T.C.
KASTAMONU ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
EĞİTİM BİLİMLERİ ANABİLİM DALI
EĞİTİM YÖNETİMİ TEFTİŞİ PLANLAMASI VE EKONOMİSİ BİLİM DALI

YÜKSEK LİSANS TEZİ

ÖĞRETMENLERİN PSİKOLOJİK SERMAYE DÜZEYLERİ İLE SOSYAL MEDYA KULLANIMLARI ARASINDAKİ İLİŞKİNİN İNCELENMESİ

Özlem İNAN

Danışman	**Prof. Dr. Ergün RECEPOĞLU**
Jüri Üyesi	**Doç. Dr. Tuğba KONAKLI**
Jüri Üyesi	**Dr. Öğr. Üyesi M. Öztürk AKÇAOĞLU**

KASTAMONU- 2021

TAAHHÜTNAME

Tez içerindeki bütün bilgilerin etik davranış ve akademik kurallar çerçevesinde elde edilerek sunulduğunu, ayrıca tez yazım kurallarına uygun olarak hazırlanan bu çalışmada bana ait olmayan her türlü ifade ve bilginin kaynağına eksiksiz atıf yapıldığını bildirir ve taahhüt ederim.

Özlem İNAN

ÖNSÖZ

Öğretmenlerin psikolojik sermaye düzeyleri ile sosyal medya kullanımları arasındaki ilişkiyi tespit etmek amacıyla psikolojik sermaye ölçeği, sosyal medya kullanım ölçeği ile demografik/sosyal değişkenler kullanılmıştır. Kullanılan ölçekler sayesinde öğretmenlerin psikolojik sermaye düzeyleri ile sosyal medya kullanımları arasındaki ilişkinin tespitinin yanı sıra sosyal medyanın bireysel ve toplumsal etkilerine de değinilmiştir.

Eğitim gerek ülkelerin kalkınmasında katalizör etkiye sahip olması gerekse bireylerin kendilerini ve dünyayı anlamlandırabilmeleri açısından büyük bir öneme haizdir. Eğitimin temel işlevleri öğretmenler tarafından yerine getirilmektedir. Öğretmenleri etkileyen, onlarda birtakım farklılıklara neden olan boyutlar tespit edilip bu etkenler üzerinde durulduğunda eğitimin temel fonksiyonlarının yerine getirilme süreci hızlanacak, verilecek eğitimlerde temel etmen olan öğretmenin niteliği artacaktır.

Günümüzde etkileşimin en yoğun olarak yaşandığı yer sosyal medya olarak karşımıza çıkmaktadır. 2019 yılı için sosyal medyanın bireysel günlük kullanım ortalamasının 3 saat 16 dakika olması etkileşimin ne boyutlarda olduğunun anlaşılması açısından önemlidir. Eğitimin temel işlevini yerine getiren öğretmende bu kullanıcılar arasında yerini alarak sosyal medya ile etkileşime maruz kalmaktadırlar. Sosyal medyanın gelişim ve yaygınlaşma ivmesi göz önünde bulundurulduğunda öğretmenlerin sosyal medya kullanım sürelerinin artacağı görülmektedir. Öğretmenlerin psikolojik sermaye düzeyleri ile sosyal medya kullanımları arasında ilişki bulunmaktadır. Bu ilişkinin hangi değişkenlerden kaynaklandığının tespiti ile öğretmenlerin sosyal medya kullanım farklılıkları öğrenilebilecektir.

Araştırma dört bölümden oluşmaktadır. İlk bölüm araştırmaya bir giriş niteliğinde olup problem durumunu, araştırma amacı ve araştırmanın genel şablonunu ortaya koymaktadır. İkinci bölümde psikolojik sermaye kavramı ve bileşenleri ile sosyal medya kavramı ve bireyler üzerindeki etkisi aktarılmaktadır. Üçüncü bölümde

araştırmada izlenilen yöntem anlatılmakta ve dördüncü bölümde de elde edilen verilerin istatistiki olarak analizi neticesinde edinilen bulgular yer almaktadır.

Bu çalışmanın hazırlanmasında fikir aşamasından başlayarak son noktaya gelene kadar birçok kişinin önemli desteği ve katkısı olmuştur. İlk olarak bu yoğun ve stresli dönemde gösterdikleri fedakârlıklarla bana en büyük desteği veren değerli eşim İlyas Ertuğrul İNAN'a, sevgili oğlum Gürsel'e, sevgili kızım Açelya'ya ve tüm aile üyelerime, iş arkadaşlarım ve müdürlerime, araştırma ve analiz hususunda bilgi birikiminden yararlandığım ve beni her konuda aydınlatan danışman hocam Sayın Prof. Dr. Ergün RECEPOĞLU'na teşekkürü bir borç bilirim.

Özlem İNAN
Kastamonu, Ağustos, 2021

ÖZET

Yüksek Lisans Tezi

ÖĞRETMENLERİN PSİKOLOJİK SERMAYE DÜZEYLERİ İLE SOSYAL MEDYA KULLANIMLARI ARASINDAKİ İLİŞKİNİN İNCELENMESİ

Özlem İNAN
Kastamonu Üniversitesi
Sosyal Bilimler Enstitüsü
Eğitim Bilimleri Anabilim Dalı

Danışman: Prof. Dr. Ergün RECEPOĞLU

Eğitimdir ki, bir milleti ya özgür, bağımsız, şanlı, yüksek bir topluluk halinde yasatır; ya da esaret ve sefalete terk eder. Eğitim bir toplumun can damarlarından birisidir. İlk eğitim ailede anne ve babanın çocukla etkileşimi ile başlayarak okul sürecinde öğrencinin öğretmen ve okul çevresiyle etkileşimi ile devam eder. Geleceğin güvencesi sağlam temellere dayalı bir eğitime, eğitim ise öğretmene dayalıdır. Öğretmenler içinde bulundukları zamanın şartlarından etkilenerek evrilmektedirler. Günümüzde en önemli etkileşim aracı ise sosyal medya olarak karşımıza çıkmaktadır. 2019 verilerine göre bireysel günlük internet kullanımı 6 saat 42 dakika, sosya medyanın dünya geneli günlük kullanımı bireysel bazda 3 saat 16 dakika olup toplam sosyal medya kullanıcı sayısı olarak da 3,5 milyar kullanıcı sayısı geçilmiş durumdadır. Öğretmenler sosyal medyanın bu yoğun etkileşiminde rol almaktadırlar. Bundan dolayı sosyal medya ve mecralarıyla etkileşim ile öğretmenlerin psikolojik sermaye düzeyleri arasında bir ilişki oluşmakta ve öğretmenlerin psikolojik sermaye düzeylerinde farklılıklar görülmektedir.

Öğretmenlerin psikolojik sermaye düzeyleri ile sosyal medya kullanımları arasındaki ilişkiyi doğrudan ortaya koyan herhangi bir çalışma tespit edilmemiştir. Alan yazını incelendiğinde öğretmenlerin demografik özelliklerine göre psikolojik sermaye düzeyleri ile sosyal medya kullanımlarının farklılaşıp farklılaşmadığı tespit edilmelidir. Ayrıca öğretmenlerin psikolojik sermaye düzeyleri ile sosyal medya kullanımları arasında ilişki olup olmadığı ilişki var ise bu ilişkinin yönü tespit edilmelidir. Araştırma alan yazındaki bu problemleri ortadan kaldırabilmek amacıyla gerçekleştirilmiş olup öğretmenlerin psikolojik sermaye düzeyleri ile sosyal medya kullanımları arasındaki ilişki incelenmiştir.

Araştırmanın evrenini 06 Eylül 2019 tarihinde basılan “Milli Eğitim İstatistikleri Örgün Eğitim” yayınında 2018-2019 Eğitim Öğretim yılı için örgün eğitim Türkiye geneli toplam 1 077 307 öğretmen oluşturmaktadır. Araştırmamızın örneklemi olarak 581 öğretmen kolayda örnekleme yöntemi ile belirlenmiş olup yüz yüze anket uygulaması gerçekleştirilmiştir. Anket üç bölümden oluşturulmuş olup ilk bölümde demografik özellikler, ikinci bölümde pozitif psikolojik sermaye ölçeği, üçüncü bölümde ise sosyal medya ölçeği yer almaktadır.

Araştırmanın sonucunda öğretmenlerin psikolojik sermaye düzeyleri ile sosyal medya kullanımları arasında analmlı ve güçlü pozitif (Pearson korelasyon katsayısı 0,756) bir ilişki olduğu; Psikolojik sermayedeki %57'lik varyansın sosyal medya kullanımına bağlı olduğu tespit edilmiştir. Değişkenler arasındaki basit doğrusal ilişkiye ilişkin regresyon denklemi ise "Psikolojik sermaya= 0,607+0,501(sosyal medya kullanımı)" şeklindedir. Öğretmenlerin psikolojik sermaye düzeylerinin ve sosyal medya kullanım düzeylerinin demografik özelliklerine göre farklılaştığı elde edilen diğer bir sonuçtur.

Anahtar Kelimeler: Psikolojik sermaye, Sosyal Medya, Öğretmen

2021, 148 sayfa

Bilim Kodu: 10204, 10209

ABSTRACT

MSc. Thesis

INVESTIGATION OF THE RELATIONSHIP BETWEEN TEACHERS' PSYCHOLOGICAL CAPITAL LEVELS AND SOCIAL MEDIA USAGE

Özlem İNAN
Kastamonu University
Institute for Social Sciences
Department of Educational Sciences

Supervisor: Assoc. Prof. Dr. Ergün RECEPOĞLU

Education is that a nation or a free, independent, glorious, as a high community lives; or leave to bondage and misery. Education is one of the lifeblood of a society. Initial education starts with the interaction between parents and children in the family and continues with the student's teacher and school environmental interaction during the school process. The assurance of the future is based on a solid foundation of education and the education is based on the teacher. Teachers evolve by being influenced by the circumstances of their time. Today, the most important tool of interaction is social media. According to 2019 data, individual daily internet usage is 6 hours 42 minutes, social daily world usage is 3 hours 16 minutes on an individual basis and the total number of social media users is over 3.5 billion. Teachers are exposed to this intense interaction of social media. Therefore, there is a relationship between interaction with social media and media and teachers 'psychological capital levels and differences in teachers' psychological capital levels.

No study has been found that directly reveals the relationship between teachers' psychological capital levels and their use of social media. When the literature is examined, it should be determined whether the psychological capital levels of teachers and their use of social media differ according to the demographic characteristics of the teachers. In addition, if there is a relationship between teachers' psychological capital levels and their use of social media, the direction of this relationship should be determined. The research was carried out in order to eliminate these problems in the literature and the relationship between teachers' psychological capital levels and their use of social media was examined.

The research is published on September 6, 2019 "National Education Statistics Formal Education" Formal Education in the 2018-2019 broadcast year for Turkey in general education teachers are a total of 1,077,307. As the sample of our study, 581 teachers were determined by convenience sampling method, and face-to-face questionnaire application was carried out. The questionnaire consists of three parts, the first part includes demographic characteristics, the second part the positive psychological capital scale, and the third part the social media scale.

As a result of the study, it was found that there is a strong and positive correlation (Pearson correlation coefficient 0.756) between teachers' psychological capital levels and their use of social media; It has been determined that 57% of the variance in psychological capital is due to the use of social media. The regression equation for the simple linear relationship between variables is "Psychological capital = 0.607 + 0.501 (social media usage)". Another result is that teachers' psychological capital levels and social media usage levels differ according to their demographic characteristics.

Keywords: Psychological Capital, Social Media, Teacher

2021, 148 pages
Science Code:10204, 10209

İÇİNDEKİLER

Sayfa

ÖNSÖZ ... **iii**

ÖZET ... **v**

ABSTRACT ... **vii**

İÇİNDEKİLER ... **ix**

TABLOLAR VE ŞEKİL DİZİNİ ... **xi**

GRAFİKLER DİZİNİ ... **xiii**

SİMGELER VE KISALTMALAR DİZİNİ ... **xiv**

1. GİRİŞ ... **1**

1.1. Problem Durumu ... 1

1.2. Araştırmanın Amacı ... 8

1.3. Araştırmanın Alt Problem ve Hipotezleri ... 8

1.4. Araştırmanın Önemi ... 9

1.5. Araştırmanın Varsayımları ... 11

1.6. Araştırmanın Kapsam ve Sınırlığı ... 11

2. KURAMSAL ÇERÇEVE ... **12**

2.1. Psikolojik Sermaye Kavramının Gelişimi ... 12

2.2. Psikolojik Sermaye ... 14

2.3. Psikolojik Sermaye Bileşenleri ... 15

2.3.1. Özyeterlilik ... 15
2.3.2. Dayanıklılık ... 17
2.3.3. İyimserlik ... 19
2.3.4. Umut ... 22
2.3.5. Güven ... 25
2.3.6. Dışadönüklük ... 28

2.4. Sosyal Medya Kavramı ... 30

2.4.1. Sosyal Medya Uygulamaları ve Özelikleri ... 37
2.4.1.1. Facebook ... 37
2.4.1.2. Twitter ... 39
2.4.1.3. İnstagram ... 41
2.4.2. Sosyal Ağ Siteleri ... 42
2.4.3. Bloglar ... 44
2.4.4. Mikro Bloglar ... 44
2.4.5. İçerik Paylaşım Siteleri ... 45
2.4.6. Wikiler ... 47
2.4.7. Sosyal Medya İmleme Siteleri ... 48

2.4.8. Podcastlar 49
2.4.9. Forum 50
2.5. Sosyal Medya Kullanım Sıklığı 50
2.6. Sosyal Medyanın Bireysel ve Toplumsal Etkisi 54
2.7. Psikolojik Sermaye ile Sosyal Medya Kullanımı İlişkisi 56
3. ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ 59
3.1. Araştırma Modeli 59
3.2. Çalışma Grubu 61
3.3. Veri Toplama Yöntemi 62
3.3.1. Pozitif Psikolojik Sermaye Ölçeği 63
3.3.1.1. Psikolojik Sermaye Ölçeğinin Güvenilirlik ve Yapısal Geçerlilik Analizi 64
3.3.2. Sosyal Medya Ölçeği 66
3.3.2.1. Sosyal Medya Ölçeği Güvenilirlik ve Yapısal Geçerlilik Analizi 67
3.4. Verilerin Analizi 69
4. ARAŞTIRMA BULGULARI VE YORUM 71
4.1. Araştırmaya Katılanların Sosyo-Demografik Özellikleri 71
4.2. Hipotezlerin Test Edilmesi 78
5. TARTIŞMA VE SONUÇ 100
6. ÖNERİLER 110
6.1. Öğretmenlere Öneriler 111
6.2. Yöneticilere ve Politika Yapıcılara 111
KAYNAKÇA 112
EKLER 132
EK 1. Psikolojik Sermaye KFA 132
EK 2. Sosyal Medya KFA 133
EK 3. Anket Uygulama İzin Belgesi 134
EK 4. Onaylanmış Anket 135
EK 5. E-posta İle Ölçek İzni-1 139
EK 6. E-posta İle Ölçek İzni-2 140
EK 6. E-posta İle Ölçek İzni-3 141

TABLOLAR VE ŞEKİL DİZİNİ

Tablo 1.1. Hipotezlerin analizinde kullanılan istatiksel analizler 9
Tablo 2.1. 2019 yılı Facebook'ta paylaşım yapan aktif kullanıcı sayıları (Kemp, 2019) 39
Tablo 2.2. 2019 yılı Twitter'da paylaşım yapan aktif kullanıcı sayıları (Kemp, 2019) 40
Tablo 2.3. 2019 yılı İnstagram'da paylaşım yapan aktif kullanıcı sayıları (Kemp, 2019) 42
Tablo 3.1. Sosyo-Demografik özellikler 61
Tablo 3.2. Ölçeklerin hazırlanmasında yararlanılan kaynaklar 62
Tablo 3.3. Doğrulayıcı Faktör Analizi Modeli Uyum İndeksleri (Tösten, 2015) ..... **Error! Bookmark not defined.**
Tablo 3.4. Öğretmenlerin psikolojik sermaye düzeylerine ilişkin ifadelerin betimleyici istatistik sonuçları 64
Tablo 3.5. KMO Değerleri Değerlendirilmesi 65
Tablo 3.6. Psikolojik Sermaye ölçeğine İlişkin KMO ve Bartlett Testi 65
Tablo 3.7. Psikolojik Sermaye ölçeği KFA sonuçları **Error! Bookmark not defined.**
Tablo 3.8. Psikolojik sermaye ölçeğine ait faktörlerin normallik analizi 66
Tablo 3.9. Araştırma sonucu KMO ve Bartlett Testi 67
Tablo 3.10. Öğretmenlerin sosyal medya kullanımlarına ilişkin ifadelerin betimleyici istatistik sonuçları 67
Tablo 3.11. Sosyal medya kullanım ölçeğine İlişkin KMO ve Bartlett Testi 69
Tablo 3.12. Sosyal medya kullanım ölçeği KFA sonuçları ..... **Error! Bookmark not defined.**
Tablo 3.13. Sosyal medya kullanım ölçeğine ait faktörlerin normallik analizi 69
Tablo 4.1. Öğretmenlerin mesleklerine yönelik farklılıkları 71
Tablo 4.2. Öğretmenlerin sosyal medya ve araçlarına yönelik durumları 72
Tablo 4.3. Öğretmenlerin medya kullanım durumları 73
Tablo 4.4. Öğretmenlerin etkinliklerinin sıklıkları 73
Tablo 4.5. Öğretmenlerin internet kullanma nedenleri 74
Tablo 4.6. Öğretmenlerin sosyal medyada mecra kullanım durumları 75
Tablo 4.7. Öğretmenlerin sosyal medyada eylemlere göre etkileşim durumları 76
Tablo 4.8. Öğretmenlerin sosyal medyaya ilişkin ifadelere katılım durumları 77
Tablo 4.9. Öğretmenlerin cinsiyetlerine göre faktörlerin ortalamalarının t-testi sonuçları 78
Tablo 4.10. Öğretmenlerin medeni durumlarına göre faktörlerin ortalamalarının t-testi sonuçları 79
Tablo 4.11. Öğretmenlerin bakmakla yükümlü oldukları yakınları olma durumlarına göre faktörlerin ortalamalarının t-testi sonuçları 80
Tablo 4.12. Öğretmenlerin mezun oldukları fakültelere göre sosyal etkileşim faktörü ortalamalarının t-testi sonuçları 81
Tablo 4.13. Faktörlere göre öğretmenlerin yaşına ilişkin bazı istatistikler ve tek faktörlü varyans analizi 81
Tablo 4.14. Faktörlere göre eş çalışma durumuna ilişkin bazı istatistikler ve tek faktörlü varyans analizi ..... **Error! Bookmark not defined.**

Tablo 4.15. Faktörlere göre çocuk sayısına ilişkin bazı istatistikler ve tek faktörlü varyans analizi..... 83
Tablo 4.16. Faktörlere göre en küçük çocuk yaşına ilişkin bazı istatistikler ve tek faktörlü varyans analizi..... 85
Tablo 4.17. Güven faktörüne göre öğretmenlerin branşlarına ilişkin bazı istatistikler ve tek faktörlü varyans analizi..... 86
Tablo 4.18. Dışadönüklük faktörüne göre öğretmenlerin branşlarına ilişkin bazı istatistikler ve tek faktörlü varyans analizi..... 87
Tablo 4.19. Sosyal etkileşim faktörüne göre öğretmenlerin branşlarına ilişkin bazı istatistikler ve tek faktörlü varyans analizi..... 88
Tablo 4.20. Kendini ifade etme faktörüne göre öğretmenlerin branşlarına ilişkin bazı istatistikler ve tek faktörlü varyans analizi..... 89
Tablo 4.21. Eğlence faktörüne göre öğretmenlerin branşlarına ilişkin bazı istatistikler ve tek faktörlü varyans analizi..... 90
Tablo 4.22. İyimserlik faktörüne göre öğretmenlerin branşlarına ilişkin bazı istatistikler ve tek faktörlü varyans analizi..... 91
Tablo 4.23. Haberdar olma faktörüne göre öğretmenlerin branşlarına ilişkin bazı istatistikler ve tek faktörlü varyans analizi..... 92
Tablo 4.24. Faktörlere göre öğretmenlerin çalıştıkları okul türlerine ilişkin bazı istatistikler ve tek faktörlü varyans analizi..... 93
Tablo 4.25. Faktörlere göre öğretmenlerin kıdem durumlarına ilişkin bazı istatistikler ve tek faktörlü varyans analizi..... 94
Tablo 4.26. Korelasyon katsayısınn değerlendirilmesi..... **Error! Bookmark not defined.**
Tablo 4.27. Korelasyon analizi için tanımlayıcı istatistikler (n=581)..... 96
Tablo 4.28. Boyutlar arasındaki çoklu korelasyon analizi sonuçları..... 97
Tablo 4.29. Değişkenler arasındaki basit korelasyon analizi sonuçları..... 98
Tablo 4.30. Değişkenler arasındaki basit regresyon analizi sonuçları..... 99
Tablo 4.31. Araştırma hipotez sonuçlarının özet sunumu..... 99

Şekil 3.1. Araştırma modeli..... 60

GRAFİKLER DİZİNİ

Grafik 2.1. 2016 yılı internet kullanım oranı 34
Grafik 2.2. 2017 yılı internet kullanım oranı 35
Grafik 2.3. İnternet kullanım oranları (TÜİK, 2018) 36
Grafik 2.4. Yıllara göre internet ve sosyal medya kullanım ilişkisi (Ayvaz, 2016, 2017; Salih, 2018; Bayrak, 2019) 36
Grafik 2.5. Her çeşit içeriği internet üzerinden her ay tüketen internet kullanıcılarının yüzdesi (Kemp, 2019) 46
Grafik 2.6. Dünya geneli yıllara göre internet ve sosyal medya kullanıcı sayıları (Kemp, 2019) 51
Grafik 2.7. 2018 yılı ülkelere göre sosyal medya kullanım oranları (Kemp, 2018) .. 52
Grafik 2.8. 2019 yılı ülkelere göre sosyal medya kullanım oranları (Kemp, 2019) .. 52
Grafik 2.9. 2018 yılı dünya geneli aylık aktif kullanıcı sayıları (Kemp, 2018) 53
Grafik 2.10. 2019 yılı dünya geneli aylık aktif kullanıcı sayıları (Kemp, 2019) 54

SİMGELER VE KISALTMALAR DİZİNİ

ANOVA	: Varyans Analizi
f	: Frekans
DW	: Durbin-Watson
KFA	: Keşfedici Faktör Analizi
KMO	: Kaiser Meyer Olkin
MEB	: Milli Eğitim Bakanlığı
n	: Örneklem Büyüklüğü
p	: Önem/Anlamlılık Değeri
SPSS	: Statistical Package for the Social Sciences" İstatistik Programı
ss	: Standart Sapma
t	: t testi için
t Değeri	: Örneklem Puanlarının Aritmetik Ortalaması
TÜİK	: Türkiye İstatistik Kurumu
%	: Yüzde Değeri
$\bar{x}$	: Aritmetik Ortalama

1. GİRİŞ

Araştırmanın bu kısmında araştırmada yer alan problem durumu, araştırmanın amacı, alt problemler, önemi, varsayımları, kapsam ve sınırlığı belirtilmektedir.

1.1. Problem Durumu

Pozitif psikoloji ortaya yeni çıkmış bir kavram olmasına rağmen bu alanda yapılan çalışmalar her geçen gün artış göstermektedir. Pozitif psikoloji kavramı bireyin iyilik durumu veya mutluluğun akademik tanımı olarak açıklanan bireyin iyimser hali, psikolojik dayanıklılık gibi kavramlarla akademisyenlerin ilgisini çekerek popüler olmuştur. Myres 2000'li yıllarda mutluluk kavramı üzerinde kırktan fazla ülkede yaklaşık olarak 1,2 milyon bireyin katılımıyla yaptığı çalışmadan uyarladığı ölçekten çıkan sonuçlara göre; katılan bireylerin büyük bir kısmının mutlu oldukları diğer bireylerinse mutsuz seçeneğinden daha fazla mutlu seçeneğine yatkın olduklarını tespit etmiştir. Myres öte yandan pozitif olan bireyler ve depresif olan bireyler ile karşılaştırma yapmış; pozitif olanların mutlu, eğlenceli, az hasta olan, daha az bencil, yeni fikirlere açık, yaratıcı ve kararlı oldukları bulgusuna ulaşmıştır (Myres, 2000). Bu açılardan bakıldığında toplumu ayakta tutan ve gelişmelerine yardımcı olan eğitim icracısı öğretmenlerin psikolojik sermaye düzeylerinin tespit edilebilmesi önem kazanmaktadır. Öğretmenlerin psikolojik sermaye düzeylerini ölçebilmek için olumlu kuramsal davranış şekli olarakta bilinen pozitif psikoloji tüm boyutlarıyla ele alınmalıdır.

Olumlu kurumsal davranış şekli, kişilerin verimliliklerinin artmasına yönelik iyimser, güven, dışadönüklük ve dayanıklılık kavramlarından oluşan olumlu psikolojik düşünce konusuna dikkat çekmektedir (Lionel, 1971). Bireylerin psikolojik sermaye konusu genellikle kurumsal sektörlerde uygulanan olumlu psikolojideki yöntem ve çalışmalardan ortaya çıkmıştır. Pozitif psikolojiyi kurumsal ortama taşıyan olumlu kurumsal davranış, bireylerin özellikle verimliliği yüksek taraflarının geliştirilmesi, yönetilmesi ve ortaya çıkarılması yaklaşımına odaklanmaktadır (Seligman ve Csikszentmihalyi, 2014).

Yaşam tatmini ve olumlu psikolojik sermaye üzerine yapılmış olan farklı çalışmalarda ise bireyin umut, keyif, merak, sevgi, saygı gibi özelliklerinin yaşam tatmini ile çok yakından ilgili olduğu ortaya konmuştur (Diener, 2001; Recepoğlu ve Recepoğlu, 2016). Bireysel iyi olma durumunun ise bireye yapabileceklerini fark ettirme ile bağlantılı olup psikolojik açıdan bireyin iyilik durumu, psikolojik durumu, yeterlilik, özgüven, bir yere ait olma duygusu ve hayatını sürdürebilmesi için hedefe sahip olma arasında pozitif bir bağlantı görülmektedir (Fava ve Ruini, 2003). İyimserlik konusu olumlu psikoloji yanında tekrar popülerleşen konulardan biri olmaktadır. Bireyin iyimserlik durumu; mutluluk, kazanma, sağlıklı olmaları arasında pozitif bir bağlantı bulgulanmıştır (Cowen ve Kilmer, 2002).

Ülkemizde direkt olarak olumlu psikoloji üzerinde yapılan çalışmalara rastlamakla birlikte düşük kişilik seviyeleri, bireylerde saldırganlık, bireylerde kaygı gibi sorun olan konular yerine, bireyleri daha mutlu ve dayanıklı kılan psikolojik kuvvetlilik ve bireyin iyilik durumu gibi konular Türkiye'deki araştırmalarda da hız kazanmaya başlamıştır. Psikolojik güçlülük (Terzi, 2016), iyimserlik (Türküm, 2006), umut (Akman ve Korkut, 1993), özgüven (Yetim, 2003), güven (Gençöz, Özlale ve Lennon, 2004), dışadönüklük (Budak ve Mocan, 2005) gibi konularda yapılmış araştırmalar bulunmaktadır.

Bireysel tükenmişlik ve duygusal zekâ etkileşiminde psikolojik sermayenin aracılık etkisinin olduğu görülmektedir. Bireysel tükenmişlik duygusal zekâdan dolaylı ya da doğrudan nedenlerle etkilenmektedir. Duygusal zekâları diğerlerine göre daha yüksek skorlardaki kişiler duyguları kullanmak ve yönetmek konusunda daha fazla yeteneğe sahip olduğundan zor şartlarla stres durumlarında açığa çıkan istek ya da etkileri effektif olarak yönetebilmektedirler. Bulgular Tai (2011) ve Chan'in (2006) sonuçları ile uyumludur. Ayrıca örgütsel destekle bileşenleri arasında mevcut etkileşimde psikoljik sermaye kısmi aracı konumundadır. Örgütsel destek, örgütsel bağlılığı pozitif yönlü etkilemektedir. Bulgular Eisenberger ve arkadaşları (2001) ile Aselage ve Eisenberger'in (2003) araştırmalarında da görülmektedir. Araştırmanın psikolojik sermaye ve bileşenlerinin öncülü olarak algılanan örgütsel destekle alakalı araştırmalardaysa tükenmişlik, performans ve duygusal bağlılık boyutları arasında yer alan etkileşimler değerlendirilmiştir. Yapılan çalışmalar, umut ve diğer

bileşenlerin başarıyı yorumlamada güçlü bir kişilik özelliği olduğunu vurgulamaktadır (Snyder, 1995). Bu nedenle bireylerin toplum içindeki düzeyi arttıkça umudun birey başarısına paralel olarak olumlu veya olumsuz yönde katkı yaptığı gözlemlenmiştir (Snyder, 2002).

Umutla ilgili yapılan çalışmalar; umut düzeyinin, kişisel olarak hayat başarısının, akademik başarının ve spor başarısının, bedensel sağlık ve ruh sağlığı ile bağlantılı olduğunu göstermektedirler (Snyder vd., 2002; Recepoğlu, 2015). Ayrıca Snyder vd. (2000) yapmış oldukları araştırmalarda umutlu kişilerin psikolojik sıkıntılarını önlemede ve bireylerin psikolojik dayanıklılıklarını artırmada hassas bir rol üstlendiğini belirtmektedirler. Ayrıca umudun kişiler üzerinde savunmacı ve engelleyici yönü; sıkıntılar belirmeden önceki ve sonraki zaman ve süreç içerisinde sıkıntıların azalmasında önemli bir etkiye sahip olduğu tespit edilmiştir. Yine yapılan araştırmalarda başarının ana dürtüsü yanında yüksek umut seviyeleri ve bireyin iyilik ve benlik durumunun yükseldiği belirtilmiştir (Snyder, 2002).

Çalışkan ve Erim (2010) araştırmalarında umut kavramının bireylerin tükenmişliği üzerinde pozitif etki yaptığını, işte verimlilik yönünü olumlu yönde etkilediğini, çalışan bireylerin umudunun arttıkça tükenmişlik durumlarının gerilediğini ve bireylerin yaptıkları işe kendini verme isteklerinin arttığını tespit etmişlerdir. Akçay'a (2012) göre umut kavramıyla iş tatmin arasında etkili ve olumlu ilişki vardır. Özyılmaz'a (2012) göre de umut kavramı ile bireylerin iş verimliliği ve kurumsal vatandaşlık davranışları arasında olumlu yönde ve anlamlı ilişkiye rastlamıştır.

Umut bireyin yaşantısına yön veren önemli bir düşünce şeklidir. Bu düşünce şeklinin kişilerin hayatlarında küçük yaşlarda oluşturulduğunu hesap edersek, kişiler üzerinde yapılan araştırmalar büyük önem taşımaktadır. Bu manada umutlu düşünce şeklinin geliştirilip ve gelecek dönemlerdeki kuşaklara kazandırılması çok büyük önem arz etmektir. Bu şekilde gelecek kuşaklar gerçek hayata daha hazırlıklı hale gelecektir. Ayrıca ülkemizde umut kavramı ile ilgili araştırmaları incelediğimiz zaman toplumun her yaş ve her kesiminde çalışmalar yapıldığı görülmektedir (Akman ve Korkut, 1993). Bu sebepten dolayıdır ki araştırmaların gerçekleştirilebilmesi

amacıyla bir umut ölçeği gerekli görülmüştür. Bundan dolayı Snyder ve diğerlerinin "Kişilerde Umut Ölçeği" Türkçeye uyarlanmıştır. Uyarlanan ölçekle birlikte kişilerin umut seviyelerinin; kişilerin cinsiyeti, grup içerisindeki seviyesine göre farklılık gösterip göstermediği incelenmiştir (Akman ve Korkut, 1993).

Pozitif psikoloji bileşenlerinden olan iyimserlik, bireylerin amaçlarına ulaşmaları için çaba sarf etmeleri ve bu hedef için ısrarcı davranmaları yönünde hayatları boyunca başlarına iyi olayların geleceğine yönelik genellenmiş bir beklenti yönünde ifade edilmiştir (Gable ve Haidt, 2005). Literatürde iyimser düşünce kavramının bireyleri çalışma hayatlarında daha fazla çalışmaya teşvik eden, daha doyurucu, güçlükler karşısında daha kararlı, fiziki ve duygu yönünden daha aktif hale getirdiğini gösteren çalışmaların arttığı görülmektedir (Linley, Joseph, Harrington ve Wood, 2006).

Çalışma hayatında iyimser düşünce bakış açısına sahip olan bireylerin pozitif etkisini gösteren Seligman ve Shulman'ın satış danışmanlığı görevi yapan bireyler üzerinde yaptıkları araştırmada, iyimser düşünce bakış açılarına sahip olan bireylerin satış yapma oranlarının ve verimliliklerinin daha fazla olduğu tespit edilmiştir. Kötümser düşünceye sahip olan bireylerin ise iyimser düşünceye sahip olanlara oranla istifa etme olasılıklarının daha yüksek olduğu sonucuna ulaşılmıştır (Seligman ve Schulman, 1986). Kişilerin özyeterlilikleri ile işe yaklaşımları arasındaki ilişki araştırıldığı zaman yapılan çalışmalarda öz-yeterlilik ve iş doyumu seviyelerinin arasında anlamlı-olumlu bir ilişkinin varlığı bulgulanmıştır (Luthans, Avey, Avolio ve Peterson, 2010). Jensen ve Luthans (2006) grup kurucusu bireylerin iyimserlik seviyeleri ile kurucuların kendi özyeterlilikleri arasında anlamlı bir ilişki tespit etmişlerdir. Ayrıca araştırmalar özyeterlilik ile özümseme arasında da anlamlı bir ilişki olduğunu kanıtlamaktadır (Babalola, 2009; Cromer, 2010). Özyeterlilikle bu kontrolün odak noktası girişkenlik ve yenilikçilik davranışları arasında pozitif yönlü sonuçlar tespit edilmiştir (Erkuş ve Fındıklı, 2010). Akçay (2012) ise özyeterlilik ve kurumsal ve mesleki kişilik arasında ilişki olduğunu yapmış olduğu çalışmada belirtmektedir. Özyılmaz (2012) özyeterlilikle iş tatmini ve kişisel toplumdaşlık arasında çift yönlü anlamlı, pozitif ilişkinin varlığını tespit etmiştir. Sonuç olarak araştırmalar özyeterliliğin birçok faktörle çift yönlü bir ilişki içerisinde olduğunu belirtmektedir.

Öğretmenlerin psikolojik sermaye düzeylerinin tespiti sadece olumlu psikolojik farklılıkları ortaya koyabilecektir. Öğretmenlerin çağın iletişim araçları ile popüler hale gelen uygulama, platform, siteler vb. ile etkileşimlerininde öğretmenlerin kendi mevcut durumlarını algılamaları ve yöneticilerin, öğretmenlerin bu mevcut durumuna göre birtakım yönetimsel değişiklik yapma gereksinimleri öneme haizdir. Yukarıdaki paragraflarda belirtilen psikolojik sermaye alt boyutlarının sosyal medya kullanımı ile birlikte ele alınması bu açıdan daha doğru olacaktır. Öğretmenlerin sosyal medya kullanımlarını anlamak için sosyal medya ile nelerin kastedildiğinin belirlenmesi ve hangi sınırlar içerisindeki faaliyetlerin sosyal medya ile etkileşim olarak sayılabileceği belirlenmelidir. Bu nedenle aşağıda sosyal medya ve sınırları belirtilmektedir.

Sosyal iletişim ortamları, sosyal ağ teknolojilerinin gelişmesi sayesinde bireylerin birbirleriyle iletişim ve etkileşimlerini sağlayan uygulamalar ve hizmetlerin tamamıdır (Boyd, 2007). Farklı deyişle sosyal iletişim ortamları büyük bir ürün çeşitliliğini içeren aktif ortamların bulunduğu üyelerin birbirleri arasında iletişim, etkileşim ve işbirliği içerisinde kullanmalarına izin veren sosyal uygulama sitelerini içine alan umumi bir tanımdır (Bryer, 2011). Sosyal iletişim ortamlarının blog siteleri mikroblog siteleri sosyal iletişim ağları, ses, video, fotoğraf paylaşım ortamları, bireylerin oyun oynadıkları çevrim içi oyun siteleri gibi çok farklı içerik paylaşım siteleri vardır (Lenhart, 2010). Sosyal iletişim ortam uygulamaları içinde yer alan sosyal ağ ortamları ve üyelerin kendilerine ait sayfa oluşturmaları ve içerikleri görüntülemeleri diğer kullanıcılar ile sesli görüntülü ya da mesaj yoluyla iletişim kurmalarını sağlamakta ve mevcut bağlantılarının devamını sağlamaktadır (Ellison, Steinfield ve Lampe, 2007). Teknolojinin gelişmesi ve bireylerin sosyal iletişim ortamlarını içeren sosyal ağ mecraları teknolojinin getirdiği internet hizmetleri sayesinde en çok gelişen alandır (Labus ve Despotović, 2012). Myspace.com, LinkedIn.com, Twitter.com, Facebook.com bireyler -özellikle gençler- tarafından etkin olarak kullanılan sosyal paylaşım ortamlarıdır (Chen , 2012).

Sosyal iletişim ortamları büyüklük ve cinsleri yönünden farklılıklar göstermektedir (Laure, 1997). Küçük, aynı cinsten standart çalışma takımları ve ilçe türlerindeki yerlerde yaşamını sürdüren bireylerin oluşturdukları ağlardır. Bu ağlar var olma

nedenlerini koruma konusunda tutucudurlar. Büyük sosyal medya örgütleriyse daha karışıktır ve örgüt mensuplarının özellikleri yönünden homojen olmayan bir yapıya sahiptirler (Lea, 2006). Sosyal medya platformlarına artan ivmeli bir talebin olduğu görülmektedir. Bu şekilde sosyal medya ortamları hem olgun bireyler hem de genç bireyler ile değerini artırmaktadır. Bu seviyede sosyal medya ortamlarının sayısal verilerini incelediğimiz zaman çok büyük önemi olan rakamlar karşımıza çıkmaktadır (Lenhart, 2007):

- ✓ Üniversiteler de okuyan öğrencilerin %80 den fazlasının ve 18 yaşına kadar olanların %55'i sosyal medya iletişim aracı kullanmaktadır.
- ✓ 12 yaşından büyük ve 20 yaşından küçük olan bireylerin %28'inin blogu bulunmaktadır.
- ✓ Sosyal medya üyelerinin %29'unun paylaşımları etiketlenmiştir.
- ✓ Sosyal ağ siteleri üyelerinin %49'u Youtube gibi içerik paylaşım sitesi kullanmaktadır.

Soysal paylaşım ortamları günlük yaşantılarımızın niteliğini artırmaktadır. Sosyal paylaşım ortamları sayesinde yaşantılarımız gün geçtikçe araştırılan, paylaşılan ve öğrenilebilen bir mecra olmaktadır (Eijkman, 2009). Bu hususta sosyal paylaşım ortamlarında bireylerin özel hayat çizgilerini sorgulamalarını karşımıza çıkarmaktadır. Yalnız tartışmaya açık olan bu konu sosyal paylaşım ortamlarına olan ilgileri kısmi olarak düşürmektedir.

Sosyal paylaşım ortamlarına olan ilgi her gün artmaktadır. Dünya genelinde üyeler artık daha çok süreyle sosyal iletişim mecralarında vakit geçirmektedir. ComScore'un 2011 yılının başlarında yaptığı çalışmalar da bunu destekler niteliktedir. Ülkelere göre üyelerin sosyal paylaşım ortamlarında ne kadar süre harcadıkları görülmektedir. Bu çalışmaya göre aylık 10,7 saat üzerinde birinci sırada İsrail ve 10,3 üzerinde ortalama ile ikinci sırada Rusya yer almaktadır. Ülkemizin de bu sıralamada üst sıralarda olması dikkati çekmektedir. Bu sonuca göre ülkemizdeki bireyler ayda 7,8 saatini sosyal medya ortamlarında geçirmektedir. Bu ortalama ile ülkemiz 5'inci sırada yer almaktadır. (Cross, 2004). 2019 yılında yapılan başka bir araştırmaya göre ise günlük internet kullanımı en fazla olan ülkeler sırasıyla 10 saat 2

dakika ile Filipinler, 9 saat 29 dakika ile Brezilya ve 9 saat 11 dakika kullanım ile Tayland'dır. Yapılan bu araştırmaya göre dünya ortalaması 6 saat 42 dakika olarak gerçekleşirken Türkiye 7 saat 15 dakika kullanım ile 14'üncü sıradadır (Kemp, 2019).

Facebook, sosyal iletişim ortamları içerinde en ön planda olandır. Facebook'un ön plana çıkmasının en önemli nedeni kendini sürekli yenilemesi ve güncelleme ile kullanıcılarına sunduğu imkânlardır (Boyd, 2007). Facebook, üyelerinin ilk başlangıçta kendi sayfalarını oluşturmasına, aynı düşünce ve meslek sahibi olan bireylerin kendi aralarında grup açma ve takip etmesine izin vermektedir (Chen , 2012). Facebook'un ana özelliklerinin haricinde kullanıcılarına bildirim, mesaj, etkinlik ve bireylerin zaman geçirmesi için oyun gibi farklı özelikleri rekabet avantajı oluşturmaktadır. Facebook sürekli olarak gelişimin ve teknolojinin ilerlemesi ve bireylerin ihtiyaçlarına yönelik güncellemeler ekler ve hizmetler getirmesiyle ülkemizde en çok kullanılan sosyal medya uygulamaları içerisinde yer almaktadır (Labus ve Despotović, 2012).

Ülkemizde 2010 yılının başında yapılan bir araştırmada çevrimiçi olarak çalışmaları gösteren sivil toplum kuruluşlarının sosyal iletişim ortamını kullanım seviyelerini Facebook ve Twitter üzerinde değerlendirmiştir. Araştırma sonuçlarına göre alışılmış medya ile eş güdümlü olarak yürütülen çalışmalarda sosyal iletişim ortamlarının sağladığı iki yönlü simetrik ilişkiler modeline uygun sonuçların amaçlandığı ancak bu sonuçlara tamamen ulaşılamadığı belirtilmiştir (Onat, 2010).

İncelenen çalışmaların öğretmenlerin psikolojik sermaye düzeyleri ile sosyal medya kullanımları arasındaki ilişkiyi doğrudan ortaya koymadıkları tespit edilmiştir. Bu araştırmalar incelendiğinde öğretmenlerin demografik özelliklerine göre psikolojik sermaye düzeyleri ile sosyal medya kullanımlarının farklılaşıp farklılaşmadığı tespit edilmelidir. Yine öğretmenlerin psikolojik sermaye düzeyleri ile sosyal medya kullanımları arasında ilişki olup olmadığı anlaşılmalıdır. Bu eksikliklerin alan yazınında olmadığı anlaşılmaktadır. Belirtilen eksiklikler birer problem olarak karşımıza çıkmaktadır. Araştırma alan yazındaki bu problemleri ortadan

kaldırabilmek amacıyla bu çalışmada öğretmenlerin psikolojik sermaye düzeyleri ile sosyal medya kullanımları arasındaki ilişki incelenmiştir.

1.2. Araştırmanın Amacı

Bu araştırmanın amacı, öğretmenlerin psikolojik sermayeleri ile sosyal medya kullanım sıklıkları arasında ilişkinin olup olmadığı, ilişki mevcut ise ilişkinin yönünün tespiti, öğretmenlerin psikolojik sermaye düzeylerinin ve sosyal medya kullanım sıklıklarının demografik özelliklere göre farklılaşıp farklılaşmadığının tespit edilmesidir. Bu amaç ekseninde aşağıda yer alan alt problem ve hipotezlere yönelik cevaplar araştırılmıştır.

1.3. Araştırmanın Alt Problem ve Hipotezleri

1) Öğretmenlerin psikolojik sermayeleri ne düzeydedir?

2) Öğretmenlerin psikolojik sermaye düzeyleri

a) Cinsiyet
b) Yaş
c) Medeni durum
d) Öğrenim durumu
e) Branş
f) Mezun olunan bölüm
g) Çalışılan okul türü
h) Okulun günlük mesai tanzimine göre farklılaşmakta mıdır?

3) Öğretmenlerin sosyal medya kullanım sıklıkları ne düzeydedir?

4) Öğretmenlerin sosyal medya kullanım düzeyleri

a) Cinsiyet
b) Yaş
c) Medeni durum
d) Öğrenim durumu
e) Branş

f) Mezun olunan bölüm
g) Çalışılan okul türü
h) Okulun günlük mesai tanzimine göre farklılaşmakta mıdır?

5) Öğretmenlerin psikolojik sermayeleri ile sosyal medya kullanımları arasında anlamlı bir ilişki var mıdır?

6) Öğretmenlerin sosyal medya kullanımları psikolojik sermaye düzeylerinin anlamlı bir yordayıcısı mıdır?

Yukarıda yer alan araştırma sorunları kapsamında elde edilen verilerle alt problemlere cevap verebilmek amacıyla dört adet hipotez geliştirilmiş olup aşağıda hipotezler ve analiz yöntemleri görülmektedir.

1. H_1: Öğretmenlerin psikolojik sermaye düzeyleri demografik özelliklere göre farklılaşmaktadır.
2. H_1: Öğretmenlerin sosyal medya kullanım düzeyleri demografik özelliklere göre farklılaşmaktadır.
3. H_1: Öğretmenlerin psikolojik sermaye düzeyleri ile sosyal medya kullanımları arasında anlamlı bir ilişki vardır.
4. H_1: Öğretmenlerin sosyal medya kullanımları psikolojik sermaye düzeylerinin anlamlı bir yordayıcısıdır.

Tablo 1.1. Hipotezlerin analizinde kullanılan istatiksel analizler

Araştırma Hipotezleri	İstatistiksel Analizler
1. H_1: Öğretmenlerin psikolojik sermaye düzeyleri demografik özelliklere göre farklılaşmaktadır.	T-testi/One Way Anova
2. H_1: Öğretmenlerin sosyal medya kullanım düzeyleri demografik özelliklere göre farklılaşmaktadır.	T-testi/One Way Anova
3. H_1: Öğretmenlerin psikolojik sermaye düzeyleri ile sosyal medya kullanımları arasında anlamlı bir ilişki vardır.	Korelasyon Analizi
4. H_1: Öğretmenlerin sosyal medya kullanımları psikolojik sermaye düzeylerinin anlamlı bir yordayıcısıdır.	Regresyon Analizi

1.4. Araştırmanın Önemi

Günümüzde sosyal medya palatformları internetin yaygınlaşması ile artan bir ivmeyle çeşitlenmektedir. Bu arz döngüsü insanların bu platformlara olan

taleplerinden kaynaklanmaktadır. Yılın herhangi bir gününde herhangi bir saatinde ya da herhangi bir saniyesinde sosyal medya kullanıcıları bu platformlara girerek bu platformlarda iz bırakabilmekte ve platformlardaki içeriklerden faydalanabilmektedirler. Hatta içerik üretimi/tüketimi o kadar yaygınlaşmıştır ki dünya üzerindeki herhangi biri bu aktiviteyi herhangi bir zamanda gerçekleştirebilir hale gelmiştir. Eskinin yüz yüze temasa dayanan ilişkileri, günümüzde yerini sosyal medya platformları aracılığıyla cihazdan cihaza iletişime dönmektedir. Bu dönüşümden öğretmenlerde gerek dış çevre etkisiyle gerekse içsel dürtüleri nedeniyle etkilenmiş ve bu arz-talep ilişkisinde kendilerine düşen payı almışlardır.

Psikolojik sermaye bireyin olumlu duygulanım durumlarından birisi olarak görülmektedir. Psikolojik sermaye düzeyleri yüksek olan bireylerin bireysel üretkenlik, sosyal iletişim, meraklanım gibi yaşam sürecinde pozitif etkiye sahip boyutlar üzerinde olumlu etkiye sahip olduğu kabul edilmektedir. Kendi dünyalarında birer birey durumunda olan öğretmenler okul ortamında ya da eğitim hizmetini yerine getirdiklerinde grubun bir parçası hatta çoğu zaman grubu aydınlatan olarak görülmektedir. Böylece eğitim, öğretim kavramlarının anlam bulabilmesi öğretmenlerin psikolojik sermaye düzeylerinin yüksek olmasıyla ilişkilidir. Asli görevlerin yerine getirilmesiyle birlikte bireysel ya da kurumsal ihtiyaçların karşılanması açısından öğretmenler internet tabanlı sosyal medya platformlarına yönelmişlerdir. Dolayısıyla öğretmenler de sosyal medya platformlarında içerik üreten, kullanan ve eviren durumuna gelmişlerdir.

Öğretmenlerin sosyal medya kullanımları ile psikolojik sermayeleri arasında doğrudan bir ilişki olduğu fark edilen bir gerçektir. Literatür tarandığı zaman öğretmenlerin psikolojik sermayeleri üzerine yapılmış araştırmaların kısıtlı olduğu görülmektedir. Özellikle sosyal medya kullanım sıklıklarının tespiti ile psikolojik sermayelerinin birlikte ele alındığı çalışma olmadığı görülmektedir. Bu araştırma literatüre belirtilen hususlarda katkı sağlayacak ve bir takım yeni kavramların oluşmasına öncülük edecektir. Ayrıca bu alanda çalışmak isteyen araştırmacıların yararlanacağı sonuçlara ulaşabileceği düşünülmektedir. Türkiye geneli toplam 1 077 307 öğretmen bulunmaktadır. Öğretmenlerin psikolojik sermaye düzeylerinin, sosyal medya kullanım farklılıklarının ve psikolojik sermaye ile sosyal medya kullanımları

arasındaki ilişkinin belirlenmesi ile araştırma müdürler ve kurum amirlerinin personel odaklı politikaları için yol gösterici olacaktır. Ayrıca öğretmenlerin durumsal farklılıklarının tespiti ile öğretmenlerin çalışma ortamlarındaki grup üyeleri hakkında genel bir farkındalıkları oluşacaktır. Öğretmenlerin, müdürlerin ve kurum amirlerinin bilinç seviyesi artırılarak eğitimin temel fonksiyonlarının paydaşlara uygulanmasında kullanılan politikaların gözden geçirilmesi, gerekiyorsa yeni politikaların oluşturulması için gerekli akademik zemin hazırlanmış olacaktır. Ayrıca araştırma neticesinde elde edilecek bulguların yayımlanması ile de konu hakkındaki literatüre katkı sağlanacağı düşünülmektedir.

1.5. Araştırmanın Varsayımları

Araştırmaya yönelik varsayımlar aşağıdaki gibi sıralanabilir;

1) Öğretmenlerin sosyal medya kullanımları ile psikolojik sermayeleri arasında ilişki olduğu var sayılmıştır.
2) Araştırmaya katılmayı kabul edenlerin araştırma amacı doğrultusunda doğru bilgi verdikleri kabul edilmiştir.
3) Araştırma verilerinin elde edilmesi amacıyla kullanılan ölçeklerin yeterli oldukları var sayılmıştır.

1.6. Araştırmanın Kapsam ve Sınırlığı

Araştırmada veri toplama aracı olarak kullanılan anket için Milli Eğitim Bakanlığının onayı alınmış olup Türkiye geneli en az örneklem sayısında katılımcı araştırmaya dâhil edilmeye çalışılmış olup saha çalışmasında araştırmaya katılan bütün öğretmenlerin anketleri araştırmaya dâhil edilmiştir. Çalışma araştırmacının ekonomik, zamansal ve sosyal açılardan kısıtları olmasından dolayı sadece Türkiye geneli yürütülmüştür. Ayrıca çalışmada elde edilen veriler sadece araştırmaya katılmak isteyen katılımcılardan elde edilmiş olduğundan sonuçlar sadece Türkiye için genellenebilecektir. Demografik özellikler açısından ise uygulanan tek kısıtlılık katılımcıların öğretmen olma şartıdır.

2. KURAMSAL ÇERÇEVE

Bu bölümde araştırma doğrultusunda psikolojik sermaye ve sosyal medya kavramları ile alt boyutları, bu kavramların birbiri ile ilişkileri alt başlıklar şeklinde sunulmuştur.

2.1. Psikolojik Sermaye Kavramının Gelişimi

Psikolojik sermaye bireylerin kim olduklarıyla ve olumlu yönde gelişimleriyle kim olabileceklerini ifade etmektedir (Polatçı, 2014). Psikolojik sermaye birey bazında, gelişme ve bireylerin olumlu yönde performanslarını yükselten psikolojik kaynaklar olarak görülmektedir. Toplumsal seviyede ise başka sermaye çeşitlerine benzer bir yöntemle çalışan etkinliğini artırarak mücadele avantajına etkide bulunan güçlü bir yönetim şeklidir. Bu nedenle gruplar ve çalışanlar yönünden başka sermaye çeşitlerine göre daha çok önem taşımaktadır (Bacon, 2005).

Başlarda genellikle bireylerde tükenmişlik, başarılı olamama, bitkinlik, çaresizlik gibi davranışların yönlerini inceleyen psikoloji bilimi, psikolojik sermaye kavramı ile birlikte çağımız yaşamının sağladığı imkânlar ile bireylerin mutlu bir yaşama ulaşabilmesi üzerinde durmaya başlamıştır (Bacon, 2005; Recepoğlu, 2015). Böylece günümüz toplumlarında psikoloji çalışmaları ekonomik ve sosyal alanları da içine alarak kendine geniş bir çalışma ortamı oluşturmuştur. Buna bağlı olarak psikoloji bilimi bireylerin sadece dış dünya ile olan bağlantılarını değil aynı zamanda ruhsal durumlarını da incelemektedir (Aydın ve Tezer, 1991). Umumi anlamda olumlu psikoloji, kişi toplum ve örgütlerin işleyişine ve gelişimine etkisi bulunan süreçler ve koşulların araştırılmasını ifade etmektedir. Psikolojik sermaye kavramı, olumlu psikolojik olayların bireylerden oluşan toplumsal yaşama etki etmesiyle birlikte gün yüzüne çıkmış bir konudur (Babbie, 2007). Psikolojik sermaye temelinde olumlu davranmanın bulunduğu psikolojik bir vaziyeti ifade etmektedir (Averıll, 1990). Bu psikolojik vaziyet her türlü şartlarda ve vaziyetlerde devamlılık gösteren stabil bir durum değil aksine bireyin öz disiplini, öz itibarı gibi konulara göre değişiklik gösteren ve dönüşen bir vasıf taşımaktadır (Demircan, 2003).

Psikolojik sermayeyi kişinin olumlu psikolojik gelişim durumu olarak tanımlamak mümkündür (Fred, 2007). 1999 yılından sonra isminden çokça söz ettiren olumlu psikoloji, özellikle son zamanlarda grupsal davranış ve bireysel kaynaklar konusunda bilimsel ve edimsel çalışmalarda kullanılmaktadır (Aktaş, 2006). Olumlu psikoloji düşüncesine karşı gelişen bu önem, kişi ilişkilerinde ve toplumsal ilişkilerde kendini göstermekte olup çağımız toplumları arasında da yer almaktadır.

Olumlu psikolojinin grup bütününe olan etkileri ise birden çok alt düşünme ile kendini ifade etmektedir. Olumlu psikoloji bir pozitif örgütsel düşünce eğitim merkezi olup, olağan üstü ve negatif koşullarda grupların hayatlarını sürdürebilmeleri için olumlu özelliklerini göstermektedir. Bir diğer alt düşünme ise olumlu grupsal davranıştır (Hoy, Hoy ve Kurz, 2008). Olumlu grupsal davranış çağımızın çalışma ortamının gelişmesine, ölçülmesine ve aktif bir şekilde kalmasına yardım etmektedir (Benson, 2008). Grupsal durumlardaki bütün bu hal ve oluşumlar bir birlik içinde grupsal psikolojik sermaye olarak adlandırılmıştır (Caprara ve Gabriela, 2003).

Psikolojik sermayenin kişilerin kalıplaşmış ve değiştirilmesi mümkün gözükmeyen kişilik özelliklerinden farklı olarak değiştirilebilen yönlere odaklandığı görülmektedir. Özelliklede bireylerde deneyim ve bilgi artışı ile birlikte kişinin kendisi ile ilgili oluşturduğu değerlerde artış olacağı ifade edilebilmektedir.

Psikolojik sermaye kişilerin ve örgütlerin psikolojik gelişme ve öğrenme durumları olarak tanımlanır. Bu sermaye grubunun bileşenlerini bazı araştırmacılarca dört başlık altında toplanmıştır (Luthans, Luthans ve Luthans, 2004; Luthans ve Avoli, 2009); özyeterlilik, iyimserlik, umut, dayanıklılık. Peterson ve Luthans (2003) ise bu kavramlara ek olarak dışadönüklük ve güven kavramlarını ilave etmiş ve psikolojik sermayenin bileşenlerini altı adet olarak belirlemiştir. Psikolojik sermaye üzerine yapılan araştırmalarda psikolojik sermayeyi oluşturan temel unsurlar altı ana başlık altında ele alınmış.

2.2. Psikolojik Sermaye

Bireyler mesleki yaşamın da, iş görenlere karşı olumsuz davranışlar sergileyebilmekte ve buna karşılık kişilerin olumsuz taraflarına odaklanılarak sorunların düzeltilmesi yoluna gidilmektedir (Jacelon, 1997). Oysaki bu yöntemin yerine pozitif bir yaklaşım sergilenmesi daha faydalı olacaktır. (Aydın ve Tezer, 1991). İşverenler, zeki, değişime açık, çalışkan, çalıştıkları kuruma karşı aidiyet duygusu yüksek, sorumluluk sahibi kişilerdir (Gümüş ve İnan, 2018). Örgüt çalışanları pozitif durumların üreticisi olabilmekte, sağlıklı bireyler ve mutlu gruplar olma yönünde ilerleyebilmektedirler (Faller, 2001). Olumlu psikoloji içinse, kişilerin sorunlarından ziyade, olumlu bölümlerine odaklanmayı esas alan bir olgudur (Aydın ve Tezer, 1991).

Bu yönde, kişilerin daha pozitif olmasını sağlayan özellikleri vasıflandırmak yönünden, olumlu psikoloji ana bilim dalı, gruplara ve bireylere katkı sağlamaktadır (Aktaş, 2006). Olumlu psikolojinin grup yaşamlarındaki etkisi olarak nitelendirecek olan olumlu psikoloji ve grupsal davranış konusu olumlu psikolojik sermayenin ortaya konulmasını sağlamıştır (Aydın ve Tezer, 1991). Olumlu grupsal davranımların tanımındaki ölçütleri en güzel şekilde sağlayan dört tane konu tespit edilmiştir. Bu konular; bireysel umutlar, bireysel iyimserlikler, birey dayanıklılığı ve öz-yeterliktir. Bu konular bütün olarak birleştirildiğinde "Psikolojik Sermaye'' olarak ifade edilmektedir (Akman ve Korkut, 1993). Temellerini pozitif psikolojinin insan odaklı felsefesinde alan psikolojik sermaye kavramı insan kaynakları değerler dizisiyle uygulamalarda köklü değişikliklere neden olan bir kavram haline gelmiştir.

Pozitif psikoloji, diğer psikolojik akımlara nazaran bireylerdeki normal olmayan davranış veya eksikliklerden ziyade iyileştirilebilir, geliştirilebilir yönleri incelemektedir (Keleş, 2011). Bundan dolayı pozitif psikoloji diğer psikolojik yaklaşımlardan ayrılarak bireyleri olumlu anlamlarıyla ele almaktadır (Yılmaz, 2009). Bu kavram 2000' li yıllarda Seligman gibi araştırmacılarca ilgi çekici hale getirilmiştir (Aktaş, 2006). Hümanist psikoloji temelli bu kavramın gayesi, insanların bireysel farklılık ve heveslerinden bir takım çıkarımlarda bulunarak bireysel psikolojik durumlarını korumak, artırmak ve geliştirmektir. Kavramın merkezindeyse

psikolojik refahla psikolojik gelişme kavramlarının anlamları üstüne düşünmedir (Aydın ve Tezer, 1991).

Luthans ve arkadaşları psikolojik sermayenin bireylerin olumlu psikolojik durumunu belirttiğini söyleyerek kişinin görevlerinde başarı sağlaması gerektiğini savunur (Sudak ve Zehir, 2013). İnsanların bireysel olarak kendilerine güven duymalarını (özyeterlilik), devamlı olarak başarı odaklı olumlu temenni içerisinde olması (iyimserlik), ideallerini gerçekleştirebilmesi için çaba göstermesi gerektiğini ifade etmektedir (Akman ve Korkut, 1993). Kavram bireylerin hedefleri doğrultusunda hareket tarzlarını yeniden yönetebilmeleri (umut), başarısızlık ya da aksaklıklarla yüzleştiklerinde başarılı olabilmek için dayanıklı olabilmeleri, kendilerini toparlayabilmeleriyle bununda ilerisinde olabilmeleri (dayanıklılık) nitelikleriyle gelişip şekillenebileceklerini vurgulamaktadır (Jacelon, 1997).

2.3. Psikolojik Sermaye Bileşenleri

Psikolojik sermayeye toplum bilimi araştırmalarında çok az yer verilmiş ve ortaya çıkan incelemelerde genel olarak verimlilik konusu ve birliktelik konusunun araştırılması sonucu, ortaya çıkan verimlilik seviyesini ölçmek için bir ekonomik formül içerisine yerleştirilmiştir (Akman ve Korkut, 1993). Psikolojik sermayenin temelleri ekonomik sermaye kavramına kadar uzanmaktadır (Goldsmith, Darity ve Venum, 1998). Ekonomi çalışanına göre ekonomi sektöründe çalışan bireylerin verimlilikleri, sahip oldukları deneyim, bilişsel yetenek, eğitimlerinden oluşan birey sermayelerinin yanında yerine getirdikleri işlerin niceliği ve niteliğine etki eden ve bireylerin kişiliklerinin bazı yönlerini oluşturan olumlu psikolojilerine de bağlıdır (Sudak ve Zehir, 2013). Psikolojik sermaye kişilerin olumlu psikolojik gelişmelerinin hali olarak tanımlanırken, çalışan bireylerin kimleri tanıdıkları veya neleri bildiği ile değil "bireylerin kendilerini nasıl algıladıkları ve tanımladıklarıyla" ilgili olan olumlu psikolojik sermaye altı alt başlıktan oluşmaktadır (Bacon, 2005).

2.3.1. Özyeterlilik

Özyeterlilik bir kişinin yaptıkları işlerde ne kadar usta oldukları değil, yaptıkları işlerde ustalıklarına olan inancını göstermektedir. Bu nedenle özyeterliliğe sahip ehil

kişiler kendi yeteneklerine güvenirler (Aktaş, 2006). Bu güven ise onların zor görevlere aday olmalarına etki eden, amaçları ve hedefleri uğrunda zaman ve enerjilerini özveriyle harcamalarına, zorluk ve engeller ile karşılaştıklarında sabırlı davranabilmelerine neden olmaktadır (Aydın ve Tezer, 1991).

Kişinin belli hallerde sabit görevi başarıyla yerine getirmek için gerekli isteklendirme duygusu olan kognitif kaynaklar bireyin hareket tarzını belirleyerek hareket etme noktasında özgüvenle bireyin kendisi hakkındaki kanaatinin toplamıdır (Aktaş, 2006). Genel anlamda kişinin kendini belirli sonuçlara ulaştırmak için davranışlarını başarılı bir şekilde yapacağına olan güveni olarak tanımlanan özyeterlilik kavramı farklı kaynaklarda "özgüven" kavramı adı altında da kullanılmıştır (Aydın ve Tezer, 1991).

Bireylerin belirli bir özyeterlilik kazanması; bireyin verilen görevleri başarıyla yerine getirmeyi denemesi ve başka bireylerin tecrübelerinden öğrenmeye, diğer bireylerin kendini teşvik, olumlu geri bildirimde bulunmasına bağlıdır (Akman ve Korkut, 1993; Dilek ve İnan, 2017). Bununla beraber bireye karmaşık ya da basit ve üstesinden gelinebilecek, başarması daha kolay ve daha küçük bileşenlere ayırılabilecek görevler verilerek çalışanın görevi başarması için gerekli olan "özgüveni" kazanması sağlanabilir (Eren, 2001). Bireylerin öz güvenlerinin gelişmesi için etkinlikler yapılabilir. Senaryo analizleri, yöneticilerin bireyleri yaptıkları işleri beğenmesi ve takdir etmesi, çalışan bireylere destek verilmesi gibi uygulamalar bireylere ve gruplara daha mutlu ve elverişli bir çalışma ortamının oluşturulması öz güvenin gelişmesine yardımcı olan etkinlik ve yöntemlerdendir (Kalaycı, 2016).

Çalışanların bireysel performanslarıyla yeterlilik algılamaları arasında yer alan ilişki alan yazınında çeşitli araştırmalarla vurgulanmıştır. Literatürdeki çalışamalardan 114 tanesini Stojkovic ve Luthans (1998) tarafından incelenerek performansla özyeterliliğin anlamlı etkileşimi tespit edilmiştir (Caprara ve Gabriela, 2003). Bu araştırmacılar özyeterliliğin karmaşık görevlerle etkileşiminde düzenleyicilik görevi gördüğünü, her seviyedeki iş görenlerin, özyeterlilik algılamalarının iş performansını yükselttiğini fakat basit görevlerde etkinin daha yoğun olduğunu belirtmişlerdir

(Aydın ve Tezer, 1991). Chen (2008), Casper (1999) ve Kostina (2015) gibi araştırmacılarda görev bilinci ve bilişsel özelliklerin özyeterlilikle basit görevlerde bireysel performanslarda etkisinin daha yoğun olduğunu bulgulamışlardır (Hosmer, 1995).

Carver ve Scheier (1998) bireysel özyeterlilik durumunun basit görevlerde görev bilinci ve bilişsel kabiliyetle görev performansları arasındaki ilişkiler için aracı değişken konumunda bulunduğunu bulgulamışlardır (Segerstrom, 2001). Weber (1996), Lang ve Bliese (2009), Mathieu ve Rapp (2009), Payne (2006), Zaccaro ve Lowe (1988) hem saha hem de laboratuarda gerçekleştirdikleri çalışmalarda performansın artmasında özyeterlilik durumunun katalizör görevi gördüğünü tespit etmişlerdir (Babbie, 2007).

2.3.2. Dayanıklılık

Psikolojik dayanıklılık olumsuz sorunların üstesinden gelmek değildir, bununla beraber olumlu olayların da üstesinden gelmeyi ifade etmektedir. Basit olarak bireyin daha dayaklı ve çevresindeki pozitif veya negatif olaylara karşı başa çıkabilme direncidir (Akman ve Korkut, 1993). Psikolojik dayanıklılık bireylerin en olumsuz ve başarması zor olan olaylar karşısında kişinin olumlu bir şekilde olayların üstesinden gelme ve uyum sağlamasına yardımcı olacak mekanizmalar, koruyucu özelliklerin tamamı şeklinde ifade edilmektedir (Benson, 2008).

Negatif hayat deneyimlerinin varlığı olumsuz etkenler karşısında bireylerin başaramama ve bunun beraberinde gelen aynı olumsuz etkenlerin bireyleri etkisi altında bırakma ve buna rağmen başaran bireylerin psikolojik dayanıklılık üzerine yapılan çalışmaların merkezinde olduğu görülmektedir (Rutter, 1985). Bireylerin aşırı stresle ve kötü olaylar karşısında başarma arzusu şeklinde incelendiğinde psikolojik dayanıklılık, genel olarak negatif, zor ve kötü olaylarla birlikte düşünülmesine rağmen ortaya çıkardığı sonuçlar karşısında olumlu bir kavram olarak incelenmektedir (Babbie, 2007). Bireylerin psikolojik dayanıklılığına etki ettiği tespit edilen bu olumlu kişisel özelliklerle beraber incelenmesi gereken has konulardan birisi de risktir (Garzmezy, 1984). Bireylerin, grupların iş hayatı ve eğitim

hayatındaki başarısız olma ya da uyuşturucu veya iş bulamama gibi kötü olaylar ve aşırı stres yaratan tecrübelere karşı kişilerin göstermiş oldukları önemli konular olarak incelendiğinde risk etkeni kötü sonuç doğuracak olumsuzlukları gösteren çevresel etkenler olarak ifade edilmektedir (Howard, Dryden ve Johnson, 1999). Yalnız bu konularda aslında incelenmesi gereken esas hususların olumsuz ve kötü olaylar karşında kişilerin başarılı olma nedenleriyle bireyleri risk faktörüne karşı korunaklı konumda tutan etkenlerin tespit edilebilmesidir (Aktaş, 2006). Kişilerin hayatlarında ki olumlu psikolojik kaynaklı sorunların ve olayların, risk faktöründeki olaylar ve etkenlere kıyaslayacak olursak kişilerde çok daha fazla etkiler oluşturduğunun üstünde durulmaktadır.

Küreselleşen dünya koşullarında ve bunun sonucunda stresle başa çıkmak zorunda olan örgüt çalışanları açısından dayanıklılık önemlidir (Aktaş, 2006; İnan ve Çetin, 2019). Olumsuz durumlarla karşılaşıldığında bireyin toparlanabilme yetenekleri iş görenlerin maruz kaldıkları zor durumlar ve stresle mücadelelerinde aktif bir boyuttur (Babbie, 2007). Dayanıklı olma boyutundaki sistemli çalışmalar özellikle psikopatolojik sorunlara maruz kalma ihtimali yüksek çocuklar esas alınarak yapılan araştırmalara dayanmaktadır (Beardslee ve Podorefsky, 1998). Maruz kalma durumları genetik olarak çocuğun atalarından geçebilen olumsuzluklar, erken doğma benzeri perinatal dönemi sorunlarıyla açlık benzeri çocuğun yaşadığı çevre içerisinde karşılaştığı problemlerdir (Burger, 2006). Dirençli olmak stresin negatif etki eden yönlerini en aza indiren ve olumlu şekilde gösteren bireysel bir özelliktir (Jacelon, 1997). Bu yönden bazı çalışmalar bireylerin genetik özelliklerini incelemiş ve doğuştan dayanıklı doğduklarını savunmuştur (Block ve Block, 2014). Ancak literatürdeki araştırmalar sonucunda psikolojik dayanıklılık durumunun bireylere öğretilebilir bir bireysel özelliklerden biri olduğu ortaya çıkmıştır. (Beardslee ve Podorefsky, 1998). Psikolojik dayanaklık yüz yüze kalmak zorunda olunan gerçekler sonucunda algılanarak tespit edilen, öğrenilen ve gelişme süreci olduğunu anlatan bir durum olmaktadır (Masten, 2001).

2.3.3. İyimserlik

İyimserlik sermayenin kalbi olarak ifade edilmekte olan bir kavramdır. İyimserlik en basit tanımıyla olumlu düşüncenin gücüdür (Aktaş, 2006). Kişilerin hayatındaki olumlu durumları ifade ederken genellenebilir, kalıcı ve içsel nedenlere; olumsuz durumları ifade ederkense harici ve anlık durumlara, özel sebeplere söylemler de bulunmaları şeklinde tanımlanır (Bacon, 2005). Bundan dolayıdır ki iyimser olan kişiler, gelecekleri için pozitif bir düşünceye sahiptirler. Örnek verecek olursak, yöneticilerinden pozitif bir söylem veya teşekkür duyan iyimser bireyler bunu yapmış oldukları etik ve olumlu anlayışa bağlar, gerçekleşen etkileşimi geneller, daha fazla çalışarak sadece yaptıkları işlerde değil diğer görev ve işlerde de başarı göstereceklerine inanırlar. İyimserlik durumu kişisel açıdan belirli bir duruma veya eyleme ilişkin değil, bireyin kişilik özelliklerini yenileyen pozitif beklenti olarak tanımlanır (Aydın ve Tezer, 1991).

Bireylerin kişilik özellikleri olarak iyimserlik fazla sakin bir özellik olarak görülmektedir (Bacon, 2005). Kişilerin duygularını anlamada belirli bir duruma özgü iyimser davranışlar bireylerin kişilik özellikleri olan iyimserliğe göre daha fazla değişkenlik göstermektedir. Bireylerin kişilik özellikleri iyimserliğe oranla daha hızlı ve kolay değişebilir (Segerstrom, 2001). İyimser bireyler olaylara olumsuz bakmak yerine genelde olumlu bakarlar. Bu sebepten dolayıdır ki bu kişiler ulaşmak istedikleri hedefler için daha fazla özveri ve çaba harcarlar (Carver, 1998).

Pozitif psikoloji çalışmalarının öncülerinden olan Seligman (1990) pozitif psikolojiyi bireylerin çözümü zor olan durumlara karşı savunma durumunda olup olmadığını ortaya çıkaran, sonuçları hangi konuya yönelttiğini gösteren açıklama şekline ve biçimine bağlı olduğunu belirtmiştir (Jacelon, 1997). Kararsız olan bireyler ise iyimser olan bireylerin aksine, yaşamış oldukları olumlu olayları harici, geçici ve durumlara özel olarak; olumsuz olayları ise dâhili olarak yorumlar (Shelton, 1990).

İyimser düşünceye sahip olan bir eğitimci, ders esnasında eğitim verdiği bireylerin, grupların ve kurumun özellikleri hakkında düşünür. İyimser düşünceye sahip olan bireylerin sorumluluk, umut, yaşama karşı umumi bir düşünce ve pozitif bir eğitim

ve öğretim üzerinde duran bireysel kontrolü gelişmiştir (Hoy, Hoy ve Kurz, 2008). Psikoloji yönünden olumlu olma konusu başlangıçta Bradburn'ün (1969) "The Structure of Psychological Well-Being" (Psikolojik İyi Oluşun Yapısı) isimli kitabında yer almıştır. 1969'lu yıllarda psikoloji bakımından mutlu olmak ve pozitif duyguların negatif duygulardan baskın olması şeklinde açıklanmıştır. Psikolojik yönden olumlu olma bireylerin hayatlarında karşılaştığı geçmişten gelen kişisel gelişim, nitelikli kişisel ilişkiler kurma olarak da tanımlanmıştır (Keyes, Shmotkin ve Ryff, 2002).

Metanetli olmanın sonuçları arasında yer alan psikolojik iyi olma ve pozitif psikoloji işlevsel ve çevresel egemenliği özerklik ya da otonomi, yaşam hedefleri ve bireysel gelişimlerden ortaya çıkan evrensel ihtiyacın bütünleşmesi olarak bilinmektedir. Mutlu olma durumu üzerinde etkili olan farklı bir etken iyimserliktir (Babbie, 2007). İyimser düşünce kişilerin önlerindeki hayata itimat ile bakmaları ve bireylerin kendilerine ve gelecekte olumlu durum beklentilerine inanmaları olarak tanımlanmaktadır (Gillham ve Reivich, 2004).

Birey iyimser düşüncenin bireyler ve toplumlar üzerindeki olumlu yönünü görmeye meyilli olduğu için her ne sebeple olursa olsun geleceğin bizlere olumlu şeyler getireceğine yönelik bir umut içerisinde olmaktadır (Schreiber, Nora, Stage, Barlow ve King, 2006). Bundan dolayı iyimser düşünce pozitif bilgi konularına yönelme ve pozitif odaklara dönme olarak tanımlanmıştır (Matlin ve Gawron, 1979). Çağımızda olumlu psikolojiye bireylerin ilgi ve bakış açılarının değişmesi ve olumlu psikoloji araştırmalarına olan ilginin artmasıyla iyimserlik pozitif ve koruyucu kişilik olarak incelenmektedir (Benson, 2008). Ancak iyimser düşünce de bireyleri ve grupları isteklendirme ve bağışlama davranışlarını etkileyerek iyilik durumunun oluşmasına aracı olan en önemli özellik mizaç şeklindedir (Harju ve Bolen, 1998).

Carver'a (1998) göre iyimser düşünce ve kötümser düşünce arka arkaya genellenmiş pozitif ve negatif beklentiler olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu konu bireylerin kişileri neden affetme yönünde olduklarını, iyimser düşüncenin bireylerin geçmiş yaşamlarına odaklanarak gelecekteki yaşantıları konusunda pozitif umutlar olduğu yönünde beklenti içine girme yeteneklerinin olduğu söylenmektedir (Seligman,

1990). Bireylerin hayatlarına yönelik pozitif yönden baktıkları iyimser düşünce, olay ve durumların pozitif ve en uygun taraflarına odaklanırken bireylerin kendi geleceklerini ilgilendiren olumlu gelişmelere dair pozitif bir beklenti içinde olmalarıdır (Carver, 1998).

Bireylerin hayata bakış yönlerinin negatif olan tarafını gösteren ve iyimser düşüncenin zıttı kötümser düşüncedir (Seligman, 1990). Kötümser düşüncenin, bireylerde depresyon hallerini yükselten bir zamanı başlatabileceğini gösteren çalışmalarda, bireyin çok durağan kalmasına sebep olan, kendini kötü, üzgün, halsiz, bıkkın ve endişeli hissetmesine sebep olan aynı anda olumsuz fiziki ve bireyin sağlık durumuyla ilişkili olan bir konu olarak görülmektedir (Bacon, 2005). Kötümser düşüncede kişinin kendisini kısıtlaması ön plana çıkarken iyimser düşünde bunun tam tersi söz konusudur. İyimser düşüncede kişi gelişim konusunda daha hassas davranmaktadır (Aydın ve Tezer, 1991).

Bireylerin yaşamlarına yönelik iyimser düşünce psikolojik olarak bireyin olumlu durumuna yaptığı etki gibi kişilerin başarılarını etkileyen farklı araştırmaların ortak sonucudur (Aydın ve Tezer, 1991). Ancak ilgileşim seviyelerinde yapılan araştırmalar ile iyimser düşüncenin başarı mı yoksa bireylerin iyimser durumlarını pozitif yönde etkilediği tam olarak tespit edilememiştir. Genel anlamda kişilerin yetenekleri doğrultusunda başarılı olmanın yakalanmasına iyimser düşüncenin yol açtığını gösterse de bunların tam tersinin de doğru olması beklenebilmektedir (Seligman, 1990).

Bireyin beceri seviyelerinin standart tutulduğu araştırmalarda, iyimser düşünceye sahip olan bireylerin yapabileceklerinin üzerinde, kötümser düşünceye sahip olan bireylerin de yapabileceklerinin altında bir başarı göstergesi grafiği çizdikleri görülmüştür. Bu konu iyimser düşünceye sahip olan bireylerin başarılarının belirlenmesinde etki eden ana faktörün iyimser düşünce olduğunu göstermektedir (Aydın ve Tezer, 1991).

İyimser düşünce aynı zamanda bilimsel başarılara da etki eden aktif bir role sahip olacaktır. Sebebi ise kişilerin yapmış oldukları işleri başaracakları konusundaki

inançlarının, bireylerin performans ve yetenekleri arasında bir köprü görevi gördüğü görüşüdür (Babbie, 2007). Başka bir deyişle eğitim kurumlarında okuyan bireylerin derslerinde başarılı olabilecekleri yönünde pozitif bir beklenti içine girmeleri iyimser düşüncenin benimsenmesi, eğitim ve öğretim hayatında başarılı olma yönünde yüksek bir çaba seviyesinin başarıyı getirmesi beklenmektedir. Tam tersi durumlarda ise kötümser düşünceye sahip olan bireylerin az çaba seviyeleri başarısızlıkla sonuçlanacaktır (Nonis ve Wright, 2003).

İyimserlik önemli bir psikolojik yetenek olup, Carver (1998) iyimserleri gelecekten olumlu şeyler bekleyen bireyler, kötümserleriyse gelecekten olumsuz şeyler bekleyen bireyler olarak tarif etmektedir. Psikolojik sermaye boyutlarından biri olan iyimserlikse kişilerin gelecekten olumlu beklentilerinden ziyade kişilerin gelecekte olacak olumsuzluklar, geçmişte veya şu an yaşantılarını tanımlarken kullandıkları affetmelerdir (Luthans ve Avoli, 2009). İyimserlik ve kötümserlik kavramları umumi manada kişilerin ileriye yönelik beklentilerini betimlemesinden dolayı iyimserlik ve kötümserliğin tanımlanmasında motivasyon beklenti modellemelerinin kullanımları mümkün olmaktadır (Aydın ve Tezer, 1991). Bu modeller, davranışların bireysel amaçlarla evrildiğini varsaymaktadır. Bunları istenilen ya da istenilmeyen amaçlar şeklindede tanımlamak mümkün olmakla birlikte bireyler istenmeyen amaçlardan olabildiğince kaçınma eylemi göstermektedirler (Babbie, 2007).

2.3.4. Umut

Umut konusu 20’nci Yüzyılın ilk yarısından sonra kişilerin genetiğinde olan temel duygu ve hislerden biri şeklinde ifade edilmiştir. Günümüze kadar yapılan araştırmalar da umut konusu bireylerin duygusal ve bilişsel olarak sahip oldukları olarak tanımlanmıştır (Averıll, 1990). Akademik psikoloji profesörü olan Snyder (2002) umudu bireylerin sahip oldukları hedeflere odaklı enerji ile hedefi elde etmek için kullanmış olduğu yolların planlanmasında başarılarına etki eden güdülenme olarak açıklamıştır. Bu bağlamda umut hedefe giden yollar ve sonuç odaklı pozitif enerji olarak iki bileşene sahiptir. Birincisi bireylerin istedikleri veya hedeflenen sonuçlara ulaşma arzusunu ifade eder. Hedefe ulaşabilmek için bireyleri motive eder. Farklı yolları belirlemek konusu ise hedefe ulaşma konusunda karşılaşılan engelleri

ön görme ve hedefe yönlendirecek alternatifleri tespit etmeyi betimler. Umut konusunun içinde bulundurduğu bu iki kavram; kendilerini yenileyen ve birbirlerini tamamlamasıyla orantılı konulardır. Bu sebepten dolaydır ki bu iki kavramın birisinin varlığı ümidin var olmasına yetmez. Ümidin olması için her iki kavramında var olması gereklidir (Peterson ve Luthans, 2003). Umut konusuna göre bireyler farklı yollar görmeyip çıkmaz yollara girdikleri zaman hedeflerine ulaşamamış bireyler olarak değil, aynı zaman öğrenilmiş çaresizlik seviyesinde olan bireyler olarak tanımlanır. Bu nedenle umut bireylerin amaçlarına ulaşmaları sürecinde öğrenilmiş çaresizlik değil farklı yollara yönlendirmesidir (Kalaycı, 2016).

Umut konusu kişilerin hedeflerine ulaşma isteklerini ifade eden engelleri görme kişilerin elde etmek istedikleri bir sonucu sağlayacak hareketleri gerçekleştirmesi için gereken kapasite seviyesinde olduğu yetkinliğin tespitidir (Snyder, 2002). Yapılan araştırmalarda umut kavramının unsurları aynı derecede önemlidir (Akman ve Korkut, 1993; Luthans, 2002). Umut konusunda çok derin araştırmalar yapan Jerome Frank (1968) umut kavramını "Bireylereye mutlu olma hissi veren ve bireyleri hareket için güdüleyen bir özellik" olarak tanımlamıştır. Umut kavramı hakkında çalışma yapan Snyder ve çevresindekiler tarafından kişilerin hislerine ulaşılmasında ve onları ona götürmesinde enerji ve yollar olarak tanımlamıştır (Bradburn, 1969). Umut kavramı alternatif yollar arama bileşeni ise harekete geçirme içgüdüsü ve o hedeflere ulaşmanın yolları ile beraber düşünme süresidir (Snyder, 2002) .

Snyder umut kuramına üçüncü bir bileşen eklemiştir (Aktaş, 2006). Bu bileşen umudun kişilerin hedeflerine yönelik olmasıdır. Bu bileşene göre bireylerin davranışları hedeflerine yöneliktir. Hedefler bireyin akılcı faaliyetlerinin yönünü belirlerler (Snyder, Rand ve Sigmon, 2002). Hedeflerin muhtemel değişiklik durumlarına açık ya da zamanında ulaşılabilir olmaları önem arz etmektedir.

Snyder'a (2004) göre bireylerin başarılı olmak için bir bilgiye sahip olmaları bireylerin başarılı olmalarının ön koşullarından biri olarak kabul edilmektedir. Umut konusunda yapılan araştırmalar da umudu zihinsel, fiziksel ve sağlıkta gerekse karşılaşılan sorunların üstesinden gelmede etkili bir yöntem olduğunu göstermektedir

(Snyder, 2002). Araştırmalar aynı zamanda iş sektörlerinde de umut kavramının çalışan bireylerde işin başında isteklerini yükselten ve performans sağlayan bir etken olduğunu göstermektedir

Umut kavramı bireylerin sahip oldukları hedeflere yönelik moral ile hedeflere ulaşmak için farklı yolların planlanmasındaki başarının bağlı olduğu olumlu isteklendirme durumu olarak da tanımlanmaktadır (Snyder, 2002). Kişilerden umut seviyeleri yüksek olanlar, hedeflerine ulaşma isteği ve motivasyona sahiptirler. Bu kişiler aynı zamanda karşılaşacakları olay ve sorunları önceden hissetme ve hedefe götürecek farklı yolları belirlemede daha hızlı olmaktadırlar (Babbie, 2007).

Umut gruplarda düşük seviyelerden yüksek seviyelere doğru kararlar almak, güçlendirme yükselme ve iletişim kurmak benzeri bir çalışma sahası oluşturmaya yönelik yapılan teknikler, çalışan bireylerin daha güçlü, özgür ve karar verme konusunda daha yetkili karar almalarına, bundan dolayı da istekli olmalarına ve hedeflere ulaşma konusunda farklı yollar belirlemelerine imkân sunar (Babbie, 2007). İş birliği olan ortamlarda çalışmak; yapılması zor olan şeyleri yapılabilir hale getirmek için çözümleme yaparak ve olayları derinlemesine araştırarak bilişsel düşünme sürecini gerektirir (Akman ve Korkut, 1993; Çetin ve İnan, 2019). Günümüzde yapılan çalışmalarda umut kavramının bireylerin ve grupların performans, iş doyumu ve kurumlara bağlılığı üzerindeki etkileri incelenmektedir (Steiger, 2007).

Çalışan bireylerin iş doyumu seviyelerinin incelendiği çalışmalar sonucunda çalışan bireylerin umut ve iş doyumu seviyeleri arasında olumlu ve anlamlı ilişkiler tespit edilmiştir. Bu anlamlı ilişki umudun hedefe güdüleme ve hedeflere ulaşma bileşenlerinden kaynaklanmaktadır (Snyder vd., 1991). Umut konusunda yapılan araştırmalar umut seviyelerinin bireyler üzerinde akademik, ruh, beden, spor başarısı ile doğru orantılı olduğunu göstermektedir (Snyder, 2004). Ayrıca Snyder, Feldman, Taylor Schroeder ve Adams III yapmış oldukları bir araştırmada bireylerin umut ile psikolojik problemlere karşı bireylerin psikolojik dayanıklılığını yükseltmede önemli bir etki ettiğini belirtmiştir. Bu bulgular umudun bireyler üzerinde önleyici rolü, problemler ortaya çıkmadan önce veya çıktıktan sonra problemlerin azaltılmasında

önemli katkılar sağladığını gündeme getirmiştir. Yine aynı araştırmalarda başarılı hedef dürtüsünün beraberinde yüksek umut seviyelerinin, iyimser hali ve bireylerin benlik algılarının arttığı tespit edilmiştir (Carson, Soeken ve Grimm, 1988). Umudun sonuç olarak kişilerin hayatlarına şekil ve yön veren düşünce şekli olduğu kabul gören bir olgudur.

2.3.5. Güven

Güven kavramı bireylerin ve grupların birbirlerine olan dürüstlük, doğruluk, iş hayatındaki ahlak bilinci ve tarafların birbirlerine zarar vermeyeceklerine olan inançları olarak açıklanan bir kavramdır (Arslan, 2005; Dönertaş, 2008). Griffin (2012) güven kavramını riskli bir ortamda bireylerin birinin diğer bireylere olan itimatı olarak tanımlamıştır. Lewicki ve çevresindekilerse güven kavramını kişilerin başka bireylerin yaptıklarına ilişkin olumlu beklentileri olarak tanımlamıştır (Demircan, 2003). Güven kavramı aynı zamanda toplum tarafından bilinmesi ve açıklaması zor olan kavramlardan biri olarak değerlendirilmektedir (Porter ve Lilly, 1996; Dedemen ve İnan, 2019). Literatür incelendiğinde güven hakkındaki tanımların sayısının çok ve hepsinin faklı boyutlara ulaştığını görülmektedir. Güven kavramındaki tanımlar bir noktada birleşmesine rağmen, güven tanımlamaları, bazı konular üzerinde fikir ortaklığına ulaşmıştır (Hosmer, 1995). Yapılan çalışmalarda yöneticilerle çalışanlar arasında güven konusu önemli ve hassas bir kavram haline gelmektedir (West, Finch ve Curran, 1995) .

Güven kavramı anlam olarak bireylerin birbirlerine olan doğrulukları ve dürüstlüklerine dayalı olarak açıklanmıştır (İnan, 2019). Literatürde güven kavramının grupsal başarılar için önemli bir kavram olduğu öne çıkmaktadır. Güvenin kısa zamanda oluşturulmadığı ancak uzun sürede ve bireylerin özveri ve çaba harcamalarının gerektiği konusunda ortak bir sonuca ulaşılmıştır (Aktaş, 2006). Bireyler arasında veya gruplar içinde güvenin artmasını sağlamak için aktif faaliyet gösteren gruplar önemlidir (Kwon ve Banks, 2004; Gümüş ve İnan, 2018). Grup katılımcıları arasında paylaşılan değer ve inançlar ortak görüş çıkartmak için tabanı geniş olan gruplarda güven kazanmada önemlidir. Bireyler arasındaki güven konusu çift yönlü bir süreç olduğundan dolayı tabanı geniş olan örgüt için güveni

oluşturmak, oluşan güveni korumak ve sağlamlaştırmak oldukça zor bir durumdur (Stolle, 1998).

Örgüt içerisindeki güveni artırmak için yapılan çalışmalar sonucunda öneriler şu şekildedir; bireyler arası iletişim, alınan kararlara katılma, bireyleri yetkilendirme, bireylerin çalışma koşullarını iyileştirme gibi çeşitli yöntemler ile psikolojik sermayeyi yükseltmek için önerilen taktiklerdir. Çalışan bireylerin örgüte olan güvenleri sağlamlaşmasıyla birlikte psikolojik sermaye de doğru orantılı olarak artacaktır (Aydın ve Tezer, 1991). Yapılan çalışmalarda psikolojik sermaye ile çalışan bireylerin sağladıkları iş doyumu, bireylerin performansları ve güven, bağlılık, devamsızlık gibi çıktıların arasında sağlam bir bağın olduğu görülmektedir (Aktaş, 2006). Psikolojik sermeyenin bireylerin güven ve performanslarını artırdığı, grupsal değişiklikler üzerindeki rollerinin araştırıldığı da görülmektedir (Aydın ve Tezer, 1991).

Günümüzde güven kavramına yönelik araştırmaların arttığı görülmektedir (Mayer, Davis ve Schoorman, 1995). Güven teması konusundaki çalışmalar incelendiği takdirde güven konusuna ilişkin üzerinde durulan nokta, güven kavramın tanımlamasındaki güçlüktür (Taylor, 2009). Bunun ana sebebi ise kişiler arası ilişkilerin topluluk hareketlerinin yönetimsel etkisinin, bireylerde ekonomik değişmeler, sosyolojik ve siyasal sürekliliğin ve değişik grup kültür ve davranışlarının anlaşılması gibi birden fazla durumun da açıklanabilmesinde güvenin temel bir kavram olmasıdır (Erdem, 2003).

Bigley ve Pearce (1998) güven kavramıyla ilgili ortaya konulan birbirlerinden ayrı açıklamaların bu kavramdaki akademik incelemelerin yürütülmesinde sorun çıkardıklarını öne atarken, paydaş bir anlam üretmenin de fazla gerçek olmayan sonuçlar ürettiğine dikkat çekmektedir. Güven kavramının açıklamasında yaşanan zorlukla ilgili akademisyenlerin değişik fikirlerini aktardıktan sonra literatürde bulunan ilgili açıklamalara yer vermenin faydalı olacağı görülmektedir (Bigley, 1998). Güven kavramının tanımı sosyoloji literatüründe umumi olarak topluluk içerisinde hayatını sürdüren kişilerin birbirlerine dâhil oldukları toplumun sistematik kurallarına yönelik, söz konusu kişi veya grupların ya da kuralların rollerini veya

fonksiyonlarını azami ve eşit şekilde gerçekleştireceklerine olan inançları şeklinde tanımlanmaktadır (Demir, 2005).

Walumbwa, Peterson, Avolio ve Hartnell (2010) psikolojik sermaye kavramı ile güven kavramlarını beraber inceleyerek yaptıkları çalışmada yönetici olan bireylerin psikolojik sermaye ve düzeylerinin, çalışan bireylerin verimliliği ile olumlu yönlü bir bağlantı olduğunu tespit etmişlerdir. Bununla beraber psikolojik sermaye kavramı ve psikolojik güvenin gösterilen doğru liderlik vasıflarıyla grupların ya da kurumların hedeflerine ulaşmalarında önemli bir bağlantı noktası oluşturduğu görülmektedir (West, Finch ve Curran, 1995). Çalışmalardan ortaya çıkan başka bir sonuç ise lider bireylerin sergilemiş oldukları doğru kişilik özellikleri ve davranışların örgüt ve bireyler arasında psikolojik sermaye kavramının ve güveninin gelişmesinde kilit rol olabileceğidir (Akman ve Korkut, 1993).

Bu konuda psikolojik sermaye kavramı ve güven kavramının beraber incelenmesi ve aynı değişkenlikte grupların oluşturulması birden fazla öğeye sahip olduklarını göstermektedir. Araştırmaları incelediğimiz zaman kurumsal güven ile psikolojik sermaye kavramını yükselten öğelerin benzer olduğu görülmektedir (Akman ve Korkut, 1993).

Güven kavramının örgüt içerisinde şekillenmiş hali ise kurumsal güven olarak karşımıza çıkmaktadır (İnan ve Çelik, 2018). Kurumsal güven; çalışanların verimliliklerini artırmak için bireylerin hedeflerine ulaşacaklarına dair güvenlerini ve inançlarını daha olumlu yaklaşmalarını sağlamaktadır. Çalışan bireylerin umut ve iyimser düşünce ile yeteneklerinin artmasına yol açmaktadır (Babbie, 2007). Bununla birlikte bireylerdeki güven hissinin; çalışan bireyler arasındaki bilgi aktarımı ve iletişimi sağlayarak ekip çalışmasına yönlendirerek bireylerin grup içerindeki sosyal ilişkilerini güçlendirerek kişinin kendisine olan güvenini sağlayarak, performans ve yetkinliklerini ortaya çıkarmasına neden olmakla beraber özyeterliliği yükseltmektedir (Aktaş, 2006).

Yapılan çalışmalarda güven kavramının değişik şekillerde ortaya çıktığı belirlenmiş ve bunlar incelenmiştir (Johnson ve Grayson, 1998). Genel olarak güven kavramı

bireylerin başka bireylere karşı olan güven yatkınlığını temsil eder. Bireylerin kişilik özelliklerine dayalı güven kavramı yöneticilerin veya diğer bireylerin kişisel özellikler yönünden sahip oldukları güvenilirlik seviyesini ifade etmektedir. Sürece dayalı güven kavramı bireylerin başka grup ve bireyler ile karşılıklı ve tekrar ederek sürekliliği sağlanan birbirleriyle karşılıklı etkileşimlere dayanan bir yapı taşır (Bolle, 1998).

2.3.6. Dışadönüklük

Eysenck'e (1973) göre dışadönük insanlar yalnız kalmayı sevmeyen, arkadaş edinmeyi seven, eğlenceli, farklı grupların parti ve etkinliklerine katılmayı seven insanlardır. Dışadönük bireyler şen, eğlenceli, konuşkan, atılgan, iyimser düşünceye sahip ve olumlulardır. Dışadönüklük kavramının olumlu ve enerjik özellikleri daha fazla kolaylık ve çatışma ile ilgilidir (Babbie, 2007). Dışadönük olan bireyler; pozitif ve daha yüksek enerji seviyesi sayesinde, verilen sürede daha çok taslak üretip, içedönüklere göre daha az bitkinlik ve yorgunluk hissetmektedirler (Aktaş, 2006). Akademisyenlere göre dışadönük bireyler daha olumlu etkiye ve daha olumlu olaylar bekleyişi içinde daha sağlam tepkiye ve içedönük bireylere göre daha fazla olumlu enerjiye sahiptirler (Aydın ve Tezer, 1991).

Dışadönüklük genel olarak iletişim alanında açığa çıkmaktadır. Dışadönük bireyler heyecan, aksiyon ve coşkuyu seven tehlikeli ve maceracı durumlardan kaçınmayan gülmeyi eğlenmeyi güldürmeyi seven çabuk arkadaş olup şaka yapmayı ve konuşmayı seven insanlardır (Erdem, 2003). Başka kişiler ile kolay iletişim kuran iyi geçimli ve pozitif düşünen bireylerdir. Dışadönük bireylerin diğer kişilerle iletişim kurma becerilerinin dışadönük olmayanlara göre daha gelişmiş olduğu ve daha kaliteli ilişkiler kurabildikleri görülmektedir.

Bireylerde dışadönüklük, sosyalliği dürtüselliği gösterir. Dışadönüklüğü yüksek seviyeler de olan kişiler, bireyler ile iletişim kurmayı seven, sosyal, sürekli diğer bireyler ile beraber olmayı seven olarak tanımlanmıştır (Erdem, 2003). Bu durumun diğer ucunda içine kapanık bireyler yer almaktadır. İçe kapanık insanlar başka bireyler ile olan ilişkilerinde uzak duran, konuşmayan, çekingen ve yalnız kalmayı

seven kimselerdir (Johnson ve Grayson, 1998). Dışadönük bireylerin ne denli hareketli, istikrarlı, arzulu, girişken oldukları, ayrıca bireylere ve büyük örgütlere ne kadar ilgi duydukları içedönüklere göre daha fazla olduğu görülmektedir. Aşırı dışadönük olan bireyler çoğunlukla enerjik, mutluluk dolu, sempatik ve sevimli bireylerdir (Luthans, Avolio, Avey ve Norman, 2007). Düşük seviyede dışadönük olan bireyler ise genel anlamda bu özelliklerin çoğunu sergilemezler, ancak sosyal olan bireyler de değillerdir. Bazı akademisyenlerin çalışmalarından ortaya çıkan sonuca göre içe kapanık, çekingen, uyuşuk, bağımsız izleyici değil ağır adımlı insanlardır (Aktaş, 2006).

İçedönük bireyler çoğunlukla gezen, değişiklik yapan, kaygısız, sıkıntısız, sık fikir değiştirip ani kararlar alan kendilerini kaybedip duygularını kontrol etmekte zorluk yaşayanlar olarak görülmektedirler (Burger, 2006). İçedönük kişiliklere sahip olan insanlar genellikle yalnız kalmayı tercih eden, konuşmayan kendi halinde, sessiz, mahcup, ciddi ve dışadönüklüğün tam tersi olarak arkadaş edinmeyi sevmeyen kitap okumayı seven sürekli kendini analiz eden sadece kendi özel arkadaşları ile diyalog kuran ve diğer bireylere karşı mesafeli olan ihtiyatlı bireylerdir (Johnson ve Grayson, 1998). Bu kişiler planlı yaşamayı, konuşmadan önce söyleyeceklerini düşünen ve analiz eden harekete geçmeden her şeyi gözden geçiren heyecan ve panikten ani kararlar alan, hareketlilikten uzak duran, günlük yaşantılarında olağan olan sorunları bile çok ciddiye alan düzenli yaşamayı seven insanlardır (Luthans, Luthans ve Luthans, 2004). Bireyler çevrelerindeki içedönükleri “anti sosyal bireyler” yani kendine güvenmeyen, hiçbir konu hakkında yorum veya fikirleri olamayan boş insan olarak görmektedirler. Ancak içedönük bireyler bu şekilde etiketlenmek yerine bunların potansiyelinden faydalanılmalıdır (Aydın ve Tezer, 1991). İçedönük bireyler toplumun bu tarz ön yargılarından dolayı belki de toplum eliyle kendi kabuklarına itilmişlerdir.

Öğretmenler ve aileler için dışadönüklük ve içedönüklük kavramları çok büyük önem arz etmektedir. Bu iki kişisel özelliğin farkında olmak bireylerin gelişiminde çok hassas bir rol oynamaktadır (Recepoğlu ve Recepoğlu, 2019). İçedönük olan genç bireylerin kendilerine olan güvenlerini kaybetmesine neden olamamak için kabiliyetlerini ortaya çıkarmak ve geliştirmesine imkân sunmak çok önemlidir

(Babbie, 2007). Dışadönük olan bireyler ilk olarak eyleme geçip sonra ne yaptıklarını düşünürken içedönük olan bireylerin ise eyleme geçmeden önce hassas bir şekilde düşünme zamanına ihtiyaçları vardır. Kurum veya örgüt etkinliklerine katılamamalarının ana sebebi budur. Ancak etkinliklerde konu belli ise ve bu gündemin dışına çıkılmamışsa içedönüklerden güzel fikirler ortaya çıkabilecektir (Aydın ve Tezer, 1991).

Pozitif duygular ile dışadönüklük arasında pozitif yönlü ve anlamlı bir ilişki vardır (Aydın ve Tezer, 1991). Pozitif duygular ile dışadönüklük arasında bağlantıyı doğrulayan çalışmalar kişilik boyutları çerçevesinde ele alınmaktadır. Dışadönüklükte pozitif, canlı, arzulu gibi enerjik ve pozitif duygular yoğunluktadır. Ayrıca dışadönüklük ağır başlılıkta olan başlılık yumuşaklık, ılımlılık, sıcakkanlılık, cömertlik gibi pozitif duygu durumlarını da içermektedir (Burger, 2006).

Psikolojik sermaye bileşenleri ile birlikte değerlendirildiğinde birçok faktörle ilişkisi olduğu görülmektedir. Sosyal medya kullanımı psikolojik sermaye ile ilişkili olan kavramlar arasında varsılmaktadır. Aşağıdaki alt başlıklarda sosyal medya kavramı bileşenleriyle anlatılarak, psikolojik sermaye ile ilişkisi bahsedilmektedir.

2.4. Sosyal Medya Kavramı

Sosyal medya kavramı toplum bilimci Stanley Milgramın (1967) ortaya attığı küçük dünya fenomeni, bireylerin sanal ortamda etkileşim ağı oluşturarak iletişime geçmeye başlamalarıyla önem kazanmıştır (Onat ve Alikılıç, 2008). Çağımızda, bireylerin kullandığı haberleşme ortamları sosyal iletişim ortamı olarak adlandırılmıştır. Sosyal iletişim ortamları kavramı 1970'li yıllarda, iletişim ve data tabanına dayanan araştırmalarda, sosyoekonomik, politik, psikolojik ve kültürel araştırmalar yapan akademisyenler tarafından ortaya konulmuş bir kavramdır. Ancak 1970'li yıllarda bahis edilen kavram, 1990'lı yıllarda mükemmel bir yükseliş yakalayarak internet ve bilgisayar teknolojisinin gelişmesiyle müthiş bir ivme kazanarak yaygınlaşmış ve farklı boyutlara ulaşmıştır (Dilmen, 2007).

Sosyal medya, bilgisayar, internet ve telekomünikasyon ağları, dünyayı etkisi altına alan, dünyamızı çevreleyen sanal bir haberleşme ağı kurmuştur. Radyo

bağlantılarından, uydu linklerinden ve kablo sunucularından oluşan bu sanal ağ, yer küreyi çevreleyen bir sarmal gibi, bir konumdan başka konuma devamlı yazılı, görüntülü ve sesli bilgileri aktarmaktadır. Bu geniş veri aktarımına karşın bilişim, yazılım ve donanım alanı uzmanları, daha büyük boyutlarda bilgi akışının taşınabileceği, daha basit kullanımı olan aygıt ve donanımlar üretmek ve geliştirmek için çalışmalar yapmaktadır (Baştan, 2000). Sosyal medya en basit tanımıyla ağ kullanıcılarının birbirleri arasında sanal ortam haberleşmelerine izin veren, bilgi paylaşım imkânı tanıyarak karşılıklı etkileşime odaklı sosyal ağ siteleri şeklinde tanımlanabilmektedir (Kirtiş ve Karahan, 2011).

Sosyal paylaşım ortamlarını tanımlarken, birincil amacın bireyler, veriler ve içerikler arasındaki iletişimi daha basit hale getirmek olduğunu ve bu iletişim sonucunda yeni iş olanakları, toplumsal bütünlükler ve teknolojik gösterimlerin arttırılmasının amaçlandığı ifade edilmiştir (İyiler, 2009). Sosyal paylaşım ortamları, genel olarak yedi ayrı başlık altında toplanabilir (Onat ve Alikılıç, 2008). Bunlar;

- Hızlı mesaj servisleri
- Servis sağlayıcısı
- E posta grupları
- Kurumsal intranet
- Forumlar
- Bloglar
- Sosyal ağ siteleri

Sosyal medya kendine has özellikleri sayesinde ortaya çıkan en nitelikli, baskın ve popüler iletişim aracı olarak değerlendirilmektedir. Bu hal genellikle sosyal medyanın yanında getirdiği teknolojik olanaklarla ve bununla beraber sosyal medyanın bireyler arasındaki iletişim konusunda verdiği yenilikçi özellikleriyle yakından ilişkilidir (Gümüş, 2018). Bu avantajları sayesinde sosyal medya gün geçtikçe artan bir ivme ile gelişmektedir.

Sosyal medya genellikle iletilere yönelik bir hassasiyet durumudur. Teknolojik gelişmelerin birey hayatı ve toplumların gelişim sürecinde kıymetli bir transformatör

unsuru olarak kabul edilmektedir. Bu bağlamda Raymond Williams (2003) kişisel gelişim ve toplumsal gelişme arasında bağ kuran iki farklı görüş olduğunu belirtmektedir. Bu tutumlardan birincisi, teknolojinin sosyal değişimin ve gelişmelerin şartlarını hazırladığını varsayan teknolojik belirleyici görüştür. İkincisi ise nispeten daha az belirleyici bir görüş olarak sosyal başkalaşımın öteki sebepsel etkenlere dayandığını belirtir ve teknolojileri farklı türden bir gelişimin bulgularını kabul eder. Bu iki yaklaşımda da teknolojinin değiştirici gücüne vurgu yapılmasına rağmen aralarındaki farklılık etkileşimde bulunulan taraftandır. Birincide gelişimin etkeni teknoloji ikicisinde ise etken teknolojiyi meydana getiren modeldir. Her ikisinde de teknolojiye yüklenen mana ve gelişim bağlantılıdır (Gümüş, Kartal ve İnan, 2017). Bu sebeple teknoloji ile kurulan bağlantı hem kişisel alanda, hem de sosyal alanda son derece önemlidir. Teknolojiye olan yakınlık hem kişisel hem de toplumsal manada değişim ve gelişim sürecinin en belirleyici aktörüdür. Birçok araştırmacı teknolojinin bu değiştirici potansiyelini, toplumu kendisine adapte etme etkisiyle aynı olarak ele almaktadır. Bu yönden Heidegger'in (1998) yönteminin mantığa yönelik ölçümlemeleri çok kıymetlidir.

Gelişen sosyal medya ağları kişiyi temel alan, üstün güç bağlarını baştan aşağı değiştiren, hem kişisel hem de toplumsal bağları kuran bir ağdır. Castells'in (2013) anlatımlarıyla açıklayacak olursak sosyal ağlar, toplumun kendine özgü iletişimi olarak tanımlayarak yeni bir iletişim konusu ortaya çıkmış olur. Bu iletişim, grupsaldır, çünkü kişinin bireyler ile iletişim kurmasına imkân verir. Öbür taraftan iletişimin konusu kişilerin kendisinden kaynaklanmaktadır ve konusu kişi türevli ortaya çıkmaktadır. Bu sebepten dolayı Castells bir öz iletişim olarak adlandırmaktadır. Bütün bu amaç, toplumsal grup iletişimlerinin hâkimiyeti üzerinde etkileyici bir tesir bırakmaktadır. Sonuç olarak kitlesel yaşamda kişilerin direkt kitlesel, küresel, siyasal vb. mecralarda anlam çıkarmasına dâhil olmasıdır.

Böyle bir dönüşümün merkezinde teknolojinin getirdiği yenilikleri görmemek imkânsızdır. Yeni sosyal ağların hayatımıza kattığı değişimler şöyle sıralanmaktadır; dijitalizm, etkileşim, hipermetinselik, çoklu ortam biçimselliği kullanıcı önermeli içerik üretimi (Binark, 2014). Bunların haricinde sosyal ağlar; saniyelik içeriklerin bireylerce ortaya çıkarıldığı istekli paylaşıma bağlı, ortak, acemi, mobil etkileşim ve

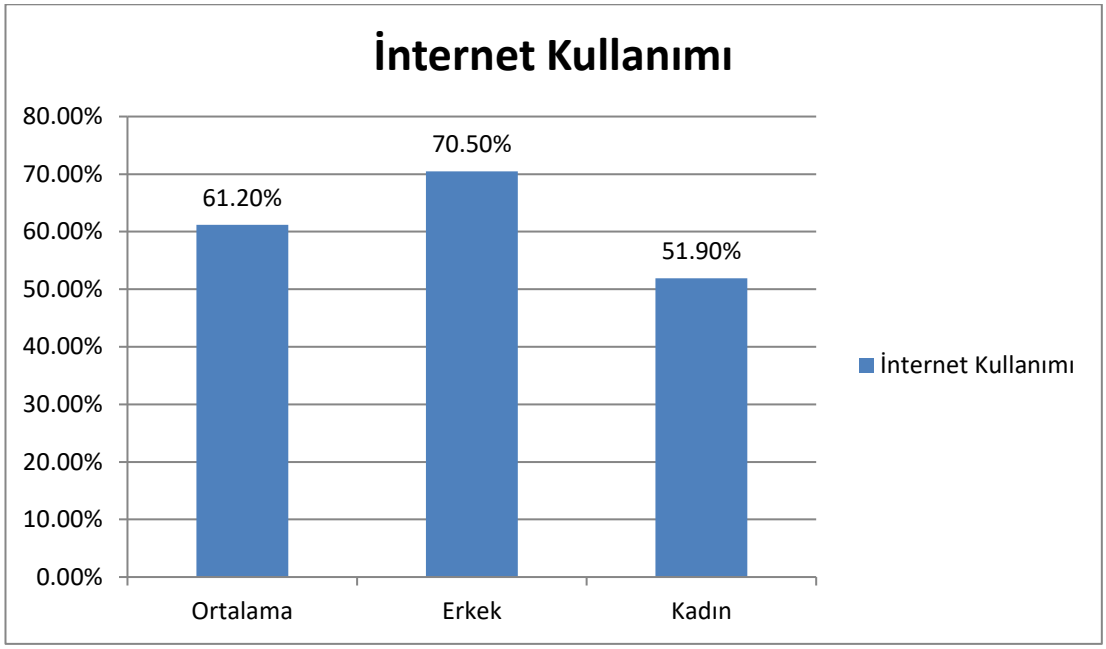
sohbete açık, öngörülemez, tepkiye dayalı gündelik kişisel değişik seslerin beraber yer aldığı, karışım, seçenek proaktif kimlik paylaşımları ve ifade özgürlüğünü meydana getiren bir iletişim şeklini ortaya koymaktadır (Şener, 2013).

Sayılan özelliklerin hepsi bir gözden geçirildiğinde veya bütünsellikle incelendiğinde, iletişimin biçimsel ve niteliksel olarak bir değişim döngüsü içinde bulunduğu görülmektedir. Bu durum globallikte değişimleri beraberinde getirmiştir. Ağ yapılandırılmasının temelinde zaman-mekân kavramının evcilleştirilmesinin yönetebilir duruma getirilmesi, yani çok bilindik her tarafa çekilebilen globalleşme seviyesi hedeflenmektedir (Törenli, 2005).

Bununla birlikte sosyal ağlar kişisel, bireyler arası iletişim duygusunun da zamanla araçsallaşmış bir kişiliğe bürünmesine etki etmektedir. Günlük hayatımızda çoğu birey sosyal medya içerisinde hem zamansal hem de fiziki imkânlar dışında iletişim kurabilmektedirler (Gümüş, Zengin ve Geçti, 2013). Bu durumda sosyal ağlar bireyler arasında etkileyici bir iletişim ortamı kurarken, diğer yandan geleneksel iletişim yöntemlerini aşarak yeni bir iletişim ortamı sağlamaktadır. Ayrıca sosyal ağların sosyal olmaktan daha çok zaman ve mekân kavramları soyutlanmış kişiliklerin ortaya çıkmasında ve bundan dolayı asosyalliğin artmasına etki ettiği kabul edilebilir. Bu sebeplerden ortaya çıkan sosyalliğin veya sosyal olmamanın vasıflarına ilişkin bir tartışma konusunun günümüzde de devam ettiği ifade edilebilir. Ancak yaygınlaşan görüşler, sosyal medyanın sosyallik ve sosyalleşme pratiklerinin sebebi olduğuna ilişkin görüştür. Bunun merkezinde; sosyal ağların kişinin gruplarla kurduğu ilişkilerin merkezine doğru kayması, kişilerin birbirleriyle olan etkileşimlerini zamanla kaybetme ve sosyal medya üzerinden gerçekleşmesi olgusu vardır (Gümüş, 2016). Bu süreçlerin sonunda kişinin hem diğerleriyle kurduğu iletişimde, hem de gruplarla sürdürdüğü etkileşimde sosyal medyanın çok büyük bir rolü vardır (İnan, 2020).

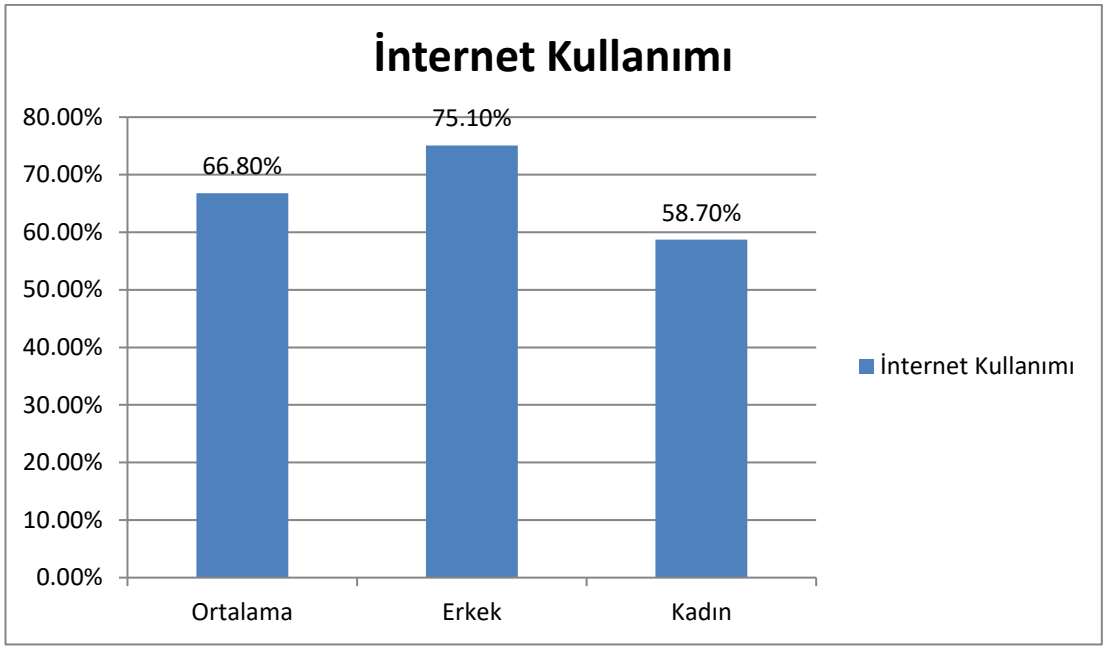
Sosyal ağ ortamları bireyler arasında bağ kurmak ve etkileşime geçmek için bir araç olarak düşünüldüğünde sosyal medya ortamlarının transformatör potansiyelini ortaya çıkarmaktadır. Sosyal medya kişileri kendine uymaya zorlamaktadır. Sanal ortamlardan, Facebook ve Twitter'a örnek verecek olursak üye sayısının sürekli

yükseliş göstermesi insanların daha fazla tepkisiz kalamadıklarını ve fenomene dönüştüğünü ve toplumun ilgi noktası olduğunu göstermektedir. Sanal ortamların hâkim karakteri yalnızca bireyi kendisine adapte etmesiyle ortaya çıkmaz. Sanal ortam eş zamanlı olarak cep telefonları, mobil cihazları bilgisayarları ve diğer araçları da kendine uyarlar (Gümüş, Zengin ve Geçti, 2013). Gazete dergi gibi geleneksel medya ortamlarının içeriği sosyal ortamların içeriğine benzemeye çalışmaktadır, aktif gazeteler sosyal medyanın karakterlerini sergilemeye başlamıştır. Bununla birlikte sanal ortamlar etkin ve belirleyici olma özellikleri sayesinde geleneksel medyanın içeriğini sömürmektedir. Sanal ortam ve sosyal medyanın bu değişim ve gelişim hızına bakılacak olursa; sosyal medyanın çok daha evrensel bir kitle iletişim aracı olacağı bir döneme doğru gidilmektedir.



Grafik 2.1. 2016 yılı internet kullanım oranı

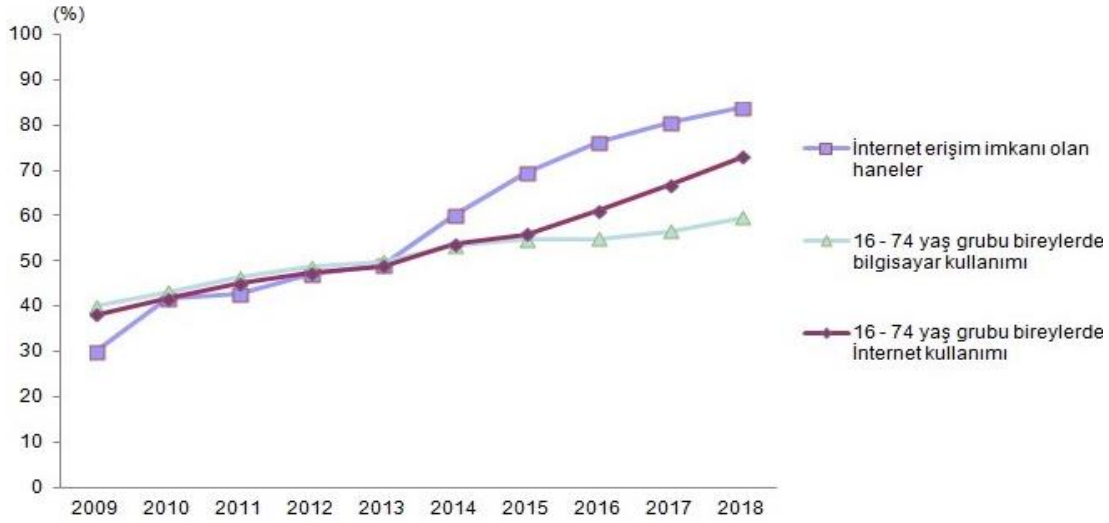
Yukarıda Türkiye İstatistik Kurumu verilerinden yararlanılarak hazırlanan Grafik 2.1'i incelediğimiz zaman 2016 yılında Türkiye'de internet kullanan erkeklerin oranı %70,5, internet kullanan bayanların oranı %51,9 ve Türkiye genelinde internet kullanım oranı ise %61,2'dir (Türkiye İstatistik Kurumu [TÜİK], 2017).



Grafik 2.2. 2017 yılı internet kullanım oranı

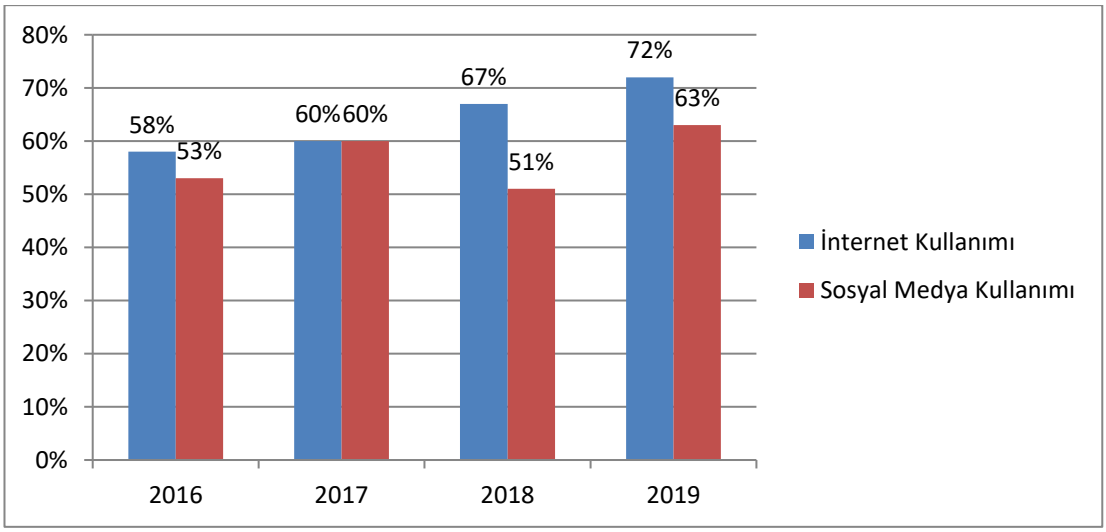
Yukarıdaki TÜİK verilerinden yararlanarak hazırlanan Grafik 2.2'yi incelediğimiz zaman 2017 yılında Türkiye'de internet kullanan erkeklerin oranı %75,1, internet kullanan bayanların oranı %58,7 ve Türkiye genelinde internet kullanım oranı ise %66,8'dir (TÜİK, 2017).

2016 ve 2017 yılları verilerini karşılaştıracak olursak Türkiye'de internet kullanan erkeklerde %4,6 oranında, bayanlarda %6,8 genelde ise %5,6 oranında artış görülmektedir. Günümüz de her geçen yıl internet ve sosyal medya kullanım oranlarının arttığını görmekteyiz. Buna bağlı olarak sosyal medya siteleri; Facebook, Twitter, İntagram, Wiki, gibi sosyal ağ platformlarının kullanıcı sayısı ve yoğunluğu artmaktadır. Bu sebepten dolayıdır ki sosyal platformların çoğalan kullanıcılarla beraber kendilerini sürekli geliştirerek ve güncelleyerek hizmetlerine devam etmektedirler.



Grafik 2.3. İnternet kullanım oranları (TÜİK, 2018)

Yukarıda yer alan grafik incelendiğinde ülkemizde internet erişim imkânının, 16-74 yaş grubundaki kişilerde bilgisayar kullanımının ve 16-74 yaş grubundaki kişilerde internet kullanımının yıllara göre göstermiş oldukları değişiklikler görülmektedir. Grafik incelendiğinde internet erişim imkânının yıllara göre pozitif yönlü bir artış göstermesi ile birlikte 16-74 yaş grubundaki bireylerin de bu pozitif artışla ilişkili olarak bilgisayar kullanım oranlarının pozitif yönlü arttığı görülmektedir. İnternet erişim imkânının yıllara göre pozitif yönlü bir artış göstermesinin aynı zamanda 16-74 yaş grubundaki bireylerin internet kullanım oranlarının pozitif yönlü artmasını da etkilediği edinilen diğer bir bulgudur.



Grafik 2.4. Yıllara göre internet ve sosyal medya kullanım ilişkisi (Ayvaz, 2016, 2017; Salih, 2018; Bayrak, 2019)

Grafik 2.4'te yıllara göre internet kullanım oranları ve sosyal medya kullanım oranları görülmektedir. Grafik incelendiğinde internet kullanım oranlarının 2016 yılında %58, 2017 yılında %60, 2018 yılında %67 ve 2019 yılında %72 olduğu görülmektedir. Sosyal medya kullanım oranlarının yıllara göre değişimi ise 2016 yılında %53, 2017 yılında %60, 2018 yılında %51, 2019 yılında %63 olarak tespit edilmiştir.

Grafik 2.1 ve Grafik 2.2 incelendiğinde internet kullanım oranlarının cinsiyetlere göre değişimi, Grafik 2.3 incelendiğinde internet erişim imkânı 16-74 yaş grubunun internet ve bilgisayar kullanım oranları, Grafik 2.4 incelendiğinde yıllara göre internet ve sosyal medya kullanım oranlarının verildiği görülmektedir. Grafikler incelendiğinde sosyal medya kullanım oranının internet kullanım oranını doğrudan etkilediği ve yıllara göre hem internet kullanım oranlarında hem de sosyal medya kullanım oranlarında artış olduğu görülmektedir.

2.4.1. Sosyal Medya Uygulamaları ve Özelikleri

Bu bölümde başlıca sosyal medya uygulamaları tanıtılarak uygulamaların genel özelliklerine ve toplumun hayatındaki yeri ve önemine değinilecektir. Başlangıç olarak 1954 yılında Barnes tarafından kullanılmış bir deyim olan sosyal medya, kullanıcıları çevrim içi profil oluşturdukları, hobi alanlarını liste yaptıkları, duygu ve düşüncelerimi ve fotoğraflarını paylaştıkları tüm kullanıcılar ile online bağlantı kurdukları web siteleri olarak tanımlanmıştır (Peltekoğlu, 2012).

Farklı bir tanıma göre de sosyal medya, internet kullanan bireylerin birbirleriyle tanışma sohbet etme, iletişim kurmak ve medya paylaşımında bulunması, sohbet alanı, tartışma alanı, ortak ilgi ve görüş alanlarıyla bir araya gelip gruplar oluşturması maksadıyla kurulmuş olan sosyal medya siteleri olarak ifade edilmiştir (Taşkın, 2011).

2.4.1.1. Facebook

Harvard Üniversitesi öğrencilerinden Mark Zuckerberg'in 2004 yılında "The Facebook" ismiyle kurduğu sosyal paylaşım alanı olan site Harvard öğrencilerinin

büyük çoğunluğuna kısa bir sürede ulaşmıştır. Kullanıcı sayısı artan site kısa bir süre içerisinde Amerika'nın diğer önde gelen üniversite öğrencileri tarafından kullanıcı kabul etmeye başlamıştır. Sosyal paylaşım alanına üye olan üniversitelerin sayısının sürekli artmasıyla 2004 Aralık ayında sosyal paylaşım alanının üye sayısı 1 milyon üyeye ulaşmıştır (Toprak, 2009).

Facebook bireysel paylaşım ve iletişim kurmanın yanı sıra başka sosyal paylaşım alanları gibi en belirgin özelliği çok yönlü paylaşım yapma imkânı sağlamasından almaktadır. Bireyler bağlı bulundukları sosyal ağ içerisinde devamlı bilgi ve görüntü paylaşırken eş zamanlı olarak bulundukları ağ içerisinde diğer bireylerin paylaşımlarına yorum ve beğeni yaparak karşılıklı iletişim içerisinde bulunmaktadırlar. Bununla beraber Facebook ağının kullanıcıları ortak etkileşim alanına sahiptirler (Gümüş, 2018). Üyeler spor, teknoloji, dini, müzik ve arkadaşlık gibi grup istekleri ve seçimleri hususunda belirlenen sayfalarda paylaşım yapabilmektedirler. Facebook kullanıcıları iş, şehir, okul, gibi belirleyici etkenlerle oluşan gruplara dâhil olarak aynı sosyal grup içerisinde bulunan bireylerle daha basit bir şekilde iletişime geçebilmektedirler. Yapılan çalışmalara göre Facebook'un kullanım amaçları şu şekildedir; yeni bireyler ile tanışmak, araştırma, resim, video, düşünce paylaşımlar; oyun oynamak (Toprak, 2009). Bunların yanında Facebook en çok arkadaş bulma amacıyla kullanılmaktadır. Arkadaş bulmak sosyal ortamlardan olan bireyleri içine aldığı gibi, sanal ortamda edinilen arkadaşlıkları da içine almaktadır.

Facebook üyelerinin en beğendiği olanaklardan biri ise bireylerin geçmişte okul, iş çevrelerinde tanışmış oldukları arkadaşlarını yeniden bulma olanağını sağlayabilmesidir. Denetleme ve gözetleme Facebook'un en fazla tartışma konusu olan kullanım amaçlarından birisidir (Gümüş, 2016). Bireyler arkadaşlık kurduğu kişilerin sayfalarına ve paylaşım yaptıkları bütün içeriklere ulaştıkları gibi kullanıcılar, arkadaş listesinde bulunan bireylerin arkadaşlık bilgilerine de ulaşabilmektedir. Bu erişim kullanıcı tarafından kısıtlanabilse de üyelerin üyeleri gözetleyebildiğine yönelik sorunlar ortaya çıkmaktadır. Sanal ortamın görsel özelliklerinin ön planda tutulmasıyla birlikte sosyal paylaşım ortamları da görsel paylaşım merkezi haline gelmiştir (Gümüş, 2018).

Tablo 2.1. 2019 yılı Facebook'ta paylaşım yapan aktif kullanıcı sayıları (Kemp, 2019)

Yaş	Toplam Etkileşime Giren*	Kadın*	Kadın Payı	Erkek*	Erkek Payı
13-17	107 100	48 500	%2,6	58 600	%3,1
18-24	484 800	191 900	%10	292 900	%16
25-34	595 900	242 400	%13	353 500	%19
35-44	323 200	141 400	%7,5	181 800	%10
45-54	189 900	92 900	%4,9	97 000	%5,1
55-64	109 100	57 600	%3,1	51 500	%2,7
65+	76 800	40 400	%2,1	36 400	%1,9
Toplam	1 886 700	815 100	%43	1 071 600	%57

***Bin**

Yukarıda yer alan tablo 2019 yılı Ocak, Şubat, Mart ve Nisan aylarında elde edilen veriler aracılığıyla Facebook sosyal paylaşım sitesini kullananlardan paylaşım yapan aktif kullanıcı sayıları verilmektedir. Tablo incelendiğinde belirli yaş gruplarına ve cinsiyetlere göre etkileşimde olma sayıları görülmektedir. Buna göre en fazla etkileşim sayısının kadınlar için %13 ile 25-34 grubu, %10 ile 18-24 yaş grubu ve %7,5 ile 35-44 yaş grubu olduğu; erkekler için %19 ile 25-34 grubu, %16 ile 18-24 yaş grubu ve %10 ile 35-44 yaş grubu olduğu anlaşılmaktadır. Erkeklerin kadınlara göre daha fazla etkileşime girdikleri her iki grup içinde etkileşimin 25-34 yaş grubunda olduğu görülmektedir.

2.4.1.2. Twitter

Sosyal ağların 1990'lı yılların sonlarına doğru ortaya çıkmasından sonra, sosyal medyanın pazarlama aracı olarak kullanabileceği yönündeki düşünceler ortaya atılmıştır. Ancak haberleşmeyi sağlamaktan ileriye geçilememiştir. Bu süre içerisinde kurumlar gazete, tv, radyo gibi geleneksel pazarlama araçlarını kullanma yönünde devam etmişlerdir (Holtz, 2002). Sosyal ağ ortamlarının çift yönlü iletişim kurmaya izin vermesi yönünden bu durum hem kişiler hem de kurumalar açısından büyük imkânlar ortaya çıkarmıştır. Kişiler sosyal ağ sayesinde sadece tüketici konumdan çıkarak hem üretici hem de tüketici durumuna geçmişlerdir. Sosyal ağlar sayesinde kişiler sadece içerik oluşturmak için değil aynı süreçte başka bireyler tarafından oluşturulmuş olan içerikleri değiştirebilir, yorumlayabilir veya paylaşım yapabilir duruma gelmiştir (Türkmenoğlu, 2014). Twitter ve diğer sosyal ağ

ortamları yeni sosyal medya kavramlarının bir ürünü olarak kabul edilebilir. Bireylerin günlük hayatlarının her bölümünde kullanılan pratik olan öğeleri köklü bir şeklilere çeviren bilgisayar ve sosyal ağ ortamları tabletler, cep telefonları, hepsi yeni sosyal ağın yeni medya ortamlarından sayılabilir (Binark, 2007).

Rogers (1995) çağımız medyalarının yeni sosyal medya konularını açıklarken geçmişte kullanılan medya araçlarından ayırt edilen en önemli 3 özelliği şunlardır ; "etkileşim, kitlesellik ve eşzamanlılık" şeklinde tanımlanmıştır (Geray, 2003). Yeni sosyal medya kavramı bu bağlamda geçmiş medya kullanıcılarına tüketici bireylere yönelik olarak yer zaman sınırlandırmalarının ötesinde bir yere sahiptir (Törenli, 2005). Bir sosyal medya aracı olan Twitter özellikle bu tanımlamalarda yer verilen yaklaşım konusu ile birebir örtüşme ve yeni sosyal medyanın karakteristik olan yaklaşımları sadece sosyal medya aracı olan Twitter için değil başka sosyal ağ siteleri için temel hat gibidir. Twitter kullanıcısı olan bireyler bir taraftan üretici iken diğer taraftan da tüketici kitlesi haline gelmektedir. Twitter, 2006 yılı Mart ayında, San Francisco da podcast şirketince, "Twitter" adıyla kurulan sosyal ağ uygulamasıdır (O'Reilly ve Milstein, 2009). Twitter bireylere gün içerisinde hayatlarında yaşadıklarını, düşündüklerini, duyduklarını ve kendi deneyimlerini paylaşmalarına imkân sağlayan sosyal ağ sitesidir. Bireylere çok uzun mesajlar ya da paylaşım yapma imkânı sunmaz. Twitter herkese açık bir sosyal ağ ortamıdır. Twitter üzerinden zaman mekân kavramı olmaksızın her türlü kişi birey ve gruplar ile konu başlıkları altında yorum ve paylaşım yaprak iletişim kurulabilir.

Tablo 2.2. 2019 yılı Twitter'da paylaşım yapan aktif kullanıcı sayıları (Kemp, 2019)

Yaş	Toplam Etkileşime Giren*	Kadın*	Kadın Payı	Erkek*	Erkek Payı
13-17	28 900	10 000	%3,8	18 900	%7,2
18-24	62 700	25 500	%10	37 200	%14
25-34	80 300	23 500	%9	56 700	%22
35-49	53 300	16 300	%6,2	37 000	%14
50+	37 000	13 000	%5	24 000	%9,1
Toplam	262 100	88 300	%34	173 800	%66

***Bin**

Yukarıda yer alan tablo 2019 yılı Ocak, Şubat, Mart ve Nisan aylarında elde edilen veriler aracılığıyla Twitter sosyal paylaşım sitesini kullananlardan paylaşım yapan

aktif kullanıcı sayıları verilmektedir. Tablo incelendiğinde belirli yaş gruplarına ve cinsiyetlere göre etkileşimde olma sayıları görülmektedir. Buna göre en fazla etkileşim sayısının kadınlar için %10 ile 18-24 grubu, %9 ile 25-34 yaş grubu ve %6,2 ile 35-49 yaş grubu olduğu; erkekler için %22 ile 25-34 yaş grubu, %14 ile 18-24 yaş grubu ve %14 ile 35-49 yaş grubu olduğu anlaşılmaktadır. Erkeklerin kadınlara göre daha fazla etkileşime girdikleri, kadınlar için 18-24 yaş grubun erkekler içinde 25-34 yaş grubunun en çok etkileşime girdiği anlaşılmaktadır.

2.4.1.3. İnstagram

Sosyal paylaşım ortamı olan İnstagram 2010 yılında başlatıldı ve kullanıcı sayısının yükselmesiyse 2012 yılında Facebook yetkililerince satın alınmıştır (Tufan Yeniçıktı, 2016). İnstagram sadece fotoğraf ve video paylaşım sitesidir. İnstagram üyelerine çektikleri fotoğraf ve videolarını sosyal medya ve mobil uygulamalar üzerinden dijital filtrelerden herhangi biri uygulandıktan sonra fotoğrafları paylaşılmasına izin veren bir sosyal medya sitesidir. Bu fotoğraf ve videoları diğer sosyal medya uygulamalarından Twitter ve Facebook üzerinden kolaylıkla paylaşmalarını sağlar. İnstagram aynı zamanda kişilerin yaşantılarını video ve fotoğraflarla daha eğlenceli hale getirmek ve sosyal medya da hızlı bir şekilde yaygınlaşmasını sağlamaktadır. İnstagram'ın bir diğer özelliği ise fotoğrafların beğenilmesi ve yorum yapılmasıdır. Ayrıca her geçen gün müthiş bir ivme ile yükseliş gösteren İnstagram'ın 'etiketleme' özelliğiyle fotoğraflar sınıflandırılabilmekte, sosyal medya ortamında daha kolay erişilebilir hale gelmektedirler (Türkmenoğlu, 2014).

Ayrıca İnstagram üzerinde yapılan son güncellemeler ile kullanıcılar özelden mesaj, fotoğraf ve video paylaşabilmektedir. Böylece karşılıklı sohbet etme imkânı sağlanmaktadır. Ayrıca üyeler paylaşım yaptıkları fotoğraf ve videolarında çekim yaptıkları bölgenin konumu paylaşabilmektedirler. Bu sayede üyeler o bölge de çekilen fotoğraflarda aynı bölüm içerisinde hızlı ve kolay bir şekilde gezinebilmektedir (Tekulve, 2013). İnstagram'da hikâye (story) video uzunlukları en fazla 15 saniye olarak yayınlanabilir ve gönderi çoklu paylaşıldığı zaman otomatik olarak başlamaktadır. Ayrıca ekstra ses ve görüntü eklenerek kurumların marka öykülerini anlatmasında da çok faydalı olmaktadır (Hellberg, 2015).

Tablo 2.3. 2019 yılı İnstagram'da paylaşım yapan aktif kullanıcı sayıları (Kemp, 2019)

Yaş	Toplam Etkileşime Giren*	Kadın*	Kadın Payı	Erkek*	Erkek Payı
13-17	51 900	27 500	%3,4	24 400	%3
18-24	254 300	122 100	%15	132 300	%16
25-34	264 500	132 300	%16	132 300	%16
35-44	128 200	71 200	%8,9	57 000	%7,1
45-54	62 100	36 600	%4,6	25 400	%3,2
55-64	25 800	16 300	%2	9 600	%1,2
65+	15 500	8 700	%1,1	6 700	%0,8
Toplam	802 300	414 700	%52	387 600	%48

***Bin**

Yukarıda yer alan tablo 2019 yılı Ocak, Şubat, Mart ve Nisan aylarında elde edilen veriler aracılığıyla İnstagram sosyal paylaşım sitesini kullananlardan paylaşım yapan aktif kullanıcı sayıları verilmektedir. Tablo incelendiğinde belirli yaş gruplarına ve cinsiyetlere göre etkileşimde olma sayıları görülmektedir. Buna göre en fazla etkileşim sayısının kadınlar için %16 ile 25-34 grubu, %15 ile 18-24 yaş grubu ve %8,9 ile 35-44 yaş grubu olduğu; erkekler için %16 ile 25-34 yaş grubu, %16 ile 18-24 yaş grubu ve %7,1 ile 35-44 yaş grubu olduğu anlaşılmaktadır. Erkeklerin kadınlara göre daha fazla etkileşime girdikleri her iki grup içinde etkileşimim 25-34 yaş grubunda olduğu görülmektedir.

2.4.2. Sosyal Ağ Siteleri

İletişim çeşitleri yönünden baktığımızda 1790'dan günümüze kadar bakıldığında çoğunluğunun doğrusal (linear) olduğu görülmektedir. Genelinde kişiler arasında iletişimlerin fazla dikkate alınmadığı görülmektedir (Kincaid, 19792). İletişim sadece doğrusal yani sadece merkez ile kullanıcı arasında oluşan süreçten fazla olarak, her ikisinin de değişik kaynaklardan etkilendiği çok farklı bir süreçtir. Bu ağlar incelendiğinde iletişim kaynaklarının bulunması, hedeflenen bireylerin gruplara bölümlenmesi ve belirlenen grup odaklı mesaj yollanması bakımından iletişimciler ve halkla ilişki uzmanları bakımından önem arz etmektedir. Çağımızda iletişim teknolojileri günlük yaşamın içine daha fazla girdiğinden sosyal ağlar daha önemli konuma gelmiştir (Gümüş, 2018).

Sosyal ağlar, üyelerin birbirleriyle iletişim kurmalarını sağlayan, bireysel içeriklerin paylaşılmasını sağladığı kadar bireysel ağ kurma imkânı veren aktif gruplardır. Bu ağlarda kullanıcılar kendi hesaplarını kendileri kurar düzenler ve başka bireylere gösterirler. Sosyal medya siteleri iletişimle arama yapma imkanıda sunmaktadırlar. Aktif sosyal medya ortamlarında etkileşimin ana mecrası olunmasına neden olan bu yönelim örgütler açısından yeni temeller oluşturmaktadır. Bu ise "ağ bireyciliği" olarak adlandırılmaktadır (Enders, Hungenberg, Denker ve Mauch, 2008).

Genel olarak sosyal medya siteleri, kişilere kısıtlamış bir ağ içerisinde geniş veya sınırlandırılmış profil oluşturmaya, bağlantıyı paylaşan başka üyelerin listesindeki kullanıcılarla iletişim kurmaya, onların paylaşım listelerini görmeye, paralel geçişlere ve sistemdeki diğer kullanıcıların da bunları yapmalarına izin veren ağ hizmetlerdir (Gümüş, 2016). Bu geçişler ve kelime bilgisi platformdan platforma değişiklik gösterebilir. Sosyal ağ ortamlarını farklı kılan kişilerin farklı kullanıcılarla tanışmasına imkân vermesi değil, aksine sosyal ağlarında bireyleri görünür kılması ve birbirlerine bağlamaya imkân sağlamasıdır. Bireyleri bu şekilde birbirine bağlayan bir bağ belki de başka şekilde mümkün olmayacaktır. Sosyal ağ hizmetlerinde amaç her zaman üyelerin ağ oluşturması ya da birbirleriyle iletişim kurmaya çalışması değildir. İnsanlar genellikle kendi sosyal alanlarının bir parçası olabileceğini düşündüğü insanlarla iletişim kurarlar. (Body ve Ellison, Steinfield ve Lampe, 2007). Tablet, cep telefonu ve bilgisayar aracılığıyla ulaşılan internet üzerindeki bu sosyal paylaşım ağlarını yedi grupta toplamak mümkündür (Gümüş, Zengin ve Geçti, 2013);

- E-posta grupları (gmail.com)
- Bloglar (bloglara sayfalarına eklenen uzantılar sayesinde blogcunun diğer blogcuyla haberleşme imkânı)
- Forumlar (farklı meslek gruplarıyla alakalı forumlar)
- Kurumsal intranet (kurumsal iç ağı)
- Extranet (kurumsal müşteri ve tedarikçilerle oluşturulmuş ağlar)
- Hızlı mesajlaşma servisi (camfrog, icq)
- Sosyal ağ siteleri (yonja, facebook, twitter benzeri)

2.4.3. Bloglar

Bloglar Web-log kelimesinden gelmektedir. Günlüklerin Web'de oluşturulanları anlamında kullanılmaktadır (Aschenbrenner ve Miksch, 2005). Bloglar 99 yılı yaz ayına kadar fazla yaygın değildi. "Pitas" şirketi tarafından yazılımın oluşturulmasından sonra "pvra labs" şirketi "blogger" adı verilen blogları yaratan programı yaymıştır. Bu iki program sayesinde bloglar günümüze kadar devam eden ve zamanla kullanıcı ve üye sayısının artmasıyla beraber yükselen bir ivme içerisinde olmuştur. Günümüzde bloglar yaygınlaşarak, google'ın blogları arayan blog bulucu motor olarak evrilmesine neden olmuşlardır (Ostrander, 2007).

Blog üyeleri, blogların kendilerine özgürce yorum yapma imkanı sağladığını söylemektedirler (Gümüş, Zengin ve Geçti, 2013). Gazete ve televizyonlardan farklı olarak bloglar kullanıcıların yorum yapmalarına ve birbirleri arasında bağlantılar kurmaya, paylaşım yapmaya açıktır. Böylece hem blok üyelerine hem de farklı blok kullanıcılarının bağlantılarına yorum yapmak kolaylaşmaktadır. Özellikle din, cinsellik, ahlak, siyaset gibi hassas konular üzerinde, bloglar özgür bir tartışma ortamı yaratmaktadır. BBC, CNN gibi dünyanın en köklü, büyük bilgi kaynakları blog sayfaları kurarak bilgileri/haberleri bu mecralarda yayınlamış ve üyelerinin yorumlarına açmıştır (Bahnisch, 2006).

Bütün blog ve üyelerden oluşan topluluğun tümüne "blog küre" veya "blog alemi" şeklinde çevirilebilecek "blogosphere" adı verilmiştir. Platformlar içinde veriler ters bağlantılarla birbirine bağlıdır. Üyelerin ilgi alanlarına hitap etmek için kullanılan bloglar, kişileri ve blogları farklı ilgi alanlarına yönlendirebilir. Bu yönden bloglar tek başına değil, belirli ilgi alanlarının birbirleriyle bağlantılı olmasından dolayı kolektif bir güç haline gelmektedir (Jacobs, 2006).

2.4.4. Mikro Bloglar

Mikro blokları bloglar ile kıyasladığımız zaman mikro blog'ların en belirgin özellikleri anlık ve kısa içerikleri başka kullanıcılar ile paylaşılmasını sağlamasıdır. En çok tercih edilenlerden biri haline gelen Twitter girilecek blog yazsısı için 140 karakter sınırlama getirmiştir. Bireylerin her anının başka bireylerle paylaşılmasını

sağlayan mikro bloglar, özellikle uzmanlar tarafından haber ve veri paylaşımı yapma amacıyla kullanılmaktadır. Mikro bloglar dünyada herhangi bir mevkide oluşan olayı anlık ve hızlı biçimde öğrenmemizi sağlayan platformlardır. 140 karakter yani bir iki cümle ve sınırlı içerikle güncellenip telefon, tablet, mobil araçlar ile basit bir şekilde kullanım sağlanan içerikler çok hızlı bir şekilde çok büyük kitlelere yayılmaktadır. Mikroblogların ön plana çıkan özelliklerini şöyle sıralayabiliriz (Holotescu ve Grosseck, 2010).

- Sosyal medya ortamında düşüncelerini hızlıca açıklama ve tartışma ortamını mümkün kılar.
- Anlık ve beklenmedik konularda gruplar oluşmasını sağlar.
- Süreç merkezli öğrenmeyi ele alan işbirlikçi bir çevre oluşturur.
- Farklı disiplinlerden gelen insanların topluluk oluşturmasını sağlar.
- Proje yönetiminde üyelerin ve öğrencilerin fikirlerini değerlendirmek gibi yararlı bir araçtır.
- Makale, konuşma, sunum, benzeri etkinliklerde önemli rol oynar.
- Bireyin kendi kişisel öğrenme ağını kurmasını sağlar.
- Eğitim-öğretim sürecinde etkili olarak kullanılabilir.

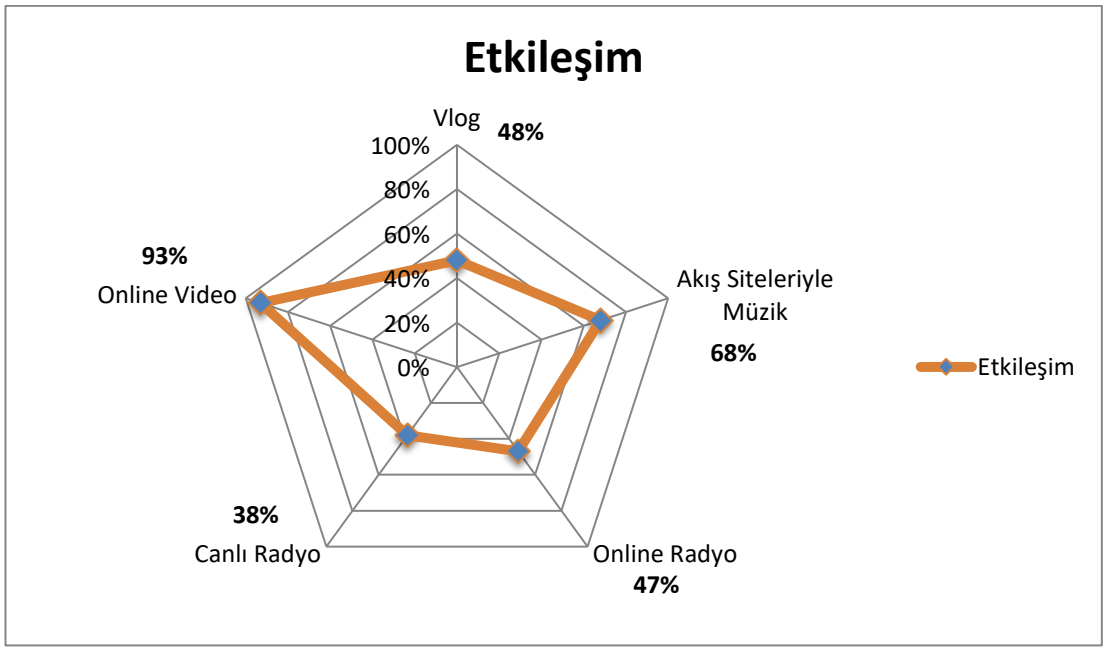
2.4.5. İçerik Paylaşım Siteleri

Günümüzde yaygınlaşan sosyal ağ siteleri bireylerin bütün öğrenme süreçlerini, çalışma hayatını ve iletişim yöntemlerini şekillendirmektedirler. Sosyal medya, insanların günlük yaşamında iletişim ve bilgi paylaşma yöntemini de değiştirmiştir (Murray, 2008). Bu duruma örnek olarak üyelerin sosyal ağlarda harcadıkları zaman, bu ağların ortaya çıkmasından bu yana iki ya da 3 kat daha artmış bulunmaktadır (Gümüş, 2018). Toplumun bütün kesimlerinden ve farklı yaşlarda olan insanlar sosyal ağlara çeşitli amaçlarla girmekte ve kullanıcı sayısı her geçen gün artmaktadır. Ayrıca bireylerin özel hayatlarını sosyal medya üzerinden farklı insanlarla paylaşması oldukça dikkat çekicidir (Murray, 2008).

Sosyal ağların çevrim içi olanları "sosyal teknolojiler aracılığıyla bazı insan gruplarınca kullanılan etkinliklerin bütünüdür" şeklinde tanımlanarak "çevrim içi

sosyal ağ" adını almaktadır (Hamid, Chang ve Kurni, 2009). Bu konu, bilgisayar sistem ve sosyal yazılım teknolojileriyle alakalı olmamaktadır. Öğretmen, öğrenci ya da öğrenci gruplarının öğrendiği ya da deneyimlediği öğretimleri göstermesine imkân sağlayan amaçtır (Tufan Yeniçıktı, 2016). Bu sitelerde her ne kadar kullanıcı bilgileri sınırlandırılabiliyor gibi gözükse de kişisel bilgilere, kullanıcıların kendisine ve bunlar arasındaki etkileşimlere herkesin erişimini mümkün kılan web tabanına entegre edilmiş sistemler olarak da tanımlanabilmektedir (Ellison, Steinfield ve Lampe, 2007).

Anahtar kelime sosyal yazılımlar için sosyal içeriktir. Her çeşit medya türü, duyurular, sunular, video klipler, web adresleri, ses dosyaları, resimler birer sosyal içeriktirler. Bu nesnelerin üretimi, paylaşılması ya da kullanılabilirlikleri sosyal ağların sunmuş olduğu olanaklar sayesinde gerçekleşebilmektedir. Yenilikçi teknolojiler sayesinde, paylaşım amaçlı farklılaşmış araştırma gruplarının desteklenmesini sağlayan ve birey etkileşimlerini artıran Ning, Elgg ya da Facebook gibi uygulamalar; iş birliği, iletişim ve içerik üretiminde yenilikçi hizmet sağlayıcıları Twitter, Wiki ya da Bloglar gibi uygulamalarla paylaşım amaçlı Slideshare, Youtube ya da Flickr gibi uygulamalar oluşturulmuştur (Conole ve Culver, 2010).



Grafik 2.5. Her çeşit içeriği internet üzerinden her ay tüketen internet kullanıcılarının yüzdesi (Kemp, 2019)

Yukarıda yer alan Grafik 2.5'de 2019 yılına ait her çeşit içeriği internet üzerinden her ay tüketen internet kullanıcılarının yüzdeleri verilmektedir. Grafik incelediğinde en çok etkileşimin olduğu içerik etkileşimlerinin %93 ile online video izlemek, %68 ile akış siteleri aracılığıyla müzik dinlemek, %48 ile Vlog videolarını izlemek olduğu görülmektedir. Online ve canlı radyo dinlemenin toplamının ise %85 olduğu görülmektedir. Sonuç olarak görsel ve işitsel özelliklere aynı anda sahip olan içerik paylaşımlarının diğerlerine göre daha çok etkileşime maruz kaldığı anlaşılmaktadır.

2.4.6. Wikiler

İngilizcesi "What I Know is" olan ve bu kelimelerinin kısaltılması olarak Wiki halini alan kelime "Bildiğim şeyler" veya "Bildiğim Kadarı" şeklinde tercüme edilmektedir (Ben-Zvi, 2007). Wiki bütün bireylerin istedikleri şekilde girdi yapmalarına imkân sağlayan veri sayfalarıdır. Bireyler veya gruplar istedikleri zaman sanal ağ üzerinden istedikleri dokümanı paylaşabilir ve bu dosyalar arasında sürüm farklılıklarını tespit edebilirler. Dosyalar arasındaki bağlantılar ve sayfa düzenleri, biçimleri, sürüm farklılıkları, sistem üzerinden otomatik düzeltmeler yapılacağı için bu verilere ulaşma ve verileri belgelemeyi Wiki kolaylıkla yapılabilmektedir. Wiki kelimesi Hawaii dilinde hızlı anlamındaki wikiwiki sözcüklerinden türemiştir (Leuf ve Cunningham, 2001).

Wikiler, blog veya formlar gibi aktif iletişimin başka çeşitleriyle birbirine benzemektedirler. Bütün bu iletişim şekilleri eş zamanlı değildir. Eş zamanla olamayan bağlantılarda eklemeler farklı zamanlarda yapılmaktadır. Wikiler hem blog sayfalarından hem de forum sayfalarından farklıdır. Mesela blog sayfalarında gönderiler veya belgeler bir kişi tarafından gönderilmekte, üye yorumları istenmekte ya da istenmemektedir. Yalnız Wikiler özellikle çoklu yazar ve grup işbirliğine göre tasarlanmıştır. Wikiler hareketli dinamiklerdir ve doğrusal olmayan çok sayfalı yapılara dayanır (Gümüş, 2016).

Alışılmış web sitesi veri düzenleyicisi modellerinden ayrılan Wiki uygulamaları, alışılmış web sayfalarının imkân vermediği içerik yaratmaya olanak sağlar. Ayrıca karşıt görüşler gelişebilir. Bununla birlikte Wiki'ler genel oluşumlar açısından çözüm olmamaktadırlar. Grupların bazıları, olumsuz tutumlardan dolayı içeriği

bozulabileceğini ve yapıcı etki yerine kontrolsüzleşerek yıkıcı bir etki oluşturabileceğini düşünmektedir (Ben-Zvi, 2007). İzleme yöntemleri sayesinde bu sorun başa çıkılamaz değildir. Aktif gruplarla işbirliği adına yönteme gerek duyulursa, bireylerin ve grup üyelerinin içeriklere yeterli miktarda gelişim sağlayacağı hususunda şüphe yoksa bu durumda bir wiki idealdir. Wikiler bilgi deposu yaratmada ya da zaten hazır olan bir veri tabanına değer katmada en iyi araçtır (Farkas, 2007).

Yazılı veya görsel belgelerin toplu üretimleri ve paylaşımından oluşan Wiki uygulamaları, şu an birçok grupça, bazı taraflar üstünde işbirliği yapma ve eylemde bulunma veya bilgi akış hızını artırmak amacıyla kullanıma maruz kalmaktadırlar. Wiki'ler bu özelliğinden dolayı hızlı haberleşme sağlamanın yanında merkezi olmadığından denetimin dışında kalan yeni bilgi havuzlarının oluşmasına kaynak olabilmektedir (Köse, 2008).

2.4.7. Sosyal Medya İmleme Siteleri

Bireylerin web siteleri arasında herhangi birini beğenip onu sık kullanılanlar bölümüne eklemesiyle sosyal imleme oluşmaktadır. Kişiler bundan sonra internete yapacakları girişte web tarayıcılarını açar, sık kullanılanlar bölümüne bakar ve imlediği sayfalar arasından gitmek istediği siteyi kolaylıkla bulur ve o siteye giriş yapar. Bu şekilde kullanılan imlemeler birçok bireyin bildiği şekilde imlemelerdir (Gümüş, Zengin ve Geçti, 2013). Sosyal imlemeler alışılmış imlemeyi bir üst seviyeye taşımakla birlikte bireyin arkadaşları ve ailesiyle paylaşmak için kendi yer konumu aktif şekilde kaydetmesine imkân sağlamaktadır. Bu yöntem bireylerin yer konumlarını her bilgisayar ve yerden erişilebilir hale getirmektedir. Sosyal imlemeyle internetin üyeleri kendi konumlarını herkese açık olarak düzenleyebilmektedir (Weinberg, 2009). Bu şekilde kişiler bilgi ve tecrübelerine güvendikleri diğer kullanıcının sosyal imlemelerini esas alarak tercih imkânı oluşturabilmektedirler. Bu açıdan sosyal medya araçları arasında sosyal imleme siteleri önemli bir konumdadırlar. Bu sitelerde, bireylerin ilgilenimleri doğrultusunda "etiket" ismli imgelemeler oluşturulur ve bu imgelemelerin bütünü de etiket bulutlarının oluşmasını sağlar. Etiket bulutlarıyla birey aradığı ya da istediği

ilgilenimlerine hızlı ve basit bir şekilde ulaşabilmektedir. Bireyin etiket bulutu ile etkileşimi neticesindede içerik aktarımı ya da üretimi gerçekleşmektedir. En popüler olan sosyal medya imleme siteleri del.icio ve furl.net'tir. Bu sosyal medya imleme siteleri üyelerin beğendikleri makalelerini, haberlerini, web günlüklerini, yorumlarını, tariflerinin vb. web içeriklerinin linklerini depoladıkları, istenildiğinde başka üyelerle paylaşabildikleri ve böylece yeni şeyleri öğrendikleri sitelerdir (Erdem, 2011).

2.4.8. Podcastlar

Podcast broadcasting ve IPOD sözcüklerinden türeyerek Mp3 formatlarında video ile ses dosyalarının kişisel ya da mobil cihazlarda RSS'lerle takibe imkân veren teknolojilerdir (Hasan ve Hoon, 2013). Podcastlar farklı bir söyleyişle uzaktan eğitimin görselli materyallerinin karma kullanılmalarına olanağını sunmaktadır. Böylece bu yöntemle gelişen internet sitelerinden görüntü ve videoları yükleyip izlemleri, takip etmeleri sağlanmaktadır. Bu şekilde bireylerin zaman ve mekân kavramı olmadan her yerden video ve görüntülere ulaşabilmesi sağlanmaktadır (Işık, 2011). RSS benzeri dağıtım yöntemleriyle Podcastlar mobil cihazlara ses içeriklerinin iletilmesi şeklinde de betimlenebilir (Gülseçen, Gürsul, Bayrakdar, Çilengir ve Canım, 2010).

Hususi olarak hazırlanmış Podcast uygulamasının yapılma şekillerinin anlatımına dayalı akademisyenlerce çeşitli araştırmalar yapılmıştır. Bu araştırmaları incelediğimizde Podcast'ların anlatımını içeren araştırmalar çoğunluktadır. Deneysel araştırmalar ise yükseköğretim seviyelerinde yapılmaktadır. Araştırmaların çoğu Podcas'ların öğrencilere sunularak eğitim amaçlı kullanılmalarını sağlamaktır. Ancak Podcast'ların mobil öğrenmeyi desteklemesinin yanında bazı dezavantajlar da bulunmaktadır (Karaman, 2009).

Günümüzde ses, görüntü, video paylaşımında alternatif bir araç olan Podcast bireyler ve gruplar arasında mobil paylaşımlarda yaygın bir şekilde kullanılmaya başlanan bir uygulamadır. Podcast en yaygın kullanım alanları olan kişisel uygulamalar, dil eğitimi, turizm, pazarlama, tv ya da radyo yaınları benzeri birden çok mecrada

yaygınlaşmış ve üye sayılarını artırmıştır. Podcast geliştirme ya da araştırma araçlarıyla hazırlanmış video veya ses Podcast sunucusu siteler aracılığıyla kullanıcılarına ulaştırmaktadır (Gülseçen vd., 2010).

2.4.9. Forum

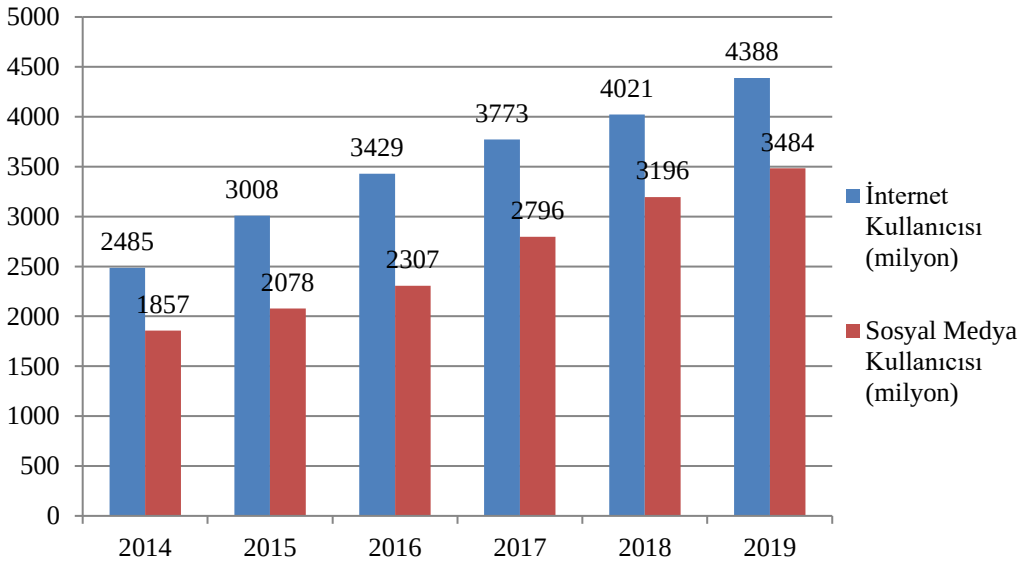
Forum siteleri, medya sistemlerinde üyelik koşulu olmalarıyla Wiki ve Bloglar'dan farklılaşmaktadır. Forumlarda belirli bir bireyin kontrolü ve denetimi esastır bu birey site modülatörüdür. Modülatör, sayfadaki yorumlara müdahale edebilir. Forum sayfaları herhangi bir konu ya da alanda olabilir. Kayıt olan her üye forumda duygu ve düşüncelerini paylaşabilir (Eldeniz, 2010). Forum sayfaları ülkemizde diğer sosyal medya araçlarına göre daha önceki zamanlarda kullanılmaya başlanmıştır. Ayrıca ülkemizde online olarak kullanılmakta ve forum sayfalarının birden fazla üyeleri bulunmaktadır. (Irak ve Yazıcıoğlu, 2012).

Forum sayfaları, sitelerin okuyucuları arasındaki duygudaşlık ve özverinin tesis edilmesini kolaylaştıran araçlardır. Bireysel tecrübeleriyle deneyimleri anlatması büyümeyi ve paylaşmayı artırmaktadır. Forum sayfalarında mevcut tartışmaya katılanlar, fikirlerini ifade eden bireyler, forum sayfasının diğer üyelerini daha deneyimliymiş gibi algılar. Bu sayede üyeler arası etkileşim oluşarak üyelerin birbirleri aracılığıyla öğrenmeleri kolaylaşmaktadır. Bu mecralarda genellikle önceden tanınmayan kullanıcılar arasındaki güvenin ve ilişkinin iki esas nedeni bulunmaktadır; güvenilirlik ve deneyim sahibi olmak (Bickart ve Schindler, 2001). Forum sayfalarında paylaşılan metinler saklanmakta ve gerektiğinde uzun bir aradan sonra da kullanıcıların bu metinlere erişimine olanak yaratmaktır (Pitta ve Fowler, 2005).

2.5. Sosyal Medya Kullanım Sıklığı

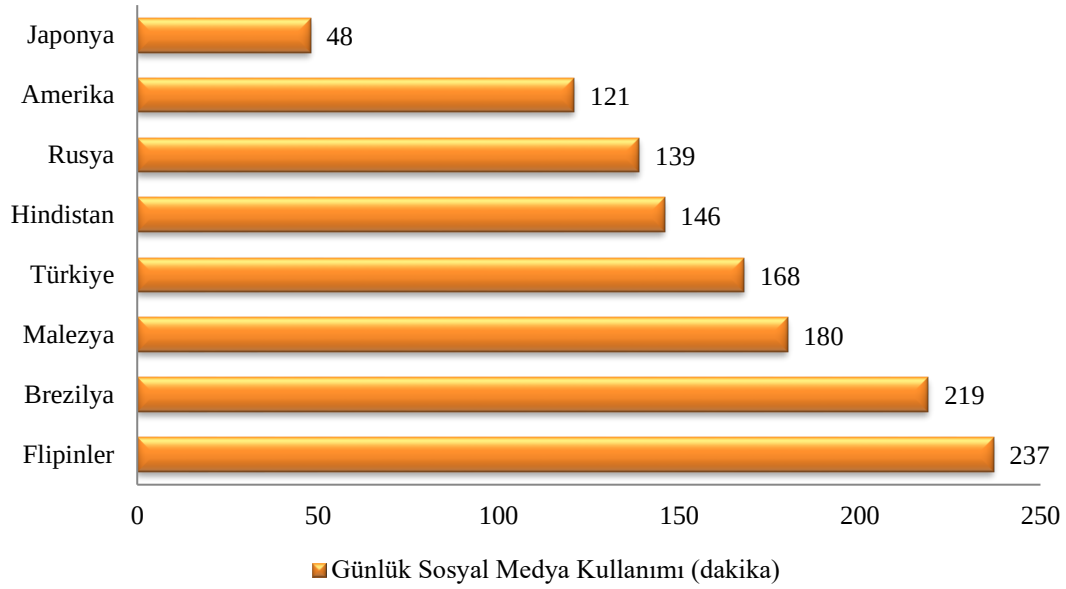
Sosyal medya kullanım sıklığı bireylerin belirlenen zaman dilimde sosyal medya kullanım sürelerini temsil etmektedir. Sosyal medya sıklığı belirlenirken genelde bireylerin günlük sosyal medyada geçirdikleri süre baz alınmaktadır (Gümüş, 2018). Böylece 24 saat esasına göre bir referans noktası belirlenmektedir. Bireyler günün belirli saatlerinde, haftanın belirli günlerinde, ay içerisinde belirli periyotlarda hatta

belirli mevsimlerde sosyal medya etkileşiminde diğer zaman dilimlerine göre daha fazla etkileşimde bulunabilmektedirler. Günlük sosyal medya kullanım sıklığının belirlenmesinin bu dez avantajının giderilmesi için bazı araştırmacılar yıllık sosyal medya üyelik, aktif üyelik ya da etkileşimde bulunma sürelerini esas almaktadırlar (Kemp, 2018, 2019). Aşağıda yer alan tablolarda çeşitli kriterlere göre internet kullanım sıklığı, sosyal medya kullanım sıklığı, sosyal medya siteleri ve sosyal etkileşim siteleri kullanım oranları verilmektedir.



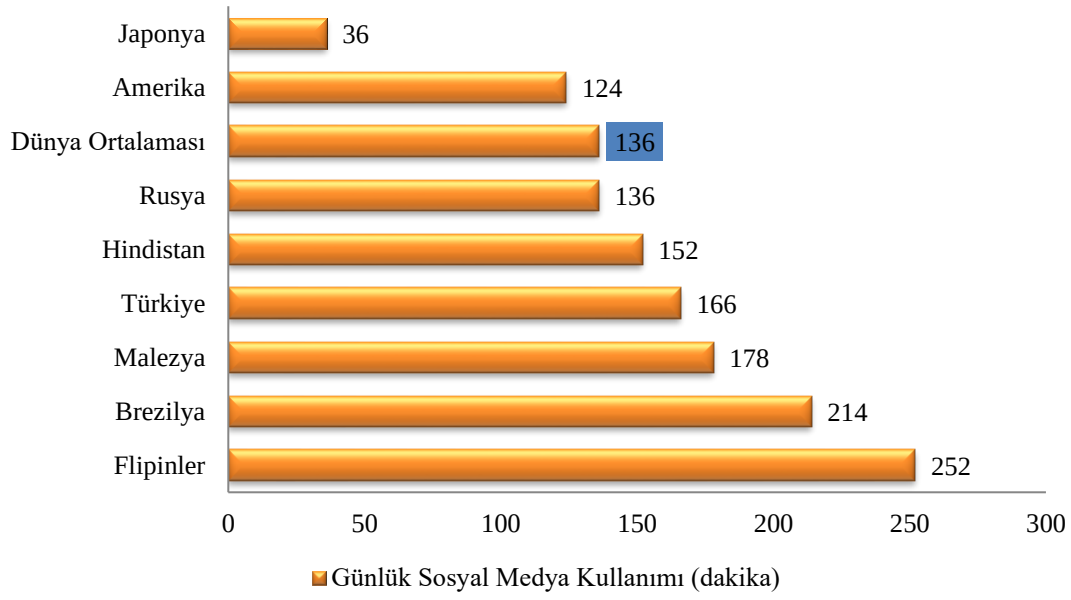
Grafik 2.6. Dünya geneli yıllara göre internet ve sosyal medya kullanıcı sayıları (Kemp, 2019)

Grafik 2.6'da dünya geneli yıllara göre aktif internet ve sosyal medya kullanıcı sayıları verilmiş olup 2019 verileri sadece 2019 Ocak ayını içermektedir. Yıllara göre sosyal medya kullanıcı sayıları incelendiğinde bir önceki yıllara göre 2015 yılında %12'lik, 2016 yılında %11'lik, 2017 yılında %21'lik, 2018 yılında %14'lük ve 2019 yılında %9'luk bir artış olduğu görülmektedir. Yıllara göre internet kullanıcı sayıları incelendiğinde bir önceki yıllara göre 2015 yılında %21'lik, 2016 yılında %14'lük, 2017 yılında %10'luk, 2018 yılında %17,2'lik ve 2019 yılında %9,13'lük bir artış olduğu görülmektedir. Sonuç olarak her yıl internet kullanıcısı ve sosyal medya kullanıcısının arttığı, internet kullanıcı sayısının artmasının doğrudan sosyal medya kullanıcı sayısını artırdığı anlaşılmaktadır.



Grafik 2.7. 2018 yılı ülkelere göre sosyal medya kullanım oranları (Kemp, 2018)

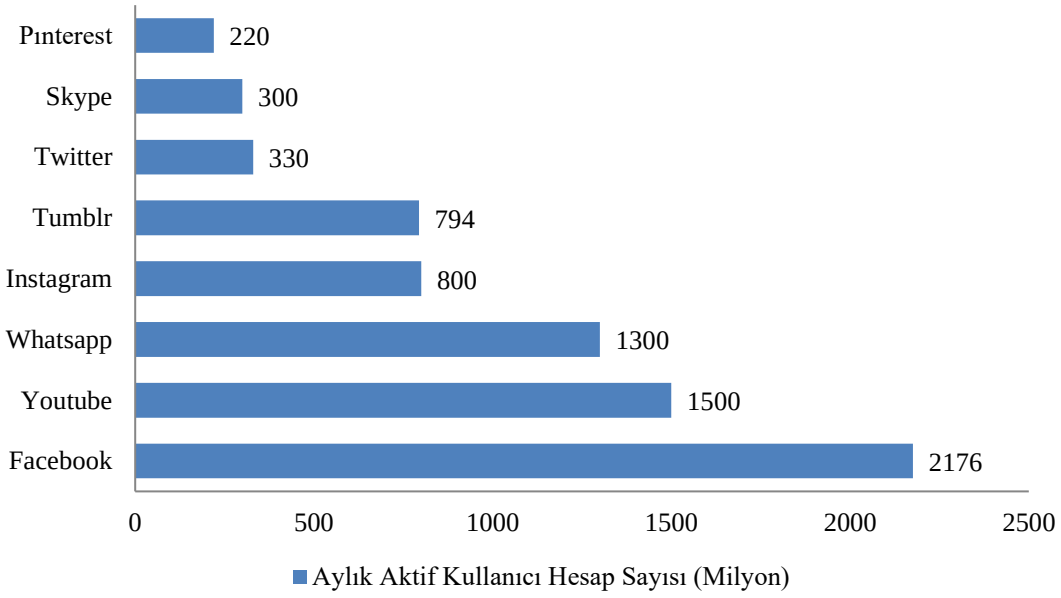
Yukarıda yer alan Grafik 2.7'de 2018 yılına ait veriler eşliğinde ülkelerin sosyal medya kullanım süreleri verilmektedir. Sosyal medya kullanım oranı en fazla olan üç ülke sırasıyla 3 saat 57 dakika ile Filipinler, 3 saat 39 dakika ile Brezilya ve 3 saat ile Malezya'dır. Türkiye'nin sosyal medya kullanım oranı 3 saat 6 dakika olurken, en az sosyal medya kullanım oranının 48 dakika ile Japonya'ya ait olduğu görülmektedir.



Grafik 2.8. 2019 yılı ülkelere göre sosyal medya kullanım oranları (Kemp, 2019)

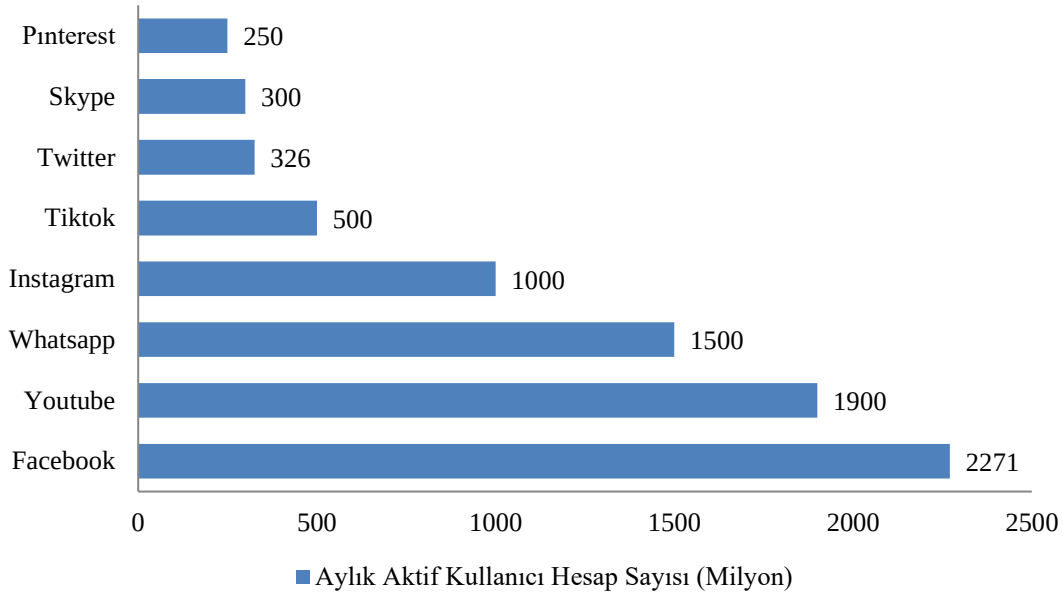
Yukarıda yer alan Grafik 2.8'de 2019 yılına ait veriler eşliğinde ülkelerin sosyal medya kullanım süreleri verilmektedir. Dünyada ortalama sosyal medya kullanım süresi 2 saat 16 dakika olurken, sosyal medya kullanım oranı en fazla olan üç ülke sırasıyla 4 saat 12 dakika ile Filipinler, 3 saat 34 dakika ile Brezilya ve 3 saat 18 dakika ile Malezya'dır. Türkiye'nin sosyal medya kullanım oranı 3 saat 46 dakika olurken, en az sosyal medya kullanım oranının 36 dakika ile Japonya'ya ait olduğu görülmektedir.

2018 yılında ülkelerin sosyal medya kullanım sürelerinin verildiği Grafik 2.7 ile 2019 yılında ülkelerin sosyal medya kullanım sürelerinin verildiği Grafik 2.8 birlikte değerlendirildiğinde sosyal medya kullanım süresinin Brezilya, Malezya, Türkiye, Rusya ve Japonya için azaldığı; Filipinler, Hindistan ve Amerika için ise arttığı görülmektedir. Sosyal medya kullanım süresi artışının Filipinler için %6,33, Hindistan için %4,11 ve Amerika için %1,64 olarak gerçekleşmiştir. Sosyal medya kullanım sürelerinin ülkelere göre azalışının ise Brezilya için %2,2, Malezya için %1,1, Türkiye için %1,1, Rusya için %2,16 ve Japonya için %25 olarak gerçekleşmiştir. Genel olarak iki grafik karşılaştırıldığında azalış gösteren ülkelerin çoğunlukta olduğu görülmektedir. Bu azalışın temel nedeni 2019 yılına ait verilerin sadece Ocak ayının ilk 25 gününü içermesinden kaynaklanmaktadır.



Grafik 2.9. 2018 yılı dünya geneli aylık aktif kullanıcı sayıları (Kemp, 2018)

Her bir mecra için en son yayınlanmış aylık aktif kullanıcı hesaplarına göre verilerin gösterildiği Grafik 2.9'da 2018 yılına ait sosyal medya platformlarının aktif kullanıcı sayıları verilmektedir. En fazla kullanıcının 2 176 000 000 aktif kullanıcı ile Facebook, 1 500 000 000 aktif kullanıcı ile Youtube, 1 300 000 000 aktif üyelik ile Whatsapp ve 800 000 000 aktif üyelikle İnstagram olduğu görülmektedir.



Grafik 2.10. 2019 yılı dünya geneli aylık aktif kullanıcı sayıları (Kemp, 2019)

Grafik 2.10'da 2019 yılı Ocak ayına ait sosyal medya platformlarının aktif kullanıcı sayıları verilmektedir. En fazla kullanıcının 2 271 000 000 aktif kullanıcı ile Facebook, 1 900 000 000 aktif kullanıcı ile Youtube, 1 500 000 000 aktif üyelik ile Whatsapp ve 1 000 000 000 aktif üyelikle İnstagram olduğu görülmektedir. Grafik 2.9 ve Grafik 2.10 incelendiğinde en fazla aktif kullanıcısı olan sosyal medya mecralarının Sırasıyla Facebook, Youtube ve İnstagram olduğu görülmektedir. Ayrıca sosyal medya mecralarının aktif üyelerinin sayısının gün geçtikçe hızlı bir artış içerisinde olduğu da aşikârdır.

2.6. Sosyal Medyanın Bireysel ve Toplumsal Etkisi

Sosyal iletişim ortamları teknolojinin gelişmesiyle birlikte hayatımızda yer alan, gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerdeki nüfusun çoğunluğu tarafından kabul edilmiş bir durumdur. Bu sosyal iletişim ortamlarına çok basit bir şekilde her zaman ulaşılabilir (Gümüş, 2018). Ayrıca sosyal medya ortamlarına girmek için cihaz sayısı oldukça çeşitlidir. Her yaş grubundan kullanıcılar sosyal gündemi ve sosyal ortamları

ve herhangi bir teknolojik ürünün takibini çok kolay bir şekilde yapma imkânı bulmaktadır (Arslan, 2004).

Kişileri kendine mecbur kılan sosyal ağ iletişim ortamlarının tesiri de oldukça farklıdır. Sosyal iletişim ortamlarında tanışılan her kişinin tanıştığı bireylerin dini, siyasi, kültürel, eğitim dünyasına direk olarak etki etmektedir. Bireyler sosyal iletişim ortamları üzerinden birbirleriyle iletişim kurarak örgütlenme yapar ve bilgi aktarımı sağlar (Hobbs ve Bağlı, 2004). Bu konu da sosyal medya iletişim ortamlarının sadece eğlence ortamı olmaktan çıkıp çok daha farklı bir boyuta ulaşmasını sağlamaktadır. Sosyal medya iletişim ortamları artık bireyler, gruplar, uluslar yönünden çok güçlü bir silah niteliğindedir. Dikkat edilmesi gereken konu sonucunun ne olacağını bilmeden kullandığımız bu silahın bizi ulaşmak istediğimiz hedefe mi götürecek yoksa kullanmış olduğumuz bu tehlikeli silahın bizi etkisi altına alıp kontrolden çıkarak elimizde mi patlayıp tehlikeye mi sokacağıdır (Arslan, 2004). Bölümünün başında bahis ettiğimiz gibi sosyal iletişim ortamı hayatımıza bir anda girmiştir. Kişiler durumun farkına bile varmadan bu sosyal ve sanal ağın içerisinde kalmıştır. Bu sonunda kaçınılmaz sorular yani bireylerin kontrol dışı sosyal iletişim ortamı salgınını ortaya çıkarmıştır. İlk başlarda sadece genç yaşta olan bireyler için vakit geçirmede kullanılan bir eylem olarak görünürken ilerleyen zamanlarda siyasi ve sosyal hareketlenmelerin örgütlenmesi ve gruplaşması, kitlelere ulaşma aracı olarak görülmeye başlanmıştır (Kocabaş, 2008). Sosyal iletişim ortamlarının kişisel ve kurumsal yönden ne kadar hassas ve önemli bir durum olduğunu ve nasıl kontrol altında tutulup bilinçli kullanım bilinçsiz kullanım olarak yayılarak ne gibi sonuçlar ortaya koyacağı günümüzde tam olarak kestirilememektedir.

Grupların sosyal iletişim ortamlarını kullanmalarının ana etmenlerden birisi bu mecraların kullanımıyla bir takım hedeflere ulaşma istençleridir. Bir sosyal medya iletişim unsuru kişilere gerçek bilgi aktarmak ya da bireylerin sosyal ihtiyaçlarına karşılık verdiği süre boyunca talep görmektedir. Bu durumun bilincinde olan sosyal medya siteleri kendilerini sürekli olarak yenilemektedirler (Babacan, Haşlak ve Hira, 2011). Bu sosyal medya kuruluşları kendilerini kullanıcılarının dilek, istek, şikâyet şeklindeki kendi eksiklerini yenileyip kullanıcıların beklentilerini karşılamaktadır.

Kişiler de daha fazla sosyal arkadaşlık edinmek için sosyal iletişim ortamlarını kullanmaktadırlar (Hobbs ve Bağlı, 2004).

Bireyler artık bulundukları ortamlarda çay bahçesi, park, cafede muhabbet etmek yerine sosyal paylaşım siteleri üzerinden fotoğraf, video paylaşmak ile vakit geçirmektedir. Sosyal iletişim ortamlarını kullananların yaşları da oldukça küçüktür. Bu konu yüzünden küçük yaşta olan bireyler de park, sokak gibi yerlerde oynamak yerine pc, konsol ve sanal oyunlara daha çok ilgi göstermektedir (Arslan, 2004).

Sosyal iletişim ortamları çağımızda birden fazla etkinliğe ortam sağlamakla beraber yaşanan kurumsal durumların çoğunluğunda etkili bir rol oynamamaktadır (Arslan, 2004). Sosyal iletişim ortamlarında bireyler özgür veya kişilerin kısmen de olsa yersiz yurtsuz olma özelliğini, kendilerinde gerçekleştirebilmek ve bu sosyal medya ortamlarını etkin ve verimli kullanmak istemleriyle sonuçlanmaktadır. Yeni oluşan sosyal medya iletişim ortamlarının çeşitleri, bilgilerin yayılmasında ve paylaşılmasında çok önemli bir role sahiptir. Sosyal medya denilen bu kavram bireylerin yanında aynı hedefe yürüyen örgütleri de bir araya getirmektedir. Bununla beraber kendi çevreleriyle sorun yaşayan bireyler için sosyal medya çok büyük bir önem arz etmektedir (Kocabaş, 2008).

2.7. Psikolojik Sermaye ile Sosyal Medya Kullanımı İlişkisi

Sosyal medya, bireylerin internet platformunda birbiriyle karşılıklı ve interaktif bir biçimde iletişim kurduğu, aynı zamanda görüşlerini paylaştığı dinamik bir yapıdır (Borges, 2009). Sosyal medyada kullanıcılar, normal medyadan etkilenmektedirler. Ancak geleneksel medyadan farklı bir biçimde, bireyler olaylara kendi yorumlarını eklemekte ve kendi bakış açılarını olaylara yansıtabilmektedirler (Evans, 2008). Örneğin bugün okuduğumuz gazete, dünün haberlerini verirken, heyecanla karşısına geçtiğimiz ana haber bülteni, o gün ikindiye kadar olan gelişmelerden derlenen bir bültendir. Ancak sosyal medya, gelişen teknolojik koşulların sayesinde bir bireyin çekeceği bir video ya da resim yoluyla anlık haber mantığıyla hareket eden ve herkesin interaktif katılımını sağlayan araçlardan meydana gelmektedir (Gümüş, 2018). Sosyal medyanın diğer bir işlevi ise medyanın daha sosyal bir hale gelmesi

için oluşturulan bir platform olmasıdır. Aynı zamanda insanlar arasındaki iletişimi oldukça kolay hale getiren bu çevrimiçi platformlar, bireylerin çevresiyle iletişime geçmesini sağlayan, aynı zamanda işbirliği ve ortaklık oluşturan, insanları etkileme gücünü arttıran ve toplumda haberlerin hızlı bir biçiminde yayılmasını kolaylaştıran, günümüz insanı için olanak ve ayrıcalık alanı şeklinde tarif edilmektedir (Gönenli, 2012).

Sosyal medya kavramının altyapısı sosyal ağ kavramıyla açıklanmaktadır. Teknolojik gelişmeler ve iletişim teknolojilerindeki hızlı değişimler ve gelişmelerin kuşkusuz sosyal yaşamda da bir takım etkileri olmaktadır. Bireyleri derinden etkileyen bu teknolojilerle, insanlar diğerleriyle olan ilişkilerini; adına sosyal ağ denen, sanal platformlar üzerinde gerçekleştirmektedir (Kuduğ, 2011). Sosyal medyada bireyler, haberin edilgen bir okuyucusu değil, geniş etkileşim imkânlarıyla, aynı anda birden çok ve çeşitli türden içeriğe aynı anda erişebildikleri için aktif bir konumdadır. Bireylerin edilgen konumdan daha aktif bir konuma geçmesi ve içerik paylaşım, yorum yapabilme gibi imkânlara ulaşması açısından kitle iletişim medya araçları arasındaki konumundan daha farklı yere geldiği günümüzün gerçekleri arasındaki yerini almıştır (Weeks, 2013). Sosyal ağlar üzerinde bireyler düzenli bir biçimde birbirleriyle temas içinde bulunmaktadır. Bu sanal ortamda da belli davranış normları oluşur ve bu normlar aracılığıyla sosyal ağ aktörleri arasında güven duygusu oluşmakta ve ağ içinde itibar inşa edilmektedir. Tüm bu etkileşimler sosyal sermayenin doğmasına neden olmaktadır (Öztaş, 2007).

Sosyal medya bir taraftan değişik kültürlerden değişik kesimden insanların, bir takım sosyal taleplerine çözümler getirirken bir yandan da sosyalleşmeye değişik bir boyut kazandırmaktadır. Sosyal ağ ortamları yalnızca bilgisayar platformu değil bunun yanı sıra geçmiş hayatı ve günlük hayatı etkilediği için sosyal medya diye tanımlanmaktadır (Düvenci, 2012). Postman'a (2006) göre gelişen teknoloji beklentilerimizin yapısını, gündemlerimizi ve düşündüklerimizi farklılaştırmaktadır. Bu yeni teknolojiler bilişsel sembollerimizin özünü ve düşünce araçlarımızı değiştirmektedir. Dolayısıyla gelişen teknikler içinde yaşadığımız nüfusun yapısını ve toplumda düşüncelerin biçimlendiği ortamları şekillendirmektedir.

Bu nedenle sosyal medya toplumsal sermayenin hem biçimlenmesine katkıda bulunur hem de sosyal sermayenin gücü hakkında bize fikir verir. Sosyal medyanın sosyal sermaye üzerindeki en önemli etkilerinden biri, sosyal paylaşım sitelerinde bireylerin kendileriyle ilgili kişisel bilgi profilleri geliştirmesiyle başlamaktadır (Düvenci, 2012). Oluşturulan bu profillerle bireyler çevrelerindeki arkadaşlarını ve işyerinden ya da farklı kurumlardaki meslektaşlarını davet etmektedir. Bu platformlarda bireyler birbirleri arasında anlık paylaşımlar, mesajlar ve e-posta iletimi sağlayarak aktif bir iletişim süreci oluştururlar. Bu paylaşım sitelerindeki uygulamalar, bireylerin kişisel profillerini, fotoğraflarını içerir (Kaplan, 2010). Tüm bu interaktif çabalar sayesinde fikir, duygu, düşünce, konulara bakış açısı, dünyayla ve insanlıkla ilgili düşüncelerle ilgili benzer insanlar farkında olmadan bir ağ oluştururlar (Evans, 2008).

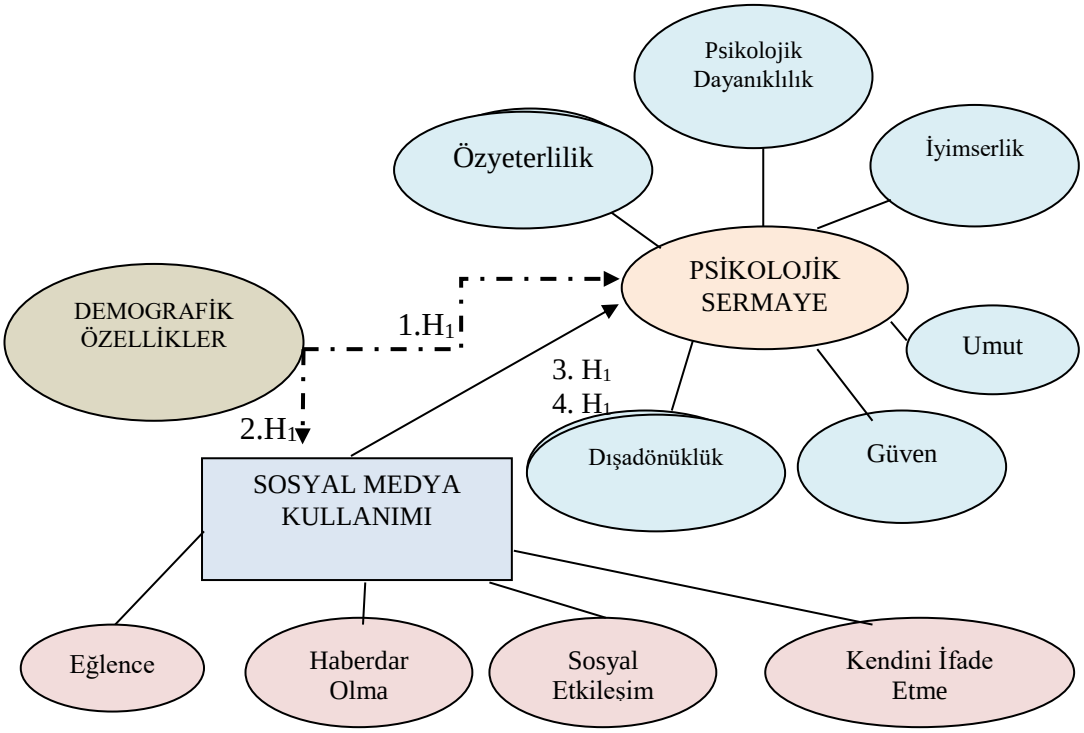
Sosyal medya özelliği itibariyle kullanıcıların gönüllü bir biçimde video, yorum, ses, yazı, resim gibi bir takım mültimedya içeriklerini rahatlıkla paylaşmasına müsaade eden bir yapıdır. Sosyal medya terimi hem internet kullanımının değişen koşullara paralel olarak teknolojik boyutuna atıf yaparken hem de bireylerin bir şeyler üretmesi ve onları paylaşımlarına kadar geçen sürede oluşan sosyal rolleri de kapsar (Doğru, 2015). Teknolojik değişimler, gelişen yeni iletişim yöntemleri bir şekilde siyasal iletişim süreçlerini de etkilemektedir. Kitleleri etkilemek artık dijital ortama taşınmıştır. Bu değişimin ana nedenlerinden biri siyasetçi bireylerin gitgide daha fazla teknolojiyi kullanan bireylerden oluşuyor olmasıdır. Diğer sebebi de sadece siyasal süreçlerin değil toplumsal yaşamın içindeki diğer tüm iletişim süreçlerinin büyük bir bölümünün dijital ortama geçmiş olmasıdır (Berkup, 2012).

3. ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ

Bu bölümde araştırmanın yöntemi ve araştırma modeli açıklanarak araştırmaya esas olan hipotezler belirtilmektedir. Ayrıca araştırmadan elde edilen verilerin analizinde ve yorumlamasında kullanılan metodoloji aktarılmaktadır.

3.1. Araştırma Modeli

Araştırma, öğretmenlerin psikolojik sermaye düzeyleriyle sosyal medya kullanımları arasındaki ilişkinin incelenmesi, eğer ilişki mevcut ise demografik özelliklere göre herhangi bir farklılaşmanın oluşup oluşmadığının tespitini esas aldığından ilişkisel tarama modelli bir betimsel çalışmadır. Tarama modelleri belirli bir zamansal dilimde, öncesinde ya da sonrasında mevcut durumlara müdehale etmeden olduğu gibi aktarmak amaçlı araştırma yöntemlerindendir (Karasar, 2002). Belirlenen zaman kesitinde amaca yönelik denekler belirlenerek bunlardan analiz odaklı veriler toplanır (Arseven, 2001). Bu tür araştırma modelleri örgütlerin mevcut işleyişlerini olumsuz yönde etkilemediği için araştırmacılarca tercih edilmektedir (Kaptan, 1999). İki veya daha fazla değişken ya da grup arasında herhangi bir faktör altında farklılaşmanın olup olmadığı ise ilişkisel tarama modelleriyle tespit edilir (Karasar, 2002). Betimsel yöntemin kullanıldığı çalışmalar “ne idi” ve “nedir” sorularının cevaplanmasına dayanmaktadır (Balcı, 1997).



Şekil 3.1. Araştırma modeli

- Cinsiyet
- Yaş
- Çocuk Sayısı
- Medeni Durum
- Öğrenim Durumu
- Branş
- Mezun Olunan Bölüm
- Çalışılan Okul Türü
- Okulun Günlük Mesai Tanzimi

Araştırmada Kullanılacak Demografik Değişkenler

Öğretmenlerin psikolojik sermaye bileşenleri ile sosyal medya kullanım sıklıkları tespit edilecek olup demografik özelliklere göre bu faktörlerin analizi yapılacaktır. Araştırmada demografik farklılıklar olarak medeni durum, cinsiyet, yaş, çocuk sayısı, öğrenim durumu, branş, en çok bulunulan bölge, mezun olunan bölüm olarak tespit edilmiştir. Psikolojik sermaye bileşenleri olarak ise özyeterlilik, psikolojik dayanıklılık, iyimserlik, umut, güven, dışadönüklük tespit edilmiştir. Araştırma bu belirtilen çerçevede ele alınacaktır.

3.2. Çalışma Grubu

Araştırmanın çalışma grubunu araştırmaya katılan Türkiye geneli 581 öğretmen oluşturmaktadır. Araştırma örneklemini oluşturan katılımcıların sosyo demografik özelliklerine ilişkin dağılımlar aşağıdaki tablo aracılığıyla ifade edilmiştir.

Tablo 3.1. Sosyo-Demografik özellikler

Cinsiyet	F	%	Yaş	F	%
Kadın	302	52	22-27	219	37,7
Erkek	279	48	28-33	181	31,2
Medeni Durum			34-39	112	19,3
Evli	299	51,5	40-45	35	6
Bekâr	282	48,5	46-51	20	3,4
Çocuk Sayısı			52 ve üstü	14	2,4
Bekâr ya da çocuğu yok	349	60,1	**Eş Çalışma Durumu**		
1	115	19,8	Eş Yok	260	44,8
2	98	16,9	Evet	238	41
3 ve üstü	19	3,3	Hayır	83	14,3
En Küçük Çocuk Yaşı			**Bakmakla Yükümlü Olunan Durumu**		
Bekâr ya da çocuğu yok	349	60,1	Evet	151	26
0-3 yaş	104	17,9	Hayır	430	74
4-7 yaş	65	11,2	**Eğitim Durumu**		
8-11 yaş	29	5	Lisans	523	90
12 ve üzeri	34	5,9	Lisansüstü	58	10
Toplam	**581**	**100**	**Toplam**	**581**	**100**

Yukarıdaki tabloda görüldüğü üzere, toplam 581 katılımcıdan 302'sinin kadın (%52) olduğu; büyük çoğunluğunu 299 kişi (%51,5) ile evli olanların oluşturduğu; 349 kişinin (%60,1) bekâr ya da çocuğunun olmadığı; 219'unun (%37,7) 22 ile 27 yaş aralığında olduğu; 104'ünün (%17,9) en küçük çocuğunun 0-3 yaş grubunda olduğu; 523'ünün (%90) lisans mezunu olduğu anlaşılmaktadır. Ayrıca araştırmaya katılan öğretmenlerin 260'ının (%44,8) eşinin olmadığı ve 523'ünün (%90) bakmakla yükümlü olduğu bir yakınının olmadığı tespit edilmiştir.

3.3. Veri Toplama Yöntemi

Araştırmada veri toplama yöntemi anket olarak belirlenmiştir. Bir anket, analiz için yararlı olacak bilgileri ortaya çıkarmak için özel olarak tasarlanmış bir araçtır ve nüfustan toplumsal verileri toplamak için bir yöntemdir (Babbie, 2007). Anket, önceki bölümlerde özetlenen literatür ve tezin genel amacı ışığında hazırlanmıştır. Öğretmenlerin psikolojik sermaye düzenlemeleri ile sosyal medya kullanımları arasındaki ilişkinin incelenmesi konusunda ilgili literatür yetersiz olmasına rağmen, anket soruları teorik incelemede bulunan daha önceki araştırmalardan elde edilen bir takım önemli konulardan faydalanılmıştır. Anket araştırması, çok büyük bir nüfusu tanımlamak, gözlemlemek ve orijinal veriler toplamak isteyen sosyal araştırmacı için belki de en iyi yöntemdir (Babbie, 2007: 244). Dikkatle oluşturulmuş standart anketler, tüm farklı katılımcılardan aynı formda veriler sağlar. Standartlaştırılmış bir anket, çok kültürlü araştırmaları yürütmek için özellikle yararlıdır (Verschuren ve Doorewaard, 2007).

Öğretmenlerin psikolojik sermaye düzeyleri ile sosyal medya kullanımları arasındaki ilişkinin araştırıldığı bu çalışmada veri toplama aracı olarak anket kullanılmıştır. Anket dört bölümden oluşmaktadır. İlk bölüm araştırmacı tarafından oluşturulmuş olup demografik özelliklerle öğretmenlerin mesleklerine yönelik faklılıkları tespit etmeye çalışan ifadelerden oluşmaktadır. İkinci bölüm öğretmenlerin psikolojik sermaye düzeylerinin tespiti amacıyla Tösten (2015) tarafından oluşturulan "Psikolojik Sermaye Ölçeği", üçüncü ve dördüncü bölümlerde Koçak (2012) tarafından oluşturulan "Sosyal Medya Kullanım Sıklığı Ölçeği" ile medya/sosyal medya katılım durumlarını içeren ifadelerden oluşmaktadır. Aşağıda yer alan tabloda anketin bölümleri ve kaynaklar görülmektedir.

Tablo 3.2. Ölçeklerin hazırlanmasında yararlanılan kaynaklar

Bölüm	Değişken Sayısı	Yararlanılan Kaynak
Demografik Değişkenler	12	Araştırmacı Tarafından
Pozitif Psikolojik Sermaye Ölçeği	26	Tösten (2015)
Sosyal Medya Ölçeği	62	Koçak (2012)

3.3.1. Pozitif Psikolojik Sermaye Ölçeği

Pozitif psikoloji sermaye ölçeği oluşturulurken alan yazını taranmıştır. Psikolojik sermaye ölçeği 'PsyCap Questionnaire (PCQ)' Luthans, Youssef ve Avolio (2007) tarafından geliştirilmiştir. Bu ölçekle birlikte Çetin ve Basım (2012) ve Chen ve Lim (2012) tarafından geliştirilen psikolojik sermaye ölçeklerinden de ilgili maddeler alınmıştır. Ölçeğin bileşenlerinden olan 'öz yeterlilik' faktörü hen, Gully ve Eden (2001) tarafından geliştirilen General Self-Efficacy Measure çalışmasından yararlanılmıştır. 'İyimserlik' faktörü için Cheier, Carver ve Bridges (1994) tarafından geliştirilen Life Orientation Test ölçeğinden yararlanılmıştır. 'Umut' faktörü için Synder vd. (1996) Hope Scale ölçeğinden yararlanılmıştır. 'Psikolojik dayanıklılık' faktörü için Wagnild ve Young (1993) tarafından geliştirilen Resillience Measure ölçeğinden faydalanılmıştır.

Tösten (2015) pozitif psikolojik sermaye ölçeğini geliştirmek için üç aşamalı yol izlemiştir. İlk aşamada ifadelerden oluşan bir havuz oluşturulmuş; sonraki aşamada belirlenen ifadelerle ön uygulama yapılmış; ardından güvenilirlik ve geçerlilik analizi için madde ayırt ediciliği, boyutlar arası korelasyon, iç tutarlılığa dair güvenirlik analizi, doğrulayıcı faktör analiz bulguları, maddelerin toplam korelasyonları, açımlayıcı faktör analizi sonuçları incelenerek ölçeğin son hali oluşturulmuştur. Tösten (2015) oluşturduğu ölçeğin Barlet testi anlamlığını $p<0,01$ ve KMO değerini 0,913 olarak tespit etmiştir. Ölçeğin yapı geçerliliği tespit etmek içinse faktör analizi yapılmıştır. Açımlayıcı faktör analizi sonucu 6 boyutun varyansları ve Cronbach-Alpha değerleri sırasıyla %11,768/0,796, %11,62/0,801, %11,038/0,825, %9,76/0,794, %9,595/0,757 ve %7,813/0,727 olmak üzere toplam %61,6/0,927 olarak tespit edilmiştir. Ayrıca araştırmacı Doğrulayıcı faktör analizi uygulamış olup uyum iyiliği "kabul edilebilir" düzeyindedir (Tösten, 2015). Ölçeğin güvenilirliği ve geçerliliğinin tespiti için yapılan analizler neticesinde ölçme aracının güvenilir ve geçerli ölçüm yaptığı anlaşılmaktadır.

3.3.1.1. Psikolojik Sermaye Ölçeğinin Güvenilirlik ve Yapısal Geçerlilik Analizi

Psikolojik sermaye ölçeği katılımcılardan elde edilen veriler aracılığıyla araştırma kapsamında birtakım analizlere tabi tutulmuş olup elde edilen sonuçlar aşağıdaki tablolarda yer almaktadır.

Tablo 3.3. Öğretmenlerin psikolojik sermaye düzeylerine ilişkin ifadelerin betimleyici istatistik sonuçları

İfade	Ortalama	Standart Sapma
1. Yaptığım işlerin tüm aşamalarında kendimden eminimdir.	2,19	0,97
2. Kendime güvenirim.	2,37	1,07
3. Başarı için yapmam gerekeni biliyorum	2,31	0,97
4. Beni zorlayan işlerde kimden yardım alacağımı bilirim.	2,38	1,04
5. Hayat dolu bir insanımdır	1,72	0,77
6. Enerji doluyum.	1,59	0,71
7. Hayat güzeldir.	1,55	0,72
8. Güler yüzlüyüm.	1,64	0,75
9. Toplumla iç içe yaşamak bana huzur veriyor.	1,73	0,79
10. Mesleki sorumluluklarımın farkındayım	1,73	0,82
11. Öğrencilerimin sorunlarını çözmekte istekliyim.	1,80	0,86
12. Mesleğimde güvenilir birisi olduğumu söylerler.	1,59	0,81
13. Yaptığım her iş için hesap verebilirim.	1,60	0,75
14. Mesleğimle ilgili konularda istenirse bir grubu bilgilendiririm.	2,23	1,08
15. Okulumun bir problemi olduğunda çözüm için gerekirse tüm mercilerle görüşürüm.	2,09	1,03
16. Okulum için yeni fikirler geliştiririm.	2,32	1,08
17. Mesleki konularda kurumumu temsil edebilirim.	2,52	1,19
18. Çalışma hayatımda şeffaf olmayı tercih ederim.	2,48	1,16
19. Öğrencilerimin eğitimi için çevredeki olumsuzluklarla mücadele ederim.	1,68	0,80
20. Kurumumdaki bir sorun için yapıcı katkılar sağlarım.	1,69	0,74
21. Beklenmedik sorunlara çözümler geliştirebilirim.	1,58	0,68
22. Zorluklar, mücadele azmimi arttırır.	1,57	0,68
23. Güçlükler karşısında mücadele ederim.	1,48	0,67
24. Yaşadığım problemler beni olgunlaştırır.	1,36	0,55
25. Mesleğimi icra ederken aynı anda birçok işin üstesinden gelirim.	1,39	0,65
26. Öğretmenlik hayatımda karşılaşabileceğim problemlerle bir şekilde baş edebilirim.	1,34	0,55

Yukarıda yer alan psikolojik sermaye ölçeği 1 "Tamamen Katılıyorum", 2 "Çoğunlukla Katılıyorum", 3 "Orta Düzeyde Katılıyorum", 4 "Az Katılıyorum", 5 "Hiç Katılmıyorum" olarak kodlanmıştır (Küçük, 2016). Öğretmenlerin psikolojik sermaye ölçeği doğrultusunda ifadelerinin ortalamaları değerlendirildiğinde

ortalaması en düşük olan ifadelerin 1,34 ortalama ile "Öğretmenlik hayatımda karşılaşabileceğim problemlerle bir şekilde baş edebilirim.", 1,36 ortalama ile "Yaşadığım problemler beni olgunlaştırır." ve 1,39 ortalama ile " Mesleğimi icra ederken aynı anda birçok işin üstesinden gelirim." olduğu anlaşılmaktadır. Ortalaması en yüksek olan ifadelerin ise 2,38 ortalama ile "Beni zorlayan işlerde kimden yardım alacağımı bilirim.", 2,48 ortalama ile "Çalışma hayatımda şeffaf olmayı tercih ederim." ve 2,52 ortalama ile "Mesleki konularda kurumumu temsil edebilirim." olduğu tespit edilmiştir.

Araştırma hipotezlerin testi için öncelikle veri setinin analize uygun olup olmadığı test edilmelidir. Bu durum korelasyon matrisinin oluşturulması, Barlett testi ve Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) testleri yardımıyla anlaşılmaktadır (Kalaycı, 2016: 321).

Tablo 3.4. KMO değerleri değerlendirilmesi

KMO DEĞERİ	**YORUM**
0,90	Mükemmel
0,80	Çok İyi
0,70	İyi
0,60	Orta
0,50	Zayıf
0,50'nin altı	Kabul Edilemez

Kaynak: Sharma, 1996

Yukarıdaki tablodan da anlaşılacğı üzere KMO oranının 0,5'in üzerinde olması gerekmektedir. Oran ne kadar yüksek olursa veri seti faktör analizi yapmak için o kadar iyidir denilebilir. Elde ettiğimiz verilerin yapılacak analizlere uygunluğu ile ilişkili yapılan analizlerin sonuçları aşağıdaki tabloda verilmiştir.

Tablo 3.5. Psikolojik sermaye ölçeğine ilişkin KMO ve Bartlett testi

KaiserMeyerOlkin (KMO)	0,922
Barlett testi Yaklaşım Ki kare Değeri	10111,245
Serbestlik Derecesi	325
Anlamlılık Düzeyi	0,000

Yukarıda verilen tabloya bakıldığında, KMO testi sonucu %92,2 olarak belirlenmiştir. KMO testinin %60'dan büyük, Barlett testinin (0.00<0.05) ve değişkenler arasında oluşan yüksek korelasyon katsayılarının %30 ve üzerinde

olması durumunda veri setinin analiz yapılabilmesi için uygun olduğu sonucunu vermektedir (Kalaycı, 2016). Tabloda yer alan veriler ışığında veri setinin yapılacak analizler için uygun olduğu görülmektedir. Verilerin analizinde hangi analizlerin kullanılmasının gerektiğine yönelik veri seti normallik analizine tabi tutulmuş olup sonuçlar aşağıda yer alan tabloda verilmiştir.

Tablo 3.6. Psikolojik sermaye ölçeğine ait faktörlerin normallik analizi

Faktörler	İstatistik	Sonuç
İyimserlik	Basıklık	0,382
	Çarpıklık	-0,687
Dışadönüklük	Basıklık	0,545
	Çarpıklık	-0,059
Güven	Basıklık	1,152
	Çarpıklık	1,303
Umut	Basıklık	0,894
	Çarpıklık	-0,246
Özyeterlilik	Basıklık	0,442
	Çarpıklık	0,150
Psikolojik Dayanıklılık	Basıklık	0,960
	Çarpıklık	0,841

Normal dağılım, değişkenin dağılım ölçüleriyle ilgilidir. Normal dağılım istatistik biliminin birçok alanında kullanıldığı gibi, sosyal bilimlerde yapılan ölçümlerde normal dağılım kullanılarak çok iyi açıklamalar yapılabilmektedir (Gürbüz ve Şahin, 2016: 215). Yukarıdaki tablodan da görüldüğü üzere veriler +1,5 -1,5 arasında olduğundan verilerin normal dağıldığı söylenebilir (Tabachnick ve Fidell, 2013). Verilerin normal dağıldığını ve yapılacak analizlerde parametrik analizlerin kullanılması gerektiği ilgili değerlerden anlaşılmaktadır.

3.3.2. Sosyal Medya Ölçeği

Araştırmada kullanılan veri toplama aracının üçüncü bölümü Koçak (2012) tarafından geliştirilmiş olup sosyal medya ölçeğini içermektedir. Araştırmacı önce kapsamlı bir literatür taraması (Flaherty vd., 1998; Kaye, 1998; Papacharissi ve Rubin, 2000; Flanagin ve Metzger, 2001; Lin, 2002; Kaye ve Johnson, 2002; Kaye

ve Johnson, 2004; Kaye, 2005; Joinson, 2007; Bayram, 2007; Toruk, 2008; Sheldon, 2008; Shao, 2009; Haridakis ve Hanson, 2009; Vural ve Bat, 2010; Balcı vd., 2010; Özarslan ve Nisan, 2011; Constantinides vd., 2010; Muntinga vd., 2011) gerçekleştirilerek anket ifadelerini belirlemiştir. Alan taramasından sonra diğer aşmaya geçilmiş ve anket ifadeleri uzman görüşü alınarak düzeltilmiş, düzeltilen anket ifadeleri belirlenen dört öğretim görevlisi ve tez izleme jürisi incelemesinden geçerek evrilmiştir. En son aşamada araştırmacı odak grup görüşmesi yaparak anket ifadelerinin son halini belirlemiştir.

Koçak (2012) oluşturduğu sosyal medya ölçeğinin görünüş ve içerik geçerliliğini test etmiştir. Bunun için sosyal medya kullanıcısı olan uzmanlardan oluşan bir grubun görüşlerine başvurulmuş ve bu görüşler neticesinde anket tekarardan düzenlenmiştir. Ölçme aracının güvenilirliğinin test edilebilmesi için pilot bir çalışma uygulanmıştır. Bu çalışmaya 30 kişi katılmış ve Cronbach Alpha 0,930 olarak tespit edilmiştir. Araştırmacının araştırmasına katılan 401 kişiden elde edilen verilerin analiz sonucu ise Cronbach Alpha 0,914; Barlett testi yaklaşım Ki kare değeri 5966,541; serbestlik derecesi 325 ve $p<0,001$ olarak tespit edilmiştir.

3.3.2.1. Sosyal Medya Ölçeği Güvenilirlik ve Yapısal Geçerlilik Analizi

Sosyal medya ölçeği katılımcılardan elde edilen veriler aracılığıyla araştırma kapsamında birtakım analizlere tabi tutulmuş olup elde edilen sonuçlar aşağıdaki tablolarda yer almaktadır.

Tablo 3.7. Öğretmenlerin sosyal medya kullanımlarına ilişkin ifadelerin betimleyici istatistik sonuçları

İfade	Ortalama	Standart Sapma
1. Eğlenceli zaman geçiriyorum	2,12	1,03
2. Boş zamanlarımı değerlendiriyorum	2,34	1,15
3. Günlük yaşamın stresinden uzaklaşıyorum	2,28	1,07
4. Popüler şeyler ilgimi çekiyor	3,23	1,35
5. Kendimi özel ve önemli hissediyorum	3,23	1,38
6. Arkadaşlarım ve tanıdıklarımla sürekli iletişim içinde olabiliyorum.	1,61	0,64
7. Yeni insanlarla tanışabiliyorum	3,31	1,35
8. Kendimi bir gruba ait hissediyorum.	3,50	1,43
9. Yalnızlık hissinden kurtuluyorum.	3,20	1,33
10. Yüzyüze iletişime göre kendimi daha rahat hissediyor	3,09	1,28

Tablo 3.10'un devamı

11. Arkadaşlarımla bir araya geldiğimde sohbet konusu sağlıyor	3,04	1,32
12. Sosyal medya kullanmamak çevrem tarafından bir eksiklik olarak algılanıyor.	2,99	1,33
13. Yakın çevremde olup bitenlerden haberdar oluyorum.	1,46	0,63
14. Güncel gelişmeleri sürekli takip edebiliyorum.	1,46	0,61
15. Çeşitli etkinliklerden kolaylıkla haberdar oluyorum.	1,58	0,68
16. Diğerlerinin hayatında olup bitenleri takip edebiliyorum	1,80	0,89
17. Merak ettiğim konularda görüş ve tavsiyelere başvurabiliyorum	1,44	0,60
18. Durumları ve olayları farklı bakış açılarından değerlendirebiliyorum	1,66	0,75
19. Kendim gibi düşünen insanlarla bir araya gelebiliyorum.	1,43	0,60
20. Düşüncelerimi özgür bir şekilde ifade edebiliyorum	1,50	0,66
21. Kendime güvenim artıyor	3,16	1,33
22. Potansiyelimi keşfetmemi sağlıyor	3,02	1,30
23. Kendimi farklı bir kimlikle tanıtabiliyorum	2,91	1,29
24. Fikirlerimin dikkate alındığını düşünüyorum	3,00	1,32
25. Tepkilerimi özgürce ifade ederek bir değişim yaratabileceğime inanıyorum.	2,99	1,37
26. Toplumsal/siyasal konularda inançlarım ve değerlerim doğrultusunda tepki verebiliyorum.	2,74	1,24

Yukarıda yer alan ifadeler 1 "Kesinlikle Katılıyorum", 2 "Katılıyorum", 3 "Orta Düzeyde Katılıyorum", 4 "Katılmıyorum", 5 "Kesinlikle Katılmıyorum" olarak kodlanmıştır (Küçük, 2016). Öğretmenlerin sosyal medya kullanım ölçeği doğrultusunda ifadelerinin ortalamaları değerlendirildiğinde, ortalaması en düşük olan ifadelerin 1,43 ortalama ile "Kendim gibi düşünen insanlarla bir araya gelebiliyorum.", 1,44 ortalama ile "Merak ettiğim konularda görüş ve tavsiyelere başvurabiliyorum.", 1,46 ortalama ile "Yakın çevremde olup bitenlerden haberdar oluyorum." ve 1,46 ortalama ile "Güncel gelişmeleri sürekli takip edebiliyorum." olduğu anlaşılmaktadır. Ortalaması en yüksek olan ifadelerin ise 3,23 ortalama ile "Popüler şeyler ilgimi çekiyor.", 3,23 ortalama ile "Kendimi özel ve önemli hissediyorum.", 3,20 ortalama ile "Yalnızlık hissinden kurtuluyorum." ve 3,50 ortalama ile "Kendimi bir gruba ait hissediyorum." olduğu tespit edilmiştir.

Tablo 3.8. Sosyal medya kullanım ölçeğine İlişkin KMO ve Bartlett Testi

KaiserMeyerOlkin (KMO)	0,949
Barlett testi Yaklaşım Ki kare Değeri	11557,439
Serbestlik Derecesi	325
Anlamlılık Düzeyi	0,000

Yukarıda verilen tabloya bakıldığında, KMO testi sonucu %94,9 olarak belirlenmiştir. KMO testinin %60'dan büyük, Barlett testinin (0.00<0.05) ve değişkenler arasında oluşan yüksek korelasyon katsayılarının %30 ve üzerinde olması durumunda veri setinin faktör analizine uygun olduğu sonucunu vermektedir (Kalaycı, 2016). Tabloda yer alan veriler ışığında veri setinin yapılacak analizler için uygun olduğu görülmektedir. Verilerin analizinde hangi analizlerin kullanılmasının gerektiğine yönelik veri seti normallik analizine tabi tutulmuş olup sonuçlar aşağıda yer alan tabloda verilmiştir.

Tablo 3.9. Sosyal medya kullanım ölçeğine ait faktörlerin normallik analizi

FAKTÖRLER	**İstatistik**	**Sonuç**
Sosyal Etkileşim	Basıklık	-0,278
	Çarpıklık	-0,867
Haberdar Olma	Basıklık	0,984
	Çarpıklık	0,614
Eğlence	Basıklık	0,311
	Çarpıklık	-0,627
Kendini İfade Etme	Basıklık	0,588
	Çarpıklık	0,107

Verilerin normal dağıldığını ve yapılacak analizlerde parametrik analizlerin kullanılması gerektiği yukarıdaki değerlerden anlaşılmaktadır.

3.4. Verilerin Analizi

Araştırmada toplanan veriler SPSS programı ile analiz edilmiştir. Bu analizler bilgisayar ortamında gerçekleştirilmiştir. Demografik özellikler ile sosyal medya kullanım sıklığının katılımcılara göre cevaplanma seçeneklerini göstermek için Frekans analizi uygulanmıştır. Ölçeklerin güvenilirlik analizleri yapıldıktan sonra çalışmada Psikolojik sermaye boyutlarını tespit edebilmek için Keşfedici Faktör

Analizi (KFA) uygulanarak faktörlere göre gruplar arasında farklılığın olup olmadığını tespit edebilmek için t-testi, ANOVA analizleri uygulanmıştır. Öğretmenlerin psikolojik sermaye düzeyleri ile sosyal medya kullanım sıklıkları arasındaki ilişkinin tespit edilebilmesi için koralasyon analizi uygulanmıştır. Ayrıca bu ilişkinin yönünü tespit edebilmek için de basit regresyon analizi yapılmıştır.

4. ARAŞTIRMA BULGULARI VE YORUM

Bu bölümde anket tekniği ile katılımcılardan elde edilen veriler kullanılarak katılımcıların demografik özellikleri, öğretmenlerin psikolojik sermaye düzeyleri ile sosyal medya kullanımları arasındaki ilişki ve bu ilişkinin yönünün tespitine yönelik bulgular aktarılmaktadır. Ayrıca araştırma kapsamında oluşturulan hipotezlerin test edilebilmesi için t-testi ve Anova analizleri uygulanarak sonuçları listelenmiştir.

4.1. Araştırmaya Katılanların Sosyo-Demografik Özellikleri

Araştırma örneklemini oluşturan katılımcıların sosyo demografik özelliklerine ilişkin dağılımlar aşağıdaki tablo aracılığıyla ifade edilmiştir.

Tablo 4.1. Öğretmenlerin mesleklerine yönelik farklılıkları

Öğretmenlerin Branşları	**F**	**%**	**Çalışılan Okul Türü**	**F**	**%**
Sınıf öğretmeni	90	15,5	Okulöncesi	28	4,8
Türkçe öğretmeni	84	14,5	İlköğretim	314	54
Matematik öğretmeni	64	11	Ortaöğretim	239	41,1
Sosyal Bilgiler öğretmeni	49	8,4	**Mesleki Kıdem**	**F**	**%**
İngilizce öğretmeni	47	8,1	1-5 yıl	297	51,1
Fen Bilimleri öğretmeni	38	6,5	6-10 yıl	120	20,7
Okul Öncesi öğretmeni	28	4,8	11-15 yıl	91	15,7
Bilişim Teknolojileri öğretmeni	25	4,3	19-6 yıl ve üzeri	73	12,6
Tarih öğretmeni	24	4,1			
Rehberlik öğretmeni	23	4			
Din KAB öğretmeni	23	4			
Beden eğitimi öğretmeni	17	2,9			
Teknoloji Tasarım öğretmeni	12	2,1			
Resim Görsel Sanatlar öğretmeni	11	1,9			
Müzik öğretmeni	7	1,2			
Özel Eğitim öğretmeni	6	1			
Diğer	33	5,7			
Toplam	**581**	**100**	**Toplam**	**581**	**100**

Yukarıda yer alan tabloda öğretmenlerin branşları, çalıştıkları okul türü ve mesleki kıdemlerine yönelik ifadeleri ile katılım düzeyleri verilmektedir. Öğretmenlerin %15,5'inin (90) sınıf öğretmeni olarak çalıştığı, %14,5'inin (84) Türkçe öğretmeni olarak çalıştığı, %11,0'ının (64) matematik öğretmeni branşlarında daha çok çalıştıkları görülmektedir. Öğretmenlerin çalıştıkları okul türü %54,0'ının ilköğretim

okulunda çalıştıkları, %41,1'inin (239) ortaöğretim okullarında çalışmaları verdikleri oy katılım sayılarıyla anlaşılmaktadır. Öğretmenlerin mesleki kıdem alabilmek için %51,1'inin (297) 1-5 yıl meslekte çalıştıkları, %20,7'inin (120) 6-10 yıl meslekte çalışmaları, %15,7'inin (91) 11-15 yıl meslekte çalışmaları gerektiği anlaşılmıştır.

Tablo 4.2. Öğretmenlerin sosyal medya ve araçlarına yönelik durumları

Sosyal Medyada Günlük Harcanan Vakit	**F**	**%**	**Sosyal Medya Platform Takip Etme Süresi**	**F**	**%**
1 saatten az	182	31,3	1 yıldan az	34	5,9
1- 3 saat	299	51,5	1 – 2 yıldır	48	8,3
4 – 6 saat	80	13,8	3 - 4 yıldır	116	20
7 saaten fazla	20	3,4	5 yıldan fazla	381	65,9
En Çok Takip Edilen Platformlar	**F**	**%**	**Dijital Platform Üyelik Durumu**	**F**	**%**
Facebook	248	42,7	Evet	164	28,2
Twitter	83	14,3	Hayır	417	71,8
İnstagram	201	34,6	**Bilgisayar Sahiplik Durum**	**F**	**%**
Belirtmek İstemeyen	21	3,6	Evet	535	92,1
Youtube	10	1,7	Hayır	46	7,9
Google	12	2,1			
Whatsapp	6	1			
Toplam	**581**	**100**	**Toplam**	**581**	**100**

Yukarıda yer alan tabloda öğretmenlerin sosyal medyada günlük harcanan vakit, en çok takip edilen platformlar, sosyal medya platform takip etme süresi ve dijital platform üyelik durumlarına yönelik ifadeleri ile katılım düzeyleri verilmektedir. Öğretmenlerin günlük en az %51,5'inin (299) 1-3 saat vakit geçirdikleri, %31,3'ünün (182) 1 saatten az vakit geçirdikleri, öğretmenlerin en fazla %13,8'inin (80) 4-6 saat vakit geçirdikleri, % 3,4'ünün (20) 7 saatten fazla vakit geçirdikleri anlaşılmaktadır. Öğretmenlerin en çok takip ettikleri platformlar, %42,7'inin (248) facebook'u takip ettikleri , %34,6'sının (201) İnstagram takip ettikleri, öğretmenlerin en az takip ettikleri platformlar, %1,7'inin (10) Youtube takip ettikleri, %2,1'inin (12) Google takip ettikleri verdikleri ifadeler ile tespit edilmiştir. Öğretmenlerin sosyal medya platformunu en fazla, %65,9'unun (381) 5 yıldan fazla takip ettikleri, öğretmenlerin sosyal medya platformunu en az, %5,9'unun (34) 1 yıldan az takip ettikleri anlaşılmıştır. Öğretmenlerin dijital platform üyelik durumları incelendiğinde ise %71,8'inin (417) hayır diyerek üye olmadıkları, %28,2'inin (164) evet diyerek takip ettikleri anlaşılmaktadır. Öğretmenlerin bilgisayara sahip olma durumları

incelendiğinde %92,1'inin (535) evet diyerek bilgisayar sahibi olduğu, %7,9'unun (46) hayır diyerek bilgisayarı olmadığı sonucuna ulaşılmıştır.

Tablo 4.3. Öğretmenlerin medya kullanım durumları

Medya Kullanımı	Takip Etmiyorum		1 Saatten Az		1-3 Saat		4-6 Saat		7 Saatten Fazla	
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%
Televizyon	109	18,8	177	30,5	248	42,7	39	6,7	8	1,4
Gazete	176	30,3	285	49,1	109	18,8	7	1,2	4	0,7
Radyo	261	44,9	22	38,2	83	14,3	11	1,9	4	0,7
İnternet	23	4	76	13,1	298	51,3	134	23,1	50	8,6

Yukarıdaki tabloda öğretmenlerin medya türlerine göre kullanım sıklıkları verilmektedir. Tablo incelendiğinde öğretmenlerin en fazla zaman geçirdiği medya mecraları sırasıyla internet (76 kişi 1 saat, 298 kişi 1-3 saat, 134 kişi 4-6 saat ve 50 kişi 7 saatten fazla), televizyon (177 kişi 1 saat, 248 kişi 1-3 saat, 39 kişi 4-6 saat ve 8 kişi 7 saatten fazla) ve gazete (285 kişi 1 saat, 109 kişi 1-3 saat, 7 kişi 4-6 saat ve 4 kişi 7 saatten fazla) olduğu görülmektedir. En az takip edilen medya mecrasının ise 261 kişi ile radyo mecrası olduğu görülmektedir.

Tablo 4.4. Öğretmenlerin etkinliklerinin sıklıkları

Sosyal Medya	Hemen Hemen Her Gün		Hafta Da Bir YaDa Bir Kaç Kez		Ayda Bir YaDa Birkaç Kez		Yılda Bir YaDa Birkaç Kez		Hiçbir Zaman YaDa Çok Nadir	
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%
Sinemaya giderim	29	5,0	113	19,4	178	30,6	216	37,2	45	7,7
Tiyatroya giderim	18	3,1	85	14,6	69	11,9	216	37,2	193	33,2
Konsere giderim	23	4,0	71	12,2	72	12,4	214	36,8	201	34,6
Opera/bale gösterilerine giderim	17	2,9	68	11,7	26	4,5	75	12,9	395	68,0
Kitap okurum	241	41,5	137	23,6	131	22,5	62	10,7	10	1,7
Dergi okurum	122	21,0	191	32,9	147	25,3	80	13,8	41	7,1
Spor yaparım	134	23,1	209	36,0	120	20,7	65	11,2	53	9,1
Ailemle/arkadaşlarımla zaman geçiririm	354	60,9	169	29,1	52	9,0	4	0,7	2	0,3
Kafeye/bara/restorana giderim	108	18,6	243	42,8	144	24,8	41	7,1	45	7,7
Bilgisayar oyunları (play station vb.) oynarım	50	8,6	128	22,0	77	13,3	87	15,0	239	41,1
İnternette dolaşırım	389	67,0	133	22,9	36	6,2	20	3,4	3	0,5
Hobilerimle uğraşırım	205	35,3	219	37,7	102	17,6	38	6,5	17	2,9
Tatile çıkarım	64	11,0	95	16,4	104	17,9	254	43,7	64	11,0
Yurtdışına çıkarım (tatil, iş vb. nedenlerle)	25	4,3	68	11,7	28	4,8	75	12,9	385	66,3
Bir-iki günlük gezilere giderim	56	9,6	110	18,9	121	20,8	203	34,9	91	15,7

Yukarıda yer alan tabloda katılımcı öğretmenlerin 2018 yılını düşünerek yaptıkları etkinliklere yönelik ifadeleri ve katılım düzeyleri verilmektedir. %37,2'sinin (216) sinemaya yılda birkaç kez gittikleri, %37,2'sinin (216) tiyatroya yılda bir veya birkaç kez gittiği, %36,8'inin (214) konsere yılda birkaç kez gidebildiği, %68,0'ının (395) opera, bale gibi gösterilere hiç gidemediği, %41,5'inin (241) kitabı hemen hemen her gün okudukları, %32,9'unun (191) haftada birkaç kez dergi okudukları ,% 36,0'ının (209) haftada birkaç kez spor yaptıkları, %60,9'unun (354) aileleriyle ve arkadaşlarıyla zaman geçirdikleri, %42,8'inin (243) kafe, bar, restaurant vb yerlere haftada birkaç kez gittikleri, %41,1'inin (239) Bilgisayar oyunları ve benzeri yerlere hiçbir zaman yada nadir gittikleri, %67,0'ının (389) hemen hemen hergün internette dolaştıkları, %37,7'sinin (219) haftada birkaç kez hobileriyle uğraştıkları, % 43,7'sinin (254) yılda bir yada birkaç kez tatile çıktıkları, %66,3'ünün (385) hiçbir zaman yada nadiren Yurt dışına (tatil,iş vb nedenlerle) çıktıkları, %34,9'unun (203) yılda birkaç kez bir-iki günlük gezilere çıktıkları tespit edilmiştir.

Tablo 4.5. Öğretmenlerin internet kullanma nedenleri

Nedenler	**Evet**		**Hayır**	
	f	**%**	**f**	**%**
Sosyal medya (Facebook, Twitter, Youtube vb.) platformlarına girmek için	501	86,2	80	13,8
Merak ettiğim, ilgilendiğim konularda araştırma yapmak	511	88	70	12
e-posta işlemleri için	496	85,4	85	14,6
Banka işlemleri için	460	79,2	121	20,8
Alışveriş yapmak için	422	72,6	159	27,4
Müzik dinlemek için	408	70,2	173	29,8
Ürünlerle ilgili bilgi edinmek için	377	64,9	204	35,1
Gazete okumak için	363	62,5	218	37,5
Program/müzik/film vb. indirmek için	291	50,1	290	49,9
TV programlarını, dizileri vb. izlemek için	274	47,2	307	52,8
Seyahat planı yapmak için	270	46,5	311	53,5
Oyun oynamak için	178	30,6	403	69,4
İş aramak için	79	13,6	502	86,4
Diğer	9	1,5	572	98,5

Yukarıda yer alan tabloda öğretmenlerin sosyal medyada neden dolaştıklarına yönelik ifadeleri ile katılım düzeyleri verilmektedir. Öğretmenlerin %86,2'sinin (501) sosyal medya (Facebook, Twitter, Youtube vb.) platformlara girmek için kullandıkları, %88,0'ının (511) sosyal medyada merek ettiği, ilgilendiği konularla ilgili araştırma yapmak için kullandığı, %85,4'ünün (496) sosyal medyayı e-posta işleri için kullandıkları, %79,2'sinin (460) sosyal medyayı banka işlemleri için

kullanıldığı anlaşılmaktadır. Öğretmenlerin %72,6'sının (422) sosyal medyayı alışveriş için kullandıkları, %70,2'sinin (408) sosyal medyayı müzik dinlemek için kullandıkları, %64,9'unun (377) sosyal medyayı ürünlerle ilgili bilgi almak için kullandıkları, %62,5'inin (363) sosyal medyayı gazete okumak için kullandıkları tespit edilmiştir. Öğretmenlerin %50,1'inin (291) sosyal medyayı program, müzik, film vb uygulamaları indirmek için kullandıkları, %47,2'sinin (274) sosyal medyayı TV programlarını, dizileri izlemek için kullandıkları, %46,5'inin (270) sosyal medyayı seyahat planı yapmak için kullandıkları anlaşılmaktadır. Öğretmenlerin %30,6'sının (178) sosyal medyayı oyun oynamak için kullandığı, %13,6'sının (79) ise sosyal medyayı iş aramak için kullandıkları tespit edilmiştir.

Tablo 4.6. Öğretmenlerin sosyal medyada mecra kullanım durumları

Mecralar	Her zaman		Sıklıkla		Ara sıra		Nadiren		Hiçbir zaman		Bilgim yok	
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%
Sosyal ağ siteleri	162	40,4	116	28,9	81	20,2	34	8,5	8	2,0	0	0,0
Mesleki ağ siteleri	10	2,5	37	9,2	50	12,5	39	9,7	70	17,5	195	48,6
Video paylaşım siteleri	62	15,5	96	23,9	115	28,7	62	15,5	42	10,5	24	6,0
Fotoğraf paylaşım siteleri	13	3,2	27	6,7	54	13,5	70	17,5	95	23,7	142	35,4
Müzik paylaşım siteleri	24	6,0	46	11,5	58	14,5	61	15,2	70	17,5	142	35,4
Mikroblog uygulamaları	28	7,0	37	9,2	61	15,2	56	14,0	131	32,7	88	21,9
Sosyal İmleme Siteleri	3	0,7	4	1,0	26	6,5	31	7,7	79	19,7	258	64,3
Forumlar	13	3,2	30	7,5	76	19,0	91	22,7	86	21,4	105	26,2
Bloglar	12	3,0	24	6,0	78	19,5	85	21,2	96	23,9	106	26,4
Wikiler	19	4,7	71	17,7	83	20,7	53	13,2	56	14,0	119	29,7
Podcastlar	6	1,5	15	3,7	34	8,5	42	10,5	93	23,2	211	52,6

Yukarıda yer alan tabloda sosyal medya mecralarının kullanımlarına yönelik katılımcıların vermiş olduğu ifadeler yer almaktadır. Katılımcıların %40,4'ünün (162) Sosyal ağ sitelerinde her zaman vakit geçirdikleri tespit edilmiştir. Öğretmenlerin %17,5'inin (70) mesleki ağ sitelerini hiçbir zaman kullanmadıkları anlaşılmaktadır. Öğretmenlerin %48,6'sınınn (195) mesleki ağ sitelerinden, %35,4'ünün (142) fotoğraf paylaşım sitelerinden, %35,4'ünün (142) müzik paylaşım sitelerinden, %64,3'ünün (258) sosyal İmleme sitelerinden, %26,2'nin (105) forumlardan, %26,4'ünün (106) bloglardan, %29,7'nin (119) wikilerden, %52,6'nın (211) podcastlerden ve mikrobloglardan bilgisinin olmadığı saptanmıştır. Ayrıca

araştırmaya katılan öğretmenlerin sosyal imleme sitelerini, forumları, blogları, wikileri ve podcastleri diğer etkileşim mecralarına göre daha az sıklıkta kullandıkları anlaşılmaktadır.

Tablo 4.7. Öğretmenlerin sosyal medyada eylemlere göre etkileşim durumları

Etkileşim Şekli	Her Zaman		Sıklıkla		Ara Sıra		Nadiren		Hiçbir Zaman	
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%
Video izlerim	177	30,5	210	36,1	121	20,8	59	10,2	14	2,4
Kendi çektiğim videoları paylaşırım	58	10,0	98	16,9	116	20,0	138	23,8	171	29,4
Hoşuma giden videoları paylaşırım	65	11,2	114	19,6	147	25,3	160	27,5	95	16,4
Fotoğraflara bakarım	172	29,6	235	40,4	114	19,6	44	7,6	16	2,8
Kendime ait fotoğrafları paylaşırım	99	17,0	131	22,5	158	27,2	108	18,6	85	14,6
Hoşuma giden fotoğrafları paylaşırım	92	15,8	139	23,9	162	27,9	111	19,1	77	13,3
Müzik dinlerim	152	26,2	187	32,	211	19,6	81	13,9	47	8,1
Hoşuma giden müzikleri paylaşırım	77	13,3	119	20,5	123	21,2	129	22,2	133	22,9
Kendi ürettiğim müziği paylaşırım	49	8,4	64	11,0	44	7,6	62	10,7	362	62,3
İlgimi çeken konularla ilgili yazıları okurum	209	36,0	222	38,2	86	14,8	41	7,1	23	4,0
Yazılarımı/görüşlerimi paylaşırım	86	14,8	134	23,1	136	23,4	117	20,1	108	18,6
İçeriklere (video, müzik, fotoğraf, görüş, metin vb.) yorum yazarım	78	13,4	105	18,1	136	23,4	141	24,3	121	20,8
İlgimi çeken konulardaki tartışmalara katılırım	81	13,9	99	17,0	121	20,8	131	22,5	149	25,6
İlgilendiğim kişilerin sayfalarını (yazdıklarını, yükledikleri içerikleri vb.) takip edermi	139	23,9	197	33,9	122	21,0	74	12,7	49	8,4
Chat (çevrimiçi sohbet) yaparım	59	10,2	108	18,6	100	17,2	119	20,5	195	33,6
Hoşuma giden gruplara üye olurum	94	16,2	157	27,0	135	23,2	109	18,8	86	14,8
Durumumu/ruh halimi/konumumu belirtirim	56	9,6	83	14,3	87	15,0	129	22,2	226	38,9
Etkinlik sayfalarını takip ederi	104	17,9	161	27,7	108	18,6	121	20,8	87	15,0
Kişisel/mesleki bilgilerimi düzenli olarak güncellerim	106	18,2	160	27,5	114	19,6	107	18,4	94	16,2
Sosyal medyada yer alan oyun uygulamalarına katılırım	46	7,9	81	13,9	72	12,4	106	18,2	276	47,5

Yukarıda yer alan tabloda öğretmenlerin sosyal medyada belirtilen eylemleri gerçekleştirme sıklıklarına yönelik ifadeleri ile katılım düzeyleri verilmektedir. Katılımcıların %36,1'inin (210) sosyal medyada sıklıkla video izledikleri, %29,4'ünün (171) sosyal medyada kendi çektikleri videoları hiçbir zaman paylaşmadıkları, %27,5'inin (160) sosyal medyada hoşuna giden videoları nadiren paylaştıkları anlaşılmaktadır. %40,4'ünün (235) sosyal medyada fotoğraflara sıklıkla

baktıkları, %27,2'sinin (158) sosyal medyada kendilerine ait fotoğrafları ara sıra paylaştıkları, %27,9'unun (162) sosyal medyada hoşlarına giden fotoğrafları ara sıra paylaştıkları, %26,2'sinin (152) sosyal medyada her zaman müzik dinledikleri sonucuna varılmaktadır. %22,9'unun (133) sosyal medyada hoşlarına giden müziği hiçbir zaman paylaşmadıkları, %62,3'ünün (362) sosyal medyada kendi ürettikleri müzikleri hiçbir zaman paylaşmadıkları, %38,2'sinin (222) sosyal medyada ilgilerini çeken konularla ilgili yazıları sıklıkla okudukları, %23,4'ünün (136) sosyal medyada yazılarını ve görüşlerini ara sıra paylaştıkları elde edilmektedir. %25,6'ının (149) sosyal medyada ilgilerini çeken konulardaki tartışmalara hiçbir zaman katılmadıkları, %33,9'unun (197) sosyal medyada ilgilendikleri kişilerin sayfalarını (yazdıkları, yükledikleri içerikleri vb) sıklıkla takip ettikleri, %33,6'sının (195) sosyal medyada chat (çevrimiçi sohbet) hiçbir zaman yapmadıkları, %27,0'ının (157) sosyal medyada hoşuna giden gruplara sıklıkla üye oldukları, %38,9'unun (226) sosyal medyada durumunu, ruh halini, konumunu hiçbir zaman belirtmedikleri, %27,7'inin (161) sosyal medyada etkinlik sayfalarını sıklıkla takip ettikleri, %27,5'inin (160) sosyal medyada kişisel, mesleki bilgilerini sıklıkla güncelledikleri, %47,5'inin (276) sosyal medyada yer alan oyun uygulamalarına hiçbir zaman katılmadıkları tespit edilmiştir.

Tablo 4.8. Öğretmenlerin sosyal medyaya ilişkin ifadelere katılım durumları

İfadeler	**Kesinlikle Katılıyorum**		**Katılıyorum**		**Orta Düzeyde Katılıyorum**		**Katılmıyorum**		**Kesinlikle Katılmıyorum**	
	f	**%**	**f**	**%**	**f**	**%**	**f**	**%**	**f**	**%**
Belirli bir süre kullandıktan sonra boşa vakit geçirdiğim hissine kapılıyorum	224	38,6	200	34,4	118	20,3	32	5,5	7	1,2
Mahremiyetime zarar verdiğini düşünüyorum	152	26,2	169	29,1	154	26,5	87	15,0	19	3,3
Yüz yüze kurduğum ilişkilerin yerini tutmadığını düşünüyorum	279	48,0	187	32,2	89	15,3	18	3,1	8	1,4
Beklentilerimi tam olarak karşılamadığını düşünüyorum	174	29,9	192	33,0	151	26,0	52	9,0	12	2,1
Sosyal medyadaki hesabımı/hesaplarımı kapatacağım	85	14,6	79	13,6	124	21,3	194	33,4	99	17

Yukarıda yer alan tabloda öğretmenlerin sosyal medyaya yönelik ifadelere katılım düzeyleri verilmektedir. Mecralarının kullanımlarına yönelik katılımcıların vermiş olduğu ifadeler yer almaktadır. Katılımcıların %38,6'sının (224) sosyal medyayı

belirli bir süre kullandıktan sonra boşa vakit geçirdiği, %29,1'inin (169) sosyal medyanın mahremiyete zarar verdiği, %48'inin (279) sosyal medya'nın yüz yüze kuracakları ilişkilerde yerini tutmadığı, %33'ünün (192) beklentilerimi tam olarak karşılamadığı, %33,4'ünün (194) sosyal medyadaki hesabını ya da hesaplarını kapatacağı tespit edilmiştir.

4.2. Hipotezlerin Test Edilmesi

Araştırmaya katılanların demografik özelliklerine göre psikolojik sermaye ölçekleri ve sosyal medya kullanım ölçekleri faktörlerin cinsiyetlerine göre t testi analizi yapılarak kimliklerine yönelik ölçeklerin faktörleri ile gruplar arasında anlamlı bir farklılık olup olmadığı tespit edilmiştir. Farklılık sonucunda hangi grubun ilgili faktöre daha duyarlı olduğu belirlenmiştir. Analiz sonuçları aşağıdaki tablolarda yer almaktır.

Tablo 4.9. Öğretmenlerin cinsiyetlerine göre faktörlerin ortalamalarının t-testi sonuçları

Faktörler	Cinsiyet	n	$\bar{X}$	SS	SD	t	p
Özyeterlilik	Bayan	302	2,41	0,86	579	3,022	0,003
	Bay	279	2,19	0,89			
Güven	Bayan	302	1,74	0,72	579	2,480	0,013
	Bay	279	1,60	0,67			
Dışadönüklük	Bayan	302	2,43	0,91	579	2,906	0,004
	Bay	279	2,21	0,96			
Psikolojik Dayanıklılık	Bayan	302	1,65	0,61	576,817	2,575	0,010
	Bay	279	1,53	0,53			
İyimserlik	Bayan	302	1,74	0,67	579	4,027	0,000
	Bay	279	1,53	0,58			
Sosyal Etkileşim	Bayan	302	3,38	1,03	579	6,709	0,000
	Bay	279	2,79	1,09			
Kendini İfade	Bayan	302	1,56	0,54	578,989	2,549	0,011
	Bay	279	1,44	0,50			
Haberdar Olma	Bayan	302	1,62	0,52	579	3,201	0,001
	Bay	279	1,49	0,48			

Katılımcıların cinsiyetlerine göre faktörlerin ortalamaları arasında anlamlı bir farklılık olup olmadığının tespiti için t testi yapılmış olup özyeterlilik, güven, dışadönüklük, psikolojik dayanıklılık, iyimserlik, sosyal etkileşim, kendini ifade ve haberdar olma faktörlerinde $p<0,05$ olduğu için anlamlı bir farklılık tespit edilmiştir.

Özyeterlilik, güven, dışadönüklük, psikolojik dayanıklılık, iyimserlik, sosyal etkileşim, kendini ifade ve haberdar olma faktörlerinde bayanların erkeklere göre psikolojik sermaye ölçeği ve sosyal medya kullanım ölçeği çerçevesinde bu faktörlere daha duyarlı oldukları istatistikî olarak tespit edilmiştir. Özyeterlilik, güven, dışadönüklük, psikolojik dayanıklılık ve iyimserlik faktörleri için 1. H_1 hipotezi, sosyal etkileşim, kendini ifade ve haberdar olma faktörleri için 2. H_1 hipotezi istatistiki olarak kabul edilmiştir.

Araştırmaya katılanların demografik özelliklerine göre psikolojik sermaye ölçekleri ve sosyal medya kullanım ölçekleri faktörlerin cinsiyetlerine göre t testi analizi yapılarak kimliklerine yönelik ölçeklerin faktörleri ile gruplar arasında anlamlı bir farklılık olup olmadığı tespit edilmiştir. Farklılık sonucunda hangi grubun ilgili faktöre daha duyarlı olduğu belirlenmiştir. Analiz sonuçları aşağıdaki tablolarda yer almaktır.

Tablo 4.10. Öğretmenlerin medeni durumlarına göre faktörlerin ortalamalarının t-testi sonuçları

Faktörler	**Medeni Durum**	**n**	$\overline{X}$	**SS**	**SD**	**t**	**p**
Özyeterlilik	Evli	299	2,44	0,86	579	3,958	0,000
	Bekâr	282	2,16	0,87			
Güven	Evli	299	1,76	0,65	579	2,904	0,004
	Bekâr	282	1,59	0,74			
Dışadönüklük	Evli	299	2,48	0,93	579	4,134	0,000
	Bekâr	282	2,16	0,93			
Psikolojik Dayanıklılık	Evli	299	1,64	0,56	579	1,977	0,049
	Bekâr	282	1,55	0,58			
Sosyal Etkileşim	Evli	299	3,35	1,00	558,311	5,840	0,000
	Bekâr	282	2,83	1,14			
Eğlence	Evli	299	2,35	0,89	579	3,066	0,002
	Bekâr	282	2,12	0,94			
Haberdar Olma	Evli	299	1,60	0,51	579	2,024	0,043
	Bekâr	282	1,51	0,50			

Katılımcıların medeni durumlarına göre faktörlerin ortalamaları arasında anlamlı bir farklılık olup olmadığının tespiti için t testi yapılmış olup özyeterlilik, güven, dışadönüklük, psikolojik dayanıklılık, iyimserlik, sosyal etkileşim, kendini ifade ve haberdar olma faktörlerinde $p<0,05$ olduğu için anlamlı bir farklılık tespit edilmiştir. Özyeterlilik, güven, dışadönüklük, psikolojik dayanıklılık, sosyal etkileşim, kendini

ifade ve haberdar olma faktörlerinde evlilerin bekârlara göre psikolojik sermaye ölçeği ve sosyal medya kullanım ölçeği çerçevesinde bu faktörlere daha duyarlı oldukları istatistikî olarak tespit edilmiştir. Özyeterlilik, güven, dışadönüklük ve psikolojik dayanıklılık faktörleri için 1. H_1 hipotezi, sosyal etkileşim, eğlence ve haberdar olma faktörleri için 2. H_1 hipotezi istatistiki olarak kabul edilmiştir.

Araştırmaya katılanların demografik özelliklerine göre öğretmenlerin psikolojik sermaye düzeyleri ile sosyal medya kullanımlarında faktörlerin bakmakla yükümlü olunma durumlarına göre t testi analiz sonuçları aşağıdaki tabloda yer almaktadır.

Tablo 4.11. Öğretmenlerin bakmakla yükümlü oldukları yakınları olma durumlarına göre faktörlerin ortalamalarının t-testi sonuçları

Faktörler	**Bakmakla Yükümlü Olunan Durumu**	**n**	$\bar{X}$	**SS**	**SD**	**t**	**p**
Güven	Evet	151	1,56	0,63	579	2,280	0,023
	Hayır	430	1,71	0,72			
Sosyal Etkileşim	Evet	151	2,88	1,21	235,675	2,586	0,010
	Hayır	430	3,17	1,06			
Kendini İfade	Evet	151	1,40	0,47	579	2,755	0,006
	Hayır	430	1,54	0,53			
Umut	Evet	151	1,29	0,44	295,336	2,144	0,033
	Hayır	430	1,38	0,50			
Haberdar Olma	Evet	151	1,46	0,47	579	2,631	0,009
	Hayır	430	1,59	0,52			

Katılımcıların bakmakla yükümlü oldukları yakınları olma durumlarına göre faktörlerin ortalamaları arasında anlamlı bir farklılık olup olmadığının tespiti için t testi yapılmış olup güven, sosyal etkileşim, kendini ifade, umut ve haberdar olma faktörlerinde $p<0,05$ olduğu için anlamlı bir farklılık tespit edilmiştir. Güven ($t_{0,05:\ 579}$), sosyal etkileşim ($t_{0,05:\ 235,675}$), kendini ifade ($t_{0,05:\ 579}$), umut ($t_{0,05:\ 295,336}$) ve haberdar olma ($t_{0,05:\ 579}$) faktörlerinde bakmakla yükümlü oldukları yakınları olmayan öğretmenlerin bakmakla yükümlü olunan yakınları olan öğretmenlere göre psikolojik sermaye ölçeği ve sosyal medya kullanım ölçeği çerçevesinde bu faktörlerde ortalamalarının daha fazla olduğu istatistikî olarak tespit edilmiştir. Güven, sosyal etkileşim ve umut faktörleri için 1. H_1 hipotezi, haberdar olma faktörü için ise 2. H_1 hipotezi istatistiki olarak kabul edilmiştir.

Araştırmaya katılan öğretmenlerin demografik özelliklerine göre mezun oldukları fakültelere göre t testinin analiz sonuçları aşağıdaki tabloda yer almaktadır.

Tablo 4.12. Öğretmenlerin mezun oldukları fakültelere göre sosyal etkileşim faktörü ortalamalarının t-testi sonuçları

Faktörler	Fakülte	n	$\bar{X}$	SS	SD	t	p
Sosyal Etkileşim	Eğitim Fakültesi	445	3,15	1,10	579	2,147	0,030
	Diğer Fakülteler	136	2,92	1,10			

Katılımcıların mezun oldukları fakültelere göre faktörün ortalamaları arasında anlamlı bir farklılık olup olmadığının tespiti için t testi yapılmış olup sosyal etkileşim ($t_{0,05:\ 579}$) faktöründe $p<0,05$ olduğu için anlamlı bir farklılık tespit edilmiştir. Sosyal etkileşim faktöründe eğitim fakültesi mezunu olan öğretmenlerin diğer fakültelerden mezun olan öğretmenlere göre ortalamalarının yüksek olduğu istatistikî olarak tespit edilmiştir. Sosyal etkileşim faktörü için 2. H_1 hipotezi istatistiki olarak kabul edilmiştir.

Katılımcıların yaş durumlarına yönelik psikolojik sermaye ölçeği ve sosyal medya kullanım ölçeği faktörleri ile gruplar arasında anlamlı bir farklılık olup olmadığının tespit edilebilmesi için ANOVA analizi yapılmıştır. Analiz sonuçları aşağıdaki tabloda görülmektedir

Tablo 4.13. Faktörlere göre öğretmenlerin yaşına ilişkin bazı istatistikler ve tek faktörlü varyans analizi

Faktörler	Yaş	n	$\bar{X}$	F	p	Anlamlı Fark
Özyeterlilik	22-27	219	2,03	8,117	0,000	1<2,3,4,6
	28-33	181	2,41			
	34-39	112	2,57			
	40-45	35	2,53			
	46-51	20	2,28			
	52 ve üstü	14	2,58			
Toplam		581	2,30			
Güven	22-27	219	1,50	5,077	0,000	1<2,3
	28-33	181	1,75			
	34-39	112	1,87			
	40-45	35	1,72			
	46-51	20	1,71			
	52 ve üstü	14	1,67			
Toplam		581	1,67			

Tablo 4.13'ün devamı

Dışadönüklük	22-27	219	2,06	7,246	0,000	1<2,5 3>1,2,5
	28-33	181	2,40			
	34-39	112	2,67			
	40-45	35	2,52			
	46-51	20	2,20			
	52 ve üstü	14	2,42			
Toplam		581	2,32			
Psikolojik Dayanıklılık	22-27	219	1,50	2,908	0,013	1<2,3
	28-33	181	1,67			
	34-39	112	1,69			
	40-45	35	1,52			
	46-51	20	1,66			
	52 ve üstü	14	1,48			
Toplam		581	1,59			
Sosyal Etkileşim	22-27	219	2,72	10,044	0,000	1<2,3,4,6
	28-33	181	3,25			
	34-39	112	3,49			
	40-45	35	3,20			
	46-51	20	3,15			
	52 ve üstü	14	3,52			
Toplam		581	3,10			
Eğlence	22-27	219	2,03	5,567	0,000	1<2 3>1,2
	28-33	181	2,28			
	34-39	112	2,58			
	40-45	35	2,30			
	46-51	20	218			
	52 ve üstü	14	2,23			
Toplam		581	2,24			
Haberdar Olma	22-27	219	1,19	2,504	0,029	2>1,6
	28-33	181	1,65			
	34-39	112	1,58			
	40-45	35	1,55			
	46-51	20	1,53			
	52 ve üstü	14	1,37			
Toplam		581	581			

Katılımcıların yaş durumları arasında farklılığın hangi gruplar arasında olduğunu tespit edebilmek için güven faktöründe Post-Hoc analizinden Games-howell testi, diğer faktörlerde de LSD testi yapılmıştır. Özyeterlilik faktöründe 22-27 yaş grubundaki öğretmenlerin, 28-33, 34-39, 40-45, 52 ve üstü yaş grubu öğretmenlere göre bu faktörde ortalamalarının düşük olduğu tespit edilmiştir. Güven faktöründe 22-27 yaş grubundaki öğretmelerin, 28-33, 34-39 yaş grubundaki öğretmenlere göre bu faktörde ortalamalarının düşük olduğu tespit edilmiştir. Dışadönüklük faktöründe 22-27 yaş gurubundaki öğretmenlerin, 28-33 ve 46-51 yaş grubundaki öğretmenlere göre bu faktörde ortalamalarının düşük olduğu; 34-39 yaş grubundaki öğretmenlerin, 22-27, 28-33, 46-51 yaş grubundaki öğretmenlere göre bu faktörde ortalamalarının

düşük olduğu tespit edilmiştir. Psikolojik dayanıklılık faktöründe 22-27 yaş grubundaki öğretmenlerin, 28-33, 34-39 yaş grubundaki öğretmenlere göre bu faktörde ortalamalarının düşük olduğu tespit edilmiştir. Sosyal etkileşim faktöründe 22-27 yaş grubundaki öğretmenlerin, 28-33, 34-39, 40-45, 52 yaş ve üstü gruplardaki öğretmenlere göre bu faktörde ortalamalarının düşük olduğu tespit edilmiştir. Eğlence faktöründe 22-27 yaş gurubundaki öğretmenlerin, 28-33 yaş grubundaki öğretmenlere göre bu faktörde ortalamalarının düşük olduğu; 34-39 yaş grubundaki öğretmenlerin, 22-27, 28-33 yaş grubundaki öğretmenlere göre bu faktörde ortalamalarının düşük olduğu tespit edilmiştir. Haberdar olma faktöründe 28-33 yaş grubundaki öğretmenlerin, 22-27, 52 ve üstü yaş grubundaki öğretmenlere göre bu faktörde ortalamalarının düşük olduğu istatistiki olarak tespit edilmiştir. Özyeterlilik, güven, dışadönüklük ve psikolojik dayanıklılık faktörleri için 1. H_1 hipotezi, sosyal etkileşim, eğlence ve haberdar olma faktörleri için 2. H_1 hipotezi istatistiki olarak kabul edilmiştir.

Öğretmenlerin çocuk sayısı durumlarına yönelik psikolojik sermaye ölçeği ve sosyal medya kullanım ölçeği faktörleri ile gruplar arasında anlamlı bir farklılık olup olmadığının tespit edilebilmesi için ANOVA analizi yapılmıştır. Analiz sonuçları aşağıdaki tabloda görülmektedir.

Tablo 4.14. Faktörlere göre çocuk sayısına ilişkin bazı istatistikler ve tek faktörlü varyans analizi

Faktörler	Çocuk Sayısı	n	$\bar{X}$	F	p	Anlamlı Fark
Özyeterlilik	Bekâr/Çocuk Yok	349	2,19	5,021	0,002	1<2,3
	1	115	2,46			
	2	98	2,47			
	3 ve üstü	19	2,59			
	Toplam	581	2,30			
Dışadönüklük	Bekâr/Çocuk Yok	349	2,23	3,095	0,027	1<2,3
	1	115	2,44			
	2	98	2,49			
	3 ve üstü	19	2,54			
	Toplam	581	2,32			
Psikolojik Dayanıklılık	Bekâr/Çocuk Yok	349	1,55	3,018	0,029	2>3,1
	1	115	1,73			
	2	98	1,57			
	3 ve üstü	19	1,65			
	Toplam	581	1,59			

Tablo 4.15'in devamı

Sosyal Etkileşim	Bekâr/Çocuk Yok	349	2,91	8,908	0,000	1<2,3
	1	115	3,39			
	2	98	3,40			
	3 ve üstü	19	3,14			
Toplam		581	3,10			

Öğretmenlerin çocuk sayısı durumları arasında farklılığın hangi gruplar arasında olduğunu tespit edebilmek için sosyal etkileşim faktöründe Post-Hoc analizinden Games-howell testi, diğer faktörlerde de LSD testi yapılmıştır. Özyeterlilik faktöründe çocuk sayısı 1 olan öğretmenlerin, çocuk sayısı 2, 3 ve üstü çocuk sayısı olan öğretmenlere göre bu faktörde ortalamalarının düşük olduğu tespit edilmiştir. Dışadönüklük faktöründe çocuk sayısı 1 olan öğretmenlerin, çocuk sayısı 2, 3 ve üstü çocuk sayısı olan öğretmenlere göre bu faktörde ortalamalarının düşük olduğu tespit edilmiştir. Psikolojik dayanıklılık faktöründe çocuk sayısı 2 olan öğretmenlerin, çocuk sayısı 1, 3 ve üstü olan öğretmenlere göre bu faktörde ortalamalarının yüksek olduğu tespit edilmiştir. Sosyal etkileşim faktöründe çocuk sayısı 1 olan öğretmenlerin, çocuk sayısı 2, 3 ve üstü çocuk sayısı olan öğretmenlere göre bu faktörde ortalamalarının düşük olduğu istatistikî olarak tespit edilmiştir. Özyeterlilik, dışadönüklük ve psikolojik dayanıklılık faktörleri için 1. H_1 hipotezi, sosyal etkileşim faktörü için 2. H_1 hipotezi istatistiki olarak kabul edilmiştir.

Öğretmenlerin en küçük çocuklarının yaş durumlarına yönelik psikolojik sermaye ölçeği ve sosyal medya kullanım ölçeği faktörleri ile gruplar arasında anlamlı bir farklılık olup olmadığının tespit edilebilmesi için ANOVA analizi yapılmıştır. Analiz sonuçları aşağıdaki tabloda görülmektedir.

Tablo 4.15. Faktörlere göre en küçük çocuk yaşına ilişkin bazı istatistikler ve tek faktörlü varyans analizi

Faktörler	Çocuk Yaşı	n	$\bar{X}$	F	p	Anlamlı Fark
Özyeterlilik	Çocuk Yok	349	2,20	3,836	0,004	1<2,3
	0-3 yaş	104	2,44			
	4-7 yaş	65	2,58			
	8-11 yaş	29	2,35			
	12 yaş ve üstü	34	2,46			
	Toplam	581	2,30			
Dışadönüklük	Çocuk Yok	349	2,23	4,138	0,003	3>1,2
	0-3 yaş	104	2,32			
	4-7 yaş	65	2,70			
	8-11 yaş	29	2,57			
	12 yaş ve üstü	34	2,43			
	Toplam	581	2,32			
Sosyal Etkileşim	Çocuk Yok	349	2,91	6,828	0,000	1<2,3
	0-3 yaş	104	3,34			
	4-7 yaş	65	3,54			
	8-11 yaş	29	3,27			
	12 yaş ve üstü	34	3,20			
	Toplam	581	3,10			
Eğlence	Çocuk Yok	349	2,16	2,439	0,046	1<3,4
	0-3 yaş	104	2,25			
	4-7 yaş	65	2,47			
	8-11 yaş	29	2,51			
	12 yaş ve üstü	34	2,35			
	Toplam	581	2,24			

Öğretmenlerin en küçük çocuklarının yaş durumları arasında faktörlere göre farklılığın hangi gruplar arasında olduğunu tespit edebilmek için sosyal etkileşim faktöründe Post-Hoc analizinden Games-Howell testi, diğer faktörlerde de LSD testi yapılmıştır. Özyeterlilik faktöründe en küçük çocuğunun yaşı 0-3 olan öğretmenlerin, en küçük çocuğunun yaşı 4-7 ve 8-11 olan öğretmenlere göre bu faktörde ortalamalarının düşük olduğu tespit edilmiştir. Dışadönüklük faktöründe en küçük çocuğunun yaşı 8-11 olan öğretmenlerin, en küçük çocuğunun yaşı 0-3 ve 4-7 olan öğretmenlere göre bu faktörde ortalamalarının yüksek olduğu tespit edilmiştir. Sosyal etkileşim faktöründe en küçük çocuğunun yaşı 0-3 olan öğretmenlerin, en küçük çocuğunun yaşı 4-7 ve 8-11 olan öğretmenlere göre bu faktörde ortalamalarının düşük olduğu tespit edilmiştir. Eğlence faktöründe en küçük çocuğunun yaşı 0-3 olan öğretmenlerin, en küçük çocuğunun yaşı 8-11 ve 12 yaş ve üstü olan öğretmenlere göre ortalamalarının düşük olduğu istatistikî olarak tespit edilmiştir. Özyeterlilik ve dışadönüklük faktörleri için 1. H_1 hipotezi, sosyal etkileşim ve eğlence faktörleri için 2. H_1 hipotezi istatistiki olarak kabul edilmiştir.

Öğretmenlerin branş durumlarına göre güven faktörüne yönelik gruplar arasında anlamlı bir farklılık olup olmadığının tespit edilebilmesi için ANOVA analizi yapılmıştır. Analiz sonuçları aşağıdaki tabloda görülmektedir.

Tablo 4.16. Güven faktörüne göre öğretmenlerin branşlarına ilişkin bazı istatistikler ve tek faktörlü varyans analizi

Faktör	Branş	n	$\overline{X}$	F	p	Anlamlı Fark
Güven	Türkçe	84	1,75	1,811	0,027	10<1,2,3,4,6,7,8,13,17 16<2,4,8,9,13
	Matematik	64	1,7031			
	Fen Bilimleri	38	1,7039			
	İngilizce	47	1,73			
	Din KAB	23	1,84			
	Beden	17	1,38			
	Bilişim Teknolojileri	25	1,75			
	Rehberlik	23	1,94			
	Sınıf	90	1,66			
	Resim Görsel Sanatlar	11	1,40			
	Müzik	7	1,32			
	Özel Eğitim	6	1,29			
	Sosyal Bilimler	49	1,60			
	Teknoloji Tasarım	12	1,97			
	Tarih	24	1,32			
	Okul Öncesi	28	1,46			
	Diğer	33	1,87			
	Toplam	581	1,67			

Öğretmenlerin branş durumları arasında güven faktörüne yönelik farklılığın hangi gruplar arasında olduğunu tespit edebilmek için güven faktöründe Post-Hoc analizinden LSD testi yapılmıştır. Güven faktöründe resim, görsel sanatlar branşındaki öğretmenlerin, Türkçe, Matematik, Fen Bilimler, İngilizce, Beden Eğitimi ve Spor, Bilişim Teknolojileri, Rehberlik, Sosyal Bilimler ve diğer branşındaki öğretmenlere göre bu faktörde ortalamalarının düşük olduğu tespit edilmiştir. Güven faktöründe Okul Öncesi öğretmenlerin, Matematik, İngilizce, Rehberlik, Sınıf ve Sosyal bilimler branşındaki öğretmenlere göre bu faktöre daha duyarsız oldukları istatistikî olarak tespit edilmiştir. Güven faktörü için 1. H_1 hipotezi istatistiki olarak kabul edilmiştir.

Öğretmenlerin branş durumlarına göre dışadönüklülük faktörüne yönelik gruplar arasında anlamlı bir farklılık olup olmadığının tespit edilebilmesi için ANOVA analizi yapılmıştır. Analiz sonuçları aşağıdaki tabloda görülmektedir.

Tablo 4.17. Dışadönüklük faktörüne göre öğretmenlerin branşlarına ilişkin bazı istatistikler ve tek faktörlü varyans analizi

Faktör	Branş	n	$\bar{X}$	F	p	Anlamlı Fark
Dışadönüklük	Türkçe	84	2,18	2,213	0,004	10<4,8
	Matematik	64	2,40			
	Fen Bilimleri	38	2,17			
	İngilizce	47	2,63			
	Din KAB	23	2,25			
	Beden	17	2,32			
	Bilişim Teknolojileri	25	2,57			
	Rehberlik	23	2,74			
	Sınıf	90	2,35			
	Resim Görsel Sanatlar	11	1,60			
	Müzik	7	2,34			
	Özel Eğitim	6	2,66			
	Sosyal Bilimler	49	2,53			
	Teknoloji Tasarım	12	2,20			
	Tarih	24	1,90			
	Okul Öncesi	28	1,92			
	Diğer	33	2,36			
	Toplam	581	2,32			

Öğretmenlerin branş durumları arasında dışadönüklük faktörüne yönelik farklılığın hangi gruplar arasında olduğunu tespit edebilmek için dışadönüklük faktöründe Post-Hoc analizinden Games-Howell testi uygulanmıştır. Dışadönüklük faktöründe Resim/Görsel Sanatlar branşındaki öğretmenlerin, İngilizce ve Rehberlik branşındaki öğretmenlere göre bu faktörde ortalamalarının düşük olduğu istatistikî olarak tespit edilmiştir. Dışadönüklük faktörü için 1. H_1 hipotezi istatistiki olarak kabul edilmiştir.

Öğretmenlerin branş durumlarına göre sosyal etkileşim faktörüne yönelik gruplar arasında anlamlı bir farklılık olup olmadığının tespit edilebilmesi için ANOVA analizi yapılmıştır. Analiz sonuçları aşağıdaki tabloda görülmektedir.

Tablo 4.18. Sosyal etkileşim faktörüne göre öğretmenlerin branşlarına ilişkin bazı istatistikler ve tek faktörlü varyans analizi

Faktör	Branş	n	$\overline{X}$	F	p	Anlamlı Fark
Sosyal Etkileşim	Türkçe	84	2,92	3,047	0,000	4>1,2,5,7,10,15,17 8>1,2,5,6,9,14,15,17 10<2,3,7,8,9,11,12,17 13>1,5,6,10,15 15<2,3,7,9,11,12,17 16<3,4,8,13
	Matematik	64	3,09			
	Fen Bilimleri	38	3,24			
	İngilizce	47	3,50			
	Din KAB	23	2,79			
	Beden	17	2,84			
	Bilişim Teknolojileri	25	3,26			
	Rehberlik	23	3,69			
	Sınıf	90	3,13			
	Resim Görsel Sanatlar	11	2,25			
	Müzik	7	3,43			
	Özel Eğitim	6	3,53			
	Sosyal Bilimler	49	3,47			
	Teknoloji Tasarım	12	2,86			
	Tarih	24	2,43			
	Okul Öncesi	28	2,68			
	Diğer	33	3,02			
Toplam		581	3,10			

Öğretmenlerin branş durumları arasında sosyal etkileşim faktörüne yönelik farklılığın hangi gruplar arasında olduğunu tespit edebilmek için sosyal etkileşim faktöründe Post-Hoc analizinden LSD testi uygulanmıştır. Sosyal etkileşim faktöründe İngilizce branşındaki öğretmenlerin, Türkçe, Matematik, Din KAB, Bilişim teknolojileri, Resim/Görsel Sanatlar, Tarih ve diğer branşlardaki öğretmenlere göre bu faktöre daha duyarlı oldukları; Sosyal etkileşim faktöründe Rehberlik branşındaki öğretmenlerin, Türkçe, Matematik, Din KAB, Beden, Sınıf, Teknoloji tasarım, Tarih ve diğer branşlardaki öğretmenlere göre bu faktörde ortalamalarının yüksek olduğu; Sosyal etkileşim faktöründe Sosyal bilimler branşındaki öğretmenlerin, Türkçe, Din KAB, Beden Eğitimi ve Spor, Resim/Görsel Sanatlar ve Tarih branşlarındaki öğretmenlere göre bu faktöre daha duyarlı oldukları istatistikî olarak tespit edilmiştir. Ayrıca Resim, Görsel sanatlar branşındaki öğretmenlerin, Matematik, Fen bilimleri, Bilişim Teknolojileri, Rehberlik, Sınıf, Müzik, Özel Eğitim ve diğer branşlardaki öğretmenlere göre sosyal etkileşim faktörüne daha duyarsız oldukları; Sosyal etkileşim faktöründe Tarih branşındaki öğretmenlerin, Matematik Fen Bilimleri, Bilişim Teknolojileri, Sınıf Öğretmenliği,

Müzik, Özel Eğitim ve diğer branşlardaki öğretmenlere göre bu faktörde ortalamalarının düşük olduğu; Okul Öncesi branşındaki öğretmenlerin, Fen Bilimleri, İngilizce, Rehberlik ve Sosyal Bilimler branşındaki öğretmenlere göre bu faktörde ortalamalarının düşük olduğu istatistiki olarak tespit edilmiştir. Sosyal etkileşim faktörü için 1. H_1 hipotezi istatistiki olarak kabul edilmiştir.

Öğretmenlerin branş durumlarına göre kendini ifade etme faktörüne yönelik gruplar arasında anlamlı bir farklılık olup olmadığının tespit edilebilmesi için ANOVA analizi yapılmıştır. Analiz sonuçları aşağıdaki tabloda görülmektedir.

Tablo 4.19. Kendini ifade etme faktörüne göre öğretmenlerin branşlarına ilişkin bazı istatistikler ve tek faktörlü varyans analizi

Faktör	Branş	n	$\overline{X}$	F	p	Anlamlı Fark
Kendini İfade Etme	Türkçe	84	1,48	2,022	0,010	3>10
	Matematik	64	1,58			
	Fen Bilimleri	38	1,70			
	İngilizce	47	1,59			
	Din KAB	23	1,63			
	Beden	17	1,25			
	Bilişim Teknolojileri	25	1,67			
	Rehberlik	23	1,61			
	Sınıf	90	1,49			
	Resim Görsel Sanatlar	11	1,20			
	Müzik	7	1,32			
	Özel Eğitim	6	1,25			
	Sosyal Bilimler	49	1,41			
	Teknoloji Tasarım	12	1,60			
	Tarih	24	1,322			
	Okul Öncesi	28	1,321			
	Diğer	33	1,50			
	Toplam	581	1,50			

Öğretmenlerin branş durumları arasında kendini ifade etme faktörüne yönelik farklılığın hangi gruplar arasında olduğunu tespit edebilmek için kendini ifade etme faktöründe Post-Hoc analizinden Games-Howell testi uygulanmıştır. Kendini ifade etme faktöründe Fen Bilimleri branşındaki öğretmenlerin, Resim/Görsel sanatlar branşındaki öğretmenlere göre bu faktörde ortalamalarının yüksek olduğu istatistikî olarak tespit edilmiştir. Kendini ifade etme faktörü için 1. H_1 hipotezi istatistiki olarak kabul edilmiştir.

Öğretmenlerin branş durumlarına göre eğlence faktörüne yönelik gruplar arasında anlamlı bir farklılık olup olmadığının tespit edilebilmesi için ANOVA analizi yapılmıştır. Analiz sonuçları aşağıdaki tabloda görülmektedir.

Tablo 4.20. Eğlence faktörüne göre öğretmenlerin branşlarına ilişkin bazı istatistikler ve tek faktörlü varyans analizi

Faktör	Branş	n	$\bar{X}$	F	p	Anlamlı Fark
Eğlence	Türkçe	84	2,07	2,130	0,006	1<2,4,7,8,13 8>1,3,5,10,15,16 10<2,4,7,9,13 15<2,4,7,9,13 16<2,4,7,9,13
	Matematik	64	2,40			
	Fen Bilimleri	38	2,14			
	İngilizce	47	2,50			
	Din KAB	23	2,10			
	Beden	17	2,23			
	Bilişim Teknolojileri	25	2,49			
	Rehberlik	23	2,63			
	Sınıf	90	2,30			
	Resim Görsel Sanatlar	11	1,57			
	Müzik	7	2,33			
	Özel Eğitim	6	2,42			
	Sosyal Bilimler	49	2,02			
	Teknoloji Tasarım	12	1,86			
	Tarih	24	1,85			
	Okul Öncesi	28	2,19			
	Diğer	33	2,42			
	Toplam	581	2,24			

Öğretmenlerin branş durumları arasında eğlence faktörüne yönelik farklılığın hangi gruplar arasında olduğunu tespit edebilmek için eğlence faktöründe Post-Hoc analizinden LSD testi uygulanmıştır. Eğlence faktöründe Rehberlik branşındaki öğretmenlerin, Türkçe, Fen Bilimleri, Din KAB, Resim/Görsel sanatlar, Tarih ve Okul Öncesi branşlarındaki öğretmenlere göre bu faktörde ortalamalarının yüksek olduğu istatistikî olarak tespit edilmiştir. Ayrıca Türkçe branşındaki öğretmenlerin, Matematik, İngilizce, Bilişim Teknolojileri, Rehberlik ve Sosyal Bilimler branşındaki öğretmenlere göre bu faktörde ortalamalarının düşük olduğu; Eğlence faktöründe Resim/Görsel sanatlar branşındaki öğretmenlerin, Matematik, İngilizce, Bilişim Teknolojileri, Sınıf ve Sosyal Bilimler branşındaki öğretmenlere göre bu faktörde ortalamalarının düşük olduğu; Eğlence faktöründe Tarih branşındaki öğretmenlerin, Matematik, İngilizce, Bilişim Teknolojileri, Sınıf ve Sosyal Bilimler branşındaki öğretmenlere göre bu faktörde ortalamalarının düşük olduğu; Eğlence faktöründe Okul Öncesi branşındaki öğretmenlerin, Matematik, İngilizce, Bilişim

Teknolojileri, Sınıf ve Sosyal Bilimler branşındaki öğretmenlere göre bu faktörde ortalamalarının düşük olduğu istatistikî olarak tespit edilmiştir. Eğlence faktörü için faktörü için 1. H_1 hipotezi istatistiki olarak kabul edilmiştir.

Öğretmenlerin branş durumlarına göre iyimserlik faktörüne yönelik gruplar arasında anlamlı bir farklılık olup olmadığının tespit edilebilmesi için ANOVA analizi yapılmıştır. Analiz sonuçları aşağıdaki tabloda görülmektedir.

Tablo 4.21. İyimserlik faktörüne göre öğretmenlerin branşlarına ilişkin bazı istatistikler ve tek faktörlü varyans analizi

Faktör	Branş	n	$\bar{X}$	F	p	Anlamlı Fark
İyimserlik	Türkçe	84	1,58	2,115	0,007	3>1,9,10,12,13,15,16,17 4>1,10,13,15 6<2,3,4,5,7,14 8>6,10,13,15 10<2,5,7,14
	Matematik	64	1,68			
	Fen Bilimleri	38	1,92			
	İngilizce	47	1,81			
	Din KAB	23	1,78			
	Beden	17	1,29			
	Bilişim Teknolojileri	25	1,77			
	Rehberlik	23	1,85			
	Sınıf	90	1,62			
	Resim Görsel Sanatlar	11	1,27			
	Müzik	7	1,77			
	Özel Eğitim	6	1,36			
	Sosyal Bilimler	49	1,51			
	Teknoloji Tasarım	12	1,81			
	Tarih	24	1,44			
	Okul Öncesi	28	1,52			
	Diğer	33	1,60			
Toplam		581	1,64			

Öğretmenlerin branş durumları arasında iyimserlik faktörüne yönelik farklılığın hangi gruplar arasında olduğunu tespit edebilmek için iyimserlik faktöründe Post-Hoc analizinden LSD testi uygulanmıştır. İyimserlik faktöründe Fen Bilimleri branşındaki öğretmenlerin, Türkçe, Sınıf, Resim/Görsel sanatlar, Özel Eğitim, Sosyal Bilimler, Tarih, Okul Öncesi ve diğer branşlardaki öğretmenlere göre bu faktörde ortalamalarının yüksek olduğu; İyimserlik faktöründe İngilizce branşındaki öğretmenlerin, Türkçe, Resim/Görsel Sanatlar, Sosyal Bilimler ve Tarih branşlarındaki öğretmenlere göre bu faktörde ortalamalarının yüksek olduğu; İyimserlik faktöründe Rehberlik branşındaki öğretmenlerin, Beden Eğitimi ve Spor, Resim/Görsel sanatlar, Sosyal Bilimler ve Tarih branşlarındaki öğretmenlere göre bu

faktörde ortalamalarının yüksek olduğu istatistikî olarak tespit edilmiştir. Ayrıca Beden Eğitimi ve Spor branşındaki öğretmenlerin, Matematik, Fen Bilimleri, İngilizce, Din KAB, Bilişim Teknolojileri ve Teknoloji Tasarım branşlarındaki öğretmenlere göre bu ortalamalarının yüksek olduğu; İyimserlik faktöründe Resim/Görsel sanatlar branşındaki öğretmenlerin, Matematik, Din KAB, Bilişim Teknolojileri ve Teknoloji Tasarım branşlarındaki öğretmenlere göre bu ortalamalarının yüksek olduğu istatistikî olarak tespit edilmiştir. İyimserlik faktörü için 1. H_1 hipotezi istatistiki olarak kabul edilmiştir.

Öğretmenlerin branş durumlarına göre haberdar olma faktörüne yönelik gruplar arasında anlamlı bir farklılık olup olmadığının tespit edilebilmesi için ANOVA analizi yapılmıştır. Analiz sonuçları aşağıdaki tabloda görülmektedir.

Tablo 4.22. Haberdar olma faktörüne göre öğretmenlerin branşlarına ilişkin bazı istatistikler ve tek faktörlü varyans analizi

Faktör	**Branş**	**n**	$\overline{X}$	**F**	**p**	**Anlamlı Fark**
Haberdar Olma	Türkçe	84	1,56	2,291	0,003	3>10
	Matematik	64	1,62			
	Fen Bilimleri	38	1,72			
	İngilizce	47	1,70			
	Din KAB	23	1,73			
	Beden	17	1,28			
	Bilişim Teknolojileri	25	1,67			
	Rehberlik	23	1,71			
	Sınıf	90	1,54			
	Resim Görsel Sanatlar	11	1,254			
	Müzik	7	1,257			
	Özel Eğitim	6	1,46			
	Sosyal Bilimler	49	1,45			
	Teknoloji Tasarım	12	1,66			
	Tarih	24	1,36			
	Okul Öncesi	28	1,38			
	Diğer	33	1,53			
	Toplam	581	1,56			

Öğretmenlerin branş durumları arasında haberdar olma faktörüne yönelik farklılığın hangi gruplar arasında olduğunu tespit edebilmek için haberdar olma faktöründe Post-Hoc analizinden Games-Howell testi uygulanmıştır. Haberdar olma faktöründe Fen Bilimleri branşındaki öğretmenlerin, Resim/Görsel sanatlar branşındaki öğretmenlere göre bu ortalamalarının yüksek olduğu istatistikî olarak tespit

edilmiştir. Haberdar olma faktörü için 2. H_1 hipotezi istatistiki olarak kabul edilmiştir.

Öğretmenlerin çalıştıkları okul türlerine yönelik psikolojik sermaye ölçeği ve sosyal medya kullanım ölçeği faktörleri ile gruplar arasında anlamlı bir farklılık olup olmadığının tespit edilebilmesi için ANOVA analizi yapılmıştır. Analiz sonuçları aşağıdaki tabloda görülmektedir.

Tablo 4.23. Faktörlere göre öğretmenlerin çalıştıkları okul türlerine ilişkin bazı istatistikler ve tek faktörlü varyans analizi

Faktör	Çalışılan Okul Türü	n	$\overline{X}$	F	p	Anlamlı Fark
Güven	Okul öncesi	28	1,50	8,238	0,000	2>1,3
	İlköğretim	314	1,78			
	Ortaöğretim	239	1,55			
	Toplam	581	1,67			
Psikolojik Dayanıklılık	Okul öncesi	28	1,47	7,985	0,000	3>1
	İlköğretim	314	1,68			
	Ortaöğretim	239	1,50			
	Toplam	581	1,59			
Sosyal Etkileşim	Okul öncesi	28	2,59	4,828	0,008	1<2
	İlköğretim	314	3,20			
	Ortaöğretim	239	3,02			
	Toplam	581	3,10			
Kendini İfade	Okul öncesi	28	1,36	4,282	0,014	2>3
	İlköğretim	314	1,56			
	Ortaöğretim	239	1,44			
	Toplam	581	1,50			
İyimserlik	Okul öncesi	28	1,55	3,146	0,044	2>3
	İlköğretim	314	1,70			
	Ortaöğretim	239	1,57			
	Toplam	581	1,64			
Haberdar Olma	Okul öncesi	28	1,43	4,655	0,010	2>3
	İlköğretim	314	1,62			
	Ortaöğretim	239	1,50			
	Toplam	581	1,56			

Öğretmenlerin çalıştıkları okulların durumları arasında farklılığın hangi gruplar arasında olduğunu tespit edebilmek için sosyal etkileşim faktöründe Post-Hoc analizinden Games-Howell testi, diğer faktörlerde de LSD testi yapılmıştır. Güven faktöründe ilköğretim okullarında çalışan öğretmenlerin, okul öncesi ve ortaöğretim okullarında çalışan öğretmenlere göre bu ortalamalarının yüksek olduğu anlaşılmaktadır. Psikolojik dayanıklılık faktöründe ortaöğretim okullarında çalışan öğretmenlerin, okul öncesi okullarda çalışan öğretmenlere göre bu ortalamalarının

yüksek olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Sosyal etkileşim faktöründe okul öncesi okullarda çalışan öğretmenlerin, ilköğretim okullarında çalışan öğretmenlere göre bu ortalamalarının düşük olduğu anlaşılmaktadır. Kendini ifade etme faktöründe ilköğretim okullarında çalışan öğretmenlerin, ortaöğretim okullarında çalışan öğretmenlere göre bu ortalamalarının yüksek olduğu anlaşılmaktadır. İyimserlik faktöründe ilköğretim okullarında çalışan öğretmenlerin, ortaöğretim okullarında çalışan öğretmenlere göre bu ortalamalarının yüksek olduğu anlaşılmaktadır. Haberdar olma faktöründe ilköğretim okullarında çalışan öğretmenlerin, ortaöğretim okullarında çalışan öğretmenlere göre bu ortalamalarının yüksek olduğu istatistiki olarak tespit edilmiştir. Güven, psikolojik dayanıklılık, sosyal etkileşim, kendini ifade, iyimserlik faktörleri için 1. H_1 hipotezi, haberdar olma faktörü için de 2. H_1 hipotezi istatistiki olarak kabul edilmiştir.

Öğretmenlerin kıdem durumlarına yönelik psikolojik sermaye ölçeği ve sosyal medya kullanım ölçeği faktörleri ile gruplar arasında anlamlı bir farklılık olup olmadığının tespit edilebilmesi için ANOVA analizi yapılmıştır. Analiz sonuçları aşağıdaki tabloda görülmektedir.

Tablo 4.24. Faktörlere göre öğretmenlerin kıdem durumlarına ilişkin bazı istatistikler ve tek faktörlü varyans analizi

Faktör	Kıdem Durumu	n	$\bar{X}$	F	p	Anlamlı Fark
Özyeterlilik	1-5 yıl	297	2,17	6,248	0,000	1<3,4
	6-10 yıl	120	2,34			
	11-15 yıl	91	2,54			
	16 yıl ve üstü	73	2,52			
	Toplam	581	2,30			
Güven	1-5 yıl	297	1,55	8,766	0,000	1<3,4 3>2
	6-10 yıl	120	1,70			
	11-15 yıl	91	1,95			
	16 yıl ve üstü	73	1,80			
	Toplam	581	1,67			
Dışadönüklük	1-5 yıl	297	2,19	7,431	0,000	1<3,4 3>2
	6-10 yıl	120	2,28			
	11-15 yıl	91	2,69			
	16 yıl ve üstü	73	2,49			
	Toplam	581	2,32			
Sosyal Etkileşim	1-5 yıl	297	2,88	11,270	0,000	1<3,4 3>2
	6-10 yıl	120	3,12			
	11-15 yıl	91	3,55			
	16 yıl ve üstü	73	3,38			
	Toplam	581	3,10			

Tablo 4.25'in devamı

Eğlence	1-5 yıl	297	2,12	7,033	0,000	1<3,4 3>2
	6-10 yıl	120	2,18			
	11-15 yıl	91	2,60			
	16 yıl ve üstü	73	2,37			
	Toplam	581	2,24			

Öğretmenlerin kıdem durumları arasında farklılığın hangi gruplar arasında olduğunu tespit edebilmek için sosyal etkileşim faktöründe Post-Hoc analizinden Games-Howell testi, diğer faktörlerde ise LSD testi yapılmıştır. Özyeterlilik faktöründe 1-5 yıl meslekte çalışan öğretmenlerin, 11-15 ve 16 yıl üzeri meslekte çalışan öğretmenlere göre bu faktörde ortalamalarının düşük olduğu anlaşılmaktadır. Güven faktöründe 1-5 yıl meslekte çalışan öğretmenlerin, 11-15 ve 16 yıl üzeri meslekte çalışan öğretmenlere göre bu faktörde ortalamalarının düşük olduğu; Ayrıca 11-15 yıl meslekte çalışan öğretmenlerin, 6-10 yıl kıdem meslekte öğretmenlere göre bu ortalamalarının yüksek olduğu sonucuna ulaşılmaktadır. Dışadönüklük faktöründe 1-5 yıl meslekte çalışan öğretmenlerin, 11-15 ve 16 yıl üzeri meslekte çalışan öğretmenlere göre bu faktörde ortalamalarının düşük olduğu; ayrıca 11-15 yıl meslekte çalışan öğretmenlerin, 6-10 yıl meslekte çalışan öğretmenlere göre bu ortalamalarının yüksek olduğu anlaşılmaktadır. Sosyal etkileşim faktöründe 1-5 yıl meslekte çalışan öğretmenlerin, 11-15 ve 16 yıl üzeri meslekte çalışan öğretmenlere göre bu faktörde ortalamalarının düşük olduğu arı; ayrıca 11-15 yıl meslekte çalışan öğretmenlerin, 6-10 yıl meslekte çalışan öğretmenlere göre bu ortalamalarının yüksek olduğu anlaşılmaktadır. Eğlence faktöründe 1-5 yıl meslekte çalışan öğretmenlerin, 11-15 ve 16 yıl üzeri meslekte çalışan öğretmenlere göre bu faktörde ortalamalarının düşük olduğu; ayrıca 11-15 yıl meslekte çalışan öğretmenlerin, 6-10 yıl meslekte çalışan öğretmenlere göre bu ortalamalarının yüksek olduğu istatistikî olarak tespit edilmiştir. Özyeterlilik, güven ve dışadönüklük faktörleri için 1. H_1 hipotezi, sosyal etkileşim ve eğlence faktörleri için 2. H_1 hipotezi istatistiki olarak kabul edilmiştir.

Korelasyon analizinde elde edilen korelasyon kat sayısı "r" harfi ile gösterilmektedir. Korelasyon katsayılarının ne kadar anlamlı olduğunun değerlendirilmesi tam sayılar dışındaki değerler için güçleşmektedir. Elde edilen katsayının +1 değerine yakın olması değişkenler arasında pozitif yönlü bir ilişki olduğunu, bu katsayının -1

değerine yakın olması ise değişkenler arasında negatif yönlü bir ilişki olduğunu belirtmektedir (Gürbüz ve Şahin, 2016; Küçük, 2016: 250).

Tablo 4.25. Korelasyon analizi için tanımlayıcı istatistikler (n=581)

Faktörler	$\bar{X}$	ss
Psikolojik Sermaye	1,84	0,48
Özyeterlilik	2,30	0,88
Güven	1,67	0,70
Dışadönüklük	2,32	0,94
Psikolojik Dayanıklılık	1,59	0,57
İyimserlik	1,64	0,64
Umut	1,36	0,49
Sosyal Medya Kullanımı	2,46	0,72
Sosyal Etkileşim	3,10	1,10
Kendini İfade	1,50	0,52
Eğlence	2,24	0,92
Haberdar Olma	1,56	0,51

Yukarıda yer alan boyutlara ait ifadeler sosyal medya kullanım ölçeği için 1 "Kesinlikle Katılıyorum", 2 "Katılıyorum", 3 "Orta Düzeyde Katılıyorum", 4 "Katılmıyorum", 5 "Kesinlikle Katılmıyorum" olarak; psikolojik sermaye ölçeği 1 "Tamamen Katılıyorum", 2 "Çoğunlukla Katılıyorum", 3 "Orta Düzeyde Katılıyorum", 4 "Az Katılıyorum", 5 "Hiç Katılmıyorum" olarak kodlanmıştır (Küçük, 2016). Tabloda görüldüğü üzere, araştırmaya katılan öğretmenlerin pozitif psikolojik sermayeleri ($\bar{x}$=1,84, ss=0,48) çok yüksek düzeydedir. Pozitif psikolojik sermaye boyutlarında öğretmenlerin sırasıyla umut ($\bar{x}$=1,36, ss=0,49), psikolojik dayanıklılık ($\bar{x}$=1,59, ss=0,57), iyimserlik ($\bar{x}$ =1,64, ss=0,64), güven ($\bar{x}$=1,67, ss=0,70), özyeterlik ($\bar{x}$=2,30, ss=0,88) ve dışadönüklük ($\bar{x}$=2,32, ss=0,94) düzeyleri de çok yüksektir. Öğretmenlerin sosyal medya kullanım durumları ($\bar{x}$=2,46, ss=0,72) yüksek düzeydedir. Sosyal medya kullanım durumları boyutlarında öğretmenlerin sırasıyla kendini ifade ($\bar{x}$=1,50, ss=0,52), haberdar olma ($\bar{x}$=1,56, ss=0,51), eğlence ($\bar{x}$ =2,24, ss=0,92) ve sosyal etkileşim ($\bar{x}$=3,10, ss=1,10) düzeyleri de yüksektir.

Öğretmenlerin psikolojik sermaye düzeyleri alt boyutları ile sosyal medya kullanım sıklıkları alt boyutları arasındaki ilişki çoklu korelasyon analizi ile araştırılmıştır. Analiz sonuçları aşağıdaki tabloda yer almaktadır.

Tablo 4.26. Boyutlar arasındaki çoklu korelasyon analizi sonuçları

Faktörler	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1.Öz Yeterlilik	1									
2.Güven	,166**	1								
3.Dışa Dönüklük	,666**	,197**	1							
4.Psikolojik Dayanıklılık	,125**	,543**	,164**	1						
5.İyimserlik	,121**	,540**	,170**	,704**	1					
6.Umut	,015	,493**	,074	,616**	,571**	1				
7.Sosyal Etkileşim	,626**	,235**	,699**	,197**	,216**	,031	1			
8.Kendini İfade	,136**	,556**	,187**	,833**	,755	,707**	,175**	1		
9.Eğlence	,637**	,202**	,878**	,185**	,196**	,093*	,631**	,203**	1	
10.Haberdar Olma	,151**	,670**	,224**	,773**	,728**	,694**	,236**	,843**	,246**	1

**0,01
*0,05

Elde edilen bulgulara göre öğretmenlerin sosyal medya kullanım sıklıkları alt boyutu olan sosyal etkileşim ile psikolojik sermaye düzeyleri alt boyutları olan özyeterlilik arasında orta düzeyde pozitif yönlü (r_{581}=0,626, p<0,01), güven arasında zayıf düzeyde pozitif yönlü (r_{581}=0,235, p<0,01), dışadönüklük arasında orta düzeyde pozitif yönlü (r_{581}=0,699, p<0,01), psikolojik dayanıklılık arasında zayıf düzeyde pozitif yönlü (r_{581}=0,197, p<0,01), iyimserlik arasında zayıf düzeyde pozitif yönlü (r_{581}=0,216, p<0,01) ilişki olduğu istatistiki olarak tespit edilmiştir. Sosyal etkileşim ile umut arasında (r_{581}=0,031, p>0,05) anlamlı bir ilişki olmadığı anlaşılmaktadır. Sosyal etkileşim boyutu için 3. H_1 hipotezi istatistiki olarak kabul edilmiştir.

Elde edilen bulgulara göre öğretmenlerin sosyal medya kullanım sıklıkları alt boyutu olan kendini ifade ile psikolojik sermaye düzeyleri alt boyutları olan özyeterlilik arasında zayıf düzeyde pozitif yönlü (r_{581}=0,136, p<0,01), güven arasında orta düzeyde pozitif yönlü (r_{581}=0,556, p<0,01), dışadönüklük arasında zayıf düzeyde pozitif yönlü (r_{581}=0,187, p<0,01), psikolojik dayanıklılık arasında orta düzeyde pozitif yönlü (r_{581}=0,1833, p<0,01), umut arasında kuvvetli düzeyde pozitif yönlü (r_{581}=0,707, p<0,01) ilişki olduğu istatistiki olarak tespit edilmiştir. Sosyal etkileşim ile iyimserlik arasında (r_{581}=0,755, p>0,05) anlamlı bir ilişki olmadığı anlaşılmaktadır. Kendini ifade boyutu için 3. H_1 hipotezi istatistiki olarak kabul edilmiştir.

Elde edilen bulgulara göre öğretmenlerin sosyal medya kullanım sıklıkları alt boyutu olan eğlence ile psikolojik sermaye düzeyleri alt boyutları olan özyeterlilik arasında orta düzeyde pozitif yönlü (r_{581}=0,626, p<0,01), güven arasında zayıf düzeyde pozitif yönlü (r_{581}=0,202, p<0,001), dışadönüklük arasında kuvvetli düzeyde pozitif yönlü (r_{581}=0,878, p<0,01), psikolojik dayanıklılık arasında zayıf düzeyde pozitif yönlü (r_{581}=0,185, p<0,01), iyimserlik arasında zayıf düzeyde pozitif yönlü (r_{581}=0,196, p<0,001), umut arasında zayıf düzeyde pozitif yönlü (r_{581}=0,093, p<0,05) ilişki olduğu istatistiki olarak tespit edilmiştir. Eğlence boyutu için 3. H_1 hipotezi istatistiki olarak kabul edilmiştir.

Elde edilen bulgulara göre öğretmenlerin sosyal medya kullanım sıklıkları alt boyutu olan haberdar olma ile psikolojik sermaye düzeyleri alt boyutları olan özyeterlilik arasında zayıf düzeyde pozitif yönlü (r_{581}=0,151, p<0,001), güven arasında orta düzeyde pozitif yönlü (r_{581}=0,670, p<0,001), dışadönüklük arasında zayıf düzeyde pozitif yönlü (r_{581}=0,224, p<0,001), psikolojik dayanıklılık arasında kuvvetli düzeyde pozitif yönlü (r_{581}=0,773, p<0,001), iyimserlik arasında kuvvetli düzeyde pozitif yönlü (r_{581}=0,728, p<0,001), umut arasında orta düz düzeyde pozitif yönlü (r_{581}=0,694, p<0,001) ilişki olduğu istatistiki olarak tespit edilmiştir. Haberdar olma boyutu için 3. H_1 hipotezi istatistiki olarak kabul edilmiştir.

Tablo 4.27. Değişkenler arasındaki basit korelasyon analizi sonuçları

Faktörler	**1**	**2**
Psikolojik Sermaye	1	
Sosyal Medya Kullanımı	0,756*	1

*p<0,001

Analiz sonucunda öğretmenlerin psikolojik sermaye düzeyleri ile sosyal medya kullanımları arasındaki Pearson korelasyon katsayısı 0,756 olarak bulunmuştur. Öğretmenlerin psikolojik sermaye düzeyleri ile sosyal medya kullanımları arasında anlamlı ve güçlü pozitif bir ilişki vardır (Küçük, 2016: 249-252). 3. H_1 hipotezi istatistiki olarak kabul edilmiştir.

Tablo 4.28. Değişkenler arasındaki basit regresyon analizi sonuçları

Bağımsız Değişken: Sosyal Medya Kullanımı						
Bağımlı Değişken:	**Düz. R^2**	**F**	**β**	**t**	**p**	**DW**
Psikolojik Sermaye	0,571	773,28	0,756	27,808	0,001	1,847

Öğretmenlerin sosyal medya kullanımlarının psikolojik sermayelerini ne düzeyde etkilediğini incelemek için basit doğrusal regresyon analizi yapılmıştır. Basit regresyon analiz sonuçları istatistiksel olarak anlamlıdır ($F_{(1,579)}$=773,28; p<0,001). Dağılım grafikleri, kısmi grafikler, histogramlar ve normal olasılık grafikleri değerlendirilmiş ve elde edilen sonuç teyit edilmiştir. Çoklu doğrudaşlık ve Hata bağımsızlığı varsayımları kontrol edilmiş olup herhangi bir sorun olmadığı tespit edilmiştir. Değişkenler arasındaki basit doğrusal ilişkiye ilişkin regresyon denklemi Psikolojik sermaye= 0,607+0,571(sosyal medya kullanımı) şeklindedir. Analiz sonuçları düzeltilmiş R^2 değeri 0,571'dir. Bu değere göre, Psikolojik sermayedeki %57'lik varyansın sosyal medya kullanımına bağlı olduğu görülmektedir. 4. H_1 hipotezi istatistiki olarak kabul edilmiştir.

Tablo 4.29. Araştırma hipotez sonuçlarının özet sunumu

Araştırma Hipotezleri	**Sonuç**
1. H_1: Öğretmenlerin psikolojik sermaye düzeyleri demografik özelliklere göre farklılaşmaktadır.	Kabul
2. H_1: Öğretmenlerin sosyal medya kullanım düzeyleri demografik özelliklere göre farklılaşmaktadır.	Kabul
3. H_1: Öğretmenlerin psikolojik sermaye düzeyleri ile sosyal medya kullanımları arasında anlamlı bir ilişki vardır.	Kabul
4. H_1: Öğretmenlerin sosyal medya kullanımları psikolojik sermaye düzeylerinin anlamlı bir yordayıcısıdır.	Kabul

Yukarıda yer alan tabloda araştırma hipotezlerin t-testi, Anova ve korelasyon analizleri ile test edilmesi neticesinde elde edilen bulgular doğrultusunda kabul/red durumları gösterilmektedir. Tablo incelendiğinde 1. H_1 "Öğretmenlerin psikolojik sermaye düzeyleri demografik özelliklere göre farklılaşmaktadır.", 2. H_1 "Öğretmenlerin sosyal medya kullanım düzeyleri demografik özelliklere göre farklılaşmaktadır.", 3. H_1 "Öğretmenlerin psikolojik sermaye düzeyleri ile sosyal medya kullanımları arasında anlamlı bir ilişki vardır." ve 4. H_1 "Öğretmenlerin sosyal medya kullanımları psikolojik sermaye düzeylerinin anlamlı bir yordayıcısıdır." hipotezlerinin istatistiki olarak kabul edildikleri görülmektedir.

5. TARTIŞMA VE SONUÇ

Çalışmanın bu kısmında elde edilen bulgular alan yazını ile birlikte tartışılmıştır. Bundan dolayı öncelik sırasına göre psikolojik sermaye, sosyal medya kullanımı, sosyal medya psikolojik sermaye ilişkisi ile ilgili elde edilen veriler ile bu verilerin demografik özelliklere göre farklılaşmalarına ilişkin tartışmalara değinilmiştir. Ayrıca araştırma kapsamında oluşturulan hipotezlerin istatistiki analizler sonucunda kabul edilebilirlikleri açıklanmıştır.

Araştırma kapsamında toplanan veriler ölçek faktörlerine göre bölümlendirilmiş ve öğretmenlerin psikolojik sermaye düzeyleri bu faktörler baz alınarak değerlendirilmiştir. Psikolojik sermaye alt boyutları özyeterlilik, dayanıklılık, iyimserlik, umut, güven ve dışadönüklük olarak tespit edilmiştir. Faktörlerin isimlendirilmesinde Tösten'in (2015) "Öğretmenlerin Pozitif Psikolojik Sermayelerine İlişkin Algılarının İncelenmesi" isimli doktora tezinden faydalanılmıştır. Psikolojik sermaye ölçeği alt boyutları özyeterlilik, dayanıklılık, iyimserlik, umut, güven ve dışadönüklük olarak adlandırılmıştır. Faktörlerin adlandırımasında Koçak'ın (2012) "Bireylerin Sosyal Medya Kullanım Davranışlarının ve Motivasyonlarının Kullanımlar ve Doyumlar Yaklaşımı Bağlamında İncelenmesi: Eskişehir'de Bir Uygulama" isimli doktora tezinden faydalanılmıştır. Öğretmenlerin sosyal medyaya katılım durumları alt boyutları haberdar olma, eğlence, sosyal etkileşim ve kendini ifade olarak tespit edilmiştir.

Öğretmenlerin psikolojik sermaye düzeyleri ile sosyal medya kullanımları arasındaki ilişkinin tespit edilmeye çalışıldığı bu araştırmada öncelikli olarak öğretmenlerin psikolojik sermaye düzeyleri ve sosyal medya kullanımlarının demografik özelliklerle öğretmenlerin mesleki farklılaşmalarına göre değişip değişmediği araştırılmıştır. Türkiye Cumhuriyeti Devleti'nde öğretmenler üzerinde bu konuda yapılan çalışmaların az olması sebebiyle elde edilen sonuçlar ileride bu alanda yapılacak çalışmalara ışık tutacaktır. Öncelikle konular kapsamlı olarak literatür kısmında açıklanmış ve bunun neticesinde oluşturulan hipotezler istatistiki olarak test edilmiştir. Araştırma kapsamında öğretmenlerin anket ifadelerine katılım farklılıklarına bakıldığında; öğretmenlerin psikolojik sermaye düzeyleri

ortalamasının 1,84 ile sosyal medya katılım ortalamasının ise 2,46 ile yüksek olduğu tespit edilmiştir.

Öğretmenlerin %86,2'sinin (501) sosyal medya (Facebook, Twitter, Youtube vb.) platformlarına girmek için kullandıkları, %88,0'ının (511) sosyal medyada merak ettiği, ilgilendiği konularla ilgili araştırma yapmak için kullandığı, %85,4'ünün (496) sosyal medyayı e-posta işleri için kullandıkları, %79,2'sinin (460) sosyal medyayı banka işlemleri için, %72,6'sının (422) sosyal medyayı alışveriş için kullandıkları, %70,2'sinin (408) sosyal medyayı müzik dinlemek için kullandıkları, %64,9'unun (377) sosyal medyayı ürünlerle ilgili bilgi almak için kullandıkları, %62,5'inin (363) sosyal medyayı gazete okumak için kullandıkları tespit edilmiştir. Öğretmenlerin %50,1'inin (291) sosyal medyayı program, müzik, film vb uygulamaları indirmek için kullandıkları, %47,2'sinin (274) sosyal medyayı TV programlarını, dizileri izlemek için kullandıkları, %46,5'inin (270) sosyal medyayı seyahat planı yapmak için kullandıkları anlaşılmaktadır. Öğretmenlerin %30,6'sının (178) sosyal medyayı oyun oynamak için kullandığı %13,6'sının (79) ise sosyal medyayı iş aramak için kullandıkları tespit edilmiştir. İnternet ve sosyal ağ yapısı günümüzde zamansal ve mekansal anlamda birçok zorluğu ortadan kaldırmaktadır. Bu bağlamda sosyalleşme önemli bir tamamlayıcı unsurdur. Toplumdaki insanlar arasında sosyal ağ kullanımı yoluyla, insanlar sosyal bir ilişki yaşıyor veya mevcut ilişkileri sürdürüyor. Toplumu etkileyen sosyal ağlar, insanların davranışlarını ve alışkanlıklarını değiştirmektedir. Faslı ve Ozdamlı (2018) öğretmen adayları üzerine yaptıkları araştırmada genellikle mesajlaşma, fotoğraflar ve videolar gibi sosyal ağ özelliklerinin kullanıldığını, öğretmen adaylarının en az kullandığı özelliğin ise tartışma ve notlar olduğu tespit edilmiştir. Bu sonuca göre sosyal paylaşım sitelerini kullanmanın temel amacının öğretmen adaylarının arkadaşları ile iletişim kurmak olduğunu söylenebilir. Ayrıca öğretmen adaylarının en çok kullandığı sosyal paylaşım siteleri Facebook ve Twitter olup 5 yıldan fazla süredir sosyal paylaşım sitelerini kullanıldığı tespit edilmiştir. Elde edilen sonuçlara göre, öğretmen adaylarının neredeyse yarısına yakını, sosyal paylaşım sitelerinde bilgi paylaşımının ya kısmen güvenli ya da hiç güvenli olmadığını belirtmişlerdir. Ayrıca katılımcıların büyük çoğunluğunun bilgilerin gizliliği konusunda endişeli olduğu, sosyal paylaşım sitelerinde kendilerini tehditlerden korumak için kişisel bilgilerini paylaşmama gibi önlemler aldıkları tespit

edilmiştir. Mevcut çalışma ile yukarıda belirtilen çalışmanın sonuçları benzerlik göstermektedir.

Katılımcıların %40,4'ünün (162) Sosyal ağ sitelerinde her zaman vakit geçirdikleri tespit edilmiştir. Öğretmenlerin %17,5'inin (70) mesleki ağ sitelerini hiçbir zaman kullanmadıkları anlaşılmaktadır. Öğretmenlerin %48,6'sınınn (195) mesleki ağ sitelerinden, %35,4'ünün (142) fotoğraf paylaşım sitelerinden, %35,4'ünün (142) müzik paylaşım sitelerinden, %64,3'ünün (258) sosyal imleme sitelerinden, %26,2'nin (105) forumlardan, %26,4'ünün (106) bloglardan, %29,7'nin (119) wikilerden, %52,6'nın (211) podcastlerden ve mikrobloglardan bilgisinin olmadığı saptanmıştır. Ayrıca araştırmaya katılan öğretmenlerin sosyal imleme sitelerini, forumları, blogları, wikileri ve podcastleri diğer etkileşim mecralarına göre daha az sıklıkta kullandıkları anlaşılmaktadır. Bu çalışmada sosyal medyada gerçekleştirilen eylemlerde değerlendirilmiştir. Katılımcıların %36,1'inin (210) sosyal medyada sıklıkla video izledikleri, %29,4'ünün (171) sosyal medyada kendi çektikleri videoları hiçbir zaman paylaşmadıkları, %27,5'inin (160) sosyal medyada hoşuna giden videoları nadiren paylaştıkları anlaşılmaktadır. %40,4'ünün (235) sosyal medyada fotoğraflara sıklıkla baktıkları, %27,2'sinin (158) sosyal medyada kendilerine ait fotoğrafları ara sıra paylaştıkları, %27,9'unun (162) sosyal medyada hoşlarına giden fotoğrafları ara sıra paylaştıkları, %26,2'sinin (152) sosyal medyada her zaman müzik dinledikleri sonucuna varılmaktadır. %22,9'unun (133) sosyal medyada hoşlarına giden müziği hiçbir zaman paylaşmadıkları, %62,3'ünün (362) sosyal medyada kendi ürettikleri müzikleri hiçbir zaman paylaşmadıkları, %38,2'sinin (222) sosyal medyada ilgilerini çeken konularla ilgili yazıları sıklıkla okudukları, %23,4'ünün (136) sosyal medyada yazılarını ve görüşlerini ara sıra paylaştıkları elde edilmektedir. %25,6'ının (149) sosyal medyada ilgilerini çeken konulardaki tartışmalara hiçbir zaman katılmadıkları, %33,9'unun (197) sosyal medyada ilgilendikleri kişilerin sayfalarını (yazdıkları, yükledikleri içerikleri vb) sıklıkla takip ettikleri, %33,6'sının (195) sosyal medyada chat (çevrimiçi sohbet) hiçbir zaman yapmadıkları, %27,0'ının (157) sosyal medyada hoşuna giden gruplara sıklıkla üye oldukları, %38,9'unun (226) sosyal medyada durumunu, ruh halini, konumunu hiçbir zaman belirtmedikleri, %27,7'inin (161) sosyal medyada etkinlik sayfalarını sıklıkla takip ettikleri, %27,5'inin (160) sosyal medyada kişisel, mesleki

bilgilerini sıklıkla güncelledikleri, %47,5'inin (276) sosyal medyada yer alan oyun uygulamalarına hiçbir zaman katılmadıkları tespit edilmiştir. Günümüz bilgi ve teknoloji çağında bilgi ve iletişim teknolojilerindeki hızlı gelişmeler hayatın her alanında olduğu gibi eğitim alanında da ilerlemiştir. Özgür (2016), İnternet servis sağlayıcılarının artmasının ve buna paralel olarak internet fiyatlarının düşmesinin bireylerin İnternet kullanımlarını her geçen gün artırdığını belirtmektedir. Dünyada internet altyapısının hızlı gelişimi, internette bilgi paylaşımını kolaylaştırmıştır. İnternet teknolojilerinin gelişimi ve ilerlemesiyle bağlantılı olarak, sosyal ağ siteleri bir sosyalleşme ortamı yaratmıştır (Özkan, 2013). Kara ve Coşkun (2012) sosyal paylaşım sitelerini, bireylerin kendilerine bir alan oluşturarak birbirleriyle etkileşim kurmasını sağlayan sanal ortamlar olarak tanımlamışlardır. Mevcut çalışma ile yukarıda belirtilen çalışmaların sonuçları benzerlik göstermektedir.

Bu çalışmada elde edilen bulgular incelendiğinde ise sosyal medya kullanım ölçeğine yönelik ifadelerde birinci faktör, "Sosyal Etkileşim" olarak adlandırılmıştır. İkinci faktör, "Haberdar Olma" olarak adlandırılmıştır. Üçüncü faktör, "Eğlence" olarak adlandırılmıştır. Dördüncü faktör, "Kendini İfade Etme" olarak adlandırılmıştır. Joinson (2008), bireyin sosyal ağ kullanımlarını 'sosyal bağlantı', 'paylaşılan kimlikler', 'fotoğraflar', 'içerik tatminleri', 'sosyal araştırma', 'sosyal ağda gezinme' ve 'durum güncellemeleri' olmak üzere yedi kategori altında sınıflandırmıştır. Lenhart (2009), bireylerin sosyal ağ profillerini daha çok 'arkadaşlarla iletişim halinde kalmak' için kullandıklarını tespit etmiştir. Mazman ve Usluel (2011) sosyal ağların kullanılmasında cinsiyet farklılıklarını tespit etmeye çalıştıkları araştırmada kadın ve erkek arasındaki farklılıklara odaklanarak sosyal ağların kullanım amaçlarını ortaya koymuşlardır. Açıklayıcı faktör analizi yapılmış ve bireylerin Facebook kullanım amaçları dört kategori altında toplanmıştır; "Mevcut ilişkileri sürdürmek", "yeni ilişkiler kurmak", "akademik kullanım" ve "gündemi takip etmek". Mevcut çalışmada faktörlerin isimlendirilmesi açısından yukarıdaki araştırmalardan farklı sonuçlar elde edilmiştir. Bunun temel nedeninin araştırmalarda kullanılan ölçeklerin ve çalışma gruplarının farklı olmasından kaynaklı olduğu değerlendirilmektedir.

Cinsiyet farklılıları açısından mevcut çalışmanın değerlendirilmesinde faktörlerin ortalamaları arasında anlamlı bir farklılık olup olmadığının tespiti için t testi yapılmıştır. Sosyal etkileşim, kendini ifade ve haberdar olma faktörlerinde $p<0,05$

olduğu için anlamlı bir farklılık tespit edilmiştir. Sosyal etkileşim, kendini ifade ve haberdar olma faktörlerinde bayanların erkeklere göre sosyal medya kullanım ölçeği çerçevesinde bu faktörlere daha duyarlı oldukları istatistikî olarak tespit edilmiştir. Bu sonuçta Mazman ve Usluel'in (2011) sosyal ağların kullanılmasında cinsiyet farklılıklarını tespitine yönelik çalışmasıyla paralellik göstermektedir.

Katılımcıların %38,6'sının (224) sosyal medyayı belirli bir süre kullandıktan sonra boşa vakit geçirdiği, %29,1'inin (169) sosyal medyanın mahremiyete zarar verdiği, %48'inin (279) sosyal medya'nın yüz yüze kuracakları ilişkilerde yerini tutmadığı, %33'ünün (192) beklentilerimi tam olarak karşılamadığı, %33,4'ünün (194) sosyal medyadaki hesabını ya da hesaplarını kapatacağı tespit edilmiştir. Valenzuela, Park ve Kee (2009) Facebook kullanım sıklığı ile yaşam doyumu arasında pozitif bir ilişki olduğunu tespit etmiştir. Ancak Kalpidou, Costin ve Morris (2011), Facebook'ta geçirilen sürenin düşük benlik saygısı ile ilişkili olduğuna ve yaşam memnuniyetini azalttığına dikkat çekmiştir. Ancak sosyal ağların kullanımının artmasına bağlı olarak internet bağımlılığı riski de artmıştır. İnternet kullanımının yaygınlaşması ve kullanıcı sayısının her geçen gün artması nedeniyle İnternet kullanımının olumlu ve olumsuz sonuçları incelenmektedir. Bazı araştırmalar İnternet kullanımının olumlu yanları olduğunu ortaya koyarken, literatürdeki bazı araştırmalar da olumsuz etkileri olduğunu ortaya koymuştur (Kuss, Griffiths ve Binder, 2013). İnternet bağımlılığı tsunami olarak görülen bir olgu olmuş ve bloglarla sosyal ağ siteleri hayatımızın bir parçası haline gelmişlerdir. Mevcut araştırmada da yukarıda yer alan çalışmalarla ilgili benzer sonuçların tespit edildiği görülmektedir.

Mevcut çalışmada katılımcıların yaş durumları arasında farklılığın hangi gruplar arasında olduğunu tespit edebilmek için güven faktöründe Post-Hoc analizinden Games-howell testi, diğer faktörlerde de LSD testi yapılmıştır. Sosyal medya ölçeği alt faktörlerinde değerlendirilmiştir. Sosyal etkileşim faktöründe 22-27 yaş grubundaki öğretmenlerin, 28-33, 34-39, 40-45, 52 yaş ve üstü gruplardaki öğretmenlere göre bu faktörde ortalamalarının düşük olduğu tespit edilmiştir. Eğlence faktöründe 22-27 yaş gurubundaki öğretmenlerin, 28-33 yaş grubundaki öğretmenlere göre bu faktörde ortalamalarının düşük olduğu; 34-39 yaş grubundaki öğretmenlerin, 22-27, 28-33 yaş grubundaki öğretmenlere göre bu faktöre daha duyarlı oldukları tespit edilmiştir. Bu sonuçlar Gümüş'ün (2016) çalışmasıyla

benzerlik göstermektedir. Gilbert, Karahalios ve Christian (2008) ülke, şehir, ilçe ve köylerde yaşayan bireylerin sosyal medya üzerindeki sayfalarını incelemişlerdir. Bu çalışma sonucunda yapılan analizlerde sosyal sınıf konusunda nasıl farklılıkların ortaya konulduğu tespit edilmiştir. Araştırmanın sonuçlarına göre:

- İlçe kesimlerinde yaşayan bireylerin sosyal medya iletişim üyelerinin aktif arkadaş sayısı ilçedeki üyelere göre daha az ve yakın bölgelere yayılmış durumdadır.
- İlçe kesimlerinde yaşayan bireylerin sosyal medya iletişim üyelerinin içindeki kadın kullanıcı oranı şehirde yaşayanlara göre daha düşük seviyededir.
- İlçe kesimlerinde yaşayan bireylerin sosyal medya iletişim üyelerinin çevrimiçi sayfaları şehirde yaşayan üyelere göre daha yüksek seviye korumaya sahiptir.

Sosyal iletişim ortamları üyelerinin davranışlarındaki farklılığı gösteren temel değişkenlerden biri olarak demografik özelliklerden yaş öne çıkmaktadır. Değişik yaş gruplarının sosyal iletişim ortamlarındaki uygulama kullanımı ve sosyal ağların kullanıcılarına sağladığı imkânlardan etiket yapma konusunda farklılıklar gösterdiği yapılan araştırmalarda tespit edilmiştir (Gümüş, 2016). Boyd ve Ellison'un (2007) yapmış oldukları araştırmanın sonuçlarına göre 2011 yılında sosyal medya ortamlarına giriş yapan üyelerin 18 ile 34 yaş aralığında olanlar olduğunu belirlemiştir.

Pozitif psikolojik sermaye olarak ele alınan kavramlardan birisi olarak psikolojik dayanıklılık ile karşılaşılmaktadır. Psikolojik dayanıklılık bireylerin olumsuz sorunlar ve engeller karşısındaki durumlarla başa çıkabilme ve başarılı olabilme yetisi olarak açığa çıkmaktadır (Luthans, 2002). Başka bir tanımlamaya göreyse psikolojik dayanıklılık ciddi sorunlar ve problemler karşında, risk konusunda pozitif ve uyum sağlama yöntemleridir (Masten ve Reed, 2002). Bu konu hakkında yapılan araştırmalarda (Cromer, 2010), psikolojik esneklik ile kurumu benimseme arasında olumlu yönde ve manalı bir ilişki ortaya konulmuştur (Erkuş ve Fındıklı, 2010). Ayrıca araştırmalarda psikolojik esneklik ile iş tatmini arasında olumlu yönde anlamlı sonuçlara rastlanılmaktadır (Kaplan, 2010). Seligman, Rashid ve Parks

(2006) olumlu psikoterapiyi depresyon da olan bireyler üzerinde denemiş ve pozitif yönlü sonuçlar kayıt etmişlerdir. Bireylerin güçlü vasıflarını ve pozitif yaşantılarını ön planda tutan bu çalışmaların kullanıldığı deneysel araştırmalarda bireylerin katılımlarının pozitif duygular ve anlam kazandırma gibi kavramlarda ilerleme kayıt ettikleri görülmüştür (Tayyab, Seligman ve Acacia, 2006). Aynı yönde Peseschkian ve Tritt 400 üzerinde bireyin katılmasıyla sürdürdükleri araştırmada olumlu psikolojinin depresyon yaşayan bireyler ve madde kullanıcıları gibi değişken durumlar üzerinde olumlu yönde etkisi olduğunu kayıt etmişlerdir (Peseschkian ve Tritt, 1998). Psikolojik sermaye ile iş performansı, iş tatmini ve vatandaşlık davranışları arasında anlamlı pozitif ilişkiler olduğunu gösteren araştırmalara literatürde rastlanmaktadır (Avey, Reichard, Luthans ve Mhatre, 2011; Luthans, Avolio, Avey ve Norman, 2007). Luthans vd. (2007), psikolojik sermayeyi bireyin olumlu psikolojik gelişim durumu olarak tanımlamış ve dört boyutu olduğunu belirlemiştir: öz-yeterlik, iyimserlik, umut ve dayanıklılık.

Yukarıda yer alan araştırmalarla mevcut araştırmanın benzerlikler gösterdiği görülmektedir. Bu araştırmada da psikolojik sermaye incelenmiş ve bir takım analizlere tabi tutulmuştur. Öğretmenlerin psikolojik sermaye ölçeğine yönelik ifadeler üzerinden birinci faktör, "İyimserlik" olarak adlandırılmıştır. İkici faktör, "Dışadönüklük" olarak adlandırılmıştır. Üçüncü faktör, "Güven" olarak adlandırılmıştır. Dördüncü faktör, "Umut" olarak adlandırılmıştır. Beşinci faktör, "Özyeterlilik" olarak adlandırılmıştır. Altıncı faktör "Psikolojik Dayanıklılık" olarak adlandırılmıştır. Alt faktörlerden olan umut boyutu Holahan (1995) tarafından gerçekleştirilen araştırma sonuçları incelendiğinde katılımcıların eğitim seviyeleri ile medeni durumlarına göre umut durumunun farklılaştığı tespit edilmiştir. Mevcut çalışmada ise umudun cinsiyet ve eğitim seviyelerine göre farklılaştığı tespit edilememiştir. Yukarıda yer alan çalışmanın aksine bu araştırmada umut faktöründe katılımcıların yükümlü oldukları yakınları olmayan öğretmenlerin bakmakla yükümlü olunan yakınları olan öğretmenlere göre daha duyarlı oldukları istatistikî olarak tespit edilmiştir.

Ice (2016) 'Bir hizmetkâr liderin çalışanın psikolojik sermayesi üzerindeki etkisi: Bir çalışanın, yöneticisinin hizmetkâr lider davranışlarına ilişkin algısının, rapor edilen

psikolojik sermayesi üzerindeki ilişkisi nedir?' isimli çalışmasında psikolojik sermayenin demografik özelliklerden sadece yaşa göre farklılaştığını tespit etmiştir.

Mevcut çalışmada ise öğretmenlerin psikolojik sermaye düzeylerine göre katılımcıların demografik özellikleri arasında ve öğretmenlerin mesleki farklılaşmaları arasında anlamlı bir farklılığın olup olmadığını, farklılık var ise hangi grupların ilgili faktöre daha duyarlı olduklarını tespit edebilmek için One Way Anova ve t-testi analizleri yapılmıştır. Öğretmenlerin cinsiyetlerine göre özyeterlilik, güven, dışadönüklük, psikolojik dayanıklılık ve iyimserlik faktörlerinde; medeni durumlarına göre özyeterlilik, güven, dışadönüklük ve psikolojik dayanıklılık faktörlerinde; bakmakla yükümlü olunan yakınların olma durumlarına göre güven, sosyal etkileşim, kendini ifade ve umut faktörlerinde farklılaşmanın olduğu ancak mezun olunan fakülteye göre herhangi bir farklılaşmanın olmadığı t testi sonuçlarına göre tespit edilmiştir. Öğretmenlerin yaşına göre özyeterlilik, güven, dışadönüklük ve psikolojik dayanıklılık faktörlerinde; eşin çalışma durumuna göre özyeterlilik, dışadönüklük ve iyimserlik faktörlerinde; çocuk sayısına göre özyeterlilik, dışadönüklük ve psikolojik dayanıklılık faktörlerinde; en küçük çocuk yaşına göre özyeterlilik ve dışadönüklük faktörlerinde; öğretmenlerin branşlarına göre güven, dışadönüklük ve iyimserlik faktörlerinde; çalışılan okula göre güven, psikolojik dayanıklılık ve iyimserlik faktörlerinde; kıdem durumuna göre özyeterlilik ve güven faktörlerinde farklılaşmanın olduğu varyans analizi sonuçlarına göre tespit edilmiştir. Yapılan analizler neticesinde 1. H_1 hipotezi "Öğretmenlerin psikolojik sermaye düzeyleri demografik özelliklere göre farklılaşmaktadır." istatistiki olarak kabul edilmiştir. Mevcut çalışmada Ice'ın (2016) araştırmasından farklı sonuçlar elde edildiği görülmektedir. Bunun temel nedeninin araştırmaların farklı evren ve örneklemlerde yapılmış olmasından kaynaklı olduğu değerlendirilmektedir. Ayrıca mevcut çalışma bütün branşlardaki öğretmenler üzerinde gerçekleştirildiği Ice'ın (2016) çalışmasının ise sadece yöneticiler üzerinde gerçekleştirildiği görülmektedir. Yöneticilerin psikolojik sermayenin olumlu gözükmesinin bireysel yönetim becerileri ile pozitif yönlü ilişkili olabileceğini düşünebileceklerinden dolayı araştırmada sadece yaşa göre bir farklılık tespit edilmiş olabilir.

Öğretmenlerin sosyal medya kullanım durumlarına göre katılımcıların demografik özellikleri arasında ve öğretmenlerin mesleki farklılaşmaları arasında anlamlı bir

farklılığın olup olmadığını, farklılık var ise hangi grupların ilgili faktöre daha duyarlı olduklarını tespit edebilmek için One Way Anova ve t-testi analizleri yapılmıştır. Öğretmenlerin cinsiyetlerine göre sosyal etkileşim, kendini ifade ve haberdar olma faktörlerinde; medeni durumlarına göre sosyal etkileşim, eğlence ve haberdar olma faktörlerinde; bakmakla yükümlü olunan yakın olma durumuna göre haberdar olma faktöründe; mezun olunan fakülteye göre sosyal etkileşim faktöründe farklılaşmanın olduğu t testi sonuçlarına göre tespit edilmiştir. Öğretmenlerin yaşlarına göre sosyal etkileşim, eğlence ve haberdar olma faktörlerinde; eş çalışma durumlarına göre sosyal etkileşim faktöründe; çocuuk sayısına göre sosyal etkileşim faktöründe; en küçük çocuk yaşına göre sosyal etkileşim ve eğlence faktöründe; branş farklılıklarına göre sosyal etkileşim, kendini ifade, haberdar olma ve eğlence faktörlerinde; çalışılan okul türlerine göre kendini ifade, sosyal etkileşim ve haberdar olma faktörlerinde; kıdem durumlarına göre sosyal etkileşim ve eğlence faktörlerinde anlamlı bir farklılaşmanın olduğu anova analizi sonuçlarına göre tespit edilmiştir. Yapılan analizler neticesinde 2. H_1 hipotezi "Öğretmenlerin sosyal medya kullanım düzeyleri demografik özelliklere göre farklılaşmaktadır." istatistiki olarak kabul edilmiştir.

Dönmez'in 2014 yılı içerisinde, olumlu psikolojik sermaye, iş tatmini, iş gören birey verimliliği ve yaşam doyumuna ilişkin seyahat şirketleri üzerinde yapmış olduğu araştırma Türkiye de etkin olan 600'den fazla seyahat şirketinde çalışan bireyler üzerinde yapılmıştır. Çalışmada 2007 yılında Luthans, Youssef ve Avolio' nun geliştirdiği psikolojik sermaye ölçeği (PsyCap Questionnaire) uygulanmıştır. Çalışmanın sonuçlarını incelediğimiz zaman olumlu psikolojik sermaye seviyeleri ile bireylerin işle ilgili duyuşsal iyilik tepki seviyeleri olumlu yönde ve anlamlı bir ilişki sergilemiştir. Pozitif psikolojik sermaye seviyeleriyle yaşam doyumu seviyeleri arasında ise olumlu yönde ve anlamlı bir bağlantı tespit edilmiştir. Olumlu psikolojik sermaye seviyeleri ile bireylerin verimlilik seviyeleri arasında da olumlu, anlamlı bir bağlantı olduğu anlaşılmaktadır (Dönmez, 2014). Bergheim, Nielsen, Mearns ve Eid (2015), psikolojik sermayenin işyerinde güvenlik odaklı davranışı teşvik ettiğini, bireylerin normal konfor alanlarının dışında kendilerini rahat hissetmelerini, güvenli olmayan çalışma davranışına alternatif çözümler aramalarını ve karşılaştıklarında tehlikeleri bildirmelerini sağladığını öne sürmektedir. Çalışma ayrıca hava trafik kontrolörleri örnekleminde psikolojik sermayenin psikolojik güvenlikle pozitif yönde

ilişkili olduğunu ortaya koymuştur. Rego, Sousa, Marques ve Pina e Cunha (2012) ise çalışanların umut ve öz yeterliklerinin yaratıcılıkları üzerinde doğrudan ve dolaylı etkileri olduğunu iddia etmiştir. Sameer (2018) umut, iyimserlik, öz yeterlik ve dayanıklılık yapılarının yenilikçi davranışla olumlu bir şekilde ilişkili olduğunu belirtmiştir. Ayrıca araştırmacıların bazıları psikolojik sermaye ile psikolojik güvenlik arasında pozitif bir ilişki kurmuşlardır (Eid, Mearns, Larsson, Laberg ve Johnsen, 2012).

Mevcut araştırma 581 öğretmenin katılımı ile gerçekleştirilmiştir. Çalışmada yukarıda yer alan değişkenler arası ilişkiden farklı olarak psikolojik sermaye ile sosyal medya kullanımı arasında ilişki tespit edilmiştir. Araştırmalar arasında farklı boyutların ilişkisinin tespit edilmesindeki temel faktörün araştırmaların farklı amaçla ve farklı problemden yola çıkılarak yapılmasından kaynaklı olduğu düşünülmektedir. Mevcut araştırmada pozitif psikolojik sermaye boyutlarında öğretmenlerin sırasıyla umut ($\bar{x}$=1,36, ss=0,49), psikolojik dayanıklılık ($\bar{x}$=1,59, ss=0,57), iyimserlik ($\bar{x}$ =1,64, ss=0,64), güven ($\bar{x}$=1,67, ss=0,70), özyeterlik ($\bar{x}$=2,30, ss=0,88) ve dışadönüklük ($\bar{x}$=2,32, ss=0,94) düzeyleri de çok yüksektir. Öğretmenlerin sosyal medya kullanım durumları ($\bar{x}$=2,46, ss=0,72) yüksek düzeydedir. Sosyal medya kullanım durumları boyutlarında öğretmenlerin sırasıyla kendini ifade ($\bar{x}$=1,50, ss=0,52), haberdar olma ($\bar{x}$=1,56, ss=0,51), eğlence ($\bar{x}$ =2,24, ss=0,92) ve sosyal etkileşim ($\bar{x}$=3,10, ss=1,10) düzeyleri de yüksektir. Öğretmenlerin psikolojik sermaye düzeyleri ile sosyal medya kullanımları arasında ilişki olup olmadığı basit korelasyon analizi ile tespit edilmeye çalışılmıştır. Analiz sonucunda her iki ölçek arasında Pearson korelasyon katsayısı 0,756 olarak tespit edilmiş olup öğretmenlerin psikolojik sermaye düzeyleri ile sosyal medya kullanımları arasında anlamlı, pozitif yönlü ve çok güçlü bir ilişki olduğu istatistiki olarak tespit edilmiştir. Analiz sonuçlarına göre öğretmenlerin pozitif sermaye düzeyleri arttıkça sosyal medya kullanımları artmaktadır ya da öğretmenlerin pozitif sermaye düzeyleri azaldıkça sosyal medya kullanımları azalmaktadır denilebilir. Yapılan analizler neticesinde 3. H_1 hipotezi "Öğretmenlerin psikolojik sermaye düzeyleri ile sosyal medya kullanımları arasında anlamlı bir ilişki vardır." istatistiki olarak kabul edilmiştir. Bu ilişkinin yönünü tayin edebilmek amacıyla regresyon analizi yapılmıştır. Basit regresyon analiz sonuçları istatistiksel olarak anlamlıdır ($F_{(1,579)}$=773,28; p<0,001).

Değişkenler arasındaki basit doğrusal ilişkiye ilişkin regresyon denklemi Psikolojik sermaye= 0,607+0,571(sosyal medya kullanımı) şeklindedir. Analiz sonuçları düzeltilmiş R^2 değeri 0,571'dir. Bu değere göre, Psikolojik sermayedeki %57'lik varyansın sosyal medya kullanımına bağlı olduğu görülmektedir. 4. H_1 hipotezi "Öğretmenlerin sosyal medya kullanımları psikolojik sermaye düzeylerinin anlamlı bir yordayıcısıdır." istatistiki olarak kabul edilmiştir.

Öğretmenlerin psikolojik sermaye düzeyleri alt boyutları ile sosyal medya kullanım sıklıkları alt boyutları arasındaki ilişki çoklu korelasyon analizi ile araştırılmıştır. Analiz sonuçlarına göre sosyal etkileşim boyutu ile özyeterlilik, dışadönüklük, güven, psikolojik dayanıklılık, iyimserlik arasında istatistiki olarak anlamlı pozitif yönlü bir ilişki olduğu tespit edilmiştir. Kendini ifade boyutu ile özyeterlilik, güven, dışadönüklük, psikolojik dayanıklılık, umut arasında pozitif yönlü bir ilişki olduğu istatistiki olarak tespit edilmiştir. Eğlence boyutu ile özyeterlilik, güven, dışadönüklük, psikolojik dayanıklılık, iyimserlik, umut arasında pozitif yönlü anlamlı bir ilişki olduğu tespit edilmiştir. Haberdar olma boyutu ile özyeterlilik, güven, dışadönüklük, psikolojik dayanıklılık, iyimserlik, umut arasında anlamlı pozitif yönlü bir ilişki olduğu tespit edilmiştir.

6. ÖNERİLER

Araştırma sonucunda öğretmenlerin psikolojik sermaye düzeyleri ile sosyal medya kullanımları arasında pozitif yönlü anlamlı güçlü bir ilişki olduğu tespit edilmiştir. Psikolojik sermaye düzeyleri yüksek olan öğretmenlerin sosyal medya kullanımlarınında fazla olacağı görülmektedir. Günümüzde sosyal medya kullanımı hızla artmakta ve sosyal medyada günlük geçirilen zamanda bu doğrultuda bir pozitif yönlü ivme göstermektedir. Bu etkiden toplumun bir parçası olan öğretmenlerde etkilenmektedir. Bu araştırma ilişkiyi tespit etmekle birlikte öğretmenlerin sosyal medya kullanımlarının mesleki faktörlerin tümüyle ilişkisi araştırılmamıştır. Öğretmenlerin sosyal medya kullanımları ile eğitimin temel fonksiyonları arasındaki ilişkinin tespit edilmeye çalışılacağı araştırmalarla toplumun temel taşı olan eğitim konusunda oluşturulacak politikalara yön verilebilecektir.

Araştırma Türkiye genelinde yürütülmüş olup çalışma ülkemiz için genellenebilecektir. Araştırmanın farklı kültür, bölge ya da kıtalarda yapılmasıyla

daha genellenebilir sonuçlara ulaşılabilecektir. Böylece öğretmenlerin psikolojik sermaye düzeyleri ile sosyal medya kullanımları arasıdaki ilişkide etkili olan ve bu araştırmada tespit edilemeyen farklı alt boyutların olup olmadığı tespit edilebilecektir.

Bu çalışmanın ileride yapılacak olan araştırmalara bölgedeki öğretmenlere, kurum ve kuruluşlara yol göstermesi beklenmektedir. Ayrıca bu alan ve konuda çalışma yapacak olan araştırmacılara yol gösterici olabilir ve ardıl araştırmalara olumlu katkılar sağlayabilir.

6.1. Öğretmenlere Öneriler

Bu araştırmada katılımcıların öğretmenlerden oluşması ve öğretmenlerin sosyal medyayı mesleki ürünler üretme, uygulama, geliştirme ve paylaşma olarak aktif bir şekilde kullanmaları psikolojik sermaye ile sosyal medya kullanımı arasındaki pozitif yönde güçlü ilişkiyi desteklemektedir. Buradan yola çıkarak öğretmenlerin; öğretmen adayları, öğrenci ve velilere yönelik mesleki paylaşım yapacakları sosyal medya sayfalarını kullanmaları önerilmektedir.

6.2. Yöneticilere ve Politika Yapıcılara Öneriler

Günümüzde teknolojik aletlerin 7'den 70'e herkesin elinin altında olması, sosyal medya ortamlarınında eğitim ve öğretim ortamına dönüştürülmesini ve kontrolünü gerekli kılmaktadır. Okul, kurum yöneticilerine ve politika yapıcılara; sosyal medya uygulamaları ile öğretmenlere, öğrenci ve velilere ulaşılmasını kolaylaştırıcı, ders anlatımı ve mesleki bilgi aktarımınıda içine alan plan ve projelerin geliştirilmesi ve bu yönde çalışma yapan personelin desteklenmesi önerilmektedir. Okul ortamında yüz yüze eğitim ya da canlı ders ile uzaktan eğitimin dışında özel hayatından fedakarlık yaparak sosyal paylaşım ortamlarından mesleki çalışmalarını aktif bir şekilde yürüten öğretmenlerin ödüllendirilmesi ve desteklenmesi de ayrıca önerilmektedir.

KAYNAKÇA

Akçay, V. H. (2012). Pozitif Psikolojik Sermayenin İş Tatmini ile İlişkisi. *Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 2*(1), 123-140.

Akman, Y., & Korkut, F. (1993). Umut Ölçeği Üzerine Bir Çalışma. *Hacettepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi, 9(9),* 193-202.

Aktaş, A. (2006). *Farklı Kültürlerdeki Yöneticilerin Kişilik Özelliklerine Dayanarak Liderlik Anlayışlarının Belirlenmesi: Türk ve Amerikan Otel Yöneticilerininkarşılaştırmalı Analizi.* Yayınlanmamış yükseklisans tezi. Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Antalya.

Arseven, A. D. (2001). *Alan Araştırma Yöntemi:(İlkeler, Teknikler, Örnekler)*. İstanbul: Gül Yayınevi.

Arslan, A. (2004). Medyanın Birey, Toplum ve Kültür Üzerine Etkileri. Uluslararası İnsan Bilimleri Dergisi, 15/09/2019 tarihinde, http://www.j-humansciences.com/ojs/index.php/IJHS/article/ view/162'den adresinden erişilmiştir

Arslan, M. (2005). *İş ve Meslek Ahlakı* . Ankara: Siyasal Kitabevi.

Aschenbrenner, A., & Miksch, S. (2005). Blog Mining in a Corporate Environment. *Vienna University of Technology, Institute of Software Technology and Interactive Systems and Research Studios Austria, Smart Agent Technologies*.

Aselage, J., & Eisenberger, R. (2003). Perceived Organizational Support and Psychological Contracts: A Theoretical Integration. *Journal of Organizational Behavior: The International Journal of Industrial, Occupational and Organizational Psychology and Behavior, 24*(5), 491-509.

Averıll, J. (1990). *Rules of Hope.* New York: Springer Verlag.

Aydin, G., & Tezer, E. (1991). İyimserlik, Sağlık Sorunları ve Akademik Başarı İlişkisi. *Türk Psikoloji Dergisi, 26*(7), 2-9.

Ayvaz, T (2016). İnternet ve Sosyal Medya Kullanıcı İstatistikleri 2016. Dijital Ajanslar https://www.dijitalajanslar.com/internet-ve-sosyal-medya-kullanici-istatistikleri-2016/ adresinden erişilmiştir.

Ayvaz, T (2017). İnternet ve Sosyal Medya Kullanıcı İstatistikleri 2017. Dijital Ajanslar https://www.dijitalajanslar.com/internet-ve-sosyal-medya-kullanici-istatistikleri-2017/ adresinden erişilmiştir.

Babacan, M., Haşlak, İ., & Hira, İ. (2011). Sosyal Medya ve Arap Baharı. *Akademik İncelemeler Dergisi (AID), 6*(2), 63-92.

Babalola, S. (2009). *Women Entrepreneurial Innovative Behaviour: The Role Women Entrepreneurial Innovative Behaviour: The Role.* Washington: l. International Journal of Business and Management.

Babbie, E. (2007). *The Practice of Social Research.* Belmont: Thomson Wadsworth.

Bacon, F. (2005). Positive Psychology's Two Cultures. *Review of General Psy, 9*(2), 181-192.

Bahnisch, M. (2006). The Political Uses of Blogs. In A. Bruns & J. Jacobs (Eds.), *Uses of Blogs* (pp. 139–149). New York: Peter Lang.

Balci, M. (1997). Synthesis of Conduritols and Related Compounds. *Pure and Applied Chemistry*, *69*(1), 97-104.

Balcı, Ş., Akar, H. ve Ayhan, B. (2010). Kullanımlar ve Doyumlar Yaklaşımı Çerçevesinde Seçim Dönemlerinde Gazete Okuma Alışkanlıkları ve Motivasyonlar: Konya Örneği. *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, 30, 51-80.

Barnes, J. A. (1954). Class and Committees in a Norwegian Island Parish. *Human relations*, *7*(1), 39-58.

Baştan, S. (2000). *Yeni İletişim Teknolojilerine Örgüt Yapısı İçinde Uyum Sorunu.* Yayımlanmamış Doktora Tezi. Ege Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Halkla İlişkiler ve Tanıtım Anabilim Dalı, İzmir.

Bayrak, H. (2019). 2019 Türkiye İnternet Kullanım ve Sosyal Medya İstatistikleri. Dijilopedi. 15/09/219 tarihinde, https://dijilopedi.com/2019-turkiye-internet-kullanim-ve-sosyal-medya-istatistikleri/ adresinden erişilmiştir.

Bayram, F. (2007). *Bireylerin Gazete Okuma Alışkanlıkları: Kullanımlar ve Doyumlar Yaklaşımına Göre Okuyucu Davranışları, Tercihleri ve Nedenleri Üzerine Bir Uygulama.* Yayınlanmamış Doktora Tezi. Anadolu Üniversitesi, Eskişehir.

Beardslee, W. R., & Podorefsky, D. (1988). Resilient Adolescents Whose Parents Have Serious Affective and Other Psychiatric Disorders: Importance of Self-Understanding and Relationships. *The American Journal of Psychiatry*, *145*(1), 67-69.

Benson, H. P. (2008). *Children's Dispositional Optimism and Pessimism: Social and Emotional Outcomes*. Seattle: Pacific University.

Ben-Zvi, D. (2007). Using Wiki to Promote Collaborative Learning in Statistics Education. *Technology Innovations in Statistics Education* 1(1), 1-18.

Bergheim, K., Eid, J., Hystad, S. W., Nielsen, M. B., Mearns, K., Larsson, G., & Luthans, B. (2013). The Role of Psychological Capital in Perception Of Safety Climate Among Air Traffic Controllers. *Journal of Leadership &*

Organizational Studies, 20, 232-241. https://doi.org/10.1177/1548051813475483

Berkup, N. (2012). *Kamusallığın Yapısal Dönüşümü.* İstanbul: İletişim Yayınevi.

Bickart, B., & Schindler, R. M. (2001). Internet Forums as Influential Sources of Consumer Information. *Journal of Interactive Marketing*, *15*(3), 31-40.

Bigley, G. (1998). *Straining for Shared Meaning in Organization Science: Problems of Trust and Distrust.* London: Magıc Press.

Bigley, G. A., & Pearce, J. L. (1998). Straining for Shared Meaning in Organization Science: Problems of Trust and Distrust. *Academy of Management Review*, *23*(3), 405-421.

Binark, M. (2007). *Yeni Medya Çalışmalarında Yeni Sorular ve Yöntem Sorunu, Yeni Medya Çalışmaları.* Der: Mutlu Binark, Ankara: Dipnot Yayınları.

Binark, M. (2014). *Yeni Medya Çalışmalarında Araştırma Yöntem ve Teknikleri.* İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

Block, J. H., & Block, J. (2014). The Role of Ego-Control and Ego-Resiliency in The Organization of Behavior. In *Development of Cognition, Affect, and Social Relations* (pp. 49-112). Psychology Press.

Bolle, F. (1998). Rewarding Trust: An Experimental Study. *Theory and Decision*, *45*(1), 83-98.

Borges, B. (2009). *Marketing 2.0 Bridging The Gap Between Seller and Buyer Through Social Media Marketing.* Arizona: Published by Wheatmark.

Boyd, D. (2007). *Why Youth (Heart) Social Networking Sites: The Role of Networked Publics in Teenage Social Life.* Cambridge: MIT Press.

Boyd, D. M., & Ellison, N. B. (2007). Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*, *13*(1), 210-230.

Bradburn, N. M. (1969). *The Structure of Psychological Well-Being*. Chicago: Aldine

Bryer, T. (2011). *Social Media and Public Administration: Theoretical Dimensions and Introduction.* London: Administrative Theory & Praxis.

Budak, M., & Mocan, A. (2005). *The Role of Personality Factors in Predicting the Reported Physical Health Symptoms of Turkish College Students.* New York: Adolescence Press.

Burger, J. M. (2006). *Kişilik.* İstanbul: Kaknüs Yayınaları.

Caprara, G. V., & Cervone, D. (2003). A Conception of Personality for a Psychology of Human Strengths: Personality as an Agentic, Self-Regulating System. In L.

G. Aspinwall & U. M. Staudinger (Eds.), *A Psychology of Human Strengths: Fundamental Questions and Future Directions for a Positive Psychology* (pp. 61-74). Washington, DC, US: American Psychological Association.

Carson, V., Soeken, K. L., & Grimm, P. M. (1988). Hope and its Relationship To Spiritual Well-Being. *Journal of Psychology and Theology, 16*(2), 159-167.

Carver, C. S. (1998). Resilience and Thriving: Issues, Models, and Linkages. *Journal of Social İssues, 54*(2), 245-266.

Carver, C. S., & Scheier, M. F. (1998). *On the Self-Regulation of Behavior*. New York: Cambridge University Press

Casper, J. F. (1999). *Negligent Liability Lawsuits and Public School Personnel: Breach of Duty and Defense* (Doctoral dissertation). Retrieved from ProQuest Dissertations and Theses database. (UMI No. 9921964).

Castells, M. (2013). *İsyan ve Umut Ağları, İnternet Çağında Toplumsal Hareketler.* İstanbul: Koç Üniversitesi Yayınları.

Chan, D. W. (2006). Emotional Intelligence and Components of Burnout Among Chinese Secondary School Teachers in Hong Kong. *Teaching and teacher education, 22*(8), 1042-1054.

Chen, C. H. (2008). Why do Teachers not Practice What They Believe Regarding Technology Integration?. *The Journal of Educational Research, 102*(1), 65-75.

Chen, B. (2012). *Investigating Instructional Strategies for Using Social Media in formal and Informal.* London: Research Articles.

Conole, G., & Culver, J. (2010). The Design of Cloudworks: Applying Social Networking Practice to Foster The Exchange of Learning and Teaching Ideas and Designs. *Computers & education, 54*(3), 679-692.

Constantinides, E., & Fountain, S. J. (2008). Web 2.0: Conceptual Foundations and Marketing Issues. *Journal of Direct, Data and Digital Marketing Practice, 9*(3), 231-244

Cowen, E. L., & Kilmer, R. P. (2002). "Positive Psychology": Some Plusses and Some Open Issues. *Journal of Community Psychology, 30*(4), 449-460.

Cromer, K. (2010). A Conceptual Model of Volunteer Engagement: The Influence of Organizational Assimilation and Psychological Capital Constructs as Reflections of Overall Volunteer Engagement Attitude on Multi-Dimensional and Overall Individual Effective Volunteer Behavior. *Dissertation Abstracts International Section A: Humanities and Social Sciences, 70*, 3077.

Cross, R. (2004). *Sosyal Şebekelerin Saklı Gücü.* İstanbul: Türk Henkel Yayınları.

Çalışkan, S., & Erim , A. (2010). Pozitif Örgütsel Davranış Değişkenleri (POD) ile Yeni Araştırma Modelleri Kurma Arayışları: POD'nin İşe Adanmışlık, Tükenmiş. *18. Ulusal Yönetim ve Organizasyon Kongresi* (s. 658-670). Adana: 18. Ulusal Yönetim ve Organizasyon Kongresi Bildiriler Kitabı İçinde.

Çetin, S., & İnan, İ. E. (2019). Performans Yönetimi. S. Çetin, G. Sadykova ve Ş. S. Yıldırım (Eds.) içinde, *Çağdaş Yönetim Yaklaşımları* (s. 1-32). Ankara: Gazi Kitabevi.

Dedemen, F., & İnan, İ. E. (2019). Ovacık İlçesinde Yer Alan İşletmelerin Güvenlik Algıları. *Turkish Studies -Economics, Finance, Politics, 14*(2), 187-216. doi: 10.29228/TurkishStudies.22868

Demir, Ö. (2005). *Sosyal Bilimler Sözlüğü.* Ankara: Adres Yayınları.

Demircan, N. (2003). *Örgütsel Güvenin Bir Ara Değişken Olarak Örgütsel Bağlılık Üzerindeki Etkisi*. Doktora Tezi. Gebze Sosyal Bilimler Enstitüsü, Gebze.

Diener, B. (2001). *Making The Best of a Bad Situation: Satisfaction in The Slums of Calcutta.* New York: Social Indicators Research.

Dilek, S., & İnan, İ. E. (2017). Kastamonu Catering Firmaları Arasındaki Rekabetin Analizi. *ECONDER International Academic Journal, 1*(1), 22-34.

Dilmen, N. E. (2007). Yeni Medya Kavramı Çerçevesinde İnternet Günlükleri-Bloglar ve Gazeteciliğe. *Marmara İletişim Dergisi, 12*(12), 113-122.

Doğru, Y. (2015). Bir Halkla İlişkiler Aracı Olarak Twitter: Rektörlerin Twitter Kullanım Analizi. *1. Ulusal Toplumsal ve Kurumsal Çatışmalar Çözümler Kongresi* (s. 25-26). Düzce: Düzce Üniversitesi Yayınları.

Dönertaş, F. C. (2008). Etik İklimin Kuruma Güven Üzerindeki Etkisi. *Yayınlanmamış yüksek lisans tezi, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı Yönetim ve Organizasyon Bilim Dalı*.

Dönmez, B. (2014). Pozitif Psikolojik Sermaye ile İşe İlişkin Duyuşsal İyilik Algısı, İş Doyumu, İşgören Performansı ve Yaşam Doyumu İlişkilerinin Seyahat Acentası. *Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi* , 21-23.

Düvenci, A. (2012). *Ağ Neslinin İnternet Kullanımı Üzerindeki Sosyal Medya Etkisinin Sosyal Sapma Yaklaşımı İle İncelenmesi. Yayımlanmamış Doktora Tezi.* Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

Eijkman, H. (2009). *Using Web 2.0 To Decolonise Transcultural Learning Zones in Higher Education.* New York: Campus Wide Information Systems.

Eisenberger, R., Armeli, S., Rexwinkel, B., Lynch, P. D., & Rhoades, L. (2001). Reciprocation of Perceived Organizational Support. *Journal of applied psychology*, *86*(1), 42.

Eldeniz, L. (2010). *İkinci Medya Çağında İnternet.* İstanbul: Alfa Basın Yayın Dağıtım.

Ellison, N. B., Steinfield, C., & 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.

Enders, A., Hungenberg, H., Denker, H. P., & Mauch, S. (2008). The Long Tail of Social Networking.: Revenue Models of Social Networking Sites. *European Management Journal*, *26*(3), 199-211.

Erdem, A. H. (2011). *Yeni Medya Hizmetleri ve Düzenlemeleri.* Ankara: Radyo ve Televizyon Üst Kurulu.

Erdem, F. (2003). *Örgütsel Yaşamda Güven*. Ankara: Vadi Yayınları.

Erdoğan, S., & Yazıcıoğlu, Y. (2004). S*PSS Uygulamalı Bilimsel Araştırma Yöntemleri.* Ankara: Detay Yayıncılık.

Eren, E. (2001). *Örgütsel Davranış ve Yönetim Psikolojisi.* İstanbul: Beta Basım Yayım .

Erkuş, A., & Fındıklı, M. (2010). Psikolojik Sermaye ile Mesleki Örgütsel Özdeşleşme Arasındaki İlişkiler: Meslek Yaşamı Projesinin Aracılık Etkisi. *18. Ulusal Yönetim ve Organizasyon Kongres* (s. 776-772). Adana: 18. ulusal yönetim ve organizasyon kongresi bildiriler kitabı.

Eid, J., Mearns, K., Larsson, G., Laberg, J. C., & Johnsen, B. H. (2012). Leadership, Psychological Capital and Safety Research: Conceptual Issues and Future Research Questions. *Safety Science*, 50, 55-61. https://doi.org/10.1016/j.ssci.2011.07.001

Evans, D. (2008). *Social Media Marketing an Hour a Day.* Indiana: Wiley Publishing Inc.

Eysenck, H. J. (1973). *Eysenck on Extraversion*. Australia: Halsted Press.

Faller, G. (2001). Positive Psychology: A Paradigm Shift. *Journal of Pastoral Counselin*, *36*(1), 7-20.

Farkas, M.G. (2007). *Social Software in Libraries: Building Collaboration, Communication, and Community Online, Information Today*. New Jersey: Medford.

Fasli, E., & Ozdamli, F. (2018). Teacher Candidates' Opinions Regarding Instructional and Safe Use of Social Networks and Internet Addiction Risk

Levels. *TEM Journal, 7*(2), 405-410. doi:http://dx.doi.org/10.18421/TEM72-23

Fava, G. A., & Ruini, C. (2003). Development and Characteristics of a Well-Being Enhancing Psychotherapeutic Strategy: Well-Being Therapy. *Journal of Behavior Therapy and Experimental Psychiatry*, *34*(1), 45-63.

Flanagin, A. J., & Metzger, M. J. (2001). Internet Use in the Contemporary Media Environment. *Human Communication Research,* 27(1), 153-181.

Flaherty, L. M., Pearce, K. J., & Rubin, R. B. (1998) Internet and Face-to-Face Communication: Not Functional Alternatives. C*ommunication Quarterly, 46*(3), 250-268.

Frank, J. (1968). The Role of Hope in Psychotherapy. *International Journal of Psychiatry*, *5*(5), 383.

Fred, L. (2007). *Psychological Capital: Developing the Human.* New York: Oxford University Press.

Gable, S. L., & Haidt, J. (2005). What (and why) is Positive Psychology? *Review of General Psychology*, *9*(2), 103-110.

Garzmezy, M. (1984). *The Study of Stress and Competence.* New York: Magıc Box.

Gençöz, T., Özlale, Y., & Lennon, R. (2004). Direct and Indirect Effects of Social Support on Psychological Well-Being. *Social Behavior and Personality: an International Journal*, *32*(5), 449-458.

Geray, H. (2003). *Etkileşim ve Teknoloji: Ulusal Medya Düzeninde Yeni.* İstanbul: Ütopya Yayınlar.

Gilbert, E., Karahalios, K., & Christian , S. (2008). *The Network in The Garden: An Empirical Analysis of Social Media in Rural Life.* New York: Wiley Publishing.

Goldsmith, A. H., Darity Jr, W., & Veum, J. R. (1998). Race, Cognitive Skills, Psychological Capital and Wages. The Review of Black Political Economy, 26(2), 9-21.

Gönenli, S. (2012). *Sosyal Medya Bir Alan Çalışması Olarak Facebook'un Kullanımı.* İstanbul : Sosyal Medya Akademi.

Griffin, E. A. (2012). *A First Look at Communication Theory/Em Griffin.* New York: McGraw-Hill,.

Gülseçen, S., Gürsul, F., Bayrakdar, B., Çilengir, S., & Canım, S. (2010). Yeni Nesil Mobil Öğrenme Aracı: Podcast. *XII. Akademik Bilişim Konferansı Bildirileri, Muğla Üniversitesi*, Muğla.

Gümüş, N., Zengin, H. & Geçti, F. (2013). Sosyal Medya Aracı Olarak Facebook Uygulamalarının Marka Denkliği Üzerindeki Etkisi: Bir Gsm Operatörünün Facebook Sayfası Üzerinde Araştırma. *Sakarya İktisat Dergisi 2*(2), 87-117.

Gümüş, N. (2016). *Şehir Pazarlamasında Sosyal Medya Kullanımı: 30 Büyükşehir Belediyesi Üzerinde Bir Araştırma*. International Congress of Management Economy and Policy Kongresi'nde Sunulmuş Bildiri, İstanbul.

Gümüş, N. (2018). Sosyal Medyanın Kamu Kurumları Tarafından Kamusal Pazarlama Aracı Olarak Kullanılması: 81 il valiliği üzerinde bir araştırma. *AİBÜ Sosyal Bilimler Dergisi18*(4), 189-212.

Gümüş, N., & İnan, İ. E. (2018). Gıda Sektöründe Faaliyet Gösteren Kobi'lerin Helal Gıda Sertifikasına Yönelik Algılarının İncelenmesi: TR 82 Bölgesi. *Üçüncü Sektör Sosyal Ekonomi, 53* (3), 794-815. doi: 10.15659/3.sektor-sosyal-ekonomi.18.09.974

Gümüş, N., Kartal, S., & İnan, İ. E. (2017). Tüketicilerin Kırsal Gıda Ürünlerine Yönelik Algılarının İncelenmesi. *International Journal of Academic Value Studies, 3*(14), 144-153.

Gürbüz, S., & Şahin, F. (2016). *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri Felsefe-Yöntem-Analiz*. (3. Baskı). Ankara: Seçkin.

Gillham, J., & Reivich, K. (2004). Cultivating Optimism in Childhood and Adolescence. *The Annals of the American Academy of Political and Social Science*, *591*(1), 146-163.

Hamid, S., Chang, S., & Kurnia, S. (2009). Identifying the Use Of Online Social Networking in Higher Education. In Same places, different spaces. Proceedings ascilite Auckland, URL: http://www.ascilite.org.au/conferences/auckla nd09/procs/hamid-poster.pdf

Haridakis, P. ve Hanson, G. (2009). Social Interaction and Co-Viewing With Youtube: Blending Mass Communication Reception and Social Connection. *Journal of Broadcasting & Electronic Media, 53*(2), 317–335

Harju, B. L., & Bolen, L. M. (1998). The Effects of Optimisin on Coping and Perceived Quality of Life of College Students. *Journal of Social Behavior and Personality*, *13*(2), 185.

Hasan, M., & Hoon, T. B. (2013). Podcast Applications in Language Learning: A Rewiev Of Recentstudies. *English Language Teaching*, *6*(2); 128-135.

Heiddegger, M. (1998). *Tekniğe İlişkin Soruşturma.* İstanbul: Paradigma Yayınları.

Hellberg, M. (2015). *Visual Brand Communication on Instagram.* A Study on Consumer Engagement, Master Thesis, Hanken School of Economic, Helsinki.

Hobbs, R., & Bağlı, M. T. (2004). Medya Okuryazarlığı Hareketinde Yedi Büyük Tartışma. *Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Fakültesi Dergisi*, *37*(1), 122-141.

Holahan, L. (1995). A Study of Suffering, Hope, Healing, and Demographic Factors in Persons Receiving Hemodialysis. (Doctoral dissertation). Retrieved from ProQuest Dissertations and Theses database. (UMI No. 304196127).

Holotescu, C., & Grosseck, G. (2010, April). Learning to Microblog and Microblogging to Learn. A Case Study on Learning Scenarios in a Microblogging Context. In *the 6th International Scientific Conference eLearning and Software for Education Bucharest* (pp. 15-16). Bucharest: Romania.

Holtz, S. (2002). Public Relations on the Net: Winning Strategies to Inform and Influence the Media, the Investment Community, the Government, the Public, and More!. *NewYork*: Amacom Books.

Hosmer, L. T. (1995). Trust: The Connecting Link Between Organizational Theory and Philosophical Ethics. *Academy of Management Review*, 20(2), 379-403.

Howard, S., Dryden, J., & Johnson, B. (1999). Childhood Resilience: Review and Critique of Literature. *Oxford Review of Education*, *25*(3), 307-323.

Hoy, A. W., Hoy, W. K., & Kurz, N. M. (2008). Teacher's Academic Optimism: The Development and Test of a New Construct. *Teaching and Teacher Education*, *24*(4), 821-835.

Ice, J. W. (2016). A Servant Leader's Impact on Employee Psychological Capital: What is The Relationship of an Employee's Perception of Their Manager's Servant Leader Behaviors on Their Reported Psychological Capital? (Doctoral dissertation). Retrieved from ProQuest Dissertations and Theses database. (UMI No. 10240201).

Irak, D.,& Yazıcıoğlu, O. (2012). Türkiye ve Sosyal Medya. İstanbul: Okyanus Yayınları.

Işık, A. Ö. (2011). Mobil Öğrenme ve Podcast, Akademik. *Akademik Bilişim Konferansı Bildirileri* (s. 11-13). Malatya: İnönü Üniversitesi.

İnan, İ. E., & Çelik, E. (2018). Algılanan Örgütsel Güven ve İş Tatmini: Kastamonu İli Özel ve Kamu Bankalarında Bir Uygulama. *Al Farabi Uluslararası Sosyal Bilimler Dergisi*, *2*(3), 23-52.

İnan, İ. E. (2019). *Helal Kitap*. Ankara: Gazi Kitabevi.

İnan, İ. E. (2019). Kentsel Lojistik ve Lojistik Köy Performansları Arasındaki İlişkinin Araştırılması: Elazığ ili örneği. *The International New Issues in Social Sciences*, *7*(2), 33-56.

İnan, İ E. (2020). Afet Lojistiği Performansı, Afete Müdahale Performansı ve Personel Performansı Arasındaki İlişkinin Araştırılması. The International New Issues in Social Sciences, 8 (2), 215-238. Retrieved from https://dergipark.org.tr/tr/pub/tinisos/issue/55803/764048

İnan, İ. E., & Çetin, S. (2019). Türkiye'de Kırsal/Kentsel Alan Güvenlik Politikalarının Stratejik Yönetim Yaklaşımıyla Değerlendirilmesi. *Türk İdare Dergisi, 91*(488), 283-318.

İyiler, Z. (2009). *Elektronik Ticaret ve Pazarlama: İhracatta İnternet Zamanı.* Ankara: İhracatı Geliştirme Etüd Merkezi.

Jacelon, C. S. (1997). The Trait and Process of Resilience. *Journal of advanced nursing*, *25*(1), 123-129.

Jacobs, A. B. (2006). *The Political Uses of Blogs. Uses Of Blogs*. New York: Peter Lang .

Jensen, S. M., & Luthans, F. (2006). Relationship Between Entrepreneurs' Psychological Capital and Their Authentic Leadership. *Journal of Managerial Issues*, 254-273.

Johnson, D. S., & Grayson, K. (2000). Sources and Dimensions of Trust in Service Relationships. In T. Swart & D. Lacobucci (Eds.) *Handbook of Service Relationship*. London: SAGE Publications.

Joinson, A. N. (2007). D*isinhibition and the Internet. Psychology and the İnternet: Intrapersonal, Interpersonal, and Transpersonal Implications* (Ed: J. Gackenbach). Boston: Elsevier/Academic Press, ss. 75-92

Joinson, A. N. (2008). Looking at, Looking up or Keeping up With People? Motives and Use of Facebook. *Proceedings of the SIGCHI Conference on Human Factors in Computing Systems* (pp. 1027-1036).

Kalaycı, Ş. (2016). *SPSS Uygulamalı Çok Değişkenli İstatistik Teknikleri.* Ankara: Asil Yayın Dağıtım.

Kalpidou, M., Costin, D., & Morris, J. (2011). The Relationship Between Facebook and the Well-Being of Undergraduate College Students. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, *14*(4), 183-189.

Kaplan, A. (2010). *Users of The World, Unite! The Challenges and Opportunities of Social Media.* New Jersy: Business Horizons.

Kaptan, F. (1999). Fen Bilgisi Öğretimi, İstanbul: MEB Öğretmen Kitapları Dizisi.

Kara, Y., & Coşkun, A. (2012). Sosyal Ağların Pazarlama Aracı Olarak Kullanımı: Türkiye'deki Hazır Giyim Firmaları Örneği. *Afyon Kocatepe Üniversitesi İİBF Dergisi*, C: XIV, S: II, 73-90

Karasar, N. (2002). Bilimsel Araştırma Yöntemi. (11. Basım). Ankara: Nobel Yayınları.

Kaye, B. K. (1998). Uses and Gratifications of The World Wide Web: From Couch Potato to Web Potato. *Atlantic Journal of Communication*, 6(1), 21-40.

Kaye, B. K. (2005). It‟s a Blog, Blog, Blog World: Users and Uses of Weblogs‟. *Atlantic Journal of Communication*, 13(2), 73-95.

Kaye, B. K., & Johnson, T. J. (2002). Online and in the know: Uses and Gratifications of the Web for Political Information. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 46(1), 54-71

Kaye, B. K., & Johnson, T. J. (2004). Influence Credibility Perceptions of Weblogs Among Blog Users Wag the BLog: How Reliance on Traditional Media and the Internet. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 81(3), 622-642.

Kostina, L. (2015). Teacher Professional Development Strategies in Australian Government and Professional Associations Documents. *Comparative Professional Pedagogy*, *5*(1), 120-126.

Karaman, S. Y. (2009). Proje Tabanlı Öğrenme: Bir Ptö Etkinliği Olarak Podcast Hazırlama. *Proceedıngs of 9th International Educational Conference* (s. 157-165). Ankara: Hacettepe University.

Keleş, N. (2011). Pozitif Psikolojik Sermaye: Tanımı, Bileşenleri ve örgüt Yönetimine Etkileri. *Organizasyon ve Yönetim Bilimleri Dergisi*, *3*(2), 345-350.

Kemp, S. (2017). Digital in 2017: Global Overview. wearesocial.com: https://wearesocial.com/special-reports/digital-in-2017-global-overview adresinden erişilmiştir.

Kemp, S. (2018). Digital in 2018: World's Internet Users Pass the 4 Billion Mark. wearesocial. 11/09/2019 tarihinde https://wearesocial.com/blog/2018/01/global-digital-report-2018# adresinden erişilmiştir.

Kemp, S. (2019). Digital 2019: Global Internet Use Accelerates. Wearesocial. 11/09/2019 tarihinde https://wearesocial.com/blog/2019/01/digital-2019-global-internet-use-accelerates adresinden erişilmiştir.

Keyes, C. L., Shmotkin, D., & Ryff, C. D. (2002). Optimizing Well-Being: the Empirical Encounter of two Traditions. *Journal of personality and social psychology*, *82*(6), 1007.

Kincaid, D. L. (1979). *The* Convergence Model of Commu*nication.* Honolulu: East-West Communication Institute.

Kirtiş, A. K., & Karahan, F. (2011). To Be or not to Be in Social Media Arena as the most cost-Efficient Marketing Strategy After the Global Recession. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, *24*, 260-268.

Kocabaş, A. (2008). Türk Eğitim Sisteminin Felsefi Temelleri, Dewey Mustafa Necati ve İsmail Hakkı Tonguç. *Toplum ve Demokrasi Dergisi*, *2*(3), 203-212.

Koçak, N. G. (2012). *Bireylerin Sosyal Medya Kullanım Davranışlarının ve Motivasyonlarının Kullanımlar ve Doyumlar Yaklaşımı Bağlamında İncelenmesi: Eskişehir'de bir Uygulama. Doktora Tezi.* Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eskişehir.

Köse, H. (2008). İnternette" Açık" ve Demokratik Yayıncılık:" Sanal Ortam Günlükleri" ve Wiki'ler. *Marmara İletişim Dergisi, 13*(13), 83-93.

Kuduğ, H. (2011). Sosyal Ağ Analizi Ölçütlerinin İş Ağlarına Uyarlanması, Ege Üniversitesi. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi. *Fen Bilimleri Enstitüsü, İzmir.*

Kuss, D. J., Griffiths, M. D., & Binder, J. F. (2013). Internet Addiction in Students: Prevalence and Risk Factors. *Computers in Human Behavior, 29*(3), 959- 966

Küçük, O. (2016). *Bilimsel Araştırma Yöntemleri*. Bursa: Ekin Yayın Dağıtım.

Kümbül, B. (2009). *Çalışma Yaşamında Davranış.* Kocaeli: Umuttepe Yayıncılık.

Kwon, I. W. G., & Banks, D. W. (2004). Factors Related to the Organizational and Professional Commitment of Internal Auditors. *Managerial Auditing Journal*, *19*(5), 606-622.

Labus, A., & Despotović, B. (2012). *Itegration of social Network Services in e-education Process.* Belgrad: Metalurgia International.

Lang, J., & Bliese, P. (2009). General Mental Ability and two Types of Adaptation to Unforeseen Change: Applying discontinuous growth models to the task-change paradigm. *Journal of Applied Psychology, 94*, 411–428.

Laure, , G. (1997). *Studying Online Social Networks.* London: Journal of Computer-Mediated Communication.

Lea, B. (2006). *Enhancing Business Networks Using Social Network Based Virtual Communities.* Washington: Industrial Management & Data Systems.

Lenhart, A. (2007). *Networking Websites and Teens: an Overview, Pew Internet & American Life Project.* London: January.

Lenhart, M., & Madden, M. (2007). Teens, Privacy and Online Social Networks. How Teens Manage Their Online Identities and Personal Information in The Age of Myspace. Pew Internet & American Life Project Report. 17/09/2020 tarihinde

http://www.pewinternet.org/~/media//Files/Reports/2009/PIP_Adult_social_networking_data_memo_FIN AL.pdf.pdf adresinden erişilmiştir.

Lenhart, A. (2010). *Social Media & Mobile Internet Uses Among Teens and Young.* Washington: Pew Internet & American Life Project.

Leuf, B., & Cunningham, W. (2001). *The Wiki Way: Quick Collaboration on the Web*. Boston, MA: Addison-Wesley.

Lin, C.A. (2002). Perceived Gratifications of Online Media Service use Among Potential Users. *Telematics and Informatics*, 19, 3-19.

Linley, P. A., Joseph, S., Harrington, S., & Wood, A. M. (2006) Positive Psychology: Past, Present, and (Possible) Future. *The Journal of Positive Psychology, 1*(1), 3-16, DOI: 10.1080/17439760500372796

Lionel, T. (1971). *Optimism: the Biology of Hope.* New York: Schuster Press.

Luthans, F. (2002). Positive Organizational Behavior: Developing and Managing Psychological Strengths. *Academy of Management Perspectives*, *16*(1), 57-72.

Luthans, F., Luthans, K. W., & Luthans, B. C. (2004). Positive Psychological Capital: Beyond Human and Social Capital. *Business Horizons*, *47*(1), 45-50. doi 10.1016/j.bushor.2003.11.007

Luthans, F., Youssef, C. M., & Avolio, B. J. (2007). Psychological Capital: Investing and Developing Positive Organizational Behavior. *Positive Organizational Behavior*, *1*(2), 9-24.

Luthans, F., Avolio, B. J., Avey, J. B., & Norman, S. M. (2007). Positive psychological capital: Measurement and Relationship With Performance and Satisfaction. *Personnel psychology*, *60*(3), 541-572.

Luthans, F., & Avolio, B. J. (2009). The "Point" of Positive Organizational Behavior. *Journal of Organizational Behavior: The International Journal of Industrial, Occupational and Organizational Psychology and Behavior*, *30*(2), 291-307.

Luthans, F. (2009). *The Point of Positive Organizational Behavior*. New York: Oxford University Press.

Luthans, F., Avey, J., Avolio, B., & Peterson, S. (2010). The Development and Resulting Performance Impact of Positive Psychological Capital. *Human Resource Development Quarterly*, *2*(1), 41-67.

Masten, A. S. (2001). Ordinary Magic: Resilience Processes in Development. *American Psychologist*, *56*(3), 227.

Masten, A., & Reed, M. (2002). *Resilience in Development.* New York: Handbook of Positive Psychology .

Mathieu, J. E., & Rapp, T. L. (2009). Laying the Foundation for Successful Team Performance Trajectories: The Roles of Team Charters and Performance Strategies. *Journal of Applied Psychology*, *94*(1), 90-103.

Matlin, M. W., & Gawron, V. J. (1979). Individual Differences in Pollyannaism. *Journal of Personality Assessment*, *43*(4), 411-412.

Mayer, R. C., Davis, J. H., & Schoorman, F. D. (1995). An Integrative Model of Organizational Trust. *Academy of management review*, *20*(3), 709-734.

Mazman, S.G. & Usluel, Y.K. (2011). Gender Differences in using Social Networks. *The Turkish Online Journal of Educational Technology, 10*(2), 133-139.

MEB (2019). Milli Eğitim İstatistikleri Örgün Eğitim. Ankara: Resmi İstatistik Yayını. 12/09/2019 tarihinde http://sgb.meb.gov.tr/www/icerik_goruntule.php?KNO=361 adresinden erişilmiştir.

Milgram, S. (1967). The small World Problem. *Psychology Today*, *2*(1), 60-67.

Muntinga, D.G., Moorman, M., & Smit, E. G. (2011). Exploring Motivations for Brandrelated Social Media Use. *International Journal of Advertising*, *30*(1), 13–46.

Murray, C. (2008). Schools and Social Networking: Fear or Education. *Synergy Perspectives: Local, 6*(1), 8-12.

Myers, D. G. (2000). The Funds, Friends, and Faith of Happy People. *American psychologist*, *55*(1), 56.

Nonis, S. A., & Wright, D. (2003). Moderating Effects of Achievement Striving and Situational Optimism on the Relationship Between Ability and Performance Outcomes of College Students. *Research in Higher Education, 44*(3), 327-346.

Odabaşı, K. (2010). *İnternette Pazarlama ve Sosyal Medya Stratejileri.* İstanbul: Cinius YayınlarI.

Onat, F. A., & Alikılıc, O. A. (2008). Sosyal Ağ Sitelerinin Reklam ve Halkla İlişkiler Ortamları Olarak Değerlendirilmesi. *Journal of Yaşar University, 3*(9), 1111-1143.

Onat, F. (2010). Bir Halkla İlişkiler Uygulama Alanı Olarak Sosyal Medya Kullanımı: Sivil Toplum Örgütleri Üzerine Bir İnceleme. *Gazi Üniversitesi İletişim Fakültesi İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi, 31,* 103-122.

O'Reilly, T., & Milstein, S. (2009). *The Twitter Book.* Köln: O'Reilly.

Ostrander, B. (2007). Problems and Solutıons to Corporate Bloggıng: Model. *Journal of High Technology Law and Benjamin Ostrander,* Available online at: http://192.138.214.75/highlights/stuorgs/jhtl/docs/pdf/Ostrander_note.pdf

Özarslan, H. ve Nisan, F. (Mart 2011). Kullanımlar ve doyumlar Perspektifinden Televizyon İzleme Alışkanlıkları ve Motivasyonları: Gümüşhane Örneği. *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, 1, 23-43.

Özgür, H. (2016). The Relationship Between Internet Parenting Styles and Internet Usage of Children and Adolescents. *Computers in Human Behavior, 60*, 411-424.

Özkan, N. P. (2013). Sosyal Ağ Kullanıcılarının e-sosyalleşme Sürecindeki Kimlik Yapılandırma Süreçleri. II. *In International Conference on Communication, Media, Technology and Design* (pp. 386-391).

Öztaş, N. (2007). Sosyal Sermayenin Ağbağ Kuram(lar)ı: Dayanışmacı ve Aracı Sosyal Sermaye. *Amme İdaresi Dergisi, 40*(3), 79-98.

Özyılmaz, A. (2012). Ümit, İyimserlik, Toparlanma ve Öz-Yeterlilik, Çalışanın Görev Performansı ve Bireysel Örgütsel Vatandaşlık Davranışının ne Kadarını Açıklıyor? *20. Ulusal Yönetim ve Organizasyon Kongresi* (s. 698-704). İzmir: 20. ulusal yönetim ve organizasyon kongresi bildiriler kitabı .

Papacharissi, Z., & Rubin, A. (2000). Predictors of İnternet Use. *Journal of Broadcasting and Electronic Media, 44*(2), 175-196.

Payne, G. T. (2006). Examining Configurations and Firm Performance in a Suboptimal Equifinality Context. *Organization Science, 17*(6), 756-770.

Peltekoğlu, F. B. (2012). *Sosyal Medya Sosyal Değişim.* İstanbul: Beta Basım Yayım Dağıtım A.ġ.

Peterson, S. J., & Luthans, F. (2003). The Positive Impact and Development of Hopeful Leaders. *Leadership & Organization Development Journal*, *24*(1), 26-31.

Peseschkian, N., & Tritt, K. (1998). Positive Psychotherapy Effectiveness Study and Quality Assurance. *The European Journal of Psychotherapy, Counselling & Health, 1*(1), 93-104.

Pitta, D. A., & Fowler, D. (2005). Internet Community Forums: an Untapped Resource for Consumer Marketers. *Journal of Consumer Marketing*, *22*(5), 265-274.

Polatçı, S. (2014). Psikolojik Sermayenin Görev ve Bağlamsal Performans Üzerindeki Etkileri: Polis Teşkilatında Bir Araştırma. *Ege Akademik Bakış*, *14*(1), 115-124.

Porter, T. W., & Lilly, B. S. (1996). The Effects of Conflict, Trust, and Task Commitment on Project Team Performance. *International Journal of Conflict Management, 7*(4), 361-376.

Postman, N. (2006). *Teknopoli: Yeni Dünya Düzeni.* İstanbul : Paradigma Yayınları.

Recepoğlu, E. (2015). Liselerde Görev Yapan Okul Müdürlerinin Mizah Tarzları İle Öğretim Liderliği Davranışları Arasındaki İlişkinin İncelenmesi. *Cumhuriyet Uluslararası Eğitim Dergisi*, *4*(3), 31-46. doi: 10.30703/cije.321373

Recepoglu, E., & Recepoglu, S. (2016). Change Process and the Importance of Assumptions that Form the Hidden Culture of School: A Qualitative Study in Turkey. *The Anthropologist*, *25*(1-2), 122-129. doi: 10.1080/09720073.2016.11892097

Recepoğlu, S., & Recepoğlu, E. (2019). Öğretmen Adaylarının Özyeterlik Algıları İle Öğretmenlik Mesleğine Yönelik Motivasyonları Arasındaki İlişki. *Hacettepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, Advance online publication. doi: 10.16986/HUJE.2019053943.

Rego, A., Sousa, F., Marques, C., & Pina e Cunha, M. (2012). Retail Employees' Self-Efficacy And Hope Predicting Their Positive Affect And Creativity. *European Journal of Work and Organizational Psychology*, 21, 923-945. https://doi.org/10.1080/1359432X.2011.610891

Rogers, E. M. (1995). Diffusion of Innovations: Modifications Of A Model For Telecommunications. In *Die Diffusion Von Innovationen in der Telekommunikation* (pp. 25-38). Springer, Berlin, Heidelberg.

Rutter, M. (1985). Resilience in the Face of Adversity: Protective Factors and Resistance to Psychiatric Disorder. *The British Journal of Psychiatry*, *147*(6), 598-611.

Salih, C. (2018). 2018 Türkiye İnternet Kullanım ve Sosyal Medya istatistikleri. Dijilopedi. 11/09/2019 tarihinde https://dijilopedi.com/2018-turkiye-internet-kullanim-ve-sosyal-medya-istatistikleri/ adresinden erişilmiştir.

Sameer, Y. M. (2018). Innovative Behavior and Psychological Capital: Does Positivity Make any Difference? *Journal of Economics and Management*, 32, 75-101. https://doi.org/10.22367/jem.2018.32.06

Schreiber, J. B., Nora, A., Stage, F. K., Barlow, E. A., & King, J. (2006). Reporting Structural Equation Modeling and Confirmatory Factor Analysis Results: A Review. *The Journal of educational research*, *99*(6), 323-338.

Segerstrom, S. C. (2001). Optimism and Attentional Bias for Negative and Positive Stimuli. *Personality and Social Psychology Bulletin*, *27*(10), 1334-1343.

Seligman, M. E., Rashid, T., & Parks, A. C. (2006). Positive Psychotherapy. *American psychologist*, *61*(8), 774.

Seligman, M. E., & Csikszentmihalyi, M. (2014). Positive Psychology: An Introduction. In *Flow and the Foundations of Positive Psychology* (pp. 279-298). Dordrecht: Springer.

Seligman, M. (1990). *Learned Optimism: How to Change Your Mind.* New York: Pocket Books.

Seligman, M. E., & Schulman, P. (1986). Explanatory Style as a Predictor of Productivity and Quitting Among Life Insurance Sales Agents. *Journal of Personality and Social Psychology*, *50*(4), 832-838.

Shao, G. (2009). Understanding the Appeal of user-Generated Media: a Uses and Gratification Perspective. *Internet Research*, 19(1), 7-25.

Sharma, S. (1996). *Applied Multivariate Techniques.* New York: John Wiley & Sons Inc.

Sheldon, P. (2008). Student Favorite: Facebook and Motives for its Use. *Southwestern Mass Communication Journal, Spring*, 39-53.

Shelton, S. H. (1990). Developing the Construct of General Self-Efficacy. *Psychological Reports*, *66*(3), 987-994.

Snyder, C. R., Harris, Cheri, A., John R., Holleran, S. A., Irving, L. M., Sigmon, S. T.,Yoshinobu, L., Gibb, J., Langelle, C., & Harney, P. (1991). The Will and the Ways: Development and Validation of an Individual-Differences Measure of Hope. *Journal of Personality and Social Psychology*, *60*(4), 570-585.

Snyder, C. R. (1995). Conceptualizing, Measuring, and Nurturing Hope. *Journal of Counseling & Development*, *73*(3), 355-360.

Snyder, C. R., Feldman, D. B., Taylor, J. D., Schroeder, L. L., & Adams III, V. H. (2000). The Roles of Hopeful Thinking in Preventing Problems and Enhancing Strengths. *Applied and Preventive Psychology*, *9*(4), 249-269.

Snyder, C. R., Shorey, H. S., Cheavens, J., Pulvers, K. M., Adams III, V. H., & Wiklund, C. (2002). Hope and Academic Success in College. *Journal of Educational Psychology*, *94*(4), 820.

Snyder, C. R., Rand, K. L., & Sigmon, D. R. (2002). Hope Theory: A Member of the Positive Psychology Family. In C. R. Snyder & S. J. Lopez (Eds.), *Handbook of positive psychology* (pp. 257-276). New York, NY, US: Oxford University Press.

Snyder, M. (2002). *Hope Theory: Rainbows in the Mind.* New Jersy: Psychological Inquiry.

Snyder, C. R. (2004). Hope and Other Strengths: Lessons from Animal Farm. *Journal of Social and Clinical Psychology*, *23*, 624–627.

Steiger, H. (2007). *Understanding the Limitations of Global Fit Assessment in Structural Equation Modeling.* New Jersy: Amerıcan press.

Stajkovic, A. D., & Luthans, F. (1998). Self-efficacy and Work-Related Performance: A Meta-Analysis. *Psychological Bulletin*, *124*(2), 240.

Stolle, D. (1998). Bowling together, Bowling Alone: The Development of Generalized Trust in Voluntary Associations. *Political Psychology, 19*(3), 497-525. http://dx.doi.org/10.1111/0162-895X.00115

Sudak, M. K., & Zehir, C. (2013). Kişilik Tipleri, Duygusal Zeka, İş Tatmini İlişkisi Üzerine Yapılan Bir Araştırma. *Yönetim Bilimleri Dergisi, 11*(22), 141-165.

Şener, G. (2013). *Sosyal Medya ve Ağ Toplumu 2, Kültür, Kimlik, Siyaset.* İstanbul: Reklam Yaratıcıları Derneği.

Tabachnick, B. G., & Fidell, L. S. (2013). *Using Multivariate Statistics.* Boston: Pearson.

Tai, M. (2011). *Emotional Intelligence, Emotional Exhaustion, and Job Performance.* Pekin: Social Behavior and Personality.

Taşkın, Ç. (2011). *Güncel Pazarlama Yaklaşımları*. Bursa: Alfa Aktüel Yayınları.

Taylor, E. (2009). *Antecedents And Consequences Of Psychological Contracts: Does Organizational Culture Really Matter?* London: JOB Press.

Tayyab , R., Seligman, M., & Acacia , B. (2006). *Positive Psychotherapy.* New York: American Psychologist.

Tekulve, N. (2013). Worth 1,000 Words: Using Instagram to Engage Library. *Brick and Click Libraries Symposium* (s. 1-12). Dayton: Roesch Library Faculty Publications .

Terzi, Ş. (2016). Kendini Toparlama Gücü Ölçeği'nin uyarlanması: Geçerlik ve Güvenirlik Çalışmaları. *Türk Psikolojik Danışma ve Rehberlik Dergisi*, *3*(26).

Tonta, Y. (2009). Dijital Yerliler, Sosyal Ağlar ve Kütüphanelerin Geleceği. *Türk Kütüphaneciliği, 23*(4), 742-768.

Toprak, A. (2009). *Toplumsal Paylaşım Ağı Facebook :Görülüyorum Öyleyse Varım*. İstanbul: Kalkedon.

Toruk, İ. (2008). Üniversite Gençliğinin Medya Kullanma Alışkanlıkları Üzerine bir Analiz. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 19*, 475-489.

Törenli, N. (2005). *Yeni Medya, Yeni Etkileşim Ortamı*. Ankara: Bilim ve Sanat Yayın Evi.

Tösten, R (2015). *Öğretmenlerin Pozitif Psikolojik Sermayelerine İlişkin Algılarının İncelenmesi*. Doktora tezi. Gaziantep Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Gaziantep.

Tufan Yeniçıktı, N. (2016). Halkla ilişkiler Aracı Olarak İnstagram: Sosyal Medya Kullanan 50 Şirket Üzerinde Bir Araştırma. *Selçuk İletişim, 9*(2), 92-115.

TÜİK. (2017). *Türkiye İstatistik Kurumu*. 11/09/2019 tarihinde Hanehalkı Bilişim Teknolojileri Kullanım Araştırması: http://www.tuik.gov.tr/PreHaberBultenleri.do?id=24862 adresinden erişilmiştir

TÜİK. (2018). *Türkiye İstatistik Kurumu*. 11/09/2019 Türkiye'de İnternet Kullanım Alışkanlıkları: https://www.guvenliweb.org.tr/haber-detay/turkiyenin-internet-kullanim-aliskanliklari-tuik-2018 adresinden erişilmiştir.

Türkmenoğlu, H. (2014). Teknoloji ile Sanat İlişkisi ve bir Dijital Sanat Örneği Olarak Instagram. *Ulakbilge Sosyal Bilimler Dergisi, 2*(4), 87-100.

Türküm, A. S. (2006). Are Fatalism and Optimism an Obstacle to Developing Self-Protecting Behaviors? Study with a Turkish sample. *Social Behavior and Personality: an International Journal, 34*(1), 51-58.

Valenzuela, S., Park, N., & Kee, K. F. (2009). Is There Social Capital in a Social Network Site?: Facebook Use and College Students' Life Satisfaction, Trust, And Participation. *Journal Of Computer-Mediated Communication, 14*(4), 875-901.

Verschuren, P., & Doorewaard, H. (2007). *Het Ontwerpen Van Een Onderzoek. Vierde druk*. Den Haag: Lemma Uitgevers.

Vural, B. ve Bat, M. (2010). Yeni bir iletişim Ortamı Olarak Sosyal Medya: Ege Üniversitesi İletişim Fakültesine Yönelik bir Araştırma. *Journal of Yaşar University*, *5*(20), 3348-3382

Walumbwa, F. O., Peterson, S. J., Avolio, B. J., & Hartnell, C. A. (2010). An Investigation of the Relationships Among Leader and Follower Psychological Capital, Service Climate, and Job Performance. *Personnel Psychology*, *63*(4), 937-963.

Weber, Y. (1996). Corporate Cultural Fit and Performance in Mergers and Acquisitions. *Human Relations*, *49*(9), 1181-1202.

Weeks, B. (2013). *Predicting Dissemination of News Content in Social Media: A Focus on Reception, Friending, and Partisanship*. New York: Journalism & Mass Communication.

Weinberg, T. (2009). *The New Community Rules: Marketing on the Social Web*. Sebastopol: O'Reilly Media.

West, S. G., Finch, J. F., & Curran, P. J. (1995). Structural Equation Models with Nonnormal Variables: Problems and Remedies. In R. H. Hoyle (Ed.), *Structural equation modeling: Concepts, issues, and applications* (pp. 56-75). Thousand Oaks, CA, US: Sage Publications, Inc.

Williams, R. (2003). *Televizyon, Teknoloji ve Kültürel Biçim*. Ankara: Dost Yayınları.

Yetim, U. (2003). The Impacts of ındividualism/Collectivism, Self-Esteem, and Feeling of Mastery on life Satisfaction Among the Turkish University Students and Academicians. *Social Indicators Research, 61*(3), 297-317.

Yılmaz, T. (2009). *Üniversite Öğrencilerinin Öz-Anlayışları (Self-Compassion) Anne Baba Tutumları Arasındaki İlişkinin İncelenmesi*. Doktora tezi. *S*elçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.

Zaccaro, S. J., & Lowe, C. A. (1988). Cohesiveness and Performance on an additive Task: Evidence for Multidimensionality. *The Journal of Social Psychology*, *128*(4), 547-558.

Zarrella, D. (2010). *The Social Media Marketing.* Sebastopol: O'Reilly Media.

EKLER

EK 1. Psikolojik Sermaye KFA

Total Variance Explained

Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings			Rotation Sums of Squared Loadings[a]
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %	Total
1	8,841	34,004	34,004	8,841	34,004	34,004	6,689
2	5,144	19,786	53,791	5,144	19,786	53,791	5,078
3	1,585	6,096	59,886	1,585	6,096	59,886	5,440
4	1,201	4,621	64,507	1,201	4,621	64,507	4,253
5	1,134	4,361	68,868	1,134	4,361	68,868	4,686
6	1,016	3,908	72,777	1,016	3,908	72,777	5,269
7	,603	2,319	75,095				
8	,551	2,120	77,215				
9	,543	2,087	79,302				
10	,512	1,968	81,269				
11	,449	1,728	82,998				
12	,430	1,656	84,653				
13	,425	1,635	86,288				
14	,396	1,522	87,810				
15	,380	1,462	89,271				
16	,362	1,394	90,665				
17	,355	1,367	92,032				
18	,321	1,235	93,267				
19	,287	1,102	94,369				
20	,269	1,035	95,404				
21	,255	,982	96,385				
22	,234	,901	97,286				
23	,214	,822	98,108				
24	,185	,710	98,818				
25	,165	,635	99,453				
26	,142	,547	100,000				

Extraction Method: Principal Component Analysis.

a. When components are correlated, sums of squared loadings cannot be added to obtain a total variance.

EK 2. Sosyal Medya KFA

Total Variance Explained

Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings			Rotation Sums of Squared Loadings[a]
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %	Total
1	11,099	42,687	42,687	11,099	42,687	42,687	10,440
2	4,201	16,159	58,846	4,201	16,159	58,846	4,464
3	1,343	5,166	64,013	1,343	5,166	64,013	5,967
4	1,018	3,914	67,927	1,018	3,914	67,927	3,348
5	,898	3,453	71,380				
6	,722	2,775	74,155				
7	,617	2,372	76,527				
8	,586	2,252	78,779				
9	,553	2,127	80,906				
10	,497	1,911	82,817				
11	,480	1,848	84,665				
12	,431	1,658	86,324				
13	,396	1,522	87,845				
14	,385	1,480	89,326				
15	,353	1,359	90,685				
16	,348	1,337	92,021				
17	,300	1,156	93,177				
18	,268	1,032	94,209				
19	,247	,952	95,160				
20	,242	,930	96,090				
21	,212	,816	96,906				
22	,206	,793	97,699				
23	,180	,691	98,390				
24	,157	,604	98,994				
25	,146	,563	99,557				
26	,115	,443	100,000				

Extraction Method: Principal Component Analysis.

a. When components are correlated, sums of squared loadings cannot be added to obtain a total variance.

EK 3. Anket Uygulama İzin Belgesi

T.C.
MİLLÎ EĞİTİM BAKANLIĞI
Yenilik ve Eğitim Teknolojileri Genel Müdürlüğü

Sayı : 81576613-605.01-E.3630694 19.02.2019
Konu : Araştırma Uygulama İzin Talebi

KASTAMONU ÜNİVERSİTESİ REKTÖRLÜĞÜNE
(Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürlüğü)

İlgi: a) Temel Eğitim Genel Müdürlüğünün 15/02/2019 tarihli ve 70297673-605.01-E.3417399 sayılı yazısı
b) Millî Eğitim Bakanlığının 22/08/2017 tarihli ve 35558626-10.06.01-E.12607291 (2017/25) sayılı genelgesi

İlgi (a) yazı ile Genel Müdürlüğümüze intikal eden Kastamonu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eğitim Bilimleri Anabilim Dalı, Yüksek Lisans Programı öğrencisi Özlem İNAN'ın "Öğretmenlerin Psikolojik Sermaye Düzeyleri İle Sosyal Medya Kullanımları Arasındaki İlişkinin İncelenmesi" yüksek lisans tezi kapsamında geliştirdiği veri toplama aracının 81 genelinde her tür ve derecedeki okullarda/ kurumlarda görev yapan öğretmenlere uygulanmasına yönelik izin talebi Genel Müdürlüğümüzce incelenmiştir.

Denetimi kurum idaresinde olmak üzere, genel müdürlük yöneticilerine önceden bildirmek şartı ve kurum faaliyetlerini aksatmadan, gönüllülük esasına göre; onaylı bir örneği Bakanlığımızda muhafaza edilen ve uygulama sırasında da mühürlü ve imzalı örnekten çoğaltılmış veri toplama aracının ilgi (b) genelge doğrultusunda uygulanmasına izin verilmiştir.

Gereğini bilgilerinize rica ederim.

Anıl YILMAZ
Bakan a.
Genel Müdür V.

Ek: Veri Toplama Aracı (4 Sayfa)

Emniyet Mahallesi Milas Sokak Nu:8 06560 Yenimahalle-ANKARA
Telefon No: (0 312) 296 94 00 Fax: (0 312) 213 61 36
E-Posta: yegitek@meb.gov.tr İnternet Adresi: http://yegitek.meb.gov.tr
Bilgi için: Şeyda KARABULUT Öğretmen
Dr.Atilla DEMİRBAŞ Koordinatör
Telefon No: (0 312) 296 95 82

Bu evrak güvenli elektronik imza ile imzalanmıştır. https://evraksorgu.meb.gov.tr adresinden 8ec5-7fb5-3993-886c-fe3e kodu ile teyit edilebilir.

EK 4. Onaylanmış Anket

Ek-A: Anket Formu

Sayın Katılımcı,
Bu anket, Kastamonu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü bünyesinde yürütülen " **ÖĞRETMENLERİN PSİKOLOJİK SERMAYE DÜZEYLERİ İLE SOSYAL MEDYA KULLANIMLARI ARASINDAKİ İLİŞKİNİN İNCELENMESİ** " konulu Yüksek Lisans Tezi kapsamında yapılmaktadır. Araştırmanın başarısı ve geçerliliği tamamen sizin katılımınız ve verdiğiniz doğru cevaplara bağlıdır. Göstereceğiniz ilgiye şimdiden teşekkür ederiz.

Özlem İNAN
pananabik2991@gmail.com

1.	**Cinsiyetiniz**	☐ Kadın ☐ Erkek
2.	**Yaşınız**	☐ 22-27 ☐ 28-33 ☐ 34-39 ☐ 40-45 ☐ 46-51 ☐ 52 ve üstü
3.	**Medeni Durumunuz**	☐ Evli ☐ Bekâr
4.	**Eşiniz Çalışıyor Mu?**	☐ Eşim Yok ☐ Evet ☐ Hayır
5.	**Evli İseniz Kaç Çocuğunuz Var?**	.....
6.	**En Küçük Çocuğunuzun Yaşı?**	☐ Çocuğum Yok ☐ 0-3 yaş ☐ 4-7 yaş ☐ 8-11 yaş ☐ 12 yaş ve üzeri
7.	**Bakmakla Yükümlü Olduğunuz Biri Var Mı?**	☐ Evet ☐ Hayır
8.	**Eğitim Durumunuz**	☐ Ön Lisans ☐ Lisans ☐ Lisansüstü
9.	**Branşınızı Yazınız**	.....
10.	**Mezun Olduğunuz Bölümü Yazınız**	.....
11.	**Çalıştığınız Okul Türü**	☐ Okulöncesi ☐ İlköğretim ☐ Ortaöğretim
12.	**Meslekteki Kıdeminiz**	☐ 1-5 yıl ☐ 6-10 yıl ☐ 11-15 yıl ☐ 16 yıl ve üzeri

	Lütfen aşağıdaki ifadelere katılım durumunuzu ilgili kutucuğa (X) işaretleyiniz	**Tamamen Katılıyorum**	**Çoğunlukla Katılıyorum**	**Orta düzeyde katılıyorum**	**Az Katılıyorum**	**Hiç Katılmıyorum**
1	Yaptığım işlerin tüm aşamalarında kendimden eminimdir.					
2	Kendime güvenirim.					
3	Başarı için yapmam gerekeni biliyorum					
4	Beni zorlayan işlerde kimden yardım alacağımı bilirim.					
5	Hayat dolu bir insanımdır					
6	Enerji doluyum.					
7	Hayat güzeldir.					
8	Güler yüzlüyüm.					
9	Toplumla iç içe yaşamak bana huzur veriyor.					
10	Mesleki sorumluluklarımın farkındayım					
11	Öğrencilerimin sorunlarını çözmekte istekliyim.					
12	Mesleğimde güvenilir birisi olduğumu söylerler.					
13	Yaptığım her iş için hesap verebilirim.					
14	Mesleğimle ilgili konularda istenirse bir grubu bilgilendiririm.					
15	Okulumun bir problemi olduğunda çözüm için gerekirse tüm mercilerle görüşürüm.					
16	Okulum için yeni fikirler geliştiririm.					
17	Mesleki konularda kurumumu temsil edebilirim.					
18	Çalışma hayatımda şeffaf olmayı tercih ederim.					
19	Öğrencilerimin eğitimi için çevredeki olumsuzluklarla mücadele ederim.					
20	Kurumumdaki bir sorun için yapıcı katkılar sağlarım.					
21	Beklenmedik sorunlara çözümler geliştirebilirim.					
22	Zorluklar, mücadele azmimi arttırır.					
23	Güçlükler karşısında mücadele ederim.					
24	Yaşadığım problemler beni olgunlaştırır.					
25	Mesleğimi icra ederken aynı anda birçok işin üstesinden gelirim.					

EK 4'ün devamı

Aşağıda sosyal medya platformlarını kullanımınıza yönelik ifadeler yer almaktadır. Lütfen seçeneklerden size uygun olanını (X) işaretleyiniz.

Lütfen aşağıdaki sosyal medya platformlarını hangi sıklıkla kullandığınızı ilgili kutucuğa işaretleyiniz.	Her Zaman	Sıklıkla	Ara Sıra	Nadiren	Hiçbir Zaman	Bilgim Yok
1. Sosyal ağ siteleri (Facebook, MySpace, Friendfeed, Google plus, vb.)						
2. Mesleki ağ siteleri (LinkedIn, XING, Academia vb.)						
3. Video paylaşım siteleri (Youtube, Dailymotion vb.) Müslüman müşterilere hitap etmektedir.						
4. Fotoğraf paylaşım siteleri (Flickr vb.)işletmeye değer katar.						
5. Müzik paylaşım siteleri (Jamendo, LastFM vb.)						
6. Mikroblog uygulamaları (Twitter vb.)						
7. Sosyal İmleme Siteleri (Digg, dei.icio.us., Stumbleupon, Linkibol vb.)						
8. Forumlar						
9. Bloglar						
10. Wikiler (Wikipedia vb.)						
11. Podcastlar (Apple iTunes vb.)						
12. Diğer (Lütfen belirtiniz):						

13. Lütfen en çok takip ettiğiniz sosyal medya platformunu (Facebook, Twitter vb. gibi isim vererek) belirtiniz:
.....

14. Ne zamandır sosyal medya platformlarını takip ediyorsunuz?
☐ 1 yıldan az ☐ 1 – 2 yıldır ☐ 3 - 4 yıldır ☐ 5 yıldan fazla

15.Sosyal medya başında yaklaşık ne kadar zaman geçiriyorsunuz?
☐ 1 saatten az ☐ 1- 3 saat ☐ 4 – 6 saat ☐ 7 saaten fazla

Lütfen sosyal medyada aşağıda belirtilen eylemleri gerçekleştirme sıklığınızı ilgili kutucuğa işaretleyiniz.	Her Zaman	Sıklıkla	Ara Sıra	Nadiren	Hiçbir Zaman
1. Video izlerim					
2. Kendi çektiğim videoları paylaşırım					
3. Hoşuma giden videoları paylaşırım					
4. Fotoğraflara bakarım					
5. Kendime ait fotoğrafları paylaşırım					
6. Hoşuma giden fotoğrafları paylaşırım					
7. Müzik dinlerim					
8. Hoşuma giden müzikleri paylaşırım					
9. Kendi ürettiğim müziği paylaşırım					
10.İlgimi çeken konularla ilgili yazıları okurum					
11.Yazılarımı/görüşlerimi paylaşırım					
12.İçeriklere (video, müzik, fotoğraf, görüş, metin vb.) yorum yazarım					
13.İlgimi çeken konulardaki tartışmalara katılırım					
14.İlgilendiğim kişilerin sayfalarını (yazdıklarını, yükledikleri içerikleri vb.) takip ederim					
15.Chat (çevrimiçi sohbet) yaparım					
16.Hoşuma giden gruplara üye olurum					
17.Durumumu/ruh halimi/konumumu belirtirim					
18.Etkinlik sayfalarını takip ederi					
19.Kişisel/mesleki bilgilerimi düzenli olarak güncellerim					
20.Sosyal medyada yer alan oyun uygulamalarına katılırım					
Diğer belirtiniz ;					

EK 4'ün devamı

26	Öğretmenlik hayatımda karşılaşabileceğim problemlerle bir şekilde baş edebilirim.					

Lütfen 2018 yılını düşünerek aşağıdaki etkinlikleri gerçekleştirme sıklığınızı ilgili kutucuğa (X) işaretleyiniz.	Hemen Hemen Her Gün	Hafta Da Bir Ya Da Bir Kaç Kez	Ayda Bir Ya Da Birkaç Kez	Yılda Bir Ya Da Birkaç Kez	Hiçbir Zaman Ya Da Çok Nadir
1. Sinemaya giderim.					
2. Tiyatroya giderim.					
3. Konsere giderim.					
4. Opera/bale gösterilerine giderim.					
5. Kitap okurum					
6. Dergi okurum					
7. Spor yaparım					
8. Ailemle/arkadaşlarımla zaman geçiririm					
9. Kafeye/bara/restorana giderim					
10.Bilgisayar oyunları (play station vb.) oynarım					
11.İnternette dolaşırım					
12.Hobilerimle uğraşırım					
13.Tatile çıkarım					
14.Yurtdışına çıkarım (tatil, iş vb. nedenlerle)					
15.Bir-iki günlük gezilere giderim					

Aşağıda medya kullanımınıza yönelik sorular yer almaktadır. Lütfen seçeneklerden size en uygun olanını (X) işaretleyiniz.

Lütfen aşağıda belirtilen medya türlerine bir günde ortalama ne kadar zaman ayırdığınızı ilgili kutucuğa (X) işaretleyiniz.	Takip Etmiyorum	1 Saatten Az	1-3 Saat	4-6 Saat	7 Saatten Fazla
1. Televizyon					
2. Gazete					
3. Radyo					
4. İnternet					

5. Dijital platformlara (Digitiürk, D-smart, Tivibu, Teledünya vb.) üyeliğiniz var mı?
☐ Evet ☐ Hayır

6.Bilgisayarınız var mı ?
☐ Evet ☐ Hayır

7.Lütfen İnterneti aşağıda belirtilen amaçların hangileri için kullandığınızı işaretleyiniz. ***(Birden fazla seçenek işaretleyebilirsiniz.)***

☐ e-posta işlemleri için
☐ Sosyal medya (Facebook, Twitter, Youtube vb.) platformlarına girmek için
☐ Gazete okumak için
☐ TV programlarını, dizileri vb. izlemek için
☐ Müzik dinlemek için
☐ Alışveriş yapmak için
☐ Merak ettiğim, ilgilendiğim konularda araştırma yapmak için
☐ Ürünlerle ilgili bilgi edinmek için
☐ Oyun oynamak için
☐ Program/müzik/film vb. indirmek için
☐ Banka işlemleri için
☐ Seyahat planı yapmak için
☐ İş aramak için
☐ Diğer (Lütfen belirtiniz):.....



EK 4'ün devamı

Aşağıda SOSYAL MEDYA KULLANMA NEDENLERİNİZE yönelik ifadeler yer almaktadır. Lütfen bu ifadelere katılım durumunuzu ilgili kutucuğa (X) işaretleyiniz.	Kesinlikle Katılıyorum	Katılıyorum	Orta düzeyde katılıyorum	Katılmıyorum	Kesinlikle Katılmıyorum
1. Eğlenceli zaman geçiriyorum					
2. Boş zamanlarımı değerlendiriyorum					
3. Günlük yaşamın stresinden uzaklaşıyorum					
4. Popüler şeyler ilgimi çekiyor					
5. Kendimi özel ve önemli hissediyorum					
6. Arkadaşlarım ve tanıdıklarımla sürekli iletişim içinde olabiliyorum					
7. Yeni insanlarla tanışabiliyorum					
8. Kendimi bir gruba ait hissediyorum					
9. Yalnızlık hissinden kurtuluyorum					
10. Yüz yüze iletişime göre kendimi daha rahat hissediyorum					
11. Arkadaşlarımla bir araya geldiğimde sohbet konusu sağlıyor					
12. Sosyal medya kullanmamak çevrem tarafından bir eksiklik olarak algılanıyor					
13. Yakın çevremde olup bitenlerden haberdar oluyorum					
14. Güncel gelişmeleri sürekli takip edebiliyorum					
15. Çeşitli etkinliklerden kolaylıkla haberdar oluyorum					
16. Diğerlerinin hayatında olup bitenleri takip edebiliyorum					
17. Merak ettiğim konularda görüş ve tavsiyelere başvurabiliyorum					
18. Durumları ve olayları farklı bakış açılarından değerlendirebiliyorum					
19. Kendim gibi düşünen insanlarla biraraya gelebiliyorum					
20. Düşüncelerimi özgür bir şekilde ifade edebiliyorum					
21. Kendime güvenim artıyor					
22. Potansiyelimi keşfetmemi sağlıyor					
23. Kendimi farklı bir kimlikle tanıtabiliyorum					
24. Fikirlerimin dikkate alındığını düşünüyorum					
25. Tepkilerimi özgürce ifade ederek bir değişim yaratabileceğime inanıyorum					
26. Toplumsal/siyasal konularda inançlarım ve değerlerim doğrultusunda tepki verebiliyorum					

Lütfen sosyal medyaya ilişkin aşağıdaki ifadelere katılım durumunuzu ilgili kutucuğa (X) işaretleyiniz	Kesinlikle Katılıyorum	Katılıyorum	Orta Düzeyde Katılıyorum	Katılmıyorum	Kesinlikle Katılmıyorum
1. Belirli bir süre kullandıktan sonra boşa vakit geçirdiğim hissine kapılıyorum					
2. Mahremiyetime zarar verdiğini düşünüyorum					
3. Yüz yüze kurduğum ilişkilerin yerini tutmadığını düşünüyorum					
4. Beklentilerimi tam olarak karşılamadığını düşünüyorum					
5. Sosyal medyadaki hesabımı/hesaplarımı kapatacağım					

19. Sosyal medya konusunda genel olarak paylaşmak istediğiniz düşünceleriniz varsa lütfen belirtiniz.

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

EK 5. E-posta İle Ölçek İzni-1

19.09.2019 Gmail - VPR Office is Now Closed Re: Scale Permit

1st özlem inan <pananabik2991@gmail.com>

VPR Office is Now Closed Re: Scale Permit
1 mesaj

vpr Vocational Psychology Research <vpr@umn.edu> 2 Haziran 2018 19:54
Alıcı: pananabik2991@gmail.com
Hello!
Thank you so much for your interest in the University of Minnesota's Vocational Psychology Research Center's assessments. At this time we are transitioning to a Creative Commons license and will no longer be charging for the use of our assessments. You can access samples of the assessments as well as the manuals online here: Website. You may use the measures free of charge, but not for profit, by creating digital reproductions of the samples available online. Please note that this office and the University of Minnesota are unable to provide consultation on the measures or their scoring. We encourage you to read the manuals (found on our Website) and review the literature thoroughly prior to using any measures from our website.

If you are emailing about prepaid scoring of the MIQ please contact Amy Kranz at kranz007@umn.edu with your request.

Thank you for your continued interest in our instruments! Best,
2nd Vocational Psychology Research

University of Minnesota

--
Best,
3rd Vocational Psychology Research
Vocational Psychology Research University of Minnesota
N612 Elliott Hall
75 East River Road Minneapolis, MN 55455

Phone. 612 625 1367
Fax. 612 625 4051
Email vpr@umn.edu
Website

EK 6. E-posta İle Ölçek İzni-2

19.09.2019 Gmail - ÖLÇEK İZİN

özlem inan <pananabik2991@gmail.com>

ÖLÇEK İZİN
2 ileti

özlem inan <pananabik2991@gmail.com> 2 Haziran 2018 15:56 Alıcı: rasimtosten@hotmail.com

Merhaba Hocam.

Ben Kastamonu Üniversitesi Eğitim Yönetimi, Teftişi, Planlaması ve Ekonomisi Bölümünde Tezli Yüksek Lisans yapıyorum. Sizin geliştirmiş olduğunuz "Pozitif Psikolojik Sermaye Ölçeğini" Yüksek Lisans Tezim İçin Yapacağım Çalışmamda kullanmak istiyorum. Katkılarınız İçin Şimdiden Teşekkür Ederim.
Selamlar.

Özlem İNAN
Kastamonu Üniv. Eytep Tezli Yüksek Lisans Öğrencisi

---

rasim tösten <rasimtosten@hotmail.com> 2 Haziran 2018 16:01 Alıcı: özlem inan <pananabik2991@gmail.com>

Elbet kullanabilirsiniz. Nezaketiniz için teşekkür ederim.

2 Haz 2018 15:56 tarihinde özlem inan <pananabik2991@gmail.com> yazdı:
[Alıntılanan metin gizlendi]

EK 6. E-posta İle Ölçek İzni-3

19.09.2019 Gmail - ÖLÇEK İZNİ
özlem inan <pananabik2991@gmail.com>

ÖLÇEK İZNİ
2 ileti

özlem inan <pananabik2991@gmail.com> 28 Mayıs 2018 20:24 Alıcı: ngkocak@anadolu.edu.tr
Merhaba Hocam.
Ben Kastamonu Üniversitesi Eğitim Yönetimi, Teftişi, Planlaması ve Ekonomisi Bölümünde Tezli Yüksek Lisans yapıyorum. Sizin geliştirmiş olduğunuz "Sosyal Medya Kullanım Sıklığı Ölçeğini" Yüksek Lisans Tezim İçin Yapacağım Çalışmamda kullanmak istiyorum.
Katkılarınız İçin Şimdiden Teşekkür Ederim. Selamlar.
Özlem İNAN
Kastamonu Üniv. Eytep Tezli Yüksek Lisans Öğrencisi

Nafize Gizem KOÇAK <ngkocak@anadolu.edu.tr> 29 Mayıs 2018 13:29
Alıcı: özlem inan <pananabik2991@gmail.com>
1. Özlem Hanım merhabalar,
Ölçeği elbette kullanabilirsiniz. Çalışmalarınızda kolaylıklar diliyorum.
İyi günler...

Kimden: özlem inan [pananabik2991@gmail.com]
Gönderildi: 28 Mayıs 2018 Pazartesi 20:24
Kime: Nafize Gizem KOÇAK
Konu: ÖLÇEK İZNİ
[Alıntılanan metin gizlendi]

Bu elektronik posta ve onunla iletilen bütün dosyalar sadece yukarıda isimleri belirtilen kişiler arasında özel haberleşme amacını taşımakta olup gönderici tarafından alınması amaçlanan yetkili gerçek ya da tüzel kişinin kullanımına aittir. Eğer bu elektronik posta size yanlışlıkla ulaşmışsa, elektronik postanın içeriğini açıklamanız, kopyalamanız, yönlendirmeniz ve kullanmanız kesinlikle yasaktır. Bu durumda, lütfen mesajı geri gönderiniz ve sisteminizden siliniz. Anadolu Üniversitesi bu mesajın içerdiği bilgilerin doğruluğu veya eksiksiz olduğu konusunda herhangi bir garanti vermemektedir. Bu nedenle bu bilgilerin ne şekilde olursa olsun içeriğinden, iletilmesinden, alınmasından ve saklanmasından sorumlu değildir. Bu mesajdaki görüşler yalnızca gönderen kişiye aittir ve Anadolu Üniversitesinin görüşlerini yansıtmayabilir.