

??yerinde Sosyal Medya Kullan?m? Ölçe?i

RECOMMENDED CITATION

memjavad (2026). ??yerinde Sosyal Medya Kullan?m? Ölçe?i. Turkish Psychological Scales. Retrieved from <https://tr-scales.arabpsychology.com/?p=24011>

Özet

??ylerinde Sosyal Medya Kullan?m? Ölçe?i (?SME), bireylerin i? ortamlar?nda sosyal medyay? kullanma biçimlerini ve bu kullan?m?n potansiyel olarak sorunlu veya a??r? boyutlar?n? ölçmek amacıyla geli?tirilmis? bir psikometrik araçtır. Bu ölçek, orijinal yap?s?n?n Türkçe'ye uyarlanması yoluyla elde edilmiştir. Uyarlama çalışması sonucunda 21 maddeden ve 6 faktörden oluşan bir yapı ortaya çıkmıştır. Ölçek, çalışmaların sosyal medyay? sürekli kontrol etme ihtiyacı gibi davranışsal ve bilişsel belirtileri de?erlendirmektedir.

Anahtar Kelimeler

??ylerinde Sosyal Medya Kullan?m?, Ölçek Uyarlama, Bağımlılık, ?? Performansı, Psikometri, Örgütsel Davranış.

Yazarlar

Er, K., Solmaz, U., Yıldız, E.

Amaç

Ölçeğin temel amacı, çalışmaların i?ylerinde sosyal medya kullanımı sıklığı, yoğunluğunu ve bu kullanımı potansiyel olarak dikkat dağınık veya bağımlılık yapıcı etkilerini güvenilir ve geçerli bir şekilde ölçmektir. Bu uyarlama çalışması, ilgili yapıyı Türk kültürüne ve çalışma ortamına uygun olarak de?erlendirmeyi hedeflemiştir.

Yapı

Ölçek, bireylerin i? görevlerini yerine getirirken dahi sosyal medya platformlarına yönelik duydukları bilişsel meşguliyeti ve davranışsal kontrol ihtiyacını içeren sosyal medya kullanımı sorunlu boyutlarını ölçmektedir. Ölçek maddeleri, sosyal medyanın kişinin düşünce süreçlerini tüketme ve sürekli kontrol etme zorunluluğu gibi i? verimliliğini etkileyebilecek psikolojik durumları kapsar.

Geçerlik

Ölçeğin yapı geçerliliği, uyarlama çalışmasında incelenmiştir. Orijinal ölçekteki faktör yüklerinin dağılımı ile Türkçeye uyarlanan ölçek arasında genel bir benzerlik tespit edilmiştir. Ancak önemli bir farklılık olarak, orijinal ölçek 5 faktörlü bir yapıya sahipken, uyarlanan Türkçe versiyonda 6 faktörlü bir yapı ortaya çıkmıştır. Ayrıca, Doğrulayıcı Faktör Analizi (DFA) yol katsayılarında sorunlar görülen ve Cronbach Alpha değeri 0.60'ın altında kalan bazı maddeler (özellikle 6. boyutla ilgili olanlar ve anketin 22. maddesi) analizlerden çıkarılmıştır. Bu düzenlemeler

sonucunda geçerlik analizleri 21 maddelik nihai ölçek üzerinden tekrarlanm??t?r.

Güvenilirlik

Ölçe?in güvenilirli?ini test etmek amacıyla yap? geçerlili?i için Ke?fedici Faktör Analizi (KFA) gerçekleştirilmi?tir. Örneklem hacminin yeterlili?ini de?erlendiren Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) testi de?eri 0.82 olarak bulunmu?tur. Bu de?er (0.60 e?i?inin oldukça üzerinde olmas? sebebiyle), örneklem büyüklü?ünün faktör analizi için son derece yeterli oldu?unu göstermektedir. Bu bulgu, ölçe?in iç tutarlılı??n?n ve güvenilirli?inin yüksek oldu?unu desteklemektedir.

Faktör Analizi

Uyarlama çal??mas?nda, ölçe?in yap?sal uygunlu?unu belirlemek için faktör analizi kullan?lm??t?r. Analizler sonucunda, orijinal ölçek yap?s?ndan farklı olarak 6 faktörlü bir modelin Türk veri setine daha iyi uyum sa?lad??? tespit edilmi?tir. Madde ç?karma süreçleri, özellikle 6. boyutta yer alan ve dü?ük Cronbach Alpha de?erleri gösteren maddeler üzerinde yo?unla?m??t?r. Nihai 21 maddelik ölçek, i?ylerinde sosyal medya kullan?m?n?n farklı alt boyutlar?n? temsil eden alt? ayr? faktöre ayr?lm??t?r.

Ölçek Bilgileri

Test Türü: Uyarlama

Biçim: Öz Bildirim Ölçe?i (Self-Report Scale)

Mevcut Diller: Türkçe

Popülasyon Grubu: Çal??anlar

Ya? Grubu: Yeti?kin Çal??an Popülasyonu

Popülasyon Detaylar?: Türkiye'deki çe?itli sektörlerde görev yapan çal??anlar.

Test Metodolojisi: Ölçek, 5'li Likert Ölçe?i kullan?larak derecelendirilmi?tir (1=Hiç Kat?lm?yorum - 5=Tamamen Kat?lm?yorum).

Anahtar Kelimeler

??ylerinde Sosyal Medya Kullan?m?, Psikolojik Ölçek, 6 Faktörlü Yap?, KMO Testi, Güvenilirlik, Geçerlik Çal??mas?.

Yazarlar

Yazar ORCID Tan?mlay?c?: Sa?lanan kaynakta belirtilmemiştir (N/A).

Ba?l? Kurulu? E-posta Adresleri: Umut SOLMAZ: umut.solmaz@ibu.edu.tr

Yaz??ma Adresi: Umut SOLMAZ (Sorumlu Yazar)

?zinler, Ücretler ve Test Y?l?

?zinler ve Ücretler: Ölçe?in ticari kullan?m? veya telif durumu hakk?nda resmi bir bilgi sa?lanmamıştır. Akademik kullan?m için genellikle yazarlarla ileti?ime geçilmesi önerilir.

Test Y?l? (Uyarlama): 2020

Referanslar

Er, K., Solmaz, U. ve Y?ld?z, E. (2020). ??yerinde Sosyal Medya Kullan?m? Ölçe?i'nin Türkçe'ye Uyarlanması. *Bal?kesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 23(44), 1105-1132. DOI: [10.31795/baunsobed.748656](https://doi.org/10.31795/baunsobed.748656).

Gürbüz ve ?ahin, (2016: 311). (KMO referans? olarak kullan?lmıştır).

Makalenin orijinal PDF'i buradan indirilebilir: [isyerinde-sosyal-medya-kullanimi-olcegi-toad.pdf](#)

Dergipark linki: dergipark.org.tr

??yerinde Sosyal Medya Kullan?m? Ölçe?i Maddeleri

ÖNEML?: A?a??daki ölçek maddeleri orijinal dillerinde korunmalı ve hiçbir ?ekilde de?iştirilmemelidir.

Ölçek toplam 21 maddeden oluşmaktadır. Örnek maddeler şunlardır:

Sosyal medyay? sürekli kontrol etme ihtiyac? duyuyorum.

Sosyal medyan?n dü?üncelerimi tüketti?ini hissediyorum.