

Phubbing (Sosyotel) Ölçe?i

RECOMMENDED CITATION

memjavad (2025). *Phubbing (Sosyotel) Ölçe?i*. Turkish Psychological Scales. Retrieved from <https://tr-scales.arabpsychology.com/?p=29096>

Özet

Phubbing (Sosyotel) Ölçeği, bireylerin sosyal ortamlarda yanlarındaki kişileri görmezden gelerek cep telefonlarına odaklanmaları eylemi olan **phubbing** fenomenini ölçmek için tasarlanmıştır, uyarlanmıştır bir psikolojik araçtır. 7'li Likert ölçeği derecelendirme tipini kullanan bu ölçek, phubbing davranışlarının sıklığı ve yoğunluğunu değerlendirmeyi amaçlamaktadır. Bir uyarılma olarak, Türkçe konuşan popülasyonlar için geçerli ve güvenilir bir ölçüm sağlamayı, dijital cihazların kişilerarası iletişim ve sosyal etkileşim üzerindeki etkisini anlamaya katkıda bulunmayı hedeflemektedir.

Anahtar Kelimeler

Phubbing, Sosyotel, Dijital Cihazlar, Sosyal Etkileşim, Psikolojik Ölçek, Uyarılma, Likert Ölçeği.

Yazarlar

Naif Ergün.

Amaç

Phubbing (Sosyotel) Ölçeği'nin temel amacı, bireylerin phubbing davranışına ne ölçüde katıldıklarını sistematik olarak nicelleştirmektir. Bu ölçek, akıllı telefon bağımlılığı ve ağırlı mobil telefon kullanımı kişilerarası ilişkiler, iletişim kalitesi ve sosyal refah üzerindeki olumsuz etkilerini inceleyen araştırmacılar ve klinisyenler için önemli bir araç olarak hizmet vermektedir. Bu özel davranış ölçerek, ölçek, bunun öncüllerini, sonuçları ve potansiyel müdahalelerini araştırmayı kolaylaştırmaktadır.

Yapı

Ölçek, "telefon" ve "snubbing" kelimelerinin birleşimi olan, sosyal bir ortamda birini cep telefonuna dikkat ederek görmezden gelme eylemini ifade eden bir neolojizm olan phubbing'i ölçer. Temel psikolojik yapı genellikle akıllı telefon bağımlılığı, kaçırma korkusu (FoMO), sosyal görgü kuralları ve dijital iletişimin yüz yüze etkileşim üzerindeki algılanan önemi gibi yönleri içerir. Bireylerin dijital dünyaları anlamlı sosyal etkileşime nasıl öncelik verdiklerini araştırdığı, bu da phubbing'e maruz kalanlar arasında ihmal, memnuniyetsizlik ve azalan ilişki kalitesi duygularına yol açabilir.

Geçerlik

Bu uyarılmaya ilişkin spesifik geçerlik verileri doğrudan kaynakta açıkça belirtilmemiş olsa da, uyarlanmıştır psikolojik ölçekler genellikle titiz geçerlik süreçlerinden geçer. Bu süreçler genellikle,

ölçeğin amaçlanan teorik yapıya doğru bir şekilde ölçtüğünden emin olmak için **açıklayıcı** ve **doğruluk** faktör analizi gibi teknikler aracılığıyla **yapı geçerliliği**ni içerir. Ek olarak, **ölçüt geçerliliği**, ölçek puanlarının akıllı telefon kullanımı, sosyal anksiyete veya ilgi memnuniyeti gibi diğer ilgili ölçümlerle ilişkilendirilerek değerlendirilebilir. Ölçeğin benzer yapılarla ilişkili olduğunu ve farklı yapılarla ayrıntılı göstermek için **uyum geçerliliği** ve **ayrı ayrı geçerliliği** de kritik öneme sahiptir.

Güvenirlilik

Benzer şekilde, sağlanan kaynakta detaylı **güvenirlilik** katsayıları belirtilmemiştir. Ancak, uyarlanmış bir ölçek için güvenirliliğinin belirlenmesi çok önemlidir. Bu genellikle, ölçek içindeki maddelerin aynı temel yapıya ne kadar iyi ölçtüğünü gösteren **Cronbach's Alpha** gibi katsayılar kullanılarak **ic tutarlılık** devalendirmesini içerir. **Test-tekrar test güvenirliliği** de, ölçeğin ölçümlerinin zaman içindeki istikrarını devalendirmek için önemli olacaktır, aynı bireylere farklı zamanlarda uygulandığında tutarlı sonuçlar sağlaması beklenir.

Faktör Analizi

Phubbing davranışının çok yönlü doğası göz önüne alındığında, orijinal veya uyarlanmış **Phubbing (Sosyotel) Ölçeği**'nin phubbing'in altında yatan boyutlar veya alt yapıları belirlemek için **faktör analizi** kullanması oldukça olasıdır. Bu istatistiksel teknik, çok sayıda gözlemlenen değişkeni (ölçek maddeleri) daha az sayıda gizli değişkene (faktörlere) indirmeye yardımcı olur. Örneğin, phubbing "sosyal etkileşim sırasında bağımlılık yaratan telefon kullanımı", "telefon aktiviteleri için beklentilerden görmezden gelme" veya "telefon kullanımıyla algılanan gerekliliği" gibi boyutları kapsayabilir. Keşfedici faktör analizi (KFA), ölçek geliştirme veya uyarlanmanın ilk aşamalarında bu faktörleri belirlemek için tipik olarak kullanılırken, doğruluk faktör analizi (DFA) farklı popülasyonlarda hipotez edilen faktör yapısını doğrulamak için kullanılır.

Araç

Test Tipi: Psikometrik, Öz Bildirim Ölçeği

Format: 7'li Likert Ölçeği. Katılımcılar, ifadeleri "Kesinlikle Katılmıyorum" (1) ile "Kesinlikle Katılıyorum" (7) arasında derecelendirirler.

Mevcut Diller: Türkçe

Popülasyon Grubu: Genel yetişkin popülasyonu, özellikle akıllı telefon kullanıcıları ve sosyal etkileşimlerde bulunan bireyler.

Yaş Grubu: Genellikle genç yetişkinler ve yetişkinler (18+ yaş).

Popülasyon Detayları: Akıllı telefon kullanımı yaygın olduğu ve sosyal etkileşimlerin önemli olduğu kültürlerdeki bireyler.

Test Metodolojisi: Ölçek, katılımcılara belirli sosyal durumlarda mobil telefon kullanımlarına ilişkin bir dizi ifade sunar. Katılımcılardan her bir ifadenin kendilerine ne kadar uyduğunu 7'li Likert ölçeği üzerinde derecelendirmeleri istenir. Toplam puan veya alt boyut puanları, bireyin phubbing eğilimini gösterir.

Anahtar Kelimeler

Phubbing, Sosyotel, Akıllı Telefon Bağımlılığı, Sosyal Şehval, İletişim Kalitesi, Psikometri, Türkiye.

Yazarlar

Yazar ORCID Tanımlama: Sağlanmadı.

Kurum E-posta Adresleri: naifergun@gmail.com

Yazışma Adresi: Sağlanmadı.

İzinler, Ücret ve Test Yılı

Bu ölçekle ilgili izinler, kullanım ücretleri veya orijinal test yılı bilgileri bu kaynakta sağlanmamıştır. Kullanım için sorumlu yazar ile iletişime geçilmesi önerilir.

Referanslar

Ergün, N. (Yılı belirtilmemiş). Phubbing (Sosyotel) Ölçeği uyarlaması. (Orijinal çalışmaya veya uyarlama makalesi için spesifik yayın bilgisi kaynakta bulunmamaktadır. Aşağıdaki bağlantı ilgili bir çalışmaya işaret etmektedir.)

journals.sagepub.com

Orijinal PDF belgesi buradan indirilebilir: [phubbing-sosyotel-olcegi-toad.docx](#)

Phubbing (Sosyotel) Ölçeği Maddeleri

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

Ölçek maddeleri bu kaynakta sa?lanmam??t?r.

ARABPSYCHOLOGY.COM