



Facebook Kullanımının Psiko-Sosyal Yönleri (FKPSY) Ölçeğinin Türkçe'ye Uyarlanması

Adaptation of Psycho-Social Aspects of Facebook Use (PSAFU) Scale to Turkish

Ozan COŞKUNSERÇE¹, Şeyhmus AYDOĞDU²

Öz

Facebook uygulaması, bir sosyal medya aracı olarak dünyada yaygın bir şekilde kullanılmaktadır. Uygulama kullanıcılarının siteyi kullanım sıklıkları, sitede harcadıkları süre gibi davranışsal hareketlerinin incelenmesinin yanı sıra uygulamanın psiko-sosyal yönlerinin incelenmesi uygulamaya yönelik derinlemesine bilgi almak açısından önemlidir. Bu araştırmanın amacı, Facebook kullanımının psiko-sosyal yönlerinin belirlenmesine yönelik Bodroza ve Jovanovic (2016) tarafından geliştirilen ölçeğin Türkçe'ye uyarlanmasıdır. Bu amaç doğrultusunda, öncelikle ölçeğin Türkçe'ye çevirisi yapılmıştır. Çeviri sonrasında alan uzmanları görüşüne dayalı olarak ölçeğe son şekli verilmiştir. Araştırmanın örneklemini 2016-2017 Bahar ve 2017-2018 Güz eğitim öğretim yıllarında bir üniversitenin Eğitim Fakültesi ve Meslek Yüksek Okulu'nda ve farklı bir üniversitenin Mühendislik Fakültesi'nde öğrenim gören ve Facebook hesabı olan 460 öğrenci oluşturmaktadır. Hazırlanan ölçeğin, yapı geçerliğinin incelenmesi amacıyla doğrulayıcı faktör analizi yapılmıştır. Analiz sonuçlarına göre, kabul edilebilir uyum değerleri hesaplanmıştır ($\chi^2/ sd=2.039$, RMSEA=0.052, SRMR=0.059, CFI=0.95). Ölçeğin Cronbach Alpha güvenilirlik katsayısı 0,905 olarak hesaplanmıştır. Bu bulgular doğrultusunda, araştırma kapsamında uyarlanan ölçeğin Facebook'un psiko-sosyal yönlerinin belirlenmesi kullanılabilecek bir ölçme aracı olduğu anlaşılmaktadır.

Anahtar Kelimeler: facebook, psikoloji, sosyoloji, ölçek, facebook bağımlılığı, kişisel tanıtım

Abstract

Facebook app is widely used in the world as a social media tool. In addition to examining the behavioral movements of users, such as the frequency of site use and the time they spend on the site, the examination of the psycho-social aspects of the application is important for in-depth information on application. The aim of this research is to adapt the scale developed by Bodroza and Jovanovic (2016) to Turkish in order to determine the psycho-social aspects of Facebook usage. In line with this aim, primarily translation in Turkish process has been realized. After the translation, the final scale was shaped based on the opinion of field experts. The sample of the study consisted of 460 students who were studying in the Faculty of Education and Vocational School of Higher Education of a university and a faculty of Engineering of another university and with a Facebook account in 2016-2017 spring and 2017-2018 fall years. Confirmatory factor analysis was carried out for the purpose of examining the validity of the prepared scale. According to the analysis results, acceptable adaptation values computed ($\chi^2 / sd = 2.039$, RMSEA = 0.052, SRMR = 0.059, CFI = 0.95).The Cronbach's Alpha reliability coefficient of the scale was 0.905.In the light of these findings, it is understood that the measurement scale adapted to the scope of research is a measurement tool that can be used to determine the psycho-social aspects of Facebook.

Keywords: facebook, psychological, social, scale, facebook addiction, self-presentation

Extended Abstract

Introduction: Because of its widespread use in the world and Turkey and impact on our daily life and communication, Facebook has become an important factor affecting our psychological and social functioning. According to the "Digital in 2017 Global Overview report" (2017), the number of active monthly Facebook users reached 1,871 billion worldwide, and 55% of these users use the Facebook platform every day. According to the same report, there are 48 million active users of social media in Turkey and Facebook is the most used social media platforms after the Youtube application with a 56% utilization rate.

Despite Facebook's the great psychological impact on users' lives, researches on Facebook focuses on data that can be personally reported or objectively observed like the number of friends, the time spent on Facebook each day, the frequency of wall posts or photos. Instruments that tried to capture internal processes such as emotions, motives, thoughts, and self-conceptions related to experiences on Facebook, are somewhat rare (Bodroza ve Jovanovic, 2016). From this point of view, in this research the scale developed by Bodroza and Jovanovic (2016), in order to examine psychosocial aspects of Facebook, has been adapted to Turkish.

Method: There are two versions of PSAFU scale consisting of 43 and 26 items. Confirmatory factor analysis on the resource scale development study reduced the number of items from 43 to 26. Although the shorter version of the scale is better for psychometric properties, the use of a longer version of the scale is recommended for researchers who want to explore the psychosocial aspects of Facebook use in depth (Bodroza ve Jovanovic, 2016). For this reason, the adaptation study was based on the 43-item long version of the scale.

The study group is composed of students from the Faculty of Education and Vocational School of Higher Education and a Faculty of Engineering from different universities during the 2016-2017 Spring and 2017-2018 Fall academic years. Of the 551 students who completed the survey, 460 (83.5%) had an active Facebook account and 91 (16.5%) did not have an active Facebook account. 144 (31.3%) male and 316 (68.7%) female students in the study group who have an active Facebook account participated in the survey. Both paper-pencil ($n = 413$) and online data collection tools ($n = 47$) were used in the data collection process. Google Forms is used as an online data collection tool. The scale is filled in anonymously (personal information is not requested) and participation is voluntary.

The analyzes carried out within the scope of the research are as follows:

1. Examination of the distribution of the collected data according to the z-scores and elimination of data other than values -3 and +3,
2. By analyzing the distribution of missing data and performing appropriate data assignment,
3. In order to provide evidence for factor structure, correlation test between scale and sub-factors, confirmatory factor analysis (CFA) implementation,
4. Investigating the Cronbach's Alpha coefficient of all factors and scale to determine internal consistency,
5. Examination of item-scale correlations in order to provide evidence of items' validity.

Results and Discussion: Following the assignment of the data, CFA was implemented using the LISREL 8.8 package program with the aim of confirming the construct validity of the scale. In the literature, good fit indexes to be reported to show model fit are χ^2 and p , χ^2 / sd or Normed Chi-Square (NC), RMSEA (90% confidence interval), CFI and SRMR (Brown, 2006; Kline, 2005). Findings of the CFA showed good fit indexes ($\chi^2=1647.26$, $p<.001$, $\chi^2/df=2.039$, RMSEA=.052, CFI=.95, SRMR=.059). The Cronbach's alpha reliability coefficient of the scale was calculated as .905. When the Cronbach's alpha reliability coefficients of the factors are examined, it is seen that compensatory use of Facebook factor .803, self-presentation on Facebook factor is .883, socializing and seeking sexual partners through Facebook factor is .730, Facebook addiction factor is .698 and Facebook profile as the virtual self factor was calculated as .637. The item-total correlations are between .579 and .860.

As a result of the analysis, the number of items decreased from 43 to 42 and these 42 items were collected under five factors. All items except the two items were placed under the same factor with the source scale. One of the accepted factors in the CFA result is the compensatory use of Facebook. It can be said that individuals who score higher than this factor communicate more easily on Facebook than on face-to-face communication and feel more confident on Facebook. Individuals in this situation prefer Facebook instead of face-to-face communication in daily life. The self-presentation on Facebook, which is determined as the second factor, emphasizes the importance of the image that the individual wants to share on Facebook with the photographs and messages. The third factor is socializing and seeking sexual partners through Facebook, measuring participants' desire for friendship, friendship development and sexual partner. The fourth factor is called Facebook addiction. This factor includes the inability to control the time spent on Facebook and failure to fulfill needs and responsibilities as a result. Facebook profile as the virtual self is determined as the last factor and this factor is trying to define the desire of the person to transfer the personality characteristics to other users in a correct way through Facebook profile.

When the averages of the answers given by the participants to the five factors of the scale are examined, it is seen that Facebook profile is the virtual identity with the highest average of 2.86. Other factors are self-presentation on Facebook with an average of 2.62, Facebook addiction with an average of 1.83 and compensatory use of Facebook with an average of 1.82. It is seen that at least the average is taken from 1.78 with socializing and seeking sexual partners through Facebook.

Based on the findings of the study, it can be concluded that the Turkish version of the PSAFU scale is a valid and reliable instrument to measure the psycho-social aspects of university students' Facebook usage. Further research might be conducted to compare test results of individuals from different age groups and sexes and Turkey's different regions and major cities.

1. Giriş

Dünyada ve Türkiye’de yaygın kullanımı ve günlük yaşamda iletişimimize etkilerinden dolayı, Facebook psikolojik ve sosyal işleyişimize etki eden önemli bir faktör haline gelmiştir. “Digital in 2018 Global Overview” raporuna göre (2018), aylık aktif Facebook kullanıcı sayısı tüm dünyada 2,17 milyara ulaşmıştır. Yine aynı rapora göre Türkiye’de 51 milyon aktif Facebook kullanıcısı bulunmaktadır ve Facebook kullanıcı sayısı açısından Türkiye dünyada dokuzuncu sıradadır. Facebook’un yaygın kullanımı bireylerin iletişimin biçimini yoğun biçimde etkilemiştir. İnsanlar artık uzak ya da yakın mesafedeki arkadaşlık ilişkilerini sosyal ağlar üzerinden yürütmekte, bu ortamlarda kendini ifade etmekte, ilişkilerini başlatıp bitirebilmektedir (Bekiroğlu ve Hülür, 2016). İletişimde meydana gelen bu değişimin bireyler üzerinde birçok psikolojik, sosyal ve davranışsal etkileri olmuştur.

Facebook ve diğer sosyal ağların artan kullanıcı sayıları ve bireylerin iletişimde meydana getirdiği değişiklikler araştırmacıların ilgisini çekmekte ve bu olguyu inceleyen çok sayıda araştırma yapılmaktadır. Facebook’un kullanıcılarının yaşamlarına büyük psikolojik etkiler yapmasına rağmen, Facebook üzerine yapılan araştırmalarda kişisel olarak bildirilen veya objektif olarak gözlemlenebilen arkadaş sayısı, günde Facebook’a harcanan süre, duvar gönderilerinin sıklığı veya fotoğraflar gibi veriler üzerine odaklanılmaktadır. Facebook kullanımında gerçekleşen duygular, motive ediciler, düşünceler ve Facebook üzerindeki deneyimler hakkında kişisel algılar gibi içsel süreçleri betimlemeye çalışan araçlar oldukça azdır (Bodroza ve Jovanovic, 2016). Bu nedenle Facebook kullanıcılarını daha iyi anlayabilmek için yapılacak bilimsel araştırmalarda kullanılacak ölçme araçlarına ihtiyaç duyulmaktadır. Bu araştırmada, Facebook kullanımının psiko-sosyal yönlerinin belirlenmesi amacıyla kullanılacak bir ölçeğin Türkçe’ye uyarlanması amaçlanmaktadır. Bu amaçla Bodroza ve Jovanovic (2016) tarafından geliştirilmiş olan Psycho-Social Aspects of Facebook Use (PSAFU) ölçeği tekrar ele alınmış, Türk kültürünün özelliklerine uygun olarak değiştirilerek üniversite öğrencilerinin katılımı ile uygulanmıştır.

Facebook Bağımlılığı

Facebook kullanımının artışının hayatımıza iletişim alanında sağladığı kolaylıklar yanında aşırı kullanımının bazı kullanıcıların hayatında sorunlara yol açtığı görülmektedir. Bu sorunların başında aşırı Facebook kullanımı veya Facebook bağımlılığı gelmektedir. Facebook bağımlılığı özellikle genç kullanıcılar arasında önemli bir problem olarak görülmektedir. Türkiye’de Facebook bağımlısı olan üniversite öğrencilerinin oranının araştırıldığı çalışmalarda, öğrencilerin % 4,17’sinin (Karacı ve Piri, 2017) ve % 5,1’nin (Balcı ve Gölcü, 2013) Facebook bağımlısı olduğu gibi yaklaşık değerlere ulaşılmıştır.

Türkiye’de üniversite öğrencileri arasında yapılan bir araştırmaya göre, öğrencilerin sosyal yaşamlarında yaşadıkları yalnızlık hissi arttığında, Facebook bağımlılığı seviyeleri de artmaktadır (Balcı ve Gölcü, 2013). Facebook’un yalnızlık hissini yatıştırıcı bir araç olarak kullanıldığı fakat aynı zamanda Facebook üzerinde fazla zaman geçirmenin gerçek sosyal yaşama daha az süre harcanabilmesine neden olduğu görülmektedir. Özellikle yalnızlık, anksiyete ve depresyon gibi psikolojik sorunları olan bireyler sosyal destek bulmak için veya zaman geçirmek için Facebook’a yönelmektedir (Ryan, Chester, Reece, ve Xenos, 2014). İki farklı çalışmada da psikolojik sorunlar (depresyon ve anksiyete) ve Facebook bağımlılığı arasında bağlantı olduğu belirtilmiştir (Hong, Huang, Lin ve Chiu, 2014; Koç ve Gulyağcı, 2013).

Türkiye’de Facebook Kullanımı

Facebook Türkiye’de oldukça yaygın bir şekilde kullanılmaktadır. Ancak Facebook’un kullanım oranları ve kullanım şekli kültürden kültüre büyük farklılık gösterebilmektedir (Şener, 2009). Örneğin bazı kültürlerde Facebook sadece eski arkadaşlar iletişim amaçlı kullanılırken, bazılarında yeni arkadaş ve karşı cinsten arkadaş bulma amaçlı olarak kullanılabilen, bazı kültürlerde ise Facebook kullanımı çeşitli sebeplerden daha az tercih edilmektedir. Özellikle kültürün günlük yaşamını paylaşmayı hoş karşılama durumu, Facebook kullanım alışkanlıklarını doğrudan etkilemektedir. Şener (2009), tarafından yapılan bir araştırmaya göre Türkiye’de Facebook’un genel olarak eski ve mevcut arkadaşlarla görüşmek ve boş zamanı değerlendirmek amaçlı olarak kullanıldığı; politik duyurular yapma, iş, yeni arkadaşlar edinme ve sohbet etme amaçlı olarak kullanımının tercih edilmediği belirlenmiştir. Farklı kültürler arasında günlük yaşamını paylaşmayı hoş karşılama durumu ve mahremiyet kaygısı büyük değişim göstermekte ve bu durum Facebook kullanım alışkanlıklarını doğrudan etkilemektedir. Oz (2014) tarafından Amerika Birleşik Devletleri’nde yapılan benzer bir çalışmada olduğu gibi, Türkiye’de de Facebook kullanmayan üniversite öğrencilerinin mahremiyet kaygısının, Facebook kullananlara göre daha fazla olduğu belirlenmiştir (Acılar ve Mersin, 2015). Hatta Türkiye’de kadın dijital göçmenler ile yapılan bir başka çalışmada kullanıcıların Facebook kullanımında kişisel bilgilerinin mahremiyeti konusunda alınabilecek önlemlerin çoğunu dikkate almadıkları veya önemini farkına varmadıkları söylenmektedir (Akikol, 2018). Facebook kullanımının Türkiye’de diğer ülkelere göre bu derece yaygın olmasına neden olarak, insanların kendi yaşamını paylaşmakta mahremiyet algısının düşük olması gösterilebilir.

Türkiye’de Facebook’un Eğitsel Amaçlarla Kullanımı

Facebook kullanımının özellikle eğitim çağındaki gençler tarafından yoğun bir şekilde kullanımı, Facebook’un eğitsel amaçlarla da kullanılabilceğini akla getirmektedir. Özellikle öğrencilerle ders içi iletişim ve etkileşimi sağlamak için Facebook platformu birçok imkân sunmaktadır. Yapılan çalışmalarda Üniversite öğrencilerinin Facebook gruplarını sınıf içi iletişim açısından faydalı buldukları görülmektedir (İşçitürk, 2017; İşman ve Albayrak, 2014). Facebook öğrenci-öğrenci, öğrenci-öğretici etkileşimi sağlanırken, öğreticilere öğrencileriyle ödevler, etkinlikler ve kaynakların paylaşımı gibi konularda iletişim kurma olanağı sağlamakta, öğrenci-öğrenci, öğrenci-öğretici arasında anlık görüşmeler yapılarak, hızlı dönüt verilebilmektedir (Ekici ve Kıyıcı, 2012). Keleş ve Demirel (2011), derslerde Facebook kullanımının öğrenciler arasında yardımlaşma ve paylaşımı sağlayarak öğrenciler arasındaki iletişimi arttırdığını tespit etmiştir. Facebook’un üniversite öğrencileri tarafından yaygın bir şekilde kullanımının üniversitelerde eğitsel amaçlarla kullanılmasını kaçınılmaz kıldığı ve derslerde kullanımı öğrenci-içerik, öğrenci-öğrenci ve öğretmen-öğrenci etkileşimini arttırdığı görülmüştür (Kalafat ve Göktaş, 2011). Kayri ve Çakır (2010), daha önce Facebook kullanmış olan öğrencilerin, Facebook’un bir eğitsel araç olarak kullanımı hakkında olumlu tutumlarının olduğu ve öğrencilerin Facebook üzerinde öğretmenin yönetici olarak görev aldığı bir ortamda daha paylaşımcı oldukları gözlemlenmiştir. Uluslararası üniversite öğrencileriyle yapılan bir başka çalışmada uluslararası öğrencilerin Facebook’u sıklıkla kullandıkları, bu nedenle bu ortamda verilen görevlerin daha kolay yerine getirebildikleri görülmüştür (Erişti ve Coşkunserçe, 2017). Türkiye’de Facebook’un eğitsel amaçlarla kullanımını inceleyen çok sayıda çalışmada da görüldüğü gibi, Facebook’un öğrencilerle iletişim amaçlı kullanımının olumlu sonuçlar verdiği görülmektedir. Bu katkının daha verimli bir şekilde kullanımını sağlamak için farklı yaş gruplarındaki Facebook kullanıcılarının amaç ve beklentilerinin daha iyi anlaşılabilmesi önemlidir.

2. Yöntem

Çalışma Grubu

Araştırmanın çalışma grubunu 2016-2017 Bahar ve 2017-2018 Güz eğitim öğretim yıllarında bir üniversitenin Eğitim Fakültesi ve Meslek Yüksek Okulu’nda ve farklı bir üniversitenin Mühendislik Fakültesi’nde öğrenim gören öğrenciler oluşturmaktadır. Örneklemin belirlenmesinde seçkisiz olmayan örnekleme yöntemlerinden, uygun örnekleme kullanılmıştır. Ölçeği dolduran öğrencilerin aktif Facebook hesabına sahip olma durumları Tablo 1’de verilmiştir.

Tablo 1. Ölçeği yanıtlayan öğrencilerin aktif Facebook hesabı olma durumu

Aktif Facebook hesabınız var mı?	f	%
Evet	460	83,5
Hayır	91	16,5
Toplam	551	100

Ölçeği dolduran 551 öğrenciden 460’ının (%83,5) aktif bir Facebook hesabının olduğu, 91’ini (%16,5) ise aktif bir Facebook hesabının olmadığı görülmektedir. Facebook hesabı bulunan öğrencilerin öğrenim gördükleri fakültele göre dağılımları Tablo 2 de verilmiştir.

Tablo 2. Çalışma grubunun öğrenim gördükleri fakültele göre dağılımları

Fakülte	f	%
Eğitim Fakültesi	258	56,1
Meslek Yüksek Okulu	155	33,7
Mühendislik Fakültesi	47	10,2
Toplam	460	100

Çalışma grubunda aktif bir Facebook hesabı olan, 144’ü (%31,3) erkek ve 316’si (%68,7) kadın öğrenci araştırmaya katılmıştır.

PSAFU Ölçeğinin Türkçe’ye Uyarlanması

PSAFU ölçeğinin Türkçe’ye uyarlanması sürecinde öncelikle kaynak ölçeği geliştiren araştırmacı ile iletişime geçilmiş ve uyarılmanın yapılmasına ilişkin izni alınmıştır. İzin işlemlerinin ardından çeviri aşamasına geçilmiştir. Geri çeviri yönteminin uygulanması alan yazında belirtilen beş aşamaya göre yapılmıştır (Brislin, 1990, s.33; Campbell ve Russo, 2001, s. 312-313; aktaran Akbaş ve Korkmaz, 2007):

1. Kaynak ölçek çevirmenlerce ölçeğin üzerinde hiçbir değişiklik yapılmadan Türkçe'ye çevrilmiştir.
2. Araştırmacılar tarafından çeviriler incelenmiş ve gerekli görülen düzeltmeler yapılmıştır.
3. Çevirisi tamamlanan ölçek üç İngilizce dil uzmanından oluşan bir komisyon tarafından tekrar İngilizce'ye çevrilmiştir.
4. Elde edilen ölçek orijinal ölçek ile karşılaştırılmış ve çevirinin aynı anlamı koruduğu araştırmacılarca incelenmiştir.
5. Kaynak ölçeği hazırlayan araştırmacıya elde edilen ölçek gönderilerek kaynak ölçek ile uyumu konusunda onayı alınmıştır.

Ölçeğin Türkçe versiyonu "Facebook Kullanımının Psiko-Sosyal Yönleri" (FKPSY) olarak isimlendirilmiştir.

PSAFU Ölçeğinin Özellikleri

Uyarlama çalışması yapılan PSAFU ölçeğinin 43 ve 26 maddeden oluşan iki farklı versiyonu bulunmaktadır. Kaynak ölçeğin geliştirme çalışmasında yapılan doğrulayıcı faktör analizi (DFA) sonucunda madde sayısı 43'ten 26'ya düşürülmüştür. Ölçeğin kısa versiyonunun her ne kadar psikometrik özellikleri daha iyi olsa da, Facebook kullanımının psiko-sosyal yönlerini derinlemesine incelemek isteyen araştırmacılar için ölçeğin uzun versiyonunun kullanımı önerilmektedir (Bodroza ve Jovanovic, 2016). Bu nedenle uyarlama çalışmasında ölçeğin 43 maddelik uzun versiyonu temel alınmıştır. PSAFU ölçeğinde Facebook davranışları beş faktör altında toplanmıştır.

a. Facebook'un telafi edici olarak kullanımı: Bu özellik, kişisel güvensizlik ve yetersizlik duygularının telafisi olarak Facebook kullanımını içermektedir.

b. Facebook'ta kişisel tanıtım: Kişinin ideal gördüğü kimliğini sunmak ve insanlar üzerinde istediği etkiyi bırakmak için Facebook üzerinde paylaştığı fotoğrafların ve yayınların seçilmesiyle ilgili kaygılar bu özellik içerisinde bulunmaktadır.

c. Facebook ile sosyalleşme ve cinsel partnerler arama: Bu özellik Facebook kullanarak yeni arkadaşlıklar edinme ve cinsel partnerler aramak için harcanan çabaları içermektedir.

d. Facebook bağımlılığı: Bu özellik, Facebook kullanımı ile uykusuzluk yaşanması, sorumlulukların ertelenmesi gibi bağımlılık göstergelerini içermektedir.

e. Facebook profilinin sanal kimlik olması: Bu özellik, Facebook profilinin kullanıcının kimliğinin gerçekçi bir temsili olduğunu ve kişinin diğer insanlara güvenilir bilgiler sunduğunu ifade etmektedir.

Ölçeğin belirlenen beş faktörlü yapısı toplam varyansın %46,53'ünü açıklamaktadır. Faktörlerin iç tutarlılık katsayısı değerleri .76 (sanal kimlik) ve .92 (telafi edici kullanım) arasında değişmektedir. "Doğrulayıcı Faktör Analizi (DFA)" sonucunda kabul edilebilir uyum indeksi değerleri ($\chi^2(289) = 455,1568$, NFI = .831, NNFI = .921, RMSEA = .40 (.033-.047), SRMR = .049, CFI = .930) bulunmuştur.

Ölçeğin başlangıcında araştırmacıların amacını ve ölçeğin ne şekilde yanıtlanacağını katılımcılara açıklayan bir yönerge bulunmaktadır. Ölçeğin maddeleri için yanıt seçenekleri beşli Likert ölçeği'ne göre derecelendirilmiştir. Likert tipindeki derecelenmeler; "Bana tamamen uyuyor (5)", "Bana çoğunlukla uyuyor (4)", "Bana uyduğundan emin değilim (3)", "Bana çoğunlukla uymuyor (2)", "Bana hiç uymuyor (1)" biçimindedir.

Verilerin Toplanması

Verilerin toplanması sürecinde hem kağıt-kalem (n=413), hem de çevrimiçi veri toplama araçları (n=47) kullanılmıştır. Çevrimiçi veri toplama aracı olarak Google Formlar kullanılmıştır. Ölçek anonim olarak doldurulmakta (kişisel bilgiler istenmemekte) ve katılım gönüllülük esasına dayanmaktadır.

Verilerin Analizi

Ölçeğin uygulaması tamamlandıktan sonra verilerin analizine geçilmiştir. Ölçeğin faktör yapısını doğrulamak için LISREL 8.8 yazılımı kullanılarak DFA yapılmıştır. DFA'da değişkenler arasındaki ilişkiye dair daha önce saptanan bir hipotezin ya da kuramın test edilmesi söz konusudur (Büyüköztürk, 2008). Araştırma kapsamında gerçekleştirilen analizler sırasıyla aşağıdaki gibidir:

1. Toplanan verilerin z puanlarına göre dağılımının incelenerek -3 ve +3 değerleri dışında yer alan verilerin elenmesi,
2. Kayıp verilerin dağılımının incelenerek uygun veri atamasının gerçekleştirilmesi,

3. Orijinal ölçekteki faktör yapısını tespit etmek amacıyla DFA ve ikinci düzey DFA gerçekleştirilmesi,
4. İç tutarlılığı belirlemek amacıyla faktörlerin ve tüm ölçeğin Cronbach alfa katsayısının incelenmesi,
5. Madde analizleri için madde-faktör korelasyonlarının incelenmesi.

3. Bulgular ve Yorum

Facebook kullanımının psiko-sosyal yönlerinin belirlenmesine yönelik uyarlanan ölçek aracılığıyla aktif Facebook hesabı olan ve ölçeği tam olarak yanıtlayan 460 katılımcıdan toplanan verilerin analiz işlemine ölçekten elde edilen puanların normal dağılım dışında kalan verilerin eleme işlemiyle başlanmıştır. Bunun için öncelikli olarak her bir maddeden elde edilen veriler z standart puanına dönüştürülmüş ve -3,+3 aralığı dışarısından kalan veriler analiz dışında bırakılmıştır. Belirtilen iki yönlü uç değerlerin silinmesinin ardından analiz edilecek veri sayısı 381'e düşmüştür.

Ölçekten elde edilen kayıp verilerin maddelere göre dağılımı incelendiğinde kayıpların %0,3 ile %2,6 arasında değiştiği görülmüştür. Toplanan verilerin doğrulayıcı faktör analizi işlemine başlamadan önce kayıp verilerin atama işlemi Akbaş ve Tavşancıl'ın (2015) önerileri doğrultusunda beklenti-maksimizasyon algoritmasına göre gerçekleştirilmiştir.

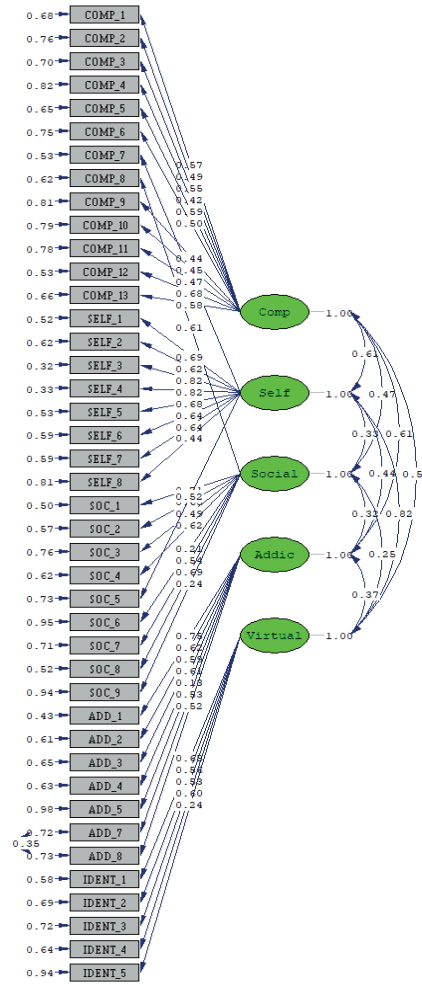
Verilerin atanmasının ardından ölçeğin yapı geçerliliğinin doğruluğunu onaylamak amacı ile LISREL 8.8 paket programı kullanılarak DFA uygulanmıştır. Alanyazında model uyumunu göstermek için rapor edilmesi gereken uyum iyiliği indeksleri χ^2 ve p , χ^2 / sd veya Normed Chi-Square (NC), RMSEA (%90 güven aralığı), CFI ve SRMR olarak belirtilmektedir (Brown, 2006; Kline, 2005). Tablo 3'te en çok kullanılan uyum indekslerinin değerleri ve farklı araştırmacılar tarafından verilen sınır değerlerine göre model uyumunu sağlama durumunun değerlendirilmesi verilmiştir.

Tablo 3. DFA sonucunda elde edilen uyum indeksi değerleri.

Uyum indeksi	Analiz sonucu elde edilen değer	Değerlendirme
χ^2	1647,26	-
p	,000	-
sd	808	-
χ^2 / sd	2,039	Kabul edilebilir
RMSEA	0,052	Kabul edilebilir
SRMR	0,059	Kabul edilebilir
CFI	0,95	Kabul edilebilir

Araştırmacılar tarafından sunulan modelin kabul edilebilir olması için farklı uyum indeksi sınır değerleri verilmiştir. İlk olarak incelenen ki-kare testi (χ^2), "Gözlenen kovaryans matrisi ile öngörülen kovaryans matrisi arasında fark yoktur" hipotezini test eder (Moss, 2016). Modelin ki-kare derecesi $\chi^2 (808) = 1647,26$, $p < 0,001$ bulunmuştur. p değerinin sınır değer olarak $>.05$ olması beklenmektedir (Schermelleh-Engel, Moosbrugger, ve Müller, 2003). Bu sonuca göre Ki-kare değeri anlamlıdır ve modelin kabul edilemeyeceği düşünülebilir. Ancak bu değer örneklem büyüklüğünden etkilenmekte ve birçok çalışmada anlamlı çıkmaktadır. Dolayısıyla bu değere bakarak modelin reddedilmemesi gerekir (Çokluk, Şekercioğlu ve Büyüköztürk, 2012). Bu nedenle daha sonra Ki-kare/serbestlik derecesi (χ^2 / sd) değeri incelenmiştir. 2 ile 3 arasında alından değer kabul edilebilir uyum değerini göstermektedir (Schermelleh-Engel, Moosbrugger, ve Müller, 2003). Analiz sonucunda elde edilen $\chi^2 / sd=2,039$ değeri kabul edilebilir model uyumunu göstermektedir.

Daha sonra incelenen Ortalama Hataların Karekökü (Root Mean Square Error of Approximation; RMSEA) değerinin sıfıra yaklaşması daha iyi bir uyum değerini göstermektedir. Ancak 0,80 altındaki değerler de kabul edilebilmektedir (Schermelleh-Engel, Moosbrugger ve Müller, 2003). Analiz sonucunda elde edilen RMSEA=0,052 değeri kabul edilebilir bir model uyum değeridir. Standardize edilmiş kök ortalama kare artık (Standardized Root Mean Square Residual-SRMR) değeri için $<0,10$ kabul edilebilir uyum değerini göstermektedir (Brown, 2006; Schermelleh-Engel, Moosbrugger, ve Müller, 2003; Hu ve Bentler,1999). Dolayısıyla elde edilen SRMR=0,059 değeri kabul edilebilir sınırlar içerisinde. Son olarak incelenen Karşılaştırmalı Uygunluk İndeksi (Comparative Fit Index; CFI) uyum indeksinden elde edilen CFI=0,95 değeri birçok araştırmacı tarafından kabul edilebilir sınırlar içerisinde görülmektedir (Byrne, 1994; Hu ve Bentler, 1999). Sonuç olarak önerilen modelin uyum indekslerinin kabul edilebilir düzeyde olduğu gözlemlenmiştir.



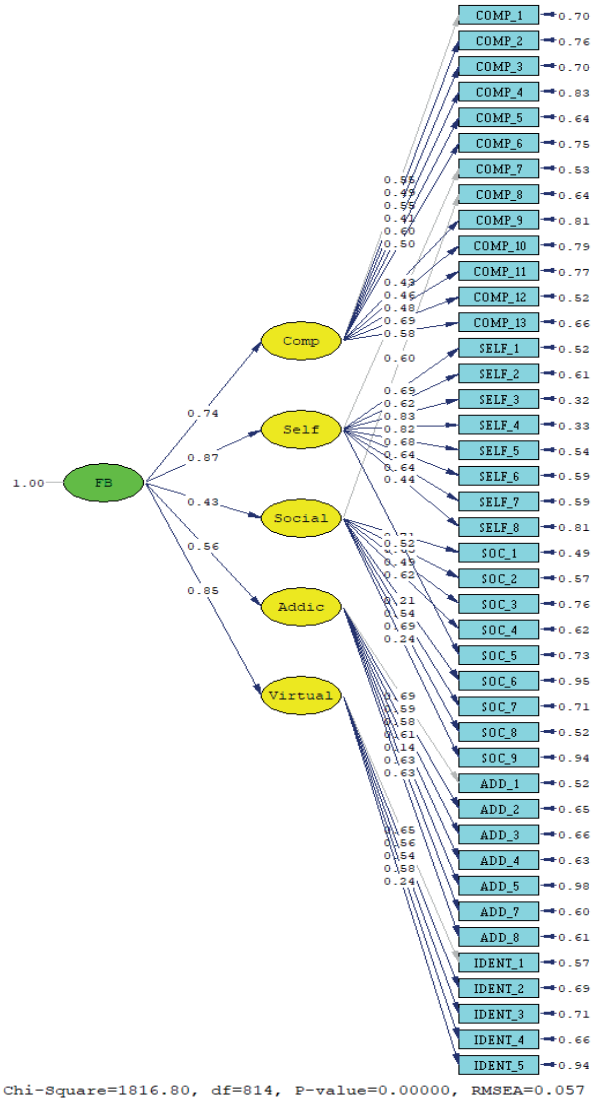
Şekil 1. DFA sonucunda faktörlere göre maddelerin dağılımı

DFA sonucunda maddelerin faktörlere dağılımı Şekil 1 de verilmiştir. DFA sürecinde orijinal ölçekte “Facebook’a çoğu kez sıkıldığım için girerim” ifadesini içeren 29. Maddenin t değeri faktör yapısına uygun olmadığından dolayı ölçekten çıkarılmıştır. Facebook’un telafi edici olarak kullanımı faktörü altında yer alan ve 23 numaralı “Facebook arkadaşlıklarım kendim hakkında daha iyi hissetmemi sağlar” ifadesi düzeltme önerisi olarak LISREL uygulaması tarafından önerilmiş ve bu madde “Facebook’ta kişisel tanıtım” faktörü altına taşınmıştır. Orijinal ölçekte “Facebook ile sosyalleşme ve karşı cinsten partnerler arama” faktörü altında yer alan ve 26 numaralı “Facebook’ta fotoğrafımı görenler bana güzel/yakışıklı olduğumu söyledi” ifadesi ise verilen düzeltmeler incelenerek “Facebook’ta kişisel tanıtım” faktörü altına taşınmıştır. Son olarak orijinal ölçekte “Facebook’un telafi edici olarak kullanımı” faktörü altında yer alan ve 37 numaralı “Bazen ilk olarak Facebook’ta tanıştığım insanlarla telefon, kısa mesaj, Skype vb. aralığı ile iletişim kurarım” ifadesi Facebook ile sosyalleşme ve karşı cinsten partnerler arama faktörü altına taşınmıştır. Analizler esnasında maddelerin hata varyanslarının ilişkilendirilmesine yönelik öneriler doğrultusunda “Facebook bağımlılığı” altında yer alan 38 ve 39 numaralı maddeler ilişkilendirilmiştir. DFA sonrasında gerçekleştirilen ikinci düzey DFA bulguları Tablo 4 de verilmiştir.

Tablo 4. İkinci düzey DFA sonucunda elde edilen uyum indeksi değerleri.

Uyum indeksi	Analiz sonucu elde edilen değer	Değerlendirme
χ^2	1816.80	-
p	,000	-
sd	814	-
χ^2/sd	2,232	Kabul edilebilir
RMSEA	0,057	Kabul edilebilir
SRMR	0,066	Kabul edilebilir
CFI	0,94	Kabul edilebilir

Tablo 4 de verilen ikinci düzey DFA bulguları, ilk doğrulayıcı faktör analizinde belirtildiği gibi kabul edilebilir değerler aralığında hesaplanmıştır. İkinci düzey DFA analizi sonrasında faktörlerde bulunan maddelere ilişkin yol diyagramı Şekil 2 de verilmiştir.



Şekil 2. İkinci düzey DFA bulguları

DFA ve ikinci düzey DFA sonucunda ortaya çıkan ölçeğin faktörlere göre dağılımı ve madde-faktör korelasyon değerleri Tablo 5'te verilmiştir.

Tablo 5. Faktörlere göre madde içerikleri ve madde-faktör korelasyon değerleri

Faktör Adı	Madde içeriği	Madde-faktör korelasyonu
Faktör 1 Facebook'un te- lafî edici olarak kullanımı	Soru6. Facebook'ta insanlar ile sohbet ederken ve farklı içerikler (mesajlar, fotoğraflar, bağlantılar, vb.) paylaşırken başka yollara göre daha fazla eğleniyorum.	0,477
	Soru7. Facebook kullanmaya başladığımdan beri kendimden daha fazla memnunum.	0,426
	Soru8. Facebook'ta sosyalleşirken, günlük yaşamda sosyalleşmeye göre daha fazla eğleniyorum.	0,476
	Soru9. Facebook'ta değilken içime kapanıyorum (diğer bir deyişle daha fazla morali bozuk ve umursamaz hissediyorum).	0,385
	Soru10. Yüz yüze ortama göre Facebook'ta insanlarla daha kolay iletişim kuruyorum.	0,517
	Soru11. Zaman zaman iki farklı yaşamım varmış gibi hissediyorum- biri 'gerçek' ve biri 'sanal'.	0,443
	Soru30. Facebook'ta kim istersem olabileceğimi hissediyorum.	0,415
	Soru31. Facebook'ta başkalarının istediği gibi bir kişi olmak hakkında daha az baskı altında olduğumu hissediyorum.	0,435
	Soru32. Facebook'ta gerçek yaşama göre daha fazla kabul gördüğümü ve takdir edildiğimi hissediyorum.	0,446
	Soru34. Facebook'ta gerçek yaşama göre daha özgürce iletişim kurabiliyorum.	0,609
Soru35. Bence Facebook'ta iletişim kurmak daha kolay çünkü nasıl görüldüğüm hakkında düşünmek zorunda değilim.	0,497	

Faktör Adı	Madde içeriği	Madde-faktör korelasyonu	
Faktör 2	Soru16. Facebook'ta kendim hakkında bilgi paylaştığımda başkalarının beni nasıl algıladığı hakkında düşünürüm.	0,645	
	Soru20. Profilime sadece hoş gözüktüğüm fotoğrafları gönderirim.	0,59	
	Soru21. Başkalarının benim profilimi gördüklerinde oluşturdukları izlenimlerini önemserim.	0,772	
	Soru22. Facebook profilimin ayrıntılarına çok önem veririm çünkü görenler üzerinde iyi bir izlenim bırakmak isterim.	0,753	
	Facebook'ta kişisel tanıtım	Soru23. Facebook arkadaşlıklarım kendim hakkında daha iyi hissetmemi sağlar.	0,60
	Soru24. Kendimi Facebook profilimde özellikle beni iyi tanımayan insanlara olumlu şekilde sunmaya çalışırım	0,629	
	Soru26. Facebook'ta fotoğrafımı görenler bana güzel/yakışıklı olduğumu söyledi.	0,495	
Faktör 3	Soru41. Zaman tünelimdeki paylaşımlarımda diğer insanlar üzerinde iyi bir izlenim bırakmaya çalışırım.	0,611	
	Soru42. Facebook'ta bir şey paylaşmadan önce diğer insanların paylaşımımı nasıl algılayabileceği hakkında düşünürüm.	0,621	
	Soru43. Facebook'ta diğerlerini ilgisini çekmek için farklı tiplerde içerik paylaşıyorum (durumlar, bağlantılar, fotoğraflar vb.)	0,417	
	Soru12. Facebook'ta tanıştığım bir kişi ile yüz-yüze iletişime geçtim.	0,595	
	Soru13. İlk başlarda Facebook'ta görüştüğüm bir kişi ile romantik bir ilişki kurdum.	0,543	
	Soru14. Facebook'ta insanlarla flört etmeyi severim.	0,409	
	Soru15. Facebook yeni ve ilginç insanlarla tanışmak için bir yöntemdir.	0,531	
Facebook ile sosyalleşme ve karşı cinsten partnerler arama	Soru27. Sadece o kişi ile buluşmak ve gerçekte ortak hiçbir noktamız olmadığını anlamak için, Facebook'tan birisi ile buluştuğum ve yakın olduğum durumlar oldu.	0,506	
	Soru28. Facebook'ta yeni arkadaşlar ile tanışmak beni ilgilendirmiyor.	0,185	
	Soru36. Facebook'ta, gerçek yaşamda iyi tanımadığım insanlarla yazışıyorum.	0,446	
	Soru37. Bazen ilk olarak Facebook'ta tanıştığım insanlarla telefon, kısa mesaj, Skype vb. aralığı ile iletişim kurarım.	0,624	
	Soru40. Okul arkadaşlarımla okul dışında yüz yüze görüşmek yerine daha çok Facebook üzerinden haberleşirim.	0,202	
Faktör 4	Soru1. Sıklıkla Facebook'ta başlangıçta niyetlendiğimden daha fazla süre kalıyorum.	0,549	
	Soru2. Sıklıkla Facebook'taki aktiviteler (mesaj yazma, göz atma, bağlantılar veya fotoğraflar gönderme, vb.) için diğer sorumluluklarımı erteliyorum.	0,471	
	Soru3. Çevremdeki bazı insanlar Facebook'ta çok fazla zaman harcadığımı söyledi.	0,517	
	Soru4. Birçok kez Facebook'ta harcadığım zamanı azaltmaya çalıştım fakat asla başarılı olamadım.	0,503	
	Soru5. Facebook'taki mesajları kontrol etme isteğine birkaç gün boyunca bile dayanabilirim.	0,128	
Facebook bağımlılığı	Soru38. Bazen Facebook'ta çok fazla vakit geçirdiğim için uykusuz kalırım.	0,487	
	Soru39. Sık sık Facebook'ta kesintisiz üç saatten fazla zaman geçiririm.	0,508	
	Soru17. Biri benim Facebook profilimi açtığında, ne tür bir insan olduğum hakkında kolayca izlenim edinebilir.	0,469	
	Soru18. Facebook profilimin çok kişisel bir yer olduğunu hissediyorum.	0,472	
	Soru19. Bana gelen gönderileri ve mesajları cevaplamayı asla kaçırmam.	0,385	
Faktör 5	Soru25. Facebook profilim beni tam olarak yansıtır.	0,447	
	Soru33. Facebook'u eski arkadaşlarımla iletişimi koparmamak için kullanıyorum.	0,195	

DFA sonucunda kabul edilen faktörlerden birincisi Facebook'un telafi edici olarak kullanımı olarak isimlendirilmiştir. Bu faktörden yüksek puan alan bireylerin Facebook üzerinde, yüzyüze iletişime göre daha kolay iletişim kurduğu ve Facebook ortamında daha yüksek özgüven hissettiği söylenebilir. Bu durumdaki bireyler günlük yaşamda yüzyüze iletişim yerine Facebook ortamını tercih etmektedir. İkinci faktör olarak belirlenen Facebook'ta kişisel tanıtım, bireyin Facebook üzerinde paylaşımları ve fotoğrafları ile takipçileri üzerinde bırakmak istediği imaja verdiği öneme vurgu yapmaktadır. Üçüncü faktörde olarak belirlenen Facebook ile sosyalleşme ve karşı cinsten partnerler arama ise, katılımcıların Facebook üzerinden arkadaşlıklar kurma, arkadaşlıklarını geliştirme ve karşı cinsten partner armaya yönelik isteklerini ölçmektedir. Dördüncü faktör Facebook bağımlılığı olarak isimlendirilmiştir. Bu faktör Facebook üzerinde geçirilen zamanın kontrol edilememesi ve sonucunda ihtiyaçların ve sorunlulukların yerine getirilememesini kapsamaktadır. Son faktör olarak belirlenen Facebook profilinin sanal kimlik olması ile bireyin kişilik özelliklerinin Facebook profili üzerinden tam doğru bir şekilde diğer kullanıcılara aktarılması isteği tanımlanmaya çalışılmıştır.

Tablo 5 de Facebook ile sosyalleşme ve karşı cinsten partnerler arama faktörü altında bulunan 28 ve 40 numaralı, Facebook bağımlılığı faktörü altında bulunan 5 numaralı ve Facebook profilinin sanal kimlik olması faktörü altında bulunan 33 numaralı maddelerin madde-faktör korelasyon değerlerinin 0,3 değerinin altında olduğu görülmektedir. Bu maddeler ölçekten çıkarıldığında alfa değerlerinde önemli bir artışın yaşanmadığı ve bu maddelerin göreceli olarak düşük de olsa ölçeğe katkıda buldukları dikkate alınmış ve özgün forma göre farklılıkların oluşmaması adına ölçekte yer almalarına karar verilmiştir.

Tablo 6. Ölçek ve faktörler bazında Cronbach alfa güvenilirlik katsayıları

Faktör adı	α
Faktör 1 - Facebook'un telafi edici olarak kullanımı	.803
Faktör 2 - Facebook'ta kişisel tanıtım	.883
Faktör 3 - Facebook ile sosyalleşme ve karşı cinsten partnerler arama	.730
Faktör 4 - Facebook bağımlılığı	.698
Faktör 5 - Facebook profilinin sanal kimlik olması	.637
Ölçek	.905

Ölçeğin tamamından ve faktörler bazında hesaplanan Cronbach alfa güvenilirlik katsayıları Tablo 6'da verilmiştir. Ölçekten toplanan verilerin Cronbach alfa güvenilirlik katsayısı .905 olarak hesaplanmıştır. Faktörler bazında Cronbach alfa güvenilirlik katsayıları incelendiğinde, Facebook'un telafi edici olarak kullanımı faktörü .803, Facebook'ta kişisel tanıtım faktörü .883, Facebook ile sosyalleşme ve karşı cinsten partnerler arama faktörü .730, Facebook bağımlılığı faktörü .698 ve Facebook profilinin sanal kimlik olması faktörü .637 olarak hesaplanmıştır. Eğitimde ve psikolojide kullanılan testler için güvenilirliğin en az .70 düzeyinde olması önerilmektedir (Nunnally, 1978). Ölçeğin Facebook profilinin sanal kimlik olması faktörü için hesaplanan iç tutarlık katsayısının .637 olduğu görülmüştür. Cronbach alfa katsayısının madde sayısına bağlı olarak hesaplandığı dikkate alındığında (Baykul, 2000), beş maddeden oluşan Facebook profilinin sanal kimlik olması faktörü için bu güvenilirlik değerlerinin kabul edilebilir düzeyde olduğu söylenebilir. Kaynak ölçekte de en düşük iç tutarlık katsayısı değeri, .72 ile bu faktörde bulunmaktadır.

DFA sonucunda oluşturulan faktör yapısına göre faktörlerin kendi arasında ve ölçekten alınan toplam puan arasında korelasyon değerleri Tablo 7'de verilmiştir.

Tablo 7. Ölçekten alınan toplam puan ve faktörler arasındaki korelasyon değerleri

	Faktör 1	Faktör 2	Faktör 3	Faktör 4	Faktör 5	Ölçek
Faktör 1		.536**	.377**	.449**	.422**	.800**
Faktör 2			.331**	.356**	.632**	.860**
Faktör 3				.270**	.179**	.579**
Faktör 4					.217**	.599**
Faktör 5						.678**

**p<.01

Tablo 7'de görüldüğü gibi belirlenen faktörler arasında ve ölçekle belirlenen faktörler arasında pozitif yönlü anlamlı ilişki olduğu görülmektedir. Korelasyon katsayısının mutlak değer olarak 0,70-1,00 arasında olması yüksek; 0,70-0,30 arasında olması, orta; 0,30-0,00 arasında olması ise, düşük düzeyde bir ilişki olarak tanımlanabilir (Büyüköztürk, 2008). Toplam ölçek puanı ile faktörler arasında yüksek ve orta düzeyde, faktörler arasında ise orta ve düşük düzeyde korelasyon olduğu görülmektedir. Elde edilen sonuçlar yapı geçerliliğine ilişkin kanıt olarak gösterilebilir.

Tablo 8. FKPSY ölçeğinin faktörlerinin betimsel istatistikleri

Faktörler	N	En düşük değer	En yüksek değer	\bar{X}	SS	Standart çarpıklık	Standart basıklık
Telafi edici kullanım	381	1,00	3,54	1,82	0,61329	0,554	-0,387
Kişisel tanıtım	381	1,00	4,88	2,62	0,97948	-0,079	-0,909
Sosyalleşme ve karşı cinsten partnerler arama	381	1,00	3,78	1,78	0,59598	0,933	0,405
Facebook bağımlılığı	381	1,00	4,14	1,83	0,64884	1,035	0,923
Sanal kimlik	381	1,00	5,00	2,86	0,87263	-0,64	-0,347

FKPSY ölçeğinin belirlenen beş faktörünün betimsel istatistikleri Tablo 8'de verilmiştir. Katılımcıların ölçeğin beş faktörüne verdikleri cevapların ortalamaları incelendiğinde, en yüksek ortalama 2,86 ile Facebook profilinin sanal kimlik olması faktöründe görülmektedir. Daha sonra 2,62 ortalama ile Facebook'ta kişisel tanıtım, 1,83 ortalama ile Facebook bağımlılığı, 1,82 ortalama ile Facebook'un telefoni edici olarak kullanımı gelmektedir. En az ortalamanın ise 1,78 ile Facebook ile sosyalleşme ve karşı cinsten partnerler arama faktöründen alındığı görülmektedir.

4. Sonuç ve Öneriler

Türkçe'ye uyarlanan ölçek ile Türkiye'de üniversite öğrencilerinin Facebook kullanımının psiko-sosyal yönleri belirlenmeye çalışılmıştır. Elde edilen bulgulara göre ölçeği yanıtlayan 551 öğrenciden 460'ünün (% 83,5) aktif Facebook hesabı bulunmaktadır. Yakın tarihlerde Bingöl Üniversitesi öğrencileri arasında yapılan bir başka çalışmada yakın değerler elde edilmiş ve üniversite öğrencilerinin Facebook kullanım oranı %81,1 bulunmuştur (Koç ve Tatlı, 2017). Daha önceki yıllarda yapılmış olan bir çalışmada Türkiye'de üniversite öğrencileri arasında Facebook kullanımında % 94,5 gibi daha yüksek bir oran tespit edilmiştir (Öztürk ve Akgün, 2012). Bir başka çalışmada da üniversite öğrencilerinin %85,9'unun bir sosyal ağ hesabının olduğu ve birden fazla sosyal ağ profili olan öğrencilerin %82,4'nün en fazla Facebook sosyal ağında zaman geçirdiği belirlenmiştir (Vural ve Bat, 2010). Araştırma sonuçları incelendiğinde, her ne kadar kullanım oranında geçen zaman içerisinde bir düşüş görülse de, halen Facebook kullanımının üniversite öğrencileri arasında oldukça yaygın olduğu görülmektedir. Bu nedenle Facebook'un eğitsel amaçlarla ve iletişim amaçlı kullanımı önemli fırsatlar sunmaktadır. Ancak öncelikle Türkiye'de öğrenciler arasında oldukça yaygın olan Facebook kullanımının arka planında gerçekleşen süreçlerin daha iyi anlaşılması önemlidir. Türkçe'ye uyarlama çalışması yapılan FKPSY ölçeği ile bu amaçla kullanılabilir bir veri toplama aracı alanyazına kazandırılmıştır.

Uyarlama çalışmasında kullanılan kaynak ölçek olan PSAFU ölçeğinin iki versiyonu bulunmaktadır. Uzun versiyonunda 43 madde bulunurken kısa versiyonu 23 maddeden oluşmakta ve ölçeğin beş alt boyutu bulunmaktadır. Uyarlama çalışmasında 43 madde bulunan ölçek temel alınmıştır. Ölçeğin uyarlama çalışmasında yapı geçerliliğini test etmek amacıyla DFA uygulanmıştır. Örneklemde farklı bölümlerden mümkün olduğunca çok sayıda öğrenciye ulaşılmaya çalışılmış, böylece ölçeğin Türk kültürüne uyumlu olmasının yanında farklı öğrenci gruplarına güvenilir bir biçimde uygulanabilir olması hedeflenmiştir. Analiz sonucunda 43 olan madde sayısı 42'ye düşmüş ve bu 42 madde beş faktör altında toplanmıştır. İki madde dışında diğer maddeler büyük ölçüde kaynak ölçekte yer aldıkları faktörü, yeni ölçekte de korumuştur. Faktör yapısının ve faktörlerin alt maddelerinin değişmesi ölçek uyarlama çalışmalarında karşılaşılan olağan bir durumdur.

Ölçeğin iki alt faktörü olan Facebook'un telefoni edici olarak kullanımı ve Facebook bağımlılığı, Facebook uygunsuz olarak kullanımına ilişkin olan davranışları ölçmektedir. Aynı zamanda aşırı internet kullanımı kullanımına da işaret ettikleri söylenebilir. Bu iki alt faktörden katılımcıların aldığı ortalama değer birbirine yakın ve oldukça düşük olduğu görülmektedir. Facebook'ta az zaman geçiren kişilerde bölünmüş kişilik gösterme, kişilerarası ilişkilerin dijitalleşmesi ve mesleki rolün değersizleştirilmesi gibi faktörlerin etkisi daha azdır (Bekiroğlu ve Hülür, 2016). Ayrıca eleştirilme ve yargılanma kaygısından dolayı gerçek sosyal ortamlarda rahat davranamayan utangaç bireyler, Facebook sanal ortamında kendilerini daha güvende ve rahat hissedecekleri için bu sitede daha fazla vakit geçirmeyi tercih etmektedirler (Yelpaze ve Ceyhan, 2015). Katılımcıların Facebook'un uygunsuz olarak kullanımı ile ilgili aldıkları düşük puanlar, bu gibi Facebook'un psiko-sosyal olumsuz etkilerine daha az maruz kaldıklarına ve sosyal iletişimde sorun yaşamadıklarına kanıt olarak gösterilebilir. Facebook kullanıcılarından dışadönük kişilik yapısında olanlar Facebook'u sosyal bir iletişim aracı olarak kullanırken, içedönük kişilik yapısında olan sosyal aktivitelerin yerine tercih etmektedirler (Nadkarni ve Hofmann, 2012). Katılımcıların Facebook'un telefoni edici olarak kullanımı faktöründen aldıkları düşük puanlar, katılımcıların Facebook'u daha çok sosyal iletişim aracı olarak kullanmayı tercih ettiklerini ortaya koymaktadır. Türkiye'de üniversite öğrencileri arasında daha önce yapılmış olan araştırmalarda Facebook'un kullanım amaçları arasında iletişim aracı olarak kullanım öne çıkmaktadır (Koç ve Tatlı, 2017; Aydın, 2016; Elitaş ve Koçyiğit, 2015).

Ölçeğin faktörlerinden elde edilen ortalamalar incelendiğinde en yüksek ortalamanın Facebook'ta kişisel tanıtım ve sanal kimlik faktörlerinden elde edildiği görülmektedir. Sosyal ağlar, yeni sosyalleşme mekânları olmanın yanı sıra, bireylere yüz yüze ilişkilerinde gerçekleştiremedikleri tarzda kendilerini ifade etme olanağı tanınması bakımından yeni kimlik mekânları olarak da tarif edilebilmektedir (Sütüoğlu, 2015). Bu faktörlerden elde edilen diğer faktörlere göre yüksek puanların, üniversite öğrencilerinin Facebook üzerinden sanal kimlik oluşturma sürecine ve bu kimlik üzerinden kendilerini tanıtmaya konusuna verdikleri önemi işaret etmektedir. Ayrıca kişilerin sanal kimlerine aşırı önem veremeleri narsisizmin boyutları arasında yer alan teşhircilik boyutunun da bir göstergesi olarak karşımıza çıkmaktadır (Oğuz 2016). Yapılan çalışmalarda narsizm ve Facebook profili ve fotoğraflar gibi kişisel tanıtım izin veren özelliklerin yoğun kullanımı arasında pozitif yönlü ilişki görülmüştür (Buffardi ve Campbell, 2010; Mehdizadeh, 2010). Katılımcıların Facebook üzerinden kişisel tanıtımlarına ve sanal kimliklerine verdikleri önem, katılımcılarda narsist kişilik özelliklerini bulunduğunu göstermektedir.

Facebook, kullanıcıların kendilerini profilleri üzerinden gerçek görünümünü birebir yansıtmayacak bir biçimde, mükemmelleştirerek sunmalarına da imkan tanımaktadır. Çeşitli araştırmalarda kullanıcıların profillerini idealleştirerek sunmayı tercih ettikleri görülmektedir (Back et al., 2010; Peluchette ve Karl, 2010). Ayrıca profilin idealleştirilerek sunulması, kullanıcının profil fotoğrafının seçimi, kullanıcının oluşturmak istediği imaja uygun arkadaş sayı-

sı arttırılmak istenmesi gibi spesifik davranışları da ortaya çıkarmaktadır (Nadkarni ve Hofmann, 2012). Kullanıcıların profillerinde kendilerini idealleştirerek sunmak istemeleri, kişisel tanıtım ve sanal kimlik konularına verilen önemin bir başka nedeni olarak açıklanabilir.

Ölçeğin alt faktörleri arasında en düşük puan sosyalleşme ve karşı cinsten partner aramada elde edilmiştir. Bireysel toplumlarda, bireyler Facebook üzerinden diğer insanlarla kişisel bilgilerini paylaşmakta ve görüş alışverişinde bulunmakta, kolektivist toplumlara göre daha yatkın olmaktadır (Nadkarni ve Hofmann, 2012). Bu durumda katılımcıların buldukları toplum özellikleri bireyin Facebook kullanım biçimlerini doğrudan etkilediği söylenebilir. Katılımcıların sosyalleşme ve karşı cinsten partner arama konusundaki isteğinin düşük olmasında katılımcıların kültürel özelliklerin önemli bir etmen olduğu düşünülmektedir. Ayrıca kişilerarası ilişkiler açısından bakıldığında, Facebook'ta az sayıda arkadaşı olan kişilerin normal hayattaki ilişkilerini, sanal ortamlardaki ilişkilerinden daha fazla önemsediklerini söylemek mümkündür (Bekiroğlu ve Hülür, 2016). Katılımcıların bu faktörden aldıkları düşük puan, yüzyüze iletişime daha fazla önem verdiklerini de işaret etmektedir. Türkiye'de Facebook arkadaşlıklarının incelendiğin bir araştırmada katılımcıların % 6.6'sının tanımadığı kişileri, % 42.5'i yeni tanıştığı kişileri arkadaş olarak eklediği görülmüştür (Şener, 2009). Bu durum Türkiye'de Facebook ortamının daha çok daha önce yüzyüze tanışılan insanlarla arkadaşlığı sürdürme veya yeni tanışılan insanları daha iyi tanıma amaçlı olarak kullanıldığını göstermektedir. Facebook'un diğer sosyal ağlardan ayrılan en önemli özelliği, iletişimin tanıdıklar arasında olması ve güven ortamının sağlanmasıdır (Şener, 2009). Tanınmayan kişilerin Facebook'ta arkadaş olarak eklenmesinde yaşanan çekingenliği en büyük nedeni mahremiyet kaygısı olarak görülmektedir. Hatta bu kaygı bireyleri Facebook hesabı açmaktan vazgeçirebilmektedir. Facebook kullanmayan öğrencilerin mahremiyet kaygısının, Facebook kullananlara göre daha fazla olduğu (Acılar ve Mersin, 2015) ve hatta Facebook kullanımı ile mahremiyet kaygısının arttığı ve bu durumun Facebook hesabının kapatılmasına neden olabildiği belirlenmiştir (Oz, 2014). Bireylerin yaşadığı mahremiyet kaygısı nedeniyle tanımadığı kişilerle Facebook üzerinden iletişim kurmak istememesi, sosyalleşme ve karşı cinsten partner arama faktöründen alınan düşük puanın temel nedeni olarak görülmektedir. Ancak bu mahremiyet kaygısı durumu, Facebook'un eğitsel amaçlarla kullanımı konusunda engel teşkil etmemektedir. Türkiye'de yapılan çalışmalarda Üniversite öğrencileri Facebook'un eğitsel amaçlar kullanımına olumlu yaklaştığı görülmüştür (İşman ve Albayrak, 2014). Öğretmen ve öğrenciler Facebook'un sınıf içi iletişime katkı sağlayabileceğini belirtmiştir (Tiryakioğlu ve Erzurum, 2011).

Facebook ve diğer sosyal medya hesaplarının kullanım oranı ve yöntemi toplumların kültürel özelliklerinden yoğun bir şekilde etkilenmektedir. Kişilerin sosyal yaşamlarını diğer bireylerle paylaşmaya açık olduğu toplumlarda, sosyal medya hesapları ve Facebook daha yaygın bir biçimde kullanılmaktadır. Hatta bu kültürel özelliklerinin Facebook kullanımında yarattığı farklılıklar aynı ülke içerisinde farklı bölgelerde bile görülebilmektedir. Bu araştırmada örneklem olarak belirlenen üniversite öğrencileri çoğunlukla Türkiye'nin orta Anadolu şehirlerinden gelmektedir. Bu nedenle ölçeğin Türkiye'nin farklı bölgelerinde ve büyük şehirlerinde uygulanmasının önemli bilgiler sağlayabileceği düşünülmektedir. Ayrıca ölçek farklı yaş gruplarından ve cinsiyetten bireyler üzerinde de uygulanarak sonuçlar karşılaştırılabilir.

5. Kaynakça

- Acılar, A., ve Mersin, S. (2015). Üniversite öğrencilerinin Facebook kullanımı ile mahremiyet kaygısı arasındaki ilişki. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 14(54), 103-114. doi:10.17755/esosder.71918
- Akbaş, U., ve Tavşancıl, E. (2015). Farklı örneklem büyüklüklerinde ve kayıp veri örüntülerinde ölçeklerin psikometrik özelliklerinin kayıp veri baş etme teknikleri ile incelenmesi. *Eğitimde ve Psikolojide Ölçme ve Değerlendirme*, 6(1), 38-57. doi:10.21031/epod.26476
- Akbaş, G., ve Korkmaz, L. (2007). Ölçek uyarlaması (adaptasyon). *Türk Psikoloji Bülteni*, 13(40), 15-16.
- Akbulut, Y. (2010). *Sosyal bilimlerde SPSS uygulamaları*. İstanbul: İdeal Kültür Yayıncılık.
- Akikol, R. (2018). Kadın dijital göçmenlerin Facebook kullanımı ve mahremiyet ilişkisi. *Connectist: Istanbul University Journal of Communication Sciences*, 54, 1-36. doi:10.26650/CONNECTIST431891
- Aydın, İ. E. (2016). Üniversite öğrencilerinin sosyal medya kullanımları üzerine bir araştırma: Anadolu Üniversitesi örneği. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 35, 373-386.
- Back, M. D., Stopfer, J. M., Vazire, S., Gaddis, S., Schmukle, S. C., Egloff, B. vd. (2010). Facebook profiles reflect actual personality, not self-idealization. *Psychological Science*, 21, 372-374. doi:10.1177/0956797609360756
- Balci, Ş., ve Gölcü, A. (2013). Facebook Addiction among University Students in Turkey: "Selçuk University Example". *Selçuk Üniversitesi Türkiyat Araştırmaları Dergisi*, 1(34), 255-278.
- Baykul, Y. (2000). Eğitimde ve psikolojide ölçme: Klasik Test Teorisi ve uygulama. Ankara: ÖSYM Yayınları.
- Bekiroğlu, H. A., ve Hülür, A. B. (2016). Üniversite öğrencilerinin Facebook kullanımı ve dijital şizofreni üzerine bir araştırma. *Sosyal Bilimler Araştırmaları Dergisi*, 14, 146-175. Erişim adresi: <http://asosindex.com/cache/articles/universite-ogrencilerinin-facebook-kullanimi-ve-dijital-sizofreni-uzerine-bir-arastirma-f244363.pdf>

- Bodroža, B., ve Jovanović, T. (2016). Validation of the new scale for measuring behaviors of Facebook users: Psycho-Social Aspects of Facebook Use (PSAFU). *Computers in Human Behavior*, 54, 425-435. doi:10.1016/j.chb.2015.07.032
- Brown, T. A. (2006). *Confirmatory factor analysis for applied research*. New York: Guilford Press.
- Buffardi, L. E., ve Campbell, W. K. (2010). Narcissism and social networking Web sites. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 34(10), 1303-1314. doi:10.1177/0146167208320061
- Büyükoztürk, Ş. (2002). Faktör analizi: Temel kavramlar ve ölçek geliştirmede kullanımı. *Kuram ve Uygulamada Eğitim Yönetimi*, 32(32), 470-483.
- Büyükoztürk, Ş. (2008). *Sosyal bilimler için veri analizi el kitabı*. Ankara: Pegem Akademi.
- Byrne, B. M. (1994). *Structural equation modeling with EQS and EQS/Windows*. London: Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
- Çokluk, Ö., Şekercioğlu, G., ve Büyükoztürk, Ş. (2012). *Sosyal bilimler için çok değişkenli istatistik: SPSS ve LISREL uygulamaları (2. baskı)*. Ankara: Pegem Akademi.
- De Maesschalck, R., Jouan-Rimbaud, D., ve Massart, D. L. (2000). The mahalanobis distance. *Chemometrics and Intelligent Laboratory Systems*, 50(1), 1-18. doi:10.1016/S0169-7439(99)00047-7
- Digital in 2018 Global Overview. (2018, Haziran 30). Erişim adresi: <https://wearesocial.com/blog/2018/01/global-digital-report-2018>
- Ekici, M., ve Kıyıcı, M. (2012). Sosyal ağların eğitim bağlamında kullanımı. *Uşak Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 5(2), 156-167.
- Elitaş, C., ve Koçyiğit, S. Ç. (2015). İşletme bölümü öğrencilerinin Facebook kullanım amaçlarını ve eğitsel bağlamda kullanımı ile ilgili görüşlerini belirlemeye yönelik bir araştırma: Gazi Üniversitesi örneği. *World of Accounting Science*, 17(1), 159-191.
- Erişti, S. D. B., ve Coşkunserçe, O. (2017). Uluslararası öğrencilerin kültürel uyum sürecine yönelik tasarım tabanlı araştırma yaklaşımına dayalı çevrimiçi oryantasyon uygulamasının geliştirilmesi. *Eğitim Teknolojisi Kuram ve Uygulama*, 7(1), 83-104. doi:10.17943/etku.288489
- Gorsuch, R. L. (1983). *Factor analysis (2nd Ed.)*. Hillsdale, NJ: Erlbaum.
- Hong, F. Y., Huang, D. H., Lin, H. Y., ve Chiu, S. L. (2014). Analysis of the psychological traits, Facebook usage and Facebook addiction model of Taiwanese university students. *Telematics and Informatics*, 31(4), 597-606. doi:10.1016/j.tele.2014.01.001
- Hu, L. T., ve Bentler, P. M. (1999). Cutoff criteria for fit indexes in covariance structure analysis: Conventional criteria versus new alternatives. *Structural Equation Modeling: A Multidisciplinary Journal*, 6(1), 1-55. doi:10.1080/10705519909540118
- İşçitürk, G. B. (2017). Öğretmen adaylarının Facebook gruplarının eğitsel amaçlı kullanımına ilişkin görüşleri. *Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 46, 253-261.
- İşman, A., ve Albayrak, E. (2014). Sosyal ağlardan Facebook'un eğitime yönelik etkililiği. *Trakya Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 4(1), 129-138.
- Kalafat, Ö., ve Göktaş, Y. (2011). Sosyal ağların yükseköğretimde kullanımı: Gümüşhane Üniversitesi, Facebook örneği. *International Computer and Instructional Technologies Symposium*, 5.
- Kayri, M., ve Çakır, Ö. (2010). An applied study on educational use of Facebook as a Web 2.0 tool: The sample lesson of computer networks and communication, *International Journal of Computer Science and Information Technology*, 2(4) 48-58. doi: 10.5121/ijcsit.2010.2405
- Keleş, E., ve Demirel, P. (2011). Bir sosyal ağ olarak Facebook'un formal eğitimde kullanımı. 5th *International Computer and Instructional Technologies Symposium*, 22-24.
- Kline, R. B. (2005). *Principles and practices of structural equation modeling (2nd ed.)*. New York: Guilford Press.
- Koç, B., ve Tatlı, H. (2017). Üniversite öğrencilerinin sosyal ağ sitelerine yönelik tutum ve davranışları. *Journal of Social Sciences Institute/Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 7(13).
- Koc, M., ve Gulyagci, S. (2013). Facebook addiction among Turkish college students: The role of psychological health, demographic, and usage characteristics. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 16(4), 279-284. doi:10.1089/cyber.2012.0249
- Mehdizadeh, S. (2010). Self-presentation 2.0: Narcissism and self-esteem on Facebook. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 13(4), 357-364. doi:10.1089/cyber.2009.0257
- Moss, S. (2016, Haziran 27). *Fit indices for structural equation modeling*. Erişim adresi: <http://www.sicotests.com/psyarticle.asp?id=277>
- Nadkarni, A., ve Hofmann, S.G. (2012). Why do people use Facebook? *Personality and Individual Differences*, 52 (3), 243-249.
- Nunnally, J. C. (1978). *Psychometric theory (2. Ed.)*. New York: McGraw-Hill.
- Peluchette, J., ve Karl, K. (2010). Examining students' intended image on Facebook: 'What were they thinking?!'. *Journal of Education for Business*, 85(1), 30-37.
- Ryan, T., Chester, A., Reece, J., ve Xenos, S. (2014). The uses and abuses of Facebook: A review of Facebook addiction. *Journal of behavioral addictions*, 3(3), 133-48. doi:10.1556%2FJBA.3.2014.016
- Oğuz, T. (2016). Çağdaş narkisizos'lar: Facebook kullanım alışkanlıkları ve narsisizm. *Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Akademik Dergisi*, 9(2), 51-68.

- Oz, M. (2014). Sosyal medya kullanımı ve mahremiyet algısı: Facebook kullanıcılarının mahremiyet endişeleri ve farkındalıkları. *Journal of Yasar University*, 35(9).
- Öztürk, M., ve Akgün, Ö. E. (2012). Üniversite öğrencilerinin sosyal paylaşım sitelerini kullanma amaçları, bu sitelerin olumlu-olumsuz etkileri ve eğitimlerinde kullanılması ile ilgili görüşleri. *Sakarya University Journal of Education*, 2(3), 49-67.
- Schermelleh-Engel, K., Moosbrugger, H., ve Müller, H. (2003). Evaluating the fit of structural equation models: Tests of significance and descriptive goodness-of-fit measures. *Methods of psychological research online*, 8(2), 23-74.
- Şener, G. (2009). Türkiye’de Facebook kullanımı araştırması. *XIV. Türkiye’de İnternet Konferansı*, 12-13.
- Sütlüoğlu, T. (2015). Sosyal paylaşım ağlarında gençlerin sosyalleşme ve kimlik inşası süreçleri: Facebook örneği. *Folklor/Edebiyat*, 21(83), 125-147.
- Tavşancıl, E. (2010). *Tutumların ölçülmesi ve SPSS ile veri analizi*. Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.
- Tiryakioglu, F. ve Erzurum, F. (2011). Use of social networks as an education tool. *Contemporary Educational Technology*, 2(2), 135-150.
- Yelpaze, İ., ve Ceyhan, E. (2015). Facebook kullanıcılarının kişilik özellikleri ile Facebook kullanım örüntülerinin ilişkisi: bir gözden geçirme çalışması. *Anadolu Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü Dergisi*, 5(2), 24-53.