

## Sosyal Medya Kullanım Sıklığı Ölçümünde Belirsiz Niceleyiciler ve Süre Bildirimi

### *Vague quantifiers and duration reporting in social media usage frequency measurement*

Yaren KARCIOĞLU<sup>1</sup>, yarenkarcioğlu@gmail.com

Çetin KALBURAN<sup>2</sup>, kalburan@gmail.com

**Received:** 10.10.2022; **Accepted:** 16.12.2022

Conducting behavioral measurement with vague quantifiers is a common way in questionnaires. When the survey method is used in social media-themed studies, the effort to determine the frequency / duration of social media use stands out. For this purpose, questions whose alternatives are vague quantifiers and / or questions that require time notifications are used. In this study, it is aimed to examine the meanings of the vague quantifiers used in the questionnaires for the participants, considering the time notifications. The research data were obtained from 295 university students using the survey method and telephone usage report. As a result of the research, it was found that vague quantifiers do not have the same meaning for all participants, the expression "never" does not always correspond to zero in terms of duration, and that the duration reported and the actual duration may differ.

**Keywords:** Social Media, Vague Quantifiers, Research Methods, Marketing Research

Anketlerde davranış ölçümünün belirsiz niceleyicilerle (vague quantifiers) gerçekleştirilmesi sıklıkla başvurulan bir yoldur. Sosyal medyayı konu edinen araştırmalarda anket yöntemi kullanıldığında katılımcıların sosyal medya kullanım sıklığını/süresini belirleme çabası ortaya çıkar. Bu amaçla genellikle cevap alternatifleri belirsiz niceleyiciler ve/veya süre bildirimleri olan sorular kullanılır. Bu araştırmada, anketlerde kullanılan belirsiz niceleyicilerin katılımcılar için ifade ettiği anlamların süre bildirimleri göz önüne alınarak incelenmesi amaçlanmaktadır. Araştırma verileri anket yöntemi ve telefon kullanım raporu ile 295 üniversite öğrencisinden elde edilmiştir. Araştırma sonucunda belirsiz niceleyicilerin tüm katılımcılar için aynı anlama sahip olmadığı, "hiçbir zaman" ifadesinin her zaman süre olarak sifıra karşılık gelmediği, bildirilen süreler ile gerçekleşen sürelerin farklı olabileceği bulgularına ulaşılmıştır.

**Anahtar Kelimeler:** Sosyal Medya, Belirsiz Niceleyiciler, Araştırma Yöntemleri, Pazarlama Araştırması

<sup>1</sup> Yönetim Bilişim Uzmanı – Özel Sektör

<sup>2</sup> Pamukkale Üniversitesi, İİBF, Yönetim Bilişim Sistemleri Bölümü (Sorumlu Yazar)

## 1. GİRİŞ

Anket yöntemi kullanılan araştırmalarda başarılı bir ölçümün gerçekleştirilebilmesi için ankette yer alan maddelerin ve cevap alternatiflerinin tüm katılımcılar için aynı anlama sahip olması gerekir (O'Muircheartaigh ve Gaskell, 1994). Soruların/maddelerin sunuş şekli ve yanıt formatları elde edilecek veriler üzerinde önemli bir etkiye sahip olabilir (Al Baghal, 2014). Araştırılan konuya ilişkin davranışları belirlemek isteyen çalışmalarda katılımcılardan davranış sıklığını bildirmelerini istemek yaygın olarak başvurulmuş bir seçenektir. Coventry vd. (2010) dillerin nesnelere sayısını belirtmek için kesin sayıyı ifade eden doğal sayıları ya da belirsiz nicelik zarflarını kullanmak üzere iki yolu kullandığını belirtmiştir. Griffin (2013), Coventry ve arkadaşlarının belirttiklerine benzer ancak bu yolları davranış ölçümü ile bağdaştırarak davranışsal sıklık bildirim talebi eden anketlerde de bu iki yolla verilerin elde edildiğine vurgu yapmıştır (sayısal bildirim: ör. "Ayda 3 kez"; belirsiz niceleyiciler: ör. "Sık sık"). Sayısal bildirim katılımcının açık uçlu olarak doğrudan süreyi kendisinin belirtmesi şeklinde elde edilebileceği gibi sürelerin birer alternatif olarak yer aldığı ölçeklerle de elde edilebilir. Belirsiz niceleyicilerde ise sayısal bir ifade yoktur. Yaygın olarak kullanılan belirsiz niceleyicilere "hiçbir zaman", "nadiren", "ara sıra", "sık sık" ve "çok sık / her zaman" örnek olarak verilebilir. Bu ifadelerin belirsiz niceleyici (vague quantifiers) olarak isimlendirildiği araştırmaların yoğunluğu dikkat çekse de (örn., Bradburn ve Miles, 1979; Pohl, 1981; Schaeffer, 1991; Wänke, 2002; Rocconi vd., 2020), zarf (Kidston, 1985; Kaiser ve Kaplan, 2005) ve sıklık ölçeği (Kitchenham ve Pfleeger, 2008; Menold ve Kemper, 2015) isimlendirilmesinin yapıldığı araştırmalara rastlamak mümkündür. Sıklık ifadesi için belli bir döneme ilişkin verilen sayısal değeri işaret eden Schwarz (2007) belirsiz niceleyicileri sıklık ölçeklerinden ayırarak belirsiz ifadelerin cevaplayıcıya sunulmasının en kötü tercih olduğunu belirtmiş, cevaplayıcıların farklı süreleri ifade etmek için aynı ifadeyi seçebileceğine vurgu yapmıştır. Çoğu belirsiz niceleyici, bir olayın "sıkça" meydana gelip gelmediğine işaret ederken, cevaplama sürecinde katılımcıların bireysel standartları ön plana çıkar ve bu da görece yanıtlara neden olur (Schaeffer, 1991). Nesnel olarak eşit davranış sıklığına sahip kişiler farklı cevap alternatiflerini seçebilir, diğer yandan aynı cevap alternatifini seçenler gerçekte nesnel davranış sıklıklarında farklılık gösterebilir (Wänke, 2002). Belirsiz niceleyicilerin yorumlanması bireye göre değişkenlik gösterebildiği gibi (Griffin, 2013; Haşiloğlu vd., 2015; Rocconi vd., 2020) belirsiz niceleyicilerin cevaplayıcı için ifade ettiği anlam öğeden öğeye de değişebilir (Nelson Laird vd., 2008). Schaeffer (1991) konuya ilişkin duyguların da sıklık yargılarını etkilediğini bireyin duygularından yola çıkarak belirsiz niceleyicilere farklı anlamlar yükleyebileceğini ortaya koymuştur. Cates ve Messick (1996) katılımcıların kendileri ve diğer insanlar için belirsiz niceleyicilere yükledikleri sıklık anlamının farklılaştığı bulgusuna ulaşmışlardır. Robert Pace ve Friedlander (1982) ise çalışmalarında hem araştırma konusu kaynaklı olarak hem de konudan bağımsız her bir yanıt kategorisine atfedilen anlamda geniş bireysel farklılıklar olduğu sonucuna ulaşmışlardır. Belirsiz niceleyicilerin tüm katılımcılar için aynı anlama gelmemesi olasılığı araştırmalarda gerçekleştirilen analizlerde belirsiz niceleyicilerden yola çıkarak katılımcıları gruplayıp karşılaştırma yapmanın sağlıklı olup olmadığı sorusunu ortaya çıkarmaktadır. Robert Pace ve Friedlander (1982) ve Schaeffer (1991) belirsiz niceleyiciler ile sıklık bildiriminde bulunmuş katılımcılardan oluşmuş grupları karşılaştırmanın sağlıklı olmayabileceğine dikkat çekmişlerdir. Ayrıca Schaeffer (1991) göreceli sıklık ifadelerinin sayısal karşılığında ırka, eğitime ve yaşa göre önemli farklılıklar olduğu sonucuna ulaşmıştır.

Belirsiz niceleyicilerin kullanımına ilişkin ortaya çıkan tüm bu soru işaretlerine karşın belirsiz niceleyiciler genellikle, katılımcıların kesin bir sayısal yanıt vermelerinden daha az çaba gerektirdiği için kullanılır (Kidston, 1985). Kesin süre bildiriminde cevaplayıcı zorluk yaşayabilir (Bradburn ve Miles, 1979; O'Muircheartaigh ve Gaskell, 1994). İnsanlardan sayısal yanıtlar istemek, tüm ilgili bilgilerin hatırlanmasını ve kesin bir sayısal değerin (açık uçlu formülasyonda) sağlanmasını gerektirir, yanıtlayanın bilişsel yükünü önemli lde arttırarak hata olasılığını artırır (Al Baghal, 2014). Sayısal bildirimler de gerçek davranışı temsil etmeyebilir (Griffin, 2013), sıklık süre bildirimi için cevaplayıcılara alternatifler sunulursa, katılımcı ölçeğin orta aralığındaki değerlerin "ortalama" veya "olağan" davranış sıklığını yansıttığını varsayarak kendi davranış sıklığını bildirirken orta ve u değerleri birer referans noktası olarak kullanabilir (Schwarz, 2007).

Bu çalışmada, anketlerde kullanılan belirsiz niceleyicilerin katılımcılar için ifade ettiği anlamların süre bildirimleri göz önüne alınarak incelenmesi amaçlanmaktadır. Cep telefonu ve internet kullanımının yaygınlaşması, sosyal medyanın adeta hayatın bir parçası olması nedeniyle sosyal medya sosyal bilimler alanında popüler bir araştırma konusu haline gelmiştir. Bu araştırmada da belirsiz niceleyiciler cep telefonu ve sosyal medya kullanımı üzerine odaklanılarak incelenmiştir.

## **2. TÜRKİYE'DEKİ LİSANSÜSTÜ TEZLERDE SOSYAL MEDYA KULLANIM SIKLIğININ BELİRSİZ NİCELEYİCİLER VE SÜRE BİLDİRİMİ İLE ARAşTIRILMASI**

Sosyal medya uygulamalarının kullanımının yaygınlaşması tüm dünyada olduğu gibi Türkiye'deki akademik araştırmalara da yansımıştır. Birçok makale için araştırma konusu olan sosyal medyanın lisansüstü tezler için de ilgi çeken bir konu başlığı olduğu söylenebilir. Haşıloğlu vd. (2015) pazarlama anahtar sözcüğünden yola çıkarak 2003-2013 yılları arasında Türkiye'de lisansüstü tezlerde belirsiz niceleyicilerin (araştırmada sıklık ifadesi olarak belirtilmekte) kullanımına ilişkin dağılımlarını ortaya koymuştur. Bu araştırmada ise belirsiz niceleyicilerin cevaplayıcı için ifade ettiği anlamın konudan konuya değişebileceğinden hareketle sosyal medya kullanımı özelinde tezler incelenmiştir. Tablo 1'de, belirlenen kısıtlar dahilinde seçilmiş ve sosyal medya kullanımını konu edinen 10 yıllık süreçteki (2010-2019) lisansüstü tezlere ilişkin bilgiler yer almaktadır. Araştırmaya dahil edilen tezlere Türkiye Yüksek ğretim Kurulu Başkanlığı'nın İnternet sitesinde (<https://tez.yok.gov.tr/>) yer alan ulusal tez merkezi aracılığıyla ulaşılmıştır. Tezler "sosyal medya kullanım", "2010-2019", "yüksek lisans – doktora", "izinli", "sosyal" ve "tamamlanmış" kısıtları ile taranmıştır. Ulaşılan tezler öncelikle kullandıkları veri toplama yöntemleri açısından incelenmiştir. Bu inceleme sonucu anket yöntemi kullanılmış olan tezler belirlenmiştir. Daha sonra anket yöntemi kullanılmış olan tezlerde sosyal medya kullanım sıklığının sorulma tarzı incelenmiştir. Son olarak da kullanım sıklığının diğer değişkenlerle beraber analizlere dahil edilip edilmediği araştırılmıştır.

İncelenen lisansüstü tezlerin sayısı 233' yüksek lisans ve 23' doktora olmak üzere toplamda 256'dır. Bu tezlerin %67,5'inde anket yöntemi kullanılmıştır. Sosyal medya kullanım sresinin katılımcıya belirsiz niceleyici ile sorulduğu tez sayısı 33 olup anket yöntemi kullanılan toplam tezler içindeki oranı %19'dur. Bu sorulara verilen cevaplara ait verileri diğer değişkenlerle analize dahil eden tezlerin oranı ise %15'tir. Sosyal medya kullanımının doğrudan süre (sayısal değer) olarak sorulduğu tezler ise anket yöntemi kullanılan tezlerin %68,2'sine karşılık

gelmektedir. Süreye ilişkin verilerin diğer değişkenlerle analize dahil edildiği tezlerin oranı %55,4'tür. Tezlere ilişkin bu bilgiler gerek belirsiz niceleyici gerekse süre bildirimlerinin önemli sayılabilecek bir oranda tezlerde yer alan anketlerde kullanıldığını göstermektedir. Tabloda yer almamakla birlikte bu sorulara ilişkin betimleyici istatistikler tezlerin tamamına yakınında kullanılmıştır. Bununla birlikte bu verilerin diğer değişkenler ile birlikte analize dahil edilmesi, katılımcıların kullanım sürelerine ve sıklıklarına ait bildirimlerinin önemini ortaya koymaktadır.

**Tablo 1.** Belirlenen kısıtlar dahilinde seçilmiş sosyal medya kullanımını konu edinen 10 yıla ait (2010 – 2019) lisansüstü tezler

	Yüksek Lisans Tezi	Doktora Tezi	Toplam
İncelenen lisansüstü tezlerin sayısı	233	23	256
Anket yöntemi kullanılan tez sayısı ve oranı	155 (%66,5)	18 (%78,2)	173 (%67,5)
Sosyal medya kullanımının katılımcı tarafından <i>belirsiz niceleyici</i> * ile belirtildiği tez sayısı ve anket yöntemi kullanılan tezler içindeki oranı	28 (%18)	5 (%27,7)	33 (%19)
Sosyal medya kullanımının katılımcı tarafından <i>süre</i> * olarak ifade edildiği tez sayısı ve anket yöntemi kullanılan tezler içindeki oranı	106 (%68,3)	12 (%66,6)	118 (%68,2)
Sosyal medya kullanımının katılımcı tarafından <i>belirsiz niceleyici</i> ile belirtildiği tezlerde bu verinin diğer değişkenlerle analize dahil edildiği tez sayısı ve anket yöntemi kullanılan tezler içindeki oranı	22 (%14,1)	4 (%22,2)	26 (%15)
Sosyal medya kullanımının katılımcı tarafından <i>süre</i> olarak ifade edildiği tezlerde bu verinin diğer değişkenlerle analize dahil edildiği tez sayısı ve anket yöntemi kullanılan tezler içindeki oranı	86 (%55,4)	10 (%55,5)	96 (%55,4)

Not: “belirsiz niceleyici” hiçbir zaman, nadiren ..... her zaman gibi seçenekleri, “süre” ise anket formunda yer alan kullanım zamanına ilişkin doğrudan süreyi gösteren seçenekleri ifade eder.

### 3. AMAÇ VE YÖNTEM

Bu araştırmada, anketlerde kullanılan belirsiz niceleyicilerin katılımcılar için ifade ettiği anlamların süre bildirimleri de göz önüne alınarak incelenmesi amaçlanmaktadır. Bu amaç çerçevesinde temel olarak aşağıdaki araştırma soruları oluşturulmuştur.

S<sub>1</sub>: İfade edilen süreler bağlamında belirsiz niceleyiciler tüm katılımcılar için aynı anlama mı gelmektedir?

S<sub>2</sub>: Belirsiz niceleyiciler ile elde edilen verilerden yola çıkarak katılımcılar gruplandırılabilir mi?

S<sub>3</sub>: Bildirilen süreler gerçekleşen süreleri ne kadar temsil eder?

Araştırma kapsamında veriler anket yöntemi ve telefon kullanım raporu ile elde edilmiş olup katılımcılara kolayda örnekleme yöntemi ile ulaşılmıştır. 295 üniversite öğrencisinin katılımı ile gerçekleşen bu araştırmada katılımcılar 7 farklı gruba ayrılmıştır. 6 farklı anket formu ve her bir anket formunda toplamda 4 temel soru yer almıştır. Gruplar için hazırlanan anketlerde soru ifadeleri birbirleriyle tamamen aynıdır. Ancak soru sıralamaları ve cevap seçeneklerini içeren ölçek türleri farklılaşmaktadır (Bkz. Tablo 2). Formda yer alan her bir sosyal medya uygulaması için sorulan soru “..... uygulamasını gün içinde aktif olarak ne kadar

sıklıkta kullanıyorsunuz?” şeklindedir. Cep telefonu kullanımı için ise “Cep telefonunuzu telefon görüşmeleriniz dışında (sesli aramalar) gün içinde aktif olarak ne kadar sıklıkta kullanıyorsunuz” şeklindedir. Bu soruların altında belirsiz niceleyiciler olduğunda seçenekler “Hiçbir zaman”, “Nadiren”, “Ara sıra”, “Sık sık” ve “Çok sık” olarak yer almıştır. Süre bildirimini ise iki farklı formatta sorulmuştur. İlk formatta belirsiz niceleyici ile cevaplanan soruların hemen altında “Yukarıda işaretlediğiniz cevabın karşılığı sizin için aşağıdakilerden hangisini ifade etmektedir” sorusu yer almıştır (Grup 1, 2 ve 7’de kullanılmıştır). Katılımcı bu soruya cevaben sürekli ölçek üzerinde yer alan aralıktan uygun gördüğü süreyi işaretlemiştir. Süre bildirimine ilişkin bir diğer formatta ise “..... uygulamasını gün içinde aktif olarak ne kadar sıklıkta kullanıyorsunuz?” sorusuna katılımcı doğrudan sürekli ölçek üzerinde yer alan aralıktan uygun gördüğü süreyi işaretleyerek cevap vermiştir (Grup 6’da kullanılmıştır). Grup 7 için diğer gruplara göre daha farklı bir süreç izlenmiştir. Bu gruptaki katılımcılar önce anket sorularını cevaplamıştır. Daha sonra gönüllük çerçevesinde 8 hafta boyunca her hafta cep telefonu ve uygulama kullanım sürelerini gösteren raporları araştırmacılara iletmişlerdir. Burada amaçlanan, bildirdikleri süreler ile gerçekleşen kullanım sürelerini karşılaştırmaktır. Bu grupta başlangıçta 15 katılımcı gönüllü olurken, 8 hafta süresince düzenli bir şekilde raporlama gerçekleştiren 9 katılımcı olmuştur.

**Tablo 2.** Anket uygulamasına katılan gruplar ve anket formatları

Uygulama	n	Uygulama Şekli	Soru içerik sırasına göre anket düzeni	Ölçek türleri
Grup 1	34	Anket	WhatsApp, Instagram, Facebook, Cep telefonu	5’li likert (belirsiz niceleyiciler) ve Sürekli ölçek (saat bildirim)
Grup 2	61	Anket	Cep telefonu, WhatsApp, Instagram, Facebook	5’li likert (belirsiz niceleyiciler) ve Sürekli ölçek (saat bildirim)
Grup 3	45	Anket	WhatsApp, Instagram, Facebook, Cep telefonu	5’li likert (belirsiz niceleyiciler)
Grup 4	42	Anket	WhatsApp, Instagram, Facebook, Cep telefonu	Sürekli ölçek (saat bildirim)
Grup 5	60	Anket	Cep telefonu, WhatsApp, Instagram, Facebook	5’li likert (belirsiz niceleyiciler)
Grup 6	44	Anket	Cep telefonu, WhatsApp, Instagram, Facebook	Sürekli ölçek (saat bildirim)
Grup 7	9	Anket + 8 haftalık Telefon kullanım raporu	Cep telefonu, WhatsApp, Instagram, Facebook	5’li likert (belirsiz niceleyiciler) ve Sürekli ölçek (saat bildirim)

#### 4. BULGULAR

Tablo 3 (Grup 1) ve Tablo 4’te (Grup 2) cep telefonu ve sosyal medya kullanımı için işaretlenen belirsiz niceleyicilerin katılımcı için ifade ettiği süreler yer almaktadır. Her iki grupta da uygulama şekli ve ölçek türleri aynıdır. Tek fark soru sıralamasının aynı olmamasıdır (Bkz. Tablo 2). Tablolarda her bir uygulama için katılımcıların işaretledikleri belirsiz niceleyici için kendilerince karşılığı olarak düşündükleri süreler ait minimum, maksimum ve tüm katılımcıların ortalama süreleri görülmektedir. Tablo içerisinde boş bırakılan hücreler ilgili belirsiz niceleyicinin hiç işaretlenmediğini göstermektedir. Hücrelerdeki 0 rakamı ise ilgili

belirsiz niceleyicinin işaretlendiğini, karşılığında da katılımcının bu ifadeye süre olarak 0 değerini biçtiği anlamına gelmektedir.

**Tablo 3.** Grup 1'e ait bildirilen cep telefonu ve sosyal medya kullanımı sıklık ifadeleri ile bu ifadelerin katılımcı için ifade ettiği süreler (dakika)

	WhatsApp			Instagram		
	min.	mak.	süre ort.	min.	mak.	süre ort.
Hiçbir zaman	-	-	-	0	0	0
Nadiren	0	150	92	60	120	90
Ara sıra	0	240	95	60	240	160
Sık sık	60	420	236,25	60	240	156,92
Çok sık	240	360	288	300	600	465

	Facebook			Cep telefonu		
	min.	mak.	süre ort.	min.	mak.	süre ort.
Hiçbir zaman	0	0	0	0	0	0
Nadiren	3	600	167	0	120	54
Ara sıra	30	120	81,42	60	300	180
Sık sık	-	-	-	60	390	270
Çok sık	-	-	-	270	600	366

**Tablo 4.** Grup 2'ye ait bildirilen cep telefonu ve sosyal medya kullanımı sıklık ifadeleri ile bu ifadelerin katılımcı için ifade ettiği süreler (dakika)

	WhatsApp			Instagram		
	min.	mak.	süre ort.	min.	mak.	süre ort.
Hiçbir zaman	-	-	-	0	180	30
Nadiren	30	60	50	60	60	60
Ara sıra	60	240	112,5	30	270	160,71
Sık sık	60	480	281,42	120	540	267,69
Çok sık	60	660	344,11	60	600	280

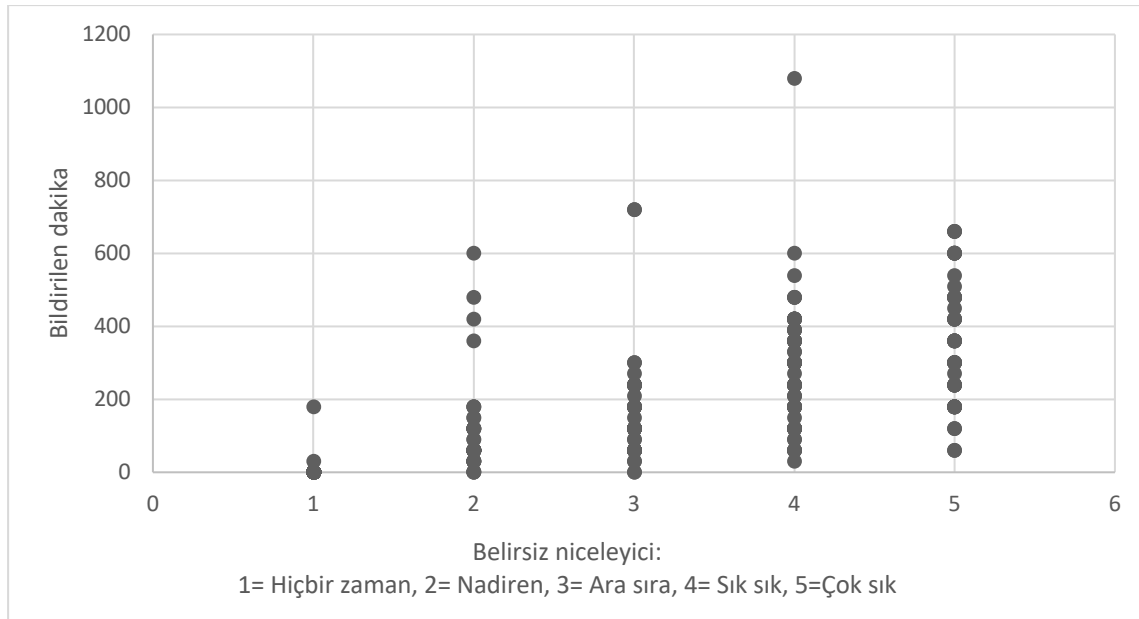
  

	Facebook			Cep telefonu		
	min.	mak.	süre ort.	min.	mak.	süre ort.
Hiçbir zaman	0	30	0,81	-	-	-
Nadiren	0	150	74	30	360	150
Ara sıra	0	180	72	60	240	139,28
Sık sık	30	360	225	60	600	291,42
Çok sık	-	-	-	120	660	415,38

Tablo 3 ve Tablo 4'teki verilerin kullanım sıklığı sorulan her bir değişken açısından yorumlanması mümkündür. Örneğin Tablo 3'te Instagram'a ait veriler incelendiğinde "Ara sıra" ifadesini işaretleyen katılımcılar bu ifadenin karşılığı olarak en düşüğü 60 dakika ve en yükseği 240 dakika olacak şekilde cevaplar vermişlerdir. Katılımcıların algıladıkları bu sürelerin ortalaması da 160 dakikadır. Bu ortalama yine Instagram için "Sık sık" ifadesini işaretleyen katılımcıların 156,92 dakikalık ortalamasından yüksektir. Ayrıca "Sık sık" ifadesinde de minimum ve maksimum sürelerin "Ara sıra" ifadesine ait sürelerle aynı olduğu görülmektedir Instagram için "Sık sık" ve "Ara sıra" ifadesi için belirtilmiş olunan en yüksek değer 240 dakikadır. WhatsApp'a ait verilere bakıldığında ise "Çok sık" ifadesi için de 240 dakikalık süre bildirimi yapıldığı görülmektedir. Diğer bir ifadeyle Instagram için "Ara sıra" ifadesi WhatsApp için "Çok sık" ifadesine karşılık gelebilmektedir. Grup 2'ye ait değerler de (Tablo 4) benzer özellikler göstermektedir. Örneğin Instagram'a ait verilerde "Ara sıra" ifadesi için işaretlenen en düşük süre 30 dakika ve en yükseği 270 dakikadır. Instagram verilerinin kendi içinde dahi bu süreler diğer sıklık ifadelerinin minimum ve maksimum değerleri arasında kendine yer bulmuştur. Maksimum süre olan 270 dakika hem "Sık sık" hem de "Çok sık" için kabul edilebilecek bir süredir. Diğer ön plana çıkan sonuç Instagram için "Nadiren" ortalamasının 60 dakika olmasıdır. Bu süre Facebook için "Sık sık" ifadesine karşılık olarak verilen sürelerle örtüşebilmektedir.

Her iki tabloda yer alan verilerde dikkat çeken bir diğer unsur kimi katılımcıların "Nadiren" ya da "Ara sıra" için süre olarak 0'ı işaretlemiş olmalarıdır. Ek olarak "Hiçbir zaman" ifadesi için 30 ve 180 dakikalık süre bildiriminde bulunan katılımcılar da olmuştur. Bu yanıtlar süre bildiriminde cevaplayıcı hatasının ortaya çıkabilme ihtimalini ortaya koymaktadır.

Şekil 1'de Grup 1 ve Grup 2 verileriyle oluşturulmuş belirsiz niceleyiciler ve bu niceleyicilerin katılımcı için ifade ettiği sürelerin dağılımı yer almaktadır. Şekilde yer alan noktalar her bir katılımcının işaretlediği belirsiz niceleyici ve süre karşılığının kesiştiği noktaları göstermektedir.



Şekil 1. Belirsiz niceleyiciler ve katılımcı için ifade ettiği sürelerin dağılımı

Şekildeki dağılım incelendiğinde belirsiz niceleyiciler için belirtilen sürelerin birden çok sıklık ifadesi için kesştiği görülmektedir. Örneğin “Nadiren” ifadesi için belirtilen süreler “Ara sıra” ifadesini bildiren katılımcıların önemli bir bölümü için de geçerlidir. Hatta “Nadiren” ifadesi için belirtilen sürelerin “Sık sık” ve “Çok sık” için de belirtildiği görülmektedir. Benzer şekilde aynı sürelerin farklı sıklık ifadeleri için belirtilmiş olması diğer sıklık ifadeleri için de geçerlidir. “Ara sıra”, “Sık sık” ve “Çok sık” ifadelerini kullanmış katılımcıların önemli bir bölümü bu ifadeler için aynı ya da yakın süreleri işaretlemişlerdir. Şekildeki verilere göre, tamamen olmasa da sadece “Hiçbir zaman” ifadesi ve bu ifade için belirtilen süre diğerleriyle daha az iç içe geçmiştir. Ancak burada dahi diğer ifadelerle kesişen süreler vardır.

Birinci ve ikinci grupla aynı ölçek türleri ile aynı soruları cevaplayan ve buna ek olarak 8 hafta boyunca haftalık olarak kullanım raporlarını paylaşan Grup 7 katılımcılarına ait veriler Tablo 5, Tablo 6 ve Şekil 2’de yer almaktadır.

Tablo 5’te katılımcıların bildirdikleri belirsiz niceleyiciler ve 8 hafta sonunda gerçekleşen günlük süre ortalamaları bulunmaktadır. Tablo incelendiğinde sosyal medya uygulamaları ve cep telefonu kullanımına göre işaretlenen belirsiz niceleyicilere ait gerçekleşen süreler arasında önemli sayılabilecek farklılıklar ortaya çıkmış olduğu söylenebilir. Örneğin “Nadiren” ifadesini WhatsApp için kullanan katılımcıların bu uygulamayı günlük gerçek kullanım süreleri ortalama 29,4 dakika olmuştur. Ancak aynı ifadeyi Facebook için kullanan katılımcıların günlük gerçek kullanım süreleri ortalama 4,92 dakikadır. Benzer durum “Ara sıra” ifadesi için de geçerlidir. Bu ifadeyi WhatsApp için kullanan katılımcıların bu uygulamayı günlük gerçek kullanım süreleri ortalama 28,4 dakika iken aynı ifadeyi Instagram için kullanan katılımcıların 50,4 dakikadır.

Uygulamalar ve cep telefonu kullanımı kendi içinde incelendiğinde ifadelerle ilişkin gerçekleşen sürelerin çok yakın olabileceği, kimi zaman belirsiz niceleyici ile sıklık bildiriminde artsa bile sürelerde doğrusal bir artışın olmayabileceği görülmektedir. Örneğin WhatsApp uygulaması için bildirilen “Nadiren” ve “Ara sıra” ifadelerine karşılık gelen gerçekleşmiş süreler birbirine çok yakındır (29,4 ve 28,4 dakika). Buna ek olarak “Nadiren ifadesi için gerçekleşmiş süre az da olsa daha yüksektir. Benzer durum “Sık sık” ve “Çok sık” ifadeleri için de geçerlidir (43,8 ve 36,9 dakika). Cep telefonu kullanımında ise “Ara sıra” (257,7), “Sık sık” (278,1) ve “Çok sık” (266,4) için gerçekleşen sürelerin yakınlığı göze çarpmaktadır. Ayrıca “Facebook” kullanımı için “Hiçbir zaman” ifadesini bildiren katılımcıların bu uygulamayı kullanım süresi ortalamalarının 0,75 dakika olduğu görülmektedir. Süre çok kısa olsa da “Hiçbir zaman” ifadesine karşılık olarak bir değer ortaya çıkması dikkat çekicidir.

**Tablo 5.** Grup 7 Bildirilen sıklık ifadeleri ve 8 hafta sonunda gerçekleşen günlük süre ortalamaları (dakika)

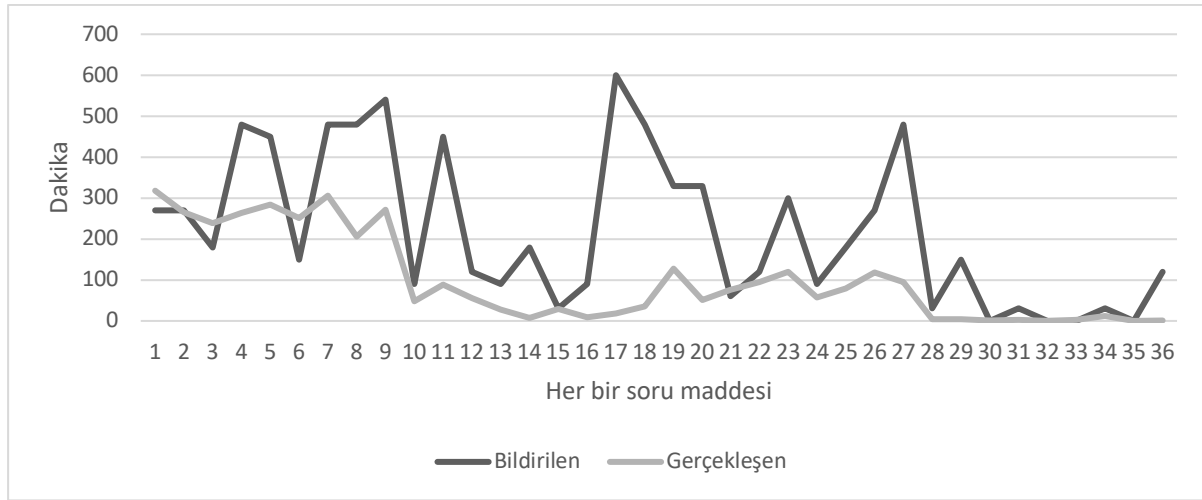
	WhatsApp	Instagram	Facebook	Cep telefonu
	Süre Ort.	Süre Ort.	Süre Ort.	Süre Ort.
Hiçbir Zaman	-	-	0,75	-
Nadiren	29,4	-	4,92	-
Ara sıra	28,4	50,4	-	257,7
Sık sık	43,8	87,84	-	278,1
Çok sık	36,9	108,4	-	266,4



Grup 7 katılımcılarının bildirdikleri süreler ve 8 hafta sonunda gerçekleşen ortalama günlük sürelerine ilişkin veriler Tablo 6 ve Şekil 2’de gösterilmiştir. Hem tablo hem de şekildeki veriler incelendiğinde genel olarak katılımcıların fiili kullanımlarının bildirdiklerinden daha düşük olduğu söylenebilir. Özellikle kimi katılımcıların sosyal medya uygulamaları için bildirdikleri süreler gerçekleşen sürelerden çok daha fazladır. Örneğin WhatsApp uygulaması için 600, 480 ve 450 dakika gibi çok yüksek denilebilecek süreler bildirilirken bunlara karşılık olarak gerçekleşen süreler belirtilen süreler göre çok düşüktür. Bu durum bazı katılımcıların sosyal medya uygulamalarının kullanımı için belirttikleri süreyi fiili olarak kullandıkları süreler olarak değil de her an kullanıma hazır olma olarak algıladıkları düşünülebilir.

**Tablo 6.** Grup 7 Bildirilen (B) günlük süre ve 8 hafta sonunda gerçekleşen (G) ortalama günlük süre (dakika)

Katılımcı	WhatsApp		Instagram		Facebook		Cep telefonu	
	B	G	B	G	B	G	B	G
1	90	48	330	127,2	30	4,8	270	318
2	450	88,2	330	50,4	150	4,2	270	264,6
3	120	55,8	60	75,6	0	0,6	180	238,2
4	90	27,6	120	94,8	30	2,4	480	264
5	180	7,8	300	119,4	0	0	450	284,4
6	30	29,4	90	57	0	2,4	150	250,8
7	90	9,6	180	78,6	30	11,4	480	306
8	600	18	270	117,6	0	0	480	206,4
9	480	35,4	480	94,2	120	1,8	540	271,2



**Şekil 2.** Grup 7 katılımcılarının her bir soru maddesi için bildirdikleri (B) günlük süre ve 8 hafta sonunda gerçekleşen (G) ortalama günlük süre (dakika)

Tablo 7’de cep telefonu kullanım sıklığı sorusunun anket formunda bulunduğu yere göre ilgili değişkenlerin belirsiz niceleyici ifadesi ortalamaları arasındaki farklılık testi sonuçları yer almaktadır. Gerçekleştirilen analize grup 1, 2, 3 ve 5’e ait veriler dahil edilmiştir. Elde edilen

bulgulara göre cep telefonu kullanımı süresine ait sorulan soru ilk sırada ya da son sırada yer aldığında sosyal medya uygulamalarına ait ortalamalar farklılık göstermemektedir. Diğer yandan, cep telefonunu kullanım sıklığı ortalamaları cep telefonuna ilişkin sorunun anket formunda bulunduğu yere göre farklılık göstermiştir. Buna göre soru sıralamasında cep telefonu kullanımı sıklığı sorusu ilk sırada yer aldığında kullanım sıklığına ilişkin ortalama (3,93) son sırada yer aldığında ortaya çıkan ortalamadan (3,49) daha yüksektir.

**Tablo 7.** Cep telefonu kullanım sıklığı sorusunun anket formunda bulunduğu yere sıklık ifadesi ortalamaları farklılık testi

Soru Sıralamasında	Ortalama	p
Cep telefonu ilk sırada	WhatsApp	3,90
Cep telefonu son sırada		3,89
Cep telefonu ilk sırada	Instagram	3,65
Cep telefonu son sırada		3,87
Cep telefonu ilk sırada	Facebook	1,81
Cep telefonu son sırada		1,82
Cep telefonu ilk sırada	Cep telefonu	3,93
Cep telefonu son sırada		3,49

Cep telefonu kullanım sıklığı sorusunun soru sıralamasındaki yerine göre bildirilen süre ortalamaları arasındaki farklılık testi sonuçları Tablo 8'de gösterilmiştir. Analiz sonuçlarına göre bildirilen süre ortalamaları sosyal medya uygulamaları ve cep telefonu kullanımı açısından farklılık göstermemiştir.

**Tablo 8.** Cep telefonu kullanım sıklığı sorusunun anket formunda bulunduğu yere göre bildirilen süre ortalamaları (saat) arasındaki farklılık testi

Soru Sıralamasında	Ortalama	p
Cep telefonu ilk sırada	WhatsApp	3,43
Cep telefonu son sırada		3,64
Cep telefonu ilk sırada	Instagram	3,20
Cep telefonu son sırada		3,45
Cep telefonu ilk sırada	Facebook	0,59
Cep telefonu son sırada		0,85
Cep telefonu ilk sırada	Cep telefonu	4,20
Cep telefonu son sırada		3,77

## 5. SONUÇ VE TARTIŞMA

Bu araştırmada, anketlerde yer alan belirsiz niceleyiciler ve süre bildirimine ilişkin sorular sosyal medya kullanımı çerçevesi içerisinde incelenmiştir. Belirsiz niceleyicilerin tüm katılımcılar için aynı anlama gelmediği bulgusu araştırmanın temel sonucu olarak görülebilir. Diğer bir ifadeyle belirsiz niceleyicilerin katılımcılar için ifade ettiği süreler farklılaşmaktadır. Bu farklılaşma aynı süreyi işaret etmek isteyen katılımcıların farklı belirsiz niceleyiciyi, farklı süreleri belirtmek isteyen katılımcıların ise aynı belirsiz niceleyiciyi kullanabileceğini göstermektedir. Bu sonuç özellikle belirsiz niceleyicilere ait ortalamalarla katılımcıları gruplandırıp diğer değişkenlerle ilişkilendirerek gruplar arası karşılaştırma yapmanın sağlıklı olmayabileceğini ortaya koymaktadır. Gruplar arası karşılaştırmaya dair bu çıkarım Robert

Pace ve Friedlander (1982) ve Schaeffer'in (1991) araştırma sonuçları ile örtüşmektedir. Araştırmanın bir diğer sonucu "hiçbir zaman" ifadesinin her zaman süre olarak sıfıra karşılık gelmediğidir. Bu sonuç O'Muircheartaigh ve Gaskell'in (1994) araştırma sonuçları ile tutarlıdır. "Hiçbir zaman" karşılığında sıfırdan farklı bir süre bildiren katılımcılar için bir cevaplama hatasının ortaya çıktığı düşünülebilir ve olasılık dahilindedir. Ancak çok kısa olarak nitelendirilebilecek süreler için de "hiçbir zaman" ifadesi kullanılmıştır.

Bu araştırmada belirsiz niceleyicilerden ayrı ancak belirsiz niceleyiciler için doğru bir alternatif olup olmadığı literatürde tartışılmış olan süre bildirimini de incelenmiştir. Bulgulara göre cevaplayıcının sosyal medya uygulamaları ve cep telefonu kullanımına ilişkin bildirdiği süreler ile gerçekleşen süreler arasında önemli farklılıklar vardır. Genel olarak katılımcıların gerçekleşen kullanımlarının bildirdiklerinden daha düşük olduğu bulgusuna ulaşılmıştır. Bu sonuç özellikle soru maddelerinin içeriğine (sosyal medya ve cep telefonu) bağlı olabilir. Cep telefonu kullanımının yaygınlığı ve genellikle gün boyu kullanılması, araştırmaya konu olan uygulamaları sürekli olarak kullanmaya hazır olma durumu bireylerin gün içinde kullanım sürelerini daha fazla algılamalarına yol açabilir.

Al Baghal (2014) belirsiz niceleyicilerin sayısal açık uçlu yanıtlar kadar iyi olduğunu hatta bazen daha başarılı olduğunu, Schwarz (2007) ise bir ölçek kullanılmadan doğrudan sayısal yanıtlar istenmesinin daha uygun olabileceğini belirtmiştir. Bu araştırmanın sonuçları ise belirsiz niceleyici ve sayısal olarak süre bildiriminden hangisinin gerçek davranışı ölçmede daha başarılı olduğunu ortaya koymamaktadır. Ancak bulgular her iki yolun da sağlıklı bir ölçüm yapmayabileceğini göstermektedir.

Araştırma kapsamında odaklanılan bir diğer konu belirsiz niceleyici ve süre bildiriminin soru maddelerinin sıralamasından etkilenip etkilenmediğidir. Tüm uygulama kullanım sürelerini doğal olarak içerisinde barındıran genel cep telefonu kullanımının katılımcı için bir referans noktası olarak kullanılabilirdiği, katılımcıların uygulamaları birbiri ile karşılaştırıp buna göre bir bildirimde bulunabileceğinden yola çıkılarak veriler incelenmiştir. Elde edilen bulgular soru sıralamasının sosyal medya uygulamasına ilişkin sıklık ifadelerinde (hem belirsiz niceleyici hem de süre bildirimini için) bir farklılık ortaya çıkarmadığını göstermektedir. Diğer yandan cep telefonu kullanımı belirsiz niceleyiciler ile sorulduğunda sorunun anket formunda bulunduğu yere göre ortalamalarda farklılık ortaya çıkmıştır. Katılımcılar cep telefonu kullanım sıklığı sorusu ilk sırada yer aldığında cep telefonu kullanımı için daha fazla süreyi temsil eden bir bildirimde bulunmuştur. Bu sonuç katılımcıların bir soruyu yanıtlarken diğer soruları da göz önüne alabileceğini işaret etmektedir.

Özet olarak, bu araştırmanın sonuçları sosyal medya kullanım sıklığına ilişkin gerek belirsiz niceleyicilerle gerekse süre bildirimleri ile elde edilen verilere dikkatle yaklaşılması gerektiğini göstermektedir. Anket cevaplayıcıları doğru bilgi verme çabası gösterebilirler dahi cevap alternatiflerine yükledikleri anlamlar farklılaşabilir, gerçekte harcadıkları zamana ilişkin süreyi doğru olarak hatırlamayabilirler. Bu nedenlerle kullanım sıklığından yola çıkarak cevaplayıcıları gruplandırmak, bu grupları araştırmanın diğer değişkenleri ile ilişkilendirip karşılaştırmak sağlıklı olmayan sonuçlara varılmasına neden olabilir.

## 6. ARAŞTIRMANIN KISITLARI

Bu araştırmada bildirilen ve gerçekleşen sürenin karşılaştırılması sadece 9 katılımcıdan elde edilen veriler ile gerçekleştirilmiştir. Gönüllük esasına dayalı, görece uzun süreli ve periyodik olarak katılımcının kullanım raporunu araştırmacıya iletmesini gerektiren verilerin az sayıda örneklemeden elde edildiği söylenebilir. Gelecekte bu konuda yapılacak araştırmalarda geniş bir örneklemeden veri elde edilmesi sonuçların daha geçerli olmasını sağlayabilir. Ayrıca bildirilen ve gerçekleşen süre karşılaştırılmasında katılımcılar önce anketi doldurmuştur. Gerçekleşen süre anket doldurulduktan sonraki davranışı göstermektedir. Bu husus sağlıklı karşılaştırma yapmayı engelleyebilir. Ancak gerçekleşen süreye ait veriler elde edildikten sonra anket yapılmamasının nedeni periyodik olarak kullanım raporu yollayan katılımcının bu raporlardaki verilerden yola çıkarak anketi doldurma ihtimalinin yüksek olmasıdır. Bu durumda araştırma amacıyla tamamen ters düşen veriler elde edilecek olması nedeniyle önce anket uygulaması gerçekleştirilmiş daha sonra gerçekleşen sürelerin raporları dikkate alınmıştır.

## KAYNAKÇA

- Al Baghal, T. (2014). Numeric Estimation and Response Options: An Examination of the Accuracy of Numeric and Vague Quantifier Responses. *Journal of Methods and Measurement in the Social Sciences*, 5(2), 58–75.
- Bradburn, N. M., & Miles, C. (1979). Vague Quantifiers. *The Public Opinion Quarterly*, 43(1), 92–101.
- Cates, K. L., & Messick, D. M. (1996). Frequentistic Adverbs as Measures of Egocentric Biases. *Eur. J. Soc. Psychol.*, 26, 155-161.
- Coventry, K. R., Cangelosi, A., Newstead, S. E., & Bugmann, D. (2010). Talking About Quantities in Space: Vague Quantifiers, Context and Similarity. *Language and Cognition*, 2(2), 221-241.
- Griffin, J. (2013). On the Use of Latent Variable Models to Detect Differences in the Interpretation of Vague Quantifiers. *Public Opinion Quarterly*, 77(S1), 124-144.
- Haşiloğlu, S. B., Baran, T., & Aydın, O. (2015). Pazarlama Araştırmalarındaki Potansiyel Problemlere Yönelik Bir Araştırma: Kolayda Örnekleme ve Sıklık İfadeli Ölçek Maddeleri. *Pamukkale İşletme ve Bilişim Yönetimi Dergisi*, 2(1), 19-28.
- Kaiser, R. B., & Kaplan, R. E. (2005). Overlooking Overkill? Beyond the 1-to-5 Rating Scale. *Human Resources Planning*, 28(3), 7-11.
- Kidston, J. S. (1985). The Validity of Questionnaire Responses. *The Library Quarterly*, 55(2), 133-150.

- Kitchenham, B. A., & Pfleeger, S. L. (2008). Personal Opinion Surveys. In: Shull F., Singer J., Sjøberg D. I. K. (eds) Guide to Advanced Empirical Software Engineering. Springer, London.
- Menold, N., & Kemper, C. J. (2015). The Impact of Frequency Rating Scale Formats on the Measurement of Latent Variables in Web Surveys – An Experimental Investigation Using a Measure of Affectivity as an Example. *Psihologija*, 48(4), 431-449.
- Nelson Laird, T. F., Korkmaz, A., & Chen, P-S. D. (2008). How Often Is “Often” Revisited: The Meaning and Linearity of Vague Quantifiers Used on the National Survey of Student Engagement. Paper Presented at the Annual Meeting of the American Educational Research Association, San Diego, C A.
- O'Muircheartaigh, C., & Gaskell, G. (1994). The Basis of Norms for Vague Quantifiers. Proceedings of the Survey Research Methods Section, American Statistical Association, 1327-1332. Papers Presented at the 49th Annual Conference of the American Association for Public Opinion Research, May 11-15, 1994, Danvers, Massachusetts.
- Pohl, N. F. (1981). Scale Considerations in Using Vague Quantifiers. *The Journal of Experimental Education*, 49(4), 235-240.
- Robert Pace, C., & Friedlander, J. (1982). The Meaning of Response Categories: How often is “Occasionally,” “Often,” and “Very Often”? *Research in Higher Education*, 17(3), 267-281.
- Rocconi, L. M., Dumford, A. D., & Butler, B. (2020). Examining the Meaning of Vague Quantifiers in Higher Education: How Often is “Often”? *Research in Higher Education*, 61, 229-247.
- Schaeffer, N. C. (1991). Hardly Ever or Constantly? Group Comparisons Using Vague Quantifiers. *Public Opinion Quarterly*, 55(3), 395-423.
- Schwarz, N. (2007). Evaluating Surveys and Questionnaires. In R. J. Sternberg, H. L. Roediger, III, & D. F. Halpern (Eds.), *Critical Thinking in Psychology* (pp. 54-74). Cambridge University Press.
- Wänke, M. (2002). Conversational Norms and the Interpretation of Vague Quantifiers. *Appl. Cognit. Psychol.*, 16, 301-307.