

Sosyal Medya Ba??mlil??? ?lçe?i (SMBÖ)

RECOMMENDED CITATION

memjavad (2025). *Sosyal Medya Ba??mlil??? ?lçe?i (SMBÖ)*. Turkish Psychological Scales. Retrieved from <https://tr-scales.arabpsychology.com/?p=30713>

Özet

Sosyal Medya Ba??mlilikk Ölçe?i (SMBÖ), Tutgun-Ünal ve Deniz (2015) taraf?ndan geli?tirilm?, bireylerin sosyal medya kullan?m?na yönelik ba??mlilik düzeylerini belirlemeyi amaçlayan kapsaml? bir psikometrik ara?t?r. Ölçek, özellikle üniversite ö?rencileri popülasyonu üzerinde gerçekleştirilen geçerlik ve güvenirlik çal??malar?yla olu?turulmu?tur. 41 maddeden ve dört alt boyuttan olu?an SMBÖ, sosyal medya kullan?m?n?n yol açt??? me?guliyet, duygu durum düzenleme ihtiyac?, tekrarlama davran??lar? ve ya?am alanlar?ndaki çat??ma gibi temel ba??mlilik bile?enlerini ölçmektedir. Yüksek iç tutarlılık katsay?lar? ve güçlü faktör yap?s?, ölçe?in alanyaz?nda güvenilir bir araç olarak kullan?lmas?na olanak tan?maktadır.

Anahtar Kelimeler

Sosyal Medya Ba??mlilikk, Sosyal Medya Ölçe?i, Psikometri, Ba??mlilik, Duygu Durum Düzenleme, Me?guliyet, Likert, Tutgun-Ünal.

Yazarlar

Aylin Tutgun Ünal, Levent Deniz.

Amaç

Sosyal Medya Ba??mlilikk Ölçe?i'nin (SMBÖ) temel amac?, bireylerin sosyal medya kullan?m?n?n ba??mlilik düzeyine ula??p ula?mad???n? belirlemek ve bu ba??mlilikk?n yap?s?sal bile?enlerini (alt boyutlar?n?) ortaya ç?karmakt?r. Ölçek, özellikle genç yeti?kin popülasyonunda artan sosyal medya kullan?m?n?n psikolojik etkilerini ve potansiyel risklerini akademik olarak de?erlendirmek üzere geli?tirilm?tir.

SMBÖ, sosyal medya ba??mlilikk?n? tan?mlayan kritik davran??sal ve duygusal belirtileri ölçerek, bu alanda yap?lacak ara?t?rmalara standart ve güvenilir bir ölçüm arac? sa?lamay? hedeflemektedir. Bu sayede, ba??mlilik düzeylerinin tespiti ve müdahale programlar?n?n etkinli?inin de?erlendirilmesi mümkün hale gelmektedir.

Yap?

SMBÖ, sosyal medya ba??mlilikk?n? çok boyutlu bir yap? olarak ele al?r. Ölçek, ba??mlilikk?n temel psikolojik bile?enlerini temsil eden dört ana faktörden olu?maktadır. Bu faktörler, bireyin sosyal medyaya olan a??r? ba?lilikk?n?, duygusal ihtiyaçlar?n? sosyal medya aracılığıyla giderme çabas?n?, bu davran???n tekrarlanma sıklı??n? ve ya?am?ndaki di?er alanlarla (i?, okul, sosyal ilişkiler) yaratt??? çat??may? kapsar.

Ölçeğin ölçtüğü dört alt boyut şunlardır: **Meşguliyet, Duygu Durum Düzenleme, Tekrarlama ve Çatışma**. Bu boyutlar, sosyal medya bağımlılığının davranışsal bağımlılık modeli çerçevesindeki temel semptomların yansıtmaktadır. Toplam 41 maddeden oluşan bu yapı, bağımlılık spektrumundaki farklı şiddet düzeylerini ayrıştırma kapasitesine sahiptir.

Geçerlik

SMBÖ'nün yapı geçerliği, 775 üniversite öğrencisinden toplanan veriler kullanılarak gerçekleştirilen Faktör Analizi ile test edilmiştir. Analiz sonuçları, ölçeğin teorik beklentilerle uyumlu olarak dört faktörlü bir yapıya sahip olduğunu göstermiştir.

Dört faktörün varyans açıklama yüzdeleri, ölçeğin yapısal geçerliğini desteklemektedir. Dört faktör birlikte toplam varyansın %59'unu açıklamıştır, bu da sosyal medya bağımlılığı yapısının büyük bir kısmının bu alt boyutlar tarafından temsil edildiğini göstermektedir. Bu faktörlerin bireysel katkıları şöyledir:

Çatışma: Tek başına varyansın %23,5'ini açıklamıştır.

Meşguliyet: Tek başına varyansın %17'sini açıklamıştır.

Duygu Durum Düzenleme: Tek başına varyansın %9,8'ini açıklamıştır.

Tekrarlama: Tek başına varyansın %8,8'ini açıklamıştır.

Güvenirlik

SMBÖ'nün güvenilirlik çalmaları, hem iç tutarlılık hem de zaman içindeki tutarlılık (test-tekrar test) açısından yüksek sonuçlar vermiştir. Ölçeğin **iç tutarlılık** katsayısı (Cronbach's Alpha), 0,967 gibi oldukça yüksek bir değer olarak elde edilmiştir. Bu değer, ölçek maddelerinin aynı yapıyı ölçme konusunda büyük bir uyum içinde olduğunu göstermektedir.

Ölçeğin kararlılığı ölçmek amacıyla uygulanan test-tekrar test güvenilirlik katsayısı ise 0,84 olarak bulunmuştur. Bu yüksek korelasyon değeri, SMBÖ'nün farklı zamanlarda uygulandığında tutarlı sonuçlar ürettiğini ve zamanla değişmeyen bağımlılık eğilimlerini güvenilir bir şekilde ölçtüğünü kanıtlamaktadır.

Faktör Analizi

Ölçeğin geliştirilmesi aşamasında kullanılan Açıklayıcı Faktör Analizi (AFA), Sosyal Medya Bağımlılığı yapısının dört ayrı bileşene ayrıştığını göstermiştir. Bu bileşenler, bağımlılık literatüründeki temel semptomlarla (örn. salience, mood modification, conflict, tolerance) paralellik göstermektedir.

En yüksek varyans açıklayan faktör olan **Çatışma** (%23,5), sosyal medya kullanımıyla ilgili profesyonel, sosyal veya kişisel yaşamda yarattığı olumsuz sonuçları ve sorunları temsil

etmektedir. ?kinci en önemli faktör olan **Me?guliyet** (%17), bireyin dü?ünce ve davran??lar?n?n sosyal medya etraf?nda yo?unla?mas?n? ifade eder. Geri kalan faktörler olan Duygu Durum Düzenleme ve Tekrarlama da ba??mlilik döngüsünün sürdürülmesinde kritik roller oynamaktadır.

Araç

Test Türü: Geli?tirme (Developmental Scale)

Format: 5'li Likert Tipi Derecelendirme (1= hiçbir zaman - 5= her zaman)

Maddeler ve Alt Boyutlar: 4 alt boyut ve toplam 41 madde

Mevcut Diller: Türkçe (Orijinal dil)

Hedef Popülasyon Grubu: Genç Yeti?kinler

Ya? Grubu: Üniversite ö?rencileri (Genellikle 18-25 ya? aral???)

Popülasyon Detaylar?: Geçerlik çal??mas? 775 üniversite ö?rencisi üzerinde gerçekleştirilmi?tir.

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

Anahtar Kelimeler

SMBÖ, Sosyal Medya Ba??mlilik, Güvenirlik Katsay?s?, Üniversite Ö?rencisi, Psikometrik Özellikler, Davran??sal Ba??mlilik.

Yazarlar

Sorumlu Yazar: Aylin Tutgun Ünal

Yazar ORCID Tan?mlay?c?s?: Bilgi Yok

Kurumsal E-posta Adresleri: Bilgi Yok

Yaz??ma Adresi: aylin_tutgun@hotmail.com

?zinler, Ücret ve Test Y?li?

Test Y?li?: 2015

?zinler ve Ücret: Ölçe?in ticari olmayan akademik ara?t?rmalarda kullan?m? genellikle kaynak gösterilerek serbesttir. Kullan?m izni veya ticari amaçlı kullan?mlar için sorumlu yazar Aylin

Tutgun Ünal ile iletişime geçilmesi önerilir.

Referanslar

Tutgun-Ünal A. & Deniz, L. (2015). Development of the Social Media Addiction Scale. *Online Academic Journal of Information Technology*, 6(21), 51-70. doi: 10.5824/1309?1581.2015.4.004.x

Ölçeğin orijinal PDF dosyası buradan indirilebilir: [sosyal-medya-bagimlilik-olcegi-smbo-toad.pdf](#)

Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği (SMBÖ) Maddeleri

Ölçek 4 alt boyut ve 41 maddeden oluşmaktadır. Alt boyutlar ve madde sayıları ile örnek maddeler aşağıdadır:

Meşguliyet (19 madde): The use of social media causes problems in my life.

Duygu Durum Düzenleme (12 madde): I can't give up using social media for a long while

Tekrarlama (5 madde): I spend time at social media at times when I feel alone.

Çatışma (5 madde): I desire intensively to regulate my use of social media.