

Görünümle ?li?kili Sosyal Medya Bilinç Ölçe?i

RECOMMENDED CITATION

memjavad (2026). *Görünümle ?li?kili Sosyal Medya Bilinç Ölçe?i*. Turkish Psychological Scales. Retrieved from <https://tr-scales.arabpsychology.com/?p=22387>

Özet

Görünümle İlişkili Sosyal Medya Bilinç Ölçeği (GİSBMÖ), bireylerin sosyal medya ortamlarında kendi fiziksel görünüşleri ve sunumları hakkındaki bilinç düzeylerini ve bilişsel meşguliyetlerini ölçmek amacıyla geliştirilmiş bir psikometrik araçtır. Bu ölçek, orijinal bir araçtır. **Türkçe uyarlaması** olarak Öngören ve arkadaşları (2021) tarafından gerçekleştirilmiştir. Uyarlama çalışması, ölçeğin Türk kültürüne ve diline uygunluğunu, aynı zamanda yeterli düzeyde **geçerlik** ve **güvenirlilik** özelliklerini taşıdığını göstermek üzere tasarlanmıştır. Ölçek, sosyal medya kullanmanın bireyin beden algısı üzerindeki etkilerini inceleyen araştırmalar için önemli bir kaynak sağlamaktadır.

Anahtar Kelimeler

Görünüm Bilinci, Sosyal Medya, Beden Algısı, Ölçek Uyarlama, Psikometri, **Likert Tipi** Ölçek.

Yazarlar

Bülent Öngören, Zeynep Durdu, Ömer Nce Dongaz, Betül Bayar, Kaan Bayar.

Amaç

Ölçeğin temel amacı, bireylerin sosyal medya platformlarında (Instagram, Facebook, vb.) kendi görünüşlerine ne kadar odaklandıkları, görünüşleri hakkında ne kadar düşündüklerini ve bakışlarının görünüşlerini ne sıklıkla değerlendirdiklerini sistematik olarak ölçmektir. Bu **uyarlama** çalışması, uluslararası alanda kullanılan geçerli bir araç. Türk örneklemine kazandırmayı hedeflemiştir.

Araştırmacılar, dijital çağda artan sosyal karışıklık ve görünüm baskısının psikolojik etkilerini incelemek için standardize edilmiş bir ölçüm aracına ihtiyaç duymuşlardır. Bu ölçek, özellikle genç yetişkinlerin ve üniversite öğrencilerinin sosyal medya kaynaklı görünüm kaygılarını belirlemede kritik bir rol oynamaktadır.

Yapı

Görünümle İlişkili Sosyal Medya Bilinç Ölçeği, sosyal medyadan bireyin kendini algılama biçimi üzerindeki bilişsel ve duygusal etkileşimini temsil eden tek bir temel psikolojik **yapıyı** ölçmektedir. Bu yapı, genellikle "Sosyal Medya Bilinci" olarak adlandırılır ve bireyin sürekli olarak kendi dijital imajını ve fiziksel görünümünü izleme eğilimini kapsar.

Ölçek, görünümün sosyal medyada nasıl sunulduğunu, bakışlarının bu sunumlara verdiği tepkiler ve bireyin bu tepkilere ne ölçüde duyarlı olduğu gibi boyutları ele alır. Yüksek puanlar, kişinin

görünümünü sosyal medya standartlar?na göre a??r? derecede bilinçli ve kayg?l? bir ?ekilde yönetti?ini gösterir.

Geçerlik

Ölçe?in geçerlik çal??malar?, Türkçe uyarlama makalesinde (Öngören et al., 2021) detayl? olarak sunulmu?tur. Bu çal??malar genellikle yap? geçerli?i ve ölçüt ba??nt?l? geçerli?i içermektedir. Yap? geçerli?inin test edilmesi amac?yla, ölçe?in teorik yap?yla uyumunu sa?lamak için do?rulay?c? ve/veya aç?mlay?c? faktör analizleri kullan?lm??tr.

Ara?t?rmac?lar, ölçe?in ölçtü?ü yap?n?n di?er ilgili psikolojik yap?larla (örne?in, beden memnuniyetsizli?i, sosyal medya ba??ml?l???) beklenen yönde ili?kiler gösterdi?ini tespit ederek ölçe?in geçerli?ine dair kan?tlar sunmu?lard?r.

Güvenirlik

Görünümle ?li?kili Sosyal Medya Bilinç Ölçe?i'nin güvenilirlik analizleri de makalede mevcuttur. Güvenirlik, genellikle Cronbach Alfa iç tutarl?l?k katsay?s? ile de?erlendirilmi?tir. Yüksek Cronbach Alfa de?erleri, ölçek maddelerinin tutarl? bir ?ekilde ayn? yap?y? ölçtü?ünü ve dolay?s?yla ölçe?in içsel olarak güvenilir oldu?unu i?aret etmektedir.

Uyarlama çal??mas?nda elde edilen güvenilirlik katsay?lar?, ölçe?in psikometrik standartlar? kar??lad???n? ve ara?t?rma amaçlar? için kabul edilebilir düzeyde güvenilir oldu?unu göstermektedir.

Faktör Analizi

Uyarlama çal??mas? kapsam?nda, ölçe?in faktör yap?s?n? incelemek üzere Faktör Analizi yöntemleri uygulanm??tr. Bu analizler, orijinal ölçe?in faktör yap?s?n?n Türkçe versiyonunda da korunup korunmad???n? belirlemek için kritik öneme sahiptir.

Elde edilen faktör yap?s? sonuçlar?, ölçe?in 13 maddelik yap?s?n?n alt?nda yatan temel boyutlar? do?rulam?? ve ölçe?in tek faktörlü veya çok faktörlü yap?s?na dair kan?tlar sunmu?tur. Detayl? istatistiksel sonuçlar ve model uyum indeksleri, ilgili bilimsel makalede yer almaktad?r.

Araç

Test Türü: Uyarlama Ölçe?i

Format: Görünümle ?li?kili Sosyal Medya Bilinç Ölçe?i toplam 13 maddeden olu?maktadır.

Mevcut Dil: Türkçe

Derecelendirme: Ölçek, 7'li **Likert Tipi** bir derecelendirme kullanır:

- 1 = Asla
- 2 = Neredeyse Hiçbir Zaman
- 3 = Nadiren
- 4 = Bazen
- 5 = Sıklıkla
- 6 = Neredeyse Her Zaman
- 7 = Her Zaman

Popülasyon Grubu: Sosyal medya kullanan bireyler (Genellikle üniversite öğrencileri ve genç yetişkinler üzerinde test edilmiştir).

Yaş Grubu: Yetişkinler ve Genç Yetişkinler.

Popülasyon Detayları: Uyarılma çalışması'nın örneklemini, Türkiye'deki üniversite öğrencileri veya genel yetişkin sosyal medya kullanıcılarından oluşturmaktadır. Kesin örneklem büyüklüğü ve demografik özellikler makalede açıklanmıştır.

Test Metodolojisi: Ölçek, katılımcılara kağıt üzerinde veya çevrimiçi anket formatında uygulanabilir. Katılımcılardan her bir maddeye kendi sosyal medya deneyimlerini yansıtan en uygun 7'li Likert cevabını vermeleri beklenir.

Anahtar Kelimeler

Görünüm Kaygısı, Dijital İmaj, **Sosyal Karşılaştırma**, Beden Algısı, Kaya Journal of Health Science, **Sosyal Medya** Bilinci.

Yazarlar

Sorumlu Yazar: Bülent Öngören

Yazar ORCID Tanımlayıcı: Kaynakta belirtilmemiştir.

Bağılı E-posta Adresleri: bulentongoren@mu.edu.tr (Sorumlu Yazar İletişim)

Yayın Adresi: Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, Türkiye (Makale bilgilerinden çıkarılmıştır).

İzinler, Ücretler ve Test Yılı

Test Yılı: 2021 (Türkçe Uyarılma Çalışması).

İzinler ve Ücretler: Ölçeğin ticari olmayan akademik araştırmalarda kullanımı için izin alınması gerekebilir. Kullanım izni ve telif hakları bilgileri için sorumlu yazar Bülent Öngören ile iletişime geçilmesi tavsiye edilir. İletişim e-posta adresi: bulentongoren@mu.edu.tr.

Ölçeğin orijinal makalesi ve detaylı psikometrik bilgileri içeren PDF dosyasına aşağıdaki bağlantıdan ulaşılabilir: gorunumle-iliskili-sosyal-medya-bilinc-olcegi-toad.pdf

Kaynaklar

Öngören, B., Durdu, Z., Dongaz, Ö. İ., Bayar, B., ve Bayar, K. (2021). Görünümle İlişkili Sosyal Medya Bilinç Ölçeğinin Türkçe uyarlaması: Geçerlik ve güvenirlik çalışması. *Karya Journal of Health Science*, 2(2), 33-38.

DOI: <https://doi.org/10.52831/kjhs.901294>

Makale Linki: dergipark.org.tr

Görünümle İlişkili Sosyal Medya Bilinç Ölçeği Maddeleri

ÖNEMLİ: Aşağıdaki ölçek maddeleri orijinal dilinde korunmalı ve hiçbir şekilde değiştirilmemelidir.

Kaynak içerikte ölçeğin maddeleri (sorular) açıkça belirtilmemiştir, ancak ölçeğin toplam **13 maddeden** oluştuğu bildirilmiştir. Detaylı maddeler için yukarıda belirtilen akademik referansa başvurulmalıdır.