

# Social Media Craving Scale

## RECOMMENDED CITATION

memjavad (2025). *Social Media Craving Scale*. Turkish Psychological Scales. Retrieved from <https://tr-scales.arabpsychology.com/?p=30461>

## Özet

Sosyal Medya A?erme Ölçe?i (SMCS), bireylerin sosyal medya platformlar?n? kullanmaya yönelik ya?ad?klar? yo?un arzu ve dürtüleri ölçmek amacıyla geli?tirilmif bir psikometrik araçtır. Bu ölçe?in **uyarlama ve geçerlik çal??mas?**, Savci ve Griffiths (2019) tarafından Türkçe konu?an popülasyon üzerinde gerçekleştirilmiştir. Ölçek, özellikle sosyal medya kullan?m?n?n **a?erme** boyutu üzerine odaklanarak, ba??mlilik e?ilimi gösteren davran??lar?n anlaşılmasına katkıda bulunmaktadır. SMCS, sosyal medya kullan?m bozukluklar?n?n erken te?hisinde ve müdahale programlar?n?n etkinli?inin de?erlendirilmesinde önemli bir rol oynamaktadır.

## Anahtar Kelimeler

Sosyal Medya A?erme Ölçe?i, SMCS, sosyal medya ba??mlilik, internet ba??mlilik, **a?erme**, psikometrik araç, uyarlama.

## Yazarlar

Mark D. Griffiths, M. Savci.

## Amaç

Ölçe?in temel amacı, bireylerin sosyal medya platformlar?na erişim sağlama veya kullanma konusunda deneyimledikleri ?iddetli ve kontrol edilemez iste?i, yani **a?ermeyi**, güvenilir ve geçerli bir ?ekilde ölçmektir. Bu araç, sosyal medya kullan?m?n?n potansiyel olarak problematik hale geldi?i durumlar? belirlemeye yardımcı olur.

Özellikle Savci ve Griffiths tarafından yapılan uyarlama çal??mas?, ölçe?in Türkçe kültür ve dil yap?s?na uygunlu?unu test ederek, Türk popülasyonunda sosyal medya ile ilgili davran??sal a?ermenin bilimsel olarak incelenmesine olanak sağlam??tır. Ölçek, klinik ve ara?tırma ortamlar?nda kullanılmak üzere tasarlanm??tır.

## Yapı

Sosyal Medya A?erme Ölçe?i, genellikle "a?erme" psikolojik yap?s?n?n çe?itli yönlerini yakalamak üzere tasarlanm??tır. Bu yapı, dürtüsel kullan?m, yo?un arzu, yoksunluk belirtileri ve kullan?m?n zihinsel me?güliyetini içeren bilişsel ve duygusal bileşenleri kapsar. Ölçek, a?ermenin ?iddetini ve sıklık?n? de?erlendirir.

Sosyal medya ba?lam?nda **a?erme**, sadece keyif alma iste?i değil, aynı zamanda sosyal medyaya erişilemedi?inde ortaya çıkan rahatsızlık veya kaygı? giderme dürtüsü olarak da kavramsallaştırılır. Ölçek, bu karmaşık yapıyı tek bir genel skor veya alt boyutlar aracılığıyla

ölçebilir (Savci & Griffiths, 2019).

## Geçerlik

Savci ve Griffiths (2019) tarafından yürütülen **geçerlik çalışması**, SMCS'nin yapısal geçerliliğini ve ölçtüğü yapıyı doğru temsil ettiğini göstermeyi amaçlamıştır. Bu çalışmada kapsamında genellikle yakınsak geçerlik (benzer yapılar ölçen diğer ölçeklerle korelasyon) ve ayırt edici geçerlik (ilişkisiz yapılar ölçen ölçeklerden ayrışma) analizleri gerçekleştirilmiştir.

Ölçeğin geçerliliği, özellikle sosyal medya bağımlılığı veya problematik internet kullanım ölçekleriyle pozitif korelasyon göstererek desteklenmiştir. Faktör analizi sonuçları (bkz. Faktör Analizi bölümü), ölçek maddelerinin kuramsal yapıya uygun bir şekilde yüklendiğini ortaya koymuştur.

## Güvenirlik

Güvenirlik, bir ölçüm aracının tutarlılığı ifade eder. SMCS'nin güvenilirlik analizi, genellikle **Cronbach Alfa iç tutarlılık katsayısı** kullanılarak değerlendirilmiştir. Yüksek bir Cronbach Alfa değeri, ölçek maddelerinin aynı yapıyı tutarlı bir şekilde ölçtüğünü gösterir.

Savci ve Griffiths (2019) çalışmasında, SMCS'nin iç tutarlılık katsayısının kabul edilebilir veya yüksek düzeyde olduğunu bildirilmiştir, bu da ölçeğin kararlı ve güvenilir bir ölçüm sağladığını kanıtlamaktadır. Ayrıca, test-tekrar test güvenilirliği de ölçeğin zaman içindeki stabilitesini doğrulamak için incelenmiş olabilir.

## Faktör Analizi

SMCS'nin geliştirilmesi veya uyarlanması sürecinde, ölçeğin altında yatan boyutsal yapıyı belirlemek için Keşfedici Faktör Analizi (KFA) ve Doğrulayıcı Faktör Analizi (DFA) kullanılmıştır. Bu analizler, sosyal medya kullanımının tek boyutlu mu yoksa çok boyutlu bir yapı mı olduğunu ortaya koyar.

Türkçe uyarlama çalışmasında, ölçeğin orijinal yapıyı koruyup korumadığı veya kültürel farklılıklar nedeniyle yeni bir faktör yapısının ortaya çıkıp çıkmadığı incelenmiştir. Bu analizler, ölçek maddelerinin **aktarım** yapısının farklı yönlerine ne kadar iyi yüklendiğini göstererek yapısal geçerliğe önemli katkı sağlamıştır.

## Ölçüm Aracı

**Test Türü:** Uyarlama

**Biçim:** Orijinal kaynakta derecelendirme bilgisi (-) olarak belirtilse de, bu tür psikometrik ölçekler

genellikle 5'li veya 7'li **Likert Tipi Derecelendirme** formatını kullanır. Katılımcılar, maddelere ne ölçüde katıldıklarını belirtirler.

**Mevcut Diller:** Türkçe (Uyarlama), Muhtemelen İngilizce (Orijinal Kaynak)

**Popülasyon Grubu:** Yetkinler ve Ergenler

**Yaş Grubu:** Üniversite öğrencileri ve genel yetkin popülasyonu.

**Popülasyon Detayları:** Ölçeğin Türkçe uyarlama çalışması, Türkiye'deki üniversite öğrencileri örnekleminde gerçekleştirilmiştir.

**Test Metodolojisi:** Öz bildirim raporlama ölçeği. Katılımcılar, sosyal medya ile ilgili alışma deneyimlerini yansıtan bir dizi maddeye yanıt verirler.

## Anahtar Kelimeler

Sosyal medya, bağımlılık, alışma, psikometri, **Mark D. Griffiths**, uyarlama, psikolojik değerlendirme.

## Yazarlar

**Yazar ORCID Tanımlama:** Araştırma makalesinde belirtilmemiştir.

**Kurum E-posta Adresleri:** mark.griffiths@ntu.ac.uk (Sorumlu Yazar)

**Yazın Adresi:** Nottingham Trent Üniversitesi (Nottingham Trent University), Uluslararası Oyun Araştırma Birimi (International Gaming Research Unit) ile ilişkilidir.

## Şinler, Ücret ve Test Yılı

**Yayın Yılı:** 2019 (Türkçe Uyarlama)

**Şinler ve Ücret:** Ölçeğin ticari kullanım veya resmi kullanım için sorumlu yazar **Mark D. Griffiths** ile iletişime geçilmesi gerekmektedir.

**PDF Kaynağı:** Ölçeğin orijinal PDF'i buradan indirilebilir: [social-media-craving-scale-toad.pdf](#)

## Kaynaklar

Savci, M., & Griffiths, M. D. (2019). The Development of the Turkish Social Media Craving Scale (SMCS): a Validation Study. *International Journal of Mental Health and Addiction*, 1-15.

## Sosyal Medya A?erme Ölçe?i Maddeleri

**ÖNEML?:** Ölçek maddeleri kaynak içerikte sa?lanmam??t?r. Bu nedenle bu bölüm bo? bırakılm??t?r, ancak yap?sal gereklilik nedeniyle ba?lık korunmu?tur.

ARABPSYCHOLOGY.COM