

# Medya ve Teknoloji Kullanım ve Tutum Ölçeği

## RECOMMENDED CITATION

memjavad (2026). *Medya ve Teknoloji Kullanım ve Tutum Ölçeği*. Turkish Psychological Scales. Retrieved from <https://tr-scales.arabpsychology.com/?p=25900>

## Özet

Medya ve Teknoloji Kullanım ve Tutumlar Ölçeği, bireylerin dijital medya ve teknoloji araçlarına yönelik kullanım alışkanlıkları, algıları ve tutumları ölçmek amacıyla geliştirilmiş bir uyarlama araçtır. Ölçeğin Türkçe adaptasyonu, Hasan Özgür tarafından 2016 yılında gerçekleştirilmiştir. Bu adaptasyon çalışması, ölçeğin orijinal yapısının Türk kültürüne uygunluğunu ve psikometrik özelliklerinin güvenilirliğini sağlamayı hedeflemiştir. Ölçek, özellikle mobil uygulamaların kullanımından teknolojik gelişmeleri takip etmeye ve çoklu görev (multitasking) eylemlerine kadar geniş bir yelpazedeki davranışsal ve bilişsel yapıları değerlendirilmektedir.

## Anahtar Kelimeler

Medya, Teknoloji, Tutum, Kullanım, Uyarlama, Psikometri, Doğrulayıcı Faktör Analizi (DFA), Dijital Okuryazarlık, Güvenilirlik

## Yazarlar

Hasan Özgür

## Amaç

Medya ve Teknoloji Kullanım ve Tutumlar Ölçeği'nin temel amacı, bireylerin modern dijital cihazlarla ve internet tabanlı hizmetlerle olan etkileşim düzeylerini ve bu etkileşimlere yönelik sahip oldukları duygusal ve bilişsel eylemleri standardize edilmiş bir biçimde ölçmektir. Bu ölçeğin Türkçe adaptasyonu, Türk akademik çevrelerine, teknoloji ve medya psikolojisi alanında sağlam psikometrik özelliklere sahip geçerli bir ölçüm aracı sunmayı amaçlamıştır. Uyarlama çalışması, ölçeğin kültürel hassasiyetini koruyarak, Türkiye'deki kullanıcıların spesifik dijital davranışları incelemeye olanak tanımaktadır.

## Yapı

Ölçek, bireylerin dijital medya ve teknoloji ile ilgili çok boyutlu tutumları ve pratik kullanım alışkanlıkları ölçen karmaşık bir yapıyı temsil etmektedir. Bu yapı, teknolojik gelişmelere olan ilgi, mobil cihazların ve uygulamaların (Facebook, WhatsApp, Instagram, vb.) kullanım, ve özellikle çoklu görev yapma (multitasking) eylemi gibi farklı alt faktörleri içermektedir. Ölçeğin adaptasyon sürecinde bu çok boyutlu yapının 15 faktörlü olduğu varsayılmış ve bu varsayım doğrulayıcı analizlerle test edilmiştir.

## Geçerlik

Ölçeğin yapısal geçerliğini incelemek amacıyla kapsamlı bir Doğrulayıcı Faktör Analizi (DFA) gerçekleştirilmiştir. Bu analiz, ölçeğin teorik olarak öngörülen 15 faktörlü yapısının Türk örnekleminde de geçerli olduğunu ve yeterli düzeyde uyum sağladığını göstermiştir. DFA, ölçülen maddelerin ait oldukları alt faktörleri doğru bir şekilde temsil ettiğini ve ölçeğin yapısal bütünlüğünün korunduğunu doğrulamıştır. Bu sonuçlar, ölçeğin ölçmeyi amaçladığı psikolojik yapıyı başarıyla bir şekilde ölçtüğünü kanıtlamaktadır.

## Güvenirlilik

Medya ve Teknoloji Kullanım ve Tutumlar Ölçeği'nin iç tutarlılık ve zamana karşı direnç özellikleri, çeşitli istatistiksel yöntemlerle incelenmiştir. İç tutarlılık katsayısı olan Cronbach Alfa değerleri, alt faktörler bazında .71 ile .89 arasında değişim göstermiştir. Bu aralık, ölçeğin genel olarak yüksek düzeyde bir güvenilirlik seviyesine sahip olduğunu işaret etmektedir. Ayrıca, ölçeğin alt faktörlerine ilişkin iki yarım test korelasyonları da .71 ile .85 arasında değişerek, ölçek maddelerinin tutarlı bir şekilde aynı yapıyı ölçtüğünü desteklemiştir. Madde analizi kapsamında yapılan t testi sonuçları ise, %27'lik üst ve alt grupların madde ortalamaları arasındaki tüm farkların istatistiksel olarak anlamlı olduğunu ortaya koymuştur, bu da maddelerin ayrırt edicilik gücünün yüksek olduğunu göstermektedir.

## Faktör Analizi

Ölçeğin yapısal geçerliğini test etmek amacıyla kullanılan temel yöntem Doğrulayıcı Faktör Analizi (DFA) olmuştur. DFA, ölçeğin orijinal yapısında varsayılan 15 faktörlü modelin, Türkçe adaptasyonunda kullanılan örneklem verileriyle ne ölçüde uyumlu olduğunu belirlemek için uygulanmıştır. Analiz sonuçları, 15 faktörlü yapının kabul edilebilir uyum indekslerine sahip olduğunu ve ölçeğin çok boyutlu yapısının korunduğunu göstermiştir. Bu faktörler, teknoloji kullanımı, mobil cihaz kullanımı, sosyal medya tutumları ve çoklu görev eilimi gibi teknolojiyle ilgili farklı davranış ve tutum boyutlarını temsil etmektedir.

## Araç

**Test Türü:** Uyarılama

**Format:** Bildirilmemiştir (Genellikle Likert tipi derecelendirme ölçeği formatındadır.)

**Mevcut Diller:** Türkçe (Uyarılama), Orijinal dil (İngilizce olduğu varsayılmaktadır.)

**Popülasyon Grubu:** N/A (Akademik çalışmanın hedef kitlesi genellikle üniversite öğrencileri veya genel yetişkin popülasyonudur.)

**Yaş Grubu:** N/A

**Popülasyon Detayları:** N/A

**Test Metodolojisi:** Psikometrik uyarılma ve geçerlik/güvenirlik çalışması, Doğrulama Faktör Analizi (DFA) ve iç tutarlılık (Cronbach Alfa) hesaplamaları kullanılmıştır.

## Anahtar Kelimeler

Mobil Uygulama, İnternet Kullanım, Tutum Ölçeği, Cronbach Alfa, Faktör Yapısı, Teknoloji

## Yazarlar

**Yazar ORCID Tanımlama:** Bildirilmemiştir

**Kurum E-posta Adresleri:** [hasanozgur@gmail.com](mailto:hasanozgur@gmail.com)

**Yazma Adresi:** Bildirilmemiştir

## Şinler & Ücret ve Test Yılı

**Şinler ve Ücret:** Şinler ve kullanım ücreti hakkında resmi bir bilgi verilmemiştir. İletim e-posta adresi aracılığıyla yazar ile iletişime geçilmesi gerekmektedir.

**Test Yılı (Adaptasyon):** 2016

**Derecelendirme:** Veri sağlanmamıştır.

## Referanslar

Özgür, H. (2016). Adapting the Media and Technology Usage and Attitudes Scale to Turkish. *Educational Sciences: Theory & Practice*, 16, 1711-1735. <http://dx.doi.org/10.12738/estp.2016.5.0085>

Bu ölçeğin tam metin adaptasyon çalışmasına ve detaylı psikometrik verilerine aşağıdaki bağlantılar aracılığıyla ulaşılabilir:

Makalenin Tam Metin Bağlantısı: [estp.com.tr](http://estp.com.tr)

Ölçeğin orijinal PDF dosyası buradadır: [medya-ve-teknoloji-kullanimi-ve-tutumlari-olcegi-toad.pdf](http://medya-ve-teknoloji-kullanimi-ve-tutumlari-olcegi-toad.pdf)

## Medya ve Teknoloji Kullanım ve Tutumlar Ölçeği Maddeleri

**ÖNEMLİ:** Aşağıdaki ölçek maddeleri orijinal dillerinde korunmuş olup hiçbir şekilde değiştirilmemiştir.

Cep telefonundan (herhangi bir amaçla) mobil uygulamalar (Facebook, Twitter, WhatsApp, Foursquare, Instagram, Dropbox vb.) kullanmak.

Teknolojideki son gelişmeleri takip etmenin önemli olduğunu düşünüyorum.

Bir dizi farklı görevi yaparken, her bir görevi bitirip diğer göreve geçmek yerine, görevler arasında geçiş yapmak hoşuma gider.

ARABPSYCHOLOGY.COM