Sosyal Medya Ba??ml?l??? Ölçe?i (SMBÖ)

RECOMMENDED CITATION

memjavad (2026). *Sosyal Medya Ba??ml?l??? Ölçe?i (SMBÖ)*. Turkish Psychological Scales. Retrieved from https://tr-scales.arabpsychology.com/?p=30713

ARABPSYCHOLOGY.COM

Özet

Sosyal Medya Ba??ml?l??? Ölçe?i (SMBÖ), Tutgun-Ünal ve Deniz (2015) taraf?ndan geli?tirilmi?, bireylerin sosyal medya kullan?m?na yönelik ba??ml?l?k düzeylerini belirlemeyi amaçlayan kapsaml? bir psikometrik araçt?r. Ölçek, özellikle üniversite ö?rencileri popülasyonu üzerinde gerçekle?tirilen 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??ml?l?k bile?enlerini ölçmektedir. Yüksek iç tutarl?l?k katsay?lar? ve güçlü faktör yap?s?, ölçe?in alanyaz?nda güvenilir bir araç olarak kullan?lmas?na olanak tan?maktad?r.

Anahtar Kelimeler

Sosyal Medya Ba??ml?l???, Sosyal Medya Ölçe?i, Psikometri, Ba??ml?l?k, Duygu Durum Düzenleme, Me?guliyet, Likert, Tutgun-Ünal.

Yazarlar

Aylin Tutgun Ünal, Levent Deniz.

Amaç

Sosyal Medya Ba??ml?l??? Ölçe?i'nin (SMBÖ) temel amac?, bireylerin sosyal medya kullan?m?n?n ba??ml?l?k düzeyine ula??p ula?mad???n? belirlemek ve bu ba??ml?l???n yap?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?tirilmi?tir.

SMBÖ, sosyal medya ba??ml?l???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??ml?l?k düzeylerinin tespiti ve müdahale programlar?n?n etkinli?inin de?erlendirilmesi mümkün hale gelmektedir.

Yap?

SMBÖ, sosyal medya ba??ml?l???n? çok boyutlu bir yap? olarak ele al?r. Ölçek, ba??ml?l???n temel psikolojik bile?enlerini temsil eden dört ana faktörden olu?maktad?r. Bu faktörler, bireyin sosyal medyaya olan a??r? ba?l?l???n?, duygusal ihtiyaçlar?n? sosyal medya arac?l???yla giderme çabas?n?, bu davran???n tekrarlanma s?kl???n? ve ya?am?ndaki di?er alanlarla (i?, okul, sosyal ili?kiler) yaratt??? çat??may? kapsar.

ARABPSYCHOLOGY.COM

Ölçe?in ölçtü?ü dört alt boyut ?unlard?r: **Me?guliyet**, **Duygu Durum Düzenleme**, **Tekrarlama** ve **Çat??ma**. Bu boyutlar, sosyal medya ba??ml?l???n?n davran??sal ba??ml?l?k modeli çerçevesindeki temel semptomlar?n? yans?tmaktad?r. Toplam 41 maddeden olu?an bu yap?, ba??ml?l?k spektrumundaki farkl? ?iddet düzeylerini ayr??t?rma kapasitesine sahiptir.

Geçerlik

SMBÖ'nün yap? geçerli?i, 775 üniversite ö?rencisinden toplanan veriler kullan?larak gerçekle?tirilen Faktör Analizi ile test edilmi?tir. Analiz sonuçlar?, ölçe?in teorik beklentilerle uyumlu olarak dört faktörlü bir yap?ya sahip oldu?unu göstermi?tir.

Dört faktörün varyans aç?klama yüzdeleri, ölçe?in yap?sal geçerli?ini desteklemektedir. Dört faktör birlikte toplam varyans?n %59'unu aç?klam??t?r, bu da sosyal medya ba??ml?l??? yap?s?n?n büyük bir k?sm?n?n bu alt boyutlar taraf?ndan temsil edildi?ini göstermektedir. Bu faktörlerin bireysel katk?lar? ?öyledir:

Çat??ma: Tek ba??na varyans?n %23,5'ini aç?klam??t?r.
Me?guliyet: Tek ba??na varyans?n %17'sini aç?klam??t?r.
Duygu Durum Düzenleme: Tek ba??na varyans?n %9,8'ini aç?klam??t?r.
Tekrarlama: Tek ba??na varyans?n %8,8'ini aç?klam??t?r.

Güvenirlik

SMBÖ'nün güvenirlik çal??malar?, hem iç tutarl?l?k hem de zaman içindeki tutarl?l?k (test-tekrar test) aç?s?ndan yüksek sonuçlar vermi?tir. Ölçe?in **iç tutarl?l?k** katsay?s? (Cronbach's Alpha),967 gibi oldukça yüksek bir de?er olarak elde edilmi?tir. Bu de?er, ölçek maddelerinin ayn? yap?y? ölçme konusunda büyük bir uyum içinde oldu?unu göstermektedir.

Ölçe?in kararl?l???n? ölçmek amac?yla uygulanan test-tekrar test güvenirlik katsay?s? ise 0,84 olarak bulunmu?tur. Bu yüksek korelasyon de?eri, SMBÖ'nün farkl? zamanlarda uyguland???nda tutarl? sonuçlar üretti?ini ve zamanla de?i?meyen ba??ml?l?k e?ilimlerini güvenilir bir ?ekilde ölçtü?ünü kan?tlamaktad?r.

Faktör Analizi

Ölçe?in geli?tirilmesi a?amas?nda kullan?lan Aç?klay?c? Faktör Analizi (AFA), Sosyal Medya Ba??ml?l??? yap?s?n? dört ayr? bile?ene ay?rm??t?r. Bu bile?enler, ba??ml?l?k literatüründeki temel semptomlarla (örn. salience, mood modification, conflict, tolerance) paralellik göstermektedir.

En yüksek varyans? aç?klayan faktör olan **Çat??ma** (%23,5), sosyal medya kullan?m?n?n ki?inin profesyonel, sosyal veya ki?isel ya?am?nda yaratt??? olumsuz sonuçlar? ve sorunlar? temsil

ARABPSYCHOLOGY.COM

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??ml?l?k döngüsünün sürdürülmesinde kritik roller oynamaktad?r.

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 gerçekle?tirilmi?tir.

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

Anahtar Kelimeler

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

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?l?

Test Y?l?: 2015

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

ARABPSYCHOLOGY.COM

Tutgun Ünal ile ileti?ime 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

Ölçe?in orijinal PDF dosyas? buradan indirilebilir: sosyal-medya-bagimliligi-olcegi-smbo-toad.pdf

Sosyal Medya Ba??ml?l??? Ölçe?i (SMBÖ) Maddeleri

Ölçek 4 alt boyut ve 41 maddeden olu?maktad?r. Alt boyutlar ve madde say?lar? ile örnek maddeler a?a??dad?r:

Me?guliyet (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.
Çat??ma (5 madde): I desire intensively to regulate my use of social media.

ARABPSYCHOLOGY.COM