

Bergen Sosyal Medya Ba??ml?l??? Ölçe?i

RECOMMENDED CITATION

memjavad (2025). *Bergen Sosyal Medya Ba??ml?l??? Ölçe?i*. Turkish Psychological Scales. Retrieved from <https://tr-scales.arabpsychology.com/?p=17549>

Özet

Bergen Sosyal Medya Ba??mlil??? Ölçe?i (BSMBÖ), sosyal medya kullan?m?n?n potansiyel olarak ba??mlilik yap?c? özelliklerini ölçmek amacıyla geli?tirilmif psikometrik bir araçtır. Bu ölçe?in Türkçe uyarlamas? ?brahim Demirci (2019) tarafından ger?ekle?tirilmifdir. Uyarlama çal??mas?, ölçe?in Türk kültüründeki geçerlik ve güvenilirlik özelliklerini incelemeyi, ayr?ca sosyal medya ba??mlil??? belirtileri ile depresyon ve anksiyete belirtileri aras?ndaki ili?kiyi de?erlendirmeyi amaçlam??tır.

Ölçek, sosyal medya ba??mlil???n?n temel bile?enlerini temsil eden 6 maddeden ve tek bir boyuttan olumaktadır. Yap?lan do?rulamay?c? faktör analizi (DFA) sonuçlar?, tek boyutlu yap?n?n kabul edilebilir düzeyde uyum sa?lad???n? göstermektedir. BSMBÖ, klinik ve ara?tırma ortamlar?nda sosyal medya ba??mlil??? riskini h?zli ve güvenilir bir ?ekilde de?erlendirmek için tasarlanm??tır.

Anahtar Kelimeler

Sosyal medya ba??mlil???, Bergen Sosyal Medya Ba??mlil??? Ölçe?i, psikometrik uyarlama, güvenirlik, geçerlik, faktör analizi, depresyon, anksiyete.

Yazarlar

?brahim Demirci

Amaç

Bergen Sosyal Medya Ba??mlil??? Ölçe?i'nin temel amacı, bireylerin sosyal medya kullan?m?n?n, ba??mlilik davran??? sergileyip sergilemedi?ini veya bu yönde bir risk ta??y?p ta??mad???n? de?erlendirmektir. Ölçek, sosyal medya ba??mlil???n?n temel alt? bile?enini (belirginlik, ruh hali de?i?ikli?i, tolerans, yoksunluk, çat??ma ve nüksetme) ölçerek, ba??mlilik düzeyini nicel olarak belirlemeyi hedefler.

Türkçe uyarlama çal??mas?n?n özel amacı, orijinal ölçe?in psikometrik özelliklerini Türk popülasyonunda test etmek, yap?sal geçerli?ini Do?rulamay?c? Faktör Analizi (DFA) ile kan?tlamak ve ba??mlilik düzeyinin ruh sa?l??? de?i?kenleri (depresyon ve anksiyete) ile olan korelasyonlar?n? incelemektir.

Yap?

Bergen Sosyal Medya Ba??mlil??? Ölçe?i, sosyal medya ba??mlil???n? tek boyutlu bir yap? olarak ele al?r. Bu tek boyutlu yap?, behavioral ba??mlilikler?n (davran??sal ba??mlilikler?)

temel bile?enlerine dayan?r. Bu bile?enler, bireyin sosyal medyay? a??r? ve kontrolsüz kullanma e?ilimini, bu kullan?m?n günlük i?levselli?i üzerindeki olumsuz etkilerini ve kullan?m kesildi?inde ortaya ç?kan olumsuz duygusal durumlar? kapsar.

Belirginlik (Salience): Bireyin sosyal medyay? dü?ünmeye a??r? zaman ay?rmas?.

Ruh Hali De?i?ikli?i (Mood Modification): Sosyal medyay? olumsuz duygulardan kaçmak veya ruh halini iyile?tirmek için kullanmak.

Tolerans: ?stelenen etkiyi elde etmek için giderek daha fazla sosyal medya kullanma ihtiyac?.

Yoksunluk (Withdrawal): Kullan?m kesildi?inde huzursuzluk veya rahatsızlık hissetme.

Çat??ma (Conflict): Sosyal medya kullan?m?n?n di?er önemli ya?am alanlar?yla (i?, okul, ili?kiler) çat??mas?.

Nüksetme (Relapse): Kullan?m? azaltma giri?imlerinin ba?ar?sız olmas?.

Geçerlik

Ölçe?in yap? geçerli?i, Do?rulay?c? Faktör Analizi (DFA) ile de?erlendirilmi?tir. Tek boyutlu ölçüm modelinin uyum indeksleri kabul edilebilir düzeyde bulunmu?tur. Elde edilen istatistikler ?unlard?r: $\chi^2=11.98$, serbestlik derecesi (df)=9, $p=0.214$. Bu sonuç, modelin veriye mükemmel bir uyum sa?lad???n? göstermektedir ($p > 0.05$ oldu?u için modelin reddedilmedi?i anla??lmaktadır).

Di?er uyum indeksleri de modelin güçlü oldu?unu desteklemi?tir: Kar??la?t?rma? Uyum ?ndeksi (CFI) 0.99, Tucker-Lewis ?ndeksi (TLI) 0.98, Standartla?t?r?lm?? Kök Ortalama Kare Kal?nt? (SRMR) 0.039 ve Yakla??k Kök Ortalama Kare Hata (RMSEA) 0.046 olarak rapor edilmi?tir. Ölçe?in maddelerinin faktör yükleri 0.48 ile 0.89 aras?nda de?i?mektedir, bu da maddelerin ölçülen yap?y? temsil etmede yeterli düzeyde oldu?unu göstermektedir.

Güvenirlik

Bergen Sosyal Medya Ba??mliligi Ölçe?i'nin güvenilirlik analizleri, yüksek düzeyde iç tutarlılık ve test-tekrar test güvenilirli?i göstermi?tir. Ölçe?in Cronbach Alfa iç tutarlılık katsay?s? genel olarak 0.83 olarak hesaplanm??t?r.

Farklı örneklerde elde edilen iç tutarlılık katsayılar? ?öyledir: Aç?mlay?c? Faktör Analizi (AFA) örneğinde 0.83, DFA örneğinde 0.82, ölçüt ba??ntılı? geçerlilik örneğinde 0.82 ve çal??an örneğinde 0.80. Düzeltimi? madde toplam puan korelasyonlar? 0.42 ile 0.80 aras?nda de?i?mi? olup, tüm çal??ma gruplar?nda bu korelasyonlar?n 0.30'un üzerinde olmas?, maddelerin ölçe?in genel puan?na anlamlı katkı sa?lad???n? göstermektedir. Üç hafta arayla 51 kat?lmc?ya uygulanan test-tekrar test güvenilirlik katsay?s? ise 0.83 olarak bulunmu?tur, bu da ölçe?in zaman içinde tutarlı sonuçlar verdi?ini kan?tlamaktadır.

Faktör Analizi

Ölçek, 6 maddeden ve tek bir boyuttan olmaktadır. Uyarlama çalışmasında hem Açıklayıcı Faktör Analizi (AFA) hem de Doğrulayıcı Faktör Analizi (DFA) kullanılmıştır. AFA sonuçları, ölçeğin tek bir faktör altında toplandığını doğrulamıştır. Ardından uygulanan DFA, bu tek boyutlu yapının verilerle iyi bir uyum sergilediğini istatistiksel olarak kanıtlamıştır.

DFA sonuçları, ölçeğin orijinal yapısını koruduğunu ve sosyal medya bağımlılığı yapısını tekil, güçlü bir bileşen olarak ölçtüğünü göstermektedir. Uyum indekslerinin (CFI, TLI, RMSEA) kabul edilebilir sınırların içinde yer alması, ölçeğin teorik yapısının Türkçe popülasyonunda geçerli olduğunu desteklemektedir.

Araç Bilgileri

Test Type: Geliştirme (Orijinal ölçeğin Türkçeye uyarlanması)

Format: Öz Bildirim Ölçeği

Language Available: Türkçe (Orijinal: İngilizce veya Norveççe)

Population Group: Yetişkinler ve Genç Yetişkinler

Age Group: 18 yaş ve üstü (Genellikle üniversite öğrencileri üzerinde çalışılmıştır)

Population Details: Üniversite öğrencileri ve çalışan yetişkinler dahil olmak üzere çeşitli örneklemeler.

Test Methodology: 5'li Likert tipi derecelendirme (1= çok nadir - 5= çok sık). Toplam puan, bağımlılık düzeyini gösterir.

Anahtar Kelimeler

Sosyal medya, bağımlılık, psikometri, uyarlama, Likert ölçeği, test-tekrar test, madde analizi, İbrahim Demirci.

Yazarlar

Author ORCID Identifier: Sa?lanan kaynaklarda ORCID bilgisi bulunmamaktadır.

Affiliation Email addresses: idemirci@sinop.edu.tr

Correspondence Address: İbrahim Demirci (Sinop Üniversitesi, Fen Edebiyat Fakültesi, Psikoloji Bölümü, Sinop, Türkiye)

Şinler, Ücret ve Test Yılı

Şinler ve Ücret: Ölçeğin kullanımı için yazar ile iletişime geçilmesi önerilir. Ticari kullanım koşulları yazarın inisiyatifindedir.

Test Yılı: Türkçe uyarlama çalışması 2019 yılında yayınlanmıştır.

Ek Bilgiler: Ölçeğin araştırma makalesi ResearchGate üzerinden erişilebilir durumdadır: researchgate.net

Ayrıca, çalışmanın orijinal PDF ve DOC dosyalarına aşağıdaki bağlantılardan ulaşılabilir:

Orijinal PDF dosyası: bergen-sosyal-medya-bagimlilik-olcegi-toad.pdf

Orijinal DOC dosyası: bergen-sosyal-medya-bagimlilik-olcegi-toad.doc

Kaynaklar

Demirci, ?. (2019). Bergen sosyal medya bağımlılığı ölçeğinin Türkçeye uyarlanması, depresyon ve anksiyete belirtileriyle ilişkisinin değerlendirilmesi. *Anadolu Psikiyatri Dergisi*, 20(1), 15-22. DOI: <http://dx.doi.org/10.5455/apd.41585>

Bergen Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği Maddeleri

ÖNEMLİ: Bu ölçeğin 6 madde ve tek boyuttan oluştuğu belirtilmiştir. Ancak, ölçek maddelerinin metinleri kaynak içerikte sağlanmamıştır.

Ölçek, 5'li Likert tipi bir derecelendirme kullanır:

1 = Çok Nadir

2 = Nadir

3 = Bazen

4 = Sık

5 = Çok Sık

Ölçekteki 6 madde, sosyal medyaya yönelik aşırı meşguliyet, tolerans, yoksunluk, nüksetme, ruh hali değişikliği ve çatışma gibi bağımlılık belirtilerini ölçmektedir.