Sosyal Payla??m A?lar?nda Konum Belirleme Ölçe?i

RECOMMENDED CITATION

memjavad (2026). *Sosyal Payla??m A?lar?nda Konum Belirleme Ölçe?i*. Turkish Psychological Scales. Retrieved from https://tr-scales.arabpsychology.com/?p=30758

ARABPSYCHOLOGY.COM

Özet

Sosyal Payla??m A?lar?nda Konum Belirleme Ölçe?i, bireylerin sosyal payla??m a?lar?n? (SPA) kullanma biçimlerini, bu a?lara yönelik geli?tirdikleri **ba??ml?l?k** düzeylerini, sergiledikleri etik davran??lar? ve sosyal a? teknolojilerini günlük ya?amlar?na entegre etme (yak?nsama) düzeylerini ölçmek amac?yla geli?tirilmi? bir psikometrik araçt?r. 2013 y?l?nda Ahmet Arslan ve A. M. K?r?k taraf?ndan geli?tirilen bu ölçek, sosyal medya kullan?c?lar?n?n konumlar?n? üç temel alt boyutta de?erlendiren 38 maddeden olu?maktad?r. Ölçek, özellikle Türkiye ba?lam?nda sosyal a? kullan?m?n?n çe?itli yönlerini kapsaml? bir ?ekilde incelemeyi hedeflemektedir.

Anahtar Kelimeler

Sosyal Payla??m A??, Likert Ölçe?i, Ba??ml?l?k, Etik Kullan?m, Yak?nsama, Kaiser Meyer Olkin (KMO), Bartlett testi, Sosyal Medya Kullan?m?, Psikometrik Ölçek.

Yazarlar

Ahmet Arslan, A. M. K?r?k

Amaç

Ölçe?in temel amac?, bireylerin sosyal payla??m a?lar?ndaki davran??sal ve psikolojik konumlar?n? belirlemek ve ölçmektir. Geli?tirme çal??mas?, sosyal medya platformlar?n?n yayg?nla?mas?yla birlikte ortaya ç?kan ba??ml?l?k e?ilimlerini, kullan?c?lar?n etik s?n?rlar?n? ve bu teknolojilerin günlük hayata ne ölçüde entegre edildi?ini (yak?nsama) güvenilir ve geçerli bir biçimde tespit etmeyi amaçlam??t?r.

Bu araç, özellikle **akademik ara?t?rmalar** için tasarlanm?? olup, sosyal a?lar?n toplumsal ve bireysel etkileri üzerine çal??an ara?t?rmac?lara standartla?t?r?lm?? bir ölçüm imkan? sunmaktad?r. Ölçek, kullan?c?lar?n kendilerini de?erlendirmelerine olanak tan?yan bir öz bildirim arac?d?r.

Yap?

Sosyal Payla??m A?lar?nda Konum Belirleme Ölçe?i, sosyal a? kullan?m?n?n üç farkl? ve ba??ms?z yönünü temsil eden toplam 38 maddeden ve 3 alt boyuttan olu?maktad?r. Bu alt boyutlar, sosyal a? kullan?m?n?n çok boyutlu do?as?n? yans?tmaktad?r.

Ba??ml?l?k (25 Madde): Bu alt boyut, bireylerin sosyal a?lar? kullanma s?kl???, kontrol kayb?, sosyal a?lara eri?emediklerinde ya?ad?klar? yoksunluk hisleri ve platformlara duyduklar? a??r?

ARABPSYCHOLOGY.COM

ba?l?l?k gibi ba??ml?l?k göstergelerini ölçer.

Etik (9 Madde): Bu boyut, kullan?c?lar?n sosyal a?larda sergiledi?i ahlaki ve etik davran??lar? de?erlendirir; örne?in, ba?kalar?na hakaret etme, kötüye kullanma veya yalan bilgi payla?ma e?ilimlerini kapsar.

Yak?nsama (4 Madde): Bu boyut, sosyal a? teknolojilerinin ve internetin sundu?u hizmetlerin (örne?in internet bankac?l??? gibi) bireyin günlük ya?am?na ve rutinlerine ne ölçüde dahil oldu?unu ve entegre edildi?ini ölçmektedir.

Geçerlik

Ölçe?in yap? geçerli?ini test etmek amac?yla yap?lan **faktör analizi** öncesinde verilerin uygunlu?u kontrol edilmi?tir. Bu analizler, örneklem büyüklü?ünün ve verilerin faktör analizi için yeterli oldu?unu göstermi?tir.

Uygulanan Kaiser Meyer Olkin (KMO) testi de?eri 0,934 olarak bulunmu?tur. Bu de?er, Akgül ve Çevik taraf?ndan ideal kabul edilen 0,800-0,900 aral???n?n üzerinde olup, verilerin faktör analizi için mükemmel düzeyde uygun oldu?unu göstermektedir. Ayr?ca, küresellik testi olarak da adland?r?lan Bartlett testi sonucu 11117,941 ($p<0,05$) olarak tespit edilmi?tir. Bartlett testinin anlaml? ç?kmas? (hipotezin reddedilmesi), de?i?kenler aras?nda anlaml? bir korelasyon matrisi oldu?unu ve verilerin çok de?i?kenli analizlere uygunlu?unu kan?tlam??t?r.

Güvenirlik

Ölçe?in güvenirlik analizi, maddelerin iç tutarl?l???n? ve ay?rt edicilik gücünü incelemi?tir. Ölçe?in bütününde yer alan maddeler için madde-toplam korelasyonlar?n?n 0,182 ile 0,687 aras?nda; madde-kalan korelasyon katsay?lar?n?n ise 0,210 ile 0,715 aras?nda de?i?ti?i saptanm??t?r. Bu de?erler, maddelerin ölçe?in genel yap?s?yla tutarl? oldu?unu göstermektedir.

Madde ay?rt edicilik katsay?lar?n? gösteren t-de?erleri 3,705 ile 25,044 aras?nda de?i?mektedir. Tüm madde-kalan, madde-toplam ve madde ay?rt edicilik indeksleri istatistiksel aç?dan 0,01 düzeyinde anlaml? sonuç vermi?tir. Bu güçlü istatistiksel bulgular, geli?tirilen ölçekteki maddelerin yüksek güvenirli?e sahip oldu?unu ve ayn? psikolojik amac? ölçmeye yönelik oldu?unu ortaya koymaktad?r.

Faktör Analizi

Yap?lan faktör analizi, ölçe?in kavramsal olarak belirlenen üç boyutlu yap?s?n? istatistiksel olarak desteklemi?tir. KMO (0,934) ve Bartlett testi sonuçlar?n?n ($p<0,05$) anlaml?l???, verilerin indirgenmeye ve temel boyutlar?n belirlenmesine uygun oldu?unu göstermi?tir.

ARABPSYCHOLOGY.COM

Faktör yap?s?, sosyal payla??m a?lar?ndaki konumun sadece kullan?m s?kl??? ile de?il, ayn? zamanda etik fark?ndal?k ve teknolojik entegrasyon gibi karma??k unsurlarla belirlendi?ini do?rulam??t?r. Bu üç faktörlü yap?, sosyal a? kullan?c?lar?n?n davran??lar?n? kapsaml? bir modelle aç?klamaktad?r.

Araç

Test Türü: Geli?tirme Ölçe?i (Öz Bildirim)

Format: 5'li Likert Tipi Derecelendirme

Mevcut Dil: Türkçe

Popülasyon Grubu: Genel Sosyal Medya Kullan?c?lar?

Ya? Grubu: Belirtilmemi? (Genellikle yeti?kin veya üniversite ö?rencisi popülasyonu hedeflenmi?tir.)

Popülasyon Detaylar?: Geçerlik ve güvenirlik çal??mas?nda kullan?lan örneklem büyüklü?ü faktör analizi için yeterli bulunmu?tur.

Test Metodolojisi: Uygulama, 5'li Likert format?nda (1=hiçbir zaman - 5=herzaman) gerçekle?tirilir. Yüksek puanlar ilgili alt boyutta daha güçlü bir konumu (örne?in daha yüksek ba??ml?l?k) i?aret eder.

Anahtar Kelimeler

Sosyal Medya, Sosyal Payla??m A?lar?, Psikometri, Ölçek Geli?tirme, Güvenilirlik, Geçerlilik, Ba??ml?l?k, Etik, Yak?nsama, Marmara Üniversitesi.

Yazarlar

Yazar ORCID Tan?mlay?c?: Bilgi mevcut de?ildir.

?leti?im E-posta Adresi: aarslan@marmara.edu.tr

Yaz??ma Adresi: Ahmet Arslan

?zinler, Ücret ve Test Y?l?

?zinler ve Ücret: Ölçe?in ticari olmayan akademik kullan?mlar? için yazarla ileti?ime geçilmesi önerilir.

ARABPSYCHOLOGY.COM

Test Y?l?: 2013 (Yay?n y?l? esas al?nm??t?r).

Ölçe?in orijinal PDF dosyas?na buradan ula??labilir: sosyal-paylasim-aglarinda-konum-belirleme-olcegi-toad.pdf

Kaynaklar

Arslan, A. ve K?r?k, A. M. (2013). Sosyal Payla??m A?lar?nda Konum Belirleme Ölçe?inin Geçerlik ve Güvenirlik Çal??mas?. *Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Hakemli Dergisi*, *10*(40), 223-231.

Ara?t?rma makalesinin Dergipark ba?lant?s?: dergipark.ulakbim.gov.tr

Sosyal Payla??m A?lar?nda Konum Belirleme Ölçe?i Maddeleri

ÖNEML?: A?a??daki ölçek maddeleri orijinal dillerinde korunmal? ve hiçbir ?ekilde de?i?tirilmemelidir.

3 Alt boyut ve 38 Madde

Ba??ml?l?k (25 m): Facebook, Twitter arac?l???yla arkada?lar?mla ileti?im kurar?m.

Etik (9 m): Birine hakaret etmek için Facebook duvar?n? kullan?r?m.

Yak?nsama (4 m): ?nternet bankac?l???ndan faydalan?r?m.

ARABPSYCHOLOGY.COM