

Turkish Adaptation Study of Facebook Connection Strategies Scale

Ahmet Oğuz AKTÜRK¹, İsmail ÇELİK², İsmail ŞAHİN³, M. Engin DENİZ⁴

ABSTRACT: The aim of this research is to investigate the validity and reliability of “Facebook Connection Strategies Scale” (FCSS) which is developed by Ellison, Steinfield, and Lampe (2011). The research group of this study includes 669 university students who are also Facebook users. An exploratory factor analysis (EFA) is conducted to determine the FCSS’s factorial structure. By applying the principal components factor analysis using Varimax rotation method, one of 13 items of the scale that is loaded on more than one factor is removed. To determine the discriminant validity of FCSS, item-total correlations and 27% top and bottom group comparisons are made. In addition, confirmatory factor analysis (CFA) is conducted to describe the factor structure of the original form. CFA suggests acceptable fit values for the model. In this research, the FCSS’s reliability is investigated through internal consistency and test-retest reliability coefficient methods. The internal consistency coefficients for the subscales are as follows: 0.82 for information search, 0.89 for maintenance, and 0.80 for initialization. According to the analyses, the Turkish version of the scale is found to be valid and reliable.

Key Words: Facebook Connection Strategies Scale, Scale Adaptation, Social Network

Purpose and Significance: In recent years, a noticeable increase in the number of research on social networks can be realized. An important part of the research in the literature at present is about Facebook, which is considered to be the largest social networking site. Facebook connecting the whole world in a short period of time since its establishment by transforming people’s forms of self-expression and communication brought applications both to online and offline interpersonal communications together. The purpose of this study is to adapt “Facebook Connection Strategies Scale” (FCSS) originally developed by Ellison, Steinfield, and Lampe (2011) to Turkish to determine the distinction among the communication applications on Facebook and to determine the reliability and validity of the scale with a group of university students.

Methods: The research group of the study consists of Facebook users who are undergraduate students in two different universities. Four different research groups have been established for the validity and reliability studies of the Turkish version of FCSS. The research group with whom the validity of the scale is conducted consists of 60 university students who are senior students in the Department of English Language Teaching. This research group consists of 22 (36.7%) males and 38 (63.3%) females. The number of participants in the study group with whom the exploratory factor analysis is conducted is 228. 122 (53.5%) of the participants in this group are females and 106 (46.5%) are males. The number of participants in the study group formed for confirmatory factor analysis is 329. This group consists of 189 (57.4%) females and 140 (42.6%) males. Finally, the number of the participants of the group formed to ensure the test-retest reliability is 52. This group consists of 37 (71.2%) females and 15 (28.8%) males.

Results: Turkish adaptation of FCSS is realized through four stages. At the first stage, the language validity of the scale is examined and the FCSS score correlation coefficient (r) is found to be 0.95 ($p < .01$). Derived from this finding, the scale is found to be equivalent to the original form of the language. At the second stage, explanatory factor analysis (EFA) is applied in order to determine the structure of the scale factor. As a result of EFA, it is found that the ratio of the variance of each factor varies between approximately 14 to 37 percent, while the total variance explained is approximately 69%. At the next stage, confirmatory factor analysis (CFA) is applied in order to explain if the factor structure of the original form can be verified or not. The value of the model (χ^2/sd) developed for the CFA is found to be 4.186 which is at the acceptable level. At the final stage, the reliability of the scale is determined by the internal consistency, item analysis and test-retest reliability. In FCSS’s original form, reliability coefficients of the subscales are 0.86 for the initiating, 0.77 for the information-

¹ Assist. Prof. Dr., Necmettin Erbakan University, Eregli Faculty of Education, aoakturk@konya.edu.tr

² Res. Assist., İsmail ÇELİK, Necmettin Erbakan University, A.K. Faculty of Education, icelik@konya.edu.tr

³ Assoc. Prof. Dr., İsmail ŞAHİN, Necmettin Erbakan University, A.K. Faculty of Education, isahin@konya.edu.tr

⁴ Prof. Dr., M. Engin DENİZ, Yildiz Technical University, Faculty of Education, edeniz@yildiz.edu.tr

seeking and 0.87 for the maintaining. In this scale adaptation study, the reliability coefficients are 0.80 for initiating, 0.82 for information-seeking and 0.89 for the maintaining. In order to determine the discriminant validity of the scale, item-total correlations and 27% of top and bottom group comparisons are made and it is found that there is a significant relationship between the item-total correlations and the scores of each item. To determine reliability, the test-retest method is used and the Turkish version of FCSS is applied to a group of 52 participants within two-weeks of intervals. The Pearson's correlation coefficient between the scores of the two applications is found to be 0.84 ($p < .01$).

Discussion and Conclusions: According to the analyses conducted in the present study, it is concluded that Turkish version of FCSS is valid and reliable. This scale is expected to help the researchers do research on Facebook and identify the distinction between the different uses of Facebook.

Facebook Bağlanma Stratejileri Ölçeğinin Türkçe Uyarlama Çalışması

Ahmet Oğuz AKTÜRK¹, İsmail ÇELİK², İsmail ŞAHİN³, M. Engin DENİZ⁴

ÖZ. Bu araştırmanın amacı, Ellison, Steinfield ve Lampe (2011) tarafından geliştirilen “Facebook Bağlanma Stratejileri Ölçeği” (FBSÖ)’nün Türkçe Formunun geçerlik ve güvenilirliğini araştırmaktır. Çalışmanın araştırma grubu, toplam 669 üniversite öğrencisinden oluşan Facebook kullanıcılarını içermektedir. FBSÖ’nün faktör yapısını belirlemek üzere açımlayıcı faktör analizi (AFA) yapılmıştır. Varimax rotasyon yöntemi kullanılarak temel bileşenler faktör analizi sonucunda, 13 maddeden ölçeğin faktörlerinde birden fazla yüke sahip olan bir madde ölçekten çıkarılmıştır. FBSÖ’nün madde ayırt ediciliğini belirlemek için madde-toplam korelasyonu ve %27’lik alt-üst grup karşılaştırmaları yapılmıştır. Ayrıca, bu çalışmada, ölçeğin orijinal formundaki faktör yapısının doğrulanıp doğrulanmayacağını açıklamak için doğrulayıcı faktör analizi (DFA) yapılmıştır. DFA için oluşturulan modelin kabul edilebilir uyum değerlerine sahip olduğu görülmüştür. Bu araştırmada, FBSÖ’nün güvenilirliği, iç tutarlılık katsayısı ve test-tekrar test yöntemleriyle araştırılmıştır. Ölçeğin iç tutarlılık katsayıları ölçek boyutları için şu şekildedir: 0.82 (bilgi arama), 0.89 (sürdürme), 0.80 (başlatma). Yapılan analizlere göre ölçeğin Türkçe Formunun geçerli ve güvenilir olduğu görülmüştür.

Anahtar Kelimeler: Facebook Bağlanma Stratejileri Ölçeği, Ölçek Uyarlama, Sosyal Ağ

1. GİRİŞ

Bilgi ve teknoloji çağı olarak adlandırılan 21. yy’de bilgi ve iletişim teknolojilerinde yaşanan gelişmeler toplumsal hayatı sosyal, siyasal, kültürel ve ekonomik olarak etkilemiştir (Erkoç & Erkoç, 2011; Özmen, Aküzüm, Sünkür, & Baysal, 2011). Gelişen iletişim teknolojilerinin tetikleyici unsur olduğu toplumsal değişim, toplum içinde yaşayan bireylerin (Uslu Karahan, 2007) iletişim kurma ve sosyal çevre oluşturma alışkanlıklarını da değiştirmiştir (Erkoç & Erkoç, 2011). İletişim alanında yaşanan bu gelişmenin en önemli aktörü internet teknolojileridir. İnternet, kısa bir geçmişe sahip olmasına karşın dünya üzerinde yaygın bir kullanım alanına erişmiş bir kitle iletişim aracıdır (Yaman & Erdoğan, 2007).

İnternet, insanları birbirine bağlayan ve bilgiye ulaşılabilirliğini artıran Web 2.0 araçları ile bambaşka bir döneme girmiştir (Karal & Kokoç, 2010; Warschauer, 2009). Web 2.0, bir dizi yeni uygulama ve hizmet ile kullanıcıların içeriğine katkıda bulunmasına izin vererek onlara hareket özgürlüğü ve kullanım kolaylığı sunan yeni nesil internet platformu olarak tanımlanabilir (Genç, 2010; Horzum, 2010). Birinci nesil web araçlarında yukarıdan aşağıya bir yapının hâkim olması kullanıcıların pasif konumda bulunmalarına neden olurken, yeni nesil Web 2.0 araçları ile aşağıdan yukarı bir yapı hâkim olmuş ve bunun sonucunda da kullanıcı, teknik engellerle karşılaşmadan içeriğini yayımlayabildiği gibi sosyal etkileşim ve işbirliği sağlayan servis ve uygulamalardan yararlandığı bir ortam elde etmiştir (Aslan, 2007; Murphy, 2000).

İnternet teknolojilerinde yaşanan Web 2.0 devriminden sonra ortaya çıkan sosyal ağ siteleri günümüzün en yaygın ve en vazgeçilmez iletişim araçları haline gelmiştir (Karal & Kokoç, 2010; Korkmaz, 2012). Sosyal ağ kavramının internetle birlikte geçirdiği değişimin son safhası olan sosyal ağ siteleri, geçmişte insanlar arasında var olan ancak somut bir şekilde görülemeyen bağlantıları, bilgisayar ağlarıyla oluşturulan yeni bir mekân ya da düzlemde (diğer bir deyişle siber uzayda) daha görünür kılmıştır (Korkmaz, 2012). Sosyal ağ sitelerinde aslında işin özü sanal bir “topluluk” oluşturup bunlarla birlikte hareket etme, fikirleri paylaşma, yeni çözümler üretme ve benzeri çalışmalar yapmaktır (Özmen ve ark., 2011).

Bu yönüyle sanal toplulukların organize olmuş hali olarak nitelendirilebilecek olan sosyal ağ siteleri, kullanıcılarına kendilerini tanıtmak amacıyla bazı kişisel bilgilerin bulunduğu bir profil sayfası oluşturma, diğer kullanıcılarla iletişim kurarak sosyal gruplar oluşturma, çeşitli bilgi ve içerikleri paylaşma, farklı fikir ve görüşleri tartışma, mevcut arkadaşlıklarını çevrimiçi olarak sürdürme, yeni

¹ Yrd. Doç. Dr., Necmettin Erbakan Üniversitesi, Ereğli Eğitim Fakültesi, aoakturk@konya.edu.tr

² Arş. Gör., İsmail ÇELİK, Necmettin Erbakan Üniversitesi, A.K. Eğitim Fakültesi, icelik@konya.edu.tr

³ Doç. Dr., İsmail ŞAHİN, Necmettin Erbakan Üniversitesi, A.K. Eğitim Fakültesi, isahin@konya.edu.tr

⁴ Prof. Dr., M. Engin DENİZ, Yıldız Teknik Üniversitesi, Eğitim Fakültesi, edeniz@yildiz.edu.tr

arkadaşlar edinme ve gelişmiş araçlarla içeriğini düzenleme imkanları sunan çevrimiçi sanal ortamlardır (Acquisti & Gross, 2006; Ellison, Steinfield, & Lampe, 2007; Hargittai & Hsieh, 2010; Gross & Acquisti, 2005; Joy & Katherine, 2008; Wang, Moon, Kwon, Evans, & Stefanone, 2010).

Boyd ve Ellison'a (2007) göre ise sosyal ağ siteleri bireylere, sınırlandırılmış bir sistem içinde halka açık veya yarı açık bir profil oluşturma, iletişim bağı olan kişilerin listesini açıkça ifade etme, listelerindeki kişilerin sistemdeki diğerleri ile olan bağlantılarını izleme şansı veren web tabanlı uygulamalardır. Sosyal ağ sitelerinin tarihsel gelişim süreci incelendiğinde, yukarıdaki verilen tanımlara göre ilk sosyal ağ olarak tanımlanabilecek olan "SixDegrees.com" sitesi 1997 yılında kurulmuş ve kullanıcılarına profil oluşturabilme, kendi arkadaşlarını listeleme ve 1998 yılından itibaren de arkadaş listelerinde gezinme imkanları sunmuştur. Bu güne gelindiğinde ise sosyal ağ siteleri içinde en yaygın kullanılanı "Facebook" dur (Toprak, Yıldırım, Aygül, Binark, Börekçi, & Çomu, 2009). Harvard Üniversitesi öğrencisi Mark Zuckerberg'in 2004 yılında "The Facebook" adıyla kurduğu site, kısa bir zaman içinde Harvard öğrencilerinin yarısından fazlasına ulaşmıştır. Kullanım yaygınlığı gittikçe artan Facebook, Amerika'daki diğer üniversitelerden de üye kabul etmeye başlamış ve siteye dâhil olan okullarının sayısının giderek artmasıyla, 2004 Aralık ayında sitenin kullanıcı sayısı 1 milyona ulaşmıştır. Facebook; kullanıcıların, farklı izin seviyeleri ile oluşturduğu ağlarda kişiye özel veya herkese açık iletilerle birbirleri ile bağlanmasını, gruplara katılmasını, kaynakları paylaşmasını sağlayan bir sosyal ağ sitesidir (Gonzales & Vodicka, 2010).

Bugün dünyanın en yaygın kullanılan sosyal paylaşım ağı haline gelen Facebook'un dünya genelindeki toplam kullanıcı sayısı 2013 yılının Mart ayı itibarıyla 950 milyonu aşarak 1 milyar sınırına dayanmıştır (Socialbakers, 2013). Kurulduğu günden bu yana, kişilerin birbirleriyle iletişime geçmesini ve bağlantılı kalmasını kolaylaştırıcı yeniliklerle sürekli kendini geliştiren Facebook'un diğer sosyal ağ sitelerinden daha farklı ve daha başarılı olduğu açıkça görünmektedir (Korkmaz, 2012). Facebook, mevcut sosyal ilişkileri desteklemeye ek olarak daha az yaygın olarak kullanılıyor gibi görünmesine rağmen yeni bağlantılar oluşturmak için kullanılabilen birçok özellik içerir. Facebook kullanıcıları, kendi Facebook 'ağ'larında bulunan diğer kullanıcılardan gizlilik ayarlarında erişime izin verenlerin profillerine rastgele göz atabilmekte, dürtebilmekte, mesaj gönderebilmekte veya arkadaş olmayı deneyebilmektedir (Ellison, Steinfield, & Lampe, 2011). Ancak, gelişigüzel arkadaş olmanın bu biçimi sosyal ilişkiler kurmak için yapılan diğer 'sosyal göz atma-social browsing' deneyimlerinden ayrı tutulmalıdır (Lampe, Ellison, & Steinfield, 2006). Facebook'taki bu farklı arkadaş olma biçimlerini birbirinden ayırt etmemizde "gizil bağlar" kavramı bize yardımcı olabilir (Ellison, Steinfield, & Lampe, 2011). Burada "gizil bağlar" kavramı ile kastedilen, "teknik olarak mümkün ancak, sosyal yönden harekete geçirilmemiş" bağlantılardır (Haythornthwaite, 2005) ve bireylerin birbirleriyle bağlantı kurmasına olanak sağlayan yeni bir araçla başlatırsa ortaya çıkmaktadır. Ellison, Steinfield ve Lampe'ye (2007) göre Facebook, kişisel bilgileri, ortak arkadaşları ve ortak ilgi alanları gibi birçok bilgiyi geniş bir yelpazede içermekte, kullanıcıların gizil bağlarını harekete geçirmeye cesaretlendirebilmekte ve pozitif yönde köprü kuran sosyal sermaye kazancı oluşturmak için bu gizil bağları zayıf ve köprü kuran bağlara dönüştürmektedir.

Sosyal ağ siteleri ile ilgili olarak yapılan çalışmalarda sıkça rastlanan olgulardan ikisi *zayıf bağlar* ve *sosyal sermaye* kavramlarıdır. Köseoğlu'nun (2012) Gladwell'den (2002) aktardığına göre; yeni bir iş bulmak, yeni bir haber ya da istihbarat elde etmek, yeni bir fikir üretmek söz konusu olduğunda, zayıf bağlar güçlü bağlardan genellikle daha çok işe yaramaktadır. Çünkü arkadaş olarak nitelenen kişiler, bizimle aynı iş yerinde çalışan, benzer ya da aynı okuldan mezun olmuş, aynı mahallede yaşayan kısacası aynı dünyayı paylaştığı için bizimle benzer şeylerden haberdar olan ve dolayısıyla benzer olanaklara sahip kişilerdir. Tanıdıklar ise farklı iş dünyaları ve farklı çevrelerden geldikleri için bizim hâkim olmadığımız alanlardan enformasyon sahibi olabilirler. Bu olgu, Sosyolog Mark Granovetter (1974) tarafından 'zayıf bağların gücü' olarak tarif edilmiştir. Tanıdık ve bildikler, bir çeşit sosyal güç kaynağıdır ve ne kadar çok tanıdık söz konusu ise o kadar sosyal güçten söz etmek mümkündür (Gladwell 2002; Köseoğlu, 2012). Zayıf bağlar aynı zamanda sosyal sermaye kavramı ile yakından ilişkilidir.

Sosyal sermaye, en basit şekliyle insanların sosyal etkileşimleri sonucu elde ettiği kaynaklar olarak tanımlanabilir (Lin, 2001). Buna göre geniş ve çeşitli ağ bağlantılarına sahip bireylerin küçük ve daha az çeşitli ağ bağlantılarına sahip kişilere göre daha güçlü sosyal sermayeye sahip olduğu iddia

edilebilir (Valenzuela, Park, & Kee, 2009). Putnam (2000), sosyal sermayenin köprü kuran (aracı-zayıf bağlar) ve bağlayan (dayanışmacı-güçlü bağlar) olmak üzere iki temel türünün olduğunu altını çizmektedir. Köprü kuran sosyal sermaye bireyler arasındaki sıradan tanışıklıkları ve yüzeysel ilişkileri içeren zayıf bağlardır (Adler & Kwon 2002; Putnam, 2000). Köprü kuran sosyal sermaye bireylere faydalı bilgiler ve yeni bakış açıları sağlamak suretiyle onların ufkunu genişletse de çok fazla duygusal destek sağlamaz (Johnston, Tanner, Lalla, & Kawalski, 2013). Donath ve Boyd (2004), kullanım maliyetlerinin düşük olması sayesinde sosyal ağ sitelerinin zayıf bağların veya köprü kuran sosyal sermayenin oluşturulması ve sürdürülmesi imkânlarını arttırabileceğini savunmaktadırlar. Ellison, Steinfield ve Lampe'ye (2006) göre de Facebook, özellikle öğrencilerin sosyal sermayelerini oluşturmasında ve sürdürmesinde önemli bir rol oynamaktadır. Bağlayan sosyal sermaye ise, sınırlı kaynaklara erişmeyi ve duygusal desteği sağlayan aile ve arkadaşlar gibi yakın çevre ile kurulan güçlü bağlarıdır (Adler & Kwon 2002; Putnam, 2000). Bu bağlar, genellikle bireyler arasındaki güçlü örülmüş duygusal yakın ilişkileri içeren homojen ve kapsayıcı bağlardır (Putnam, 2000; Williams 2006).

Ellison, Steinfield ve Lampe (2007), sosyal sermayenin üçüncü bir türünü tanımlamışlardır. Sürdürülen (korunan) sosyal sermaye olarak adlandırılan bu yeni sosyal sermaye türü, belirli bir zaman sürecinde yaşanan değişimlere bağlı olarak bireyler arasındaki değerli bağlantıları ifade etmektedir (Bargh & McKenna, 2004; Ellison, Steinfield, & Lampe, 2007). Çevrimiçi ağ araçları ile kurulan ilişkiler fiziksel olarak birbirlerinden ayrılan bireylerin birbirlerine yakın hale gelmelerine yardımcı olabilir. Özellikle bir bireyin coğrafi olarak başka bir yere hareket etmesi/taşınması ile yeniden şekillenen iletişim ağı ve diğer taraftan coğrafi olarak kurulması mümkün olmayan yani kaybedilen iletişimin yeni sosyal kaynaklarla desteklenmesi, bir anlamda sosyal sermayenin korunması sağlanmaktadır (Hablemitoğlu & Yıldırım, 2012).

Son yıllarda alanyazında sosyal ağlar hakkında yapılan araştırma sayısında gözle görülür bir artışın olduğundan bahsedilebilir. Alanyazında yer alan araştırmaların önemli bir bölümü günümüz itibarıyla en geniş sosyal ağ sitesi olarak kabul edilen Facebook ile ilgilidir. Araştırmacıların Facebook ile ilgili yaptıkları çalışmaların birçoğunda kullanıcı profilleri, gizlilik, görünürlük, kullanım amacı, kullanım motivasyonları, kullanım yoğunluğu, arkadaşlık performansı, ilişki nitelikleri, sosyal sermaye ve eğitsel kullanımı gibi farklı konuları ele aldıkları görülmektedir (Acquisti & Gross, 2006; Gross & Acquisti, 2005; Johnston ve ark., 2013; Joinson, 2008; Joy & Katherine, 2008; Mazman & Usluel, 2010; Valenzuela, Park, & Kee, 2009; Tong, Van Der Heide, Langwell, & Walther, 2008; Wang ve ark., 2010; West, Lewis, & Currie, 2009). Facebook ile ilgili erken dönem araştırmaların Facebook'un yaygınlaşmaya başladığı dönemlerde yoğunlaştığı söylenebilir. Ellison, Steinfield ve Lampe; bu konudaki öncü araştırmaları ile en çok tanınan araştırmacılar arasında gelmektedir (Ellison, Steinfield, & Lampe, 2006, 2007; Lampe, Ellison, & Steinfield, 2006, 2008).

Lampe, Ellison ve Steinfield (2006), Michigan Devlet Üniversitesi'nin konaklama birimi aracılığıyla burada kalan öğrencilerin Facebook'u yeni bağlantılar kurmak için mi yoksa var olan çevrimdışı kişisel ağlarını sağlamlaştırmak için mi kullandıklarını belirlemek amacıyla öğrencilere bir dizi anket sorusu yöneltmişlerdir. Araştırmanın sonuçları, öğrencilerin, Facebook'u büyük ölçüde *sosyal göz atma* (social browsing-birini ya da bir grubu daha sonra çevrimdışı ortamda buluşmak amacıyla site üzerinden bulmaya çalışmak) amaçlı kullanmaktan çok *sosyal araştırma* (social searching-sosyal ağ sitesinin çevrimdışı olarak tanınan bireyler [aynı dersi alması, yurttan tanışması vb. nedenlerle] hakkında daha çok şey öğrenmek için kullanılması) yapmak için kullandığını göstermektedir.

Lampe, Ellison ve Steinfield (2008), yine Michigan Devlet Üniversitesi'nde yürüttükleri bir başka araştırmada 2006, 2007 ve 2008 yıllarında ayrı öğrenci gruplarına yönelttikleri anket soruları ve anketi 2006 yılında cevaplayanlardan seçilen küçük bir gruba yapılan görüşmeler aracılığıyla Facebook kullanımının zamanla nasıl değiştiğini belirlemeye çalışmışlardır. Araştırma sonunda Facebook'un kullanım şeklinin zamanla sabit kalmasına rağmen sitenin kullanıcı profilleri ve tutumları çalışma dönemi boyunca farklılık göstermiştir. Buna ek olarak, siteye yeni üye olanların eskilere oranla çok daha fazla sosyal göz atma faaliyeti yaptıkları saptanmıştır.

Ellison, Steinfield ve Lampe (2006) Michigan Devlet Üniversitesi lisans öğrencilerinin Facebook kullanım durumlarını, motivasyonlarını ve farklı kullanım motivasyonları (eski/mevcut arkadaşlar ile bağlantılı kalmak, insanlar hakkında bilgi araştırma yapmak veya yeni insanlarla tanışmak gibi) ile sosyal sermaye arasındaki ilişkiyi araştırmak için yaptıkları çalışmada Facebook kullanım düzeylerinin ve motivasyonlarının köprü kuran (aracı) sosyal sermaye oluşturma ve geliştirmede yüksek bir etkiye sahip olduğunu bulmuşlardır.

Ellison, Steinfield ve Lampe (2007) yaptıkları bir diğer çalışmada, 2006 yılındaki çalışmaya benzer şekilde Michigan Devlet Üniversitesi lisans öğrencilerinin Facebook kullanım durumlarını, motivasyonlarını ve farklı kullanım motivasyonları ile sosyal sermaye arasındaki ilişkiyi araştırmak için tekrar bir araştırma yapmışlar ancak bu kez sosyal sermaye türlerinden bağlayan (dayanışmacı) ve köprü kuran (aracı) sosyal sermaye türlerine bir yenisini, sürdürülen (korunan) sosyal sermayeyi eklemiştir. Araştırma sonucunda ise Facebook kullanımı ile sosyal sermayenin iki türü olan bağlayan (dayanışmacı) ve köprü kuran (aracı) sosyal sermaye arasında pozitif bir ilişkinin bulunmasına ek olarak sosyal sermayenin üçüncü türü olarak yeni tanımlanan sürdürülen (korunan) sosyal sermaye arasında da pozitif bir ilişkinin olduğunu tespit etmişlerdir.

Bu çalışmaların sonuçlarını değerlendiren Ellison, Steinfield ve Lampe (2011), ABD’de lisans düzeyindeki öğrencilerin Facebook’u sosyal ilişkiler kurma ve geliştirme amaçlı nasıl kullandıklarını belirlemek ve bu kullanım biçimlerinin algılanan sosyal sermaye üzerindeki etkilerini araştırmak için bir çalışma yapmışlardır. Ellison, Steinfield ve Lampe (2011), bu çalışmada, Facebook’un çoğu lisans öğrencisinin günlük yaşamının bir parçası olduğu (Lampe, Ellison, & Steinfield, 2008) düşüncesinden hareketle “Facebook arkadaşlarının faydalarını” (Ellison, Steinfield, & Lampe, 2007) hayata geçirmede Facebook temelli sosyal etkileşimin bazı kalıplarını belirlemek için “Facebook Bağlanma Stratejileri Ölçeği” (FBSÖ) adını verdikleri bir ölçek geliştirmişlerdir (Ek-Facebook Bağlanma Stratejileri Ölçeği). Buradaki “bağlanma stratejileri” terimi, Facebook temelli ilişkisel iletişim faaliyetlerini ve iletişim stratejileri ile sosyal sermaye kazançları arasındaki ilişkiyi araştırmak için tanımlanan bir terimdir. Quan-Haase ve Wellman’ın (2004) da belirttiği gibi, “internetin tüm kullanım amaçları sosyal amaçlar için olmasa bile” Facebook’un farklı kullanımları farklı sosyal sermaye çıktılarına neden olacaktır. Facebook’un önceden var olan arkadaşlık ilişkilerini sürdürmek için kullanımı bağlayan (dayanışmacı-güçlü bağlar) sosyal sermayeyi teşvik ederken, gizil ilişkilerle ilgili kullanımı ise köprü kuran (aracı-zayıf bağlar) sosyal sermayeyi arttırabilmektedir (Ellison, Steinfield, & Lampe, 2011).

Ellison, Steinfield ve Lampe (2011), FBSÖ ile özellikle Facebook’un var olan güçlü ilişkileri ifade etmek, sıradan tanışıklıklar ve önceden çevrimdışı bir ilişkisi olmayan yabancılarla olan iletişime geçmeyi içeren farklı kullanımları arasındaki ayrımı belirlemeyi amaçlamışlardır. Bu amaçla geliştirilen ölçek, üç faktörlü bir yapı altında toplam 13 maddeden oluşmaktadır. Ölçeğin “Başlatma” (Initiating) olarak adlandırılan ilk faktörü, Facebook aracılığıyla yabancılarla tanışmayı amaçlayan davranışları tanımlamaktadır. Bu faktör için alınan yüksek puanlar, Facebook’un daha çok yeni insanlarla tanışmak, göz atmak, iletişim kurmak, arkadaş olmak ve yabancılarla şahsen tanışmak için kullanıldığını göstermektedir. Bu tür davranışlar en az görülen davranışlardır. “Sürdürme” (Maintaining) olarak adlandırılan ikinci faktörü, bireyin yakın arkadaşları ile ilgili arama, iletişime geçme, arkadaş olarak ekleme ve görüşme gibi tüm davranışlarını içerir. Bu tür davranışlar ise en sık görülen davranışlardır. “Bilgi arama” (Information-seeking) olarak adlandırılan üçüncü ve son faktörü ise, Facebook’u çevrimdışı ilişkilerinin bazılarını paylaşan birisi hakkında daha fazla bilgi bulmak için kullanma ile ilgili olan bazı davranışları tanımlamaktadır. Bu faktörden yüksek puan alan bireyler muhtemelen sosyal hayatta karşılaştıkları birisini araştırmak, sınıftaki akranları ve yakınlarında yaşayan diğer insanlar hakkında daha fazla bilgi edinmek için Facebook’u kullanıyorum şeklindeki görüş bildirmişler ve muhtemelen kendi etraflarında yaşayan birilerinin profiline göz atmışlardır. Kurulmasından itibaren kısa bir süre içinde tüm dünyayı daha bağlantılı hale getiren Facebook, insanların kendini ifade etme ve başkalarıyla iletişim kurma biçimlerini dönüşüme uğratarak gerek çevrimiçi gerek çevrimdışı kişilerarası iletişime geçmişte var olanının dışında farklı iletişim uygulamalarını beraberinde getirmiştir. Bu çalışmanın amacı Ellison, Steinfield ve Lampe’nin (2011) Facebook’daki farklı iletişim uygulamaları arasındaki ayrımı belirlemek için geliştirdikleri FBSÖ’yü

Türkçe'ye uyarlamak ve üniversite öğrencilerinden oluşan bir grup üzerinde ölçeğin geçerlik ve güvenilirliğini saptamaktır.

2. YÖNTEM

2.1.Araştırma Grubu

Çalışmanın araştırma grubunu, iki farklı üniversitesinin farklı bölümlerinde ön lisans ve lisans eğitimi gören Facebook kullanıcıları oluşturmaktadır. FBSÖ'nün Türkçe Formunun geçerlik ve güvenilirliği için 4 farklı araştırma grubu oluşturulmuştur. Ölçeğin dil geçerliğini sağlamak amacıyla oluşturulan araştırma grubunu, İngilizce Öğretmenliği Bölümünde, 4. sınıfta öğrenim gören 60 üniversite öğrencisi oluşturmaktadır. Bu araştırma grubunun 38'si (%63.3) kadın, 22'si (%36.7) erkektir. Açıklayıcı faktör analizi için oluşturulan araştırma grubundaki katılımcı sayısı 228'dir. Bu gruptaki katılımcıların 122'si (%53.5) kadın, 106'sı (%46.5) ise erkektir. Doğrulayıcı faktör analizi için ise oluşturulan araştırma grubundaki katılımcı sayısı 329'dur. Bu gruptaki katılımcıların 189'u (%57.4) kadın, 140'ı (%42.6) erkektir. Son olarak test-tekrar test güvenilirliğini belirlemek amacıyla oluşturulan grubun katılımcı sayısı 52'dir. Bu gruptaki katılımcıların ise 37'si kadın (%71.2), 15'i (%28.8) erkektir.

2.2.Facebook Bağlanma Stratejileri Ölçeği

Bu çalışmada; Ellison, Steinfield ve Lampe (2011) tarafından Facebook kullanıcılarının bağlantı kurma stratejilerini belirlemek amacıyla geliştirdikleri Facebook Bağlanma Stratejileri Ölçeği'nin (Facebook Connection Strategies Scale-FCSS) Türkçe Formu uyarlanmıştır. Ölçeğin Türkçe'ye uyarlanması için orijinal çalışmanın irtibat yazarı olan Nicole B. Ellison'dan izin alınmıştır. 5'li Likert tipindeki ölçek 13 maddeden oluşmakta ve ölçeğin üç alt boyutu bulunmaktadır. İç tutarlılık katsayısıyla birlikte bu alt boyutlar, başlatma (0.86), bilgi arama (0.77) ve sürdürme (0.87) şeklindedir. Ölçekte ilk 9 maddenin seçenekleri "hiç uygun değil, uygun değil, kararsızım, uygun, oldukça uygun" şeklindeyken son 4 maddenin seçenekleri "kesinlikle katılmıyorum, katılmıyorum, kararsızım, katılıyorum, kesinlikle katılıyorum" şeklindedir.

2.3.Dil Geçerliği Analizi

FBSÖ'nün orijinalinde yer alan İngilizce maddeler önce araştırmacılar tarafından Türkçe'ye çevrilmiştir. Bu işlem tamamlandıktan sonra, İngilizce Öğretmenliği Anabilim Dalında çalışan iki uzmandan ölçeğin Türkçe çevrisine dair görüş alınmıştır. Bu işlemler sonucunda maddeler, uzmanların ortak onayı ile düzenlenmiş ve ölçeğin Türkçe Formu oluşturulmuştur. Son olarak, ölçeğin dil geçerliğini sağlamak amacıyla oluşturulan araştırma grubuna, ölçeğin İngilizce ve Türkçe Formu iki hafta arayla uygulanmıştır.

2.4.Yapı Geçerliği Analizi

Faktör analizi, "birbiriyle ilişkili p tane değişkeni bir araya getirerek az sayıda ilişkisiz ve kavramsal olarak anlamlı yeni değişkenler (faktörler, boyutlar) bulmayı, keşfetmeyi amaçlayan çok değişkenli bir istatistiktir" (Büyüköztürk, 2012, s.123). Genel bir sınıflama yapılacak olursa faktör analizi, açıklayıcı ve doğrulayıcı faktör analizleri olarak ikiye ayrılır. Bu çalışmada ölçeğin Türkçe'ye uyarlanmasına ilişkin belirtilen iki analiz de sırasıyla yapılmıştır.

2.4.1.Açıklayıcı Faktör Analizi (AFA)

FBSÖ'nün faktör yapısını belirlemek üzere AFA yapılmıştır. Elde edilen verilerin faktör analizi yapmaya uygun olup olmadığını belirlemek amacıyla Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) ve Barlett testleri yapılmıştır. KMO ve Barlett testlerinin hesaplamaları için SPSS 17.0 programı kullanılmıştır.

2.4.2.Doğrulayıcı Faktör Analizi (DFA)

Ölçeğin orijinal formundaki faktör yapısının doğrulanıp doğrulanmayacağını açıklamak için DFA yapılmıştır. Sümer (2008) DFA'yı kuramsal bir temelden destek olarak pek çok değişkenden oluşturulan faktörlerin gerçek verilerle ne derece uyum gösterdiğini belirlemeye yönelik bir analiz olarak tanımlamıştır. Ölçeğin DFA'sı, faktörleri önceki çalışmalarda belirlenmiş bir model test edildiğinden AMOS 19.0 programındaki maksimum olabilirlik (Maksimum Likelihood) yöntemiyle yapılmıştır.

2.5.Güvenirlik Analizi

Bu araştırmada uyarlanan ölçeğin güvenilirliği; madde, test-tekrar test güvenilirliği ve iç tutarlık (Cronbach Alpha) analizleriyle belirlenmiştir.

2.5.1.Madde Analizi

Madde-toplam korelasyonu, test maddelerinden alınan puanlar ile testin toplam puanı arasındaki ilişkiyi açıklamaktadır. Madde toplam korelasyonun pozitif ve yüksek olması, maddelerin benzer davranışları örneklelediğini ve ölçeğin iç tutarlılığının yüksek olduğunu gösterir (Büyüköztürk, 2012). Madde analizi için diğer bir yol ise testin toplam puanlarına göre oluşan alt %27 ve üst %27 madde ortalama puanları arasındaki farkların ilişkisiz t-testi kullanılarak belirlenmesidir. Gruplar arasında istendik yönde gözlenen farkların anlamlı çıkması testin iç tutarlılığının bir göstergesidir (Büyüköztürk, 2012).

2.5.2.Test-tekrar Test Güvenirlik Analizi

Bir testin aynı gruba belli aralıklarla iki kez uygulanmasıyla elde edilen puanların arasındaki korelasyon ile açıklanır. İki puan seti arasındaki ilişkinin derecesi, Pearson korelasyon katsayısı kullanılarak hesaplanır. Belirlenen korelasyon katsayısı, testin zamana bağlı olarak ne derece kararlı ölçümler verdiğini yorumlamak için kullanılır (Büyüköztürk, 2012; Büyüköztürk, Kılıç Çakmak, Akgün, Karadeniz, & Demirel, 2012).

2.5.3.İç Tutarlık (Cronbach Alpha)Analizi

Ölçeğin üç alt boyutu için iç tutarlık katsayısı, Cronbach Alpha değeri ile hesaplanmıştır. Bu hesaplamalar için SPSS 17.0 programı kullanılmıştır.

3. BULGULAR VE TARTIşMA

3.1.Dil Geçerliği Analizine ait Bulgular

FBSÖ'nün orijinali ile Türkçe Formu arasındaki eşdeğerliği belirleyebilmek amacıyla, iki farklı formu İngilizce Öğretmenliği 4. sınıfta okuyan 60 öğrenciye iki hafta arayla uygulanmıştır. Ölçekten elde edilen FBSÖ puanları arasındaki korelasyon katsayısı (r) 0.95 olarak bulunmuştur ($p < .01$). Elde edilen bu bulguyla, ölçeğin orijinal formuyla dil eşdeğerliğini sağladığı görülmüştür.

3.2.Açımlayıcı Faktör Analizine (AFA) ait Bulgular

Elde edilen verilerin faktör analizi yapmaya uygun olup olmadığını belirlemek amacıyla KMO ve Barlett testleri yapılmıştır. Verilerin faktör analizine uygun olabilmesi için, KMO'nun 0.60'tan yüksek, Bartlett testinin anlamlı olması gerekmektedir (Büyüköztürk, 2012). Araştırmadaki verilere göre KMO'nun değerinin 0.83 ve Bartlett testinin anlamlı olduğu bulgularına ulaşılmıştır ($\chi^2=4413.32,45$; $p < .01$). Varimax rotasyon yöntemi kullanılarak temel bileşenler faktör analizi sonucunda, ilk döndürmeyle birlikte ortaya çıkan faktör yükleri Tablo 1'de gösterilmiştir.

Tablo 1. Ölçeğin faktör yük dağılımları

Maddeler	Faktör 1	Faktör 2	Faktör 3
FBSÖ1		0.71	
FBSÖ2		0.87	
FBSÖ3		0.84	
FBSÖ4		0.66	
FBSÖ5	0.42	0.48	0.29
FBSÖ6	0.85		
FBSÖ7	0.83		
FBSÖ8	0.89		
FBSÖ9	0.79		
FBSÖ10		0.54	
FBSÖ11			0.74
FBSÖ12			0.87
FBSÖ13			0.84

Tablo 1 incelendiğinde, ölçekte 5. madde olan “Size tanıdık gelen, çevrenizde yaşayan ve daha önce hiç konuşmadığınız birisini düşünün. Onun Facebook profiline göz atmak size ne derece uygundur?” maddesinin üç faktördeki yük değerlerinin birbirine yakın olduğu görülmektedir. Alan yazında bir maddenin faktördeki en yüksek yük değeri ile bu değerden sonra en yüksek olan yük değeri arasındaki farkın en az 0.10 olması önerilir (Büyüköztürk, 2012). Bu sebeple 5. madde ölçekten çıkarılmıştır. Geriye kalan 12 madde öz değeri 1’in üzerinde olan üç faktörlü bir yapı oluşturmuştur. Bulunan üç faktöre ilişkin öz değerler, varyans yüzdeleri ve toplam varyans yüzdeleri Tablo 2’de verilmiştir.

Tablo 2. Ölçeğin faktör yapısı

Faktör	Öz değer	Varyans Yüzdesi	Toplam Varyans Yüzdesi
1	4.40	36.72	36.72
2	2.18	18.16	54.88
3	1.67	13.92	68.81

Tablo 2 incelendiğinde her faktörün açıkladığı varyans oranının yaklaşık olarak yüzde 14 ile 37 arasında değiştiği, açıklanan toplam varyansın ise yaklaşık olarak %69 olduğu görülmektedir.

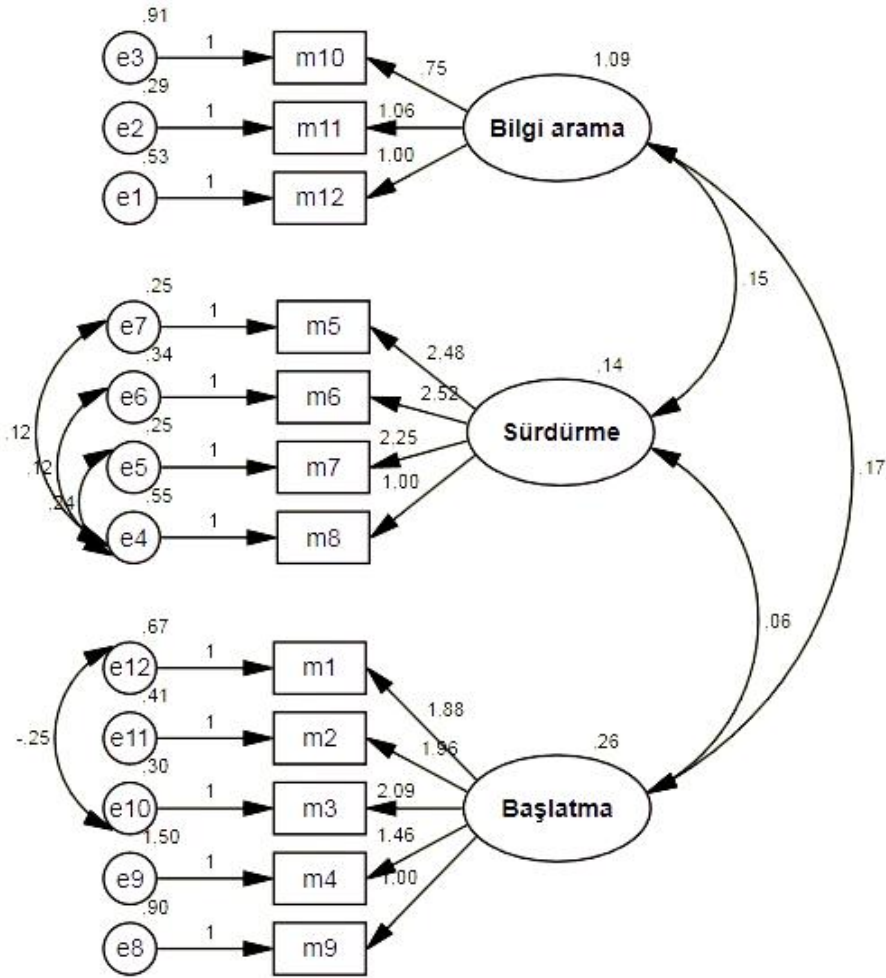
3.3. Doğrulayıcı Faktör Analizine (DFA) ait Bulgular

Yapılan AFA sonucu ölçeğin orijinalindeki gibi üç boyutlu bir yapı gösterdiği bulunmuştur. Ölçeğin orijinal formundaki faktör yapısının doğrulanıp doğrulanmayacağını açıklamak için DFA yapılmıştır. Sümer (2008) DFA’yı kuramsal bir temelden destek alarak pek çok değişkenden oluşturulan faktörlerin gerçek verilerle ne derece uyum gösterdiğini belirlemeye yönelik bir analiz olarak tanımlamıştır. Ölçeğin DFA’sı, faktörleri önceki çalışmalarda belirlenmiş bir model test edildiğinden AMOS 19.0 programındaki maksimum olabilirlik (Maksimum Likelihood) yöntemiyle yapılmıştır. DFA için oluşturulan modelin yeterliliğini ortaya koymak üzere çeşitli uyum indeksi kullanılmaktadır. Bu çalışmada yapılan DFA için Ki-kare uyum testi (Chi-Square Goodness of Fit, χ^2), RMSEA (Root Mean Square Error of Approximation), GFI (Goodness of Fit Index), CFI (Comparative Fit Index), NFI (Normed Fit Index), TLI (Tucker Lewis Index) ve AGFI (Adjusted Goodness of Fit Index) uyum indeksleri incelenmiştir. Üç faktörlü olarak oluşturulan modele ilişkin değerler Tablo 3’te gösterilmiştir.

Tablo 3. Ölçeğin DFA uyum indeksleri

Ölçüm	İyi Uyum	Kabul Edilebilir Uyum	Modelin Uyum Değerleri
(χ^2 /sd)	≤ 3	$\leq 4-5$	4.186
RMSEA	≤ 0.05	0.06-0.08	0.700
NFI	≥ 0.95	0.94-0.90	0.951
CFI	≥ 0.97	≥ 0.95	0.962
GFI	≥ 0.90	0.89-0.85	0.954
AGFI	≥ 0.90	0.89-0.85	0.924
TLI	≥ 0.95	0.94-0.90	0.947

Tablo 3 incelendiğinde, genel olarak uyum değerlerinin kabul edilebilir düzeyde olduğu görülmektedir (Hu & Bentler, 1999; Jöreskog & Sörbom, 1984; Meydan & Şeşen, 2011; Tanaka & Huba, 1985). Şimşek (2007)’e göre, χ^2 uyum iyiliği değerinin küçük olması modelin toplanan verilerle uyumlu olduğunun işareti olarak kabul edilir ve bu değer 3’ten küçük olması istenir. Çoğu durumda bu kriter karşılanmadığı için χ^2 ’nin serbestlik derecesine (sd) bölünmesi ile elde edilen değere bakılır. χ^2 /(sd)’nin 3’ten küçük ya da eşit olması modelin iyi uyum sağladığını, 5’ten küçük ya da 4’e eşit olan değeri ise modelin kabul edilebilir uyumunu gösterir (Meydan & Şeşen, 2011). Yapılan DFA için geliştirilen modelin (χ^2 /sd) değeri 4.186 bulunduğu için kabul edilebilir uyum düzeyinde olduğu söylenebilir. Modelin uyumunu test etmek sıklıkla kullanılan diğer bir uyum indeksi de Yaklaşık Hataların Karekökü (Root Mean Square Error of Approximation, RMSEA) dır. Sümer (2000)’e göre RMSEA’nın 0.05’e eşit veya küçük olması mükemmel uyumu, 0.08’e kadar olan değerleri de kabul edilebilir uyumu göstermektedir. Bu çalışmada oluşturulan modelin RMSEA değeri kabul edilebilir uyum düzeyindedir. Test edilen model Şekil 1’de gösterilmiştir.



Şekil 1. Üç faktörlü modelin DFA sonuçları ($\chi^2 = 196.75$, $p < 0.01$, $\chi^2/Sd = 4.186$)

Şekil 1’de gösterilen modeldeki tüm yollar 0,01 düzeyinde anlamlı bulunmuştur. DFA sonuçlarına göre, modelin kabul edilebilir uyum değerlerine sahip olduğu görülmüştür.

3.4. Madde Analizine ait Bulgular

FBSÖ’nün madde ayırt ediciliğini belirlemek için madde-toplam korelasyonu ve %27’lik alt-üst grup karşılaştırmaları yapılmıştır. Elde edilen bulgular Tablo 4’de gösterilmiştir.

Tablo 4. Ölçek maddeleri için %27’lik alt ve üst grupların karşılaştırılması

Maddeler	Düzeltilmiş madde-toplam korelasyonu	Alt Grup %27		Üst Grup %27		Alt ve Üst Grupların Karşılaştırılması
	r	\bar{X}	S	\bar{X}	S	
FBSÖ1	0.684**	1.55	0.85	3.73	0.79	-24.77**
FBSÖ2	0.685**	1.37	0.71	3.49	0.83	-25.62**
FBSÖ3	0.655**	1.37	0.74	3.41	0.95	-22.54**
FBSÖ4	0.523**	2.09	1.35	3.96	0.94	-14.98**
FBSÖ5	0.615**	3.28	1.38	4.76	0.53	-13.32**
FBSÖ6	0.612**	3.20	1.36	4.75	0.58	-13.33**
FBSÖ7	0.595**	3.55	1.31	4.81	0.43	-12.08**
FBSÖ8	0.435**	4.10	1.15	4.87	0.41	-8.34**
FBSÖ9	0.488**	1.48	0.79	2.89	1.04	-14.21**
FBSÖ10	0.529**	2.40	1.31	4.01	0.90	-13.39**
FBSÖ11	0.547**	2.14	1.12	3.76	0.98	-14.46**
FBSÖ12	0.534**	2.55	1.22	3.88	0.97	-13.78**

** p<0.01

Tablo 4 incelendiğinde, elde edilen t değerlerinin -25.62 ve -8.34 arasında değiştiği görülmüştür. Her maddeden alınan puanların madde-toplam korelasyonu anlamlı bir ilişkisinin olduğu görülmektedir.

3.5. Test-tekrar Güvenirlik Analizine ait Bulgular

Test-tekrar test yöntemiyle güvenirligi belirlemek için FBSÖ'nün Türkçe uyarlanmış hali 52 kişilik bir araştırma grubuna 2 hafta arayla uygulanmıştır. İki uygulamanın puanları arasındaki Pearson korelasyon katsayısı 0.84 olarak bulunmuştur ($p < .01$). Bu bulguya göre, uyarlanan ölçekle zamana bağlı olarak kararlı ölçümler yapılabilir.

3.6. İç Tutarlık (Cronbach Alpha) Analizine ait Bulgular

FBSÖ'nün orijinal formunda alt boyutların güvenirlilik katsayıları başlatma alt boyutu için 0.86, bilgi arama için 0.77 ve sürdürme için ise 0.87'dir. Yapılan bu uyarlama çalışmasında ise güvenirlilik katsayıları başlatma için 0.80, bilgi arama alt boyutu için 0.82, sürdürme için ise 0.89 olarak bulunmuştur.

4. SONUÇLAR

Bu çalışmada, Ellison, Steinfeld ve Lampe (2011) tarafından geliştirilen FBSÖ'nün Türkçe Formunun geçerlik ve güvenirligi araştırılmıştır. Ellison, Steinfeld ve Lampe (2011) FBSÖ ile özellikle Facebook'un var olan güçlü ilişkileri ifade etmek, sıradan tanışlıklar ve önceden çevrimdışı bir ilişkisi olmayan yabancılarla olan iletişime geçmeyi içeren farklı kullanımları arasındaki ayrımı belirlemeyi amaçlamışlardır. Ölçek 13 madde ve 3 alt boyuttan oluşmaktadır.

FBSÖ'nün Türkçe'ye uyarlanması dört aşamada gerçekleşmiştir. İlk aşamada ölçeğin İngilizce ve Türkçe dil geçerliliği incelenmiştir. İkinci aşamada, ölçeğin faktör yapısını belirlemek amacıyla AFA, bir sonraki aşamada orijinal formundaki faktör yapısının doğrulanıp doğrulanmayacağını açıklamak için DFA yapılmıştır. Son aşamada ise ölçeğin güvenirligi iç tutarlık, madde analizi ve test-tekrar test güvenirligi ile belirlenmiştir. Türkçe'ye uyarlanan ölçeğin dil geçerliliği çalışması için İngilizce Öğretmenliğinde okuyan öğrencilere ölçeğin İngilizce ve Türkçe Formu iki hafta arayla uygulanmıştır. İki farklı formu arasındaki FBSÖ puanlarından elde edilen yüksek korelasyon katsayısı, ölçeğin Türkçe Formunun dil geçerliliğini sağladığı görülmüştür.

AFA için verilerin faktör analizi yapmaya uygun olup olmadığını belirlemek amacıyla KMO ve Barlett testleri hesaplanmıştır. KMO değerinin yüksek ve Barlett testinin anlamlı olması verilerin faktör analizi yapmaya uygun olduğu görülmüştür. Bu iki hesaplardan sonra, varimax rotasyon yöntemi kullanılarak temel bileşenler faktör analizi sonucunda, ölçeğin orijinalindeki gibi üç faktörlü bir yapı ortaya çıkmıştır. Ölçekte bulunan bir madde, birden fazla faktörde yüke sahip olduğundan ölçekten çıkarılmıştır. Bir sonraki aşamada, ölçeğe ilişkin DFA, maksimum olabilirlik (Maksimum Likelihood) yöntemiyle yapılmıştır. DFA için oluşturulan modelin kabul edilebilir uyum indekslerine sahip olduğu bulgusuna ulaşılmıştır. Yapılan DFA sonucu ölçeğin orijinal formundaki faktör yapısının doğrulandığı bulgularına ulaşılmıştır.

Ölçeğin güvenirligini belirlemeye yönelik son aşamada, alt boyutların iç tutarlık katsayılarının orijinalindeki gibi yüksek olduğu görülmüştür. FBSÖ'ye ilişkin madde-toplam korelasyonunun pozitif ve yüksek bulunması, maddelerin benzer davranışları örneklediğini ve ölçeğin iç tutarlığının yüksek olduğunu gösterir. FBSÖ'nün madde ayırt ediciliğini belirlemek için ayrıca %27'lik alt-üst grup karşılaştırmaları yapılmıştır. Gruplar arasında istendik yönde gözlenen puanların anlamlı çıkması FBSÖ'nün iç tutarlığının bir göstergesidir. Böylece, FBSÖ'nün bireyleri ölçülen değişken bakımından ayırt ettiği görülmüştür. Ayrıca test-tekrar test güvenirligi için hesaplanan korelasyon katsayısının yüksek çıkması ölçekle zamana bağlı olarak kararlı ölçüm yapılabileceğinin bir göstergesidir. Özetle, yapılan analizlere göre, ölçeğin Türkçe Formunun geçerli ve güvenilir olduğu sonucuna varılmıştır.

KAYNAKÇA

- Acquisti, A. & Gross, R. (2006). Imagined communities: Awareness, information sharing, and privacy on the Facebook. In P. Golle & G. Danezis (Eds.). *Proceedings of 6th Workshop on Privacy Enhancing Technologies* (pp. 36-58), Cambridge, UK: Robinson College.
- Adler, P. & Kwon, S. (2002). Social capital: Prospects for a new concept. *Academy of Management Review*, 27(1), 17-40.
- Aslan, B. (2007). Web 2.0, teknikleri ve uygulamaları. *XII. Türkiye'de İnternet Konferansı 08-10 Kasım*, Ankara: Bilkent Üniversitesi.
- Bargh, J. & McKenna, K. (2004). The Internet and social life. *Annual Review of Psychology*, 55(1), 573-590.
- Boyd, D.M. & Ellison, N.B. (2007). Social network sites: Definition, history, and scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13(1), <http://jcmc.indiana.edu/vol13/issue1/boyd.ellison.html>, Erişim Tarihi: 20.03.2103.
- Büyüköztürk, Ş. (2012). *Veri Analizi El Kitabı* (Onaltıncı baskı). Ankara: PegemA Yayıncılık.
- Büyüköztürk, Ş., Kılıç Çakmak, E., Akgün, Ö.E., Karadeniz, Ş., & Demirel, F. (2011). *Bilimsel araştırma yöntemleri (12.baskı)*. Ankara: PegemA Yayıncılık.
- Donath, J. & Boyd, D. (2004). Public displays of connection. *BT Technology Journal*, 22(4), 71-82.
- Ellison, N.B., Steinfield, C., & Lampe, C. (2006). Spatially bounded online social networks and social capital: The role of Facebook. *Paper Presented at Annual Conference of the International Communication Association (ICA)* (pp. 1-36), Dresden, Germany.
- Ellison, N.B., Steinfield, C., & Lampe, C. (2007). The benefits of Facebook "Friends:" social capital and college students' use of online social network sites. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 12, 1143-1168.
- Ellison, N.B., Steinfield, C., & Lampe, C. (2011). Connection strategies: social capital implications of Facebook-enabled communication practices. *New Media & Society* 13(6), 873-892.
- Erkoç, M.F. & Erkoç, Ç. (2011). Değerler eğitiminde etkinlik ortamı olarak sosyal ağ sitelerinin kullanımı: Facebook grupları. *5th International Computer & Instructional Technologies Symposium 22-24 September*, Elazığ, Turkey.
- Genç, Z. (2010). Web 2.0 yeniliklerinin eğitimde kullanımı: Bir Facebook eğitim uygulama örneği. *Akademik Bilişim'10 - XII. Akademik Bilişim Konferansı Bildirileri 10-12 Şubat*, 237-242, Muğla: Muğla Üniversitesi.
- Gladwell, M. (2002). *The tipping point: How little things can make a big difference*. Boston: First Back Bay Books Little, Brown and Company.
- Gonzales, L. & Vodicka, D. (2010). Top 10 Internet resources for educators. *Leadership*, 39(3).
- Gross, R. & Acquisti, A. (2005). Information revelation and privacy in online social networks. *Proceedings of the 2005 ACM Workshop on Privacy in the Electronic Society* (pp. 71-80), Alexandria, VA, USA.
- Granovetter, M. (1973). "The Strength of Weak Ties." *American Journal of Sociology*, 78(6),1360-1380.
- Hablemitoğlu, Ş. & Yıldırım, F. (2012). Gençlerin gözünden sanal bir sosyal kapital olarak "Facebook". *Ankara Sağlık Bilimleri Dergisi*, 1(1), 1-20.
- Hargittai, E. & Hsieh, Y.-L.P. (2010). Predictors and consequences of differentiated practices on Social Network Sites. *Information, Communication & Society*, 13(4), 515-536.

- Haythornthwaite, C. (2005). Social networks and internet connectivity effects. *Information, Communication & Society*, 8, 125-147.
- Horzum, M.B. (2010). Öğretmenlerin Web 2.0 araçlarından haberdarlığı, kullanım sıklıkları ve amaçlarının çeşitli değişkenler açısından incelenmesi. *Uluslar arası İnsan Bilimleri Dergisi*, 7(1), 603-634.
- Hu, L. & Bentler, P.M. (1999). Cutoff criteria for fit indexes in covariance structure analysis: Conventional criteria versus new alternatives. *Structural Equation Modeling*, 6(1), 1-55.
- Johnston, K., Tanner, M., Lalla, N., & Kawalski, D. (2013). Social capital: The benefit of Facebook 'friends'. *Behaviour & Information Technology*, 32(1), 24-36.
- Jöreskog, K.G. & Sörbom, D. (1984). LISREL- VI user's guide (3rd ed.). Mooresville, IN: Scientific Software.
- Joinson, A.N. (2008). Looking at, looking up or keeping up with people?: Motives and use of Facebook. *Proceedings of the SIGCHI Conference on Human Factors in Computing Systems* (pp. 1027-1036). New York, USA.
- Joy, P. & Katherine, K. (2008). Social networking profiles: An examination of student attitudes regarding use and appropriateness of content. *CyberPsychology & Behavior*, 11(1), 95-97.
- Karal, H. & Kokoç, M. (2010). Üniversite öğrencilerinin sosyal ağ siteleri kullanım amaçlarını belirlemeye yönelik bir ölçek geliştirme çalışması. *Turkish Journal of Computer and Mathematics Education*, 1(3), 251-263.
- Korkmaz, İ. (2012). Facebook ve mahremiyet: Görmek ve gözetle(n)mek. *Yalova Sosyal Bilimler Dergisi*, 5, 107-122.
- Köseoğlu, Ö. (2012). Sosyal ağ sitesi kullanıcılarının motivasyonları: Facebook üzerine bir araştırma. *Selçuk İletişim*, 7(2), 58-81.
- Lampe, C., Ellison, N.B., & Steinfield, C. (2006). A Face(book) in the crowd: Social searching vs. Social browsing. *Proceedings of the 2006 20th Anniversary Conference on Computer Supported Cooperative Work (CSCW'06)*(pp. 167-170), Banff, Alberta, Canada.
- Lampe, C., Ellison N.B., & Steinfield, C. (2008). Changes in use and perception of Facebook. *Proceedings of the 2008 ACM Conference on Computer Supported Cooperative Work (CSCW'08)* (pp. 721-730), San Diego, California, USA.
- Lin, N. (2001). *Social capital: A theory of social structure and action*. New York: Cambridge University Press.
- Mazman, S.G. & Usluel, Y.K. (2010). Modeling educational usage of Facebook. *Computers & Education*, 55(2), 444-453.
- Meydan, C.H. & Şeşen, H. (2011). *Yapısal Eşitlik Modellemesi AMOS Uygulamaları*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Murphy, T. (2000). *Web kuralları*. Ankara: MediaCat Kitapları.
- Özmen, F., Aküzüm, C., Sünkür, M., & Baysal, N. (2011). Sosyal ağ sitelerinin eğitsel ortamlardaki işlevselliği. *6th International Advanced Technologies Symposium (IATS'11) 16-18 May*, Elazığ, Turkey.
- Putnam, R.D. (2000). *Bowling alone: The collapse and revival of American Community*. New York: Simon & Schuster.
- Socialbakers (2013). <http://www.socialbakers.com/facebook-statistics/> (adresinden 26.03.2013 tarihinde alınmıştır)
- Sümer, N. (2000). Yapısal eşitlik modelleri: Temel kavramlar ve örnek uygulamalar. *Türk Psikoloji Yazıları*, 3(6), 49-74.

- Şimşek, Ö.F. (2007). *Yapısal Eşitlik Modellemesine Giriş*. Ankara: Ekinoks Yayınları.
- Tanaka, J.S. & Huba, G.J. (1985). A fit index for covariance structure models under arbitrary GLS estimation. *British Journal of Mathematical and Statistical Psychology*, 38, 197-201.
- Tong, S.T., Van Der Heide B., Langwell, L., & Walther, J. (2008). Too much of a good thing? The relationship between number of friends and interpersonal impressions on Facebook. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13, 531-549.
- Toprak, A., Yıldırım, A., Aygül, E., Binark, M., Börekçi, S., & Çomu, T. (2009). *Toplumsal paylaşım ağı Facebook: "Görülüyorum öyleyse varım!"*. İstanbul: Kalkedon Yayınları.
- Uslu Karahan, Z. (2007) Yeni iletişim araçları ve toplumsal etkileri. *Sosyoloji Araştırmaları Dergisi*, 10(1), 224-234.
- Valenzuela, S., Park, N., & Kee, K.F. (2009). Is there social capital in a social network site?: Facebook use and college students' life satisfaction, trust, and participation, *Journal of Computer-Mediated Communication*, 14, 875-901.
- Wang, S.S., Moon, S., Kwon, K.H., Evans, C.A., & Stefanone, M.A. (2010). Face off: Implications of visual cues on initiating friendship on facebook. *Computers in Human Behaviour*, 26(2), 226-234.
- Warschauer, M. (2007). Technology and writing. In C. Davison & J. Cummins (Eds.), *The International Handbook of English Language Teaching* (pp. 907-912) . Norwell, MA: Springer.
- West, A., Lewis, J., & Currie, P. (2009). Students' Facebook 'friends' : Public and private spheres. *Journal of Youth Studies*, 12(6), 615-627.
- Williams, D. (2006). On and off the net: Scales for social capital in an online era. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 11(2), 593-628.
- Yaman, H. & Erdoğan, Y. (2007). İnternet kullanımının Türkçe'ye etkileri: Nitel bir araştırma. *Journal of Language and Linguistic Studies*, 3(2), 237-249.

EK

FACEBOOK BAĞLANMA STRATEJİLERİ ÖLÇEĞİ

Daha önce hiç tanışmadığınız veya yüz yüze görüşmediğiniz okulunuzdaki birisini düşünün. Aşağıdaki ifadeler size ne derece uygundur?	Hiç uygun değil	Uygun değil	Kararsızım	Uygun	Oldukça uygun
1. Onun Facebook profiline göz atmak.					
2. Onunla Facebook'u veya Facebook bilgilerini kullanarak irtibata geçmek.					
3. Onu Facebook'a arkadaş olarak eklemek.					
4. Onunla yüz yüze tanışmak.					

Size tanıdık gelen, çevrenizde yaşayan ve daha önce hiç konuşmadığınız birisini düşünün. Aşağıdaki ifadeler size ne derece uygundur?	Hiç uygun değil	Uygun değil	Kararsızım	Uygun	Oldukça uygun
5. Onun Facebook profiline göz atmak.					
6. Onunla Facebook'u veya Facebook bilgilerini kullanarak irtibata geçmek.					
7. Onu Facebook'a arkadaş olarak eklemek.					
8. Onunla yüz yüze konuşmak.					

Aşağıdaki ifadelere ne ölçüde katıldığınızı belirtiniz.	Kesinlikle katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Kesinlikle katılıyorum
9. Facebook'u yeni insanlarla tanışmak için kullanırım.					
10. Facebook'u gerçekte tanıdığım birisini araştırmak için kullanırım.					
11. Facebook'u sınıf arkadaşlarım hakkında daha fazla bilgi edinmek için kullanırım.					
12. Facebook'u yakınimdaki insanlar hakkında daha fazla bilgi edinmek için kullanırım.					