

PAPER DETAILS

TITLE: Kullanımlar ve Doyumlar Yaklasimi Çerçevesinde Anadolu Üniversitesi Açıköğretim Sistemi
Çevrimiçi Öğrenci Topluluklarının Motivasyonlarının İncelenmesi

AUTHORS: Berrin ÖZKANAL, Özden CANDEMİR, Abdülkadir CANDEMİR

PAGES: 469-488

ORIGINAL PDF URL: <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/2509471>

Kullanımlar ve Doyumlar Yaklaşımı Çerçevesinde Anadolu Üniversitesi Açıköğretim Sistemi Çevrimiçi Öğrenci Topluluklarının Motivasyonlarının İncelenmesi¹

Berrin ÖZKANAL² - Özden CANDEMİR³ - Abdülkadir CANDEMİR⁴

Başvuru Tarihi: 07.04.2021

Kabul Tarihi: 05.04.2022

Makale Türü: Araştırma Makalesi

Öz

Bu çalışmanın amacı, kullanımlar ve doyumlar yaklaşımı çerçevesinde Anadolu Üniversitesi Açıköğretim Sistemi Öğrenci Topluluklarına (Kitap, Fotoğraf, Tarih, Müzik, Sinema ve Bilişim) üye olan öğrenci/mezunların motivasyonlarını incelemektir. Çalışma, tarama modeli ile gerçekleştirilmiş ve belirlenen amaçlara ulaşmak için nicel veri toplama tekniklerinden yararlanılmıştır. Anadolu Üniversitesi Çevrimiçi Öğrenci Topluluklarına üye olan 627 katılımcıdan elde edilen veriler anket yöntemiyle toplanmıştır. Araştırma kapsamında elde edilen verilerin analizinde betimsel ve kestirimsel istatistik yöntemleri kullanılmıştır. Betimsel istatistik yöntem ve teknikleri kapsamında, elde edilen demografik bilgilere ilişkin veriler sıklık ve yüzde olarak gösterilmiştir. Çevrimiçi öğrenci topluluklarına üye olan katılımcıların motivasyonları için ise faktör analizi kullanılmıştır. Demografik özellikler ile motivasyonlar arasında anlamlı bir ilişki olup olmadığı ise t-testi ile analiz edilmiştir. Araştırma sonuçlarına göre katılımcıların; bağlamsal gereksinimle ifade edilebilecek eğlenme, stresten uzaklaşma ve sosyal çevre edinme gereksinimlerinin, topluluklara katılım motivasyonunda etkili olduğu saptanmıştır. Araştırma, katılımcıların işlevsel gereksinimleri doğrultusunda çevrimiçi öğrenci topluluklarını, kişisel bir gelişim aracı olarak gördüklerini ortaya koymaktadır. Öğrenciler, “duyuşsal gereksinim” konusunda, diğer üyelerle daha çok iletişim kurmak ve sosyal etkileşimde bulunma motivasyonu ile hareket etmektedir. Ayrıca topluluk üyelerinin motivasyonlarının cinsiyet, yaş, öğrenci/mezun olma ve sosyal ağları kullanma durumuna göre farklılaştığı belirlenmiştir.

Anahtar Kelimeler: Çevrimiçi Öğrenci Toplulukları, Kullanımlar ve Doyumlar Yaklaşımı, Uzaktan Öğretim, Açıköğretim, Motivasyon

Atıf: Özkanal, B., Candemir, Ö., ve Candemir, A. (2022). Kullanımlar ve doyumlar yaklaşımı çerçevesinde Anadolu Üniversitesi Açıköğretim Sistemi Çevrimiçi Öğrenci Topluluklarının motivasyonlarının incelenmesi. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 22(2), 469-488.

¹ Bu çalışma kapsamında Anadolu Üniversitesi Sosyal ve Beşeri Bilimler Yayın Eyiği Kurulunun 25.09.2019 tarihli ve 49191 protokol nolu kararı ile etik kurul izin belgesi alınmıştır.

² Anadolu Üniversitesi Açıköğretim Fakültesi, bozkanal@anadolu.edu.tr, ORCID: 0000-0002-9506-6082

³ Anadolu Üniversitesi Açıköğretim Fakültesi, ocandemir@anadolu.edu.tr, ORCID: 0000-0003-4968-4135

⁴ Anadolu Üniversitesi Açıköğretim Fakültesi, acandemir@anadolu.edu.tr, ORCID: 0000-0001-1009-9807

Investigation of the Motivations of Online Student Communities in the Anadolu University Open Education System within the Framework of Uses and Gratification Approach

Berrin ÖZKANAL⁵ - Özden CANDEMİR⁶ - Abdülkadir CANDEMİR⁷

Submitted by: 07.04.2021

Accepted by: 05.04.2022

Article Type: Research Article

Abstract

This study is to investigate the motivations of students/graduates who are members of Anadolu University Open Education System Student Communities (Book, Photography, History, Music, Cinema and Informatic) within the framework of uses and gratifications theory. The study was carried out with a survey model and quantitative data collection techniques were used to achieve the specified goals. Data obtained from 627 participants who are members of Anadolu University Online Student Communities were collected by a questionnaire method. Descriptive and predictive statistical methods were used in the analysis of the data obtained within the scope of the research. Within the scope of descriptive statistical methods and techniques, the data regarding the obtained demographic information were shown as frequency and percentage. Factor analysis was used for the motivation of participants who are members of online students' community. Whether there is a significant difference between demographic characteristics and motivations was analyzed by t-test. According to results of the study, it was determined that the needs of having fun, getting away from stress and social environment, which can be expressed with contextual needs, were effective in motivation to use communities. The study revealed that, in line with the functional needs of the participants, they perceived online student communities as a personal development tool. The participants aimed to communicate more with other members and have social interaction with the aim of a kind of "affective need". In addition, it was determined that the motivations of the community members showed differences terms of gender, age, being a graduate or a student, and using social networks.

Keywords: Online Student Communities, Uses and Gratifications Theory, Distance Education, Open Education, Motivation

⁵ Anadolu University Open Education Faculty, bozkanal@anadolu.edu.tr, ORCID: 0000-0002-9506-6082

⁶ Anadolu University Open Education Faculty, ocandemir@anadolu.edu.tr, ORCID: 0000-0003-4968-4135

⁷ Anadolu University Open Education Faculty, acandemir@anadolu.edu.tr, ORCID: 0000-0001-1009-9807

Giriş

Genel sosyolojik bakışla topluluk, belirli bir coğrafyada toplanmış, aynı dil ve aidiyet hissi gibi ortak değerler etrafında bir araya gelen, yakın ilişkiler içindeki insanlar olarak tanımlanmaktadır (Williams,1983, s.75). “Topluluk; kimlik ve aidiyet, benzerlik ve farklılık, dahil etme ve dışlama, yer ve zaman, modernleşme gibi süreçleri içeren hem mekânsal hem desosyal bir olgudur” (Clark, 2007, s.4). Delanty (2003) topluluk üzerine yapılan çalışmaları; küçük yerlerdeki sosyal organizasyonlar, kimlik gibi konuların aidiyet ve farklılık üzerinden değerlendirilmesi, eylem topluluklarının harekete geçirilmesi ve internet gibi teknolojik olarak etkin ağların yeni tür sosyal ilişkiler oluşturarak yeni topluluk türlerini inşa etmesi olmak üzere dört alana ayırır.

Bilgi ve iletişim teknolojilerinin getirdiği olanaklar insanların zaman sınırlaması olmaksızın etkileşim içine girebilmelerini sağlamakta ve özellikle başta İnternet olmak üzere bilgisayara dayalı uzaktan iletişim olanakları insanların çevrimiçi topluluklar oluşturmalarına olanaktanmaktadır. Topluluklar 1990’lı yılların sonundan başlayarak, çevrimiçi ortama taşınmış, çevrimiçi topluluk kavram ve uygulamaları birçok alanda yaygınlaşmıştır (Aydın, 2002).

Çevrimiçi topluluk kavramı, bakış açısına göre farklı tanımlamalara yol açan çok disiplinli bir kavramdır (Preece, 2001, s.347). Bu kavram, araştırmacılar, uygulayıcılar ve medya tarafından bilgisayar aracılı iletişim guruplarına atıfta bulunmak için kullanılmıştır. Çevrimiçi topluluklar sosyal etkileşimin, yer ve mekân kullanımının ortak olduğu fiziksel tabanlı topluluklara benzer.Çoğu insan, etkileşim için gereksinimlerini, ilgi alanlarını paylaştığı çeşitli çevrimiçi topluluklarda yaşar. Çevrimiçi alanda çok sayıda üye veya kullanıcı sosyal veya kişisel etkileşimlere girdiğinde, ortak ilgi alanlarına dayanan bu topluluklar çevrimiçi bir topluluk olarak tanımlanmaktadır (Kosonen, 2009; Mata ve Quesada, 2014; Sangwan, 2005). Preece (2000) bir topluluğun taşıması gereken özellikleri “İnsanların gereksinimlerini karşılarken ya da belirli rolleri üstlenirken birbirleriyle etkileşim içine girmesi; bir hobi, gereksinim, bilgi paylaşımı, hizmet alma-verme gibi paylaşılan amaç(lar) doğrultusunda etkileşimin gerçekleşmesi ve yazılı ya da yazılı olmayan ama uyulması gereken ilkeler, anlaşmalar,kanunlar, alışkanlıklar biçimindeki kuralların, insanlar arasındaki etkileşimi yönlendirmesi” şeklinde tanımlamıştır (s.3). Çevrimiçi topluluk, coğrafi olarak ayrı bireylerin kolektifliğini ifade etmekte (Akar, 2010, s. 108) ve diğer insanlarla etkileşim, sosyal ilişkiler kurabilen ya da bulunduğu gruba aitmiş hissi olan insan grupları olarak tanımlanmaktadır (Leimeister, Schweizer, Leimeister S., Krcmar, 2008, s.353). Bu özelliklerden de anlaşılacağı gibi toplulukların temelinde etkileşim yer almakta ve etkileşim genellikle zaman ve mekân bağımlıdüşünülmektedir.

“Eğitimde bilgi ve iletişim teknolojilerinin kullanımı öğrenme sürecine yeni destek biçimleri sağlamıştır. Örgün ve yaygın eğitim yapılarını etkileyen bu yeni oluşum, İnternet üzerinden eğitim veren ve eğitimlerini İnternet üzerinden sundukları etkinlikler ile destekleyen öğretim kurumlarının yaygınlaşmasına yol açmaktadır. Bu resmî kurumların yanında ortak ilgi doğrultusunda bir araya gelen üyelerine yeni olanaklar sunarak, birbirlerinin bilgi, beceri ve deneyimlerinden yararlanan, bilgi paylaşımında bulunan çevrimiçi topluluk sayısında da ciddi bir artış gözlenmektedir” (Alakurt ve Keser, 2014, s.1332). Çevrimiçi topluluklar müzikten politikaya, ticaretten sağlığa ve eğitimden teknolojiye kadar akla gelebilecek her konuyu kapsamaktadır.

Literatür Taraması

Çevrimiçi Topluluklar

Çevrimiçi topluluklarla ilgili olarak; topluluk yapısı, topluluğa bağlılığı etkileyen faktörler, topluluğa katılma amacı, bilginin nasıl paylaşıldığı, katılımcı kimlikleri, topluluğa katılımın sürdürülmesi, pazarlama iletişimi gibi farklı bakış açılarıyla gerçekleşen çok sayıda çalışma yapılmıştır. Araştırmacılar, çevrimiçi toplulukları disiplinleri için birincil öneme sahip olan tek bir değişkene dayalı olarak kategorize etme eğilimindedir (Porter, 2004). Bazı araştırmacılar topluluğu sosyal bir olgu olarak görürken, diğerleri destekleyici yazılımın yapısına odaklanmaktadır (Preece, 2001, s.348). İlk olarak Rheingold (1994) tarafından adlandırılan çevrimiçi topluluk kavramı “yeterli sayıda insanın çevrimiçi ortamlarda kişisel ilişki ağları geliştirmek amacıyla, yeterince uzun süre boyunca ve yeterli duyguyla kamusal iletişim kurduğu sosyokültürel gruplar” olarak tanımlanmıştır (s.5). Çevrimiçi topluluk, İnternet üzerinden belirli ilgi alanları ve belirli amaçlar için örgütlenen veya bir araya gelen tüm grupları kapsamaktadır.

Hagel ve Armstrong (1996) çalışmalarında, belli ilgi alanlarına sahip insanlara zaman ve mekân sınırı olmaksızın bir araya gelme fırsatı sunan toplulukların insan ilişkilerine etkisine vurgu yapmaktadır. Coğrafi dağınıklığa vurgu yapan bir başka tanımda ise çevrimiçi topluluk, “katılımcıların ortak bir ilgiyi paylaştığı, biçimlendirilmiş ve dinamik ilişkiler ağına dayalı, özelleştirilmiş ve coğrafi olarak dağınık bir topluluk” olarak tanımlanmaktadır (Sicilia ve Palazon, 2008, s. 257). Çevrimiçi topluluklar, yerden çok bir fikir veya görevin tanımlanmasına göre var olmakta ve bir faaliyet etrafında örgütlenip bir gereksinim ortaya çıktıkça oluşmaktadır (Johnson, 2001, s.51). Çevrimiçi topluluklar yalnızca bilgi ve kaynaklarla ilgili olmayan, bunun yanı sıra insanların toplumsal gereksinimlerini karşılama konusunda önemli görülen topluluklardır (Rothaermel ve Sugiyama, 2001, s.299). Gereksinimler açısından bakıldığında ise çevrimiçi topluluklar; ilgi, ilişki, hayal gücü, işlem yapma toplulukları olarak sınıflandırılmakta ve bu temel gereksinimlere odaklanma açısından farklılaşmaktadırlar (Akar, 2010, s.109).

Çevrimiçi topluluklar aynı zamanda sosyal katılım yoluyla öğrenmenin bir yolunu temsil etmektedir. Eğitime yönelik araştırmalarda çevrimiçi toplulukların, gayri resmi öğrenme için önemli olduğu vurgulanmaktadır. Çevrimiçi bir topluluk, fiziksel mekâna bağlı olmadığı için potansiyel olarak bireylerin bilgiyi gayri resmi olarak oluşturup paylaşmasını ve ilgi alanlarını paylaşan bireyleri bulmayı kolaylaştırmaktadır (Chunngam, Sumalee ve Murphy, 2014, s. 864). Araştırmalar çevrimiçi topluluklara katılımın üç temel gereksinimden kaynaklandığını göstermektedir. Bunlar işlevsel, duyuşsal ve bağlamsal gereksinimlerdir. İşlevsel gereksinimler; gereksinimlerin içerik kalitesiyle yerine getirilmesi, duyuşsal gereksinimler; çevrimiçi ortamda etkileşim ve iletişim yoluyla duygusal ilişki kurulması ve bağlamsal gereksinimler ise işlevsel ve duyuşsal gereksinimlerin ötesinde ve dışındaki bireysel kullanıcıların özel beklenti ve deneyimleriyle ilgilidir. Bu gereksinimlerin tatmin edilmesinin ise çevrimiçi bir topluluk için devamlılığa veya tercih edilmeye yol açtığı belirtilmektedir (Sangwan, 2005, ss. 2-3).

Kullanımlar ve doyumlar yaklaşımı çevrimiçi topluluk üyelerinin çevrimiçi toplulukları seçme ve katılma nedenlerini açıklamak için uygun bir kuramsal temel oluşturmaktadır. Kullanımlar ve doyumlar yaklaşımı iki temel gelişme üzerine odaklanmıştır. Bunlardan birincisi medya üretimine bireylerin katılımı, ikincisi ise bireylerin kitle iletişim araçlarını insani gereksinimlerini karşılamaya yönelik olarak kullanmasıdır (Lull, 2001, s.129). Kullanımlar ve doyumlar yaklaşımına göre bireyler medyayı belirli amaçlara yönelik olarak, bazı gereksinimlerini giderme amacıyla, bilerek ve isteyerek kullanmaktadırlar (Giddens, 2012, s.656). Medya, tüketicilerin sosyal ve psikolojik gereksinimlerini karşılamasına yardımcı olur. Bireyler, bir dizi temel

motivasyonu yerine getirmek için genellikle amaçlarına yönelik bir şekilde medyayı kullanırlar. Bu paradigmanın temel varsayımı, kullanıcıların medya kullanımına aktif olarak dahil olmaları ve iletişim medyasıyla yüksek düzeyde etkileşimde bulunmalarıdır (Sicilia ve Palazon, 2008, s.258).

İnsan davranışının öngörülmesinde önemli bir gösterge olan motivasyon, kullanımlar ve doyumlar yaklaşımının temelini oluşturmaktadır. Farklı motifler, farklı medya kullanım davranışları, çevrimiçi tüketim davranışları ve hepsi de kullanımlar ve doyumlar yaklaşımından gelen dikkat çekici davranışlarla sonuçlanmaktadır. Kullanımlar ve doyumlar yaklaşımı, hangi sosyal ve psikolojik gereksinimlerin izleyicileri belirli sosyal medya kanallarını ve içerik seçimlerini seçmeye teşvik ettiğini açıklamaya çalışır. Kullanımlar ve doyumlar yaklaşımı, bireysel bir bakış açısına sahiptir. İnsanlar gereksinimlerini karşılamak için farklı olasılıklar içinden uygun sosyal medyayı seçerler ve bu gereksinimler farklı bilişsel, duyuşsal ve davranışsal sonuçlara yol açar (Chuang, 2015, ss. 472-473).

Kullanımlar ve doyumlar yaklaşımındaki geleneksel medya kullanımı için saptanan gereksinimler; bilgi, sosyalleşme, arkadaşlık, zaman geçirme, rahatlatma, eğlence, kaçış gibi geniş motivasyon türleridir. Kullanımlar ve doyumlar yaklaşımıyla araştırmacılar yeni iletişimteknolojileri için “sosyal etkileşim, kişisel statü, kolaylık, alışkanlık, ilişkiyi sürdürme, online iş görme, paylaşım, ekonomik fayda ve kişisel sunum, bilgi vermek veya almak, kendini keşfetme, sosyal destek, arkadaşlık” gibi motivasyon türleri belirlemişlerdir (Balci, Bal ve Delal, 2019; Dholokia ve diğerleri, 2004).

Çevrimiçi toplumlar son yıllarda bilgi ve iletişim teknolojilerinin etkisiyle önemli araştırmalara konu olmuştur. Alanyazın araştırmalarında yapılan ilk çalışmaların odak noktası, çevrimiçi toplumların sosyolojik yönleriyle ilgilidir. McMillan (1986), Rothaermel ve Sugiyama (2001), yaptıkları çalışmalarda topluluğa ait olma duygusunu incelemiştir. Rheingold (1994), sosyal ilişkiler kurmada bilgi ve iletişim teknolojilerinin zaman ve mekân sınırlılıklarını ortadan kaldırma kapasitesinin önemini vurgularken, Dyson (1997) ise bu teknolojilerin insan etkileşimi ve ilişkisini geliştirerek çevrimiçi topluluk gelişimini sağladığını belirtmiştir. Preece (2000) tarafından çevrimiçi topluluklarda sosyallik ve kullanılabilirlik üzerine yapılan araştırma, çevrimiçi toplumların sosyolojik perspektifi üzerine odaklanmaktadır. Schubert ve Ginsburg (2000), sürdürülebilir çevrimiçi topluluk oluşturma stratejileri üzerinde yoğunlaşmaktadır. Bagozzi ve Dholokia (2002), ise çevrimiçi toplumları kullanmanın hem duygusal hem de sosyal gereksinimlerden kaynaklandığını belirtmektedir. Çevrimiçi ortamlarda üyeler, deneyimleri veya öngörülerini paylaşabilmekte, problem çözebilmekte, konferans ve etkinliklerde meslektaşlarla tanışabilmekte, sosyal ve kariyer fırsatlarını keşfedip ilgi alanlarındaki gelişmelerden haberdar olabilmektedir. Preece (2001) çevrimiçi toplumların, kişisel ifade gereksinimleri, kendi kendini ifade etme ve gerçek dünyadan kaçış gibi gerilim azaltma gereksinimleri için fırsatlar sunduğunu belirtir. Bu araştırmalarla tutarlı olarak birçok çalışma, çevrimiçi toplumların; araçsal yardımın yanı sıra, insanların duygusal destek, aidiyet duygusu ve teşvik bulmaya gittiği yerler olduğunu göstermektedir (Blanchard, 2008; Dholokia ve diğerleri, 2004; Furlong, 1989; Hiltz, 1984; Hiltz ve Wellman, 1997; Korenman ve Wyatt, 1996; Nov 2007; Smith, 1999; Sproull ve Faraj, 1997).

Çevrimiçi iletişim teknolojilerinin önemli bir rol oynadığı uzaktan eğitimde, bu teknolojiler sayesinde fiziksel olarak birbirinden ayrı olan uzaktan eğitim öğrenci ve öğretimcilerinin iletişimleri, çevrimiçi toplumların oluşması, sosyal açıdan önem taşımaktadır. Çevrimiçi ortamlarda öğrencilerin akademik beklentilerinin yanı sıra sosyal, psikolojik ve duygusal beklentilerinin de karşılanması önemli bir gerekliliktir. Bu bağlamda ülkemizde yükseköğretim düzeyinde 1982 yılından bu yana açık ve uzaktan eğitim sunan Anadolu Üniversitesi, eğitimde çevrimiçi iletişim teknolojilerini işe koşarak gerçekleştirdiği uygulamalarını sürdürmektedir. Anadolu Üniversitesi Açıköğretim Sisteminde, örgün bölüm öğrencileri için kurulan

öğrenci kulüplerinin bir benzeri olarak, öğrencilerin eğitim-öğretim faaliyetleri dışında sosyal paylaşımlar ve farklı ilgi alanlarını geliştirebilmesi amacıyla 2016-2017 Güz Döneminde “Çevrimiçi Öğrenci Toplulukları” kurulmuştur. *Kitap, Fotoğraf, Tarih, Müzik, Sinema ve Bilişim Topluluğu* olmak üzere altı farklı alanda faaliyet gösteren bu toplulukların 2020 yılı güz dönemi itibarıyla tekil olarak 109.238 üyesi bulunmaktadır. Topluluğa öğrencilerin yanında mezunlar da üye olabilmektedir. Topluluklar, etkinliklerini düzenli olarak Anadolu Üniversitesi bünyesinde yer alan bir öğretim üyesinin yürütücülüğünde, bilgisayar üzerinden çevrimiçi (online) gerçekleştirmekte ve yapılacak etkinlikler bir ay öncesinden ekampus.anadolu.edu.tr adresinden duyurulmaktadır. Yaklaşık 60 dakika süren etkinliklere topluluk yürütücüleri alanlarında uzman kişileri davet ederek, öğrencilerle uzmanları buluşturmaktadır. Bu uzman kişilere hem o topluluğun yürütücüsü hem de topluluklara kayıtlı öğrenciler çevrimiçi olarak soru sorma imkânına sahiptir. Bununla birlikte topluluğa kayıtlı öğrenciler, topluluğun sayfasında oluşturulan tartışma platformu aracılığıyla yapılacak etkinlik öncesinde tüm katılımcılarla etkileşime girme olanağına sahip olmaktadır. Ayrıca topluluk yürütücüleri yine belirli aralarla topluluklarıyla ilgili yüz yüze etkinlikler yapmak için farklı şehirlerde yaşayan Açıköğretim Sistemi öğrencileriyle bir araya gelmektedir.

Bu çalışmanın amacı, kullanımlar ve doyumlar yaklaşımı çerçevesinde Anadolu Üniversitesi Açıköğretim Sistemi Öğrenci Topluluklarına üye olan öğrenci/mezunların motivasyonlarını incelemektir. Çalışmanın genel amacı doğrultusunda aşağıdaki sorulara yanıt aranmıştır.

1. Topluluk üyelerini çevrimiçi bir topluluğa katılmaya motive eden faktörler nelerdir?
2. Topluluk üyelerinin bu topluluklara katılma motivasyonlarıyla, demografik özellikleri (cinsiyet, yaş, eğitim düzeyi) ve mezun olduğu program arasında anlamlı bir ilişki var mıdır?
3. Topluluğa üye olanların bu topluluklara katılma motivasyonlarıyla bilgisayar kullanma süresi, sosyal medya kullanma durumu ve günlük sosyal ağ kullanma süresi arasında anlamlı bir ilişki var mıdır?

Yöntem

Anadolu Üniversitesi Açıköğretim Sistemi çevrimiçi öğrenci topluluklarına üye olan öğrenci ve mezunların motivasyonlarını incelemeyi amaçlayan bu çalışmada tarama modeli kullanılmıştır. Tarama modellerinde, araştırmaya konu olan olay, birey ya da nesne kendi koşulları içinde olduğu gibi tanımlanmaya çalışılmaktadır. Önemli olan var olanı, değiştirmeyekalkmadan ortaya koyabilmektir (Karasar, 2005). Bu kapsamda araştırmada çevrimiçi topluluklara üye olan öğrenci ve mezunların motivasyonlarına yönelik genellemeler yaparak, önerilerde bulunabilmesi amacıyla nicel araştırma yöntemi seçilmiş ve yöntem ile ulaşılan bulguların sayısal olarak değerlendirilmesi ve sonuçların bu yönde sunulması amaçlanmıştır.

Evren ve Örneklem

Araştırmanın evrenini, Anadolu Üniversitesi Açıköğretim Sistemi çevrimiçi öğrenci topluluklarına (*Tarih, Sinema, Fotoğraf, Kitap, Müzik ve Bilişim*) üye olan öğrenci ve mezunlar oluşturmaktadır. Ülkemizde açık ve uzaktan eğitim sistemi ile öğretim veren üç üniversitede (Anadolu Üniversitesi, Atatürk Üniversitesi ve İstanbul Üniversitesi) farklı amaçlarla oluşturulmuş öğrenci toplulukları bulunmaktadır. Ancak bir kulüp işlevini gören ve uzaktan eğitim öğrencilerinin ortak ilgi alanlarına göre çevrimiçi olarak bir araya geldiği öğrenci toplulukları sadece Anadolu Üniversitesi Açıköğretim Sistemi’nde bulunmaktadır. Bu nedenle

Anadolu Üniversitesi Açıköğretim Sistemin’de yer alan *Tarih, Sinema, Fotoğraf, Kitap, Müzik ve Bilişim* topluluklarına üye olan öğrenci ve mezunlar araştırmanın evrenini oluşturmuştur.

Araştırmanın örneklem seçiminde ise olasılığa dayalı örnekleme yöntemlerinden “uygun örneklem” tekniği kullanılmıştır. Uygun örneklem; zaman, para ve işgücü kaybını önlemeyi amaçlayan ve araştırmacının kolayca ulaşabileceği bir örneklemden verilerin toplanması olarak ifade edilmektedir (Büyüköztürk, Çakmak, Akgün, Karadeniz ve Demirel, 2017). Araştırmanın yapıldığı 2020 yılı güz döneminde 109.238 öğrenci/mezunun bu kulüplere üye olduğu belirlenmiş ve bu evrenden uygun örnekleme yöntemine göre gönüllü olan 627 öğrenci/mezun örnekleme dahil edilmiştir.

Katılımcıların demografik özellikleri (cinsiyet, yaş ve eğitim durumu) ile mezun oldukları program, üye olunan topluluklar, bilgisayar kullanım süresi, sosyal ağ katılım durumu ve günlük sosyal ağ kullanım süresine ilişkin frekanslar ve yüzdeler Tablo 1’de verilmektedir.

Tablo 1

Katılımcıların Demografik Özellikleri ile Mezun Olunan Program, Üye Olunan Topluluklar, Bilgisayar Kullanım Süresi, Sosyal Ağ Katılım Durumu ile Günlük Sosyal Ağ Kullanım Süresi

		f	%
Cinsiyet	Kadın	315	50.2
	Erkek	312	49.8
Yaş	18-30	359	57.2
	31 ve üzeri	268	42.8
Eğitim Durumu	Öğrenci	484	77.2
	Mezun	143	22.8
Öğrenim Görülen/ Mezun Olunan Program	Önlisans	187	29.8
	Lisans	253	40.4
	Lisansüstü	20	3.2
	İkinci Üniversite	167	26.6
Üye Olunan Topluluk*	Kitap	366	58.4
	Fotoğraf	338	53.9
	Sinema	285	45.5
	Müzik	272	42.5
	Tarih	244	38.6
	Bilişim	57	9.1
Bilgisayar Kullanım Süresi	3 yıldan az	26	4.1
	3-7 yıl	91	14.5
	8-12 yıl	168	26.8
	13-17 yıl	149	23.8
	17 yıldan fazla	193	30.8
Sosyal Ağ Kullanımı	Evet	584	93.1
	Hayır	43	6.9
Günlük Sosyal Ağ Kullanım Süresi	1 saatten az	71	11.3
	1-2 saat	121	19.3
	2-3 saat	107	17.1
	3-4 saat	76	12.1
	4 saatten fazla	252	40.2
	Toplam	627	100.0

*Bir kişi birden fazla topluluğa üye olduğu için toplam %100’den fazladır

Veri Toplama Araçları

Araştırma verileri 17 Şubat-1 Haziran 2020 tarihleri arasında Açıköğretim Sistemi Websitesinde bulunan öğrenci topluluklarının yer aldığı e-kampus ortamında öğrenci/mezundan toplanmıştır. Veri toplama aracı olarak “Kullanımlar ve Doyumlar Yaklaşımı” ölçeklerinden ve çevrimiçi topluluklara ilişkin alanyazından yararlanılmıştır. Bu alanda yapılan çalışmalar ve ölçekler incelenmiş (LaRose ve Eastin, 2010; Park, Kee ve Valenzuela, 2009; Quan- Haaseve Young, 2010; Sangwan, 2005) ve bu çalışmalardan hareketle araştırmacılar tarafından oluşturulan sorular, iletişim ve istatistik alanından iki uzman ile öğrenci topluluğu temsilcilerinin görüşüne sunulmuş, herkes için aynı anlamı ifade edip etmediği kontrol edilmişve gerekli görülen iki ifade sorulardan çıkarılmış ve bir ifade ise sorulara eklenmiştir. Araştırmada kullanılan kullanımlar ve doyumlar ölçeği 30 ifadeden oluşmaktadır. Ölçek ifadeleri için aralıklı ölçek türlerinden beşli Likert ölçeği kullanılmış; ölçek çevrimiçi öğrenci topluluklarının kullanımını etkileyen motive edici faktörlerden oluşturulmuştur.

Düzenlenen anketin güvenilirliğini test etmek için Cronbach Alpha testinden yararlanılmıştır. Cronbach Alpha= 0.927 olarak hesaplandığından uygulamaya başlanmıştır.

Verilerin Analizi

Araştırma kapsamında elde edilen verilerin analizinde betimsel ve kestirimsel istatistik yöntemleri kullanılmıştır. Betimsel istatistik yöntem ve teknikleri kapsamında, demografik bilgilere, üye olunan topluluklara, bilgisayar kullanım süresi, sosyal ağ kullanım durumu ve sıklığına ilişkin veriler, frekans ve yüzde olarak gösterilmiştir. Kestirimsel istatistik yöntemleri kapsamında ise çevrimiçi öğrenci topluluklara üye olan katılımcıların motivasyonları için faktör analizi kullanılmış; cinsiyet, yaş, eğitim düzeyi, mezun olduğu program, bilgisayar kullanım süresi, sosyal ağ kullanma durumu ve sıklığı arasında anlamlı bir ilişki olup olmadığı ise t-testi ile analiz edilmiştir. Elde edilen veri setinin analizinde ise SPSS for Windows 24.0 programı kullanılmıştır. Analiz kapsamında frekans tablosu, güvenilirlik ve geçerlilik analizi, Barlett sınaması faktör analizinden faydalanılmıştır.

Bulgular

Bu bölümde araştırmanın amaçları doğrultusunda belirlenen motivasyonlara ilişkin verilen yanıtlar, faktör analizi ve t-testi sonuçlarından yararlanarak yorumlanmıştır.

Çevrimiçi Öğrenci Topluluklarına Katılım Motivasyonuna İlişkin Faktör Analizi

Çevrimiçi öğrenci topluluklarına katılım motivasyonların belirlenmesi için kullanılan ölçekte, toplam 30 ifadenin gruplandırılması, sınıflandırılması ve ana faktörlere dönüştürülmesi için açıklayıcı faktör analizi içinde yer alan temel bileşenler analizi kullanılmıştır. Faktör analizi sonucunda üç temel faktör elde edilmiştir. Faktör gruplarının sınıflandırılmasında Varimax rotasyonlu tablo dikkate alınmıştır. Faktör analizine giren maddelerin özdeğeri (eigen value) 1’den daha büyük ve minimum yükleme büyüklüğü 0.50 kriteri kullanılmıştır. İfadelere faktör analizi uygulanabilmesi için “örneklem yeterliğinin test edilmesi” gerekmektedir. Örneklem yeterliğinin uygunluğuna karar verilmesi için Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) testinden yararlanılmıştır. Tablo 2’de görüldüğü gibi, faktör analizi çerçevesinde araştırma sorularına ilişkin yapılan KMO testi (,973) ve Bartlett testi 19795.718 (p=,000) sonucunda elde edilen değerler, örneklem büyüklüğünün oldukça yeterli olduğunu ve değişkenler arasında ilişki olduğunu göstermektedir. Bu verilerden hareketle araştırma sorularının faktör analizi yapma için uygun olduğu söylenebilir.

Tablo 2

Çevrimiçi Öğrenci Topluluklarına Katılım Motivasyon Ölçeğinin Faktör Analizine Uygunluğuna İlişkin Veriler

Kaiser-Meyer-Olkin örnekleme yeterliği değeri		.973
Bartlett's Küresellik Testi	Ki-kare değeri	19795.718
	sd	435
	p	.000

Katılımcıların çevrimiçi öğrenci topluluklarına katılım motivasyonlarını belirlemeye yönelik 30 madde üzerinde yapılan faktör analizi sonuçlarında kullanılan varimax rotasyonlu tabloda (Tablo 3) katılımcıların ifadelerine göre her bir faktörde yer alan ifadeler ve bunların faktör yükleri gösterilmektedir. Tablodaki sonuçlara göre ölçek üç faktörlüdür. Önemli olarak belirlenen faktörlerden birincisi ölçeğe ilişkin toplam varyansın %60,09'unu, ikinci faktör %7,67'sini, üçüncü faktör %4,19'unu açıklamaktadır. Üç faktörün açıkladığı toplam varyans %71,96'dır. Faktör döndürme sonucunda ölçeğin birinci faktörünün 14 maddeden (33, 34, 36, 37, 39, 40, 41, 42, 43, 44, 45, 46, 47 ve 48) ikinci faktörünün 8 maddeden (10, 11, 12, 13, 14, 15, 16 ve 18) ve üçüncü faktörünün 8 maddeden (20, 22, 23, 25, 26, 27, 32 ve 35) oluştuğu belirlenmiştir.

Faktör analizi sonucunda belirlenen ilk faktör eğlenme, streten uzaklaşma ve çevre edinme gereksinimini karşılayan ve 33, 34, 36, 37, 39, 40, 41, 42, 43, 44, 45, 46, 47 ve 48 numaralı ifadelerden oluşan "bağlamsal faktör"dür. İkinci faktör, bilgi edinme gereksinimini karşılayan ve 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16 ve 18 numaralı ifadelerden oluşan "işlevsel faktör" ve üçüncü faktör ise sosyal etkileşim gereksinimin karşılayan ve 20, 22, 23, 25, 26, 27, 32 ve 35 numaralı ifadelerden oluşan "duyuşsal" faktör olarak belirlenmiştir. Faktörlerin adlandırılmasında araştırmanın kuramsal çerçevesini oluşturan kullanımlar ve doyumlar yaklaşımı ile çevrimiçi toplulukların ortaya koyduğu temel motivasyonlar göz önünde bulundurulmuştur.

Tablo 3

Katılım Motivasyonlarına İlişkin Faktörlerin Yük Değerleri

Bağlamsal Gereksinim (Açıklanan Varyans: 60.09)		1	2	3
S. 44	Bu topluluk rahatlamama yardımcı oluyor	0.770		
S. 45	Bu topluluktaki insanlara bağlılık hissi duymak beni rahatlatıyor	0.751		
S. 42	Bu toplulukta eğleniyorum	0.746		
S. 43	Bu topluluk bana heyecan veriyor	0.741		
S. 46	Bu topluluk benim için ilginç	0.704		
S. 48	Bu toplulukta yaptığım işten uzaklaşıyorum	0.699		
S. 41	Bu topluluk mutlu olmamı sağlıyor	0.683		

Tablo 3

Katılım Motivasyonlarına İlişkin Faktörlerin Yük Değerleri (Devamı)

Bağlamsal Gereksinim (Açıklanan Varyans: 60.09)		1	2	3
S. 36	Bu topluluk bana başarı hissi veriyor	0.677		
S. 37	Bu toplulukta benimle ortak ilgileri olan insanlarla buluşuyorum	0.672		
S. 47	Bu toplulukta zamanın nasıl geçtiğini anlamıyorum	0.647		
S. 39	Bu topluluk boş vaktimi değerlendirmemi sağlıyor	0.632		
S. 40	Bu topluluk iyi vakit geçirmemi sağlıyor	0.607		
S. 34	Bu toplulukta konuşmak rahatlatıcı	0.594		
S. 33	Bu topluluk yalnızlık hissimi gideriyor	0.562		
Faktör 2 İşlevsel Gereksinim (Açıklanan Varyans: 7.67)				
S. 15	Bu topluluk kişisel gelişimime katkı sağlıyor		0.819	
S. 14	Bu toplulukta bilmediklerimi öğreniyorum		0.813	
S. 12	Bu topluluktaki bilgiler güvenilirdir		0.796	
S. 11	Bu toplulukta aldığım bilgiler ilgili alan uzmanlarından gelmektedir		0.781	
S. 13	Bu topluluktaki bilgiler günceldir		0.776	
S. 10	Bu toplulukta yüksek değerde bilgi ediniyorum		0.772	
S. 16	Bu toplulukta ilgi alanımla bağlantılı konularda anında bilgi alıyorum		0.700	
S. 18	Bu toplulukta edindiğim bilgilerin hobilerime katkısı sağladığını düşünüyorum		0.683	
Faktör 3 Duyuşsal Gereksinim (Açıklanan Varyans: 4.19)				
S. 25	Bu toplulukta başkalarıyla iletişim kurmaktan hoşlanıyorum			0.787
S. 26	Bu topluluktaki kişileri bulmak kolay			0.712
S. 27	Bu toplulukta ilgili alan uzmanları ve etkili insanlarla tanışıyorum			0.696
S. 20	Bu topluluk arkadaş toplantılarını ayarlamaya yardımcı oluyor			0.690
S. 23	Bu toplulukta ilgi alanıma ilişkin tartışmalara katılmaktan hoşlanıyorum			0.658
S. 22	Bu topluluk haberleri yaymama yardımcı oluyor			0.640

Tablo 3’de faktör yükü en büyük olan ifadenin 819 ile işlevsel gereksinim ifadelerinden “*bu topluluk kişisel gelişime katkı sağlıyor*” ifadesi ve faktör yükü en düşük olan ifadenin ise duyuşsal gereksinim ifadelerinden 565 ile “*bu toplulukta kendimi bir gruba ait hissediyorum*” ifadesi olduğu görülmektedir.

Diğer yandan araştırma sorularına ilişkin ifadeler, ait oldukları faktör kapsamında incelendiğinde bağlamsal gereksinimleri açıklayan ilk faktörde, faktör yükü en yüksek olan ifade 770 ile “*bu topluluk rahatlamama yardımcı oluyor*” ifadesi ve faktör yükünün en düşük olduğu ifadenin ise 562 ile “*bu topluluk yalnızlık hissimi gideriyor*” ifadesidir.

Araştırmada ikinci faktör olarak belirlenen işlevsel gereksinim ifadelerinden faktör yükü en yüksek olan ifade 819 faktör yükü ile “*bu topluluk kişisel gelişime katkı sağlıyor*” ifadesi ve faktör yükü en düşük olan ifade ise “*bu toplulukta edindiğim bilgilerin hobilerime katkı sağladığını düşünüyorum*” ifadesidir.

Araştırmanın üçüncü ve son faktörü olan duyuşsal gereksinim ifadelerinden faktör yükü en yüksek olan ifade 787 ile “*bu toplulukta başkalarıyla iletişim kurmaktan hoşlanıyorum*” ifadesi ve faktör yükü en düşük olan ifade ise 565 ile “*bu toplulukta kendimi bir gruba ait hissediyorum*” ifadesidir.

Değişkenlerle Faktörlerin Karşılaştırılması

Katılımcıların çevrimiçi öğrenci topluluklarına katılım motivasyonlarının cinsiyet, yaş, eğitim ve sosyal ağ kullanım durumlarına göre farklılaşıp farklılaşmadığını belirlemek amacıyla faktör grupları arasında t-testi ve mezun olunan program, bilgisayar kullanma süresi ve günlük sosyal ağ kullanma sürelerine göre farklılaşıp farklılaşmadığını ortaya koymak amacıyla ise faktör grupları arasında Anova testi kullanılmıştır. Analizler sonucunda faktörlerin ortalama değerleri ile cinsiyet, yaş, eğitim durumu ve sosyal medya kullanım durumlarında farklılık olduğu belirlenmiş, mezun olunan program, bilgisayar kullanma süresi ve günlük sosyal ağ kullanma sürelerine ilişkin ise faktör grupları arasında anlamlı bir farka rastlanmamıştır. Katılımcıların çevrimiçi öğrenci topluluklarına ilişkin motivasyonlarının cinsiyet, yaş, eğitim ve sosyal ağ kullanım durumlarına ilişkin farklılaşma durumları Tablo 4, 5, 6 ve 7’de gösterilmektedir.

Tablo 4

Katılım Motivasyonlarının Cinsiyete Göre Farklılaşma Durumu

Faktörler	Cinsiyet	N	X	Sd	t	P
1. Faktör (Bağlamsal Gereksinim)	Kadın	315	3.2857	1.028	0.545	0.586
	Erkek	312	3.3301	1.012		
2. Faktör (İşlevsel Gereksinim)	Kadın	315	3.7175	0.923	1.292	0.197
	Erkek	312	3.6218	0.930		
3. Faktör (Duyuşsal Gereksinim)	Kadın	315	3.0984	0.996	2.882	0.004*
	Erkek	312	3.3205	0.931		

*p<.05

Tablo 4 çevrimiçi öğrenci topluluklarına üye olan katılımcıların motivasyonlarının cinsiyetlerine göre farklılaşma durumunu göstermektedir. Araştırmada katılımcıların çevrimiçi topluluklara katılım sonucu elde ettikleri motivasyonların cinsiyete göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini incelemek amacıyla

faktör grupları ile cinsiyet değişkeni arasında t- testi uygulanmıştır. T-testi sonuçlarına göre sadece duyuşsal gereksinim faktöründe anlamlı bir farklılık (t (serbestlik derecesi) = 2.882, $p < .01$) olduğu belirlenmiştir. Araştırmada ortaya çıkan duyuşsal gereksinim faktörüne ($p = .000$) göre erkekler ($X = 3.3205$) kadınlara ($X = 3.0984$) göredaha yüksek bir ortalamaya sahiptir.

Tablo 5

Katılım Motivasyonlarının Yaşa Göre Farklılaşma Durumu

Faktörler	Yaş	N	X	Sd	t	P
1. Faktör (Bağlamsal Gereksinim)	18-30	359	3.2869	1.05894	-0.594	0.553
	31 ve üzeri	268	3.3358	0.96721		
2. Faktör (İşlevsel Gereksinim)	18-30	359	3.5599	0.94907	-3.466	0.001*
	31 ve üzeri	268	3.8172	0.87846		
3. Faktör (Duyuşsal Gereksinim)	18-30	359	3.1894	1.00713	-0.582	0.560
	31 ve üzeri	268	3.2351	0.92041		

* $p < .05$

Araştırmada çevrimiçi topluluklara üye olan katılımcıların motivasyonlarının yaşa göre farklılaşıp farklılaşmadığı Tablo 5’de görülmektedir. Tabloya göre iki yaş grubuna yapılan t- testi sonuçlarına göre sadece işlevsel gereksinim faktöründe anlamlı bir farklılık ($t = -3.466$, $p < .01$) olduğu görülmektedir. Buna göre 31 yaş ve üzeri yaş aralığında olanlar ($X = 3.8172$) 18-30 yaş aralığında olanlara ($X = 3.5599$) göre daha yüksek bir ortalamaya sahiptir.

Tablo 6

Katılım Motivasyonlarının Eğitim Durumuna Göre Farklılaşma Durumu

Faktörler	Eğitim durumu	N	X	Sd	t	P
1. Faktör (Bağlamsal Gereksinim)	Öğrenci	484	3.3430	0.98966	1.590	0.112
	Mezun	143	3.1888	1.11299		
2. Faktör (İşlevsel Gereksinim)	Öğrenci	484	3.7252	0.88752	2.763	0.006*
	Mezun	143	3.4825	1.03361		
3. Faktör (Duyuşsal Gereksinim)	Öğrenci	484	3.2707	0.95395	2.948	0.003*
	Mezun	143	3.0000	1.00000		

* $p < .05$

Tablo 6 araştırmada çevrimiçi topluluklara üye olan katılımcıların motivasyonlarının eğitim durumuna göre farklılaşma durumunu göstermektedir. Katılımcıların çevrimiçi öğrenci topluluklarına katılım sonucu elde ettikleri motivasyonların eğitim durumuna göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini incelemek amacıyla faktör grupları arasında t- testi uygulanmıştır. T-testi sonuçlarına göre işlevsel gereksinim ($t = 2.763$, $p < .01$) ve duyuşsal gereksinim ($t = 2.948$, $p < .01$) faktörlerinde anlamlı bir farklılık olduğu belirlenmiştir. Bu bulgulara göre işlevsel gereksinim faktöründe öğrenciler ($X = 3.7252$) mezunlara ($X = 3.4825$) ve duyuşsal

gereksinim faktöründe ise yine öğrenciler ($X= 3.2707$) mezunlara ($X=3.0000$) göre daha yüksek bir ortalamaya sahiptir.

Tablo 7

Katılım Motivasyonlarının Sosyal Ağ Kullanımına Göre Farklılaşma Durumu

Faktörler	Sosyal ağ kullanımı	N	X	Sd	t	P
1. Faktör (Bağlamsal Gereksinim)	Evet	584	3.3271	1.01493	1.743	0.82
	Hayır	43	3.0465	1.06801		
2. Faktör (İşlevsel Gereksinim)	Evet	584	3.6798	0.91595	0.989	0.323
	Hayır	43	3.5349	1.07679		
3. Faktör (Duyuşsal Gereksinim)	Evet	584	3.2466	0.96285	3.614	0.000*
	Hayır	43	2.6977	0.93948		

* $p<.05$

Araştırmada katılımcıların motivasyonlarının sosyal ağ kullanım durumuna göre farklılaşıp farklılaşmadığı Tablo 7’de görülmektedir. Tabloya 7 sosyal ağları kullanım durumuna göre yapılan t-testi sonuçlarına göre üçüncü faktör olan duyuşsal gereksinim faktöründe ($t = 3.614$, $p<.01$) anlamlı bir farklılığın olduğunu göstermektedir. Bu bulgulara göre sosyal ağ kullanan katılımcılar ($X= 3.2466$), kullanmayanlara ($X= 2.6977$) göre daha yüksek ortalamaya sahiptir.

Sonuç

Bu araştırmada kullanımlar ve doyumlar yaklaşımı çerçevesinde Anadolu Üniversitesi Açıköğretim Sistemi Öğrenci Toplulukları üyelerinin topluluklara katılma motivasyonları incelenmiştir.

Bu genel amaç doğrultusunda aşağıdaki sorulara yanıt aranmıştır:

1. Topluluk üyelerini çevrimiçi bir topluluğa katılmaya motive eden faktörler nelerdir?
2. Topluluk üyelerinin bu topluluklara katılma motivasyonlarıyla, demografik özellikleri (cinsiyet, yaş, eğitim düzeyi) ve mezun olduğu program arasında anlamlı bir ilişki var mıdır?
3. Topluluğa üye olanların bu topluluklara katılma motivasyonlarıyla bilgisayar kullanma süresi, sosyal medya kullanma durumu ve günlük sosyal ağ kullanma süresi arasında anlamlı bir ilişki var mıdır?

Araştırma sonucunda, eğlenme, stresten uzaklaşma ve sosyal çevre edinme gereksinimlerini karşılayan “bağlamsal gereksinim” katılımcılar açısından en fazla motivasyon sağlayan gereksinim olarak ortaya çıkmıştır. Ayrıca bağlamsal gereksinim faktörünü en iyi temsil eden ifadenin, “bu topluluk rahatlamama yardımcı oluyor” ifadesi olarak belirlenmesi, eğlence işlevinin çevrimiçi öğrenci topluluklarına katılımı temel gereksinim olarak ortaya çıktığını göstermektedir. Bu sonuç, Bagozzi ve Dholakia (2002)’nin araştırmalarında ortaya çıkan çevrimiçi toplulukları kullanmanın hem duygusal hem de sosyal

gereksinimlerden kaynaklandığı ve böylelikle çevrimiçi kullanıcılarda eğlence ve sosyal etkileşim yoluyla aidiyet duygusu geliştirilebildiği görüşüyle uyumludur.

Araştırmada çevrimiçi öğrenci topluluklarına katılım motivasyonunun ikinci faktörü olan ve bilgi edinme işlevini ortayakoyan gereksinim ise “işlevsel gereksinim” olarak belirlenmiştir. İşlevsel gereksinimi en iyi temsil eden ifadenin “kişisel gelişimime katkı sağlıyor” ifadesi olması ise araştırma katılımcılarının çevrimiçi öğrenci topluluklarını bir kişisel gelişim aracı olarak gördüklerini ve bu motivasyonla hareket ettiklerini ortaya koymaktadır. Bu bulgu Chunngam ve diğerlerinin (2014) çalışmalarında belirttiği çevrimiçi toplulukların aynı zamanda sosyal katılım yoluyla öğrenmenin bir yolunu temsil ettiği ve çevrimiçi toplulukların, gayri resmi öğrenme için önemli olduğu vurgusu ile uyumludur.

Araştırma sonucunda ortaya çıkan ve çevrimiçi öğrenci topluluklarına katılım motivasyonundaki üçüncü faktör “duyuşsal gereksinim”dir ve bu motivasyonu en iyi temsil eden ifadenin “bu toplulukta başkalarıyla iletişim kurmaktan hoşlanıyorum” ifadesi ve en az temsil edenin ise “bu toplulukta kendimi bir gruba ait hissediyorum” ifadesi olduğu ortaya çıkmıştır. Bu bulgu doğrultusunda araştırma, katılımcılarının çevrimiçi öğrenci topluluklarına daha çok iletişim kurmak amacı ile katıldıkları ve sosyal etkileşime gereksinim duyduklarını ortaya koymaktadır. Bu bulgu Rothaermel ve Sugiyama’nın (2001), yaptıkları çalışmada topluluğa ait olma duygusunun çevrimiçi topluluklarda etkileşim yoluyla gerçekleştiğini ortaya koyduğu ifadeleriyle uyumludur. Bu bulgulara göre açık ve uzaktan öğretim öğrencilerinin, sistemin yapısından kaynaklanan sorunlardan dolayı aidiyet duygusu hissetme ihtiyacının karşılanmasında, bazı uygulamaların gerçekleşmesi gerekliliğini ortaya koymaktadır.

Çevrimiçi öğrenci topluluklarına katılım motivasyonlarının demografik özelliklere göre farklılaşmalarına ilişkin araştırmanın ortaya koyduğu sonuçlara bakıldığında ise çevrimiçi öğrenci topluluklarına katılım motivasyonlarında “duyuşsal gereksinim” motivasyonunun erkeklerde kadınlardan daha fazla olduğu ortaya çıkmıştır. Diğer yandan katılımcılardan 31 yaş ve üzerinde olanların 18-30 yaş aralığında olanlara göre işlevsel gereksinimlerini karşılamada daha fazla motivasyona sahip olduğu söylenebilir. Bu bulgu, açık ve uzaktan eğitim alan öğrenci/mezunların yaşam boyu eğitim felsefesi ile hareket ettiklerinin ve yaş ortalaması arttıkça, bilgi edinme gereksinimine yönelik motivasyonlarının da arttığı şeklinde belirtilebilir. Eğitim durumuna bakıldığında, çevrimiçi öğrenci topluluklarına katılımında öğrencilerin mezunlardan “işlevsel ve duyuşsal gereksinim” faktörlerinde daha fazla motivasyona sahip olduğu ortaya çıkmıştır. Bu bulgu, öğrencilerin daha fazla bilgi ve iletişim gereksinimlerini karşılamaya yönelik olan motivasyonlarla hareket ettiklerini, bunun da açık ve uzaktan eğitimin, örgün eğitimden farklı olan yapısal özelliklerinden kaynaklandığı ve öğrencilerin uzaklık, yalnızlık duygularının ve bilgi gereksinimlerinin karşılanması gerekliliğini ortaya çıkarmaktadır. Çevrimiçi öğrenci topluluklarına katılım motivasyonlarının farklılaştığı alanlardan birisi de sosyal ağ kullanımında görülmüştür. Buna göre, topluluklara katılımında, katılımcılardan sosyal ağları kullananların kullanmayanlara göre “duyuşsal gereksinimlerini karşılamada daha fazla motivasyona sahip olduğu belirlenmiştir. Bu bulgu, Rheingold’ın (1993), sosyal ilişkiler kurmada bilgi ve iletişim teknolojilerinin zaman ve mekân sınırlılıklarını ortadan kaldırma kapasitesinin önemini vurguladığı ve Dyson’ın (1997) yeni teknolojilerin insan etkileşimi ve ilişkisini geliştirerek çevrimiçi topluluk gelişimini sağladığı konusundaki çalışmalarıyla uyumludur.

Analizler sonucunda katılımcıların, mezun olunan program, bilgisayar kullanma süresi ve günlük sosyal ağ kullanma sürelerine ilişkin yapılan Anova testi sonucunda faktör gurupları arasında anlamlı bir farka rastlanmamıştır.

Sınırlılıklar

Araştırma, 2020 eğitim-öğretim yılı Güz Döneminde Anadolu Üniversitesi Açıköğretim Sistemi Çevrimiçi Öğrenci Toplulukları üyeleri ile sınırlıdır.

Öneriler

Bu araştırma uzaktan eğitim alan öğrenci ve mezunların çevrimiçi öğrenci topluluklarına katılım motivasyonlarını saptamaya yönelik çalışmalardan biridir. Çalışma, çevrimiçi bir topluluğa katılım motivasyonlarını anlamak için yapılacak daha fazla araştırma için veri sağlamaktadır.

Gelecekteki çalışmalar için;

- Üyelerin üstlendikleri rollerin neler olduğu, tasarım sürecine katkıları ve katılımcılar arasında motivasyonların nasıl farklılık gösterebileceği hakkında daha ayrıntılı bilgi edinilmesi;
- Katılımcıların, zaman içindeki motivasyon değişikliklerin saptanması;
- Açık ve Uzaktan eğitim veren kurum yöneticilerinin, toplulukların güçlü ve zayıf yönlerini topluluklarıyla etkileşimlerini değerlendirmek için kullanması;
- Açık ve Uzaktan Eğitim Sistemindeki öğrenci topluluklarının gereksinimlerini anlamak ve toplulukların bu gereksinimlerini gidermek için farklı yöntem ve yaklaşımlarla farklı araştırmaların gerçekleştirilmesi ve bununla birlikte sürdürülebilir, başarılı bir çevrimiçi topluluk modeli geliştirilmesi önerilmektedir.

Kaynakça

- Akar, E. (2010). Çevrimiçi toplulukların bir türü olarak sosyal ağ siteleri: Bir pazarlama iletişimi kanalı olarak işleyişi. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 10(1), 107- 122. Erişim adresi: [https://docplayer.biz.tr/2236013-Sanal-topluluklarin-bir-turu-olarak-sosyal-ag-siteleri-bir-pazar lama-iletisimi-kanali-olarak-isleyisi.html](https://docplayer.biz.tr/2236013-Sanal-topluluklarin-bir-turu-olarak-sosyal-ag-siteleri-bir-pazar-lama-iletisimi-kanali-olarak-isleyisi.html)
- Alakurt, T. ve Keser H. (2014). Çevrimiçi uygulama topluluğu üyelerinin bilgi paylaşma davranışlarının incelenmesi. *Elementary Education Online*, 13(4), 1331-1351. Erişim adresi: <https://l24.im/eur>
- Amstrong, A. ve Hagel, J. (1996). The real value of online communities. *Harvard Business Review*, 74(3), 134-141. Erişim adresi: <https://hbr.org/1996/05/the-real-value-of-on-line-communities>
- Aydın, C. H. (2002, Mayıs). *Çevrimiçi (online) öğrenme toplulukları*. Açıköğretim Fakültesinin 20. Kuruluş Yılı Nedeniyle Uluslararası Katılı Açık ve Uzaktan Eğitim Sempozyumunda sunulan bildiri, Anadolu Üniversitesi, Eskişehir. Erişim adresi: <https://l24.im/Tq8G0C>

- Bagozzi, R.ve Dholakia, M. (2002). Intentional social action in virtual communities. *Journal of Interactive Marketing* 16 (2), 2-21. Erişim adresi: <http://psykologimanasia.blogspot.com/2014/01/intentional-social-action-in-virtual.html>
- Balcı, Ş., Bal, E. ve Delal, Ö. (2019). Instagram kullanım alışkanlıkları ve motivasyonları ile narsisizm arasındaki ilişki üzerine bir inceleme: Selçuk üniversitesi öğrencileri örneği. *Erciyes İletişim Dergisi*, 6(2), 955-974. Erişim adresi: <https://doi.org/10.17680/erciyesiletisim.543430>
- Blanchard A. L. (2008). Testing a model of sense of virtual community. *Computers in Human Behavior*, 24(5), 2107-2123. doi: 10.1016/j.chb.2007.10.002
- Büyüköztürk, Ş., Kılıç Çakmak, E., Akgün, Ö. E., Karadeniz Ş. ve Demirel, F. (2017). *Bilimsel araştırma yöntemleri*. Ankara: Pegem.
- Chuang, Y W. (2015). Toward an understanding of uses and gratifications theory and the sense of virtual community on knowledge sharing in online game communities. *International Journal of Information and Education Technology*, 5(6) 472-476. Erişim adresi: <http://www.ijiet.org/papers/552-T048.pdf>
- Chunngam, B., Sumalee, C. ve E. Murphy. (2014). Membership, participation and knowledge building in virtual communities for informal learning. *British Journal of Educational Technology*, 45(5), 863-879. doi: 10.1111/bjet.12114
- Clark, A. (2007) *Understanding community: A review of networks, ties and contacts*. NCRM Working Paper Series 9/07, Southampton: ESRC National Centre for Research Methods. Erişim adresi: [http://eprints.ncrm.ac.uk/469/\(accessed 7](http://eprints.ncrm.ac.uk/469/(accessed 7)
- Delanty, G. (2003). *Community*. London: Routledges.
- Dholakia, U.M., Bagozzi, R.P. ve Pearo, L.K. (2004). A social influence model of consumer participation in network and small group based virtual communities. *International Journal of Research in Marketing*, 21(3), 241-263. Erişim adresi: <https://isiarticles.com/bundles/Article/pre/pdf/37239.pdf>
- Dyson, E. (1997). *Release 2.0: A design for living in the digital age*. New York: Broadway Books.
- Furlong, M. S. (1989). An electronic community for older adults: The senior net network. *Journal of Communication*, 39(3), 145-153. Erişim adresi: <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.1989.tb01048.x>
- Giddens, A. (2012). *Sosyoloji*. İstanbul: Kırmızı Yayınları.
- Hiltz, S. R. (1984). *Online communities: A case study of the office of the future*. Norwood,NJ: Ablex Publishing Corporation.
- Hiltz., S. R. ve Wellman, B. (1997). Asynchronous learning Networks as a virtual classroom. *Communications of the ACM*, 40(9), 44-49. Erişim adresi: <https://l24.im/EswPXc>
- Johnson, C. (2001). A survey of current research on online communities of practice. *The Internet and Higher Education*, 4(1), 45-60. Erişim adresi: <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.106.5848&rep=rep1&type=pdf>

- Karasar, N. (2005). *Bilimsel araştırma yöntemi*. Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.
- Korenman, J., ve Wyatt, N. (1996). Group dynamics in an e-mail forum. S. C. Herring (Ed.). *Computer-mediated communication: Linguistic, social and cross-cultural perspectives* içinde (225–242), Amsterdam: John Benjamins Publishing Co. doi: 10.1075/pbns.39.18kor
- Kosonen, M. (2009). 'Knowledge sharing in virtual communities a review of the empirical research'. *Int. J. Web Based Communities*, 5(2), 144–163. Erişim adresi: <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.888.7575&rep=rep1&type=pdf>
- LaRose, R., Mastro, D. ve Eastin, M.S. (2001). Understanding Internet usage: A social- cognitive approach to uses and gratifications. *Social Sceince Computer Review*, 19(4), 396-413. Erişim adresi: <https://l24.im/vyE>
- Leimeister, J.M., K. Schweizer., S. Leimeister. ve H. Krcmar. (2008). Do virtual communities matter for the social support of patients? Antecedents and effects of virtual relationships in online communities. *Information Technology and People*, 21(4), 353. Erişim adresi: https://www.alexandria.unisg.ch/219624/1/JML_118.pdf
- Lull, J. (2001). *Medya, kültür, siyaset*. N. Güngör (çev.). Ankara: Vadi Yayınları.
- Mata, F. J. ve Quesada, A. (2014). Web 2.0, Social networks and e-commerce as marketing tools. *Journal of Theoretical and Applied Electronic Commerce Research*, 9(1), 56-69. Erişim adresi: https://www.scielo.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0718-18762014000100006
- McMillan, D. W. ve Chavis, D. M. (1986). Sense of community: A definition and theory. *Journal of Community Psychology*, 14(1), 6-23. Erişim adresi: https://www.researchgate.net/publication/235356904_Sense_of_Community_A_Definition_and_Theory
- Nov, O. (2007) What motivates Wikipedians? *Communications of the ACM*, 50(11), 60–64. Erişim adresi: <https://cacm.acm.org/magazines/2007/11/5534-what-motivates-wikipedians/fulltext>
- Park, N., Kee, K. F. ve Valenzuela, S. (2009). Being immersed in social networking environment: Facebook groups, uses and gratifications, and social outcomes. *CyberPsychology & Behavior*. 12(6), 729-733. Erişim adresi: <https://l24.im/Kc7>
- Porter, C E. (2004). A typology of virtual communities: A multi-disciplinary foundation for future research. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 10(1), JCMC1011. Erişim adresi: <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/full/10.1111/j.1083-6101.2004.tb00228.x>
- Preece, J. (2000). *Online communities: Designing usability, supporting sociability*. Chichester, England: John Wiley and Sons.
- Preece, J. (2001). Sociability and usability in online communities: Determining and measuring success. *Behavior and Information Technology*. 20(5), 347-356. Erişim adresi: <https://www.dhi.ac.uk/san/waysofbeing/data/communities-murphy-preece-2001b.pdf>

- Quan-Haase, A. ve Young, A. L. (2010). Uses and gratifications of social media: A comparison of facebook and instant messaging. *Bulletin of Science, Technology and Society*, 30(5), 350-361. Erişim adresi: <file:///C:/Users/user/Downloads/BulletinofScienceTechnologySociety-2010-Quan-Haase-350-61.pdf>
- Rheingold, H. (1994). *A slice of life in my virtual community*. In L. M. Harasim (Ed.), *Global Networks: Computers and International Communication*. Cambridge, MA: MIT Press.
- Rothaermel F. ve Sugiyama, S. (2001). Virtual internet communities and commercial success: Individual and community-level theory grounded in the atypical case of timezone.com. *Journal of Management*, (27), 297-312. Erişim adresi: <https://l24.im/vRkSIL>
- Sangwan, S. (2005, Ocak). *Virtual community success: A uses and gratifications perspective*. 38. Hawaii International Conference on System Sciences içinde sunulan bildiri, Big Island, HI, USA. DOI: 10.1109/HICSS.2005.673
- Schubert, P. ve Ginsburg, M. (2000). Virtual communities of transaction: The role of personalization in electronic commerce. *Electronic Markets*, 10(1), 45-55. Erişim adresi: <https://www.kisa.link/Q6xz>
- Sicilia, M. ve Palazon, M. (2008). Brand communities on the internet: A case study of coca-cola's Spanish virtual community, corporate communications. *An International Journal*, 13(3), 255-270. Erişim adresi: <https://l24.im/ZLirW>
- Smith, M. A. (1999). *Invisible crowds in cyberspace: Mapping the social structure of the use net*. In M. A. Smith (Ed.), *Communities in cyberspace*: New York: Routledge.
- Sproull, L. ve Faraj, S. (1997). Atheism, sex, and databases: The net as a social technology. S. Kiesler (Ed.). *Culture of the Internet* içinde 16(3), 35-51. New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates
- Wellman, B., Salaff, J., Dimitrova, D., Garton, L., Gulia, M. ve Haythornthwaite, C. (1996). Computer networks as social networks: Virtual community, computer-supported cooperative work and telework. *Annual Review of Sociology*, (22), 213-238. Erişim adresi: <https://www.jstor.org/stable/2083430>
- Williams, R. (1983). *Keywords: A Vocabulary of culture and society*. Erişim adresi: https://www.academia.edu/30102258/Raymond_williams_keywords

Extended Abstract

Purpose

Nowadays, open and distance education applications increase their importance with the development of information and communication technologies and provide an important educational environment in the formation of online communities.

In the Anadolu University Open Education System, "Online Student Communities " were established in the 2016-2017 Fall Semester in order to develop social sharing in addition to educational activities of students. These communities operate in six different fields, namely, *Book, Photography, History, Music, Cinema and Informatics* and have 109.208 members. Communities regularly organize their online activities under the direction of a faculty member within Anadolu University and the activities to be held are announced one month before at <http://ekampus.anadolu.edu.tr>.

Based on this information, the general purpose of the study is to investigate the motivations of the members of Anadolu University Open Education System Online Student Communities within the framework of the uses and satisfaction approach.

Design and Methodology

In this study, survey model was used and quantitative data collection techniques were used to achieve the aims determined in the study. The research data were collected from the members of Anadolu University Online Student Communities.

The universe of the research consists of 109,238 students / graduates who are members of the online student communities of Anadolu University Open Education System in the fall semester of the 2020 academic year. Convenience sampling was used in the study. 627 participants who voluntarily answered the data collection tool published in the web environment formed the sample of the study.

The data obtained in the study were collected by the survey method. The questionnaire consisted of two parts: questions determining the demographic characteristics of the participants and motivating factors affecting the use of online student communities. For the questions in the questionnaire used in the study, a 5-point Likert scale was applied.

Descriptive and predictive statistical methods were used in the analysis of the data obtained within the scope of the research. Within the scope of descriptive statistical methods and techniques, the data regarding demographic information, the communities that are subscribed to, the duration of computer use and the frequency of social media platforms use and the social network usage status are shown as frequency and percentage. Factor analysis was used for the motivation of participants who are members of online students' community. Whether there is a significant difference between demographic characteristics and motivations was analyzed by t-test.

Findings

According to results of the study, it was determined that the needs of having fun, getting away from stress and social environment, which can be expressed with contextual needs, were effective in motivation to participation communities. The study revealed that, in line with the functional needs of the participants, they

perceived online student communities as a personal development tool. The participants aimed to communicate more with other members and have social interaction with the aim of "affective need".

In addition, it was determined that the motivations of the community members showed differences in terms of gender, age, being a graduate or a student, and using social networks.

The study revealed that the motivation of "affective needs" in the motivations of participation in online student communities is higher in men than in women.

Participants aged 31 and over have more motivation to meet their functional needs than those aged 18-30.

Looking at the educational status, it was revealed that students were more motivated than graduates in line with functional and affective needs.

One of the areas where motivation to participate in online student communities differs is seen in the use of social networks. Accordingly, it has been determined that those who use social networks among the participants have more motivation in meeting their "affective needs" compared to those who do not use social networks.

Research Limitations

The research is limited to the members of Anadolu University Open Education System Online Student Communities in the Fall Semester of the 2020 academic year.

Implications

This study contributes to understanding the motivations of students in the distance education system to participate in an online community. Online applications in education should be arranged to meet not only academic but also social needs of learners. Distance education students have different characteristics, perceptions and needs. For online communities, studies should be carried out to verify and meet different needs of students with large samples. In order to understand the needs of student communities in the Open and Distance Education System and to meet these needs, different researches with different methods and approaches should be carried out. At the end of the research, it is suggested to develop a sustainable and successful online community model. The satisfaction level of needs in student communities will positively affect online student communities as an informal learning environment.

Originality/Value

In distance education, where online communication technologies play an important role, the communication of distance education students and teachers who are physically separate from each other and the formation of online communities are socially important thanks to these technologies. Anadolu University Open Education System "Online Student Communities", has more than 100,000 members and determining the motivations of these members is important both in terms of the functioning of the system and its improvement. The absence of a similar study on Anadolu University Open Education System "Online Student Communities" before has made this study unique.

Araştırmacı Katkısı: Berrin ÖZKANAL (%40), Özden CANDEMİR (%40), Abdülkadir CANDEMİR (%20).