

Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Ağ Siteleri Kullanım Amaçlarını Belirlemeye Yönelik Bir Ölçek Geliştirme Çalışması

Hasan Karal¹

Mehmet Kokoç²

Özet

Bu çalışmanın amacı, üniversite öğrencilerinin sosyal ağ sitelerini kullanım amaçlarını belirlemeye yönelik bir ölçek geliştirmektir. Araştırmacılar tarafından literatür taraması ve öğrenci görüşleri doğrultusunda 42 taslak madde hazırlanmıştır. Uzman görüşleri doğrultusunda 15 maddeye indirgenmiştir. Taslak ölçek; 2009-2010 öğretim yılında Artvin Çoruh Üniversitesi, Ege Üniversitesi, Hacettepe Üniversitesi, İstanbul Üniversitesi, Karadeniz Teknik Üniversitesi, Uşak Üniversitesi ve İnönü Üniversitesi'nde lisans düzeyinde öğrenim gören 315 sosyal ağ sitesi kullanıcısı öğrenciye uygulanmıştır. Ölçeğin yapı geçerliği için temel bileşenler analizi yöntemi kullanılarak faktör analizi yapılmış, güvenilirliği için test-tekrar test ve Cronbach Alpha iç tutarlık katsayıları hesaplanmıştır. Yapılan faktör analizi sonucunda toplam 14 maddeden oluşan 3 faktörlü ölçek elde edilmiştir. Ölçeğin Cronbach Alpha iç tutarlılık katsayısı 0.83, test-tekrar test güvenilirliği 0.91 olarak hesaplanmıştır.

Anahtar Kelimeler: Sosyal ağ siteleri, sosyal ağ siteleri kullanım amacı ölçeği

1. Giriş

Son yıllarda bilgi ve iletişim teknolojileri ışığında birçok farklı alanda dönüşümler meydana geldiği gibi, sosyal yaşamı ve ortamı, sosyal iletişimi, sosyal ilişkileri kapsayan bir sosyal dönüşüm de yaşanmaktadır. Yaşanmaya devam eden bu dönüşüm teknolojiyi ve teknoloji kullanımını da etkilemektedir (Çoklar, 2010). Yaşanan gelişmeler, dönüşümler ve internetin sunduğu olanaklar, insanların ve özellikle gençlerin iletişim yollarını, sosyalleşme araçlarını ve çevrimiçi dünyadaki hareket alanlarını etkilemiştir. Sosyal etkileşim, iletişim ve bilgi edinme için öncü ve tercih edilen bir ortam haline gelen internet, genç insanların hayatında artan bir şekilde daha fazla yer bulmaktadır (Gemmill ve Peterson, 2006; Wang, Moon, Kwon, Evans ve Stefanone, 2010). İnternet, insanları birbirine bağlayan ve bilgiye ulaşılabilirliğini artıran web 2.0 araçları ile bambaşka bir döneme girmiştir (Warschauer, 2009). Sosyal etkileşimi, işbirliğini ve paylaşımı ön planda tutan Web 2.0 teknolojilerinin gelişimiyle birlikte günümüzde daha farklı internet ortamları kullanılmaya başlanmıştır. İlgili ortamlardan biri de, web 2.0 teknolojisinin önemli bileşenlerinden ve en popüler paylaşım ortamlarından biri olarak kabul edilen sosyal ağ siteleridir.

¹ Doç. Dr., Karadeniz Teknik Üniversitesi, Fatih Eğitim Fakültesi, BÖTE Bölümü, hasankaral@ktu.edu.tr

² Arş. Gör., Karadeniz Teknik Üniversitesi, Fatih Eğitim Fakültesi, BÖTE Bölümü, mkokoc@ktu.edu.tr

Sosyal ağ kavramı; ortak bir amaç doğrultusunda insanların düşüncelerini paylaşmalarını ve birbirleriyle etkileşime girmelerini kolaylaştıran internet üzerinden bir topluluk oluşumunu işaret etmektedir (Preeti, 2009). Sosyal ağ siteleri ise (Facebook, MySpace, Friendster gibi...); kullanıcılara, kullanıcı adı ve fotoğraf gibi profil bilgileri göndermelerine, genel veya özel çevrimiçi mesaj gönderimi veya çevrimiçi fotoğraf, video paylaşımı gibi yenilikçi yollar kullanarak diğerleriyle iletişim kurmasına izin veren üye tabanlı internet topluluklarıdır (Pempek, Yermolayeva ve Calvert, 2009). Tredinnick (2006), sosyal ağ sitelerini, kullanıcı katılımıyla ve kullanıcılar tarafından yaratılan içerikle yoluna devam eden siteler olarak tanımlamıştır. Literatürde sosyal ağ siteleri için yapılan; sosyal iletişim ağı (Çetin, 2009), informal öğrenme ortamı (Mitchell, 2009; Stevenson ve Liu, 2010), çevrimiçi topluluk türü (Buss & Strauss, 2009), reklam ve halkla ilişkiler ortamı (Onat & Alikılıç, 2008), pazar ortamı ve 2000’li yıllara damgasını vuran internetin yeni fenomeni (Akar, 2010) gibi farklı nitelendirmelere rastlanmaktadır. Classmates (1995) ve SixDegrees (1997) ile ortaya çıkan sosyal ağ siteleri; Ryze (2001), Friendster (2002), Hi5 ve MySpace (2003), Bebo (2005), Facebook (2006) ve Twitter (2008) gibi yeni ve farklı görünümlere ve fonksiyonlara sahip siteler ile gelişimine devam etmektedir (Boyd ve Ellison, 2007; Kim, Jeong ve Lee, 2010).

Sosyal ağ siteleri, kullanıcılarına; sosyal bir ortamda kendilerini tanıtmaya, sosyal ağ ortamı kurma, diğer kullanıcılarla iletişim kurma ve devam ettirme (Ellison, Steinfield & Lampe, 2007), oluşturdukları içeriği (fotoğraf, video, blog vb.) paylaşma (Kim, Jeong ve Lee, 2010), kişisel bilgilerini, fotoğraf ve videolarını içeren profil sayfası oluşturma ve tanımadığı insanlarla ilişkiler kurma, yeni arkadaşlıklar keşfetme (Wang ve ark., 2010) olanağı sunmaktadır. Sunulan olanakların ve bireylerin farklı gereksinimlerini karşılamaya yönelik uygulamaların varlığı, her geçen gün daha fazla sayıda bireyin sosyal ağ sitelerine üye olmasını sağlamaktadır. Dünyanın en büyük sosyal ağ sitesi olarak nitelendirilen Facebook’un dünya genelinde 580 milyonun üzerinde aktif kullanıcısının olduğu, Türkiye’nin ise 24143980 aktif kullanıcı ile kullanıcı sayısı açısından dünya genelinde 4.sırada yer aldığı bilinmektedir (Facebook, n.d.; Socialbakers, n.d.). Türkiye’de son bir ayda 800 bini aşkın bireyin Facebook’a üye olduğu dikkate alındığında, sosyal ağ sitelerine yönelik ilginin hızla arttığı söylenebilir. Türkiye’deki Facebook kullanıcılarının %37’sini 18-24 yaş aralığındaki üniversite öğrencilerinin de içinde yer aldığı gençler oluşturmaktadır (Socialbakers, n.d.). Facebook, üniversite öğrencilerinin sosyal ağ sitesi olarak tercih ettikleri ve yükselen sayıda üniversite öğrencisinin sıklıkla giriş yaptığı en popüler platform olarak nitelendirilmektedir (Kabilan, Ahmad ve Abidin, 2010; Lampe, Ellison ve Steinfield, 2006). Sosyal ağ sitelerinin geneli için ilgili siteleri kullanan bireylerin yaş ortalamaları incelendiğinde ise kullanıcıların önemli bir kısmının gençler olduğu göze çarpmaktadır (Pingdom, 2010). Bu bağlamda gençlerin ve özellikle üniversite öğrencilerinin neden ve hangi amaçlarla, hangi gereksinimlerin karşılanması amacıyla sosyal ağ sitelerini kullandığı sorusu akla gelmektedir.

Sosyal ağ sitelerinin, birçok farklı yönüyle birlikte hem olumlu hem de olumsuz etkileri vardır (Kabilan, Ahmad ve Abidin, 2010). Sosyal ağ sitelerinin farklı değişkenler

(akademik başarı, motivasyon, iletişim, sosyal etkileşim vb.) üzerinde yarattığı etki, bireylerin sosyal ağ sitelerini ne amaçla ve nasıl kullandığına bağlı olarak değişebilmektedir (Çetin, 2009). Bu bağlamda; sosyal ağ sitelerinin yarattığı olumlu veya olumsuz etkilerin ve neden olduğu değişikliklerin inceleneceği araştırmalar açısından, bireylerin sosyal ağ sitelerini kullanım amaçlarının belirlenmesi önem arz etmektedir. Ayrıca sosyal ağ sitelerinin kullanım amaçlarının bilinmesi; bireyleri ilgili siteleri kullanmaya motive eden unsurların belirlenmesine ve başarılı sosyal ağ sitelerinin nasıl geliştirileceğine ilişkin geliştirilen yaklaşımlara katkı sağlayacaktır (Brandtzæg ve Heim, 2009). Bununla birlikte sosyal ağ siteleri kullanım nedenleri bilgisinin; işbirlikli öğrenmeyi destekleyici, pedagojik bir araç (Lee ve McLoughlin, 2008; Lockyer ve Patterson, 2008) olarak da nitelendirilen sosyal ağ sitelerini eğitsel amaçlarla kullanmak isteyen araştırmacılara yol gösterici olacağı düşünülmektedir. Bu çalışmanın amacı, üniversite öğrencilerinin sosyal ağ sitelerini kullanım amaçlarını belirlemeye yönelik bir ölçek geliştirmektir.

2. Yöntem

2.1. Örneklem Grubu

Araştırmanın örneklem grubunu, 2009-2010 öğretim yılında Artvin Çoruh Üniversitesi, Ege Üniversitesi, Hacettepe Üniversitesi, İnönü Üniversite, İstanbul Üniversitesi, Karadeniz Teknik Üniversitesi ve Uşak Üniversitesi'nde lisans düzeyinde öğrenim görmekte olan toplam 315 öğrenci oluşturmaktadır. Bu öğrencilerin 162'si (%51) kız, 153'ü (%49) erkektir. İlgili örneklem grubuna, internet üzerinden e-posta ve çevrimiçi iletişim yoluyla ulaşılmıştır.

2.2. Ölçme Aracı

Ölçeğin geliştirilmesi aşamasında öncelikle madde havuzu oluşturulmaya çalışılmıştır. Araştırmacılar tarafından ilgili literatür (Brandtzæg ve Heim, 2009; Ellison, Steinfield ve Lampe, 2007; Lenhart ve Madden, 2007; Pempek, Yermolayeva ve Calvert, 2009; Subrahmanyam, Reich, Waechter ve Espinoza, 2008) gözden geçirilerek 36 madde ortaya konulmuştur. Ardından araştırma kapsamındaki öğrencilerden 46'sına, sosyal ağ sitelerini neden kullandıklarına ilişkin iki açık uçlu soru yöneltilmiştir. Aynı öğrenciler arasından rastgele seçilen 12 öğrenci ile yüz yüze görüşmeler yapılmıştır. İlgili öğrencilere, sosyal ağ sitelerini kullanmalarında rol oynayan etmenlerin neler olduğu, sosyal ağ sitelerinin hangi özelliklerini neden kullandıkları ve ilgili konuya ilişkin düşüncelerini ortaya çıkartmaya yönelik sorular yöneltilmiştir. Gerçekleştirilen görüşmeler neticesinde elde edilen veriler, araştırmacılar tarafından sosyal ağ sitelerinin kullanım amaçlarını belirlemeye yönelik maddeler olarak düzenlenmiştir. Öğrencilerden elde edilen verilerden ortaya çıkarılan 18 madde ile daha önceden oluşturulan 36 maddeden oluşan madde havuzu gözden geçirilmiş ve 42 maddelik taslak ölçek oluşturulmuştur. Kapsam geçerliliğinin sağlanması amacıyla, ikisi bilgisayar ve öğretim teknolojileri eğitimi ve biri ölçme değerlendirme alanında uzman olan 3 öğretim üyesince taslak ölçekteki maddeler değerlendirilmiştir. Uzman görüşleri doğrultusunda ölçekteki madde sayısı 15'e düşürülmüştür. Ardından ilgili 15 madde,

Türkçe Eğitimi alanında uzman bir öğretim üyesince gözden geçirilmiş ve bazı maddeler üzerinde değişiklikler yapılmıştır. Ölçek 5'li Likert tipi ölçekleme kullanılarak hazırlanmıştır. Ölçekteki maddeler "1=Hiç Katılmıyorum" "5=Tamamen Katılıyorum" arasında 1'den 5'e kadar derecelendirilmiştir.

2.3. Verilerin Analizi

Ölçek geliştirme aşamasında taslak ölçek formuna ait verilerin analizleri için SPSS 16.0 istatistik programı kullanılmıştır. Geçerlik ve güvenilirlik analizleri gerçekleştirilirken öncelikle taslak ölçeğin kapsam geçerliğine bakılmış, ardından yapı geçerliğini değerlendirmek için faktör analizi işlemi yapılmıştır. Faktör analizi işlemlerinden sonra ise ölçeğin tamamı, alt faktörler ve her bir alt faktörde yer alan ölçek maddelerinin ayrı ayrı güvenilirlik analizleri yapılmıştır.

Ölçekteki maddelerin tanımlanmış davranışları ölçmede uygun sorular olup olmadığına ilişkin kapsam geçerliliğinin sağlanması amacıyla uzman görüşlerine başvurulmuştur (Büyükoztürk, Çakmak, Akgün, Karadeniz ve Demirel, 2010). Ölçeğin yapı geçerliğinin test edilmesi için ise faktör analizi (temel bileşenler analizi) yapılmıştır. Verilerin ve örneklemin temel bileşenler analizine uygunluğunu belirlemek amacıyla Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) katsayısı ve Barlett Sphericity testi uygulanmıştır (Tabachnick ve Fidell, 2007). Faktörlerin daha anlamlı yorumlanması amacıyla, faktörler arasındaki en hassas ayrımı veren ve en sık kullanılan rotasyonlardan Varimax rotasyonu yapılmıştır (Ho, 2006). Faktör sayısının belirlenmesinde madde öz değerleri alt sınırı (eigenvalue) 1.00 alınmıştır (Aşkar ve Dönmez, 2005). Ölçekte yer alacak maddeler belirlenirken madde-toplam puan korelasyonu kullanılmıştır. Ölçeğin güvenilirliğinin hesaplanmasında Cronbach Alpha ve test-tekrar test yöntemleri kullanılmıştır. Ölçeğin iç tutarlılık katsayısı hesaplandıktan sonra tutarlılığının belirlenmesi amacıyla Karadeniz Teknik Üniversitesi Fatih Eğitim Fakültesi Bilgisayar ve Öğretim Teknolojileri Eğitimi bölümünde öğrenim görmekte olan 85 lisans öğrencisine iki ay ara ile test tekrar test yöntemi kullanılarak ölçek uygulanmıştır.

3. Bulgular ve Yorumlar

Araştırmanın bulguları, geçerlik ve güvenilirlik analiz sonuçları olmak üzere iki alt başlıkta verilmiştir.

3.1. Ölçeğin Geçerliliğine İlişkin Bulgular

3.1.1. Kapsam Geçerliliği

Bir ölçekteki maddelerin, ölçülmek istenen tanımlanmış davranışlar bütününe ölçmede ne derece temsil ettiğini belirlemek ve ölçeğin ölçme amacına uygunluğunu sınamak amacıyla kapsam geçerliği çalışması yapılmaktadır (Büyükoztürk ve ark., 2010; Fraenkel ve Wallen, 2008). Ölçeğin kapsam geçerliliğinin sağlanması amacıyla uzman görüşlerine başvurulmuştur. İki Bilgisayar ve Öğretim Teknolojileri Eğitimi ve biri Ölçme ve Değerlendirme alanında uzman olan 3 öğretim üyesince taslak ölçekteki maddeler değerlendirilmiştir. İlgili uzman görüşleri doğrultusunda bazı maddeler ölçekten çıkartılmış

ve ölçekteki madde sayısı 15'e düşürülmüştür. Ardından ilgili 15 madde, kullanılan dil açısından anlaşılabilirliğinin incelenmesi amacıyla Türkçe Eğitimi alanında uzman bir öğretim üyesince gözden geçirilmiştir ve taslak ölçeğe son şekli verilmiştir.

3.1.2. Yapı Geçerliliği

Yapı geçerliği, bir testin "ölçülmek istenen davranış bağlamında soyut bir kavramı doğru bir şekilde ölçebilme derecesini" göstermektedir (Büyüköztürk, 2007, p:168). Ölçeğin yapı geçerliğini incelemek amacıyla faktör analizi (temel bileşenler analizi) kullanılmıştır (Tabachnick ve Fidell, 2007). Ölçeğin faktör yapısını ortaya koymak amacıyla açımlayıcı faktör analizi yapılmıştır. Faktör analizi öncesinde, verilerin ve örneklemin temel bileşenler analizine uygunluğunun incelenmesi amacıyla yapılan Kaiser-Meyer Olkin (KMO) ve Barlett testleri sonucunda, Kaiser-Meyer Olkin (KMO) katsayısının 0.815 ve Barlett testinin ise anlamlı olduğu ($p < 0.001$) görülmüştür. KMO katsayısının 0.60 değerinin üzerinde olması ve Bartlett testinin anlamlı bulunması ($p < 0.001$), veri setinin temel bileşenler analizi için uygunluğunu, faktörleştirilebilirliğini ve örneklem büyüklüğünün yeterli olduğunu göstermektedir (Büyüköztürk, 2007; Field, 2005).

Gerçekleştirilen faktör analizi sonrasında elde edilen değerler incelenirken; ölçek maddelerinin tek bir faktörde yüksek yük değerine sahip olmasına ve iki veya daha fazla faktördeki yük değerleri farkının en az 0.1 ve yer aldıkları faktördeki yük değerlerinin 0.45 veya bu değerden daha yüksek olmasına dikkat edilmiştir (Büyüköztürk, 2007). Çok faktörlü bir ölçekte birden çok faktörde yüksek yük değerine sahip maddeler ölçekten çıkartılması gerektiği için, iki faktörde yüksek yük değerine (0.45 değerinin üstünde) sahip bir madde ölçekten çıkartılmıştır (Bandalos ve Finney, 2010). Geriye kalan 14 madde ile yeniden faktör analizi yapılmıştır. Gerçekleştirilen temel bileşenler analizi sonrası elde edilen bulgular Tablo 1'de gösterilmiştir.

Tablo 1. Maddelerin aritmetik ortalama, standart sapma, döndürülmüş faktör yük değerleri, 1. Faktör yük değeri ve faktörlerin açıkladığı toplam varyans değerleri

Faktörler ve Maddeleri	Açıklanan Toplam Varyans	1.Faktör Yük Değeri	Döndürülmüş Faktör Yük Değeri	Aritmetik Ortalama	Standart Sapma
Faktör 1: Sosyal Etkileşim ve İletişim Amaçlı	% 24.099				
Madde 1		0.599	0.522	3.58	1.15
Madde 3		0.532	0.761	4.38	0.93
Madde 6		0.601	0.526	3.62	1.17

Tablo 1' in devamı

Faktörler ve Maddeleri	Açıklanan Toplam Varyans	1.Faktör Yük Değeri	Döndürülmüş Faktör Yük Değeri	Aritmetik Ortalama	Standart Sapma
Madde 7		0.572	0.758	4.22	1.02
Madde 10		0.727	0.616	3.64	1.04
Madde 11		0.612	0.460	3.21	1.26
Madde 12		0.709	0.813	3.92	1.04
Madde 13		0.647	0.596	3.96	0.98
Faktör 2: Tanıma ve Tanınma Amaçlı	% 17.202				
Madde 2		0.530	0.815	2.47	1.31
Madde 4		0.488	0.831	2.02	1.13
Madde 15		0.574	0.571	2.52	1.26
Faktör 3: Eğitim Amaçlı	% 15.117				
Madde 5		0.528	0.754	3.08	1.28
Madde9		0.594	0.807	3.43	1.08
Madde14		0.445	0.600	2.48	1.16
Toplam	% 56.418				

Tablo 1'deki bulgular incelendiğinde, ölçekte yer alan 14 maddenin öz değeri 1.0 dan büyük olan üç faktör altında toplandıkları görülmektedir. Birinci faktörün özdeğeri 4.543 ve açıkladığı varyans % 24.099, ikinci faktörün özdeğeri 1.897 ve açıkladığı varyans % 17.202, üçüncü faktörün ise özdeğeri 1.458 ve açıkladığı varyans % 15.117'dir. Üç faktörün ölçğe ilişkin açıkladıkları toplam varyans ise % 56.418'dir ve bu değer kabul edilebilir düzeydedir (Scherer, Wiebe Luther ve Adams, 1988, akt. Tavşancıl ve Keser, 2002). Ölçekte yer alan 14 madde, verilerdeki toplam varyansın yaklaşık olarak %56'sını açıklamaktadır. Ölçek maddelerinin faktör yük değerleri, 0.30 veya 0.40 sınır değerinin üzerinde olmalıdır (Field, 2005). Birinci faktörün altında sekiz madde yer almaktadır ve maddelerin faktör yükleri 0.460 ile 0.813 arasında değişmektedir. İkinci faktörün altında 3 madde yer almaktadır ve maddelerin faktör yükleri 0.571 ile 0.831 arasında değişmektedir.

Üçüncü faktörün altında ise 3 madde yer almaktadır ve maddelerin faktör yükleri 0.600 ile 0.807 arasında değişmektedir. İlgili bulgular, her bir maddeye ilişkin faktör yük değerlerinin kabul edilebilir değerlerin üzerinde olduğunu göstermektedir.

Temel bileşenler analizi sonucunda üniversite öğrencilerinin sosyal ağ sitelerini kullanım amaçlarını özetleyen üç faktöre, altlarında yer alan maddelerin içerikleri ve ilgili literatür dikkate alınarak isim verilmiştir. Birinci faktöre “sosyal etkileşim-iletişim amaçlı kullanım”, ikinci faktöre “tanıma ve tanınma amaçlı kullanım” ve üçüncü faktöre “eğitim amaçlı kullanım” adı verilmiştir.

3.2. Ölçeğin Güvenirliğine İlişkin Bulgular

14 maddelik ölçeğin iç tutarlık katsayısının saptanması için Cronbach’ın Alpha (α) korelasyon katsayısı kullanılmıştır. Ölçeğin kararlılığını ortaya koymak için ise, Karadeniz Teknik Üniversitesi Fatih Eğitim Fakültesi Bilgisayar ve Öğretim Teknolojileri Eğitimi bölümünde 2., 3.ve 4.sınıflarda öğrenim görmekte olan 85 öğrenciye, eğitim araştırmaları için uygun olduğu belirtilen 2 aylık zaman aralığı (Fraenkel ve Wallen, 2008) ile ölçek yeniden uygulanmıştır. İki aylık zaman aralığı öncesi ve sonrasında alınan puanlar arasındaki kararlılığı test etmek için veri türüne uygun olarak Pearson momentler çarpım korelasyon katsayısına bakılmıştır (Karasar, 2009). Ölçeğin tamamı için elde edilen değerler, iki uygulama arasında yüksek düzeyde, pozitif ve anlamlı bir ilişki olduğunu göstermektedir ($r_{(85)}=0.91$, $p<0.05$). Bu bulgu, ölçeğin belirli bir zaman aralığına bağlı olarak kararlı bir yapıya sahip olduğunu belirtmektedir (Erkuş, 2005).

Ölçeğin güvenilirlik hesaplanması sonucunda, testin tamamı için Cronbach α iç tutarlılık katsayısı 0.83 olarak bulunmuştur. Faktör puanlarına bakıldığında güvenilirlik katsayıları; “sosyal etkileşim-iletişim amaçlı kullanım” faktörü için 0.808, “tanıma ve tanınma amaçlı kullanım” faktörü için 0.742, “eğitim amaçlı kullanım” faktörü için 0.661 olarak belirlenmiştir. Ölçek maddelerinin ayırt edicilik gücünün belirlenmesi için ise madde toplam korelasyon değerleri hesaplanmıştır. Elde edilen bulgular Tablo 2’de gösterilmiştir.

Tablo 2. Maddelerin madde toplam korelasyon değerleri

Madde No	Madde Toplam Korelasyonu	Madde No	Madde Toplam Korelasyonu	Madde No	Madde Toplam Korelasyonu
a1	0.490	a6	0.487	a12	0.563
a2	0.467	a7	0.436	a13	0.532
a3	0.397	a9	0.437	a14	0.388
a4	0.426	a10	0.611	a15	0.521
a5	0.269	a11	0.496		

Tablo 2 incelendiğinde, üç alt faktörde yer alan maddelerin madde-toplam korelasyon değerlerinin 0.269 ile 0.611 arasında değiştiği ve anlamlı olduğu görülmektedir. Bu durum ölçek maddelerinin ayırt edicilik güçlerinin kabul edilebilir düzeyde olduğunu göstermektedir (Büyüköztürk ve ark., 2010).

4. Tartışma ve Sonuç

Bu çalışmada üniversite öğrencilerinin sosyal ağ sitelerini kullanım amaçlarına ilişkin görüşlerini belirlemek amacı doğrultusunda gerçekleştirilen bir ölçek geliştirme süreci anlatılmıştır. Ölçeğin geçerlik ve güvenilirlik çalışması, sosyal ağ sitelerini kullanan 315 üniversite öğrencisi üzerinde gerçekleştirilmiştir. Ayrıca ilgili ölçek, test-tekrar-test güvenilirliğinin belirlenmesi amacıyla 85 üniversite öğrencisine iki ay zaman aralığı ile uygulanmıştır.

Geçerlik çalışması kapsamında taslak ölçeğin yapı geçerliğinin belirlenmesi amacıyla açımlayıcı faktör analizi yapılmıştır. Yapılan faktör analizi sonucunda bulunduğu faktördeki yük değeri 0.30'un altında olduğu tespit edilen bir madde ölçekten çıkartılmıştır. Tekrar gerçekleştirilen açımlayıcı faktör analizi sonuçları incelendiğinde taslak ölçeğin üç faktörlü bir yapı sergilediği görülmüştür. Üç faktörün ölçeğin ölçtüğü niteliğe ilişkin açıkladığı varyansın % 56.418 olduğu belirlenmiştir. Belirlenen faktörler sırasıyla “sosyal etkileşim-iletişim amaçlı kullanım”, “tanıma ve tanınma amaçlı kullanım” ve “eğitim amaçlı kullanım” olarak adlandırılmıştır. Birinci faktörün altında yedi madde (1, 3, 6, 7, 9, 10, 11), ikinci faktörün altında üç madde (2, 4, 14) ve üçüncü faktörün altında ise dört madde (5, 8, 12, 13) yer almaktadır.

Ölçeğin tamamı için hesaplanan Cronbach Alpha iç tutarlılık katsayısı 0.830; faktörler bazında ise birinci faktör olan “sosyal etkileşim-iletişim amaçlı kullanım” için 0.808; ikinci faktör olan “tanıma-tanınma amaçlı kullanım” için 0.742 ve üçüncü faktör olan “eğitim amaçlı kullanım” için 0.661 olarak bulunmuştur. Testin tümü ve ilk iki faktör için elde edilen güvenilirlik değerleri, ölçeklerde kabul edilen katsayı değeri olan 0.70'in üzerindedir (Anastasi, 1982). Üçüncü faktörün güvenilirlik katsayısı ise 0.70 değerine yakındır. Bu durumun oluşmasında ölçekteki madde sayısının az oluşu neden olarak gösterilebilir. Ölçeğin tümünden ve faktörlerden elde edilen iç tutarlılık katsayılarının, güvenilirlik aralığına çok yakın ve ideal güvenilirlik değerinin üstünde olduğu görülmektedir (Creswell, 2005). Elde edilen güvenilirlik katsayıları, ölçeğin güvenilir olduğunu göstermektedir. Test tekrar test analizi sonucunda korelasyon katsayısı 0.93 olarak hesaplanmıştır. İlgili bulgu, ölçeğin farklı zamanlarda uygulandığında tutarlı sonuçlar verdiğini göstermektedir (Murphy ve Davidshofer, 1991).

Gerçekleştirilen güvenilirlik ve geçerlik analizleri sonucunda toplam 14 maddeden ve 3 alt faktörden oluşan “Sosyal Ağ Sitelerinin Kullanım Amaçları Ölçeği” geliştirilmiştir. Bu yönüyle geliştirilen bu ölçeğin, üniversite öğrencilerinin sosyal ağ sitelerini kullanım amaçlarını ve durumlarını belirlemeye yönelik çalışmalara katkı sağlayacağı umulmaktadır.

University Students' Aims of Use of Social Network Sites Scale: Development and Validation

Extended Abstract

In recent years, there have been transformations in many fields due to the developments in information and communication technologies. For example, the opportunities provided by the internet have affected methods of communication, such as the socialization instruments of people especially the young and ways of moving in the online world. In recent years many different online environments such as social networking sites have begun to be used in line people's needs. Social networking sites are among the internet platforms emerging with the development of Web 2.0 instruments. These sites provide users with social interaction, communication, relationships, sharing, education and many different opportunities. Examining the results of the studies and statistical research in the literature, it is observed that the membership of social network sites is increasing rapidly and these sites have become one of the most commonly preferred online environments by especially the young and university students. This raises the question of why and for what purpose do young people, especially, university students use social network sites.

The objective of this study is to develop a scale to determine university students' aim in using social networking sites. The sampling group comprises of a total of 315 students attending different universities in Turkey in the 2009-2010 academic year. The other sampling group study comprises 85 undergraduate students attending the Fatih Faculty of Education Computer Sciences and Instructional Technologies department of Karadeniz Technical University. The scale was applied over a period of 2 months to the latter group in order to determine the consistency of the scale.

A draft scale was created from an item pool was created after a literature review and taking views of the students in account. In order to ensure content validity the scale was evaluated by 3 academics two of whom were experts in computer and instructional technology education and the third was an expert in the field of assessment and evaluation.. Then, the draft scale was reviewed by an academic member expert in the field of Turkish education. The final scale with 15 items was applied to 315 students attending different universities across Turkey. As a result of the factor analysis that was conducted, one item was removed from the scale. Examining the results of a second exploratory factor analysis, it was determined that the draft scale comprised three factors and the variance in relation to the quality measured by the scale was 56.418 %. The factors that were determined were, "social interaction-use with the aim of communication" and "use with the aim of acquaintance". The Cronbach Alpha reliability coefficient calculated for the whole scale was found to be 0.830; for the first factor for "social interaction-use with the aim of communication" it was 0.808; for the second factor "use with the aim of acquaintance" it was 0.742; and the Cronbach Alpha was 0.661 for the third factor, "use with the aim of education". The test-retest reliability of the scale was found to be 0.930.

Following the reliability, validity and factor analyses a scale consisting of a total of 14 items and 3 factors, the “University Students’ Aim of Use of Social Network Sites” scale was created.

Key Words: Social network websites, aim of the use of social network websites scale

Kaynaklar/References

- Akar, E. (2010). Sanal Toplulukların Bir Türü Olarak Sosyal Ağ Siteleri – Bir Pazarlama İletişimi Kanalı Olarak İşleyişi. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 10(1),1, 107-122.
- Anastasi, A. (1982). *Psychological testing*. New York:McMillan Publishing Co.
- Aşkar, P. & Dönmez, O. (2004). Eğitim yazılımları geliştirme öz-yeterlik algısı ölçeği. *Eğitim Bilimleri ve Uygulama*, 6(3), 259-274.
- Bandalos, D. L. & Finney, S. J. (2010). Factor analysis: Exploratory and confirmatory. In G. R. Hancock & R. O. Mueller (Eds.), *The reviewer’s guide to quantitative methods in the social sciences* (pp. 93-114). New York: Routledge
- Boyd, D. M. & Ellison, N. B. (2007). Social network sites: Definition, history, and scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13(1), 11, 210-230. Retrieved from <http://jcmc.indiana.edu/vol13/issue1/boyd.ellison.html>
- Brandtzæg, P. B. & Heim, J. (2009). Why people use social networking sites. Proceedings of the HCI International 2009. San Diego, CA, USA, 19-24 July. In A.A. Ozok and P. Zaphiris (Eds.): *Online Communities, LNCS*. Springer-Verlag Berlin Heidelberg, pp. 143–152.
- Buss, A. & Strauss, N. (2009). *Online Communities Handbook: Building Your Business and Brand On The Web*. USA: New Riders Press.
- Büyüköztürk, Ş., Çakmak, E. K., Akgün, Ö. E., Karadeniz, Ş. & Demirel, F. (2010). *Bilimsel Araştırma Yöntemleri* (5. Baskı). Ankara: Pegem Akademi Yayınları.
- Büyüköztürk, Ş. (2007). *Sosyal bilimler için veri analizi el kitabı*. Ankara: PegemA Yayıncılık.
- Creswell, J. W. (2005). *Educational research: Planning, conducting and evaluating quantitative and qualitative research*. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Çetin, E. (2009). Sosyal İletişim Ağları ve Gençlik: Facebook Örneği. Uluslararası Davraz Kongresi Bildiri Kitabı, 1094-1105. Retrieved from <http://idc.sdu.edu.tr/tammetinler/bilim/bilim15.pdf>
- Çoklar, A. N. (2010). Bilgi ve İletişim Teknolojileri Işığında Dönüşümler. In H. Ferhan Odabaşı (Eds.), *Ailede Dönüşümler* (pp. 185-208). Ankara: Nobel Yayın.
- 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), 1. Retrieved October 14, 2010, from <http://jcmc.indiana.edu/vol12/issue4/ellison.html>
- Erkuş, A. (2005). *Bilimsel araştırma sarmalı*. Ankara: Seçkin Yayınları.

- Facebook (n.d.). Statistics. Retrieved December 13, 2010, from <http://www.facebook.com/press/info.php?statistics>
- Field, A. (2005). *Discovering statistics using SPSS*. London: SAGE Yayınları.
- Fraenkel, J. R., & Wallen, N. E. (2008). *How to design and evaluate research in education* (7th ed.). New York: McGraw-Hill.
- Gemmill, E., & Peterson, M. (2006). Technology Use among College Students: Implications for Student Affairs Professionals. *NASPA Journal*, 43(2), 280-300.
- Ho, R. (2006). *Handbook of univariate and multivariate data analysis and interpretation with SPSS*. Florida: Chapman & Hall/CRC.
- Kabilan, M. K., Ahmad N. & Abidin, M.J.Z. (2010). Facebook: An online environment for learning of English in institutions of higher education?. *The Internet and Higher Education*, 13, 4, 179 – 187.
- Karasar, N. (2009). *Bilimsel Araştırma Yöntemi* (20. Baskı). Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.
- Kim, W., Jeong, O. R. & Lee, S. W. (2010). On social Web sites. *Information Systems*, 35(2), 215-236.
- Lampe, C., Ellison, N. & Steinfield, C. (2006). A face(book) in the crowd: social searching vs. social browsing. Proceedings of the 20th Anniversary Conference on Computer Supported Cooperative Work, Banff, Alberta, Canada
- Lee, M. J. W., & McLoughlin, C. (2008). Harnessing the affordances of Web 2.0 and social software tools: can we finally make “student-centered” learning a reality? Paper presented at the *World Conference on Educational Multimedia, Hypermedia and Telecommunications*, Vienna, Austria.
- Lenhart, A. & Madden, M. (2007). *Teens, privacy & online social networks: How teens manage their online identities and personal information in the age of MySpace*. Washington, DC: Pew Internet & American Life Project.
- Lockyer, L. & Patterson, J. (2008). Integrating social networking technologies in education: a case study of a formal learning environment. In. *Proceedings of 8th IEEE international conference on advanced learning Technologies*, 529 – 533, Spain: Santander.
- Mitchell, K. (2009). ESOL students on Facebook. Portland, Oregon: Portland State University Unpublished Master's thesis.
- Murphy, K. R. & Davidshofer, C. O. (1991). *Psychological Testing: Principles and Applications*. New Jersey: Prentice Hall.
- Onat, F. & Alikılıç Ö. A. (2008). Sosyal Ağ Sitelerinin Reklam ve Halkla İlişkiler Ortamları Olarak Değerlendirilmesi. *Journal of Yaşar University*, 3(9), 1111-1143.
- Pempek, T. A., Yermolayeva, Y. A., & Calvert, S. L. (2009). College students' social networking experiences on Facebook. *Journal of Applied Developmental Psychology*, 30(3), 227-238.
- Pingdom (2010, February 16). Study: Ages of social network users. Retrieved October 08, 2010, from <http://royal.pingdom.com/2010/02/16/study-ages-of-social-network-users/>
-

- Preeti, M. (2009). Use of social networking in a linguistically and culturally rich India, *The International Information & Library Review*, 41(3), 129-136.
- Socialbakers (n.d.). Turkey Facebook Statistics. Retrieved October 12, 2010, from <http://www.socialbakers.com/facebook-statistics/turkey>
- Stevenson, M. P. & Liu, M. (2010). Learning a language with web 2.0: Exploring the use of social networking features of foreign language learning websites. *CALICO Journal*, 27(2), 233–259.
- Subrahmanyam, K., Reich, S. M., Waechter, N. & Espinoza, G. (2008). Online and offline social networks: Use of social networking sites by emerging adults. *Journal of Applied Developmental Psychology*, 29(6), 420-433.
- Tabachnick, B.G. & Fidell, L.S. (2007). *Using Multivariate Statistics* (5th ed.). Pearson Education, Inc. / Allyn and Bacon.
- Tavşancıl, E. & Keser, H. (2002). İnternet Kullanımına Yönelik Likert Tipi Bir Tutum Ölçeğinin Geliştirilmesi. *Eğitim Bilimleri Dergisi*, 1(1), 79 - 100.
- Wang, S. S., Moon, S., Kwon, K. H., Evans, C. A. & Stefanone, M. A. (2010). Face off: Implications of visual cues on initiating friendship on facebook. *Computers in Human Behaviour*, 26(2), 226-234.
- Warschauer, M. (2009). Foreword. In M. Thomas (Ed.), *Handbook of research on web 2.0 and second language learning* (pp. xix-xx). Hershey, PA: Information Science Reference.
-

SOSYAL AĞ SİTELERİ KULLANIM AMACI ÖLÇEĞİ

Bu bölümde sosyal ağ sitelerini kullanma amaçlarınızı belirlemeye yönelik tümceler yer almaktadır. İlgili tümcelerin karşısında "1 = Kesinlikle katılmıyorum", "2 = Katılmıyorum", "3 = Orta Derecede Katılıyorum", "4 = Katılıyorum" ve "5 = Kesinlikle katılıyorum" olmak üzere beş seçenek verilmiştir. Lütfen her tümceyi dikkatle okuyarak, sizin için en uygun olan seçeneği işaretleyiniz.

1-Kesinlikle Katılmıyorum 2-Katılmıyorum 3-Orta Derecede Katılıyorum

4-Katılıyorum 5-Tamamen Katılıyorum

	1	2	3	4	5
M1: Kendime özgü alan (profil, kişisel sayfa...) yaratma imkanı sunduğu için kullanıyorum.					
M2: Yeni insanlarla tanışmak, yeni arkadaşlıklar kurmak için kullanıyorum.					
M3: Mevcut arkadaşlarımla iletişimimi devam ettirmek amacıyla kullanıyorum.					
M4: Diğer insanlar tarafından tanınmak amacıyla kullanıyorum.					
M5: Okul proje/ödevlerimle ilgili araştırma yapmak için kullanıyorum.					
M6: İlgilendiğim insanların ve arkadaşlarımla yaşamalarını incelemek amacıyla kullanıyorum.					
M7: Eski arkadaşlarımla tekrar iletişime geçmek için kullanıyorum.					
M8: Eğitim amaçlı grupları ve etkinlikleri incelemek amacıyla kullanıyorum.					
M9: Düşüncelerimi başkalarıyla paylaşmak için kullanıyorum.					
M10: İlgimi çeken gruplara katılmak için kullanıyorum.					
M11: Beğendiğim nesnelere (video, resim, not...) paylaşmak için kullanıyorum.					
M12: Güncel, farklı bilgiler ve düşüncelerle karşılaşmak amacıyla kullanıyorum.					
M13: Yabancı dil bilgimi geliştirmek amacıyla kullanıyorum.					
M14: Farklı kültürlerden insanlarla tanışmak amacıyla kullanıyorum.					