

See discussions, stats, and author profiles for this publication at: <https://www.researchgate.net/publication/263083553>

Sosyal Ağların Kullanım Amaçları Ölçeği

Article · June 2014

READS
1,902

3 authors:



[Yasemin Koçak Usluel](#)

Hacettepe University

44 PUBLICATIONS 467 CITATIONS

SEE PROFILE



[Ömer Demir](#)

Hacettepe University

11 PUBLICATIONS 11 CITATIONS

SEE PROFILE



[Murat Cinar](#)

Hacettepe University

5 PUBLICATIONS 1 CITATION

SEE PROFILE

SOSYAL AĞLARIN KULLANIM AMAÇLARI ÖLÇEĞİ

Yasemin Koçak USLUEL, Ömer DEMİR, Murat ÇINAR

Anahtar kelimeler

Sosyal Ağlar
Facebook
Kullanım amacı
Ölçek geliştirme

ÖZET

Bu çalışmanın amacı sosyal ağların kullanım amaçlarını belirlemeye yönelik bir ölçme aracı geliştirmektir. Araştırmanın çalışma grubunu 236 sosyal ağ kullanıcısı oluşturmuştur. Ölçeğin kapsam ve dilsel geçerliği için uzman görüşlerine başvurulmuştur. Ölçeğin yapı geçerliği için birinci ve ikinci düzey doğrulayıcı faktör analizi yapılmıştır. Ölçeğin güvenilirliği Cronbach alfa (α) güvenilirlik katsayıları hesaplanarak test edilmiştir. Birinci ve ikinci düzey doğrulayıcı faktör analizi sonucunda uyum indekslerinin kabul edilebilir değerler verdiği görülmüştür. Ölçeğin Cronbach alfa güvenilirlik katsayısı .92 olarak hesaplanmıştır. Analizler sonucunda yedi-faktör ve 26 maddeden oluşan "Sosyal Ağların Kullanım Amaçları" ölçeği geliştirilmiştir. Bu sonuçlar, sosyal ağların kullanım amaçları ölçeğinin geçerli ve güvenilir bir ölçme aracı olduğunu göstermektedir.

Keywords

Social networks
Facebook
Usage purpose
Scale
development

ABSTRACT

The aim of this study is to develop a scale to identify the usage purposes of social networks. The study group consists of 236 social network users. Opinions of experts were obtained for content and linguistic validation. First and second order confirmatory factor analysis was conducted to construct the validity of the scale. The Cronbach alpha (α) coefficient was calculated to test the reliability of the scale. The results of the confirmatory factor analyses indicated that goodness of fit indices values were sufficient to proceed. The Cronbach alpha value was computed as .92. "The usage purposes scale of social networks" was found to be formed of seven factors and 26 items. These results supported the usage purposes scale of social networks as a reliable and valid measurement tool.

1. GİRİŞ

Sosyal ağlar, “web tabanlı bir ortamda grup etkileşimini, işbirliği için ayrılmış ortak alanları ve sosyal ilişkileri arttıran ve bilgi değişimini sağlayan uygulamalar bütünü” olarak tanımlanmaktadır (Bartlett-Bragg, 2006, s.3). Tanımdan da anlaşılacağı gibi; etkileşim, işbirliği, sosyal ilişki ve bilgi değişimi sosyal ağların temel özelliklerindedir. Cheung ve Lee (2010) çevrim-içi sosyal ağların temel amacının sosyal etkileşim ve bağlantı olduğunu ifade etmiştir. Arnaboldi, Passarella, Tesconi ve Gazze (2011) ise sosyal ağları ben-merkezcilik noktasından filizlenerek sosyo-merkezciliğe doğru büyüyen odağıyla bir yandan kişilere öz-düzenleme becerilerini geliştirecek şekilde bireyselleştirilmiş alanlar, diğer yandan sosyal etkileşim ve işbirliği becerileri geliştirecek şekilde ortak paylaşım alanları sunan web-tabanlı uygulamalar olarak ifade etmiştir.

Sosyal ağlar; fotoğraf, video, metin gibi çok çeşitli içerik ve profil bilgilerinin paylaşılmasına olanak sağlayan özellikleri sayesinde milyonlarca kullanıcıyı kendisine çekmekte ve bu nedenle internet kullanıcıları arasında sosyal ağların kullanımı günden güne yayılmaktadır (Selwyn, 2007). Dünyadaki bütün sitelerin popülerliği hakkında bilgi veren bir site olan Alexa verilerine göre bir sosyal ağ olan Facebook diğer bütün siteler ile karşılaştırıldığında Dünya’da ve Türkiye’de en popüler ikinci sitedir (Alexa, 2013). Facebook Newsroom (2013) verilerine göre Facebook’un aylık aktif 1.15 milyar kullanıcısı vardır. Genellikle video paylaşımı yapılan bir sosyal ağ olan Youtube dünyada ve Türkiye’de 3. sıradadır. Bir başka sosyal ağ olan Twitter Türkiye’de 9. dünyada ise 10. en popüler sitedir. Daha çok kariyer ve iş yaşamı ile ilgili olan bir sosyal ağ sitesi olan LinkedIn ise dünyada 8. Türkiye’de 32. sıradadır. Bazı sosyal ağ sitelerinin dünyadaki ve Türkiye’deki popülerlikleri Çizelge 1’de verilmiştir.

Çizelge 1. Bazı sosyal ağ sitelerinin Dünya ve Türkiye’deki popülerlik sırası (Alexa, 2013).

Sosyal ağ ismi	Dünyadaki popülerlik sırası	Türkiye’deki popülerlik sırası
Facebook	2	2
Twitter	10	9
LinkedIn	8	32
Youtube	3	3

Sosyal ağların kullanıcılara sunduğu özelliklere paralel olarak geniş kullanıcı topluluklarına ulaşması, psikoloji, eğitim, yönetim, pazarlama, sosyoloji, antropoloji ve tıp olmak üzere farklı disiplinlerdeki araştırmacıların farklı nedenlerle de olsa dikkatini çektiği görülmektedir. Dünya genelinde yoğun olarak kullanılan sosyal ağların kullanım amaçları kişiden kişiye farklılaşmaktadır. Son yıllarda, eğitim teknolojileri alanyazınında da sosyal ağ teknolojilerinin ne amaçla kullandığı ve hangi kullanım etkinliklerinin öğrenciler tarafından daha sık tercih edildiğini belirlemeye yönelik

çalışmalarda artış olduğu görülmektedir (Akyuz, Yetik, Bardakci, Alakurt, Numanoglu ve Keser, 2012; Balaman ve Karataş, 2012; Bonds-Raacke ve Raacke, 2010; Luckin, Logan, Clark, Graber, Oliver ve Mee, 2008; Karal ve Kokoç, 2010; Mazman ve Usluel, 2010; zturk ve Akgün, 2012; Usluel ve Atal, 2013). Bununla birlikte bu çalışmaların çoğunun sadece belirli öğrenim kademesinde bulunan öğrencilere yönelik olduğu dikkati çekmektedir (Balaman ve Karataş, 2012; Bonds-Raacke ve Raacke, 2010; Karal ve Kokoç, 2010; Luckin, Clark, Logan, Mee ve Oliver, 2009; ztrk ve Akgün, 2012; Usluel ve Atal, 2013).

Sosyal ağların uygulamada her yaştan geniş kullanıcı kitlelerine ulaşması, sadece okullarda değil, yaşam boyu öğrenme için neler yapılabileceğini ortaya konulmasını gerektirmektedir. Bu bağlamda sosyal ağ sitelerinin genel kullanım amaçları bilgisinin bu sitelerini formal olduğu kadar informal bağlamda da kullanmak isteyen araştırmacılara yol gösterici olacağı ileri sürülebilir. Bu noktadan hareketle bu çalışmada belirli bir kullanıcı kitlesi ve kavramsal çerçeveyle sınırlı olmaksızın sosyal ağların genel kullanım amaçlarının saptanmasına yönelik bir lme aracı geliştirilmesi amaçlanmıştır. Ek olarak, teknoloji hızla ilerlediği ve teknoloji-toplum etkileşiminin de bundan etkilendiği göz önünde bulundurulursa ölçeklerin zamanla geçerliğini yitirebileceği ileri sürülebilir. Bu durumun geçerliliği sosyal ağlarla ilgili lme araçları için daha yüksektir. Çünkü sosyal ağ siteleri sürekli geliştirilmekte, güncellenmekte ve her geçen gün birtakım yeni özellikler kullanıcılara sunulmaktadır. Bu ise kullanıcı sayısı ve profili kadar, sosyal ağların kullanım alanları ve amaçlarını da etkilemektedir. Bir sosyal ağ olan Facebook'un 2004 yılından bu yana geçirdiği süreç bu duruma iyi bir örnek olarak verilebilir. Bu nedenle güncel bir sosyal ağların kullanım amaçları leğine gereksinim olduğu ileri sürülebilir.

2. YÖNTEM

2.1. Çalışma Grubu:

Araştırmanın çalışma grubunu veri toplama aracını gönüllü olarak yanıtlayan 236 sosyal ağ kullanıcısı oluşturmuştur. Çalışma grubunun özellikleri Çizelge 2’de verilmiştir.

Çizelge 2. Çalışma grubunun özellikleri

		Frekans	Yüzde
Cinsiyet	Erkek	93	39.4
	Kadın	143	60.6
Yaş	13-18	10	4.2
	19-25	136	57.6
	26-35	81	34.3
	36-45	9	3.8
Eğitim Düzeyi	Ortaöğretim	28	11.9
	Yükseköğretim	160	67.8
	Lisansüstü	48	20.4

Çizelge 2’ye bakıldığında katılımcıların % 39.4’ünün (f=93) erkek, % 60.6’sının (f=143) kadınlardan oluştuğu, yaşlarına göre 19-25 yaş arasındakilerin (%57.6) ve öğrenim düzeyine göre yükseköğretim öğrencilerinin (%67.8) en yüksek yüzdeyi oluşturduğu dikkati çekmektedir.

2.2. Veri Toplama Aracının Geliştirilmesi Süreci

Öncelikle alanyazına dayalı olarak madde havuzu hazırlanmıştır. Madde havuzu oluşturulurken bir yandan alanyazın taraması yapılmış öte yandan yarı yapılandırılmış görüşmelerle sosyal ağları kullanan bireyler ile görüşmeler yapılmıştır.

Görüşme sürecine maksimum çeşitlilik örnekleme tekniği ile seçilen 8 sosyal ağ kullanıcısı katılmıştır. 3 erkek ve 5 kadından oluşan katılımcıların yaş aralığı 15-35 arasında değişmektedir. Veriler yarı yapılandırılmış bir görüşme formu aracılığıyla toplanmıştır. Toplanan verileri içerik analiziyle çözümlenmiştir.

Alanyazın tarama sürecinde sosyal ağların kullanım amaçlarına yönelik daha önce geliştirilmiş olan ölçeklere ulaşılmıştır (Bonds-Raacke ve Raacke, 2010; Karal ve Kokoç, 2010; Mazman ve Usluel, 2010). Geliştirilen ölçeğin 10. ve 16. maddeleri Mazman ve Usluel (2010) tarafından geliştirilen ölçekten alınmıştır. Ölçeğin 17. ve 18. maddeleri ise Bonds-Raacke ve Raacke (2010) tarafından geliştirilen ölçekten esinlenilerek hazırlanmıştır. Alanyazın taraması ve içerik analizi sonucunda 43 maddelik bir taslak oluşturulmuştur.

2.3. Dilsel Geçerlik ve Kapsam Geçerliği

Madde havuzu oluşturulduktan sonra sosyal ağların kullanım amaçları ölçek maddelerinin ölçme amacına uygun olup olmadığı, ifadelerin anlaşılabilirliği ve ayırt ediciliği 3 alan uzmanı tarafından değerlendirilmiştir. Ayrıca dilsel geçerlik için ölçek 2 Türk Dili uzmanı tarafından kontrol edilmiştir. Alan uzmanlarının dönütleri ışığında gerekli düzenlemeler yapılarak ölçeğe son şekli verilmiştir.

2.4. Veri Toplama Süreci

Sosyal ağların kullanım amaçları ölçeğinin madde havuzu hazırlanırken yararlanılan ölçekler için gerekli izinler aldıktan sonra araştırmacılar Google Doc kullanarak çevrimiçi ortamda hazırladıkları ölçeği sosyal ağlar (Facebook, Twitter, Google Plus vb.) ve e-posta aracılığıyla katılımcılara ulaştırmıştır. Veri toplama aracının demografik veri formu kısmına veri girişi zorunlu tutulurken, ölçek maddelerinin doldurulması zorunlu tutulmamıştır.

2.5. Verilerin analizi

Katılımcıların demografik verilerinin analizi için yüzde ve frekans değerlerinden yararlanılmıştır. Verilerin normalliğini test etmek için Shapiro-Wilk testi kullanılmıştır. Geliştirilen ölçeğin yapı geçerliği için birinci ve ikinci düzey Doğrulayıcı Faktör Analizinden (DFA) yararlanılmıştır.

3. BULGULAR

3.1. Yapı geçerliği

Sümer (2000) DFA'nın ölçek geliştirme çalışmalarında geçerlik analizlerinde kullanıldığını belirtmiştir. DFA'da veri-model uyumunu test etmek için çeşitli indeksler kullanılmaktadır. Bu indeksler arasındaki χ^2 değeri örneklem büyüklüğüne göre değişmektedir (Hu ve Bentler, 1999). Bu nedenle χ^2 değeri bu çalışmada kullanılmamıştır. Hair ve Diğ. (2010) model-veri uyumunu desteklemek için farklı kategorilerden olan uyum indekslerinin kullanılması gerektiğini belirtmiştir. Bu nedenle mutlak uyum indeksi (Absolute fit indice) olarak χ^2/SD (Serbestlik derecesi) ve RMSEA; karşılaştırmalı uyum indeksi (relative fit indice) olarak CFI, IFI, NFI ve NNFI kullanılmıştır. Araştırmacılar RMSEA değerinin .08'in altında; CFI, NFI, IFI ve NNFI değerinin .90'ın üstünde ve son olarak χ^2/SD değerinin 5'den küçük olmasının kabul edilebilir olduğunu belirtmişlerdir (Schermelell-Engel, Moosbrugger ve Müller, 2003; Sümer, 2000).

Noar (2003) ölçek yapısının değişik kavramsallaştırmalarını karşılaşmak için farklı modellerinin hesaplanıp karşılaştırılması gerektiğini savunmuştur. Bu nedenle bu çalışmada birincil düzey ve ikincil düzey modeller kullanılmıştır.

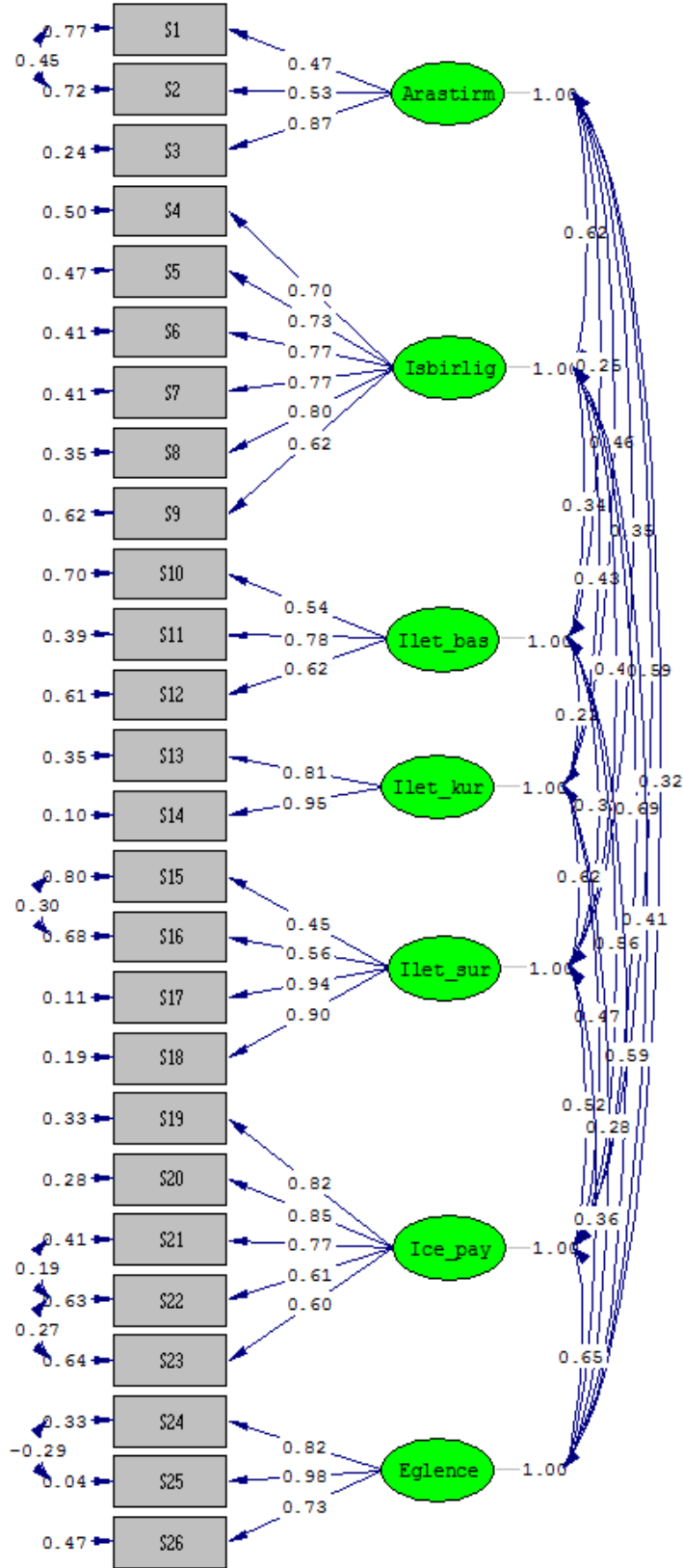
3.1.1. Birinci Düzey Doğrulayıcı Faktör Analizi Sonuçları

Modeldeki 7 faktörlük (Araştırma, işbirliği, iletişimi başlatma, iletişim kurma, iletişimi sürdürme, içerik paylaşma ve eğlence) (gizil değişken) ve 26 maddelik (gösterge değişken) yapıyı doğrulamak için birinci düzey DFA yapılmıştır. Hair ve Diğ. (2010) standart kestirim değerlerinin .5'ten büyük olmasının pratikte yarar sağladığını belirtmiştir. Bu öneri doğrultusunda standart kestirim ve t değerleri kritik değerinin altında olan maddeler madde havuzundan atılmıştır. DFA madde havuzunda kalan 26 madde üzerinden yapılmıştır.

Sümer (2000) hata matrisleri temelinde oluşturulan modifikasyon indekslerinin modelde orijinal olarak öngörülme gösterge değişkenlerle gizil değişkenler arasındaki yeni bağlantıları içerdiğini belirtmiştir. Bu nedenle modelde DFA aşamasında aynı faktörde bulunan bazı maddelerin hata varyansları ilişkilendirilmiştir. Bunlar; 1. madde ile 2 madde, 15. madde ile 16. madde, 21. madde ile 22. madde, 22. madde ile 23. madde ve son olarak 24. madde ile 25. maddelerdir. Hatalar ilişkilendirildikten sonraki birinci düzey modelin uyum indeksleri Çizelge 3'te, modelin standart katsayılarla dayalı bağlantı diyagramı ise Şekil 1'de verilmiştir.

Çizelge 3: Birinci Düzey DFA uyum indeksler

Uyum indeksi	Kabul Edilebilir Değer	Model Değeri
χ^2/SD	<5	2.03
RMSEA	<.08	.066
IFI	>.90	.97
CFI	>.90	.97
NFI	>.90	.94
NNFI	>.90	.96



Chi-Square=553.83, df=273, P-value=0.00000, RMSEA=0.066

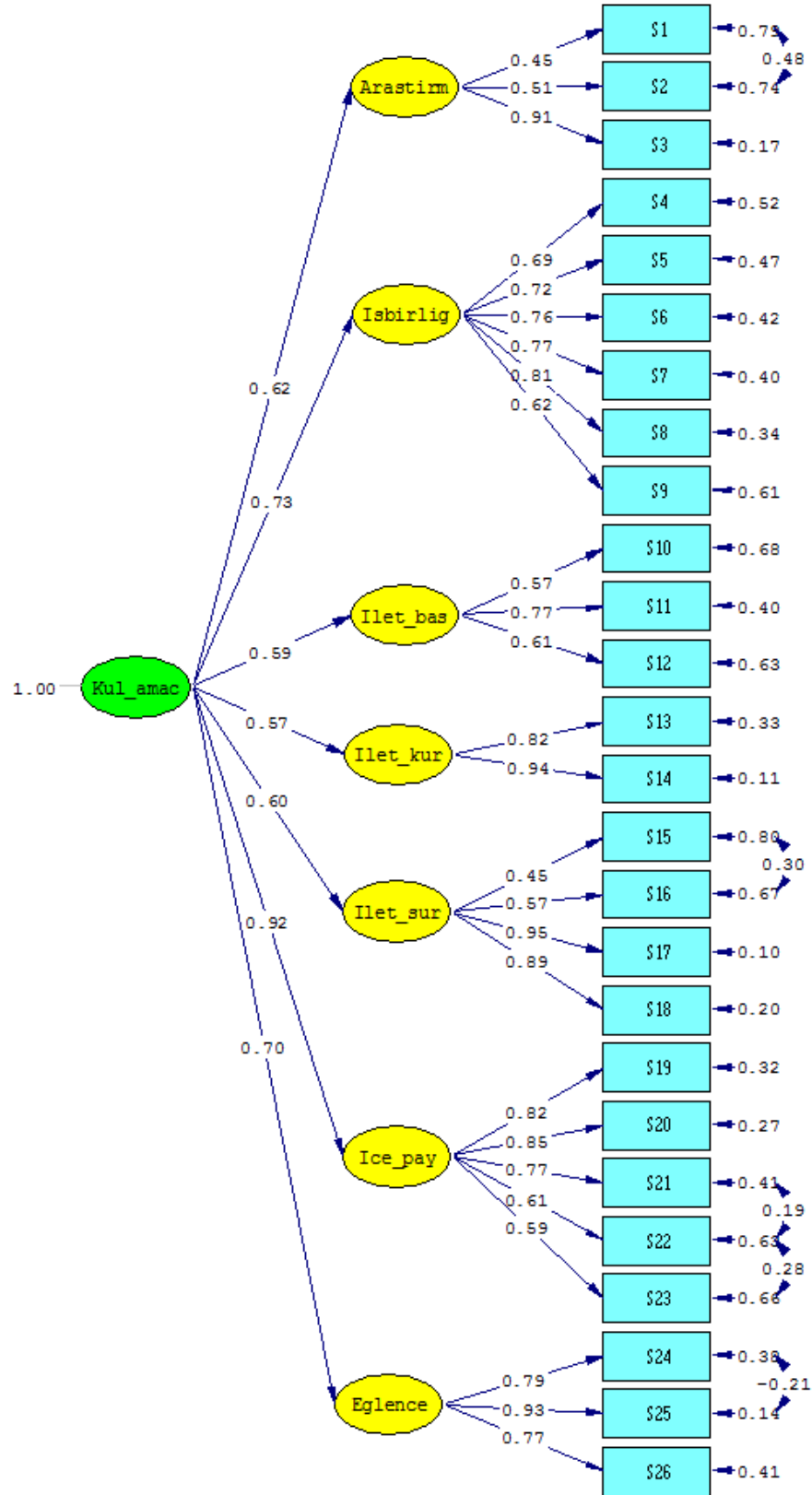
Şekil 1. DFA Birinci Düzey Bağlantı Diyagramı (standart katsayılar)

3.2. İkinci Düzey Doğrulayıcı Faktör Analizi

Sosyal ağların kullanım amaçları ölçeğinin birinci düzey faktör analizi ile ortaya çıkan faktörleri olan araştırma, işbirliği, iletişimi başlatma, iletişim kurma, iletişimi sürdürme, içerik paylaşma ve eğlence faktörlerinin kuramsal olarak ileri sürülen sosyal ağların kullanım amaçları ikinci düzey değişkeni yapısıyla ilişkisini ortaya koymak için ikinci düzey DFA yapılmıştır. İkinci düzey DFA'da 1. madde ile 2. madde, 7. madde ile 8. madde, 15. madde ile 16. madde, 21. madde ile 22. madde, 22. madde ile 23. madde ve son olarak 21. madde ile 23. madde arasındaki hata varyansları ilişkilendirilmiştir. Hatalar ilişkilendirildikten sonraki ikinci düzey modelin uyum indeksleri Çizelge 4'de, modelin standart katsayılarına dayalı bağlantı diyagramı ise Şekil 2'de verilmiştir.

Çizelge 4: İkinci düzey DFA'ya ilişkin uyum indeksleri

Uyum indeksi	Kabul Edilebilir Değer	Model Değeri
χ^2/SD	<5	2.43
RMSEA	<.08	.078
IFI	>.90	.96
CFI	>.90	.96
NFI	>.90	.93
NNFI	>.90	.95



Chi-Square=697.37, df=287, P-value=0.00000, RMSEA=0.078

Şekil 2. DFA İkinci Düzey Bağlantı Diagramı (standart katsayılar)

Modeldeki birinci düzey gizil değişkenler (Araştırma, işbirliği, iletişimi başlatma, iletişim kurma, iletişimi sürdürme, içerik paylaşma, eğlence) ile ikincil düzey değişken olan sosyal ağların kullanım amaçları yapısı arasındaki faktör yükleri (λ_x), ölçüm hataları (δ), t ve R^2 değerleri Çizelge 5'te verilmiştir.

Çizelge 5. İkinci düzey DFA'ya ait yol katsayısı, ölçüm hatası, t ve R^2 değeri

İkincil düzey değişken	Birincil düzey değişken	Yol katsayısı (λ_x)	Ölçüm hatası (δ)	t değeri	R^2 değeri
Kullanım amaçları	Araştırma	.62	.62	4.47	.38
	İşbirliği	.73	.47	8.94	.53
	İletişimi başlatma	.59	.65	5.85	.35
	İletişim kurma	.57	.68	7.05	.33
	İletişimi sürdürme	.60	.64	5.76	.36
	İçerik paylaşma	.92	.15	12.97	.85
	Eğlence	.70	.51	9.39	.49

T değerleri ve yol katsayıları dikkate alındığında, ikinci düzey sosyal ağların kullanım amaçları değişkeni ile birinci düzey değişkenler arasındaki en yüksek ilişkiyi içerik paylaşma ($\lambda_x = .92$, $t=12.97$) ve en düşük ilişkiyi ise iletişim kurma ($\lambda_x = .57$, $t = 7.05$) faktörü vermiştir. İkincil düzey değişken ile tüm birincil düzey yapılar arasındaki ilişkinin anlamlı ($p < .05$) olduğu belirlenmiştir. Modeldeki ikinci düzey değişkendeki varyansı birinci düzey değişkenlerden en çok içerik paylaşma (% 85) ve en az iletişim kurma (% 33) açıklamaktadır. Birinci düzey değişkenlerin ölçüm hataları .15 ile .68 arasında değişmektedir.

3.3. Güvenirlik

Sosyal ağların kullanım amaçları ölçeğinin güvenilirlik katsayısını hesaplamak için Cronbach alfa güvenilirlik katsayısından yararlanılmıştır. Ölçek faktörlerinin güvenilirlik katsayıları Çizelge 7'de verilmiştir.

Çizelge 7. Faktörlere Göre Güvenirlik Katsayıları

Faktör	Güvenirlik katsayısı
Araştırma	.78
İşbirliği	.86
İletişimi başlatma	.67
İletişim kurma	.87
İletişimi sürdürme	.82
İçerik paylaşma	.87
Eğlence	.81

Güvenirlik analizi sonuçlarına göre ölçekteki 26 maddenin Cronbach alfa ile hesaplanan güvenilirlik katsayısı .92 olarak hesaplanmıştır. Sosyal ağların kullanım amaçları ölçeğinin faktörlerinin Cronbach alfa güvenilirlik katsayıları ise .67 ile .87 arasında değişmektedir. Nunnally and Bernstein (1994) Cronbach alfa güvenilirlik katsayısının .7'den büyük olmasının kabul edilebilir olduğunu belirtmiştir. Kayış (2010) ise Cronbach alfa güvenilirlik katsayısının

.6 ile .8 arasında olmasının ölçeğin oldukça güvenilir olduğu anlamına geldiğini belirtmiştir. Ölçeğin madde toplam korelasyonları Çizelge 8’de verilmiştir.

Çizelge 8. Faktörlere Göre Maddelerin Toplam Madde Korelasyonları

Faktör	Madde	Madde toplam Korelasyonları
Araştırma	1	.331
	2	.358
	3	.505
İşbirliği	4	.593
	5	.600
	6	.572
	7	.606
	8	.604
	9	.553
İletişimi başlatma	10	.339
	11	.449
	12	.380
İletişim kurma	13	.399
	14	.491
İletişimi sürdürme	15	.413
	16	.436
	17	.547
	18	.515
İçerik paylaşma	19	.717
	20	.699
	21	.655
	22	.498
	23	.522
Eğlence	24	.543
	25	.630
	26	.570

Nunnally ve Bernstein (1994) .3 üzerindeki madde toplam korelasyonların kabul edilebilir olduğunu belirtmiştir. Çizelge 8’de görüldüğü gibi ölçeğin maddelerinin madde toplam korelasyonları .331 ile .717 arasında değişmektedir. Bu nedenle ölçeğin madde toplam korelasyonlarının yeterli olduğu söylenebilir.

3.4. Veri Toplama Aracının Özellikleri

Araştırma kapsamında geliştirilen veri toplama aracı 7’li likert tipinde tasarlanmıştır. Böylece ölçekten daha güvenilir sonuçlar elde edilebilecektir (Preston ve Colman, 2000). Ölçeğin maddelerine verilecek cevaplar “Kesinlikle katılıyorum” (7) ile “Kesinlikle katılmıyorum” (1) arasında değişmektedir. Ölçekten en fazla 182, en az 26 puan alınabilmektedir. Faktörlere göre kullanım amacı konusunda sınır bir değer belirlenmemiştir. Herhangi bir kullanım amacı faktörünün aritmetik ortalama olarak yüksek olması, bireyin sosyal ağları söz konusu amaç için yoğun kullandığı şeklinde yorumlanabilir.

4. TARTIŞMA

Bu çalışmada sosyal ağların kullanım amaçlarını belirlemek üzere 26 maddeden oluşan yedi faktörlü bir ölçek geliştirilmiştir. DFA sonucunda sosyal ağların kullanım amaçlarını oluşturan faktörler; araştırma, işbirliği, iletişimi başlatma, iletişim kurma, iletişimi sürdürme, içerik paylaşma ve eğlence olarak ortaya çıkmıştır. Ölçeğin Cronbach alfa güvenirlik katsayısı .92 olarak hesaplanmıştır. Bu şekilde, araştırma kapsamında geliştirilen sosyal ağların kullanım amaçları leğinin geçerli ve güvenilir bir lme aracı olduğu kuramsal ve istatistiksel olarak desteklenmiştir.

5. KAYNAKLAR

- Akyuz, H. I., Yetik, S. S., Bardakci, S., Alakurt, T., Numanoglu, G., & Keser, H. (2012). Teacher Candidates' Social Network Usage Tendencies: A Qualitative Investigation. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 46, 5402-5408. doi: <http://dx.doi.org/10.1016/j.sbspro.2012.06.447>
- Alexa. (2013). 09.09.2013 tarihinde <http://www.alexa.com/> adresinden alınmıştır.
- Arnaboldi, V., Passarella, A., Tesconi, M., & Gazze, D. (2011). Towards a Characterization of Egocentric Networks in Online Social Networks. In R. Meersman, T. Dillion & P. Herrero (Eds.), *On the Move to Meaningful Internet Systems: Otm 2011 Workshops* (Vol. 7046, pp. 524-533). Berlin: Springer-Verlag Berlin.
- Balaman, F., & Karataş, A. (2012). Lise Öğrencilerinin İnternet Ortamında Sosyal Paylaşım Sitelerini Kullanım Amaçları ve Sosyal Paylaşım Unsurları. *Batman Üniversitesi Yaşam Bilimleri Dergisi*, 1(1), 497-504.
- Bartlett-Bragg, A. (2006). Reflections on pedagogy: Reframing practice to foster informal learning with social software. 16.09.2013 tarihinde <http://matchsz.inf.elte.hu/tt/docs/Anne20Bartlett-Bragg.pdf> adresinden alınmıştır.
- Bonds-Raacke, J., & Raacke, J. (2010). MySpace and Facebook: Identifying Dimensions of Uses and Gratifications for Friend Networking Sites. *Individual Differences Research*, 8(1), 27-33. <http://www.idr-journal.com/>
- Cheung, C. M. K., & Lee, M. K. O. (2010). A theoretical model of intentional social action in online social networks. *Decision Support Systems*, 49(1), 24-30. doi:10.1016/j.dss.2009.12.006
- Facebook Newsroom. (2013). 09.09.2013 tarihinde <http://newsroom.fb.com/Key-Facts> adresinden alınmıştır
- Fornell, C., & Larcker, D.F. (1981). Evaluating Structural Equation Models with Unobservable Variables and Measurement Error. *Journal of Marketing Research*, 18(1), 39-50.
- Hair, J. E., Jr., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2010). Multivariate data analysis (7th ed.). Upper Saddle River, New Jersey: Prentice-Hall.
- Hu, L., & Bentler, P. M. (1999). Cutoff criteria for fit indexes in covariance structure analysis: conventional criteria versus new alternatives. *Structural Equation Modeling*, 6, 1-55.
- Karal, H., & Kokoç, M. (2010). Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Ağ Siteleri Kullanım Amaçlarını Belirlemeye Yönelik Bir Ölçek Geliştirme Çalışması. *Turkish Journal of Computer and Mathematics Education*, 1(3), 251-263.
- Kayış, A. (2010). Güvenirlilik analizi. In S. Kalaycı. SPSS uygulamalı çok değişkenli istatistik teknikleri (5.baskı, s.403-419). Kızılay, Ankara: Asil yayın dağıtım.
- Luckin, R., Logan, K., Clark, W., Graber, R., Oliver, M., & Mee, A. (2008). Learners' Use of Web 2.0 Technologies In and Out of School in Key Stages 3 and 4, Becta, Coventry [online]http://dera.ioe.ac.uk/1476/1/becta_2008_web2_learnersuse_report.pdf
- Luckin, R., Clark, W., Logan, K., Mee, A., & Oliver, M. (2009). Do Web 2.0 tools really open the door to learning? Practices, perceptions and profiles of 11-16-year-old students. *Learning, Media and Technology*, 34(2), 87-104. http://www.tandfonline.com/toc/cjem20/current#.UbWoz_np2Bw

- Mazman, S. G., & Usluel, Y. K. (2010). Modeling educational usage of Facebook. *Computers & Education*, 55(2), 444-453. doi: <http://dx.doi.org/10.1016/j.compedu.2010.02.008>
- Noar, S.M. (2003). The Role of Structural Equation Modeling in Scale Development. *Structural Equation Modeling*, 10(4), 622-647. doi:10.1207/S15328007SEM1004_8
- Nunnally, J. C., & Bernstein, I. H. (1994). *Psychometric theory* (3rd ed.). New York: McGraw-Hill.
- Öztürk, M., & Akgün, E. (2012). Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Paylaşım Sitelerini Kullanma Amaçları ve Bu Sitelerin Eğitimlerinde Kullanılması ile İlgili Görüşleri. *Sakarya University Journal of Education*, 2, 49-67.
- Preston, C.C., & Colman, A.M. (2000). Optimal number of response categories in rating scales: reliability, validity, discriminating power, and respondent preferences. *Acta Psychologica*, 104, 1-15.
- Schermelleh-Engel, K., Moosbrugger, H., & Müller, H. (2003). Evaluating the fit of structural equation models: Test of significance and descriptive goodness-of-fit measures. *Methods of Psychological Research Online*, 8(2), 23-74. <http://www.mpr-online.de>
- Selwyn, N. (2007) 'Web 2.0 applications as alternative environments for informal learning – a critical review', paper presented at the OECD-KERIS Expert Meeting. *Alternative Learning Environments in Practice: Using ICT to Change Impact and Outcomes*, 16-19 October 2007, Cheju Island, Korea.
- Sümer, N. (2000). Yapısal Eşitlik Modelleri: Temel Kavramlar ve Örnek Uygulamalar. *Türk Psikoloji yazıları*, 3(5), 49-74.
- Usluel, Y.K., & Atal, D. (2013). Students' approach to social network in educational context. *Int. J. Web Based Communities*, 9(2), 188-198. <http://www.inderscience.com>

YAZARLAR HAKKINDA BİLGİ



Prof. Dr. Yasemin Koçak Usluel Hacettepe Üniversitesi, Eğitim Fakültesi, Bilgisayar ve Öğretim Teknolojileri Eğitimi Bölümünde görev yapmaktadır. Doktora derecesini Hacettepe Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Bölümü, Eğitim Yönetimi, Teftişi, Planlaması ve Ekonomisi Anabilim dalından; Lisans derecesini, Ankara Üniversitesi Psikoloji Bölümünden almıştır. İlgi alanları, okullarda Bilgi ve İletişim Teknolojilerinin yayılımı, eğitim teknolojilerinin öğrenme-öğretme süreciyle bütünleştirilmesi; eğitim örgütlerinde yeniliğin benimsenmesi sürecinde öğretmenlerin rolü ve sosyal ağların eğitsel bağlamda kullanımı konularındadır. Okullarda teknolojinin yayılımı ve öğrenme-öğretme sürecine bilgi ve iletişim teknolojilerinin bütünleştirilmesi konusunda ders vermektedir.

İletişim Bilgileri:

Hacettepe Üniversitesi, Eğitim Fakültesi, Bilgisayar ve Öğretim Teknolojileri Eğitimi, 06800 Beytepe Ankara
E-posta: kocak@hacettepe.edu.tr



Ömer Demir 1986 yılında İstanbul'da doğdu. 2004 yılında Kadıköy Anadolu Meslek lisesini bitirdi. 2011 yılında Boğaziçi Üniversitesi Bilgisayar ve Öğretim Teknolojileri Eğitimi bölümünü bitirdi. 2012 yılında itibaren Hakkâri Üniversitesi adına Hacettepe Üniversitesi Bilgisayar ve Öğretim Teknolojileri Eğitimi Bölümünde ÖYP araştırma görevlisi olarak çalışmaktadır. Yüksek lisans eğitimine devam eden Ömer Demir iyi derecede İngilizce konuşmaktadır. İlgi alanları çevrimiçi öğrenme, kendi kendine öğrenme ve sosyal ağların eğitsel bağlamda kullanılmasını kapsamaktadır.

İletişim Bilgileri:

Hacettepe Üniversitesi, Eğitim Fakültesi, Bilgisayar ve Öğretim Teknolojileri Eğitimi, 06800 Beytepe Ankara
E-posta: omerdemir@hacettepe.edu.tr



Murat Çınar 1983 yılında Adana'da doğdu. İlk, orta ve lise öğrenimini aynı şehirde tamamladı. 2007 yılında Gazi Üniversitesi Bilgisayar Sistemleri Öğretmenliği programını tamamladı. 2007 yılından bu yana MEB bünyesinde çalışmaktadır. 2012 yılında Hacettepe Üniversitesi, Bilgisayar ve Öğretim Teknolojileri Eğitimi Anabilim dalında Yüksek Lisans derecesi aldı. Halen aynı anabilim dalında doktora eğitimine devam etmektedir. Araştırma alanları arasında çevrim-içi öğrenme, web-tabanlı ders tasarımı, insan-bilgisayar etkileşimi ve öğrenme ortamlarına teknoloji entegrasyonu konuları bulunmaktadır.

İletişim Bilgileri:

Hacettepe Üniversitesi, Eğitim Fakültesi, Bilgisayar ve Öğretim Teknolojileri Eğitimi, 06800 Beytepe Ankara
E-posta: muratcinar@hacettepe.edu.tr

SOSYAL AĞLARIN KULLANIM AMAÇLARI ÖLÇEĞİ

Giriş: Sosyal ağlar son on yılda büyük bir kullanıcı kitlesine ulaşarak artık günlük hayatın ayrılmaz bir parçası olmuştur. İnsanlar e-postalarını kontrol eder gibi rutin olarak sosyal ağlardaki durumlarını güncelleyip, sosyal çevresine ait bildirimleri kontrol eder hale gelmiştir. Bununla birlikte, dünya çapında yoğun olarak kullanılan sosyal ağların kullanım amacı kişiden kişiye farklılaşmaktadır. Bu yüzden alanyazında sosyal ağların kullanım amaçlarını tespit etmek için pek çok ölçek geliştirilmiştir. Fakat sosyal ağlar gelişen web teknolojilerine bağlı olarak kullanıcılarına her geçen gün farklı özellikler sunmakta ve bu nedenle de sosyal ağların kullanım amaçları değişmektedir. Bu çalışmada alanyazın incelemeleri ve sosyal ağ kullanıcılarıyla yapılan görüşmeler ışığında sosyal ağların kullanım amaçlarını belirlemek için daha güncel bir ölçek geliştirilmesi hedeflenmiştir. Sosyal ağların bireyler tarafından ne amaçla kullanıldığı ve hangi etkinliklerin bu ağlar üzerinden gerçekleştiği bilgisi, sosyal ağların öğretimsel bir araç olarak pedagojik düzenlemelere içinde yer bulmasına da önemli katkı sağlayacaktır. Bu sayede öğrenenler kullanım amaçlarını değiştirmeden sadece kullanım alanlarını değiştirerek, öğrenim süreçlerine daha kendilerine özgü bir şekilde devam edip, sosyal ağlara karşı duydukları özerk motivasyonu sürdürebilecektir.

Yöntem: İlk olarak alanyazında bulunan sosyal ağların kullanım amaçları hakkında daha önce geliştirilmiş ölçeklere ulaşılmış ve bu ölçekler incelenmiştir. Bu şekilde madde havuzuna Mazman ve Usluel (2010) ve Bonds-Raacke ve Raacke (2010) tarafından geliştirilen ölçeklerden ikiye madde eklenmiştir. Daha sonra sosyal ağların farklı kullanım amaçlarını belirlemek için 8 sosyal ağ kullanıcısıyla görüşmeler yapılmıştır. Yapılan bu görüşmeler ve alanyazın taraması sonucu 43 maddelik bir madde havuzu oluşturulmuştur. Ölçeğin kapsam geçerliği 3 ve dilsel geçerliği için 2 uzman görüşüne başvurulmuştur. Uzman görüşleri doğrultusunda ölçek maddelerinde gerekli değişiklikler yapılmıştır. Ölçek sosyal ağlar aracılığıyla araştırmacılar tarafından yayılmıştır. Araştırmanın çalışma grubunu 93'ü erkek (%39), 143'ü kadın (%61) olmak üzere toplam 236 sosyal ağ kullanıcısı oluşturmuştur. Ölçeğin yapı geçerliği için birinci ve ikinci düzey doğrulayıcı faktör analizi (DFA) yapılmıştır. DFA'da χ^2/SD , RMSEA, CFI, IFI, NFI ve NNFI uyum indisleri rapor edilmiştir. DFA'da gerekli görülen hata varyansları ilişkilendirilmiştir. Ölçeğin güvenilirliği Cronbach alfa güvenilirlik katsayıları hesaplanarak test edilmiştir. Ayrıca madde toplam korelasyonları da rapor edilmiştir.

Bulgular: Yapılan analizler sonucunda faktör yükleri düşük olan 17 madde, madde havuzundan çıkarılmış ve ölçek maddeleri 1'den 26'ya kadar tekrar sıralanmıştır. Birinci ve ikinci düzey modelin uyum indislerinin yeterli değerler vermemesi sonucunda 5 kere çeşitli faktörler arasındaki hata varyansları ilişkilendirilmiştir. Bu hata varyanslarının ilişkilendirilmesi sonucunda birinci ve ikinci düzey modelin uyum indekslerinin kabul edilebilir değerler verdiği görülmüştür. Analizler sonucunda ölçek 26 madde ve yedi faktörlü (araştırma, işbirliği, iletişimi başlatma, iletişim kurma, iletişimi sürdürme, içerik paylaşma ve eğlence) bir yapı göstermiştir. Ölçekteki faktör madde sayıları 2 ile 6 arasında değişmektedir. Sosyal ağların kullanım amaçları ölçeğinin Cronbach alfa güvenilirlik katsayısı ise .92 olarak hesaplanmıştır. Ölçeğin faktörlerinin güvenilirlik katsayılarının .67 ile .87; ölçeğin madde toplam korelasyonlarının ise .331 ile .717 arasında değiştiği bulunmuştur.

Sonuçlar: Bu sonuçlar, sosyal ağların kullanım amaçları ölçeğinin geçerli ve güvenilir bir ölçme aracı olduğunu göstermektedir. Bu nedenle, ölçek, araştırmacılar ve uygulayıcılar tarafından sosyal ağların kullanım amaçlarına ışık tutmak için kullanılabilir.

Ek 1: Sosyal Ağların Kullanım Amaçları Ölçeği

(1: Kesinlikle katılmıyorum - 7: Kesinlikle katılıyorum)

Maddeler	1	2	3	4	5	6	7
1) Sosyal ağları herhangi bir sorunla ilgili çözüm yolları bulmak için kullanırım.							
2) Sosyal ağları merak ettiğim ya da ilgi duyduğum bir konu hakkında bilgi aramak için kullanırım.							
3) Sosyal ağları görüşlerimi destekleyecek materyaller (fotoğraf, video ve yazı vb.) bulmak için kullanırım.							
4) Sosyal ağları arkadaşlarımla herhangi bir konu ya da durum hakkında işbirliği yapmak için kullanırım.							
5) Sosyal ağları ortak ilgi alanına sahip kişilerle bir araya gelmek için kullanırım.							
6) Sosyal ağları belli bir amaçla ilgili görev paylaşımı için kullanırım.							
7) Sosyal ağları sosyo-kültürel etkinlik düzenlemek için kullanırım.							
8) Sosyal ağları ortak bir amaç oluşturmak için kullanırım.							
9) Sosyal ağları etkinliklerden haberdar olmak için kullanırım.							
10) Sosyal ağları yeni arkadaşlıklar kurmak için kullanırım.							
11) Sosyal ağları arkadaşlarıma yüz yüze söyleyemediğim şeyleri söylemek için kullanırım.							
12) Sosyal ağları samimi olmadığım arkadaşlarımla iletişim kurmak için kullanırım.							
13) Sosyal ağları arkadaşlarımla sohbet etmek (anlık iletişim, sesli ve görüntülü iletişim) için kullanırım.							
14) Sosyal ağları arkadaşlarımla mesaj alış-verişi için kullanırım.							
15) Sosyal ağları iletişim bilgilerini bilmediğim arkadaşlarıma ulaşmak için kullanırım.							
16) Sosyal ağları eski arkadaşlarımla bulmak için kullanırım.							
17) Sosyal ağları arkadaşlarımla iletişimimi sürdürmek için kullanırım.							
18) Sosyal ağları arkadaşlarımla bağlantımı koparmamak için kullanırım.							
19) Sosyal ağları herhangi bir konu hakkında içerik (resim, video ve metin vb.) oluşturmak için kullanırım.							
20) Sosyal ağları görüşlerimi desteklemek için oluşturduğum görselleri (resim ve video vb.) paylaşmak için kullanırım.							
21) Sosyal ağları fotoğraf albümü oluşturmak için kullanırım.							

22) Sosyal ağları video albümü oluşturmak için kullanırım.							
23) Sosyal ağları kişisel etkinlik g¼nl¼đ¼ oluşturmak için kullanırım.							
24) Sosyal ağları komik paylaşımlara (s¼z ve karikat¼r vb.) bakmak için kullanırım.							
25) Sosyal ağları mutsuz olduğumda beni mutsuz eden etkenlerden uzaklaşmak için kullanırım.							
26) Sosyal ağları komik paylaşımlar (s¼z ve karikat¼r gibi) yapmak için kullanırım.							