

## UMUDUN ÖLÇÜMÜ- FACEBOOK KULLANICILARI ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA\*

### MEASUREMENT OF HOPE – A SURVEY ABOUT FACEBOOK USERS

**Doç. Dr. Nilsun SARIYER**

Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi

E-mail: [sariyernilsun@hotmail.com](mailto:sariyernilsun@hotmail.com)

**Öğr. Gör. Muammer CEYLAN**

Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi

E-mail: [sariyernilsun@hotmail.com](mailto:sariyernilsun@hotmail.com)

MAKALE BİLGİSİ	ÖZET
<p><b>Anahtar Kelimeler:</b> Umut, Umut Ölçeği, Sosyal Medya, Sosyal Medya Kullanıcıları, Sürekli Umut Ölçeği.</p> <p><b>DOI:</b> 10.26809/joa.2018548626</p>	<p>Umut, iyi olma duygusu veren ve kişiyi harekete geçirmek için güdüleyen bir özelliktir. Kavram, bireylerin kendilerini, arzu edilen hedeflere giden yolları üretme, bu yolları harekete geçirme ve sürekli kullanma yeteneğine sahip olarak gördükleri, hedefe yönelik bir düşünce türü olarak tarif edilmektedir. İnsanın hem ruh hem beden sağlığını şekillendiren umut, ölçülebilir mi? Bu çalışmada Sürekli Umut Ölçeği kullanılarak umudun ölçülüp ölçülmeyeceği araştırılmıştır. Araştırma, sosyal medya kullanıcılarıyla yapılmıştır. Çalışmada, sosyal medya kullanıcılarının umudu çok boyutlu olarak değerlendirip değerlendirmedikleri ortaya çıkartılmaya çalışılmıştır. Herhangi bir boyut belirlenemezse umudun çok boyutlu yapısından bahsedilemez. Aksi takdirde çoklu yapının olduğu kabul edilecektir. Eğer umut çok boyutlu ise sosyal medyayı farklı sürede (1 yıldan az, 1 ila 3 yıl arası, 3 ila 5 yıl arası, 5 ila 10 yıl arası ve 10 yıldan fazla) kullananların umut ile ilgili boyutları birbirinden farklı mıdır? sorusuna cevap aranmıştır. Araştırma, tesadüfi olmayan örnekleme yöntemlerinden kartopu örneklemesiyle yapılmıştır. Verilerin analizinde Faktör Analizi ve Varyans Analizi kullanılmıştır. Araştırma sonucunda sosyal medya kullanıcılarının umut ile ilgili iki boyuta sahip oldukları belirlenmiştir: Amaca Yöneliklik ve Amaca Yönelik Kararlılık Düşünceleri. Ayrıca sosyal medyayı 3 yıldan daha az kullananlar ile 10 yıldan daha fazla kullananlar umudu amaca yöneliklik boyutu itibarıyla farklı algıladıkları da belirlenmiştir.</p>
ARTICLE INFO	ABSTRACT
<p><b>Keywords:</b> Hope, Hope Scale, Social Media, Social Media Users, Dispositional Hope Scale.</p>	<p>Hope is a feature which promotes a sense of well-being and activates the person. The concept is described as a goal-directed way of thinking that makes individuals to feel capable of producing the routes towards desired targets, following these routes and using them permanently. Is it possible to measure hope, which forms one's mental as well as physical health?. In this study, it was researched whether to measure hope using Continuous Hope Scale. The research has been applied to social media users. It is tried to determine whether social media users consider hope multi-dimensionally or not. Without finding out any dimension, there can be</p>

\*Bu çalışma, 19-21 Nisan 2018 tarihlerinde Çanakkale/TÜRKİYE'de gerçekleşen 2. Uluslararası Rating Academy Kongresi: Umut temalı kongrede sunulmuş aynı isimli bildirinin gözden geçirilmiş halidir.

**DOI:**

10.26809/joa.2018548626

*no reference to a multi-dimensional structure of hope. Otherwise, the existence of a multi-dimensional structure will be taken as granted. If hope is multi-dimensional, the following question will be raised: Do the hope-related dimensions of social media users, who have been using social media for different periods (less than 1 year, 1-3 years, 3-5 years, 5-10 years, and more than 10 years) differ? The survey will be carried out using snowball sampling, a nonprobability sampling technique. The data will be analyzed implementing the factor analysis and the discriminant analysis. As a result of research, it has been determined that social media users have two dimensions related to hope: Purposefulness (Agency) and Purposeful Thought (Pathway). Also it has been determined that between user with social media for less than 3 years and those spend more than 10 years has differently perceived agency having dimension of hope.*

**1. GİRİŞ**

1963 yılında “Bir Hayalim Var” başlıklı konuşmasında Martin Luther King, “Dünyada yapılmış olan her şey umutla yapılmıştır” demiştir. Umut, varoluşundan bugüne insanoğlunun hayatta kalmasını sağlayan, iyilik halini güçlendiren ve ruh sağlığını destekleyen herşeydir. Peki umut ölçülebilir mi? Bu çalışmada umudun ölçülebilir olup olmadığı araştırılmıştır. Bu amaçla Sürekli Umut Ölçeği kullanılmıştır. Ölçek, sosyal medya kullanıcıları üzerinde test edilmiştir.

**2. UMUT İLE İLGİLİ ÖLÇEKLER**

Türk Dil Kurumu umut kavramı ile ilgili üç farklı tanım yapmaktadır: Olması beklenen veya olacağı düşünülen şey; Ummaktan doğan duygu; Bu duyguyu veren kimse veya şey, ümit(tdk.gov.tr).Staats ve Stassen (1985) olumlu gelecek beklentilerinin olumsuz gelecek beklentileri üzerinde hâkim olması; Bloch (2007), insanın içinden gelen ve rahatlatıcı bir etki; Zournazi (2004), bireyin dünyaya olan inancı, güveni ve hayatın yaşamaya değer olduğu yönündeki düşüncesini içeren temel bir insanlık durumu; Snyder vd. (2002) amaçlar, alternatif yollar düşüncesi ve eyleyici düşünce; Frankl(2000), bireyin temel ihtiyacı, özgürce seçtiği ve uğruna çaba göstermeye değer bulduğu bir amacı olması ve bunu gerçekleştirmek için mücadele etmesi; Özer ve Tezer (2008), gelecekte beklenen olumlu gelişmeler olarak tarif etmektedirler. Tanımlar birbirine yakın olmakla birlikte dikkatle incelendiklerinde umudun farklı boyutlarla ifade edildikleri görülmektedir. Tanımların ortak noktası ise umudun beklenen veya arzu edilen bir duygu olmasıdır.

Umut ile ilgili çalışmalar 13. yüzyıldan itibaren yapılmaktadır. Hedefe ulaşma beklentisinin duygusal bir ögesi olarak tanımlanan umut, tek bir boyut olarak ele alınmaktaydı. Ancak 1960’lı yıllardan sonra kavram, işlevsel bir yaklaşımla incelenmeye başlanmıştır. Bu tarihten sonra umudun tanımlanabilir, ölçülebilir olduğu algısı gelişmiş ve umut sorunlarla başa çıkma yöntemi olarak önem kazanmıştır (Kemer ve Atik, 2005: 380). Umudun hedefe yönelik karar verme ve ulaşılabilir yolları planlamaya ilişkin bilişsel bir yapı olmak üzere iki boyutlu olduğu yolunda birçok çalışma yapılmıştır. Snyder (1995), umudu “Bireyin Amaçlarını Harekete Geçirme Güdüsü” ve “O Amaçlara Ulaşma Yolları İle Birlikte Düşünme Süreci” boyutları olduğunu savunmaktadır. Umudun “Amaca Yöneliklik” ve “Amaca Yönelik Kararlılık Düşünceleri” olarak iki boyutla ölçüleceğini ifade etmektedir. Snyder vd. (2002) ise bireyin “Amaca Yönelik Olması”, “Amaca Güdülenmesi” ve “Amaca Ulaşma Yolları” olmak üzere üç boyuttan oluştuğunu savunmuşlardır. Bununla birlikte Alexander ve Onwuegbuzie(2006), umut ile hayat kalitesi arasında doğrusal ilişki olduğu yönünde bulgular tespit etmişlerdir. Ong vd. (2006) ise kişilerin içsel durumları (olumlu ya da olumsuz duyguları) ile umut arasında ilişki olduğunu saptamışlardır. Özer ve Tezer (2008), umut düzeyi düşük başka bir ifadeyle umutsuz diye adlandırılan bireylerin olumlu duygularının düşük buna karşılık olumsuz duygularının olağandan yüksek oldukları savıyla yola çıkmışlar fakat bununla ilgili bir bulgu elde edememişlerdir. Snyder vd. (2000), umutlu düşüncenin psikolojik sorunları

önlemede ve psikolojik dayanıklılığı arttırmada önemli bir rol oynadığını belirlemişlerdir. Özer (2009), lise öğrencileri üzerinde yaptığı çalışmada, umudun akademik erteleme (başarısızlık korkusu, karar verme güçlüğü, tembellik ve risk alma davranışı) üzerinde etkileri olduğunu bulmuştur. Kemer ve Atik (2005) yine lise öğrencileri üzerinde yaptıkları çalışmada, öğrencilerin umut düzeylerinin aileden algılanan sosyal destek düzeyi ve yaşadıkları bölgeye göre anlamlı bir farklılık gösterdiği sonucuna ulaşmışlardır. Savoly ve Owen (2015), meslek seçiminde umut düzeyinin akılcı olmayan inançlar üzerinde etkisi üzerinde durmuşlardır. Umut düzeyi yüksek olanların sınav başarısı, akademik başarısı, fiziksel ve ruh sağlığı ile ilgili olumlu etkileri olduğu ile ilgili farklı çalışmalar da bulunmaktadır (Snyder vd., 1997: 408; Snyder vd., 2002: 1021; Vilaythong vd. 2003: 86).

Farklı teorik yapıları temel alan farklı bileşenler doğrultusunda umudun ölçümü ile ilgili farklı ölçekler geliştirilmiştir. Bu ölçekler iki grupta ele alınabilir. Herth Umut Ölçeği, Stoner Umut Ölçeği, Time Opinion Survey, Nowotny Umut Ölçeği ve Miller Umut Ölçeği kronik düzeyde hasta bireylerin umut düzeylerini belirlemeye yönelik olarak geliştirilen ölçeklerdir (Stoner, 2004: 219; Tarhan ve Bacanlı, 2015: 5). Sağlıklı bireyler örnekleminde geliştirilen ölçekler ise Gottschalk-Gleser Umut Ölçeği, Erikson, Post ve Paige Umut Ölçeği, Umut İndeks Ölçeği ve Umut Ölçeği'dir. Bu ölçeklerin her biri, farklı boyutları ele alarak umudu ölçmeye çalışmaktadır (Aslan vd., 2007: 19). Son dönemlerde akademik çalışmalarda yaygın olarak kullanılan bir ölçek, Snyder'ın Sürekli Umut Ölçeği'dir (Snyder vd., 1991: 574). Bu ölçek, on beş yaş ve üstündeki bireylerin sürekli umut düzeylerini belirlemek amacı ile geliştirilmiştir. Toplam on iki madde ve iki alt boyuttan oluşmaktadır. Daha önce de ifade edildiği gibi bu boyutlar, "Amaca Yöneliklik" ve "Amaca Yönelik Kararlılık Alternatifleri" adlandırılmıştır. Bu boyutlar, duygusal boyut ve bilişsel boyut olarak da adlandırılırlar. Bu boyutların her biri dört ifadeden oluşur. Bu dört ifadenin bir tanesi geçmişe, iki tanesi içinde bulunulan zamana, bir tanesi de geleceğe yönelik ifadeleri içermektedir. Diğer dört ifade ise umutla ilgisi olmayan dolgu maddelerden oluşmaktadır. Bireylerden maddelerdeki ifadelerin kendi durumlarını yansıtmaya derecelerini sekiz noktalı derecelendirme ölçeği üzerinde işaretlemeleri istenmektedir (Lopez vd., 2000: 59).

Ölçeğin kullanıldığı farklı çalışmalarda farklı boyutlar elde edilmiştir (Atik ve Kemer, 2009). Mesela, Japonca'ya uyarlanan çalışmada, beklentileri tespiti ve alternatif düşünme şeklinde iki boyut (Tsukasa ve Snyder, 2005: 229); Arapça'ya uyarlandığında ise amaca yönelik kararlılık alternatifleri ve umudu belirleme boyutları elde edilmiştir (Abdel-Khalek ve Snyder, 2007: 230). Yani, farklı kültürler için umudun farklı boyutları bulunmaktadır. Ölçek Türkçe'ye Akman ve Korkut (1993) tarafından uyarlanmıştır. Ancak Snyder'ın ölçeğindeki gibi iki boyut değil tek boyut saptanmıştır. Yine Özer ve Tezer (2008) ile Denizli (2004) yaptıkları iki farklı çalışmada umudu tek boyutla açıklamışlardır. Karaca ve Kandemir ise 2015 ve 2016 yıllarında ölçekle ilgili iki farklı çalışma yapmışlardır. Öncelikle ölçeği Türkçe'ye çevirmiş sonra "Karaca ve Kandemir Umut Ölçeği" olarak adlandırdıkları yeni bir ölçek geliştirmişlerdir. Snyder vd. (1991) araştırmasına paralellik gösteren iki boyut elde etmişlerdir. Yapılan bu çalışmada da Sürekli Umut Ölçeği kullanılarak umudun ölçülüp ölçülemeyeceği belirlenmeye çalışılmıştır.

### 3. ARAŞTIRMANIN AMACI

Araştırmanın amacı, umudun ölçülmesi için umudun boyutlarını belirlemektir. Bu amaç doğrultusunda Snyder'ın Sürekli Umut Ölçeği kullanılmıştır. Bu ölçekle ilgili yapılan çalışmalardan farklı olarak ölçek, sadece sosyal medya kullanıcılarına uygulanmıştır. Bu araştırmanın literatürde yapılan çalışmalardan farklılığı budur. Bu durumda araştırma, sosyal medya kullanıcılarının umudu çok boyutlu olarak değerlendirip değerlendirmedikleri üzerinedir. Eğer herhangi bir boyut belirlenemezse umudun çok boyutlu yapısından

bahsedilemez. Aksi takdirde çoklu yapının olduğu kabul edilecektir. Bu amaçla ilgili geliştirilen hipotez aşağıdadır:

H<sub>1</sub>: Sosyal medya kullanıcıları umudu birbirinden farklı boyutlarda algılamaktadırlar.

Eğer umut çok boyutlu ise sosyal medyayı farklı süre kullananların umut ile ilgili boyutları birbirinden farklı mıdır? sorusuna da cevap aranacaktır. Bununla ilgili hipotez şudur:

H<sub>2</sub>: Sosyal medyayı farklı sürede (1 yıldan az, 1 ila 3 yıl arası, 3 ila 5 yıl arası, 5 ila 10 yıl arası ve 10 yıldan fazla) kullananların umut ile ilgili boyutları birbirinden farklıdır.

#### 4. ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ

Tanımlayıcı nitelik taşıyan bu araştırma ile ilgili veriler, Şubat 2018 ila Nisan 2018 tarihleri arasında toplanmıştır. Araştırmanın örnek kümesini sosyal medya kullanıcıları oluşturmaktadır. Kullanılan örnekleme yöntemi, tesadüfi olmayan örnekleme yöntemlerinden kartopu örneklemesidir. Sosyal medya kullanıcılarına ulaşmak hedeflendiği için bu örnekleme tercih edilmiştir.

Verilerin toplanmasında gözetim yöntemlerinden anket tercih edilmiştir. Anket formunun ilk sorusu, sosyal medya kullanımıyla ilgilidir. Sosyal medya kullanmayanların ankete devam etmesi istenmemiştir. Bu nedenle bu soruya anket formunda yer verilmiştir. İkinci grup soru, Sürekli Umut Ölçeği'ni kapsayan 12 sorudan oluşmaktadır. Bu sorular, Snyder'ın Sürekli Umut Ölçeği dikkate alınarak hazırlanmıştır. Ancak Karaca ve Kandemir Umut Ölçeği de dikkate alınmıştır. Anket formu sekiz dereceli ölçek ile hazırlanmış ancak ön deneme esnasında anlaşılma sorunu olduğu ortaya çıktığı için beş dereceli ölçeğe dönüştürülmüştür. Son soru grubunda ise demografik özellikler bulunmaktadır.

Anket uygulaması, Google Documents formatında oluşturulmuştur. Verilerin analizinde Faktör Analizi ve Varyans Analizi kullanılmıştır. Veriler, Statistical Package for the Social Sciences (SPSS) ile analiz edilmiştir.

#### 5. ARAŞTIRMANIN KISITLARI

Araştırmada kişisel bağları esas alan sosyal ağ sitelerinden Facebook seçilmiştir. Sosyal medya ile ilgili birçok uygulamanın (Facebook, Twitter, Instagram gibi) var olması ancak bu uygulamaların birbirinden farklı amaç ve işlevlerinin olması nedeniyle tek uygulama seçilmiştir. Facebook'un aylık aktif kullanıcı sayısı 2.13 milyar kişi (Şubat 2018) olması nedeniyle bu uygulama seçilmiştir (www.wearesocial/digital-in-2018-global-overview). Bu durumda Facebook kullanıcılarının umut ile ilgili boyutları araştırılmıştır.

#### 6. BULGULAR

Ankete cevap veren 160 sosyal medya kullanıcıları ile ilgili demografik bilgiler, Tablo 1'dedir.

**Tablo 1.** Demografik Özellikler İle İlgili Bulgular

DEMOGRAFİK BİLGİLER			DEMOGRAFİK BİLGİLER		
Cinsiyet	Frekans	%	Medeni Durum	Frekans	%
Erkek	85	54.0	Evli	148	92.5
Kadın	75	46.0	Bekâr	12	7.5
<b>TOPLAM</b>	<b>160</b>	<b>100</b>	<b>TOPLAM</b>	<b>160</b>	<b>100</b>
Yaş	Frekans	%	Eğitim Durumu	Frekans	%
18-19 yaş	24	15.0	İlköğretim	2	1.4
20-23 yaş	67	41.8	Lise	59	43.0
24- 27 yaş	50	31.2	Lisans ve üstü	76	55.6
28 yaş ve üstü	19	12.0	<b>TOPLAM</b>	<b>137</b>	<b>100</b>
<b>TOPLAM</b>	<b>160</b>	<b>100</b>			

Görülebileceği gibi anket uygulamasına katılanların % 54'ü erkek, % 92.5'i evli, % 41.8'i 20 ila 23 yaş arası ve % 55.6'sı lisans ve lisanüstü mezundur.

Sosyal medya kullanıcılarının umudu tek boyutlu ya da çok boyutlu değerlendirip değerlendirmedini belirlemek için Faktör Analizi yapılması planlanmıştır. Fakat bu analize geçmeden önce ifadelerin güvenilirlik analizi yapılmıştır. Synder vd. (1991) ölçeğin Cronbach Alfa İç Tutarlılık Katsayısını 0.71 ila 0.76 arasında değişmekte olduğunu raporlamışlardır. Yapılan güvenilirlik analizinde Alfa Katsayısı 0.729 bulunmuştur. Dolgu ifadeleri çıkardıktan sonra güvenilirliği bozan ifade olmadığı için analize geçilmiştir.

Faktör analize başlamadan önce Barlett test ölçeği ve Kaiser-Meyer-Olkin istatistik değerine bakılmıştır. Barlett test değeri 0.00 anlamlılık düzeyinde 659.721'dir. Bu, ana kütle içindeki değişkenler arasında bir ilişkinin var olduğunu göstermektedir. Kaiser-Meyer-Olkin oranı ise 73.8 bulunmuştur. Bu oranın 60'ın üstünde olması arzulanır. Bu iki değer faktör analizinin geçerli olduğunu göstermektedir.

Faktör analiziyle ilgili sonuçlara bakıldığında iki faktör tespit edilmiştir. Bu faktörler, toplam varyansın % 75.55'ini açıklamaktadır. İki'den fazla faktör olduğu göz önüne alınarak sosyal medya kullanıcılarının umudu farklı boyutlarla algıladıkları başka bir ifadeyle umudun çok boyutlu yapıya sahip olduğu ortaya çıkmıştır. Bu durumda H<sub>1</sub> hipotezi kabul edilmektedir. Snyder vd. (1991) tarafından geliştirilen Sürekli Umut Ölçeği'nde yer alan ifadelerle faktör analizi sonucunda ortaya çıkan boyutlar ve ilgili ifadeler örtüşmektedir. Bu durumda sosyal medya kullanıcılarının umutla ilgili iki boyutu vardır: Amaca Yöneliklik ve Amaca Yönelik Kararlılık Düşünceleri. Umudun boyutlarıyla ilgili faktör analizi sonucunda elde edilen değerler, Tablo 2'de bulunmaktadır.

**Tablo 2.** Umudun Boyutları İle İlgili Faktör Analizi Sonuçları

UMUDUN BOYUTLARI	FAKTÖR YÜKLERİ
<b>AMACA YÖNELİKLİK</b> (Varyans %=42.617; Güvenilirlik Katsayısı=.8515)	
Amaçlarıma ..... gayretle çalışırım	.837
Geçmişte yaşadıklarımın .....kanaatindeyim	.836
Hayatta oldukça .....düşünüyorum	.721
Kendim için koyduğum .....ulaşırım	.593
<b>AMACA YÖNELİK KARARLILIK DÜŞÜNCELERİ</b> (Varyans %=37.617; Güvenilirlik Katsayısı=.8310)	
Sıkıntılı bir durumdan .....gelir	.838
Herhangi bir problemin .....düşünürüm	.785
Sağlığım ..... endişeliyim*	.649
Başkalarının pes ettiği durumlarda .....bilirim	.536

\* Ters çevrilmiştir.

Analiz sonucunda ilk faktör dört ifadeden oluşmaktadır. İfadeler, Sürekli Umut Ölçeği'nin ilk boyutundaki ifadelerle aynıdır. Synder vd. (1991) bu faktörü "agency" adını vermektedirler. Geçmişte, içinde bulunulan ve gelecekteki hedefi elde etmede, başarılı kararlar verildiğinde veya verilebileceğine ilişkin denk gelen bir özelliktir. Amaca yöneliklik, hedefi

elde etmeyi isteme, hedefi elde edebilmek için kendisinde güç hissetme olarak tanımlanmaktadır. Bu faktör, toplam varyansın % 42.617'sini açıklamaktadır.

Umudun ikinci boyutu, amaca yönelik kararlılık düşünceleri olarak adlandırılmışlardır. Synder vd. (1991), bu boyutu, "pathway" olarak isimlendirilmişlerdir. Aslında insan davranışları amaca yöneliktir ve bu amaçlar zihinsel faaliyetlerin yönelimini belirler. Harekete geçme güdüsü, bireyin amaca yönelik olması, amaca ulaşma yolları olarak ifade edilmektedir. Kişinin hedeflenen amaçlara ulaşmak için işlevsel yollar üretebileceğine dair algısıyla ilgilidir. Kişinin hedefleri elde etmede başarılı planlar yapabildiği veya yapılabileceği duyumuna denk gelmektedir. Tablo 2'de bu faktörün de toplam varyansın % 37.617'sini açıkladığı görülmektedir.

Araştırmanın diğer amacı, sosyal medyayı kullanım süresinin umudu etkileyip etkilemediği ile ilgilidir. Sosyal medyayı farklı sürede (1 yıldan az, 1 ila 3 yıl arası, 3 ila 5 yıl arası, 5 ila 10 yıl arası ve 10 yıldan fazla) kullananların umut ile ilgili boyutları birbirinden farklı mıdır? sorusuna cevap aramak için MANOVA yapılmıştır. İlgili sonuçlar, Tablo 3'dedir.

**Tablo 3.** Sosyal Medya Kullanım Süresi İle İlgili MANOVA Sonuçları

DEĞİŞKENLER	ORTALAMALAR				F Değeri	F Anlamlılık Değeri
	3 yıldan az	3 ila 5 yıl arası	5 ila 10 yıl arası	10 yıldan fazla		
Amaca Yöneliklik	2.0500	3.4706	3.7448	4.4737	1.391	0.001
Amaca Yönelik Kararlılık Düşüncesi	3.7250	3.8309	3.9072	3.6053	1.218	0.282
<b>Hotelling's T<sup>2</sup> testinin F Değeri =4.693 Anlamlılık Düzeyi=0.001</b>						

0.05 anlamlılık düzeyinde Hotelling's T<sup>2</sup> testinin F Değeri 4.693 bulunmuştur (Tablo 3). Bu değer, 0.001 anlamlılık düzeyinde geçerlidir. Başka bir ifadeyle, farklı süre boyunca sosyal medya kullananların (1 yıldan az, 1 ila 3 yıl arası, 3 ila 5 yıl arası, 5 ila 10 yıl arası ve 10 yıldan fazla) umutla ilgili boyutları farklı değerlendirmektedirler. 0.05 anlamlılık düzeyinde 10 yıldan daha fazla süre Facebook kullananlarla 3 yıldan daha az süre Facebook kullananlar arasında umudun amaca yöneliklik boyutu itibarıyla fark vardır (0.001). Bu durumda ikinci hipotez sadece amaca yöneliklik boyutu için kabul edilmiştir.

0.001 anlamlılık düzeyinde amaca yöneliklik boyutu gözönüne alındığında, farklılık olan iki değer ortalamalara bakıldığında en yüksek ortalama Facebook'u 10 yıldan fazla kullananlar (4.4737) ve en düşük ortalama Facebook'u 3 yıldan az kullananlar (2.05) olduğu görülmektedir. Farklılığın kaynağını belirlemek amacıyla Scheffe Testi sonuçlarına bakmak gerekir. Yine 0.05 anlamlılık düzeyinde, 10 yıldan fazla Facebook kullananlar ile 3 yıldan az kullananlar umudun amaca yönelme boyutunu farklı değerlendirmektedirler (p=0.01). Tablodaki ortalamalara bakıldığında 10 yıldan fazla Facebook kullananlar amaca yöneliklikle ilgili ifadeleri "doğru" olarak değerlendirirken 3 yıldan az Facebook kullananlar bu ifadeleri "yanlış" olarak değerlendirerek cevap vermişlerdir. Başka bir ifadeyle Facebook'u 10 yıldan daha fazla kullananlar umudun amaca yönelikliğini doğru olarak ifade ederlerken 3 yıldan az kullananlar yanlış olarak değerlendirmektedir. Sonuç olarak Facebook'u daha uzun süre kullananlar, amaca yönelerek umutlarını sürdürmektedirler.

## 7. SONUÇ

Tüm insanların az ya da çok umudu vardır. Umut genellikle olumlu duyguları içerir. Umutla ilgili çok eski zamanlardan itibaren çalışmalar yapılmıştır. Hem sağlıklı hem de psikolojik rahatsızlığı olan insanlar için geliştirilen ölçeklerle umudun ölçülmeye çalışılmıştır. Bu ölçekler içinde onbeş yaş ve üstündeki sağlıklı kişiler için kullanılan Sürekli Umut Ölçeği en yaygın kullanılan ölçeklerden biridir. Bu çalışmada da umudu, farklı boyutlarla ölçüleceğini

gösteren bu ölçek kullanılmıştır. Ancak çalışmada sosyal medya kullanıcıları tercih edilmiş ve sosyal medyanın umuda etkisi de araştırılmıştır.

Araştırma sonucunda Snyder vd. (1991) tarafından yapılan çalışma ile aynı boyutlar elde edilmiştir. Bu nedenle boyutlar aynı isimle adlandırılmıştır. Umudun amaca yönelmesi ve umudun amaca yönelik kararlılık düşünceleri olarak ifade edilen bu boyutlar sosyal medya kullanıcıları için de geçerlidir. Hatta daha eski sosyal medya kullanıcılarının amaca yöneliklikle ilgili umutları bulunmaktadır.

Çalışmada Sürekli Umut Ölçeği ile umut ölçülmeye çalışılmıştır. Kullanılan ölçek, Türkiye’de de aynı umut boyutlarını ortaya çıkarmıştır. Bu da ölçeğin etkin kullanılabileceğini göstermektedir. Bu çalışma, özel bir gruba yapılmıştır. Ancak sosyal medyanın amaç belirlemede etkisi de ortaya çıkmıştır.

Araştırmada tesadüfi olmayan örnekleme yöntemi kullanılmıştır. Bununla birlikte belli özelliği olan bir gruba yapılmıştır. Bu nedenle sonuçların genelleştirilmesi yanlış olur. Çalışma sonuçları, sosyal medyanın umuda etkisi ile ilgili çalışmalar için başlangıç sayılabilir.

## KAYNAKÇA

- ABDEL-KHALEK, A. ve SNYDER, C.R., 2007, Correlates and Predictors of An Arabic Translation of The Snyder Hope Scale, *The Journal of Positive Psychology*, 2 (4), 228-235.
- AKMAN, Y. ve KORKUT, F., 1993, Umut Ölçeği Üzerine Bir Çalışma, *Hacettepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 9, 193-202.
- ALEXANDER, E. S. ve ONWUEGBUZIE, A. J., 2006, Academic Procrastination and Role of Hope as A Coping Strategy, *Personality and Individual Differences*, 42, 1301-1310.
- ASLAN, Ö., SEKMEN, K., KÖMÜRCÜ, Ş. ve ÖZET, A., 2007, Kanseri Hastalarda Umut, *C.Ü. Hemşirelik Yüksekokulu Dergisi*, 11 (2), 18-24.
- ATİK, G. ve KEMER, G. 2009, Çocuklarda Umut Ölçeği’nin Psikometrik Özellikleri: Geçerlik ve Güvenirlik Çalışması, *Elementary Education Online*, 8 (2), 379-390.
- BLOCH, E., 2007, *Umut İlkesi*, Cilt 1, Çeviren: T. Bora, İletişim, İstanbul, 9750505454.
- DENİZLİ, S., 2004, The Role of Hope and Study Skills in Predicting Test Anxiety Levels of University Students, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Ortadoğu Teknik Üniversitesi.
- FRANKL, V. E., 2000, *İnsanın Anlam Arayışı*, Çeviren: S. Budak, 7.basım, Öteki, Ankara, 9786054054206.
- KARACA, F. ve KANDEMİR, F., 2016, Karaca-Kandemir Umut Ölçeği (KKUÖ), *Recep Tayyip Erdoğan Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, 9, 7-34.
- KEMER, G. ve ATİK, G., 2005, Psychometric Properties of Children’s Hope Scale: Validity and Reliability Study Elementary, *Education Online*, 8 (2), 379-390.
- LOPEZ, S. J. , CIARLELLI, R., COFFMAN, L. STONE, M. ve WYATT, L., 2000, Diagnosing for Strengths: On Measuring Hope Building Blocks, *Handbook of Hope Theory, Measures, & Applications*, Editör: C. R. Snyder, Academic Press, San Diego, 57-85, 9780126540505.
- ONG, A.D., EDWARDS, L. M. ve BERGEMAN, C. S., 2006, Hope as A Source of Resilience in Later Adulthood, *Personality and Individual Differences*, 41, 1263-1273.

- ÖZER, B. U. ve TEZER, E., 2008, Umut ve Olumlu- Olumsuz Duygular Arasındaki İlişkiler, *Dokuz Eylül Üniversitesi Buca Eğitim Fakültesi Dergisi*, 23, 81-86.
- ÖZER, B. U., 2009, Bir Grup Lise Öğrencisinde Akademik Erteleme Davranışı: Sıklığı, Olası Nedenleri ve Umudun Rolü, *Türk Psikolojik Danışma ve Rehberlik Dergisi*, 4 (32), 12-19.
- SAVOLY, D.K. ve OWEN, F.K., 2015, Üniversite Adaylarında Meslek Seçimine İlişkin Akılcı Olmayan İnançlar, *International Journal of Human Sciences*, 12 (2), 820-836.
- SNYDER, C. R., 1995, Conceptualizing, Measuring and Nurturing Hope, *Journal of Counseling & Development*, 73, 355-360.
- SNYDER, C. R., 2000, "Hypothesis: There Is Hope", *Handbook of Hope Theory, Measures and Applications*, Editör: C.R. Snyder, Academic Press, San Diego, 3-18, 9780126540505.
- SNYDER, C. R., 2002, Hope Theory: Rainbows in the Mind, *Psychological Inquiry*, 13 (4), 249-275.
- SNYDER, C. R., FELDMAN, D. B., SHOREY, H.S., ve RAND, K. L., 2002, Hopeful Choices: A School Counselor's Guide to Hope Theory, *Professional School Counseling*, 5 (5), 298- 307.
- SNYDER, C. R., HARRIS, C., ANDERSON, J. R., HOLLERAN, S. A., IRVING, L. M., SIGMON, S. T., YOSHINOBU, L., GIBB, J., LANGELLE, C. ve HARNEY, P., 1991, The Will and Ways: Development and Validation of An Individual-Differences Measure of Hope, *Journal of Personality and Social Psychology*, 60 (4), 570-585.
- SNYDER, C. R., HOZA, B., PELHAM, W. E., RAPOFF, M., WARE, L., DANOVSKY, M., 1997, The Development and Validation of The Children's Hope Scale, *Journal of Pediatric Psychology*, 22 (3), 399-421.
- SNYDER, C. R., RAND, K. L., KING, E. A., FELDMAN, D. B. ve WOODWARD, J. T., 2002, False Hope, *Journal of Clinical Psychology*, 58 (9), 1003-1022.
- STAATS, S. ve STASSEN, M. A., 1985, Hope: An Affective Cognition, *Social Indicators Research*, 17, 235-242.
- STONER, M., 2004, "Measuring Hope", *Instruments for Clinical Health-Care Research*, Editörler: M. Frank-Stromborg ve S. J. Olsen, Jones and Bartlett Publishers: Sudbury, MA, 9754435000.
- TARHAN, S. ve BACANLI, H., 2015, Sürekli Umut Ölçeği'nin Türkçe'ye uyarlanması: Geçerlik ve Güvenirlilik Çalışması, *The Journal of Happiness & Well-Being*, 3 (1), 1-14.
- TSUKASA K. ve SNYDER C. R., 2005, The Relationship between Hope and Subjective Well-Being: Reliability and Validity of The Dispositional Hope Scale, Japanese version, *Japanese Journal of Psychology*, 76 (3), 227-234.
- VILAYTHONG, A. P., ARNAU, R. C., ROSEN, D. H. ve MASCARO, N., 2003, Humor and Hope: Can Humor Increase Hope?, *Humor*, 16 (1), 79-89.
- ZOURNAZI, M., 2004, *Umut Değişim İçin Yeni Felsefeler*, Çeviren: U. Abacı, Literatür, İstanbul, 9799750402578.
- <http://www.wearesocial/digital-in-2018-global-overview-86860338> [Erişim Tarihi: 2 Şubat 2018].
- [www.tdk.gov.tr](http://www.tdk.gov.tr)