Çevrimiçi Bilgi Arama Stratejileri Envanteri

RECOMMENDED CITATION

memjavad (2026). *Çevrimiçi Bilgi Arama Stratejileri Envanteri*. Turkish Psychological Scales. Retrieved from https://tr-scales.arabpsychology.com/?p=18518

ARABPSYCHOLOGY.COM

Özet

Çevrimiçi Bilgi Arama Stratejileri Envanteri (ÇB?ASE), bireylerin internet ortam?nda bilgi arama süreçlerinde kulland?klar? bili?sel ve davran??sal stratejileri ölçmek amac?yla geli?tirilmi? bir psikometrik araçt?r. Bu çal??ma, envanterin Türkçe diline uyarlanmas? ve Türk kültürüne uygun olarak psikometrik özelliklerinin incelenmesi amac?yla A?kar ve Mazman (2013) taraf?ndan gerçekle?tirilmi?tir. Envanter, çevrimiçi arama faaliyetlerinin planlanmas?ndan yürütülmesine ve sonuçlar?n de?erlendirilmesine kadar geni? bir yelpazedeki stratejileri kapsamaktad?r.

Anahtar Kelimeler

Çevrimiçi Bilgi Arama Stratejileri, Envanter, Psikometrik Özellikler, Uyarlama Çal??mas?, Bilgi Arama (2), Psikometri.

Yazarlar

P. A?kar, S. G. Mazman

Amaç

Çevrimiçi Bilgi Arama Stratejileri Envanteri'nin temel amac?, internet kullan?c?lar?n?n bilgiye eri?im ve i?leme süreçlerinde ba?vurduklar? yöntemleri, güçlü ve zay?f yönlerini belirlemektir. Uyarlama çal??mas?, orijinal envanterin Türkçe konu?an popülasyonlarda geçerli ve güvenilir bir ?ekilde kullan?labilmesini sa?lamay? hedeflemi?tir. Bu, özellikle e?itim ve bili?im teknolojileri alanlar?nda kullan?c? davran??lar?n? incelemek için önemli bir araç sunmaktad?r.

Yap?

Envanter, bireylerin çevrimiçi ortamda bilgi ararken sergiledikleri stratejileri yans?tan 7 farkl? alt boyuttan olu?maktad?r. Bu alt boyutlar, kullan?c?lar?n planlama yeteneklerinden, kar??la?t?klar? zorluklarla ba?a ç?kma biçimlerine kadar geni? bir yelpazeyi kapsamaktad?r. Yap?, **bilgi arama yetkinli?i** ve **çevrimiçi ö?renme stratejileri** aras?ndaki ili?kiyi incelemeye olanak tan?r.

Geçerlik

Ölçe?in yap?sal geçerli?i, orijinal yap?y? do?rulamak amac?yla titizlikle incelenmi?tir. Yap?lan analizlerde, modelin teorik yap?y? uygun düzeyde temsil etti?ini göstermek için hem birincil düzey hem de ikinci düzey Do?rulay?c? Faktör Analizi (DFA) (3) uygulanm??t?r. DFA sonuçlar?, envanterin 7 faktörlü yap?s?n?n Türk örnekleminde yeterli düzeyde uyum gösterdi?ini ve ölçülmek istenen psikolojik yap?y? ba?ar?yla ölçtü?ünü kan?tlam??t?r.

ARABPSYCHOLOGY.COM

Güvenirlik

Envanterin iç tutarl?l??? son derece yüksek bulunmu?tur. Güvenirlik analizleri sonucunda, envanterin tümüne ait güvenirlik katsay?s? (Cronbach Alpha) (4) 0.910 olarak hesaplanm??t?r. Ayr?ca, modern psikometrik yöntemlerle hesaplanan McDonald ω (omega) katsay?s? ise 0.942 gibi yüksek bir de?er göstermi?tir. Bu de?erler, ölçe?in maddelerinin tutarl? ve güvenilir bir biçimde ayn? yap?y? ölçtü?ünü ortaya koymaktad?r. Her bir faktör için ayr? ayr? hesaplanan güvenirlik katsay?lar? ve madde toplam korelasyonlar? detayl? olarak sunulmu?tur.

Faktör Analizi

Ölçe?in yap? geçerli?ini test etmek amac?yla kullan?lan Do?rulay?c? Faktör Analizi (DFA) (5), envanterin 7 alt boyuttan olu?an orijinal yap?s?n? desteklemi?tir. Birincil düzey DFA, her bir alt boyutun kendi maddeleriyle olan ili?kisini incelerken; ikinci düzey DFA, bu 7 alt boyutun daha üst bir yap? olan "Çevrimiçi Bilgi Arama Stratejileri" genel faktörü alt?nda topland???n? do?rulam??t?r. Modelin uyum istatistikleri (fit indices), modelin veriyle uyumlu oldu?unu ve faktör yap?s?n?n sa?lam oldu?unu göstermi?tir.

Araç

Test Türü: Uyarlama (Adaptation)

Format: 7 Alt Boyut ve 25 Madde içeren öz bildirim envanteri.

Dil Mevcut: Türkçe

Popülasyon Grubu: Genel internet kullan?c?lar? ve ö?rencileri kapsamas? beklenmektedir (Uyarlama çal??mas? genellikle üniversite ö?rencileri üzerinde yap?l?r).

Ya? Grubu: Ergenlik dönemi sonras? ve yeti?kinlik (Genellikle 18+).

Popülasyon Detaylar?: Orijinal uyarlama çal??mas?, genellikle akademik ortamlarda çevrimiçi bilgi arama faaliyetlerini yo?un olarak kullanan üniversite ö?rencileri üzerinde gerçekle?tirilmi?tir.

Test Metodolojisi: Envanter, 6'l? Likert Ölçe?i (6) format?nda olup, kat?l?mc?lar?n her bir ifadeye ne kadar kat?ld?klar?n? veya ifadenin kendilerine ne kadar uydu?unu belirtmelerini gerektirir (1=Bana hiç uymuyor - 6=Bana tamamen uyuyor).

Anahtar Kelimeler

Cronbach Alpha, McDonald Omega, Güvenirlik (7), Geçerlik, Bili?sel Stratejiler, ?nternet Kullan?m?, Faktör Yap?s?.

ARABPSYCHOLOGY.COM

Yazarlar

Yazar ORCID Tan?mlay?c?: Bilgi mevcut de?ildir.

Ba?l? Kurulu? E-posta Adresleri: sguzin@hacettepe.edu.tr (Sorumlu Yazar Sacide Güzin Mazman için).

Yaz??ma Adresi: Bilgi mevcut de?ildir (Hacettepe Üniversitesi ile ili?kilidir).

?zinler, Ücret ve Test Y?l?

Envanterin uyarlama çal??mas? 2013 y?l?nda yay?nlanm??t?r. Kullan?m izinleri ve ücretlendirme bilgileri için sorumlu yazar (Sacide Güzin Mazman) ile ileti?ime geçilmesi gerekmektedir.

Kaynaklar

A?kar, P. ve Mazman, S. G. (2013). Çevrimiçi Bilgi Arama Stratejileri Envanteri'nin Türkçe'ye Uyarlama Çal??mas?. *E?itim ve Bilim*, *38*(168), 168-182.

Makalenin orijinal ba?lant?s?: egitimvebilim.ted.org.tr

Envanterin orijinal PDF dosyas?na buradan ula??labilir: cevrimici-bilgi-arama-stratejileri-envanteri-toad.pdf

Çevrimiçi Bilgi Arama Stratejileri Envanteri Maddeleri

Envanter toplamda 7 Alt Boyut ve 25 Maddeden olu?maktad?r.

Kaybolma (4 m): ?nternette arama yaparken ne yapaca??m? bilmiyorum.
De?erlendirme (4 m): Web'ten buldu?um bilgiler aras?ndaki ili?kileri sürekli de?erlendiririm
Amaçl? Dü?ünme (4 m): Çevrimiçi aramaya ba?lamadan önce hedeflerimi belirlerim.
Deneme yan?lma (3 m): Aramam ba?ar?l? olmay?nca ba?ka arama motorlar?n? denerim.
Temel fikirleri ay?rt etme (3 m): Genellikle kullanabilece?im anahtar kelimeleri önceden dü?ünürüm.
Kontrol (4 m): Belli bir web sitesine onun URL'siyle nas?l ba?lanaca??m? bilirim.
Problem çözme (3 m): Çözemedi?im sorunlarla kar??la?t???mda genellikle, aramay? b?rak?r?m.

ARABPSYCHOLOGY.COM