

Araştırma Makalesi - Gönderim Tarihi: 16 Eylül 2019 - Kabul Tarihi: 26 Kasım 2019

## Sosyal Medya Davranışları Ölçeklerinin Türkçe Formunun Geliştirilmesi: Geçerlik ve Güvenirlilik Çalışması<sup>1</sup>

Emel DİKBAŞ TORUN<sup>2</sup>

### Öz

Bu çalışmada, Lu ve arkadaşları tarafından (2018) İngilizce olarak geliştirilen, gençlerin okul içi ve okul dışındaki sosyal medya kullanımını ölçen iki farklı ölçeğin Türkçe formunun geliştirilmesiyle, Türkiye’de üniversite öğrencilerinin sosyal medya kullanımı davranışlarının çeşitli değişkenler açısından incelenmesi amaçlanmıştır. Üniversite Öğrencilerinin Okul Dışı Sosyal Medya Davranışları Ölçeği (ODSMD) 21 madde; Üniversite öğrencilerinin Okul İçi Sosyal Medya Davranışları Ölçeği (OİSMD) ise 10 maddedir. ODSMD Ölçeği; *tüketme, iletişim, oluşturma ve paylaşma* olmak üzere dört faktörlü; OİSMD Ölçeği; *tüketme, oluşturma ve paylaşma* olmak üzere üç faktörlü yapıdadır. Çalışma verilerinin ilk bölümü, Ege Bölgesi’ndeki bir devlet üniversitesine devam eden toplam 806 üniversite öğrencisinin katılımıyla toplanmıştır. İkinci aşama veriler için 365 öğrenciden veri toplanarak ölçeklerin doğrulayıcı faktör analizleri yapılmıştır. Çalışmaya toplam 1171 öğrenci katılmıştır. Dil eşdeğerliği sağlandıktan sonra ölçeklerin geçerlik ve güvenilirlik çalışmaları yapılmıştır. Kaiser-Meyer-Olkin, Bartlett’s, Açıklayıcı Faktör Analizi (AFA), Doğrulayıcı Faktör Analizi (DFA) ve Cronbach’s Alpha testleri ile ölçeklerin geçerlik ve güvenilirlik hesaplamaları yapılmıştır. Sonuçlarda, tüm maddelerin faktör yüklerinin iyi olduğu ve her iki ölçek için de açıklanan toplam varyansın yeterli düzeyde olduğu (OİSMD: %67,64. ODSMD: %56,71) görülmüştür. İki ölçeğin de iç tutarlılık değerlerinin tüm faktörler için kabul edilebilir düzeyde olduğu görülmüştür. SPSS 22 yazılımıyla yapılan açıklayıcı faktör analizleri ile elde edilen sonuçlar, AMOS 23 yazılımıyla yapılan doğrulayıcı faktör analizleri ile doğrulanarak Türkiye’de üniversite öğrencilerinin sosyal medya kullanım davranışlarının okul içinde ve dışındayken nasıl farklılaştığını ölçen geçerli ve güvenilir bir ölçme aracı elde edilmiştir.

**Anahtar kelimeler:** Sosyal Medya, Instagram, Twitter, Whatsapp, Facebook, Geçerlik ve Güvenirlilik, Ölçek Uyarlama

Atrf: Dikbaş Torun, E. (2019). "Sosyal Medya Davranışları Ölçeklerinin Türkçe Formunun Geliştirilmesi: Geçerlik ve Güvenirlilik Çalışması". Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi, [AKİL] Aralık (32), s. 217-234

<sup>1</sup> Bu çalışmada Türkçe’ye uyarlaması yapılan ölçme araçları, yazardan izin alınmak suretiyle ve kaynak gösterilerek başka çalışmalarda veri toplamak amacıyla kullanılabilir.

## Adapting Social Media Behavior Scales To Turkish: Validity and Reliability Analysis

### Abstract

In this study, it is aimed to adapt the two scales, the outside school social media behavior (OSSMB) and inside school social media behavior scale (ISSMB) into Turkish, which were developed by Lu et.al (2018). OSSMB includes 21 items, and ISSMB includes 10 items. OSSMB Scale has four sub-dimensions: Consuming, Communicating, Creating, and Sharing. The OSSMB scale has three sub-dimensions: Consuming, Creating, and Sharing. The first part of the study data was collected with the participation of 806 university students attending a public university in the Aegean Region. Further data were collected from 365 students for confirmatory factor analysis of the scales. Data were collected from 1171 students in total. The Turkish version of the scale was started with a language validity study. The translation and back-translation stages of the Turkish version of the scale were performed by three language experts and three field experts. After language validity, Kaiser-Meyer\_Olkin, Bartlett's, Exploratory Factor Analysis (AFA), Confirmatory Factor Analysis (CFA) and Cronbach's Alpha reliability and validity analyzes were performed. In the results, the factor loads of all items were good (above .61), and the total variances explained for both scales were high (ISSMB: 67.64% OSSMB: 56.71). The internal consistency values of both scales are acceptable for all factors. The factor structures obtained from the exploratory factor analysis have been confirmed by the confirmatory factor analysis with valid and reliable measurement scales measuring the difference between the social media use of young people in Turkey within and outside the school.

**Keywords:** Social Media, Instagram, Whatsapp, Facebook, Validity and Reliability, Scale Adaptation

### Giriş

Sosyal medya, insanların internet araçları ve Web 2.0 teknolojilerini kullanarak birbirleriyle etkileşime girdiği, sosyalleştiği, iletişim kurdukları ve dahası kendilerini istedikleri gibi ifade edebildikleri ortamlar olarak tanımlanabilir. Web 2.0 teknolojisinin bir uzantısı olarak değerlendirilen sosyal medyada, içerik üretimi kullanıcı tabanlıdır ve kullanıcıların rolü hem içerik üretimi hem de tüketimi üzerine kurgulanmıştır. Bu nedenle, sosyal medyada kullanıcı rolleri "tüketen-üretici" (prosumer) olarak adlandırılmaktadır (Quan Haase ve Young, 2010). Sosyal medyada etkileşim süreci, kullanıcıların kendi içeriklerini oluşturması, bu içerikleri paylaşması, başkalarının içeriklerini takip etmesi, yeniden düzenlemesi ve tüm bu bunları yaparken sürekli iletişim halinde olması gibi boyutları içeren çok yönlü, sürekli ve dinamik bir süreçtir. Sayısı büyük bir hızla artan sosyal medya kullanıcılarının yanı sıra sosyal medya platform ve uygulamalarının çeşitliliği de artmaktadır. Günümüzde sosyal medya denilince ilk aklı gelen ve en yaygın kullanılan platformlar Facebook ve Twitter olarak karşımıza çıkmaktadır (Baym, 2015). 2019 yılı verilerine göre; 2005 yılında kurulan Youtube, 1,9 milyar kullanıcı sayısı ile günümüzde

dünyada en fazla kullanıcısı olan<sup>3</sup> sosyal ağıdır.

Whatsapp ve Messenger gibi anlık mesajlaşma yazılımları da gündelik yaşamda sosyal ağlar gibi sık kullanılmaktadır. Bu örnekler göstermektedir ki, sosyal medya gündelik yaşantımızı ve geleneksel iletişim davranışlarımızı dönüştürerek hepimizi büyük bir sarmalın içine alarak her yönüyle kuşatmıştır. Son birkaç yılda, özellikle 20 yaş altı genç ve ergenlerin sosyal medya kullanım oranlarıyla sosyal medya platformlarında geçirdikleri süre katlanarak artmıştır (Rideout, 2015). 2019 yılı itibarıyla, Türkiye’de sosyal medya kullanıcı sayısı toplam nüfusun yarısından fazlasını aşarak, 44 milyonu geçmiştir. Türkiye’de<sup>4</sup> sosyal medya kullananların yüzde 28’ini yani toplam internet kullanıcı sayısının çeyreğinden fazlasını 25 yaş altı gençler oluşturmaktadır. Bu sayı ve oran giderek yükselmektedir. Gençlerin dikkat çekici yoğunluktaki sosyal medya kullanımı, sosyal medyayı gündelik yaşamda nerede ve nasıl kullanmayı tercih ettiklerinin anlaşılmasını önemli hale getirmiştir.

Sosyal medya konusunda yapılan araştırmalar, genel olarak sosyal medyayı kullanma süresi ve sıklığı, sosyal medyada kullanılan uygulamaların çeşitliliği ile kullanım amaçlarına yoğunlaşmıştır (Bolton ve ark., 2013; Lenhart ark., 2010; Liu ark., 2016; Mao, 2014; Perrin, 2015; Rideout, 2015). Luckin ve arkadaşlarına göre (2009) araştırmacı, işbirlikçi, üretici ve yayımcı olmak üzere farklı sosyal medya kullanıcı rolleri vardır. Rideout (2015), Lu ve arkadaşları (2016) araştırmalarında öğrencilerin sosyal medya davranışlarını (1) etkin ve edilgen tüketme, (2) iletişim kurma ve (3) içerik oluşturma olarak sınıflandırmıştır. Lips ve arkadaşları (2017) çocukların sosyal medya davranışlarını inceleyerek tüketme, oluşturma, paylaşma, iletişim ve oyun oynamak şeklinde sınıflamıştır. Oyunlar, internet araştırmalarında önemli yer tutsa da bu çalışma sosyal medya davranışlarına odaklandığından, oyun oynama davranışı araştırma kapsamı dışında tutulmuştur.

Öğrencilerin sosyal medya kullanımlarını daha detaylı şekilde anlamak üzere yapılan araştırmalar ise gençlerin gündelik yaşamlarında daha çok buldukları yerler olan okullara yoğunlaşmıştır. Öğrencilerin okul içinde ve okul dışındaki saatlerde sosyal medya kullanım amaç ve davranışlarının değişebileceğini öngören araştırmalar yapılmıştır (Lu ark., 2016; Wang ark., 2014). Bazı araştırmalar okul dışındaki sosyal medya kullanımı davranışlarının eğitim ve öğrenme hedefinden uzaklaşarak daha duygusal ve kişisel yöne doğru eğilim gösterdiğini ortaya koymaktadır (Fox ve Moreland, 2015; Junco, 2012b; Kirschner ve Karpinski, 2010). Örneğin yapılan bir meta analiz çalışması öğrencilerin akademik başarıları ile sosyal medya kullanımları arasında negatif bir ilişki olduğunu ortaya koymuştur (Huang, 2018). Bu araştırmaların varsayımı, öğrencilerin okul içi ve dışındaki sosyal medya kullanımlarının birbirinden farklı boyutlarının olduğudur. Bu farklılığın derecesini ölçerek; öğrencilerin okul dışındaki sosyal medya kullanım örüntülerinin okul içindeki kullanım örüntüleriyle olan ilişkisini ortaya koymak üzere daha çok araştırmaya ve özellikle de bir ölçme aracının geliştirilmesine gereksinim duyulmuştur.

Lu ve arkadaşları (2018) geliştirdikleri ölçekle öğrencilerin okul dışı ve okul içindeki

3 Hootsüt İnternet ve Sosyal Medya İstatistikleri, 2019 Türkiye Raporu, Ocak 2019.  
4 Omnicore Youtube Statistics, Ocak 2019. <https://www.omnicoreagency.com/youtube-statistics/>

sosyal medya kullanım alışkanlıklarına ışık tutmayı amaçlamıştır. Yaptıkları araştırma ile aynı zamanda öğrencilerin farklı ortamlardaki sosyal medya kullanım davranışlarını anlayarak, eğitimde sosyal medya kullanımına olumlu katkı sağlamanın ve eğitimde sosyal medya kullanımının etkinliğini artırmanın yollarını bulmayı hedeflemişlerdir. Geliştirdikleri ölçekle okul dışı ve okul içindeki sosyal medya kullanımı arasındaki örüntüyü net olarak ortaya çıkarmaya çalışmışlardır. Çalışmaya Hong Kong'da yapılmış ve araştırmaya 814 ortaokul öğrencisi katılmıştır. Öğrenciler 407 kişilik iki gruba bölünmüştür. Birinci grup 21 madde ve 4 gizil değişkenli okul dışı sosyal medya davranışlarının yer aldığı beşli Likert tipindeki soruları yanıtlamıştır. Diğer 407 öğrenci de okul içi sosyal medya davranışlarının ölçüldüğü 10 madde ve 3 gizil değişkenli ölçek sorularına yanıt vermiştir. Okul dışı sosyal medya davranışları ölçeği toplam varyansın yüzde 69,06'sını açıklarken, okul içi davranışlar ölçeği yüzde 75,30'unu açıklamıştır. Tüm maddeler iyi düzeyde uyum göstermiştir.

Bu çalışmadaki amaç, henüz yeni geliştirilmiş olan bu ölçme aracının Türkiye uyarlamasını yaparak Türkiye'de üniversite öğrencilerinin sosyal medya kullanım alışkanlıklarının okul içi ve dışında nasıl farklılaştığını ölçmektir. Bu konuda henüz Türkiye'de geliştirilmiş bir ölçme aracı bulunmamaktadır. Sosyal medya kullanımı son derece hızlı değişim gösteren bir konudur ve iyi anlaşılması önemlidir. Özellikle sosyal medya kullanımı konusunda başı çeken ülkelerden olan Türkiye'de, üniversite öğrencilerinin sosyal medya kullanım davranışlarının okul dışı ve okul içinde nasıl farklılık gösterdiğinin anlaşılabilmesi; sosyal medyanın eğitim öğretimde daha etkili kullanımını sağlayabilmek için gereklidir.

## 1. Yöntem

### 2. Çalışma Grubu, Evren ve Örneklem

Sosyal Medya Davranışları ölçeklerinin geçerlik ve güvenilirlik çalışmaları 2018-2019 Bahar yarıyılında Ege Bölgesi'ndeki bir devlet üniversitesinin farklı bölümlerinde okuyan öğrencilerle gerçekleştirilmiştir. Araştırmanın örneklemini 403'er kişilik iki gruba ayrılmış toplam 806 öğrenci oluşturmuştur. Dil eşdeğerliği çalışmaları için 6 öğretim üyesi ve yabancı diller alanında çalışan 34 öğrenci çalışmaya katkı sağlamıştır. Birinci ölçek olan Üniversite Öğrencilerinin Okul Dışı Sosyal Medya Davranışları ODSMD uyarlama çalışmalarına 403 ve ikinci ölçek olan OİSMD ölçeğinin uyarlama çalışmalarına da 403 öğrenci katılmıştır. Doğrulayıcı faktör analizleri için toplam 365 öğrenciye ölçekler tekrar uygulanarak veri toplanmıştır.

### 3. Türkçe Formu Geliştirilen İngilizce Asıl Ölçek

Lu ve arkadaşları tarafından geliştirilen (2018) ölçeklerin asıl dili İngilizce olup geliştirildikleri yer Hong Kong'tur. ODSMD Ölçeği 21 maddeden oluşan beşli Likert tipinde bir ölçektir. OİSMD Ölçeği ise 10 maddeden oluşan beşli Likert tipinde bir ölçektir. Lu ve arkadaşları ölçekleri geliştirirken, yaşları 14-18 arasında değişen öğrencilerin katılımıyla Hong Kong'taki 4 farklı ortaöğretim okulundan veri toplamıştır. Ölçeklerin ilk uygulaması sırasında 1 okuldan çevrimiçi, 3 okuldan kâğıt üzerinde veri toplanmıştır.

Ölçeklerde ters puanlanmış madde bulunmamaktadır. Puanlama 1=Hiç 2=Nadiren 3=Bazen 4=Sıklıkla 5=Her zaman aralığında değişen yanıtlara göre yapılmıştır.

Türkçe form geliştirme ve ölçeklerin Türkiye’de uygulama çalışmasının yapıldığı bu araştırmada, üniversite öğrencileriyle çalışılmıştır. Ölçeğin Türkiye’deki uygulaması çevrimiçi gerçekleştirilmiştir.

#### 4. İşlem

Ölçeklerin Türkçe uyarlama çalışmasına başlanmadan önce, ölçeği geliştiren ekip ile iletişime geçilmiştir. Lu ve arkadaşlarının izin onayı alındıktan sonra ölçek uyarlama çalışmalarına başlanmıştır. Ölçeklerin kaynak dil İngilizce’den Türkçe’ye çevirisine 6 uzman tarafından çeviri ters çeviri yapılmıştır. Uzmanlardan üçü çeviri, diğer üçü ise ters çeviri sürecini gerçekleştirmiştir. Çeviriler tamamlandıktan sonra dil eşdeğerliği için İngilizce ve Türkçe formu 10 gün arayla İngilizce Öğretmenliği son sınıfına devam eden 34 öğrenci doldurmuştur. Bu öğrenciler, araştırma verisinin toplandığı devlet üniversitesine devam eden İngilizce Öğretmenliği ve İngiliz Dili Filolojisi bölümlerinden, kümülatif not ortalaması 100 üzerinden 80 ve üzerinde olan öğrenciler arasından gönüllü olarak rastgele seçilmişlerdir.

Dil eşdeğerliği sağlandıktan sonra, Açıklayıcı Faktör Analizi (AFA) ile Doğrulayıcı Faktör Analizleri (DFA) yapılmıştır. AFA ölçütleri normal dağılımın sağlanabilmesine karşın, işlemeyen maddelerin çıkarılması olarak benimsenmiştir. Belirlenen DFA ölçütleri ise uyum iyiliği indekslerinin yeterlilik düzeyleri olmuştur. Ölçeklerin geçerlik çalışmaları için yapı geçerliği çalışmalarına başvurulmuştur. Ölçeklerin güvenirlilik düzeyleri Cronbach Alpha iç tutarlılık katsayısının hesaplanmasıyla belirlenmiştir. Ölçeklerin uyarlanmasında SPSS 22 ve AMOS 23 yazılımları kullanılmıştır.

#### 5. Bulgular

##### 6. Dil Eşdeğerliği

ODSMD ve OİSMD ölçeklerinin dil eşdeğerliği çalışmaları 6’sı uzman (öğretim üyesi), 34’ü öğrenci olmak üzere toplam 40 kişi ile yapılmıştır. Türkçe ve İngilizce ölçek puanları arasındaki korelasyon katsayılarının ODSMD ölçeği için .83; OİSMD ölçeği için .85 olduğu bulunmuştur. Ölçeklerin her ikisi için de tüm korelasyonların 0,01 düzeyinde anlamlılık gösterdiği belirlenmiştir. Ölçeklerin İngilizce ve Türkçe formlarında yer alan madde korelasyon katsayılarının .30 değerinden fazla olduğu belirlenmiştir. Bu bulgulardan hareketle, her iki ölçeğin de Türkçe ve İngilizce formlarının dil açısından eşdeğer olduğu söylenebilir.

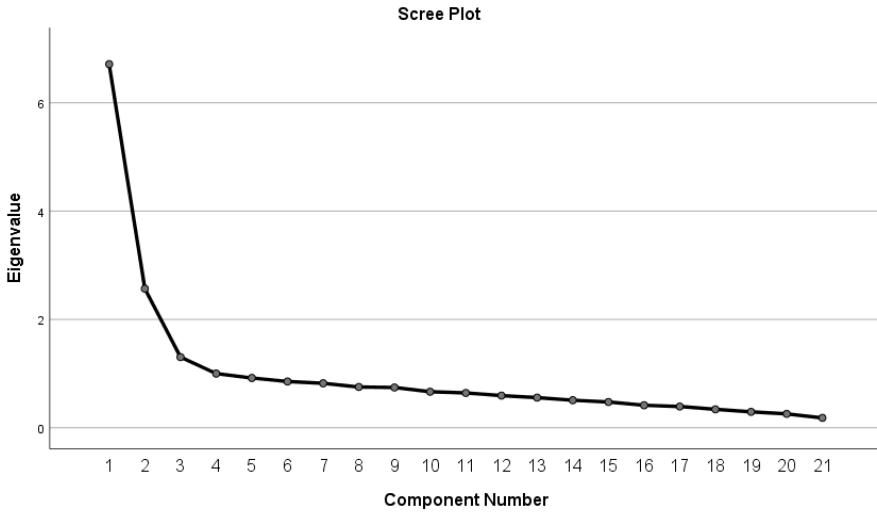
##### 7. Açıklayıcı Faktör Analizi (AFA)

AFA, maksimum olabilirlik ve varimax döndürme tekniği yoluyla yapılmıştır. AFA hesaplamalarının öncesinde veri setinin analizlere uygunluğu Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) ve Bartlett küresellik testleri ile hesaplanmıştır. KMO değeri 0 ile 1 arasında

değişen değer alabilmektedir. Kabul edilebilir düzeydeki KMO değerleri, 0.5'in üzerindeki değerler olarak değerlendirilmektedir. 0.5 ile 0.7 arasındaki KMO değerleri orta, 0.7 ile 0.8 arasındaki değerler iyi, 0.8 ile 0.9 arasındaki değerler çok iyi ve 0.9'dan büyük KMO değerleri maddeler arasında mükemmel düzeyde ilişkisel örüntülerin varlığına işaret etmektedir (Hutcheson ve Sofroniou, 1999).

Çalışmada elde edilen veriler ışığında, ODSMD ölçeği KMO örneklem uygunluk katsayısı .72, Bartlett küresellik değeri ise 4185.48 ( $p < .001$ ,  $sd = 210$ ) olarak hesaplanmıştır. Bu sonuca göre veriler faktör analizine iyi derecede uygunluk göstermektedir. Bu değerler incelendiğinde ODSMD ölçeği verileri kullanılarak faktör analizi yapılabileceği görülmüştür.

AFA için temel bileşenler analizi ile varimax döndürme tekniği kullanılarak işlem yapılmıştır. ODSMD ölçeğinin AFA sonucunda %56,71 oranında açıklandığı görülmüştür. Sosyal bilimlerde, %40 ile %60 arasında değişen varyans oranları yeterli görülmekte, açıklanabilen yüzde değer arttıkça maddelerin uygunluğu yükselmektedir (Tavşancıl ve Keser, 2002). Asıl ölçek formundaki faktör yapıları ile birebir örtüşen 4 faktör yapısı Türkçe ölçekte de bulgulanmıştır (Şekil 1).



**Şekil 1:** ODSMD Özdeğer Faktör Saçılma Grafiği

Şekil 1 incelendiğinde 4 faktörün özdeğerinin 1 değerinin üzerinde yer aldığı görülebilir. Özdeğer eğrisi 4. faktörden itibaren dirsek kırılması göstermiştir.

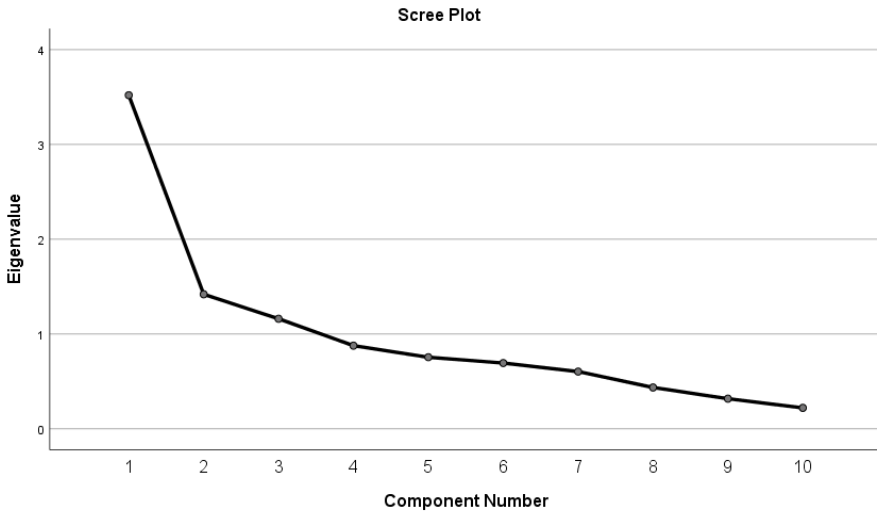
Bu sonuçlara göre belirlenen alt boyutlar asıl ölçekte belirlendiği şekilde; "Tüketme", "İletişim", "Oluşturma" ve "Paylaşma" şeklinde isimlendirilmiştir. Sosyal bilimlerde, genel olarak madde-toplam puan korelasyonu .30 ve üzerinde olan maddelerin ayırt ediciliği iyi, .40 ve üzerindeki ayırt ediciliği ise çok iyi düzeyde kabul edilmektedir (Büyüköztürk vd., 2008). Ölçekteki tüm maddelerin faktör yükleri .30'dan yüksek hesaplanmıştır. Bu nedenle ölçeğin tüm maddelerinin işlediği ve hiçbir maddenin ölçekten çıkarılıp atılmasına gerek olmadığı görülmüştür. Ölçeğin faktör yükleri ve her bir maddenin açıkladığı varyans dağılımı Tablo 1'de gösterilmektedir.

**Tablo 1:** ODSMD Ölçeğinin Faktör Yükleri ve Açıklanan Varyans

| Faktör                             | Madde                       | Maddeler  | Faktör       |
|------------------------------------|-----------------------------|---|--------------|
| Tüketme                            | DışT1                       | Başkalarının kişisel bilgilerine bakma (Profil, fotoğraf albümü vb.)  | .87          |
|                                    | DışT2                       | Arkadaşların yeni paylaşımlarını okuma (Facebook paylaşımları, Instagram öyküleri, Whatsapp vb.)                                | .85          |
|                                    | DışT3                       | Arkadaş veya bir başkasının gönderilerine yapılan yorumları okuma   | .76          |
|                                    | DışT4                       | Müzik dinleme veya dizi ve film izleme  | .71          |
|                                    | <b>Açıkladığı varyans %</b> |   |              |
| İletişim                           | Dışİ1                       | Çevrimiçi eğlence etkinlikleri başlatma (takımla bilgisayar oyunu, çevrimiçi yarışmalar vb.)                                    | .57          |
|                                    | Dışİ2                       | Çevrimiçi ilgi alanına dayalı etkinlikleri başlatma (spor, müzik, politika vb.)   | .50          |
|                                    | Dışİ3                       | Çevrimiçi eğlence etkinliği davetiyesi gönderme (takımla bilgisayar oyunu, çevrimiçi yarışmalar vb.)                            | .63          |
|                                    | Dışİ4                       | Çevrimiçi ilgi alanına dayalı etkinliklerin davetiyesini gönderme (spor, müzik, politika vb.)                                   | .71          |
|                                    | Dışİ5                       | İlgilendiğiniz konuların altına yorum yazma (spor, müzik, politika vb.)   | .74          |
|                                    | Dışİ6                       | İlgi alanına dayalı tartışma gruplarındaki üyelerle etkileşimde bulunma (spor, müzik, politika vb.)                             | .69          |
|                                    | <b>Açıkladığı varyans %</b> |   |              |
| Oluşturma                          | DışO1                       | Süren medya içerikli konuşmalarda bir başkasının çalışmalarına ek veya remiks yapma   | .71          |
|                                    | DışO2                       | Başkalarının çalışmalarını yeniden düzenleme (Örn: taklit videoları)  | .57          |
|                                    | DışO3                       | Video, ses veya fotoğraflar oluşturma (Örn: Youtube üzerinde)   | .84          |
|                                    | DışO4                       | Bilgisayar ve video oyunları yapma veya yeniden düzenleme   | .57          |
|                                    | DışO5                       | Sanal sosyal dünyalarda (Örn: Second Life) dijital sanat içeriği oluşturma (Örn: sanal giyim veya dekorasyon öğeleri tasarlama) | .52          |
|                                    | DışO6                       | Kişisel ilgi veya deneyim başlıklarına yazı yazma (oyun oynama, seyahat, sanat, fotoğrafçılık)                                  | .50          |
|                                    | <b>Açıkladığı varyans %</b> |   |              |
| Paylaşma                           | DışP1                       | Sosyal ağlarda arkadaşların paylaşımlarını yeniden paylaşma   | .44          |
|                                    | DışP2                       | Eğlenceli bilgi iletme (eğlence haberleri, komik videolar)  | .73          |
|                                    | DışP3                       | Genel tanıtım bilgisi iletme (etkinlik bilgisi, etkinlik tanıtımı, ürün reklamı vb.)  | .60          |
|                                    | DışP4                       | Kendi ilgi alanlarındaki başlıkların içeriğini paylaşma (Örn: Spor, müzik, politika)  | .44          |
|                                    | DışP5                       | Bilgi paylaşım grupları veya ortak ilgi alanlı gruplardan bağlantı veya video paylaşmak (internetteki gruplar, Quora vb.)       | .73          |
|                                    | <b>Açıkladığı varyans %</b> |   |              |
| <b>Açıkladığı toplam varyans %</b> |                             |   | <b>56.71</b> |

AFA sonuçlarına göre ODSMD Ölçeği Tüketme alt boyutu faktör yükleri .71 ile .87 arasında değişen 4 maddeden oluşmaktadır ve toplam varyansın %18,77'sini açıklamaktadır. İletişim alt boyutu 6 faktörlü olup toplam varyansın %14,30'unu açıklamaktadır. İletişim alt boyutunda en düşük faktör yükü değeri .50 olurken en yüksek faktör yükü değeri .74 olmuştur. Oluşturma faktörü varyansı %13,11'lik oranda açıklarken, Paylaşma faktörü varyansın 10,54'lük bölümünü oluşturmaktadır. Oluşturma alt boyutu faktör yükleri .50 ile .71 arasında olmuştur. Paylaşma alt boyutunda ölçeğin en düşük faktör yüklü maddesi .44'ten başlamakta ve .73'e kadar çıkmaktadır.

İkinci ölçek OİSMD Ölçeği KMO örneklem uygunluk katsayısı .79 olarak hesaplanmıştır. Bu değer iyi düzeyde bir KMO değeridir. Ölçeğin Bartlett küresellik değeri 1387,27 ( $p < .001$ ,  $sd=45$ ) olarak hesaplanmıştır. Bu sonuçlara göre veriler faktör analizine uygundur.



**Şekil 2:** OİSMD Özdeğer Faktör Saçılma Grafiği

Şekil 2 incelendiğinde 3 faktörün özdeğerinin 1'in üzerinde olduğu görülmektedir. Özdeğer eğrisi, 2. Faktörden itibaren dirsek kırılması göstermekle birlikte, 3. faktörden itibaren değer 1'in altına düşmüştür. Bu sonuçlara göre belirlenen faktörler asıl ölçekteki şekilde; "Tüketme", "Oluşturma" ve "Paylaşma" olarak belirlenmiştir. Tüm faktör yük değerleri 0.30'un üzerinde olduğundan ölçekten madde atılmamıştır. Ölçeğin faktör yükleri ve her bir maddenin açıkladığı varyans değeri Tablo 2'de verilmiştir.



**Tablo 2:** OİSMD Ölçeğinin Faktör Yükleri ve Açıklanan Varyans

| Faktör                             | Madde                       | Maddeler   | Faktör       |
|------------------------------------|-----------------------------|--|--------------|
| Tüketme                            | İçT1                        | Sosyal ağlarda okul çalışmalarını ile ilgili paylaşımları okuma                                | .90<br>.88   |
|                                    | İçT2                        | Okul çalışmalarını ile ilgili öğrenme kaynakları ve bilgileri arama                            |              |
|                                    | İçT3                        | Konu bilgisi hakkında videolar izleme  | .70          |
|                                    | <b>Açıkladığı varyans %</b> |  | <b>23.85</b> |
| Oluşturma                          | İçO1                        | Yazı/makale yazma (Wiki vb.)   | .73          |
|                                    | İçO2                        | Çevrimiçi video, müzik ve fotoğraflar oluşturma  | .76          |
|                                    | İçO3                        | Poster, dijital sanat veya grafik hazırlama  | .78          |
|                                    | İç P1                       | Sınıf arkadaşları veya öğretmenlerle okul çalışmalarını tartışma                               | .69          |
|                                    | <b>Açıkladığı varyans %</b> |  | <b>22.46</b> |
| Paylaşma                           | İçP2                        | Sınıf arkadaşları ile okulla ilgili konularda bilgi paylaşma (sınav takvimi paylaşmak gibi)    | .81          |
|                                    | İçP3                        | Öğrenme kaynaklarını sınıf arkadaşlarıyla paylaşma (ders notları vb.)                          | .72          |
|                                    | İçP4                        | Ders dışı öğrenme kaynaklarını sınıf arkadaşlarıyla paylaşma (okuma kitabı veya videolar gibi) | .86          |
|                                    | <b>Açıkladığı varyans %</b> |  | <b>21.33</b> |
| <b>Açıkladığı toplam varyans %</b> |                             |  | <b>67.64</b> |

10 maddelik OİSMD ölçeği AFA sonuçlarına göre 3 maddeden oluşan Tüketme alt boyutu toplam varyansın %23,85'lik bölümünü açıklamaktadır. Tüketme alt boyutu faktör yükleri incelendiğinde, değerlerin .70, .88 ve .90 olduğu görülmektedir. Oluşturma alt boyutu asıl ölçekte 3 maddeden oluşmakta iken bu çalışmada yapılan döndürülmüş bileşen analizinden sonra 4 maddeyi ölçtüğü görülmüştür. 4. madde olarak asıl ölçekte Paylaşma alt boyutunda yer alan ilk maddenin (Sınıf arkadaşları veya öğretmenlerle okul çalışmalarını tartışma) Oluşturma boyutunu yordadığı görülmüş ve madde bu boyuta taşınmıştır.

Oluşturma boyutunun toplam varyans içerisindeki açıklama payı %22,46'dır. Paylaşma alt boyutunun 3 maddelik faktör yükleri incelendiğinde .72 ile .86 arasında değişen değerler aldığı görülmektedir. Paylaşma alt boyutunun açıkladığı toplam varyans %21,33 olmuştur. AFA sonucuna göre OİSMD ölçeğinin toplamda %67,64 oranında açıklayıcı olduğu görülmüştür.

## 8. Doğrulayıcı Faktör Analizi (DFA)

Bu çalışmada iki ayrı ölçeğin Türkiye örneğinde doğrulanıp doğrulanamayacağını ve faktör yapılarını ortaya koymak amacıyla 365 öğrencinin katılımıyla DFA uygulanmıştır. Her bir ölçek aracılığıyla, sınanan model uyumunu belirleyebilmek için ki-kare Uyum Testi (Chi-square), Uyum İyiliği (GFI), Düzeltilmiş Uyum İyiliği (AGFI), Karşılaştırmalı Uyum İndeksi (CFI), Normlaştırılmış ve Normlaştırılmamış Uyum İndeksleri (NFI,

NNFI), Tahmin Hatalarının Ortalamasının Karekökü (RMSEA) ve Standartlaştırılmış Hata Kareleri Ortalamasının Karekökü (SRMR) değerleri hesaplanmıştır. ODSMD ve OİSMD ölçüklerinin hesaplanan uyum indeksleri ile mükemmel ve kabul edilebilir düzeylerdeki indeks ölçütleri Tablo 3'te verilmektedir.

**Tablo 3:** Doğrulayıcı faktör analizi sonucu uyum indeksleri

| Kullanılan Uyum İndeksleri   | Mükemmel Uyum Değerleri     | Kabul Edilebilir Uyum Değerleri | DFA Sonucu Uyum İndeksleri |       | Kaynak  |
|--|-----------------------------|---------------------------------|----------------------------|-------|---|
|  |                             |                                 | ODSMD                      | OİSMD |   |
| $\chi^2 / sd$  | $0 \leq \chi^2 / sd \leq 2$ | $2 \leq \chi^2 / sd \leq 3$     | 2.23                       | 1.97  | Hu ve Bentler (1999)  |
| GFI  | $0.95 \leq GFI \leq 1.00$   | $.90 \leq GFI \leq .95$         | .92                        | .96   | Jöreskog ve Sörbom (1993), Marsch, Balla ve Mcdonald (1988), Schermelleh-Engel ve Moosbrugger (2003).             |
| AGFI<br>.90 $\leq$ AGFI $\leq$ 1.00<br>.85 $\leq$ AGFI $\leq$ .90<br>.89 |                             |                                 |                            | .93   |   |
| CFI  | $.95 \leq CFI \leq 1.00$    | $.90 \leq CFI \leq .95$         | .92                        | .98   | Bentler ve Bonnett, (1980), Bentler (1980), Marsch, Hau, Artelt, Baumertv ve Peschar, (2006).                     |
| NFI  | $.95 \leq NFI \leq 1.00$    | $.90 \leq NFI \leq .95$         | .94                        | .96   |   |
| NNFI   | $.97 \leq NNFI \leq 1.00$   | $.95 \leq NNFI \leq .97$        | .96                        | .98   |   |
| RMSEA  | $.00 \leq RMSEA \leq .05$   | $.05 \leq RMSEA \leq .08$       | .074                       | .048  | Browne ve Cudeck (1993), Byrne ve Campbell (1999), Hu ve Bentler (1999), Schermelleh-Engel ve Moosbrugger (2003). |
| SRMR   | $.00 \leq SRMR \leq .05$    | $.05 \leq SRMR \leq .10$        | .07                        | .05   |   |

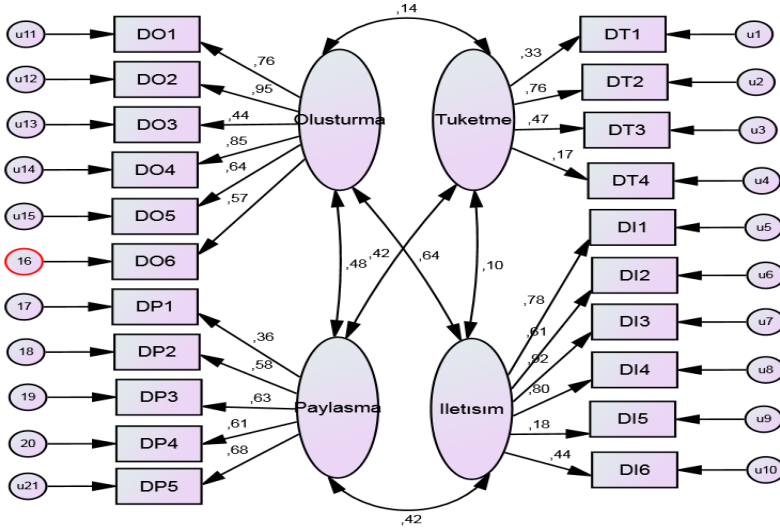
Tablo 3'te verilen bulgulara göre, DFA'dan elde edilen uyum indeksleri okul içi ve okul dışı sosyal medya davranışlarının Türkçe formunun yapı geçerliği sağladığını göstermektedir. DFA ile elde edilen ki-kare testi değerlerinin (ODSMD:  $\chi^2=2.23$ ,  $sd=115$ ,  $p<0.001$  kabul edilebilir uyum; OİSMD:  $\chi^2=1.97$ ,  $sd=132$ ,  $p<0.001$  mükemmel uyum) anlamlı olduğu görülmüştür.

ODSMD ölçeği uyum indeksi değerleri RMSEA=.074, GFI=.92, AGFI=.89, CFI=.92, NFI=.94, NNFI=.96 ve SRMR=.07 olarak hesaplanmıştır.

OİSMD ölçeği uyum indeksi değerleri RMSEA=.048, GFI=.96, AGFI=.93, CFI=.98, NFI=.94, NNFI=.98 ve SRMR=.05 olarak hesaplanmıştır.

Uyum indeksi ölçütlerine göre incelendiğinde, ODSMD ölçeği için indekslerin kabul edilebilir değerlerde olduğu görülmüştür. OİSMD ölçeği uyum indeksleri incelendiğinde

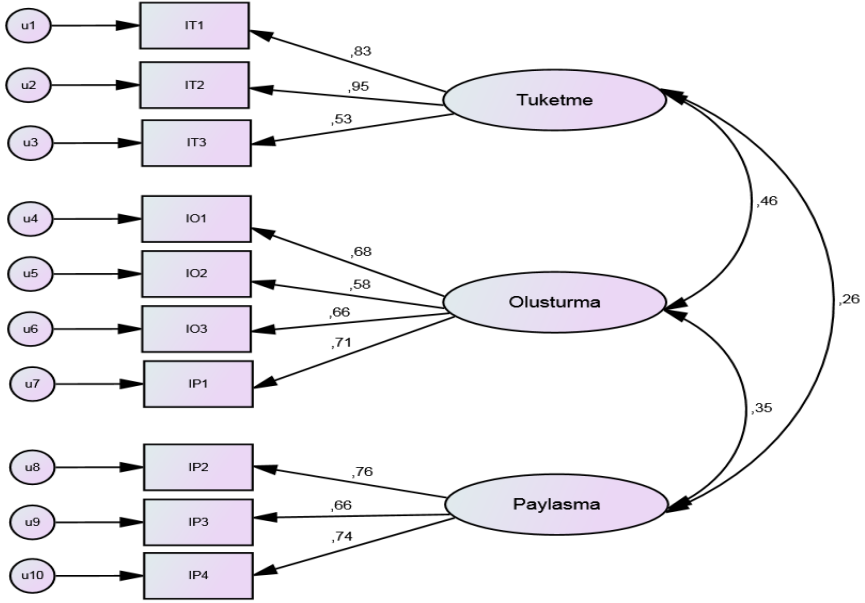
tümünün mükemmel uyum gösterdiği belirlenmiştir. Uyum indekslerinin aldığı değerlere göre, her iki ölçeğin de Türkçe uyarlamalarının kabul edilebilir düzeylerde olduğu söylenebilir. ODSMD ölçeğinde 4 gizil ve 21 gözlenen değişken yer alırken, OİSMD ölçeğinde 3 gizil ve 10 gözlenen değişken yer almaktadır. AMOS 23 yazılımıyla ODSMD ve OİSMD ölçekleri için DFA sonuçlarına ait ilişki faktör analizi yol şemaları Şekil 3 ve Şekil 4'te gösterilmektedir.



Şekil 3: Okul Dışı Sosyal Medya Kullanımı Davranışları için Yol Şeması (ODSMD Ölçeği)

Şekil 3 incelendiğinde ODSMD ölçeğinin tüketme, iletişim, oluşturma ve paylaşma alt boyutlarının ilişki model yol şeması ile faktör yükleri görülmektedir. Maddelerin asıl ölçekte öngörülen model ile uyumlu şekilde 4 alt boyutu ölçtüğü görülmektedir. Bu sonuçlara göre; Tüketme, İletişim, Oluşturma ve Paylaşım alt boyutlarının Okul Dışı Sosyal Medya Kullanımı gizil değişkeninin anlamlı birer yordayıcısı olduğu belirlenmiştir. Tüketme boyutuyla ilişkili 4. ölçek maddesi ve İletişim boyutundaki 5. ölçek maddelerinin ölçme gücünün düşük olduğu çizilen modelde dikkat çekmektedir. AFA ile elde edilen sonuçlardan farklı olarak buradaki sözkonusu iki maddenin önerilen modifikasyonlarla düzeltilmesi sağlanabilir veya DFA sonuçlarına göre bu iki madde ölçekten çıkarılabilir. Bu çalışmada ölçeğin döndürülmüş bileşenler analizi sonuçlarına

göre tüm maddelerinin işler olduğu görüldüğünden model aslına uygun olacak şekilde çizilmiştir.



Şekil 4: Okul İçi Sosyal Medya Kullanımı Davranışları için Yol Şeması (OİSMD Ölçeği)

Şekil 4 incelendiğinde OİSMD maddelerinin öngörüldüğü şekilde 3 alt boyutta toplandığı görülmektedir. Tüketme, Oluşturma ve Paylaşma alt boyutlarının, Okul İçi Sosyal Medya Kullanımı gizil değişkenin anlamlı yordayıcıları olduğu görülmüştür. Öngörülen modelde “paylaşma” alt boyutunu ölçen 1. ölçek maddesinin yapılan AFA sonucunda oluşturma alt boyutunu ölçtüğü belirlenmiştir. Yol şeması çizilirken ilgili ölçek maddesi “oluşturma” boyutuna alınmış ve model bu şekilde tam uyum göstermiştir. Uyarlanan ölçekte IP1 maddesinin “oluşturma” alt boyutunda yer alması model uyumu açısından daha doğru olacaktır.

## 9. Yapı Geçerliliği

Ölçeklerin sırasıyla 4 ve 3 faktörlü yapıları ölçüp ölçmediğini belirlemek için yapı

geçerliği kapsamında yakınsama ve ayırıcılık geçerlikleri incelenmiştir. ODSMD ölçeği faktör ortalama ağırlıklı varyans (OAV) değerleri  $F1=.58$ ,  $F2=.56$ ,  $F3=.54$  ve  $F4=.59$  olarak hesaplanmıştır. OİSMD ölçeği OAV değerleri sırasıyla  $F1=.72$ ,  $F2=.62$ ,  $F3=.64$  olarak hesaplanmıştır. OAV değerlerinin tümü .50'den büyüktür ve bu değerler yakınsama geçerliğinin sağlandığına işaret etmektedir (Bogozzi ve Yi, 1988).

Ayırıcılık geçerliği bir maddenin ölçtüğü yapının ölçekteki diğer maddelerce ölçülen yapılardan ayrışıp ayrışmadığını doğrulamada kullanılan bir hesaplama değildir. Ayırıcı geçerliğin sağlanmasındaki ölçüt, her bir yapının paylaştığı maksimum varyans ile ortalama paylaşılan varyans değerlerinin her yapıya ilişkin açıklanan varyans değerlerinden düşük olmasıdır (Fornell ve Larcker, 1981:45). Yapıların korelasyon değerlerinin de yapıdaki açıklanan varyans değerinin karekökünden küçük olması beklenir (Hair ve ark., 2014: 618-620). Ayırıcı geçerlik için ölçeklerin OAV kareköklerinin yapılar arası korelasyon ve de .70 değerinden büyük olup olmadığı incelenmiştir. Ölçeklerin ayırt edici geçerlik sağladıkları görülmüştür (Tablo 4 ve 5).

**Tablo 4:** ODSMD Ölçeği Ayırıcı Geçerlik Değerleri

|              | F1 Tüketme | F2 İletişim | F3 Oluşturma | F4 Paylaşma |
|--------------|------------|-------------|--------------|-------------|
| F1 Tüketme   | <b>.74</b> |             |              |             |
| F2 İletişim  | .38        | <b>.71</b>  |              |             |
| F3 Oluşturma | .37        | .48         | <b>.73</b>   |             |
| F4 Paylaşma  | .30        | .32         | .29          | <b>.70</b>  |

**Tablo 5:** OİSMD Ölçeği Ayırıcı Geçerlik Değerleri

|              | F1 Tüketme | F3 Oluşturma | F4 Paylaşma |
|--------------|------------|--------------|-------------|
| F1 Tüketme   | <b>.82</b> |              |             |
| F3 Oluşturma | .49        | <b>.78</b>   |             |
| F4 Paylaşma  | .38        | .41          | <b>.86</b>  |

## 10. Güvenirlilik

Ölçeklerin güvenirlilik hesaplamalarında iç tutarlılık (Cronbach's alpha) değerleri hesaplanmıştır. ODSMD ölçeği .86, OİSMD ölçeği .79 Cronbach alpha değerlerine sahiptir. Test puanlarının güvenirliliğinin bir alt kestiricisi olan Cronbach alpha güvenirlilik katsayısı değerinin .70 ve üzerinde olan ölçekler güvenilir ölçekler olarak kabul edilmektedir (Büyüköztürk ve ark., 2010).

## Sonuç, Tartışma ve Öneriler

Sosyal medya kullanımının son yıllarda katlanarak artış göstermesi, gençlerin sosyal medya kullanım davranışlarının farklılaştığı noktaları anlayabilmeyi önemli hale

getirmiştir. Gençlerin sosyal medyayı kullanma amaçlarındaki değişim ve farklılıklar belirlendiğinde, bu farklılıklar ışığında sosyal medya ve anlık iletişim ortamlarının eğitim öğretimde daha etkin kullanımı sağlayabilecek çözümler geliştirilebilir. Bu çalışmanın amacı, öğrencilerin okul dışı ve okul içi sosyal medya kullanım davranışlarını açıklayan, Lu ve arkadaşları tarafından geliştirilen (2018) ölçeklerin Türkçe uyarlamalarını yapmaktır. Üniversite öğrencilerinin Okul Dışı Sosyal Medya Davranışları Ölçeği (ODSMD) 21 madde; Üniversite öğrencilerinin Okul İçi Sosyal Medya Davranışları Ölçeği (OİSMD) ise 10 maddedir. ODSMD Ölçeği Tüketme, İletişim, Oluşturma ve Paylaşma olmak üzere 4 faktörlü; OİSMD Ölçeği Tüketme, Oluşturma ve Paylaşma olmak üzere 3 faktörlü yapıdadır.

Çalışmanın dil eşdeğerliği bulguları, Türkçe ve İngilizce formlar arasında yüksek korelasyon bulunduğunu göstermektedir. Ölçeklerin Türkçe formu ile İngilizce formları arasında çalışma bulgularına göre eşdeğerlik sağlandığı görülmüştür.

Ölçeklerin AFA ve DFA sonuçları, ölçeklerin asıl ölçülmek isteneni yordamada uyumlu yapıda olduğunu göstermiştir. Ölçeğin geçerlik ve güvenilirliğine ilişkin sonuçlar olumludur. Belirlenen gizil değişken alt boyutlarının, asıl ölçeklerdeki ile uyumlu olduğu sonucuna ulaşılmıştır. ODSMD ölçeği gizil değişkenleri Tüketme, Oluşturma, Paylaşma ve İletişim olurken, OİSMD ölçeği gizil değişken alt boyutları Tüketme, Oluşturma ve Paylaşma olarak gözlenmiştir. Ölçekteki maddelerin, belirlenen alt boyutları yordayabildiği görülmüştür.

Sonuçlar, tüm maddelerin faktör yüklerinin iyi olduğu ve her iki ölçek için de açıklanan toplam dağılımın yeterli düzeyde olduğunu (OİSMD: %67,64. ODSMD: %56,71) ortaya koymuştur. İki ölçeğin de iç tutarlılık değerleri tüm faktörler için kabul edilebilir düzeydedir. Ölçeğin Türkçe formunun geçerli ve güvenilir bir yapıda olduğu araştırma sonuçlarında görülmüştür.

Ölçeklerin yakınsama ve ayırıcı geçerlikleri incelenerek, her iki ölçeğin de belirlenen geçerlik ölçütlerini sağlayan uygun değerler arasında olduğu görülmüştür. Ölçek maddeleri ölçtükleri yapıları ayırt edici biçimde iyi ölçebilmektedir. İç tutarlılık (Cronbach's alpha) katsayılarının .70 değerinin üzerinde olduğu belirlenmiş ve ölçeklerin tutarlı olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Çalışma sonuçları Lu ve arkadaşları (2018) tarafından geliştirilen ve Türkçe'ye uyarlanan ölçeklerin geçerli ve güvenilir olduğunu göstermektedir. Bu konuda yapılmış Türkçe çalışmanın olmayışı, bu ölçeklerin uyarlanmasını önemli hale getirmiştir. Bu çalışmada asıl ölçek çalışmasındakinden farklı olarak ortaokul öğrencileri yerine, üniversite öğrencileri ile çalışılmıştır. Gelecek çalışmalarda daha farklı evren örneklem yapısı ile daha farklı veri setleri oluşturulabilir. Asıl ölçekteki gibi katılımcıların ortaokul öğrencilerinden oluştuğu bir örneklem grubuyla çalışılarak ölçeğin madde-boyut korelasyonları açılmayıcı ve doğrulayıcı faktör analizleri sonucunda yol şeması çizilerek gösterilebilir. Böylece, üniversite öğrencilerinin okul dışı ve okul içindeki sosyal medya kullanım davranışları farklı yaş gruplarında da incelenerek, yaşa bağlı farklılıklar da belirlenebilir. Farklı örneklem gruplarından elde edilecek yeni bulgu ve sonuçlar ile konu geliştirilebilir.

## Kaynakça

- Baym, N. K. (2015). Social media and the struggle for society. *Social Media + Society* 1(1), 1-2.
- Bentler, P. M. & Bonett, D.G. (1980). Significance tests and goodness of fit in the analysis of covariance structures. *Psychological Bulletin*, 88, 588-606.
- Bentler, P. M. (1980). Multivariate analysis with latent variables: Casual modeling. *Annual Review of Psychology*, 31, 419-456.
- Bolton, R., Parasuraman, A., Hoefnagels, A., Migchels, N., Kabadayı, S., Gruber, T., Komarova, Y., Solnet, D. (2013). Understanding generation Y and their use of social media: A review and research agenda. *Journal of Service Management*, 24, (3), pp. 245-267.
- Browne, M. W., & Cudeck, R. (1993). Alternative Ways of assessing Model Fit. K.A. Bollen and J. S. Long (Eds.) *Testing structural Equation Models* (pp.136-162). Beverly Hills, CA: Sage.
- Bogozzi, R. P. & Yi, Y. (1998). On the Evaluation of structural equation models. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 16(1), 74-94.
- Büyükköztürk, Ş. (2010). *Sosyal Bilimler İçin Veri Analizi El Kitabı*. Ankara: Pegem Akademi Yayınları.
- Byrne, B. M. & Campbell, T.L. (1999). Cross-cultural comparisons and the presumption of equivalent measurement and theoretical structure: A look beneath the surface. *Journal of Cross-Cultural Psychology*, 30, 555-574.
- Fox, J., & Moreland, J. J. (2015). The dark side of social networkin sites: An exploration of the relational and psychological stressors associated with facebook use and affordances. *Computers in Human Behavior*, 45, 168-176.
- Hair, J., Black, W., Babin, B., Anderson, R. (2014). *Multivariate Data Analysis*, Pearson New International Edition, USA: Pearson.
- Hu, L. & Bentler, P. (1999). Cut off criteria for fitness indexes in covariance structure analysis: Conventional criteria versus new alternatives. *Structural Equation Modeling: a Multidisciplinary Journal*, 6 (19), pp. 1-55.
- Huang, C. (2018). Social Network Site Use and Academic Achievement: A Meta Analysis. *Computers & Education*, 119, 76-83.
- Hutcheson G., & Sofroniou N. (1999). The multivariate social scientist: Introductory statistics using generalized linear models. Sage Publications, Thousand Oaks, CA.
- Jöreskog, K. G., & Sörbom, d. (1993). *Lisrel 8: User's guide*. Chicago: Scientific Software.
- Jöreskog, K. G. (1999). How Large Can a Standardized Coefficient Be? Unpublished Technical Report. Son Erişim Tarihi 09.12.2018 <http://www.ssicentral.com/lisrel/techdocs/HowLargeCanaStandardized%20Coefficientbe.pdf>
- Junco, R. (2012b). Too Much Face and Not Enough Books: The Relationship Between Multiple Indices of Facebook Use and Academic Performance. *Computers in Human Behavior* 28(1), 187-198.

- Lenhart, A., Purcell, K., Smith, A., Zickuhr, K. (2010). *Social Media and Mobile Internet Use Among Teens and Young Adults*. Pew Internet and American Life Project, Washington, DC.
- Kirschner, P. A., & Karpinski, A. C. (2010). Facebook and Academic Performance. *Computers in Human Behavior* 26(6), 1237-1245.
- Lips, M., Eppel, E., Mcrae, H., Starkey, L., Sylvester, A., Parore, P., & Barlow, L. (2017). Understanding children's use and experience with digital technologies. Final Research Report. Son Erişim Tarihi: Mayıs, 2019: [https://www.victoria.ac.nz/\\_\\_data/assets/pdf\\_file/0003/960177/Understanding-children-use-and-experience-of-digital-technologies-2017-v2.pdf](https://www.victoria.ac.nz/__data/assets/pdf_file/0003/960177/Understanding-children-use-and-experience-of-digital-technologies-2017-v2.pdf)
- Liu L.Y., Sidani, J. E., Shensa, A., Radovic, A., Miller, E., Colditz, J.B., Primack, B. A. (2016). Association Between Social Media Use and Depression Among U.S. Young Adults. *Depression and Anxiety*, 33(4), 323-331.
- Lu, J., Hao, Q., & Jing, M. (2016). Consuming, Sharing and Creating Content: How Young Students Use Social Media In And Outside School? *Computers in Human Behavior*, 64, 55-64.
- Lu, J., Luo, J., Liang, L., Jing, M. (2018). Measuring Adolescents' Social Media Behavior Outside And Inside of School: Development and Validation of Two Scales. *Journal of Educational Computing Research* 0(0) 1-23.
- Luckin, R., Clark, W., Graber R., Logan, K., Mee, A., & Oliver, M. (2009). Do Web 2.0 Tools Really Open The Door to Learning? Practices, Perceptions and Profiles Of 11-16 Year-Old Students. *Learning, Media and Technology*, 34(2), 87-104.
- March, H. W., Hau, K.t., Artelt, C., Baumert, J., & Peschar, J. L. (2006). OECD's Brief Self Report Measure of Educational Psychology's Most Useful Affective Constructs: Cross-Cultural, Psychometric Comparisons Across 25 Countries. *International Journal of Testing*, 6(4), 311-360).
- Quan-Haase, A., & Young, A. L. (2010). Uses and Gratifications of Social Media: A Comparison of Facebook and Instant Messaging. *Bulletin of Science, Technology & Society*, 30(5), 350-361.
- Perrin, A. (2015). Social Media Usage: 2005-2015. Pew Research Center, Washington, DC. Son erişim tarihi: Mayıs 2019. <https://www.pewinternet.org/2015/10/08/social-networking-usage-2005-2015/>
- Rideout, V. (2015). The Common Sense Census: Media Use by Tweens and Teens. Common Sense Media. Son erişim tarihi: 20 Mayıs 2019. [https://www.common sense media.org/sites/default/files/uploads/research/census\\_researchreport.pdf](https://www.common sense media.org/sites/default/files/uploads/research/census_researchreport.pdf)
- Schermelleh-Engel, K. & Moosbrugger, 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.
- Tavşancıl, E., Keser, H. (2002). İnternete Yönelik Likert Titpı Bir Tutum Ölçeğinin Geliştirilmesi. *Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Fakültesi Dergisi*, 34(1-2), 45-60.
- Wang, S. K., Hsu H. Y., Campbell T., Coster D. C. & Longhurst, M. (2014). An Investigation of Middle School Science Teachers and Students Use of Technology Inside and Outside of Classrooms: Considering Whether Digital Natives are More Technology Savvy Than Their



Teachers. *Educational Technology Research and Development*, 62(6), 637-662.

## Ekler

### Ek1: Üniversite Öğrencilerinin Okul Dışı Sosyal Medya Davranışları (ODSMD) Ölçeği 21 Madde

Aşağıda, sosyal medyanın okul dışı konulardaki kullanım şekilleri 21 madde olarak listelenmiştir. Öğrencilerden aşağıda listelenen kullanım şekillerini günlük kullanımlarını dikkate alarak son bir hafta boyunca hangi sıklıkta gerçekleştirdiklerini işaretlemeleri istenmiştir.

1= Hiç 2= Nadiren 3= Bazen 4= Sıklıkla 5= Her zaman

#### Tüketme

1. Başkalarının kişisel bilgilerine bakma (Profil, fotoğraf albümü vb.)
2. Arkadaşların yeni paylaşımlarını okuma (Facebook paylaşımları, Instagram öyküleri, Whatsapp vb.)
3. Arkadaş veya bir başkasının gönderilerine yapılan yorumları okuma
4. Müzik dinleme veya dizi ve film izleme

#### İletişim

5. Çevrimiçi eğlence etkinlikleri başlatma (takımla bilgisayar oyunu, çevrimiçi yarışmalar vb.)
6. Çevrimiçi ilgi alanına dayalı etkinlikleri başlatma (spor, müzik, politika vb.)
7. Çevrimiçi eğlence etkinliği davetiyesi gönderme (takımla bilgisayar oyunu, çevrimiçi yarışmalar vb.)
8. Çevrimiçi ilgi alanına dayalı etkinliklerin davetiyesini gönderme (spor, müzik, politika vb.)
9. İlgilendiğiniz konuların altına yorum yazma (spor, müzik, politika vb.)
10. İlgilendiğiniz konuların altına tartışma gruplarındaki üyelerle etkileşimde bulunma (spor, müzik, politika vb.)

#### Oluşturma

11. Süren medya içerikli konuşmalarda bir başkasının çalışmalarına ek veya remiks yapma
12. Başkalarının çalışmalarını yeniden düzenleme (Örn: taklit videoları)
13. Video, ses veya fotoğraflar oluşturma (Örn: Youtube üzerinde)
14. Bilgisayar ve video oyunları yapma veya yeniden düzenleme
15. Sanal sosyal dünyalarda (Örn: Second Life) dijital sanat içeriği oluşturma (Örn: sanal giyim veya dekorasyon öğeleri tasarlama)
16. Kişisel ilgi veya deneyim başlıklarına yazı yazma (oyun oynama, seyahat, sanat, fotoğrafçılık)

#### Paylaşma

17. Sosyal ağlarda arkadaşların paylaşımlarını yeniden paylaşma
18. Eğlenceli bilgi iletme (eğlence haberleri, komik videolar)
19. Genel tanıtım bilgisi iletme (etkinlik bilgisi, etkinlik tanıtımı, ürün reklamı vb.)
20. Kendi ilgi alanlarındaki başlıkların içeriğini paylaşma (Örn: Spor, müzik, politika)
21. Bilgi paylaşım grupları veya ortak ilgi alanlı gruplardan bağlantı veya video paylaşmak (internetteki gruplar, Quora vb.)

## Ek 2: Üniversite Öğrencilerinin Okul İçi Sosyal Medya Davranışları (OİSMD) Ölçeği Maddeleri

Aşağıda, sosyal medyanın okul içi/ okulla ilgili konulardaki kullanım şekilleri 10 madde olarak listelenmiştir. Öğrencilerden aşağıda listelenen kullanım şekillerini günlük kullanımlarını dikkate alarak son bir hafta boyunca hangi sıklıkta gerçekleştirdiklerini işaretlemeleri istenmiştir.

1= Hiç 2= Nadiren 3= Bazen 4= Sıklıkla 5= Her zaman

### Tüketme

1. Sosyal ağlarda okul çalışmaları ile ilgili paylaşımları okuma
2. Okul çalışmaları ile ilgili öğrenme kaynakları ve bilgileri arama
3. Konu bilgisi hakkında videolar izleme

### Oluşturma

4. Yazı/makale yazma (Wiki vb.)
5. Çevrimiçi video, müzik ve fotoğraflar oluşturma
6. Poster, dijital sanat veya grafik hazırlama

### Paylaşma

7. Sınıf arkadaşları veya öğretmenlerle okul çalışmalarını tartışma
8. Sınıf arkadaşları ile okulla ilgili konularda bilgi paylaşma (sınav takvimi paylaşmak gibi)
9. Öğrenme kaynaklarını sınıf arkadaşlarıyla paylaşma (ders notları vb.)
10. Ders dışı öğrenme kaynaklarını sınıf arkadaşlarıyla paylaşma (okuma kitabı veya videolar gibi)