

**(11448) Facebook Yoğunluğu Ölçeği'nin (FYÖ) Türkçe'ye Uyarlanması: Faktör Yapısı Ve Güvenirliğinin İncelenmesi****KEMAL ÖZTEMEL****ZELİHA TRAŞ**

Gazi Üniversitesi

Necmettin Erbakan Üniversitesi

**Problem Durumu**

Tüm dünyada, her geçen gün daha fazla sayıda insan interneti aktif bir şekilde kullanmaya başlamaktadır. Bunun sonuçlarından biri olarak yaygınlaşan sosyal ağ siteleri, bireylerin başkalarına kendilerini tanıtmalarını, sosyal ilişkilerini ifade etmelerini ve diğerleriyle bağlantı kurarak yeni arkadaşlar edinmelerini veya arkadaşlıklarını sürdürmelerini sağlamaktadır. Sosyal ağ siteleri, insanların birbirleriyle internet (sanal) ortamında, sosyal iletişim kurmalarına dayanmaktadır. Ancak bu tür iletişim, farklı ortam, farklı çevre ve farklı iletişim yolları içermekte ve farklı işlevler yerine getirmektedir. Örneğin bazı siteler çalışma hayatıyla ilişkili bağlamlara (örn., LinkedIn.com) yönelik iken bazıları romantik ilişkilere (örn., Friendster.com; şimdilerde daha çok online oyun) yöneliktir. Bazıları müzikle ilgilenenleri bir araya getiren ve müzikle ilgili (örn., MySpace.com) paylaşımlara yönelik iken bazı siteler ise arkadaşlarla ya da benzer faaliyette bulunan kişilerle tanışılmasına ve ortak paylaşımlarda bulunulmasına olanak sağlayan (örn., Facebook.com) sitelerdir.

İnternetteki sosyal ağ sitelerini kullanan bireyler, günlük yaşamdan tanışmış oldukları insanlarla etkileşimde bulunmak ve/veya yeni insanlarla tanışmak ve onlarla etkileşime girmek için kullanabilmektedirler. Bu çalışmada yukarıda sözü edilen sosyal ağ siteleri içerisinde kullanıcılarının çevrimiçi bir profil yoluyla kendilerini tanıtmalarına, birbirlerinin sayfalarına yorum göndermelerine ve birbirlerinin profillerini görüntüleyip "arkadaş" edinmelerine, birbirlerinin ortak ilgi alanlarına dayalı sanal gruplara katılmalarına birbirlerinin hobilerini, ilgi alanlarını, müzik zevklerini ve profilleri aracılığıyla romantik ilişki durumlarını öğrenebilmelerine olanak sağlayan Facebook (Ellison, Steinfield & Lampe, 2007) üzerinde durulacaktır.

Wearesocial.com internet sitesinin yayınlamış olduğu 2016 raporuna göre (Kemp, 2016) dünyada 2.307 milyon sosyal medya kullanıcısı bulunmaktadır. Türkiye'de ise 42 milyon sosyal medya kullanıcısı bulunmakta ve bu kullanıcıların 36 milyonu mobil telefon yoluyla sosyal sitelere bağlanmaktadır. Sosyal ağları aktif bir şekilde kullanan bireylerin %32 si Facebook, %16'sı Twitter, %15'i Instagram kullanıyor. Tüm Facebook kullanıcıları arasında, Facebook'u en çok kullananlar; 20-29 yaş (%36) aralığındaki bireylerdir (Kemp, 2016). Bu bulgudan Türkiye'de genç yetişkinlerin Facebook'u aktif bir şekilde kullandığı anlaşılmaktadır.

Günümüzde Facebook, Twitter, Instagram gibi sosyal ağlar, özellikle gençlere, çeşitli etkinlikler, olaylar, haberler ve eş zamanlı aktivitelere çok kolay ve hızlı bir erişim olanağı sağlamaktadır (Fox & Moreland, 2015). Facebook'ta bilgi paylaşmak, gündemi izlemek, arkadaşlarının ve kendilerinin durumlarını güncellemek gibi çeşitli durumlarla karşı karşıya kalan bireyler günlerinin büyük bir kısmını sosyal ağlarda geçirebilmektedirler (Gökler, Aydın, Ünal & Metintaş, 2016). Facebook'un bireylere bu tür fırsatlar sunması, sosyal ağlar arasında popülaritesinin artmasına ve daha fazla kullanıcıyı kendisine çekmesine neden olmuştur. İnternet ve sosyal ağların kullanımı ile ilgili yayınlanan raporlar (bak., <https://www.socialbakers.com>, <http://wearesocial.com/uk>) bu durumu destekler niteliktedir. Raporlarda söz edilen artan Facebook kullanımının yanı sıra Facebook kullanan kullanıcıların alışkanlıklarını ve özelliklerini belirleme merakı araştırmacıların Facebook kullanımı ile ilgili çalışmaları yürütmeleri konusunda artan bir ilgiyi beraberinde getirmiştir (Acopio & Bance, 2016).

Ellison ve arkadaşları (2007) bireylerin Facebook kullanım tutumlarını belirlemek amacıyla Facebook Yoğunluğu Ölçeği'ni (Facebook Intensity Scale) geliştirmişlerdir. Çeşitli araştırmalarda kullanılan ölçek (örn., Acopio1 & Bance, 2016; Tomai Rosa, Mebane, D'Acunti, Benedetti & Francescato, 2010; Valenzuela, Park & Kee, 2009) bireyin Facebook kullanım tutumlarını belirlemeyi amaçlayan altı maddeden oluşan 5'li derecelmeli Likert tipi bir ölçektir. Bu çalışmada Ellison ve arkadaşları (2007) tarafından geliştirilen Facebook Yoğunluğu Ölçeği'nin Türkçe'ye uyarlanması ve faktör yapısı ve güvenirliğinin incelenmesi amaçlanmıştır.

**Araştırma Yöntemi**

Bu araştırmanın amacı Türkçe FYÖ'nün faktör yapısını ve güvenirliğini incelemektir. Araştırmanın verileri internet yoluyla toplanmıştır. Araştırmaya 267 kadın (%74), 95 (%26) erkek olmak üzere toplam 362 kişi katılmıştır. Araştırmaya katılan bireylerin %77'si (n=280) lisans, %23'ü (n=82) lisansüstü öğrencilerden oluşmaktadır. Yaş ortalaması 23.49 olarak bulunmuştur.

Bu çalışmada Ellison ve arkadaşları (2007) tarafından geliştirilen FYÖ'nün Türkçe'ye uyarlanması ve ölçeğin faktör yapısını ve güvenirliğinin incelenmesi amaçlanmıştır. Ölçek öncelikle araştırmacılar ve İngilizce öğretmenliği bölümünden iki öğretim elemanı tarafından birbirlerinden bağımsız olarak Türkçe'ye çevrilmiştir. Daha sonra çeviriler karşılaştırılarak nihai çeviriye karar verilmiş ve böylece analize hazır hale getirilmiştir.

Araştırmada kullanılan Facebook Yoğunluğu Ölçeği Ellison ve arkadaşları (2007) tarafından geliştirilmiş olup 6 maddeden (örn., "Facebook günlük faaliyetlerimin bir parçasıdır") oluşan 5'li Likert tipi derecelmeli (1=Hiç katılmıyorum, 2=

Katılmıyorum, 3=Ne katılıyorum ne katılmıyorum, 4= Katılıyorum, 5= Tamamen katılıyorum) bir ölçektir. Bununla birlikte ölçek

puanlamasında kullanılmayan ancak katılımcıların Facebook arkadaş sayıları ve Facebook'da kalma sürelerine ilişkin iki soru daha yer almaktadır. Bu iki soru kişisel bilgi formunda katılımcılara sorulmuştur. Araştırmada ayrıca katılımcıların cinsiyet, yaş ve Facebook kullanımı ile ilgili bilgilerini belirlemek için kişisel bilgi formundan yararlanılmıştır.

Veriler SPSS 21 paket programı ve LISREL kullanılarak analizi edilmiştir. Türkçe FYÖ'nün faktör yapısı açımlayıcı (AFA) ve doğrulayıcı faktör analizi (DFA) yapılarak incelenmiştir. FYÖ'nün güvenilirliğine ilişkin yapılan çalışmalarda ise iç tutarlık ve testi yarılama (iki yarı test) güvenilirliği incelenmiştir.

### Beklenen/Geçici Sonuçlar

FYÖ'nün ölçek yapısı öncelikle açımlayıcı faktör analizi ile incelenmiştir. Açımlayıcı faktör analizi sonucunda öz değerler ve yamaç grafiği incelendiğinde orijinal ölçekte olduğu gibi yapının tek faktörlü olduğu gözlenmiştir. Tek faktörlü yapılarda döndürme yapılmadığı için bileşen matrisindeki yük değerleri dikkate alınmıştır. Maddelerin faktör yük değerleri .63 ile .84 arasında değiştiği ve toplam açıklanan varyansın %56.75 olduğu bulunmuştur. Son olarak ölçeğin tek faktörlü yapısı doğrulayıcı faktör analizi ile incelenmiştir. Analiz sonuçlarında modelin uyum göstergeleri  $\chi^2=27,241$ ,  $sd=9$ ,  $\chi^2/df =3.027$ ,  $GFI=.99$ ,  $CFI=.95$ ,  $AGFI=.96$ ,  $NFI=.93$ ,  $RMSEA=.075$  ( $CI=.042-.110$ ) olarak bulunmuştur.

FYÖ'nün güvenilirliği Cronbach's  $\alpha$  iç tutarlık katsayısı ile hesaplanmıştır. Altı maddelik FYÖ'nün güvenilirlik katsayısı .85 olarak bulunmuştur. Ayrıca bir diğer güvenilirlik yöntemi olarak testi yarılama (iki yarı test) güvenilirliği hesaplanmıştır. İki yarıdan elde edilen puanlar arasındaki korelasyon katsayısı .70 olarak bulunmuştur. Bunlara ilaveten ölçekte yer alan 6 maddenin birbirleriyle korelasyonlarına da bakılmıştır. Maddeler arası korelasyon .30 ile .78 arasında değişmekte olup maddelerin korelasyon ortalaması .48 olarak bulunmuştur.

Araştırma bulgularına göre ölçeğin güvenilirlik katsayısının iyi derecede olduğu görülmektedir. Ayrıca açımlayıcı ve doğrulayıcı faktör analizi sonuçları uyarlanan ölçeğin faktör yapısının orijinal ölçek ile benzer olduğunu göstermektedir. Sonuç olarak FYÖ genç yetişkin bireylerin Facebook kullanımı ile ilgili tutumlarını incelemeyi amaçlayan araştırmalarda kullanılabilir.

**Anahtar Kelimeler:** Facebook, facebook yoğunluğu, facebook kullanımı, sosyal ağ, sosyal medya

### Kaynakça

- Acopio, J. R. B., & Bance, L. O. (2016). Personality traits as predictors of Facebook use. *International Journal of Psychology and Counselling*, 8(4), 45-52.
- 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.
- Fox, J., & Moreland, J. J. (2015). The dark side of social networking sites: An exploration of the relational and psychological stressors associated with Facebook use and affordances. *Computers in Human Behavior*, 45, 168-176.
- Gökler, M. E., Aydın, R., Ünal, E., & Metintaş, S. (2016). Sosyal ortamlarda gelişmeleri kaçırma korkusu ölçeğinin Türkçe sürümünün geçerlilik ve güvenilirliğinin değerlendirilmesi. *Anadolu Psikiyatri Dergisi*, 17(1), 52-59.
- Kemp, S. (2016, Jan., 27). Digital in 2016. We are social's compendium of global digital, social, and mobile data trend and statistics [Global report]. <http://wearesocial.com/uk/special-reports/digital-in-2016> adresinden 18.02.2017 tarihinde alınmıştır.
- Tomai M, Rosa V, Mebane ME, D'Acunti A, Benedetti M and Francescato D (2010) Virtual communities in schools as tools to promote social capital with high schools students. *Computers & Education*, 54, 265-274.
- Valenzuela S, Park N and Kee KF (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, 875-901.