



KAZIM KARABEKİR EĞİTİM FAKÜLTESİ
Kazım Karabekir Faculty of Education

ATATÜRK ÜNİVERSİTESİ / ATATÜRK UNIVERSITY

KÂZIM KARABEKİR EĞİTİM FAKÜLTESİ DERGİSİ
JOURNAL OF KÂZIM KARABEKİR EDUCATION FACULTY

Araştırma Makalesi

Doi: 10.33418/ataunikkefd.821186

KEŞFEDİCİ KARMA DESEN KULLANILARAK ÖĞRENCİ POPÜLERLİK ALGISI ÖLÇEĞİNİN GELİŞTİRİLMESİ DEVELOPMENT OF STUDENT POPULARITY PERCEPTION SCALE THROUGH THE USE OF EXPLORATORY MIXED METHOD DESIGN

Abdullah ATLI

İnönü Üniversitesi, Malatya, Türkiye

e-posta: abduallah.atli@inonu.edu.tr, ORCID ID: 0000-0001-7504-484X

Murat CANPOLAT

İnönü Üniversitesi, Malatya, Türkiye

e-posta: murat.canpolat@inonu.edu.tr, ORCID ID: 0000-0003-2106-6474

Başvuru Tarihi: 05.10.2020 Yayına Kabul Tarihi: 12.10.2021 Yayınlanma Tarihi: 30.12.2021

Atıf/Citation: Atli, A., & Canpolat, M. (2021). Keşfedici karma desen kullanılarak öğrenci popülerlik algısı ölçeğinin geliştirilmesi. *Atatürk Üniversitesi Kazım Karabekir Eğitim Fakültesi Dergisi*, 43, 372-394. Doi:10.33418/ataunikkefd.821186

Öz

Bu araştırmanın amacı keşfedici karma deseni kullanarak lise öğrencilerinin okuldaki popülerlik algılarının düzeylerini belirleyen geçerli ve güvenilir bir ölçme aracı geliştirmektir. Bu araştırma nitel ve nicel olmak üzere iki aşamada gerçekleştirilmiştir. Araştırmanın nitel aşamasında 48 lise öğrencisi ile liselerdeki popüler öğrencilerin özellikleri üzerine yarı yapılandırılmış görüşmeler yapılmıştır. Bu görüşmeler sonrasında öğrenci popülerlik algılarına ilişkin altı ana tema (arkadaşlık ilişkileri, öğretmenlerle ilişkiler, özgüven, kıyafet ve moda, fiziksel çekicilik, spor ve sanatsal etkinlikler) belirlenmiş ve bu temalar çerçevesinde ölçek maddeleri hazırlanmıştır. Araştırmanın nicel aşamasında ise hazırlanan ölçek maddeleri 282 lise öğrencisine uygulanarak Açıklayıcı Faktör Analizi (AFA), ardından 148 kişiden oluşan farklı lise öğrencisine uygulanarak Doğrulayıcı Faktör Analizi (DFA) yapılmıştır. Daha sonra geliştirilen Öğrenci Popülerlik Algısı (ÖPAÖ) ile yaşam doyumu, yalnızlık ve benlik saygısı arasındaki korelasyon kanıtları birleşme-ayırılma (convergent-divergent validity) geçerliği için kullanılmıştır. Sonuç olarak nitel aşamada keşfedilen boyutların nicel aşamada doğrulandığı ve bu boyutların ölçek maddeleri üzerinden yaşları 14 ila 18 aralığında olan çalışma grubuna genellenebileceği görülmüştür.

Anahtar Kelimeler: Ergen, Keşfedici Karma Desen, Lise Öğrencisi, Popülerlik

Atli, A., & Canpolat, M. Keşfedici karma desen kullanılarak öğrenci popülerlik algısı ölçeğinin geliştirilmesi.

Abstract

The aim of this study is to develop a valid and reliable measurement tool that determines the popularity perception levels of high school students in school using exploratory mixed design. This research was carried out in two stages, qualitative and quantitative. In the qualitative phase of the study, semi-structured interviews were conducted with 48 high school students on the characteristics of popular students in high schools. After these interviews, six main themes (friendship relations, relationships with teachers, self-confidence, clothing and fashion, physical attraction, sports and artistic activities) related to student popularity perceptions were determined and scale items were prepared within the framework of these themes. In the quantitative phase of the study, the scale items, which were prepared first, were applied to 282 high school students, and Exploratory Factor Analysis (EFA), then Confirmatory Factor Analysis (CFA) was applied to 148 different high school students. The correlation evidences between Student Popularity Perception Scale (SPPS) and life satisfaction, loneliness and self-esteem developed later were used for convergent-divergent validity. As a result, it was seen that the dimensions discovered in the qualitative stage were confirmed in the quantitative stage and these dimensions could be generalized to the study group aged between 14 and 18 years on the scale items.

Keywords: Adolescent, Exploratory Mixed Design, High School Student, Popularity

GİRİŞ

Ergenler, akranları ve öğretmenleri tarafından tanınmayı, okulda popüler bir öğrenci olmayı isteyebilmektedir. Birçok ergen akranları arasında popüler olmayı istese de (Tucker vd., 2011), bu istek çoğu zaman ulaşılması zor ve endişe verici bir sürece dönüşebilmektedir (Prinstein, 2017). Coleman (1980)'e göre, ergenin akran grubu tarafından kabul edilmesi ergene destek, güvenlik, üyelik, özerklik, kendini ifade ve ortak deneyimler konusunda fırsat tanımaktadır. Ergenler için kendini kabul ettirmek, marka giyinmek, internette kendine bir yer edinmek, moda ve tüketim değerlerine yönelmek kısacası popüler olanı tercih etmek ve davranışlarını popüler olana göre şekillendirmek önemlidir (Düzgün, 2004). Çünkü popüler olan kişiler akranları tarafından daha fazla tercih edilmektedir (Günaydın & Yöndem, 2007). Ergenler davranışlarını biçimlendirirken popüler olan modellerin davranışlarını kendilerine model olarak alırlar (Bandura, 1986). Ergenlerin bu modellerini, çoğunlukla davranışlarını yakından takip ettikleri, hayranı oldukları ünlüler ya da kendilerine daha yakın gördükleri ve okul normlarını belirleme konusunda etkili olan okulun popülerleri oluşturmaktadır (Valente vd., 2005). Bu nedenle okuldaki diğer öğrenciler tarafından model alınma olasılığı yüksek olan popüler öğrencilerin kimler olduklarının, hangi özelliklere sahip olduklarının bilinmesi, okuldaki öğrencilerin model alma ve ideal olarak gördükleri davranışların kaynağının anlaşılmasına katkı sağlayacaktır.

Buldukları çevrede popüler olarak algılanan bireylerin genel özelliklerine yönelik yapılan çalışmalar, bu kişilerin en önemli özelliklerinin sosyal ilişkiler konusundaki becerileri üzerine odaklanmıştır. Popüler kişilerin temel ayırt edici özelliği diğer insanlar ile iyi sosyal ilişkiler kurabilmeleridir (Adams, 1983; Borch vd. 2011; Cillessen & Rose, 2005; Gottman vd. 1975; Günaydın & Yöndem, 2007; Hartup, 1983; Mundy, 1997; Prinstein, 2017; Walcott vd. 2008). Popülerlerin sosyal ilişki kurma ve sürdürme konusundaki becerileri onların doğal olarak daha az yalnızlık yaşamalarına (Avcı & Yıldırım, 2014), sosyal ilişkilerdeki sorunların sonucu oluşan depresyon ve anksiyete gibi sorunları daha az yaşamalarına (Dorak, 2016), aynı zamanda sosyal ilişkilerinde kendini yetersiz hissetme duygusu ve reddedilme deneyimlerini daha az yaşamalarına neden olmaktadır (Mundy, 1997). Bunun dışında bazı araştırmalar popüler kişilerin zeki (Selman, 1980), akademik başarısı yüksek (Bierman, 2004; Estévez vd.,

2009; Topuz, 1995) ve duygusal olarak daha olgun olduklarını dile getirmişlerdir (Bronson, 1966). Bu özelliklerin dışında popüler olan bireylerin en önemli özelliklerinden biri de fiziksel açıdan çekici olmalarıdır, yani güzel ve yakışıklı olmalarıdır (Byrne vd. 1968; Dion vd. 1972).

Prinstein (2017)'ye göre popülerlik bir paradox içerdiğinden popüler olmak her zaman olumlu özellikleri beraberinde getirmemektedir. Ergenler için popüler olmak, akranlarla etkileşime girme ve duygusal açıdan dengeli kalma becerisi gibi olumlu getirilerinin yanında, dönem arkadaşlıklarını ve romantik ilişkilerini daha az tatmin edici bulma, madde bağımlılığı konusunda daha yüksek bir risk grubu içinde olmayı beraberinde getirebilmektedir (Prinstein, 2017). Bazı araştırmalar popüler olmanın ergen sağlığı için tehlikeli olabileceğine dair artan kanıtlar ileri sürmektedir (Tucker vd., 2011). Örneğin bu araştırmalar, popüler olarak algılanan ergenlerin daha az popüler olan ergenlere göre erken cinsel deneyim (Mayeux vd. 2008), küçük suçlar işleme (Allen vd., 2005) ve madde kullanımını (Alexander vd. 2001; Michell & Amos, 1997; Prinstein, 2017; Valente vd. 2005) gibi kendi sağlıklarını ve hayatlarını tehlikeye atacak riskli davranışları daha fazla sergileme eğiliminde olduklarını belirtmektedir. Okullarda popüler öğrenci olmak bazen diğer öğrencilerin kıskanmasına hatta siber zorbalık uygulanmasına da neden olabilecek dezavantajlar içermektedir (Topçu vd. 2013).

Bilindiği üzere ergenlik döneminde akranlar tarafından beğenilmek ve desteklenmek son derece önemlidir. Beğenilmenin ve kabul görmenin ölçütlerinden biri de grup normlarına uymaktır (Eisenberg & Forster, 2003). Grup normlarının oluşumunda en etkin kişiler popülerlerdir (Valente vd. 2005). Ergenlik dönemindeki akran ilişkilerinde var olan hiyerarşik yapının (Brown & Larson, 2009) üstlerinde bulunan popülerler, diğer grup üyelerinin tutum ve davranışlarını biçimlendirmede etkin bir role sahiptirler (Kelly vd. 1991). Popüler kişilerin söz konusu etkileri düşünüldüğünde, özellikle okullarda popüler olan öğrencilerin genel özelliklerinin neler olduğu, hangi kriterlerin temel belirleyiciler olduklarını belirlemek ve bunun üzerinden her bir öğrencinin akranları içerisinde kendini ne kadar popüler olarak algıladığı ve bunun sosyal ilişkileri üzerindeki etkilerini belirlemek önemlidir. Popüler öğrencilerin belirlenmesi, bu öğrencilerin davranış ve tutumlarının diğer öğrenciler üzerindeki olası olumlu ve olumsuz etkilerinin takip edilmesini de kolaylaştırır.

Alanyazında popülerlik düzeyini ölçmek için sosyometrik ölçümler yapılmaktadır. Sosyometrik ölçümler popüler öğrencileri tespit etmek için iki farklı yöntemle başvurmaktadır. Bu yöntemlerden ilki, sosyometrik popülerliği en çok sevilme sayısından en az sevilme sayısını çıkararak hesaplamaktadır (Borch vd. 2011). İkinci yöntem ise, sosyal tercih ve sosyal etki boyutlarına göre popüler, reddedilen, ihmal edilen, tartışmalı ve ortalama şeklinde bir sınıflandırmaya göre yapılan sıralama yöntemidir (Coie vd. 1982). Bu ölçümlerde öğrencilere genel olarak “Bu sınıfta birlikte zaman geçirmeyi en çok istediğin kişileri sırala” ya da “Bu sınıfta birlikte zaman geçirmeyi en az istediğin üç arkadaşını yaz” gibi sorular sorularak ölçüm yapılmaya çalışılmaktadır. Bildiğimiz kadarıyla bu iki sosyometrik ölçüm yöntemi dışında öğrencilerin popülerlik düzeyini belirlemek için geliştirilmiş bir ölçme aracına rastlanmamıştır. Bu açıdan düşünüldüğünde bu çalışma ile birlikte geliştirilen ve lise öğrencilerinin popülerlik düzeylerini belirlemeyi amaçlayan bir ölçme aracının alanyazına katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

Bu araştırmada öğrencilerin gözünden nitel ve nicel yaklaşımın birleştirici gücü kullanılarak soruna daha kapsamlı açıklamalar getirilmeye çalışılmıştır. Araştırmanın amacına uygun olarak bir ölçme aracı geliştirme deseni olarak da tanımlanan keşfedici

Atli, A., & Canpolat, M. Keşfedici karma desen kullanılarak öğrenci popülerlik algısı ölçeğinin geliştirilmesi.

karma desen (exploratory mixed methods design) kullanılmıştır (Creswell & Plano Clark, 2011; Onwuegbuzie & Johnson, 2004; Teddlie & Yu, 2007). Bu çerçevede araştırmanın birinci aşaması olan nitel aşamada öncelikle lise öğrencileri açısından popüler öğrencilerin genel özelliklerinin neler olduğu ile ilgili nitel görüşmeler yapılarak buradan elde edilen veriler analiz edilmiştir. Nitel veri analizinden sonra katılımcıların ifadelerini yansıtan ölçek maddeleri yazılarak öğrenci popülerlik algısı ölçeğinin madde havuzu oluşturulmuştur. Araştırmanın ikinci aşamasında hazırlanan ölçek maddeleri daha büyük bir örnekleme uygulanmış ve elde edilen nicel veriler üzerinden geçerlik ve güvenilirlik analizleri yapılmıştır. Bu iki aşamayı da kapsayan ve Creswell ve Plano Clark'ın (2011) önerdiği şekli ile keşfedici karma desen sorusu oluşturulmuştur:

Popüler öğrencilerin özellikleri hakkındaki temalar, lise öğrencilerinden oluşan daha geniş bir çalışma grubuna genellenebilir mi?

YÖNTEM

Araştırmanın Deseni

Sosyal bilimlerdeki problemlerin karmaşıklığı, sadece nicel veya sadece nitel verilerin yeterli olmaması (Teddlie & Yu, 2007), karma yöntemin tek bir araştırma modeline göre oldukça kapsamlı, keşfedici, çoğulcu, açıklayıcı, yaratıcı ve tamamlayıcı olması (Morse, 2003; Onwuegbuzie & Johnson, 2004) araştırmacıların kısa süre içinde karma deseni kullanmaya yönelik ilgilerini arttırmıştır. Bu çalışmada lise öğrencilerinin popülerlik algılarını belirlemek için “birden fazla yol ile bakabilmenin” (Greene, 2008) güçlü yöntemlerinden biri olan karma yöntem araştırmalarından bir ölçme aracı geliştirme deseni olarak da tanımlanan keşfedici karma desen kullanılmıştır (Creswell vd., 2004). İki aşamalı sıralı bir desen olan bu desende, önce nitel veriler toplanır, analiz edilir ve konu keşfedilmeye çalışılır daha sonra nitel sonuçlara dayalı olarak bir araç geliştirilir, geliştirilen bu araçla nicel veriler toplanır ve analiz edilir (Creswell, 2003, 2005; Tashakkori & Teddlie, 2003).

Araştırmanın iki aşamasında da katılımcı öğrencilere araştırmanın amacı ve içeriği hakkında bilgi vermiş ve ses kaydı altında sözlü onamları alınmıştır. Katılımcılara araştırma sürecinden istedikleri zaman ayrılacakları, araştırmaya katılmak veya devam etmek için herhangi bir yasal zorunluluklarının bulunmadığı, araştırmanın hem nitel hem de nicel aşamasında belirtilmiştir. Araştırmanın nitel aşaması katılımcılarına, araştırma sonrasında elde edilen verilerin raporlanmasında katılımcıların kimliklerini belirginleştirecek hiçbir kişisel bilginin kullanılmayacağı, kod isimlerin kullanılacağı söylenmiştir. Benzer şekilde, nicel aşama için de çalışma grubundaki öğrencilere kişisel bilgilerinin korunacağı, kendi bilgilerinin analizinde sadece sayıların kullanılarak grup değerlendirmelerinin yapılacağı söylenerek katılımcıların kendilerini güvende hissetmeleri sağlanmıştır. Araştırmanın birinci aşamasında popülerliğin boyutlarını belirlemek için yarı yapılandırılmış (semistructure) derinlemesine görüşmeler yapılmıştır (in-depth interviews). Ardından nitel verilerden öğrenci popülerliğine ilişkin ölçek maddeleri oluşturulmuştur. Araştırmanın ikinci aşamasında geliştirilen ölçeğin geçerlik ve güvenilirlik analizleri yapılmıştır. Tablo 1’de araştırma sürecine ilişkin ayrıntılı bilgi sunulmuştur.

Tablo 1.

Keşfedici Karma Desen Araştırma Süreci

Nitel veri toplama	Nitel veri analizi	Ölçek geliştirme	Nicel veri toplama	Nicel veri analizi	Yorumlama
<u>Prosedür:</u> *Maksimum çeşitlilik örnekleme (48 öğrenci) *Yarı yapılandırılmış görüşmeler	<u>Prosedür:</u> *Kodlama *Tematik analiz	<u>Prosedür:</u> *6 ana tema çerçevesinde ölçek maddelerinin geliştirilmesi	<u>Prosedür:</u> * $n = 282$ öğrenci (AFA için) * $n = 148$ öğrenci ile 4 ölçme aracı ile tarama yapılması (ÖPAÖ, UCLA-YÖ, BSÖ, YDÖ) ve demografik sorular	<u>Prosedür:</u> *Açımlayıcı faktör analizi *Doğrulamalı faktör analizi *Birleşme-ayrılma geçerliliği *Güvenirlilik analizi	<u>Prosedür:</u> *Boyutların özeti *Yapı geçerliliği kanıtları *Nitel bulguların hangi düzeyde geçerli kılındığının tartışılması
<u>Ürünler:</u> * Transkript	<u>Ürünler:</u> *Kodlanmış döküman * 6 tema	<u>Ürünler:</u> *6 alt boyuta ilişkin 36 madde (Öğrenci Popülerlik Algısı Ölçeği, ÖPAÖ)	<u>Ürünler:</u> *Sayısal puanlar	<u>Ürünler:</u> *Faktör yükleri * Model uyum değerleri *Korelasyonlar *Cronbach alpha katsayısı	<u>Ürünler:</u> *Boyutların tanımlanması *Boyutları ölçmek için geçerli kılınmış ölçme aracı

AŞAMA 1: NİTEL ÇALIŞMA

Katılımcılar

Araştırmaya katılan öğrencilerin seçiminde derinlemesine ve zengin bilgi içeren durumlara ulaşmak için nitel araştırmalarda yaygın olarak kullanılan amaçlı örneklem yöntemlerinden maksimum çeşitlilik (yaş, cinsiyet, sınıf, sosyo-ekonomik düzey, okul türü) örnekleme yöntemi (Patton, 2013) kullanılmıştır. Araştırmaya lise düzeyinden 48 öğrenci katılmıştır. Görüşme yapılan öğrenciden yedi tanesi (%14.5) kendilerini okulun popüler öğrencileri olduklarını söylemişlerdir. Öğrenciler 14 ile 18 yaş aralığında ($\bar{X} = 16.87$, $Ss = 1.10$), ve 24'i kız (%50), ve 24'ü erkektir (%50). Öğrencilerden 6'sı 9. Sınıf (%12.5), 6'sı 10. Sınıf (%12.5), 11'i 11. Sınıf (%22.9), ve 25'i 12. Sınıf (%52.1) düzeyindedir.

Veri Toplama

Öğrenciler ile yarı yapılandırılmış görüşmeler 2018-2019 yılları arasında yapılmıştır. Katılımcı öğrencilere ulaşmak için Malatya il merkezinde yer alan okul yöneticileri ve okul psikolojik danışmanları ile görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Daha sonra okul psikolojik danışmanları araştırmaya katılmaya gönüllü öğrencileri belirlemiştir. Lise öğrencilerinin popüler öğrenciler algılarının cinsiyet, sosyo-ekonomik düzey, sınıf ve akademik başarı düzeyi gibi değişkenlerden etkilendiği düşünüldüğünden, bu özellikleri yansıtacak farklı 12 lisede nitel görüşmeler yürütülmüştür. Görüşmelerin yapılması sürecinde okul psikolojik danışmanları ile görüşülerek araştırmaya katılmaya gönüllü öğrencilerin isimleri alınmış ve görüşmelerin yapılacağı tarihler belirlenmiştir.

Atli, A., & Canpolat, M. Keşfedici karma desen kullanılarak öğrenci popülerlik algısı ölçeğinin geliştirilmesi.

Katılımcılar ile yapılan görüşmelerin tümü okul içinde uygun olduğunda okul psikolojik danışmanının odasında, bazen boş bir sınıfta veya kalabalık olmadığı zamanlarda okul kantininde araştırmacılar ve 17 Psikolojik Danışmanlık ve Rehberlik (PDR) 4. Sınıf öğrencileri ile gerçekleştirilmiştir. PDR öğrencilerine lise öğrencileri ile yapılandırılmış görüşmeleri nasıl yapacaklarına dair araştırmanın birinci yazarı tarafından iki hafta boyunca uygulamalı eğitimler verilmiştir. Bu eğitimlerde katılımcılar ile görüşme süreçleri, soruların sorulması sırasında kullanılacak somutlaştırma, empatik tutum ve yansıtma gibi teknikler anlatılmıştır. Yapılan görüşmeler yaklaşık olarak 20-25 dakika sürmüş ve bu görüşmeler mobil telefon yolu ile katılımcılardan sesli onam alınarak kaydedilmiş ve ardından birebir transkripte edilmiştir.

Araştırmada nitel verilerin elde edilmesi amacıyla araştırmacılar tarafından hazırlanan ve öğrencilerin popüler öğrencilerin özelliklerine ilişkin algılarını keşfetmek için belirlenen beş sorudan oluşan görüşme formu kullanılmıştır. Görüşme formunda yer alan bazı örnek sorular şu şekildedir: “Sence popüler öğrencilerin genel özellikleri nelerdir?”, “Okulundaki popüler öğrencileri diğer öğrencilerden farklı kılan özellikler nelerdir?” ve “Popüler öğrencilerin temel özellikleri nelerdir?”

Veri Analizi

Öğrenciler ile yapılan görüşmelerin birebir transkriptleri nitel veri analizinde sıklıkla kullanılan NVİVO-11 programına yüklenmiş ve analizler bu program üzerinden yapılmıştır. Veri setinde tekrar eden anlam örüntülerini (pattern) bulmak ve derinlemesine zengin bir şekilde düzenleyerek betimlemek için prosedürü Braun ve Clarke (2006) tarafından tanımlanan tematik analiz kullanılmıştır. Bu prosedür çerçevesinde iki araştırmacı transkriptleri baştan sona okuyarak veriye aşına olmuştur. Daha sonra görüşmeler tekrar okunarak popülerliğe ilişkin belirleyici ve güçlü ifadeler bulunarak toplam 50 başlangıç kodlar (initial codes) oluşturulmuştur. Elde edilen 50 kod, daha kapsayıcı, derin ve zengin potansiyel temalar (potential themes) altında birleştirilmiştir. Sonuç olarak altı (arkadaşlık ilişkileri, öğretmenler ile ilişkiler, özgüven, kıyafet ve moda, fiziksel çekicilik, spor ve sanatsal etkinlikler) kapsayıcı tema belirlenmiştir.

Araştırmanın Geçerliliği

Tematik analizin doğası gereği farklı araştırmacıların aynı veri setine aynı pencereden bakmalarının her zaman mümkün olmaması nedeniyle kodlayıcılar arası tutarlılığın ölçülmesi çoğu zaman zor olmaktadır (Joffe & Yardley, 2004). Yine de yapılan analizin tutarlılığını kontrol etmek amacıyla rastgele olarak seçilen dört veri seti bu veri seti üzerinde belirlenen kodlar ve temalar Eğitim Bilimlerinde çalışan iki öğretim üyesine verilerek bu kişilerin uzman görüşleri alınmıştır. Bu iki öğretim üyesinin daha önceden Millî Eğitim Bakanlığına bağlı liselerde öğretmen olarak çalışma deneyimi vardı ve nitel araştırmalar ve ölçme aracı geliştirme konusunda çalışmaları olan kişilerdi. Araştırmacıların belirlediği kodlar, temalar ve bunlar çerçevesinde belirlenen taslak ölçek maddeleri iki öğretim üyesi tarafından incelenmiştir. Bu inceleme sonrasında iki öğretim üyesinin görüşleri dikkate alınarak kodlar ve ölçek maddeleri revize edilmiş, araştırmacılar arasında tam mutabakat sağlanana kadar düzenlemeler yapılmıştır.

NİTEL BULGULAR

Arkadaşlık İlişkileri

Yapılan görüşmelerde öğrencilerin %89'u ($n = 43$) popüler öğrencilerin sosyal ilişkilerinin güçlü olduğunu, birçok arkadaşının olduğunu ve herkes tarafından tanındıklarını ifade etmiştir. Görüşmelerde öğrencilerin büyük çoğunluğu popüler öğrencileri genel olarak “arkadaşı çok olan”, “sevilen”, “model alınan”, “sosyal medya takipçisi sayısı fazla olan” gibi olumlu özellikler ile tanımlarken bazı öğrenciler popüler öğrenciler için “sahte arkadaşlıklara sahip”, “kıskanılan”, “kendini beğenmiş” ve “zorba” gibi olumsuz ifadeler kullanmıştır. Yapılan görüşmelerde popüler öğrencilerin en belirgin özelliklerinin sosyal ilişkilerinin güçlü olması olarak gözükmektedir. Bu durumu 17 yaşındaki bir kız öğrenci şu şekilde ifade etmiştir: “Popüler öğrencilerin arkadaşları çok oluyor. Bir ortama girerken kalabalık bir şekilde giriyorlar. Mesela kantinde etrafları kalabalık, okulun bahçesinde kalabalık.” Okulda dikkat çeken ve herkes tarafından bilinen kişiler olmak da popüler öğrenci olmanın temel ölçütlerinden biridir. 17 yaşındaki bir kız öğrenci popüler öğrencilerin herkes tarafından bilinen ve tanınan kişiler olduklarını, “Tüm gözler üzerinde olur ve daha da önemlisi okuldaki herkes adını bilir. Hep parmakla gösterilen biri olur” diyerek ifade etmiştir. Popüler olmanın arkadaşlık ilişkileri açısından birçok avantajı olmasına rağmen bazı öğrenciler popüler öğrencilerin arkadaşlık ilişkilerinin görüldüğü gibi olmadığını dile getirmiştir. Popüler öğrencilerin çok fazla arkadaşlarının olduğu ve bunlar ile iyi geçindiğinin bir yanılsama olduğunu söyleyen beş öğrenci olmuştur. Bu öğrencilerden biri, “Popüler öğrenciler genelde kalabalık takılıyorlar. Yani benim gördüklerimin etrafı hep kalabalık. Ama genelde onlar gibi popüler olmak isteyenlerle dolu. Onların popülerliğiyle popüler olacaklarını düşünüyorlar bence. Gerçekten onlarla dost oldukları için yanlarında değil diye düşünüyorum” diyerek popüler öğrencilerin çevrelerinde olan arkadaşlarının gerçek arkadaşlar olmadığını söylemiştir.

Öğretmenler ile İlişkiler

Popüler öğrencilerin bir diğer özelliği öğretmenlerle kurdukları yakın ilişkilidir. Görüşme yapılan öğrencilerin %89'u ($n = 43$) popüler öğrencilerin öğretmenler tarafından bilindiğini, bu öğrencilerin öğretmenlerle diyaloglarının diğer öğrencilere göre daha yakın olduğunu söylemiştir. Örneğin 18 yaşında bir erkek öğrenci popüler öğrencilerin öğretmenler ile olan yakın ilişkisini, “Popüler öğrenciler samimi oldukları hoca ile her türlü konuyu konuşuyorlar. Samimi olmadıklarına gidip halini hatırını soruyor dersle alakalı bir şeyler soruyor, saygı çerçevesinde konuşuyor. Çok samimi olan bir hocası olursa başka meselelerde konuşabiliyorlar mesela sevgiliyle ilgili veya dışarıdan bir olayla ilgili her türlü şeyi konuşabiliyorlar” diyerek ifade etmiştir. Bir başka öğrenci de (kız; 17 yaşında) bu durumu şu şekilde ifade etti: “Normal bir öğrenci kendi çapındadır kendi sınıfındakiler tanır onu. Fakat popüler öğrencinin şöyle bir ayrıcalığı olur hocalar da eğer tanıyorsa popüleritesi yüksekse hocalar tarafından farklı bir özelliğe sahip olur. Çünkü hocalarla arası daha samimi olur. Çoğu insanla arası daha samimidir popüler öğrencilerin. Ondan sonra normal öğrenci ise biraz pasiftir, hocalar pek fazla tanımaz sadece kendi sınıf hocaları tanır.”

Atli, A., & Canpolat, M. Keşfedici karma desen kullanılarak öğrenci popülerlik algısı ölçeğinin geliştirilmesi.

Kıyafet ve Moda

Öğrencilerin %79'u ($n = 38$) popüler öğrencilerin kaliteli ve moda uygun kıyafetler giyinen, aynı zamanda bakımlı saçlara sahip ve makyaj yapan kişiler olduklarını söylemiştir. Kıyafet ve moda temasını “iyi giyinen”, “diğer öğrencilerden farklı giyinen” ve “bakımlı” gibi kodlar oluşturmuştur. Okulun popüler öğrencilerinden biri olduğunu söyleyen 18 yaşındaki bir kız öğrenci, “Mesela temiz kullanırım kıyafetlerimi. Çeşit giyerim, bir gün giydiğimi bir daha giymem uzun süre boyunca. Ayakkabılarıma dikkat ederim, farklı şeyler kullanırım yani her şeye dikkat ediyorum yani” diyerek ifade etmiştir. Bazı öğrenciler popüler öğrencilerin diğer öğrencilerden farklı giyindiklerini ve bu giyim tarzlarının onları diğer öğrencilerden farklı kıldığını ifade etmiştir. Örneğin 17 yaşındaki bir kız öğrenci popüler öğrencilerin diğer öğrencilerden farklı giyindiklerini, “Giyim konusunda mesela sıra dışı giyinmeye çalışırlar. Eğer okul forması varsa bir okulda okul forması yerine kot pantolon tişört giyerek okula gelirler. Kızlarda saçlar boyalı erkeklerde saçları bakımlı jöleli örnek verebiliriz. İlgi çekmeye çalıştıkları için bunları yaparlar” diyerek ifade etmiştir.

Fiziksel Çekicilik

Öğrencilerin %68'i ($n = 33$) popüler öğrencilerin yakışıklı veya güzel olduklarını, fiziki çekiciliklerinin olduğunu belirtmiştir. Yapılan görüşmelerde popüler öğrencilerin daha çok “güzel/yakışıklı”, “renkli gözlü”, “sarı saçlı” ve “uzun boylu” gibi fiziksel özellikler ile tanımlandıkları görülmektedir. 18 yaşında bir kız öğrencinin popüler öğrencilerin fiziksel özelliklerine dair söyledikleri şunlardır: “Genellikle uzun boylu oluyorlar. Fizikleri filan güzel oluyor. Erkekse genellikle fitnessse gitmiş güzel vücutlu filan oluyor. Kızlarda genellikle uzun saçlı oluyor. Erkeklerde de yine saçı uzun oluyor ama her zaman fönlüdür.” Benzer şekilde 16 yaşındaki bir başka erkek öğrenci popüler öğrencilerin fiziksel özelliklerini, “Popüler öğrenciler genellikle ya yakışıklı olurlar ya da güzel olurlar. Mesela bizim okuldaki popüler kızlar genelde güzel oluyorlar” diyerek ifade etmiştir.

Spor ve Sanatsal Etkinlikler

Spor etkinlikleri daha çok erkek öğrenciler için popüler olmanın bir ölçütü olarak görülürken, müzik ya da tiyatro gibi etkinliklerde yer almak da popüler kızların daha çok sahip oldukları özellikler olarak görülmektedir. Yapılan görüşmelerde öğrencilerin %56'sı ($n = 27$) popüler öğrencilerin herhangi bir spor etkinliğinde aktif olarak rol aldığını, bunun yanında, öğrencilerin %33'ü de ($n = 16$) popüler öğrencilerin sanat etkinliklerine katıldıklarını ifade etmiştir. 16 yaşındaki bir erkek öğrenci, “Bizim okulun popüler öğrencileri ya voleybolda ya basketbolda ya da futbolda başarılı. Beden eğitimi ile ilgili konularda akıllara gelen ilk isimler onlar.” diyerek popüler öğrencilerin spor etkinliklerinde aktif roller aldıklarını ifade etmiştir. 17 yaşındaki bir kız öğrenci müzik ve tiyatro gibi etkinliklere katılan öğrencilerin popüler öğrencilerin genel özelliklerinden biri olduğunu şu şekilde ifade etmiştir: “Popüler öğrenciler tiyatro gibi, müziksel faaliyetler gibi, toplu gösteriler gibi falan etkinliklerde yer alıyorlar. Kendilerini oralarda gösteriyorlar.”

Özgüven

Yapılan görüşmelerden yola çıkarak popüler öğrencilerin bir diğer karakteristik özelliği, özgüven düzeylerinin yüksek olmasıdır. Popüler öğrenciler kalabalık ortamlarda rahatlıkla konuşabilen, tutum ve davranışları ile kendilerini grup içinde fark ettirebilen öğrenciler olarak algılanmaktadır. Görüşmelerde öğrencilerin büyük bir kısmı popüler öğrencileri “özgüveni yüksek”, “dikkat çeken”, “kendini ifade edebilen”, “havalı”, “lider”, “karizmatik” gibi olumlu özellikler ile tanımlamıştır. 15 yaşındaki bir kız öğrenci yapılan görüşmede popüler öğrencilerin diğer öğrencilerden farklı olarak kendilerine güvenerek iletişim kurduklarını, “Popüler öğrenciler, utangaç değildirler. Özgüvenleri yüksektir. Farklı ortamlarda çok rahat konuşabilirler ama normal öğrencilerse utangaçlardır, konuşmaya çekinirler” diyerek belirtmiştir. Benzer şekilde bir başka öğrenci de popüler öğrencilerin özgüvenlerinin yüksek olduğunu şu şekilde ifade etmiştir: “Popüler öğrencinin özgüveni yüksektir, atılgandır, göz önündedir, girişkendir. Diğer öğrencilerde özgüven eksikliği olabilir ve daha içe kapanık olabilir.” Bunun dışında bazı öğrenciler ($n = 9$; %18.75) popüler öğrencilerin kendilerini rahatlıkla ifade edebilen ve özgüven olarak gözüken davranışlarını “kendilerini beğenmişler” olarak tanımlamıştır. Örneğin 17 yaşında erkek bir öğrenci popüler öğrencilerin bir süre sonra kendini beğenmeye ve diğer insanlardan daha üstün hissetmeye başlayabileceklerini, “Popüler öğrenci herkes tarafından tanındığı için biraz daha ego şeyinden bahsederseniz daha yüksektir. Ama normal öğrenci kendi halinde normal bir şekilde devam eder. Ego derken hani insan kendinin övülmesini isteyebilir. Övülmesini istediği anda popüler öğrenci her an kendini egosunu tatmin edebilir çünkü hani herkes tarafından tanındığı için günlük atıyorum sosyal hesaplarından bin tane mesaj gelebilir.” diyerek ifade etmiştir.

AŞAMA 2: NİCEL ÇALIŞMA

Çalışma Grubu ve Faktör Analizinin Ön Hazırlığı

AFA ve DFA öncesi kayıp veriler (missing data) analizi yapılmıştır. Öğrencilerin %98.84’ü ($n = 430$) veri toplama araçlarını eksiksiz doldurmuş, sadece %1.16’sı ($n = 5$) ölçek formunu büyük oranda tamamlamadıkları için analiz dışında bırakılmıştır. AFA ve DFA için çalışma grubu rastgele iki gruba bölünmüştür. Örneklemin bir kısmı 14 ile 18 yaş ($M = 15.36$, $SD = .95$) ve 209’u kız (%74), ve 73’ü erkek (%26) toplam 282 kişi AFA için kullanılmıştır. Kalanı 14 ile 18 yaş ($M = 16.06$, $SD = 1.12$) ve 61’i kız (%41) ve 87’si erkek (%59) toplam 148 öğrenci de DFA için kullanılmıştır. Faktör analizi için örneklem büyüklüğü ile ilgili net bir sayı belirtilmemekle beraber farklı görüşler mevcuttur. Ho (2006) faktör analizi için örneklem sayısının madde sayısının 5 katını aşması gerektiğini belirtmiştir. Söz konusu standartlar açısından bu çalışmada 36 maddeden oluşan form için kullanılan 282 kişinin yeterli olduğu görülmektedir.

Ölçek Maddeleri Geliştirme

ÖPAÖ’nün maddeleri bu araştırmanın birinci aşamasını oluşturan “Aşama 1: Nitel Çalışma” bölümünde bulunan temalar ve kodlar ve bunları oluşturan katılımcı öğrencilerin ifadeleri kullanılarak oluşturulmuştur. Bu araştırmanın asıl amacı lise öğrencilerinin popüler öğrencilerin özelliklerine ilişkin algılarını belirleyebilmektir. Bu nedenle öğrencilerin temalar içinde bulunan ifadeleri baştan sona karşılaştırmalı bir şekilde dikkatlice incelenmiştir. Sonra taslak maddeler Psikolojik Danışmanlık ve Rehberlik alanında çalışan ve bu araştırmanın yazarları olan iki öğretim üyesi/elamanı

Atli, A., & Canpolat, M. Keşfedici karma desen kullanılarak öğrenci popülerlik algısı ölçeğinin geliştirilmesi.

tarafından yazılmıştır. Yazarların her ikisi de Türkiye’de Millî Eğitim Bakanlığına bağlı liselerde en az üç yıl süre ile okul danışmanı olarak çalışmışlardır. İlk olarak, “arkadaşlık ilişkileri”, “öğretmenler ile ilişkiler”, “özgüven”, “kıyafet ve moda”, “fiziksel çekicilik” ve “spor ve sanatsal etkinlikler” temalarında yer alan katılımcı ifadeleri incelenerek 47 (initial item pool) maddelik taslak ölçek formu oluşturulmuştur. Daha sonra toplam 47 maddelik taslak form kapsam geçerliği, maddelerin anlaşılabilirliği, gramer yapısı ve öğrenciler için kullanılabilir olması kriterleri dikkate alınarak araştırmanın iki yazarı ve Eğitim Bilimlerinde çalışan iki öğretim üyesi ile birlikte tekrar gözden geçirilerek 11 madde taslak formdan çıkarılmıştır. Sonuç olarak 36 maddeden oluşan ÖPAÖ (Ek 1) bir form haline getirilmiştir. ÖPAÖ beşli likert tipi derecelendirme ile ($1 = \text{Hiç katılmıyorum}$, $5 = \text{tamamen katılıyorum}$) ölçülmüştür.

NİCEL BULGULAR

Açıklayıcı Faktör Analizi

The Kaiser–Meyer–Olkin (KMO) örnekleme yeterliliği ölçüsü .90 ve istatistiksel olarak anlamlı, Bartlett’s test of sphericity $X^2(630, N = 282) = 5542,401$, $p < .001$ testi 36 maddenin faktör analizi için uygun olduğunu göstermiştir. Faktör sayıları için scree plot ve paralel analiz (PA; O’Connor, 2000) ve faktörlerin yorumlanabilirliği kullanılmıştır. Yapılan ilk analiz özdeğeri 1’in üzerinde ve varyansın %65.37’sini açıklayan sekiz faktörlü bir yapı önermiştir. Faktör analizindeki ilk beş özdeğer (11.91, 2.95, 1.96, 1.63, 1.55, 1.31, 1.17, 1.04), PA değerlerinden yüksekti (1.74, 1.65, 1.58, 1.51, 1.46) ve bu durum ölçeğin beş faktörlü bir yapı olabileceğine dair ilk öneriyi sunmuştur. PA beş boyutlu bir yapı önermesine rağmen araştırmanın nitel aşamasında ortaya çıkan altı temayı koruyabilmek ve kapsam geçerliğini sağlamak için altı faktörlü yapı kabul edilmiştir. Faktör 6’da yer alan 8. madde (“Okuldaki öğretmenlerin çoğu beni tanır”) .52 düzeyinde değer alırken aynı madde 5. faktörde de .48 gibi yüksek bir değer almıştır. Faktör-6 öğretmenler ile ilişkileri, faktör 5 ise arkadaşlar ile ilişkileri içeren maddelerden oluşmaktadır. Farklı içerikler barındırmasına rağmen 8. madde her iki faktörde de yüksek yük değeri almıştır. Ancak bu araştırmanın nitel aşamasında ortaya çıkan ve kendi içinde homojen ve diğer temalardan ayrı olan bu iki boyutun ölçekte kalmasına karar verilmiştir. Varimax döndürme kullanarak faktör örüntü matrisine dayanarak faktör yükü .40’nın altında olma ve diğer faktör ile .10’dan az yüklenmeye sahip olma kriterleri dikkate alınarak ölçek maddeleri atılmıştır. Bu kriterler çerçevesinde iki maddenin düşük faktör yükü değeri alması ve 14 maddenin diğer faktöre yüklenme olduğundan toplamda 16 madde çıkarılarak 20 maddeden oluşan final yapı oluşturulmuştur. Altı faktörlü ÖPAÖ toplam varyansın %73.203’ ünü açıklamıştır. Altı faktörden oluşan ölçeğin (bakınız Tablo 2) faktör yükleri, açıklanan varyansları ve cronbach alpha değerleri şu şekildedir:

Tablo 2.
Öğrenci Popülerlik Algısı Ölçeğinin Faktör Analizinden Sonuçları

Maddeler	Faktör Yükleri					
	1	2	3	4	5	6
<i>Faktör 1: Kıyafet-moda</i>						
18 Okula giderken her gün farklı kıyafetler giymeye özen gösteririm.	.86	.09	.06	.12	.04	.06
19 Okula giderken giydiğim kıyafetler diğer öğrencilerin dikkatini çeker.	.82	.12	.22	.10	.07	.13
17 Okulda giydiğim kıyafetlerin modağa uygun olmasına dikkat ederim.	.79	.06	.14	-.01	.01	.14
16 Diğer öğrencilerden farklı kıyafetler giymeye çalışırım.	.79	.08	.17	.06	.04	.03
<i>Faktör 2: Özgüven</i>						
26 Okulda kalabalık ortamlarda kendimi rahatlıkla ifade ederim.	.09	.84	.13	.18	.14	.11
24 Okulda her ortamda kendimi rahatlıkla ifade edebilirim.	.14	.81	.13	.07	.27	.10
25 Özgüveni yüksek birisiyim.	.12	.75	.27	.25	.15	.13
27 Birçok konuda kendime güvenirim.	.07	.69	.30	.26	.17	.09
<i>Faktör 3: Fiziksel çekicilik</i>						
11 Kendimi fiziksel olarak çekici bulurum.	.23	.22	.80	.12	.12	.09
12 Kendimi güzel & yakışıklı bulurum.	.22	.34	.78	.05	.13	.07
13 Okuldaki birçok öğrenci benim güzel & yakışıklı olduğumu söyler.	.25	.19	.69	.17	.23	.22
<i>Faktör 4: Spor ve sanatsal etkinlikler</i>						
29 Okulda düzenlenen birçok etkinliğin içinde yer alırım.	.07	.20	.09	.85	.15	.13
30 Okulda yapılan sanatsal etkinliklerin içinde bulunurum.	.07	.20	-.05	.82	.09	.13
28 Okulda yapılan spor etkinliklerine aktif bir şekilde katılırım.	.11	.16	.34	.74	.02	-.02
<i>Faktör 5: Arkadaşlık ilişkileri</i>						
4 Arkadaşlarım tarafından sevilen biriyim.	.08	.18	.03	.03	.79	.04
3 Okuldaki öğrenciler tarafından saygı duyulan biriyim.	.07	.17	.17	.02	.72	.22
1 Okulda çok sayıda arkadaşım vardır.	-.06	.16	.12	.15	.70	-.01
<i>Faktör 6: Öğretmenler ile ilişkileri</i>						
9 Okuldaki öğretmenler ile diğer öğrencilerden daha yakın ilişkilerim vardır.	.04	.05	.15	.13	.12	.85

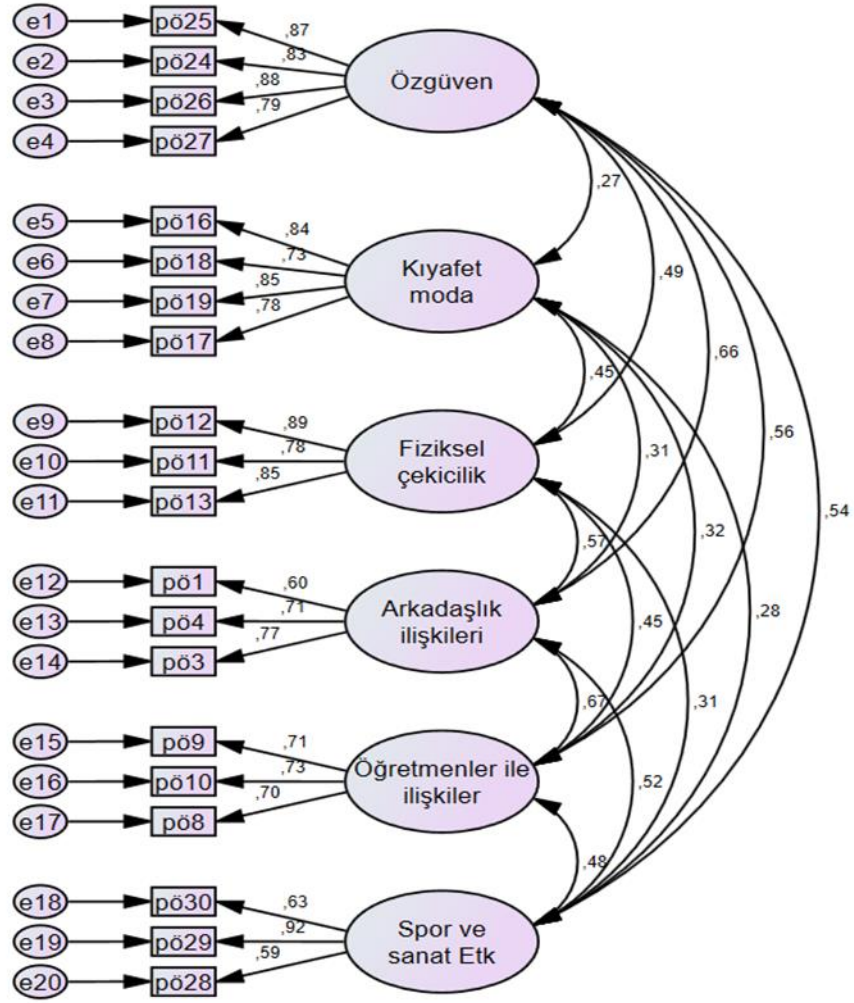
Atli, A., & Canpolat, M. Keşfedici karma desen kullanılarak öğrenci popülerlik algısı ölçeğinin geliştirilmesi.

10 Okuldaki öğretmenler ile yakın arkadaş gibi konuşabilirim.	.21	.25	.03	.02	.03	.78
8 Okuldaki öğretmenlerin çoğu ben tanır.	.19	.05	.16	.18	.48	.52
Özdeğer	3.03	2.94	2.29	2.28	2.20	1.87
% varyans	15.16	14.72	11.49	11.42	11.01	.38
Cronbach's Alpha (α)	.87	.89	.86	.81	.70	.73

Not. $N = 282$. Ana yükler kalın harflerle verilmiştir.

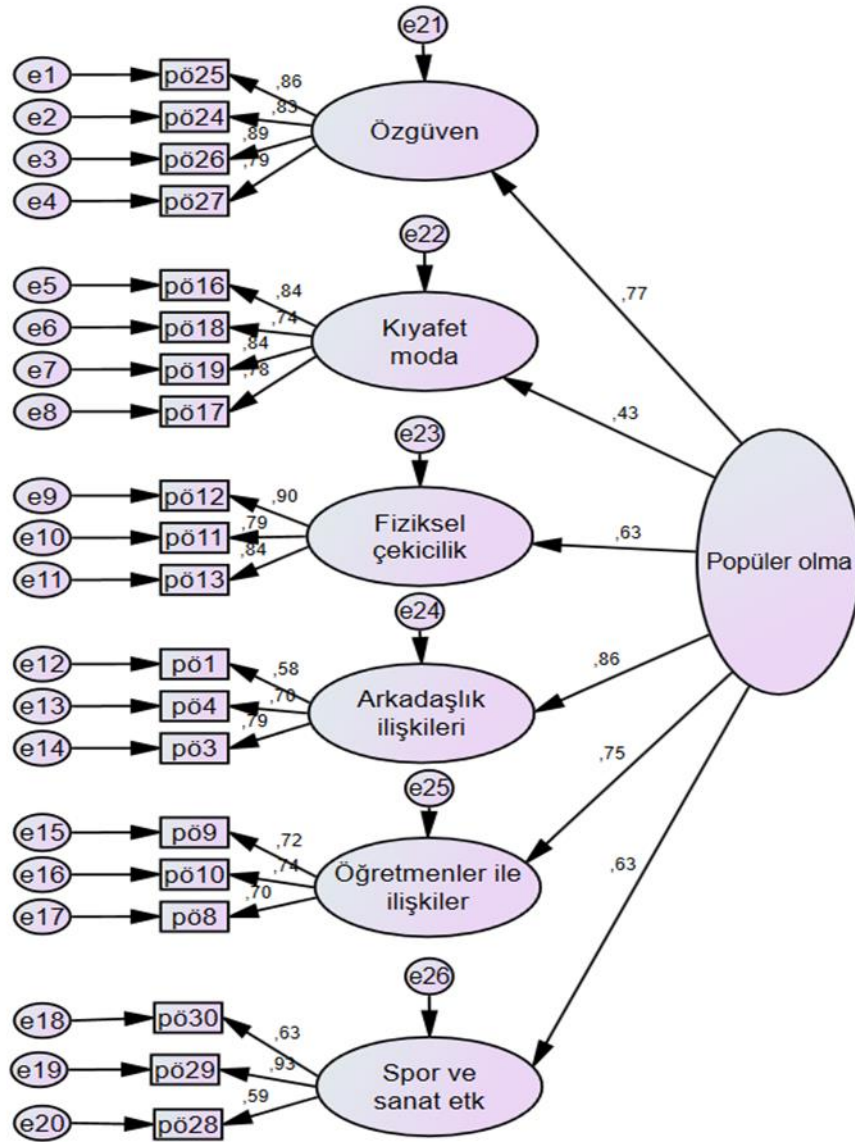
Doğrulayıcı Faktör Analizi

Öğrenci popülerlik algısı ölçeğinin 20 madde ve altı boyuttan oluşan modelini yani gözlenen değişken (maddeler) ile örtük değişkenlerin (alt boyutların) doğrudan ilişkisini test etmek için birinci düzey DFA, AMOS Version 24 programı kullanılarak yapılmıştır. Analiz sonucunda $\chi^2 (148) = 238.772$, $p < .001$, $\chi^2/df = 1.540$, $SRMR = .074$, $CFI = .95$, $TLI = .93$, $IFI = .95$, and $RMSEA = .061$ değerleri altı boyutlu modelin iyi uyum (good fit statistic) değerlerine sahip olduğunu göstermektedir (Hu ve Bentler, 1999). Tüm faktör yükleri anlamlıdır ($p < .001$). Yol (path) katsayıları özgüven boyutunda .79 ile .88, kıyafet ve moda boyutunda .73 ile .85, fiziksel çekicilik boyutunda .78 ile .89, arkadaşlık ilişkileri boyutunda .60 ile .77, öğretmenle ilişkiler boyutunda .70 ile .73, spor ve sanatsal etkinlikler boyutunda .59 ile .92 arasında değişmektedir (bakınız Şekil 1). Örtük değişkenlerin popülerliği ne derece yordadığını test etmek için ikinci düzey DFA yapılmıştır. Analiz sonucunda $\chi^2 (148) = 252.572$, $p < .001$, $\chi^2/df = 1.540$, $SRMR = .074$, $CFI = .94$, $TLI = .93$, $IFI = .94$, ve $RMSEA = .061$ değerleri altı boyutlu modelin uyum (good fit statistic) değerlerinin iyi olduğunu göstermiştir (Hu ve Bentler, 1999). Yol (path) katsayıları özgüven boyutunda .79 ile .89, kıyafet ve moda boyutunda .74 ile .84, fiziksel çekicilik boyutunda .79 ile .90, arkadaşlık ilişkileri boyutunda .59 ile .79, öğretmenler ile ilişkiler boyutunda .70 ile .74, spor ve sanatsal etkinlikler boyutunda .63 ile .93 arasında değişmektedir. Popüler olma ile alt boyutlar arasındanki yol (path) katsayıları arkadaşlık ilişkileri ile .86, özgüven ile .77, öğretmenle ilişkiler ile .75, fiziksel özellikler ile .63, spor ve sanatsal etkinlikler ile .63 ve kıyafet ve moda ile .43 olarak bulunmuştur (bakınız Şekil 2).



Şekil 1. Popülerlik Algısı Ölçeği Birinci Düzey DFA Sonuçları

Atli, A., & Canpolat, M. Keşfedici karma desen kullanılarak öğrenci popülerlik algısı ölçeğinin geliştirilmesi.



Şekil 2. Popülerlik Algısı Ölçeği İkinci Düzey DFA Sonuçları

Öğrenci Popülerlik Algısı Ölçeğinin Birleşme-Ayrılma Geçerliği

Bu aşamada ÖPAÖ formunun birleşme-ayrılma geçerliği testinin yapılması için DFA için kullanılan 148 lise öğrencisinin verileri kullanılmıştır. Araştırmanın bu aşamasında ÖPAÖ'nün birleşme geçerliği için aşağıda belirtilen ölçme araçları kullanılmıştır.

Popülerlik

Öğrencilerin popülerlik algısını ölçmek için bu araştırma kapsamında geliştirilmiş olan ÖPAÖ kullanılmıştır. Ölçek hakkındaki ayrıntılı bilgiler yukarıda "Aşama 2: Nicel Çalışma" bölümünde yer almaktadır.

Yaşam doyumu

Öğrencilerin yaşam doyumu düzeylerinin belirlenmesi için Diener, Emmons, Larsen ve Griffin (1985) tarafından geliştirilen Türkçe'ye uyarlanması yapılan ve beş maddeden oluşan Yaşam Doyum Ölçeği (YDÖ; Dağlı & Baysal, 2016) kullanılmıştır. YDÖ tek boyuttan oluşmaktadır (Örnek madde: İdeallerime yakın bir yaşantım vardır). Katılımcılar her maddeye 1 (hiç katılmıyorum) ile 5 (tamamen katılıyorum) arasında değişen 5'li likert ölçeği kullanarak cevap vermektedir. Ölçekten alınan puanlar yükseldikçe yaşam doyumu düzeyinin arttığı anlamına gelmektedir. Ölçeği oluşturan maddelerin iç tutarlılığını veren Cronbach Alpha Katsayısı $\alpha = .88$ olarak hesaplanmıştır. Bu çalışmada iç tutarlılık katsayısı $\alpha = .76$ bulunmuştur.

Yalnızlık

Öğrencilerin yalnızlık düzeyleri, Russel, Peplau ve Ferguson (1978) tarafından geliştirilen Türkçeye uyarlanan 20 maddelik UCLA-Yalnızlık Ölçeği (UCLA-YÖ; Demir, 1989) kullanılarak değerlendirilmiştir. Ölçek tek boyuttan oluşmaktadır (Örnek madde: Arkadaşım yok). Katılımcılar her maddeye 1 (hiç yaşamam) ile 4 (sık sık yaşamam) arasında değişen 4'lü likert ölçeği ile cevap vermektedir. Ölçekten alınan puan yükseldikçe yalnızlık düzeyi yükselmektedir. Ölçeği oluşturan maddelerin iç tutarlılığı $\alpha = .96$ bulunmuştur. Bu çalışmada iç tutarlılık katsayısı $\alpha = .76$ bulunmuştur.

Benlik Saygısı

Öğrencilerin benlik saygılarını ölçmek için Rosenberg (1965) tarafından geliştirilen Türkçe'ye uyarlanması yapılan Rosenberg Benlik Saygısı Ölçeği (RBSÖ; Çuhadaroğlu, 1986) kullanılarak değerlendirilmiştir. Ölçek 12 alt boyuttan oluşmaktadır. Bu çalışmada ölçeğin 10 maddeden oluşan Benlik Saygısı boyutu kullanılmıştır (Örnek madde: Kendimi en az diğer insanlar kadar değerli buluyorum). Katılımcılar her bir maddeye 1 (çok yanlış) ile 4 (çok doğru) arasında değişen 4'lü Likert ölçeği kullanarak yanıt vermektedir. Ölçekten alınan puan yükseldikçe kişinin benlik saygısı yükselmektedir. Ölçeğin güvenilirlik çalışmalarında test- tekrar test güvenilirlik yöntemi kullanılmıştır. Benlik saygısı boyutunda güvenilirlik katsayısı $.75$ bulunmuştur. Bu çalışmada için yapılan analizde iç tutarlılık katsayısı $\alpha = .79$ bulunmuştur.

Öğrenci Popülerlik Algısı Ölçeğinin Birleşme-Ayrılma Geçerliliği Sonuçları

ÖPAÖ'nün birleşme-ayrılma geçerliliği testinin yapılması için YDÖ, UCLAYÖ ve RBSÖ ölçekleri ile ÖPAÖ arasındaki korelasyonlar kanıt olarak sunulmuştur. Literatür, benlik saygısı yüksek olan bireyleri kendilerine daha fazla güvenen, atılgan ve fikirlerini kolayca ifade edebilen kişiler olarak tanımlamaktadır (Brown & Mann, 1991; Rosenberg, 1985). Bu tanımlamalardan yola çıkarak benlik saygısı ile popülerlik algısı arasında pozitif ilişkinin olduğu öngörülebilir. Benzer şekilde sosyometrik statüsünü düşük olarak algılayan bireylerin sosyal ilişkilerinin zayıf olduğu, yaşadıkları depresyon ve yalnızlık nedeni ile yaşam doyumlarının düştüğü bilinmektedir (Cassidy & Asher, 1992). Popüler kişiler güçlü sosyal ilişki kurduklarından (Mundy, 1997) daha az depresyon ve sosyal anksiyete yaşamaktadırlar (Dorak, 2016). Literatür dikkate alınarak popülerlik ile benlik saygısı, yalnızlık ve yaşam doyumu arasındaki ilişkiye dair kurulan hipotezler (1, 2, 3) aşağıda sıralanarak sonuçları Tablo 3'te verilmiştir. *Hipotez 1:* Popülerlik ile benlik saygısı arasında anlamlı ve pozitif bir ilişki vardır. *Hipotez 2:* Popülerlik ile yalnızlık arasında anlamlı ve negatif bir ilişki vardır. *Hipotez 3:* Popülerlik ile yaşam doyumu arasında anlamlı ve pozitif bir ilişki vardır.

Atli, A., & Canpolat, M. Keşfedici karma desen kullanılarak öğrenci popülerlik algısı ölçeğinin geliştirilmesi.

Tablo 3.

Tanımlayıcı İstatistikler ve Korelasyon Verileri

Değişken	n	M	SD	1	2	3	4
1. Popülerlik	148	104.70	26.43	-			
2. Benlik saygısı	148	29.32	4.93	.43**	-		
3.Yalnızlık	148	6.57	2.60	-.39**	-.48**	-	
4.Yaşam doyumu	148	14.48	4.08	.23**	.38**	-.36**	-

Not. $n = 148$. * $p < .05$, ** $p < .01$

Sonuç olarak popülerlik ile benlik saygısı ($r = .43$) arasında (*hipotez 1*), popülerlik ile yaşam doyumu ($r = .23$) arasında (*hipotez 3*) beklenen anlamlı pozitif ilişki doğrulanmıştır. Bu bulgular ÖPAÖ'nün birleşme geçerliğini gösterdi. Popülerlik ile yalnızlık ($r = -.39$) arasında da (*hipotez 2*) öngörüldüğü gibi anlamlı negatif ilişki görüldü. Bu bulgu ÖPAÖ'nün ayrılma geçerliğinin kanıtıdır.

TARTIŞMA, SONUÇ ve ÖNERİLER

Birey kendinden statü olarak yüksek olduğunu düşündüğü popüler kişilerin davranışlarını gözlemleyerek bu davranışları taklit eder (Bandura, 1986). Ergenlik döneminde model alınan popülerler okulda birlikte vakit geçirilmek istenen ve başkaları tarafından da beğenilen popüler öğrenciler olmaktadır (Valente vd. 2005). Ergenlerin büyük bir kısmı arkadaşları arasında tanınan, sözü geçen ve model alınan kişiler olmak istese de (Tucker vd. 2011), bu amaca ulaşamamak öğrencilerde kendilerine ilişkin olumsuz duygu ve düşüncelerin yaşanmasına neden olabilmektedir (Prinstein, 2017). Akranların riskli davranışlar üzerindeki etkisi dikkate alındığında (Ögel, 2007), popüler öğrencilerin olası riskli davranışlarının kendi akranları üzerindeki etkisinin daha da güçlü olacağı düşünülmektedir. Popüler öğrencilerin belirlenmesinin okullarda öğrencilerin oluşturduğu okul normlarının yani kimlerin ve hangi davranışlarının daha fazla kabul gördüğünün belirlenmesine ciddi katkılar sağlayacağı düşünülmektedir. Söz konusu gerekçeler ile bu araştırmada nitel ve nicel yaklaşımın birleştirici gücünü kullanma fırsatı sunan keşfedici karma desen yöntemini kullanılarak öncelikle popüler öğrencinin hangi özelliklere sahip olduğu ve ardından bu özellikleri kullanarak öğrencilerin kendilerini ne kadar popüler olarak algıladıkları belirlenmeye çalışılmıştır.

Araştırmanın birinci aşamasında öğrenciler ile yapılan nitel görüşmeler sunucunda altı tema (arkadaşlık ilişkileri, öğretmenler ile ilişkiler, özgüven, kıyafet ve moda, fiziksel çekicilik, spor ve sanatsal etkinlikler) belirlenmiştir. Belirlenen bu temaların içeriklerinde yer alan katılımcı ifadeleri dikkate alınarak ölçek maddeleri hazırlanmıştır. Hazırlanan taslak form üzerinden yapılan AFA ve DFA sonrasında yapı geçerliğine sahip, altı boyut ve 20 maddeden oluşan ÖPAÖ geliştirilmiştir. Ayrıca farklı bir örneklem üzerinden ÖPAÖ'nün birleşme-ayrılma geçerlikleri test edilmiştir. ÖPAÖ'nün birleşme-ayrılma geçerliği testinin yapılması için UCLA-YÖ, RBSÖ ve YDÖ ile arasındaki korelasyonlar kanıt olarak sunulmuştur. Literatür, benlik saygısı yüksek olan bireyleri kendilerine daha fazla güvenen, atılgan ve fikirlerini kolayca ifade edebilen kişiler olarak tanımlamaktadır (Brown & Mann, 1991; Rosenberg, 1985). Bu tanımlamalardan yola çıkarak oluşturulan *hipotez 1* "Popülerlik ile benlik saygısı arasında anlamlı ve pozitif bir ilişki vardır" doğrulanmıştır. Bu sonuç popülerlik algısı yükseldikçe benlik saygısının artacağını göstermektedir. Literatür popülerlik statüsü düşük olan kişilerin kendilerini daha yalnız hissettiklerini belirtmektedir (Cassidy & Asher, 1992). Bu çerçevede kurulan *hipotez 2* "Popülerlik ile yalnızlık arasında anlamlı ve negatif bir

ilişki vardır” doğrulanmıştır. Doğrulan bu hipotez öğrencilerin popülerlik algılarının yükseldikçe kendilerini daha az yalnız hissettiklerini göstermektedir. Sosyal ilişkilerin güçlü olması, birçok arkadaş sahibi olmak popüler olmanın temel kriterlerindedir ve bu kriterler bireylerin yaşam doyumlarını artırmaktadır (Cassidy & Asher, 1992). Bu ilişkiyi belirtmek için araştırmada kurulan *hipotez 3*’ün “Popülerlik ile yaşam doyumu arasında anlamlı ve pozitif bir ilişki vardır” doğrulandığı görülmektedir. Popülerlik algısı arttıkça öğrencilerin yaşam doyumlarının arttığı yani yaşamdan beklentilerini daha fazla karşıladıkları görülmektedir. Bilindiği üzere ergenlik dönemindeki bireyler için en önemli faktörlerden biri de arkadaşlık ilişkileridir (Coleman, 1980). Sonuç olarak bu araştırma çerçevesinde kurulan üç hipotezin de doğrulandığı görülmektedir. Genel olarak bu sonuçlar ÖPAÖ’nin geçerli ve güvenilir ölçme aracı olduğunu göstermektedir. Bu araştırmadan elde edilen sonuçlar genel olarak değerlendirildiğinde popülerlik algısı yüksek olan öğrencilerin benlik saygısının yüksek, kendini yalnız hissetmeyen ve yaşamdan görece beklentilerini karşılamaya daha yakın yani yaşam doyumu yüksek olan öğrenciler olduğu görülmektedir. Nitel ve nicel aşamadan elde edilen veriler değerlendirildiğinde okulların popüler öğrencilerinin özellikleri şunlardır: Popüler öğrenciler özgüveni yüksek, birçok arkadaşına sahip ve arkadaşlık ilişkileri güçlü kişilerdir. Bu sosyal becerileri öğretmenler ile de yakın ilişkiler kurmalarına olanak tanımaktadır. Okulun popülerleri bakımlı ve modayı takip eden, fiziksel olarak diğer öğrenciler tarafından güzel/yakışıklı olarak görülen kişilerdir. Popülerlerin bir başka özelliği de okullarda yürütülen spor ve sanatsal etkinliklere etkin olarak katılmalarıdır.

Bu araştırmadan elde edilen bulguların alana kavramsal, metodolojik ve uygulama katkıları olduğu düşünülmektedir. Araştırmanın birinci katkısı popüler öğrencilerin özelliklerinin neler olduğunun belirlenmesidir. İkinci katkısı popülerlik gibi soyut bir problemi nitel ve nicel verilerin güçlü yönlerini bir bütün olarak kullanmayı sağlayan keşfedici karma desenin kullanımına dair örnek sunan metodolojik katkısıdır. Bu kapsamda popülerliğin ne olduğuna dair saha deneyimlerinin neler olduğu belirlenmeye çalışılmış ve bu sesler maddelere dönüştürülerek geçerli ve güvenilir bir ölçme aracı oluşturulmuştur. Geliştirilen bu ölçeğin, okul psikolojik danışmanları tarafından kullanılarak, popüler öğrencilerin belirlenmesine ve bu öğrencilerin diğer akranları üzerindeki olası etkilerini keşfetmesine katkı sunacağı düşünülmektedir. Her araştırmada olduğu gibi bu araştırmada bazı sınırlılıklar bulunmaktadır. Araştırmanın bütün aşamaları dikkate alındığında Türkiye’nin Doğu Anadolu bölgesinde bulunan Malatya ilinde eğitim-öğretimlerine devam eden 430 lise öğrencisinden elde edilen veriler üzerinden analizler yapılmıştır. Bu araştırma her ne kadar geniş bir örnekleme uygulanmış olsa da bulguların daha genellenebilir olması için benzer araştırmaların farklı örneklemlerde test edilmesi gerekir. Geçmiş araştırmalar genel olarak incelendiğinde bu araştırmaların daha çok popüler olmanın olumlu ve olumsuz etkilerini ortaya koymaya çalışan araştırmalar olduğu görülmektedir. Ancak internetin ve özellikle sosyal medya kullanımının yaygınlaştığı bu dönemde ergenler için popüler olmanın kriterlerinin sürekli değişen dinamik bir yapı olduğu unutulmamalıdır. Bu nedenle geliştirilen ölçme aracının farklı bölgelerde ve etnografik yapılarda yenilenmesi gerektiği, karşılaştırmalı araştırmaların yapılmasının alanyazına katkılar sağlayacağı düşünülmektedir.

Katkı Oranı Beyanı: Birinci yazar, araştırma fikrini oluşturma, literatür taraması, verileri toplama ve işleme, bulguların yorumlanması ve makalenin rapor haline getirilmesi aşamalarında görev almıştır. İkinci yazar, literatür taraması, verileri toplama

Atli, A., & Canpolat, M. Keşfedici karma desen kullanılarak öğrenci popülerlik algısı ölçeğinin geliştirilmesi.

ve işleme, bulguların yorumlanması ve makalenin rapor haline getirilmesi aşamalarında görev almıştır.

KAYNAKLAR

- Adams, G. R. (1983). Social competence during adolescence: Social sensitivity, locus of control, empathy and peer popularity. *Journal of Youth and Adolescence*, *12*, 203-211.
- Alexander, C., Piazza M., Mekos D., & Valente T. (2001). Peers, schools, and adolescent cigarette smoking. *Journal of Adolescent Health*, *29*(1), 22-30. [https://doi.org/10.1016/S1054-139X\(01\)00210-5](https://doi.org/10.1016/S1054-139X(01)00210-5)
- Allen, J. P., Porter, M. R., McFarland, C. F., Marsh, P. A., & McElhaney, K. B. (2005). The two faces of adolescents' success with peers: Adolescent popularity, social adaptation, and deviant behavior. *Child Development*, *76*, 747-760. <https://doi.org/10.1111/j.1467-8624.2005.00875.x>
- Avcı, Ö. H., & Yıldırım, İ. (2014). Ergenlerde şiddet eğilimi, yalnızlık ve sosyal destek. *Hacettepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, *29*(1), 157-168.
- Bandura A. (1986). *Social foundations of thought and action*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.
- Bierman, K. L. (2004). *Understanding and treating peer rejection*. Guilford Press.
- Borch, C., Hyde, A., & Cillessen, A. H. N. (2011). The role of attractiveness and aggression in high school popularity. *Social Psychology Education*, *14*, 23-39. <https://doi.org/10.1007/s11218-010-9131-1>
- Braun, V., & Clarke, V. (2006). Using thematic analysis in psychology. *Qualitative Research in Psychology*, *3*, 77-101. <https://doi.org/10.1191/1478088706qp063oa>
- Bronson, W.C. (1966). Central orientations: A study of behavior organization from childhood to adolescence. *Child Development*, *37*, 125-155.
- Brown, B. B., & Larson, J. (2009). Peer relationships in adolescence. In R. M. Lerner ve L. Steinberg (Eds.), *Handbook of adolescent psychology: Contextual influences on adolescent development* (pp. 74-103). <https://doi.org/10.1002/9780470479193.adlpsy002004>
- Brown, J. E., & Mann, L. (1991). Decision-making competence and self-esteem: A comparison of parents and adolescents. *Journal of Adolescence*, *14*(4), 363-371. [https://doi.org/10.1016/0140-1971\(91\)90004-B](https://doi.org/10.1016/0140-1971(91)90004-B)
- Byrne, D., London, O., & Reeves, K. (1968). The effects of physical attractiveness, sex, and attitude similarity on interpersonal attraction. *Journal of Personality*, *36*, 259-271. <https://psycnet.apa.org/doi/10.1111/j.1467-6494.1968.tb01473.x>
- Cassidy, J., & Asher, S. R. (1992). Loneliness and peer relations in young children. *Child Development*, *63*, 350-365. <https://doi.org/10.1111/j.1467-8624.1992.tb01632.x>
- Cillessen, A. H. N., & Rose, A. J. (2005). Understanding popularity in the peer system. *Current Directions in Psychological Science*, *14*, 102-105. <https://doi.org/10.1111%2Fj.0963-7214.2005.00343.x>
- Coie, J. D., Dodge, K. A., & Coppotelli, H. (1982). Dimensions and types of social status: A cross-age perspective. *Developmental Psychology*, *18*, 557-570. <https://psycnet.apa.org/doi/10.1037/0012-1649.18.4.557>
- Coleman, J. C. (1980). Friendship and the peer group in adolescence. In J. Adelson (Ed.), *Handbook of adolescent psychology* (pp. 408-431). New York: John Wiley.
- Creswell, J. W. (2003). *Research design: qualitative, quantitative and mixed methods approche*. Sage Publication.

- Creswell, J. W. (2005). *Educational research: Planning, conducting and evaluating quantitative and qualitative research*. Pearson Education.
- Creswell, J. W., Fetters, M. D., & Ivankova, N. V. (2004). Designing a mixed methods study in primary care. *The Annals of Family Medicine*, 2(1), 7-12.
- Creswell, J.W., & Plano Clark, V. L. (2011) *Designing and conducting mixed methods research*. Sage Publication.
- Çuhadaroğlu, Ö. (1986). *Ergenlerde benlik saygısı* (Yayımlanmamış doktora tezi). Hacettepe Üniversitesi, Ankara, Türkiye.
- Dağlı, A., & Baysal, N. (2016). Yaşam doyumu ölçeğinin Türkçeye uyarlanması: Geçerlik ve güvenilirlik çalışması. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 15(59), 1250-1263. <https://doi.org/10.17755 / esosder.75955>
- Demir, A. (1989). UCLA yalnızlık ölçeği'nin geçerlilik ve güvenilirliği. *Türk Psikoloji Dergisi*, 7(23), 14-18.
- Diener, E., & Diener, M. (1995). Cross-cultural correlates of life satisfaction and self-esteem. *Journal of Personality and Social Psychology*, 68, 653-663. <https://doi.org/10.1007/978-90-481-2352-0 4>
- Dion, K.K., Berscheid, E., & Walster, E. (1972). What is beautiful is good. *Journal of Personality and Social Psychology*, 24, 285-290. <https://doi.org/10.1037/h0033731>
- Dorak, N. (2016). *Reddedilen, ihmal edilen ve popüler olan 9-10 yaşındaki çocukların depresyon ve sosyal anksiyete düzeylerinin sosyometrik bağlamda incelenmesi* (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Çağ Üniversitesi, Mersin, Türkiye.
- Düzgün, M. (2004). Popüler kültürlerin ve ürünlerin oluşumunda medyanın rolü. *Bilim ve Zihnin Işığında Eğitim Dergisi*, 57, 149-152.
- Eisenberg, M. E., & Forster, J. L. (2003). Adolescent smoking behavior: measures of social norms. *American Journal of Preventive Medicine*, 25(2), 122-128. [https://doi.org/10.1016/S0749-3797\(03\)00116-8](https://doi.org/10.1016/S0749-3797(03)00116-8)
- Estévez López, E., Martínez Ferrer, B., & Jiménez Gutiérrez, T. I. (2009). Las relaciones sociales en la escuela: el problema del rechazo escolar. *Educational Psychology*, 15(1), 45-60.
- Gottman, J., Gonso, J., & Rasmussen, B. (1975). Social interaction, social competence, and friendship in children. *Child Development*, 46, 709-718.
- Greene, J. C. (2008). Is mixed methods social inquiry a distinctive methodology? *Journal of mixed methods research*, 2(1), 7-22. <https://doi.org/10.1177%2F1558689807309969>
- Günaydın, B., & Yöndem, Z. D. (2007). Ergenlerin akran bağlılığının bazı değişkenler açısından incelenmesi. *Abant İzzet Baysal Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 7(1), 141-153.
- Hartup, W.W. (1983). Peer Relations. In P.H. Mussen (Series Ed.), E.M. Hetherington (Vol. Ed.), *Handbook of child psychology: Vo.3. Socialization, personality and social development*. (pp.103-196). New York: Wiley.
- Ho, R. (2006). *Handbook of univariate and multivariate data analysis and interpretation with SPSS*. CRC press.
- Joffe, H., & Yardley, L. (2004). Content and thematic analysis. In D.F. Marks ve L. Yardley (Eds.), *Research methods for clinical and health psychology* (pp.56-68). Sage Publications Inc.
- Kelly, J. A., St Lawrence, J. S., Diaz, Y. E., Stevenson, L. Y., Hauth, A. C., Brasfield, T. L., Kalichman, S. C., Smith, J. E., & Andrew, M. E. (1991). HIV risk behavior

Atli, A., & Canpolat, M. Keşfedici karma desen kullanılarak öğrenci popülerlik algısı ölçeğinin geliştirilmesi.

- reduction following intervention with key opinion leaders of population: an experimental analysis. *American journal of public health*, 81(2), 168-171.
<https://doi.org/10.2105/AJPH.81.2.168>
- Mayeux, L., Sandstrom, M. J., & Cillessen, A. H. N. (2008). Is being popular a risky proposition? *Journal of Research on Adolescence*, 18, 49–74.
<https://doi.org/10.1111/j.1532-7795.2008.00550.x>
- Michell, L., & Amos, A. (1997). Girls, pecking order and smoking. *Social Science & Medicine*, 44(12), 1861-1869. [https://doi.org/10.1016/S0277-9536\(96\)00295-X](https://doi.org/10.1016/S0277-9536(96)00295-X)
- Morse, J. M. (2003). Principles mixed methods and multimethod research design. In A. Tashakkori ve C. Teddlie (Ed.), *Handbook of mixed methods in social and behavioral research* (pp.189-209). California: Sage Publication.
- Mundy, J. (1997). Developing anger and aggression control in youth in recreation and park systems. *Parks & Recreation*, 32(3), 62-69.
- Onwuegbuzie, A. J. & Johnson, R. B. (2004). Mixed methods research: a research paradigm whose time has come. *American Educational Research*, 33, (7), 14-26.
<https://doi.org/10.3102%2F0013189X033007014>
- Öğel, K. (2007). *Riskli davranış gösteren çocuk ve ergenler*. Yeniden Yayınları.
- Patton, M. Q. (2013). *Qualitative research & evaluation methods: Integrating theory and practice*. Sage publications.
- Prinstein, M. J. (2017). *Popular: The power of likability in a status-obsessed world*. Penguin.
- Rosenberg, M. (1985). Self-concept and psychological well-being in adolescence. In R. L. Leahy (Ed.), *The development of the self* (pp. 205–246). Orlando, FL: Academic Press.
- Selman, R. L. (1980). *The growth of interpersonal understanding*. New York: Academic Press.
- Tashakkori, A., & Teddlie, C. (2003). *Handbook of mixed methods in social and behavioral research*. California: Sage Publication.
- Teddlie, C., & Yu, F. (2007). Mixed methods sampling: A typology with examples. *Journal of mixed methods research*, 1(1), 77-100.
<https://doi.org/10.1177%2F1558689806292430>
- Topçu, Ç., Yıldırım, A., & Erdur-Baker, Ö. (2013). Okullarda siber zorbalık: Türk ergenler ne düşünüyor? *International Journal for the Advancement of Counseling*, 35(2), 139-151. <https://doi.org/10.1007/s10447-012-9173-5>
- Topuz, S. (1995). *Popülerlik, mizah duygusu ve akademik başarı arasındaki ilişki* (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Orta Doğu Teknik Üniversitesi, Ankara, Türkiye.
- Tucker, J. S., Green Jr, H. D., Zhou, A. J., Miles, J. N., Shih, R. A., & D'Amico, E. J. (2011). Substance use among middle school students: Associations with self-rated and peer-nominated popularity. *Journal of adolescence*, 34(3), 513-519.
<https://doi.org/10.1016/j.adolescence.2010.05.016>
- Valente, T. W., Unger, J. B., & Johnson, C. A. (2005). Do popular students smoke? The association between popularity and smoking among middle school students. *Journal of Adolescent Health*, 37(4), 323-329.
<https://doi.org/10.1016/j.jadohealth.2004.10.016>
- Walcott, C. M., Upton, A., Bolen, L. M., & Brown, M. B. (2008). Associations between peer-perceived status and aggression in young adolescents. *Psychology in the Schools*, 45(6), 550-561. <https://doi.org/10.1002/pits.20323>

Extended Abstract

Purpose

Although many adolescents want to be popular among their peers, this desire can often turn into a difficult and worrying process. Acceptance of the adolescent by the peer group provides the adolescent with an opportunity for support, security, membership, autonomy, self-expression and shared experiences. For adolescents, it is important to have self-acceptance, to wear a brand, to have a place for themselves on the internet, to focus on fashion and consumption values, in short, to prefer the popular and to shape their behavior according to the popular one. Because popular people are preferred more by their peers. Adolescents take the behaviors of popular models as a model for them while shaping their behavior. For this reason, knowing who the popular students who are likely to be modeled by other students in the school are and what characteristics they have will contribute to understanding the source of the behaviors students at school see as modeling and ideal.

In this framework, in the qualitative stage, which is the first stage of the research, qualitative interviews were made about the general characteristics of popular students in terms of high school students and the data obtained here were analyzed. After the qualitative data analysis, the items of the scale reflecting the expressions of the participants were written and the item pool of the student popularity perception scale was created. In the second stage of the study, the scale items prepared were applied to a larger sample and validity and reliability analyzes were made on the quantitative data obtained. The exploratory mixed pattern question, which covers these two stages was created: Can high school students' themes about popular student characteristics be generalized to a larger sample of high school students?

Method

In this study, used the exploratory mixed design, which is also defined as a measurement tool development pattern from mixed method research, which is one of the powerful methods of "looking in more than one way" to determine the popularity perceptions of high school students. In this design, which is a two-stage sequential design, qualitative data is first collected, analyzed and the subject is tried to be explored, then a tool is developed based on qualitative results, quantitative data are collected and analyzed with this developed tool. In both stages of the study, the participant students were informed about the purpose and content of the research and their verbal consent was obtained under audio recording. It was stated to the participants that they can leave the research process at any time, that they do not have any legal obligations to participate or continue the research, both in the qualitative and the quantitative stages of the research. Participants of the qualitative stage of the study were told that code names, in which no personal information would be used, would be used to report the data obtained after the research. Similarly, for the quantitative phase, the students in the study group were told that their personal information would be protected and that group evaluations would be made using only numbers in the analysis of their own information, and the participants were made to feel safe. In the first phase of the research, semi-structured (semistruktür) in-depth interviews were conducted to determine the dimensions of popularity (in-depth interviews). Then, scale items related to student popularity were created from the

Atli, A., & Canpolat, M. Keşfedici karma desen kullanılarak öğrenci popülerlik algısı ölçeğinin geliştirilmesi.

qualitative data. In the second stage of the study, the validity and reliability analysis of the scale developed.

Findings

In the qualitative phase of the study, six themes (friendship relations, relationships with teachers, self-confidence, dress and fashion, physical appeal, sports and artistic activities) were determined in the qualitative interviews with students. Scale items were prepared by considering the participants' expressions in the contents of these themes. After EFA and CFA made on the draft form, SPPS was developed, which has structure validity and consists of six dimensions and 20 items. In addition, the merger-dissociation validities of the SPPS were tested through different samples. Correlations between UCLA-LS, RSES and LSS were presented as evidence to test the merger-dissociation validity of SPPS. The literature describes individuals with high self-esteem as more self-confident, assertive and able to express their opinions easily. Hypothesis 1 based on these definitions, "There is a significant and positive relationship between popularity and self-esteem" was confirmed. This result shows us that as popularity perception increases, self-esteem will increase. The literature indicates that people with low popularity feel lonely. Hypothesis 2 established in this framework, "There is a significant and negative relationship between popularity and loneliness" was confirmed. This confirmed hypothesis shows that the higher the popularity perception of the students, the less lonely they feel. Strong social relationships and having many friends are among the basic criteria of being popular, and these criteria increase the life satisfaction of individuals. It is seen that the hypothesis 3 established in the research to indicate this relationship has confirmed that "There is a significant and positive relationship between popularity and life satisfaction". It is seen that as the popularity perception increases, the students meet their life satisfaction, that is, their expectations from life more.

Discussion and Conclusion

As is known, one of the most important factors for adolescents is friendship relationships. As a result, it is seen that all three hypotheses established within the framework of this research are confirmed. In general, these results show that SPPS is a valid and reliable measurement tool. When the results obtained from this study are evaluated in general, it is seen that students with high perception of popularity have high self-esteem, do not feel lonely, and are closer to meeting their relative expectations from life, that is, students with higher life satisfaction. When the data obtained from the qualitative and quantitative stages are evaluated in general, the characteristics of popular students of schools are as follows: Popular students have high self-confident friends and strong friendship relationships. These social skills allow them to establish close relationships with teachers. The popular people of the school are well-groomed and fashionable people who are physically seen as beautiful / handsome by other students. Another feature of the popular is that they actively participate in sports and artistic activities at schools.

Etik Kurul Belgesi: Bu çalışmanın verileri 2020 yılından önce toplandığı için etik kurul onayı alınmamıştır.

Ek 1:

ÖĞRENCİ POPÜLERLİK ALGISI ÖLÇEĞİ (ÖPAÖ)		Hiç katılmıyorum	Çok az katılıyorum	Orta düzeyde katılıyorum	Büyük oranda katılıyorum	Tamamen katılıyorum
1	Okulda çok sayıda arkadaşım vardır.	①	②	③	④	⑤
2	Okuldaki öğretmenlerin çoğu beni tanır.	①	②	③	④	⑤
3	Kendimi fiziksel olarak çekici bulurum.	①	②	③	④	⑤
4	Diğer öğrencilerden farklı kıyafetler giymeye çalışırım.	①	②	③	④	⑤
5	Okulda her ortamda kendimi rahatlıkla ifade edebilirim.	①	②	③	④	⑤
6	Okulda yapılan spor etkinliklerine aktif bir şekilde katılırım.	①	②	③	④	⑤
7	Okuldaki öğrenciler tarafından saygı duyulan biriyim.	①	②	③	④	⑤
8	Okuldaki öğretmenler ile diğer öğrencilerden daha yakın ilişkilerim vardır.	①	②	③	④	⑤
9	Kendimi güzel/yakışıklı bulurum.	①	②	③	④	⑤
10	Okulda giydiğim kıyafetlerin modaaya uygun olmasına dikkat ederim.	①	②	③	④	⑤
11	Özgüveni yüksek birisiyim.	①	②	③	④	⑤
12	Okulda düzenlenen birçok etkinliğin içinde yer alırım.	①	②	③	④	⑤
13	Arkadaşlarım tarafından sevilen biriyim.	①	②	③	④	⑤
14	Okuldaki öğretmenler ile yakın arkadaş gibi konuşabilirim.	①	②	③	④	⑤
15	Okuldaki birçok öğrenci benim yakışıklı/güzel olduğumu söyler.	①	②	③	④	⑤
16	Okula giderken her gün farklı kıyafetler giymeye özen gösteririm.	①	②	③	④	⑤
17	Okulda kalabalık ortamlarda kendimi rahatlıkla ifade ederim.	①	②	③	④	⑤
18	Okulda yapılan sanatsal etkinliklerin içinde bulunurum.	①	②	③	④	⑤
19	Okula giderken giydiğim kıyafetler diğer öğrencilerin dikkatini çeker.	①	②	③	④	⑤
20	Birçok konuda kendime güvenirim.	①	②	③	④	⑤

Puanlama: ÖPAÖ toplamda 20 maddeden ve 6 boyuttan oluşmaktadır. Ölçekte tersten (reverse) puanlanan madde yoktur. Ölçekte toplam puan alınabildiği gibi alt boyutlar çerçevesinde de analizler yapılabilir. Alt boyutlar ve maddeler şu şekildedir:

1: Kıyafet-moda: m4, m10, m16, m19

2: Özgüven: m5, m11, m17, m20

3: Fiziksel çekicilik: m3, m9, m13

4: Spor ve sanatsal etkinlikler: m6, m12, m18

5: Arkadaşlık ilişkileri: m1, m7, m13

6: Öğretmenler ile ilişkiler: m2, m8, m14

Not: Ölçeği çalışmalarında kullanacak araştırmacılar yazarlardan izin almadan, kaynak göstererek kullanabilirler.