanlık üçlü kişilik özelliklerinin sosyal medya platformlarında ortalama geçirilen süreye göre farklılık gösterdiği bulgusunu desteklemektedir. Fox ve Rooney (2015) yaptıkları çalışmada karanlık üçlü kişilik özelliklerinin sosyal medyada geçirilen zamanla ilişkisi olduğu sonucuna ulaşması mevcut çalışmanın bulgusunu desteklemektedir.

Sınırlılıklar ve Öneriler: Araştırmanın evreni Erzurum ilinde yaşayan Y ve Z kuşağı ile sınırlandırıldığı için sonuçlar Y ve Z kuşağına genellenemez. Bu araştırma sosyal medyada insanların nasıl davrandıkları ve bu davranışların kişilik özellikleriyle ilişkisine yönelik yapılacak çalışmalara katkı sağlayacaktır.

Bundan sonra yapılacak çalışmalarda farklı örneklem ve değişkenlerle karanlık ve aydınlık üçlü kişilik özellikleri ile sosyal medya kullanımlarına yönelik çalışmalar yapılabilir.

Aydınlık üçlü kişilik özellikleri ve sosyal medya ilişkisine yönelik çalışmalar oldukça sınırlıdır. Bu kapsamda çalışmaların yapılması önerilmektedir.

Kaynakça

- Akın, N. A. ve Kartopu, S. (2021). Dindarlık eğiliminin karanlık üçlü kişilik özellikleri ile ilişkisi. *Gümüşhane Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, 2(20), 477531.
- Ata, N. S. (2023). Kişiliğin Karanlık Üçlüsü. Mehmet Seyhan (Ed.). *Yönetim, Organizasyon ve Strateji Üzerine Araştırmaları içinde* (ss. 3548). Gaziantep: Özgür Yayınları.
- Aziz, Ak. (2017). *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri ve Teknikleri*. Ankara: Nobel Akademik Yayınları.
- Bakır, R. U. (2022). *Karanlık Üçlü Kişilik Özelliklerinin Aldatmaya Dair Tutumlarına İlişkin Sosyal Medya Kullanımının Rolü* (Yayımlanmış yüksek lisans tezi). Mersin Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Bekiroğlu, B. (2020). *Karanlık Üçlü Ölçeği'nin Geliştirilmesi ve Psikometrik Özelliklerinin Klinik Bağlamda İncelenmesi* (Yayımlanmış yüksek lisans tezi). Fatih Sultan Mehmet Vakıf Üniversitesi.
- Berkup, S. B. (2014). Working with Generations X and Y in Generation Z Period: Management of Different Generations in Business Life. *Mediterranean Journal of Social Sciences*, 5(19), 218229. <https://doi.org/10.5901/mjss.2014.v5n19p218>
- Boyd, D. (2014). *It's complicated: The social lives of networked teens* [Elektronik sürüm]. London: Yale University Press.
- Bristow, J. (2015). *Baby Boomers and Generational Conflict*. UK: University of Kent.
- Broadbridge, A. M., Maxwell, G. A., & Ogden, S. M. (2007). Experiences, Perceptions and Expectations of Retail Employment for Generation Y. *Career Development International*, 12(6), 523544. <https://doi.org/10.1108/13620430710821938>
- Büyükoztürk, Ş. (2007). *Sosyal Bilimler için Veri Analizi El Kitabı*. Ankara: Pegem Yayınları.
- Constantin, R.M. & Florin, S.D. (2023). An explorative study regarding the relationship between the Light Triad of personality, counterproductive work behavior and organizational citizenship behaviour. *Review of SocioEconomic Perspectives*, 8(2), 1928. <https://doi.org/10.19275/rsep153>

- Çelik R., & Çelik S. B. (2024). Üniversite Öğrencilerinde Sosyal Medya Kullanımının Karanlık Üçlü Kişilik Özellikleri Açısından İncelenmesi. *19 Mayıs Sosyal Bilimler Dergisi*, 5(2), 154162. <https://doi.org/10.52835/19maysbd.1480121>
- Çiftçi, M. Y. (2024). *Karanlığın ve Aydınlığın Dayanıklı Tarafı: Karanlık ve Aydınlık Üçlü Kişilik Özelliklerinin Psikolojik Dayanıklılıkla İlişkisi* (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). İstanbul Rumeli Üniversitesi.
- Çoşkun, D., & Aşçı, S. (2020). Shared Selves On Social Media: Examining The Relationship Between Real And İdeal Selves Of GenerationY Instagram Users İn Turkey. *Athens Journal of Mass Media and Communications*, 6(4), 22954. <https://doi.org/10.30958/ajmmc.642>
- Dede, A. (2019). İNesil" Akıllı" Sokak Eylemleri. *Uluslararası Sosyal Bilimler Dergisi*, 13, 99108.
- Demircioğlu, Z. I. (2020). *Ergenlerde Bağlanma Stilleri, Karanlık Üçlü Kişilik Özellikleri, Reddedilme Duyarlılığı ve Arkadaşlık Kalitesinin Sosyal Medya Bağımlılığı ve Siber Zorbalığa Etkileri* (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Çankaya Üniversitesi.
- Dimock, M. (2019) Defining Generations: Where Millennials End and Generation Z Begins. <https://www.pewresearch.org/facttank/2019/01/17/wheremillennialsendandgenerationzbegins>
- Dölay, Z. (2024). *Sosyal Medya Bağımlılığı, Sosyal Medya Kullanım Motivasyonları ve Karanlık Üçlü Kişilik Özellikleri Arasındaki İlişkilerin İncelenmesi* (Yayımlanmış yüksek lisans tezi). Maltepe Üniversitesi.
- Dönmez, A. K. (2020). *Özçekim Davranışı ve Narsisizm Arasındaki İlişki: Y ve Z Kuşakları Üzerine Karşılaştırmalı Bir Araştırma* (Yayımlanmış Yüksek Lisans Tezi). Bahçeşehir Üniversitesi.
- Duman, Z. (2019). *Kuşak Çatışması*. Ankara: Nobel Yayınları.
- Duman, G. (2023). *Antrenörlerin Karanlık ve Aydınlık Üçlü Kişilik Özelliklerinin İş Doyum Düzeyleriyle İlişkisi* (Yayımlanmış doktora tezi). Ege Üniversitesi.
- Erden, K. (2025). Dijital Platformlarda Kimlik Performansları: Performatif Benlik, Gösteri Toplumu ve Dramaturjik Yaklaşım. *Akdeniz İletişim*, (49), 196218. <https://doi.org/10.31123/akil.1629829>.
- Ergün, Z. (2023). *Karl Jaspers'in iletişim biçimlerinin sosyal medyada gerçekleşme düzeyi: X, Y, Z kuşakları üzerine bir inceleme* (Doktora tezi, Atatürk Üniversitesi). Atatürk Üniversitesi.
- Farooq, R., & Ashraf, R. (2022). Dark Trait Tetrad and Online Deception in TikTok Users. *Applied Psychology Review*, 1(1), 20–33. <https://doi.org/10.32350/apr.11.02>
- Fox, J., & Rooney, M. C. (2015). The Dark Triad and trait selfobjectification as predictors of men's use and selfpresentation behaviors on social networking sites. *Personality and Individual Differences*, 76, 161–165. <https://doi.org/10.1016/j.paid.2014.12.017>
- Freyth, L., Batinic, B., & Jonason, P. K. (2023). Social Media Use and Personality: Beyond SelfReports and TraitLevel Assessments. *Personality and Individual Differences*, 202, 111960. <https://doi.org/10.1016/j.paid.2022.111960>
- Garcia, D., & Sikström, S. (2014). The Dark Side of Facebook: Semantic Representations of Status Updates Predict the Dark Triad of Personality. *Personality and Individual Differences*, 67, 9296. <https://doi.org/10.1016/j.paid.2013.10.001>
- Gencer, T. E., & Aktan, M. C. (2021). Dijitalleşen Çağda ve Toplumda Değişen İhtiyaçlar ve Sorunlar: ESosyal Hizmet (Sosyal Hizmet 2.0) Gereksinimi. *Toplum ve Sosyal Hizmet*, 32 (3), 11431175. <https://doi.org/10.33417/tsh.875908>
- Goffman, E. (1959). *The presentation of self in everyday life*. Anchor Books.

- Gündüz, Ş., & Pekçetaş, T. (2018). Kuşaklar ve Örgütsel Sessizlik/Seslilik. *İşletme Bilimi Dergisi*, 6(1), 89115. <https://doi.org/10.22139/jobs.399952>
- Hartman, T. (2008). *Renklerin Şifresi*. F. Baytok (Çev.). İstanbul: Pegasus Yayınları.
- Hogan, B. (2010). The Presentation of Self in The Age of Social Media: Distinguishing Performances and Exhibitions Online. *Bulletin of Science, Technology & Society*, 30(6), 377386. <https://doi.org/10.1177/0270467610385893>
- Huyler, D. D., & Ciocca, D. J. (2016). Baby Boomers: The Use of Technology to Support Learning. *Florida International University*, 96102.
- Jonason, P. K., & Webster, G. D. (2010). The Dirty Dozen: A Concise Measure of The Dark Triad. *Psychological Assessment*, 22(2), 420432. <https://doi.org/10.1037/a0019265>
- Jonason, P. K., & Davis, M. D. (2018). A Gender Role View of the Dark Triad Traits. *Personality and Individual Differences*, 125, 102105. <https://doi.org/10.1016/j.paid.2018.01.004>
- Kaufman, S. B., Yaden, D. B., Hyde, E., & Tsukayama, E. (2019). The Light vs. Dark Triad of Personality: Contrasting Two Very Different Profiles of Human Nature. *Frontiers in Psychology*, 10, 467. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2019.00467>
- Kaya, S. (2021). Sosyal Medya Kullanıcılarının Dijital Kimlik İnşası Sürecinde Kültürel Faaliyet ve Sanat ile İlgili Paylaşımlarının Rolü. *Turkish Online Journal of Design Art and Communication*, 11(4), 14031419. 10.7456/11104100/014
- Kazgan, M. H., & Uzun, E. T. (2023). Aydınlik Üçlü Ölçeği: Türkçe'ye Çeviri, Güvenilirlik ve Geçerlilik Çalışması. *The Journal of Academic Social Science*, 141 (141), 293311. 10.29228/ASOS.69199
- Kır, B. (2019). Çevrimiçi İletişim ve Kimlik. M. Küçük (Ed.), *Çevrimiçi İletişim ve Yansımaları İçinde* (ss. 59–74). Ankara: Gece Akademi Yayınları.
- Kuran, E. (2022). *Z/Bir Kuşağı Anlamak*. İstanbul: Mundi Yayınları.
- Kuyucu, M. (2017). Y Kuşağı ve Teknoloji: Y Kuşağının İletişim Teknolojilerini Kullanım Alışkanlıkları. *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, 5 (2), 845872. <https://doi.org/10.19145/egifder.285714>
- Lukić, P., & Živanović, M. (2021). Shedding Light on the Light Triad: Further Evidence on Structural, Construct, and Predictive Validity of the Light Triad. *Personality and Individual Differences*, 178, 110876. <https://doi.org/10.1016/j.paid.2021.110876>
- Lyons, M. (2019). *The Dark Triad of Personality: Narcissism, Machiavellianism, and Psychopathy in Everyday Life*. UK: Elsevier Academic Press.
- March, E., & Marrington, J. Z. (2023). Antisocial and Prosocial Online Behaviour: Exploring the Roles of the Dark and Light Triads. *Current Psychology: A Journal for Diverse Perspectives on Diverse Psychological Issues*, 42(2), 13901393. <https://doi.org/10.1007/s12144021015527>
- Marwick AE. 2013. *Status Update: Celebrity, Publicity and Branding in the Social Media Age*. New Haven, CT: Yale Univ. Press.
- McCain, J. L., Borg, Z. G., Rothenberg, A. H., Churillo, K. M., Weiler, P., & Campbell, W. K. (2016). Personality and Selfies: Narcissism and the Dark Triad. *Computers in Human Behavior*, 64, 126133. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2016.06.050>
- McCrindle, M., & Wolfinger, E. (2009). *The ABC of XYZ: Understanding the Global Generations*. Australia: University of New South Wales Press.

- McCrindle, M., & Fell, A. (2019). *Understanding Generation Z: Recruiting, Training and Leading the Next Generation*. Australia: McCrindle Research Pty Ltd.
- McCrindle, M. (2020). Gen “Z” and Gen “Alpha” Infographic Update. 17.02.2024 tarihinde <https://mccrindle.com.au/article/topic/generationz/genzandgenalphainfographicupdate/> adresinden erişildi.
- MejíaSuazo, C. J., LandaBlanco, M., MejíaSuazo, G. A., & MartínezMartínez, C. A. (2021). Dark and Light Triad: Relationship between Personality Traits and Addiction to Mobile Phones, Video Games and The Internet. 22.12.2023 tarihinde <https://osf.io/preprints/psyarxiv/dp659> adresinden erişildi.
- Mertol, H., Çetin, Ş., & Ergün, Y. (2022). Dijitalleşme ve kültürel değişimde sosyal medyanın etkisi. K. Adilbekova, A. F. Özel, H. Türker, C. Çoşan & F. İ. Şahin (Ed.), *5. Medya Okuryazarlık Forumu: Dijital Dönüşüm Çağında Uluslararası Sosyal Bilimler Kongresi içinde* (ss. 601–607). İstanbul: İksad Yayınları.
- Morrison, M. (2022). *Dark Psychology and Manipulation: The Dark Games That Manipulators Play and How to Turn the Tables on Them*. Portland: The Smart Read.
- Muris, P., Merckelbach, H., Otgaar, H., & Meijer, E. (2017). The Malevolent Side of Human Nature: A MetaAnalysis and Critical Review of the Literature on the Dark Triad (Narcissism, Machiavellianism, and Psychopathy). *Perspectives on Psychological Science*, 12(2), 183204. <https://doi.org/10.1177/1745691616666070>
- Özkan, Ş. (2020). *X, Y ve Z Kuşaklarının Instagram ve Facebook Aracılığıyla Oluşturdukları İmaj* (Yayınlanmamış yüksek lisans tezi). Gümüşhane Üniversitesi.
- Özsoy, E., Rauthmann, J F., Jonason, P K., & Ardiç, K. (2017). Reliability and validity of the Turkish versions of Dark Triad Dirty Dozen (DTDDT), Short Dark Triad (SD3T), and Single Item Narcissism Scale (SINST). *Personality and Individual Differences*, 117 (15),1114. <https://doi.org/10.1016/j.paid.2017.05.019>
- Palaz, A. R. (2023). *Dijitalleşen İletişim Ortamlarında Kimlik İnşası ve Benlik Sunumu: X, Y Ve Z Kuşakları Üzerine Bir Araştırma* (Yüksek lisans tezi, Selçuk Üniversitesi). Selçuk Üniversitesi.
- Paulhus, D. L., & Williams, K. M. (2002). The Dark Triad of Personality: Narcissism, Machiavellianism, and Psychopathy. *Journal of Research in Personality*, 36 (6), 556563. [https://doi.org/10.1016/S00926566\(02\)005056](https://doi.org/10.1016/S00926566(02)005056)
- Petrides, K. V., Vernon, P. A., Schermer, J. A., & Veselka, L. (2011). Trait Emotional Intelligence and The Dark Triad Traits of Personality. *Twin Research and Human Genetics*, 14(1), 3541. <https://doi.org/10.1375/twin.14.1.35>
- Polatçı, S., & Ülkü, T. (2023). Aydınlık ve Karanlık Üçlünün Etik Olmayan Örgüt Yanlısı Davranışlar Sergileme Motivasyonları: Banka Personeli Üzerine Nitel Bir Araştırma. *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 24 (2),230259. <https://doi.org/10.17494/ogusbd.1245688>
- Rauthmann, J. F., & Will, T. (2011). Proposing a Multidimensional Machiavellianism Conceptualization. *Social Behavior and Personality: an International Journal*, 39 (3), 391403. <https://doi.org/10.2224/sbp.2011.39.3.391>
- Saltoğlu, S. (2018). *Karanlık Üçlü ve Psikolojik İyi Oluş Arasındaki İlişkide Başa Çıkma Stillerinin Aracı Rolü* (Yayınlanmamış yüksek lisans tezi). Bahçeşehir Üniversitesi.

- Sanecka, E. (2017). The Dark Side of Social Media: Associations between The Dark Triad of Personality, SelfDisclosure Online and SelfieRelated Behaviours. *The Journal of Education, Culture, and Society*, 8 (2), 7188. <https://jecs.pl/index.php/jecs/article/view/10.15503.jecs20172.71.88>
- Sarioğlu, E. B., & Özgen, E. (2018). Z Kuşağının Sosyal Medya Kullanım Alışkanlıkları Üzerine Bir Çalışma. *Journal of International Social Research*, 11 (60). <http://dx.doi.org/10.17719/jisr.2018.2856>
- Set, Z. (2020). Sosyal Kötücül Kişilikler: Karanlık Üçlü. *Psikiyatride Güncel Yaklaşımlar*, 12(3), 318329. <https://doi.org/10.18863/pgy.629950>
- Sökmen, A., & Serbest, S. (2022). Kişiliğin Karanlık Yönünün Sağlık Personelinin Demografik Özellikleri Açısından İncelenmesi. *Yönetim, Ekonomi ve Pazarlama Araştırmaları Dergisi*, 6 (2), 7292. 10.29226/TR1001.2022.289
- Strauss, W., & Howe, N. (1991). *Generations: The History of America's Future*. New York: William Morrow and Company. DOI: 10.29226/TR1001.2022.289
- Tafonao, T., Saputra, S., & Suryaningwidi, R. (2020). Learning Media and Technology: Generation Z and Alpha. *Indonesian Journal of Instructional Media and Model*, 2(2), 89100. DOI: 10.32585/ijimm.v2i2.954
- Tahoon, R. (2020). Mediating Effects of Dark Personality Triad and Real and Mediated Social Interaction on Social Media Addiction and Academic Performance in University Students. *Clin Exp Psychol*, 6 (4).
- Tang, W. Y., Reer, F., & Quandt, T. (2022). “The İnterplay of The Dark Triad and Social Media Use Motives to Social Media Disorder”. *Personality and Individual Differences*, 187,111402. 10.1016/j.paid.2021.111402
- Tekeş, B., & Bıçaksız, P. (2021). “Aydınlık Üçlü (Light Triad) Ölçeğinin Psikometrik Özelliklerinin Değerlendirilmesi”. *Ayna Klinik Psikoloji Dergisi*, 8(3), 535556. <https://doi.org/10.31682/ayna.871395>
- Tekindal, S. (2021). *Nicel, Nitel, Karma Yöntem Araştırma Desenleri ve İstatistik*. Ankara: Nobel Yayınları.
- Temelli, E., Kaya, S., Kazgan, M. H., Yılmaz, N. A., Ayar, E., & Yükseloğlu, E. H. (2021). Karanlık Üçlü Kişilik Özelliklerinde Genetiğin Rolü. *Bulletin of Legal Medicine/Adli Tıp Bülteni*, 26(2), 197204. 10.17986/1462
- Tucaković, L., Bojić, L., & Nikolić, N. (2022). The Battle between Light and Dark Side of Personality: How Light and Dark Personality Traits Predict Mating Strategies in the Online Context. *Interpersona: An International Journal on Personal Relationships*, 16(2), 295312. <https://doi.org/10.5964/ijpr.7869>
- Tur, S. (2019). *Dijital Sosyalleşme Sürecinde Kuşaklararası Sosyal Ağ Kullanımına Yönelik Facebook Kullanımı Üzerine Bir Araştırma*. (Yayımlanmış Yüksek Lisans Tezi). İstanbul Üniversitesi.
- Türkiye İstatistik Kurumu (2024). 10.02.2024 tarihinde <https://biruni.tuik.gov.tr/medas/?kn=95&locale=tr> adresinden erişildi.
- Tülüce, H. (2023). *Karanlık Empat*. İstanbul: Destek Yayınları.
- Uçkun, C. G., Burcu, Ü. Z. Ü. M., & Uçkun, S. (2018). Narsist Kişiliğin Makyavelist Davranışlara Etkisi: Kocaeli Üniversitesi Özel Güvenlik Öğrencileri Örneği. *Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 20 (2), 139154. <https://doi.org/10.32709/akusosbil.422221>

- Ülkü, T. (2023). *Karanlık ve Aydınlık Kişiliğin Etik Olmayan Örgüt Yanlısı Davranışlar Üzerindeki Rolü: Bir Karma Yöntem Araştırması*. (Yayımlanmış Doktora Tezi). Tokat Gaziosmanpaşa Üniversitesi.
- Varışlı, B. (2022). Covid19 Pandemi Döneminde Bebek Patlaması Kuşağının X ve Y Kuşaklarıyla Etkileşiminde Yaşanan Dönüşüm. Harun Ceylan (Ed.). *Kuşaklararası İlişkiler içinde* (ss.127137). Ankara: Nobel Yayınları.
- Vural, D. L. (2020). Karanlık Üçlü Kişilik Özellikleri ile Çocukluk Çağı Ruhsal Travmaları Arasında Savunma Mekanizmalarının Aracı Rolü. *International Social Mentality and Researcher Thinkers Journal*, 6(36), 17341743. <http://dx.doi.org/10.31576/smryj.61>
- Webster, G. D., & Jonason, P. K. (2013). Putting the “IRT” in “Dirty”: Item Response Theory Analyses of the Dark Triad Dirty Dozen An Efficient Measure of Narcissism, Psychopathy, and Machiavellianism. *Personality and Individual Differences*, 54 (2), 302306. <https://doi.org/10.1016/j.paid.2012.08.027>
- Wickel, T. M. (2015). Narcissism and Social Networking Sites: The Act of Taking Selfies. *Elon Journal of Undergraduate Research in Communications*, 6 (1), 512.
- Yurdalan, F. (2021). *Karanlık Üçlü Kişilik Özellikleri, Algılanan Stres Düzeyi ve Depresyon İlişkisinde Sosyal Medya Bağımlılığının Aracı Rolü*. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Uluslararası Kıbrıs Üniversitesi.
- ZeiglerHill, V. E., & Marcus, D. K. (2016). Introduction: A Bright Future for Dark Personality Features?. *American Psychological Association*, 322. <https://doi.org/10.1037/14854001>