



Iğdır Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi
e-ISSN: 2147-6152
Yıl 10, Sayı 25, Ocak 2021

Makale Adı /Article Name

Üniversite Öğrencilerinin Sosyal
Medyayı Kullanım Amaçlarını
Belirleme Ölçeği'nin Geliştirilmesi

Developing Social Media Use
Purposes Scale of University Student

Yazar

Ercan ARAS

Öğr. Gör., Iğdır Üniversitesi

ercanaraso104@gmail.com  ORCID: 0000-0003-1361-3212

Adem PEKER

Doç. Dr. Atatürk Üniversitesi, Kazım Karabekir Eğitim Fakültesi

adem.peker@atauni.edu.tr  ORCID: 0000-0002-3594-9166

Yayın Bilgisi

Yayın Türü: Araştırma Makalesi

Gönderim Tarihi: 10.09.2020

Kabul Tarihi: 29.12.2020

Yayın Tarihi: 29.01.2021

Sayfa Aralığı: 656-673

Kaynak Gösterme

Aras, Ercan; Peker, Adem (2021). "Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Medyayı Kullanım Amaçlarını Belirleme Ölçeği'nin Geliştirilmesi", *Iğdır Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, S. 25, s. 656-673.

(Bu makale, Iğdır Üniversitesi'nin 02.09.2020 tarih ve 2020/23 sayılı kararıyla "ETİK KURUL ONAYI" almıştır. Söz konusu Onay Belgesi makalenin sonuna eklenmiştir.)

ÖZ

Bu araştırmanın amacı, üniversite öğrencilerinin sosyal medyayı kullanım amaçlarını belirleme ölçeğini (SMKABÖ) geliştirmektir. Araştırmanın çalışma grubu 2020 yılında İğdır Üniversitesi'nde öğrenim gören 175 kadın ve 144 erkek olmak üzere toplam 319 kişiden oluşmaktadır. Açımlayıcı faktör analizi sonucunda, üniversite öğrencilerinin Sosyal Medyayı Kullanım Amaçlarını Belirleme Ölçeği'nin toplam varyansın % 63.27'sini açıklayan 17 madde ve 4 alt boyuttan oluştuğu belirlenmiştir. Ölçeğin ölçüt bağımlı geçerliği analizinde SMKABÖ ile Bergen Sosyal Medya Bağımlılığı arasında anlamlı bir ilişkinin olduğu gözlenmiştir. Güvenirlik analizleri sonucunda iletişim kurma, bilgi edinme, sosyal etkileşim, eğlence ihtiyacı ve ölçeğin tamamı için iç tutarlık kat sayısı sırasıyla .77, .81, .75, .86, .88 olarak saptanmıştır. Sonuç olarak ölçeğin üniversite öğrencilerinin sosyal medyayı kullanım amaçlarını belirlemede kullanılabilir geçerliği ve güvenilirliği olan bir ölçme aracı olduğu söylenebilir.

Anahtar Kelimeler: Üniversite Öğrencileri, Sosyal Medyayı Kullanım Amaçları, Ölçek Geliştirme

ABSTRACT

The aim of this study is to develop the scale of determining the social media use purposes of university students. Working group of the research consists of 319 people 175 women and 144 men- who study at Iğdır University in 2020 year. As a result of exploratory factor analysis, it has been defined that the scale of determining the social media use purposes of university students consists of 17 items and 4 subdimensions explaining %63.27 of total variances. By the scale's criterion based validity analysis, it has been observed that there is a relationship between Bergen social media addiction and the scale of defining the social media use purposes of university students' As the result of reliability analysis it has been detected that the parameters of internal consistency are respectively .77, .81, .75, .86, .88 for communication, get information, social interaction, need for entertainment and the whole scale. Finally it can be stated that the scale is a reliable and valid quantification method for defining the aims of university students' using social media.

Keywords: University Students, The purposes of Using Social Media, Scale Development

Giriş

Sosyal medya bireyin anılarını, duygu ve düşüncelerini, günlük yaşantısını paylaştığı ve bu yönüyle birçok insanın ilgi odağı haline gelen bir ortamdır. Sürekli olarak güncellenebilmesi, paylaşımına açık olması, hızlı ve pratik olması gibi nedenler, birçok insanın yaşamında sosyal medyanın yaygın olarak kullanılmasını sağlamaktadır. Günümüzde hızla gelişen ve yayılan sosyal medya, insan yaşamını

önemli derecede etkilemektedir. Eğitim, sosyal, ekonomik vb. alanlarda etkilediği gibi iletişim alanında da etkilemeye devam etmektedir. Sosyal medya teknolojinin hızla gelişmesiyle birlikte, özellikle 2000'li yıllardan sonra insan yaşamında önemli bir hale gelmiştir. Neredeyse bütün insanların sosyal medya kullandığı bu zamanda, sosyal medyayı kullanım amacı kişiden kişiye değişebilmektedir. İnsanlar sosyal medya aracılığıyla birçok paylaşımda bulunmakta ve dünyanın en uzak yerleri ile iletişim kurabilmektedir.

Sosyal medya bazıları için sosyalleşme aracı, beğenilmek, saygınlık kazanmak iken; bazıları için yalnız kalma, sosyalleşmeden kaçma şeklinde ortaya çıkmaktadır (Tektaş, 2014). İnsan, günlük yaşamdaki birçok durumu internet ortamına taşımakta ve katıldığı sosyal aktiviteleri, toplantıları, yaptığı alış-verişi, gezdiği yerleri, kısacası günlük yaşam içerisinde yaptığı faaliyetlerin büyük bir kısmını sanal ortama aktarmaktadır. İnsanların yeni arkadaşlıklar kurma, eğlenme, alış-veriş yapma, farklı kültürler tanıma, duygu ve düşüncelerini paylaşma gibi birçok şeyi sosyal medya aracılığı ile sağlamaya çalıştığı görülmektedir (Bedir, 2016).

İnsanlar yeni birilerini tanımak, onlarla arkadaşlık kurmak, gerçek yaşamda sürdürdüğü ilişkileri sanal ortama taşımak, onlarla eğlenmek veya diğer insanların paylaştığı içeriklere merak duymak gibi durumlara ilişkin sosyal medyaya yönelik kullanma eğilimi göstermektedir (Özsarı ve Karaduman, 2016). Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK) 2016 yılındaki verilerine göre; İnternet kullanan bireylerin % 82,4'ü sosyal medyada profil oluşturma, başkalarıyla mesajlaşmak, fotoğraf paylaşma, video izleme, online haber, gazete, dergi okuma ve sağlıkla ilgili bilgi edinme amacıyla kullandıkları tespit edilmiştir.

Sosyal medya kullanımında gençler arasında önemli bir artış söz konusudur. Modern toplumun vazgeçilmez bir unsuru haline gelen sosyal medya, özellikle üniversite öğrencileri arasında da yaygın halde kullanılmaktadır. Yapılan çalışmalarda; öğrencilerin büyük bir çoğunluğunun herhangi sosyal medya sitesine üye olduğu belirtilmektedir (Otrar ve Arın, 2014; Özsarı ve Karaduman, 2016). Sosyal medya, bazı öğrenciler tarafından aile bireyleri ile sohbet etmek, görüntülü görüşme sağlamak, eğlenmek ve bilgi edinmek amacı ile kullanılırken; bazı

öğrenciler de yeni arkadaşlar bulmak, günlük aktivitelerini paylaşmak, kendini özgürce ifade etmek gibi amaçlarla kullanabilmektedir (Otrar ve Arın, 2015). Özellikle akıllı telefonların ortaya çıkması ve internetin kolay bir şekilde ulaşılabilir olması, insanların sosyal medyayı daha çok kullanmalarına imkan sağlamaktadır (Peker ve Çukadar, 2016).

Sosyal medyaya yönelik yurt içinde geliştirilen ölçeklere bakıldığında; Otrar ve Arın (2015) hem ortaokul hem de liselerde öğrenim gören öğrenciler için geliştirdiği ölçek dikkat çekmektedir. Ölçek 6'sı olumsuz 17'si olumlu olmak üzere toplam 23 maddeden oluşmaktadır. Ölçek 4 faktörlü (paylaşım ihtiyacı, sosyal yetkinlik, sosyal izolasyon ve öğretmenlerle ilişki) bir yapı göstermektedir. Orbatu ve diğerleri (2020) tarafından geliştirilen "Ergenlerde Sosyal Medya Bağımlılık Ölçeği" üç faktörden oluşmaktadır. Ölçek beşli Likert tipinde, 13 maddeden ve sanal yaşamı seçme, işlevsellikte bozulma, sanal haz boyutlarından meydana gelmektedir. Özgenel ve diğerleri (2019) tarafından ergenlerin sosyal medya bağımlılık düzeylerini belirlemeye yönelik ortaokul ve lise öğrencileri örnekleminde katılımıyla 9 maddelik ve tek faktörlü bir yapı elde etmiştir.

Taş (2017) sosyal medya bağımlılığı ölçeğinin kısa formunun Türkçe uyarlamasında 9 maddelik tek faktörlü bir yapı bulmuştur. Fırat ve Barut (2018) tarafından ergenlerin sosyal medya bağımlılığına ilişkin geliştirilen ölçek 2 alt boyut ve 24 maddeden oluşmaktadır. Eren (2014) ortaokul ve lise öğrencilerinin sosyal medyayı kullanım amaçlarını belirlemek için geliştirdiği ölçekte, 12 madde ve 2 alt boyutun (kişiler arası etkileşim, ders hazırlığı) olduğu ortaya çıkarılmıştır.

Ünal ve Deniz (2015) üniversite öğrencilerinde sosyal medya bağımlılığını belirlemek için geliştirdikleri ölçek dört faktörden meydana gelmektedir. Bu faktörler meşguliyet, duygu durum düzenleme, tekrarlama, çatışma olarak belirlenmiştir. Ölçek toplam 41 maddeden oluşmaktadır. Bedir (2016) üniversite öğrencilerinin sosyal medya tutumlarını ölçmeye yönelik tek faktörlü ölçme aracı geliştirmiştir. Demirci (2019)'da Bergen Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeğini 14-57 yaşları arasındaki bireylere Türkçe'ye uyarlama çalışması yapmıştır. Ölçeğin özgün halinde olduğu gibi tek boyutlu bir yapıda olduğu görülmüştür. Şahin ve Yağcı (2017) 18-60 yaş aralığındaki yetişkinlerin sosyal medya bağımlılığını ölçmeye

yönelik geliştirdiği ölçek, 20 madde ve 2 alt boyuttan (sanal tolerans ve sanal iletişim) oluşmaktadır.

Akın ve diğerleri (2015) Sosyal Medya Kullanımı Ölçeğinin Türkçe'ye uyarlaması çalışmasını yapmıştır. Ölçek, üniversite öğrencisi üzerinde yapılmış ve 2 alt boyutlu bir yapı olduğu görülmüştür (Sosyal bütünleşme ve duygusal bağlantı). Ayđar, Bakır ve Uzun (2018) tarafından üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılık düzeylerini belirlemek için ölçek geliştirilmiştir. Ölçekte 26 madde ve 3 alt boyutlu bir yapı ortaya çıkmıştır. Ölçeğin alt boyutları; İşlevsellikte bozulma, Kontrol Güçlüğu ve Yoksunluk, Sosyal İzolasyon olarak belirlenmiştir.

İçirgin (2018)'in geliştirdiği üniversite öğrencilerinin sosyal medya kullanım alışkanlıkları ve motivasyonları ölçeği 42 madde ve Sosyal Kaçış, Bilgilenme, Boş Zamanları Değerlendirme, Ekonomik Fayda, Sosyal Etkileşim ve Sosyal Medya, Eğlence Motivasyonu olmak üzere 6 boyuttan oluşmaktadır.

Alanyazında sosyal medya ile ilgili kullanılan ölçekler incelendiğinde, daha çok lise ve ortaokul öğrencilerine yönelik oldukları ve öğrencilerin sosyal medya bağımlılıklarını ve kullanım alışkanlıklarını belirlemeye yönelik hazırlandığı gözlenmektedir. Bu çalışma da geliştirilen ölçeğin üniversite öğrencilerinin sosyal medyayı kullanım amaçlarını belirlemeye yönelik olması, diğer ölçeklerden ayıran en temel özellik olarak kabul edilebilir. Bu açıdan sosyal medyayı kullanım amaçlarını belirlemeye yönelik ve literatüre önemli katkılar sağlaması düşünölen bir ölçme aracına gereksinim duyulmuştur. Bu amaçla geliştirilen ölçeğin üniversite öğrencilerin sosyal medyayı kullanmaya ilişkin amaçlarını belirlemede önemli bir eksikliği gidereceği düşünölmektedir. Ayrıca, bu ölçeğin alan uzmanlarına ve üniversite öğrencilerine yönelik yapılacak eğitsel faaliyetleri planlamada ve benzer çalışmalarda kullanılması vs. önemli katkılar sunacağı ön görölmektedir.

Yöntem

Çalışma Grubu

Araştırmanın çalışma grubunu 2020 yılında Iğdır üniversitesinde öğrenim gören 319 üniversite öğrencisi oluşturmaktadır. Çalışmaya katılan üniversite öğrencilerinin yaşları 18 ile 29 arasında değişmektedir. Katılımcıların 175'i kadın

(% 55) ve 144 erkek (% 45) öğrenciden oluşmaktadır. Öğrencilerin yaş ortalaması 22.16'dur.

Veri Toplama Araçları

Bergen Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği: Bu çalışmada üniversite öğrencilerinin sosyal medyaya kullanım amaçlarını belirleme ölçeğinin ölçüt bağıntılı geçerliğini saptamak için Demirci (2019) tarafından geliştirilen Bergen Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği kullanılmıştır. Ölçek 6 madde ve tek boyuttan oluşmaktadır. Ölçeğin iç tutarlık güvenirlik katsayısı .83 olarak bulunmuştur.

Veri Analizi

Verilerin analizi SPSS 22.00 istatistik paket programları aracılığıyla gerçekleştirilmiştir. Ölçek yapısının belirlenmesinde açıklayıcı faktör analizi (AFA) yöntemlerinden temel bileşenler analizi tekniği kullanılmıştır.

Etik Kurul İşlemleri

Çalışma için Iğdır Üniversitesi Bilimsel Araştırma ve Yayın Etik Kurulu Başkanlığı'ndan 04.09.2020 tarihinde 2020/23 sayılı etik kurul kararı ile izin alınmıştır.

Veri Toplama Süreci

COVID-19 salgınından dolayı veriler yüz yüze yerine çevrimiçi olarak toplanmıştır. Bunun için, Google Formlar aracılığıyla hazırlanan çevrimiçi veri toplama seti online olarak öğrencilere gönderilmiştir. Ayrıca çalışmaya katılmadan önce bireylerden aydınlatılmış onam da alınmıştır. Çalışmaya sadece gönüllü bireylerin katılmasına dikkat edilmiştir. Buna ek olarak, bireylere istedikleri zaman ölçekleri doldurmayı bırakabilecekleri ve sonuçların gizli tutulacağı konusunda bilgi verilmiştir. Çevrimiçi veri toplama işlemi 3 gün içinde tamamlanmıştır.

Çevrimiçi uygulamada bir soru işaretlemeden diğerine geçilmediği için çalışmada eksik veri olmamıştır. Sonuç olarak 330 kişi ölçekleri doldurduğu gözlenmiştir. Verilerin analizine geçilmeden önce aykırı ve normallik değerleri incelendi. Bu işlemler sonucunda 11 bireye ait verilerin parametrik koşulları ihlal

ettiği tespit edildi ve veri kümesinden çıkarıldı. Bütün bu işlemler sonucunda analiz işlemi 319 veri üzerinden yürütüldü.

Bulgular

Açımlayıcı Faktör Analizi (AFA)

Bu çalışmada üniversite öğrencilerinin sosyal medyayı kullanım amaçlarını belirlemeye ilişkin faktör yapısını belirlemek amacıyla yapılan açımlayıcı faktör analizi yapılmıştır. Verilerin örneklem büyüklüğü ve faktör analizine uygunluk durumu için Kaiser Mayer Olkin (KMO) değeri ve Barlett Küresellik testleri yapılmıştır. Sonuçlar incelendiğinde KMO değerinin .86 ve Barlett testi χ^2 değerinin ise 5747.56 ($p < .01$) olduğu belirlenmiştir. KMO değeri en az .80-.90 arasında olması ve Barlett Küresellik testi sonuçlarına göre χ^2 değerine ait anlamlılık değeri .05'ten küçük olması verilerin açımlayıcı faktör analizine uygun olacağı şeklinde değerlendirilmektedir (Çokluk, Şekercioğlu & Büyüköztürk, 2014). Bu aşamadan sonra ölçeğin faktör desenlerinin belirlenmesi işlemine geçilmiştir.

Ölçeğin faktör yapısının belirlemek için temel bileşenler analizi tekniği kullanılmıştır. Temel bileşenler analizinde faktör sayısının belirlenmesinde, her bir faktörün öz değeri en az 1 olması, yamaç eğrisi grafiğinin yatay şekil aldığı noktaya kadar olan faktörlerin değerlendirilmesi ve her bir faktörün toplam varyansın açıklanmasına katkısı en az % 5 olması ölçüt olarak alınmıştır (Büyüköztürk, 2012; Field, 2013). Ayrıca ölçeğin faktör analizi aşamasında .40 değeri faktör yükleri için ölçüt olarak alınmıştır (Hair, Anderson, Tatham, & Black, 1998). Analiz sürecinde 9 maddenin ölçüt olarak belirlenen .40 değerinden düşük faktör yüklerine sahip olduğu ortaya çıkarılmıştır. Bununla birlikte, üç maddeye ait faktör yüklerinin iki faktör altında ölçüt olarak kabul edilen .40 değerinden düşük olduğu belirlenmiştir. Bundan dolayı, ölçeğe ilişkin üç ifade madde havuzundan çıkarılmıştır.

Açımlayıcı faktör analiz sonucunda belirlenen faktörün yüksek ilişkili olan maddelerin bir faktör yapısı altında toplanması için dik faktör rotasyonu (eksen döndürmesi) yapılmıştır.

Faktör rotasyonu (Eksen döndürmesi)

Ölçekte kaç faktör olacağına karar verildikten sonra tekrar faktör analizi yapılmıştır. Analiz işlemi yapılırken faktör yüklerinin yapısını daha iyi anlamak için döndürme işlemi yapılmıştır. Bunun içinde dik açılı döndürme yöntemi olan Varimax seçilmiştir. Yapılan döndürme işlemi sonucunda ölçekte binişik maddelerin olduğu görülmüştür. Bir diğer ifade ile birden fazla faktör altında maddelerin olduğu ve bu maddelerin aralarındaki farkında .10'un altında olduğu belirlenmiştir. Dolayısıyla binişik madde gösteren veriler ölçekten çıkarılarak analiz işlemi tekrar yapılmıştır. Bu işlem sonucunda, maddelere ilişkin faktör yükü .40'dan küçük ve her iki faktörde aldığı yük değeri arasındaki fark .10'un altında olan 3 madde veri setinden çıkarılmıştır. Her madde çıkarıldıktan sonra döndürme işlemi tekrarlanmıştır. Maddelerin döndürülme işleminin sonucunda öz-değerleri 1'den büyük olan 4 faktörlü ve 17 maddeli bir yapı ortaya çıkarılmıştır.

Ölçek maddelerinin Varimax döndürme sonrası faktör yükleri Tablo 1'de gösterilmiştir.

Tablo 1. Rotasyon Sonrası Oluşan Bileşenler Matrisi Tablosu

Maddeler	Faktör Yapısı			
	1	2	3	4
A9	.82			
A10	.77			
A11	.77			
A12	.76			
A13	.49			
A7		.76		
A6		.72		
A8		.67		
A4		.59		
A5		.56		
A15			.85	
A16			.84	
A17			.72	
A14			.64	
A1				.87
A2				.83
A3				.58

Tablo 1 incelendiğinde üniversite öğrencilerinin sosyal medyayı kullanım amaçlarını belirleme yönelik ölçeğine ilişkin faktörlerin hangi boyutta yer aldığı daha açık bir şekilde görülmektedir. Bu maddelerden A9, A10, A11, A12 ve A13 maddelerinin birinci boyut altında ve .49 ile .82 arasında yük değerlerine sahip olduğu görülmektedir. İkinci faktörde A4, A5, A6, A7 ve A8 numaraları maddelerin olduğu ve .56 ile .76 arasında yük değerlerine sahip olduğu gözlenmektedir. Üçüncü faktör altında A14, A15, A16 ve A17 maddelerin olduğu ve faktör yük değerlerinin .64 ile .85 arasında değiştiği görülmektedir. Dördüncü faktör altında A1, A2 ve A3 maddelerin olduğu ve faktör yük değerlerinin .58 ila .87 arasında değiştiği görülmektedir.

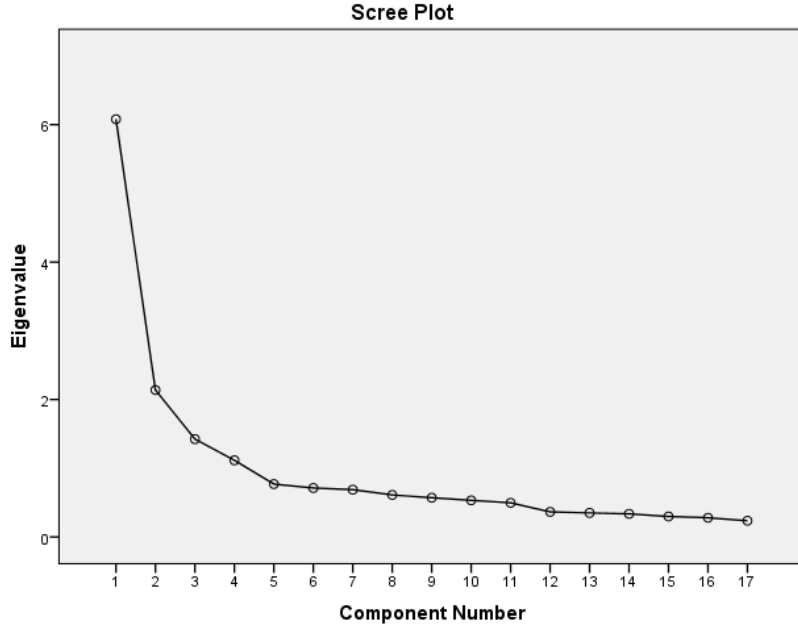
Ölçek maddelerinin içerikleri de göz önünde bulundurulduğunda ölçeğin birinci faktörünün eğlence ihtiyacı, ikinci faktörünün sosyal etkileşim, üçüncü faktörünün bilgi edinme, dördüncü faktörünün ise iletişim kurma olarak isimlendirilmiştir.

Ölçek maddelerinin döndürme sonrası açıklanan toplam varyans yükleri Tablo 2'de verilmiştir.

Tablo 2. Ölçek Maddelerinin Döndürme Sonrası Açıklana Toplam Varyans Tablosu

Faktörler	Başlangıç Öz-değerleri			Kare Yüklerinin Ekstraksiyon Toplamları		
	Toplam değer	Öz-Varyans Yüzdeleri	Birikimli Yüzde	Toplam Öz-değer	Varyans Yüzdeleri	Birikimli Yüzde
1	6,08	35,76	35,76	6,08	35,76	35,76
2	2,13	12,58	48,34	2,13	12,58	48,34
3	1,42	8,37	56,71	1,42	8,37	56,71
4	1,11	6,56	63,27	1,11	6,56	63,27

Tablo 2’de ölçek maddelerinin döndürme sonrası açıklanan toplam varyans yükleri gösterilmiştir. Tablo 2 incelendiğinde üniversite öğrencilerinin sosyal medyayı kullanım amaçlarını belirleme ölçeğine ilişkin ölçeğin varyansın 63.27’sini açıkladığı gözlenmektedir. Bu faktör yapısının en az % 1 öz değere ve % 5 varyansa sahip 4 boyutlu bir özellik taşıdığı görülmektedir. Bu bulguya ek olarak yamaç-birikinti grafiği de (scree plot) (şekil 2) incelendiğinde ölçeğin 4 noktada eğik kırılmaların olduğu dikkat çekmektedir. Bu durumda yamaç-birikinti grafiği (scree plot) ve ölçek maddelerinin döndürme sonrası açıklanan toplam varyans tabloları bilgilerinin birbirleriyle örtüştüğü söylenebilir.



Şekil 1. Ölçek maddelerine ilişkin döndürme sonrası varyans sonuçlarıyla ilgili yamaç-birikinti grafiği

Şekil 1’teki yamaç-birikinti grafiği incelendiğinde 4.faktörden sonra yatay bir çizginin olduğu görülmektedir. Bu durumda ölçeğin dört faktörlü bir yapı gösterdiği şeklinde değerlendirilebilir.

Ölçüt Bağıntılı Geçerlik

Bu çalışmada üniversite öğrencilerinin sosyal medyayı kullanım amaçlarını belirleme ölçeğinin ölçüt bağıntılı geçerliğini saptamak için Demirci (2019) tarafından geliştirilen Bergen Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği kullanılmıştır. Ölçeğin, ölçüt bağıntılı geçerliği için her iki ölçek arasındaki korelasyon katsayıları hesaplanmıştır. Sosyal medyayı kullanım amaçlarını belirleme ölçeğinin (SMKABÖ) iletişim kurma, bilgi edinme, sosyal etkileşim, eğlence ihtiyacı alt boyutlarının, Bergen Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği (BSMBÖ) İle korelasyon katsayı değerleri sırasıyla .55, .37, .34, .49 ve .54 olarak belirlenmiştir. Ölçüt geçerliğine ilişkin korelasyon katsayıları ise Tablo 3'de sunulmuştur.

Tablo 3. Ölçüt Bağıntılı Geçerliğe İlişkin Sonuçlar

SMKABÖ	Bergen Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği
İletişim Kurma	.37*
Bilgi Edinme	.34*
Sosyal Etkileşim	.49*
Eğlence İhtiyacı	.54*

*p<.05

Ölçeğe İlişkin Güvenirlik Analizleri

Bu araştırmada üniversite öğrencilerinin sosyal medyayı kullanım amaçlarını belirleme ölçeğinin iç tutarlılık katsayıları hesaplanmıştır. Sonuçlar Tablo 4'de gösterilmiştir.

Tablo 4. Güvenirlik Analizi Sonuçları

Faktörler	Madde Sayısı	Cronbach Alpha	İki Yarı Test (Sperman Brown)	McDonald (ω)
İletişim Kurma	3	.77	.78	.76
Bilgi Edinme	4	.81	.80	.80
Sosyal Etkileşim	5	.75	.77	.71
Eğlence İhtiyacı	5	.86	.82	.77
Ölçeğin Tamamı	17	.88	.78	.89

Ölçeğin tamamı için iç tutarlık kat sayısı .88, iletişim kurma, bilgi edinme, sosyal etkileşim, eğlence ihtiyacı alt boyutlarının Cronbach Alpha iç tutarlılık katsayıları ise sırasıyla .77, .81, .75, .86 olarak saptanmıştır. Ölçeğin iki yarı güvenirlilik katsayısı ölçeğin tamamı için .78 alt boyutları için de sırasıyla .78, .80, .77 ve .82 olduğu bulunmuştur. Ölçeğin McDonald güvenirlilik katsayısı ölçeğin tamamı için .89, alt boyutların ise sırasıyla .76, .80, .71, .77 olarak belirlenmiştir.

Tartışma

Bu araştırmada, üniversite öğrencilerinin sosyal medyayı kullanım amaçlarını belirleme ölçeğinin geçerliği ve güvenirliliği incelenmiştir. Ölçek geliştirilirken madde havuzu oluşturulmuş, alanında iki uzman tarafından maddelerin incelenmesi sağlanmıştır. SMKABÖ'nün yapı geçerliği açımlayıcı faktör analizi ile incelenmiştir. Öncelikli olarak açımlayıcı faktör analizi gerçekleştirilmiş ve SMKABÖ'nün toplam varyansın %63.27'ini açıklayan dört faktörlü bir yapıda olduğu belirlenmiştir. Ölçeğin maddelerinin faktör yüklerinin ise

.49 ile .87 arasında değiştiği belirlenmiştir. Açımlayıcı faktör analizi sonucunda ölçek maddeleri de göz önünde bulundurularak ölçeğin birinci faktörü eğlence, ikinci faktörü sosyal etkileşim, üçüncü faktör bilgi edinme ve dördüncü faktör ise iletişim kurma olarak isimlendirilmiştir.

SMKABÖ'nün ölçüt bağımlı geçerliği Bergen Sosyal Medya Bağımlılığı ile gerçekleştirilmiştir. Ölçüt bağımlı geçerlik çalışmasında BSMBÖ'nün ölçeğin dört alt boyutu ile arasında pozitif ilişkiler elde edilmiştir. Elde edilen bu ilişkiler Sosyal Medyayı Kullanım Amaçları Belirleme Ölçeği'nin ölçüt bağımlı geçerliği için bir kanıt olarak gösterilebilir.

SMKABÖ'nün güvenilirliğini belirlemek amacıyla Cronbach alfa iç tutarlık katsayısı hesaplanmıştır. Ölçeğin tamamına ilişkin Cronbach alfa iç tutarlık katsayısı .88 olarak elde edilmişken alt boyutlarında iletişim kurma için .77, sosyal etkileşim için .75, eğlence için .86, bilgi edinme için .81 olarak elde edilmiştir.

SMKABÖ'nün güvenilirliğini belirlemek amacıyla gerçekleştirilen analizler Cronbach alfa iç tutarlık kat sayısı ölçeğin alt boyutları için iyi düzeyde olduğunu göstermektedir. Ölçme araçlarında .70 ve üzerindeki katsayıların güvenilir olarak kabul edilmesi (Creswell, 2012) SMKABÖ'nün güvenilir bir ölçme aracı olduğunun bir kanıtı olarak ifade edilebilir.

Ölçek 5'li Likert tipinde 17 madde ve dört alt boyuttan oluşmaktadır. Ölçeğin uygulama süresi yaklaşık olarak 12 dakika sürmektedir. Ölçekten en düşük 17, en yüksek ise 85 puan alınabilmektedir. Ölçek dört faktörlü (iletişim kurma, sosyal etkileşim, eğlence, bilgi edinme) olarak kullanılabilir.

Kaynakça

- Andreassen, C.S., Billieux, J., Griffiths, M.D., Kuss, D.J., Demetrovics, Z., Mazzoni, E., et al. (2016). The relationship between addictive use of social media and video games and symptoms of psychiatric disorders: A large-scale cross-sectional study. *Psychology of Addictive Behaviour*, 30, 252-262.
- Akın, A., Özbay, A., & Baykut, İ. (2015). The validity and reliability of the Turkish version of the social media use integration scale. *The Journal of International Social Research*, 8(38), 647-650.

- Ayğar, Bakır, B., & Uzun, B. (2018). Sosyal medya bağımlılığı ölçeği'nin geliştirilmesi: Geçerlik ve güvenilirlik çalışmaları. *Addicta: The Turkish Journal on Addictions*, 5, 507-525. <http://dx.doi.org/10.15805/addicta.2018.5.3.0046>.
- Bahrani, A. A., & Patel, D. (2015). Incorporating twitter, instagram, and facebook in economics classrooms. *The Journal of Economic Education*, 46(1), 56-67.
- Bedir, A. (2016). *Sosyal medya kullanımının üniversite öğrencilerinin akademik başarılarına ve tutumlarına etkisi*. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi. Eğitim Bilimleri Enstitüsü. Erzurum.
- Büyüköztürk, Ş. (2012). *Sosyal bilimler için veri analizi el kitabı*. (16. baskı). Ankara: Pegem Akademi.
- Creswell, J.W. (2012). *Educational research: Planning, conducting, and evaluating quantitative and qualitative research*. New Jersey: Merrill Prentice Hall.
- Çokluk, Ö., Şekercioğlu, G., & Büyüköztürk, Ş. (2014). *Sosyal bilimler için çok değişkenli istatistik SPSS ve Lisrel uygulamaları*. Ankara: Pegem Akademi.
- Demirci, İ. (2019). Bergen sosyal medya bağımlılığı ölçeğinin Türkçe'ye uyarlanması, depresyon ve anksiyete belirtileriyle ilişkisinin değerlendirilmesi. *Anadolu Psikiyatri Dergisi*, 20(Ek sayı.1), 15-22.
- Eren, Ş. E. (2014). Sosyal medya kullanım amaçları ölçeğinin geliştirilmesi ve bazı kişisel değişkenlere göre incelenmesi. *Hacettepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 29(4), 230-243.
- Feyzioğlu, B.İ. (2016). *Eğitimde sosyal medyanın kullanılmasına ilişkin okul yöneticileri ve öğretmenlerin görüşleri*. Yayınlanmamış yüksek lisan tezi. Afyon Kocatepe Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Afyon.
- Fırat, N., & Barut, Y. (2018). Sosyal medya bağımlılığı ölçeği (SMBÖ)'nin geliştirilmesi: Geçerlik ve güvenilirlik çalışması. *Journal of Human Sciences*, 15(4), 2266-2279. doi:10.14687/jhs.v15i4.5181.
- Field, A. (2013). *Discovering Statistics Using IBM SPSS* (4th ed.). London: Sage Publications

- Hair, J.F., Anderson, R.E., Tahtam, R.L., & Black, W.C. (1998). *Multivariate data analysis* (5th ed.). New Jersey, NJ: Printice-Hall.
- İçirgin, M. (2018). *Üniversite öğrencilerinin sosyal medya kullanım alışkanlıkları ve motivasyonları*. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi. Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.
- Li, C. (2007). How consumers use social networks. *for interactive marketing professionals, June 21*, 1-11.
- Orbatu, D., Eliaçık, K., Alaygut, D., Hortu, H., Demirçelik, Y., Bolat, N., Elamlı, F., & Helvacı, M. (2020). Ergenlerde sosyal medya bağımlılık ölçeğinin geliştirilmesi: Geçerlilik ve güvenilirlik çalışması. *Anadolu Psikiyatri Dergisi, 21(Ek sayı.1)*, 56-61. doi: 10.5455/apd.77273.
- Ortar, M., & Arın, S. (2015). Öğrencilerin sosyal medyaya ilişkin tutumlarını belirlemeye yönelik bir ölçek geliştirme çalışması. *Eğitim ve Öğretim Araştırmaları Dergisi, 4(1)*, 391-403.
- Otrar, M., & Arın, F. (2014). Öğrencilerin sosyal medyaya ilişkin tutumlarının kullanım alışkanlıkları bağlamında incelenmesi. *Eğitim ve Öğretim Araştırmaları Dergisi, 3(3)*, 1-13.
- Otrar, M., & Arın, F. S. (2014). Ergenlerin sosyal medyaya ilişkin tutumlarının çok boyutlu incelenmesi. *Eğitim ve İnsani Bilimler Dergisi: Teori ve Uygulama [Journal of Education and Humanities: Theory and Practice]*, 5(10), 3-22.
- Otrar, M., & Arın, F. S. (2015). Öğrencilerin sosyal medyaya ilişkin tutumlarını belirlemeye yönelik bir ölçek geliştirme çalışması. *Journal of Research in Education and Teaching, 4(1)*, 391-403.
- Özgenel, M., Canpolat, Ö., & Ekşi, H. (2019). Ergenler için sosyal medya bağımlılığı ölçeği (ESMBÖ): Geçerlik ve güvenilirlik çalışması. *Addicta: The Turkish Journal on Addictions, 6*, 629-662.
<http://dx.doi.org/10.15805/addicta.2019.6.3.0086>.

- Özsarı, İ., & Karaduman, B. G. (2016). Eğitim fakültesi öğrencilerinin sosyal medya kullanımı ve yalnızlıklarının incelenmesi. *Eğitim ve Öğretim Araştırmaları Dergisi*, 5, 380-389.
- Peker, A., & Çukadar, F. (2016). Bilişsel esneklik ile sosyal medyayı kullanmaya yönelik tutum arasındaki ilişkinin incelenmesi. *Sakarya University Journal of Education*, 6(2), 66-79.
- Şahin, C., & Yağcı, M. (2017). Sosyal medya bağımlılığı ölçeği-yetişkin formu: Geçerlilik ve güvenirlik çalışması. *Ahi Evran Üniversitesi Kırşehir Eğitim Fakültesi Dergisi (KEFAD)*, 18(1), 523-538.
- Tabachnick, B. G. & Fidell, L. S. (2015). *Çok değişkenli istatistiklerin kullanımı*. (Çev. Ed. Mustafa Baloğlu). Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık.
- Taş, İ. (2017). Ergenler için sosyal medya bağımlılığı ölçeği kısa formunun (SMBÖ-KF) geçerlik ve güvenirlik çalışması. *Online Journal of Technology Addiction & Cyberbullying*, 4(1), 27-40.
- Tektaş, N. (2014). Üniversite öğrencilerinin sosyal ağları kullanmalarına yönelik bir araştırma. *Tarih Okulu Dergisi XVII*, 851-870.
- TÜİK.(2016).<http://www.tuik.gov.tr/PreHaberBultenleri.do?id=21779>adresinden 17.05.2020 tarihinde alınmıştır.
- Ünal, A. T., & Deniz, L. (2015). Development of the social media addiction scale. *Online Academic Journal of Information Technology*, 6(21), 51-70. doi: 10.5824/1309-1581.2015.4.004.x



TC
İĞDIR ÜNİVERSİTESİ
BİLİMSEL ARAŞTIRMA VE YAYIN ETİK KURULU BAŞKANLIğI

ETİK KURUL KARARI

Toplantı Tarihi: 02.09.2020

Toplantı Sayısı:2020/23

İğdir Üniversitesi Bilimsel Araştırma ve Yayın Etik Kurulu, Prof. Dr. Recep GÜLŞEN başkanlığında toplanarak aşağıdaki kararı almıştır.

Karar: Kurulumuza başvuruda bulunan İğdir Üniversitesi Sağlık Hizmetleri Meslek Yüksek Okulunda görev yapan Öğr. Gör. Ercan ARAS'ın, bir bilimsel araştırma için hazırladığı ekte sunulan "Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Medyaı Kullanım Amaçlarını Belirleme Ölçeği"nin, İğdir Üniversitesi Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Yönergesinin 10/1. maddesi uyarınca, bilimsel araştırma ve yayın etiğine uygun olduğuna karar verilmiştir.

Etik Kurulu Başkanı	Prof. Dr. Recep GÜLŞEN	
Etik Kurulu Üyesi	Prof. Dr. İbrahim DEMİRTAŞ	
Etik Kurulu Üyesi	Prof. Dr. Rüstem GÜL	
Etik Kurulu Üyesi	Prof. Dr. Ömer GÜNDOĞDU	(İdari İzinli)
Etik Kurulu Üyesi	Prof. Dr. Şükrü İsmail İPEK	(İdari İzinli)
Etik Kurulu Üyesi	Prof. Dr. Elman HAZAR	(İdari İzinli)
Etik Kurulu Üyesi	Prof. Dr. Şevki ÖZBİLEN	