



## Ergenler İçin Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği Kısa Formunun (SMBÖ-KF) Geçerlik ve Güvenirlik Çalışması

İbrahim TAŞ<sup>1</sup>

**Öz:** Bu çalışmanın amacı van den Eijnden, Lemmens ve Valkenburg (2016) tarafından geliştirilen sosyal medya bağımlılığı ölçeği kısa formunun Türkçe formunun geçerlik ve güvenilirliğini incelemektir. Uyarlama çalışması verileri bir Anadolu Lisesinde öğrenim gören 376 lise öğrencisinden toplanmıştır. Ölçeğin faktör analizine uygunluğunu test etmek için KMO katsayısı ve Barlett küresellik testi ve yapı geçerliği için doğrulayıcı faktör analizi yapılmıştır. Ölçeğin güvenirligi için ise Cronbach Alfa iç tutarlılık katsayısına bakılmıştır. Cronbach Alfa iç tutarlılık katsayısı .76 olarak bulunmuştur. Faktör analizi sonucunda toplam varyansın % 35'ini açıklayan 9 maddeli tek faktörlü bir yapı elde edilmiştir. Ölçek maddeleri faktör yük değerlerinin .52 ile .66 arasında değiştiği görülmektedir. Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) katsayısı .84 ve Bartlett Küresellik Testi  $\chi^2$  değeri ise 587.545 ( $p < .000$ ) olarak bulunmuştur. Doğrulayıcı faktör analizinde ölçeğin tek boyutlu yapısının iyi uyum verdiği görülmüştür [ $\chi^2=61.29$ ,  $df=27$ ,  $\chi^2/df=2.27$  RMSEA=.058, RMR=.009, S-RMR=.045, GFI=.96, AGFI=.93, CFI=.93, NNFI=.91, IFI=.93]. Sonuç olarak SMBÖ-KF'nun ergenlerde sosyal medya bağımlılığını ölçmede kullanılabilir ve geçerli ve güvenilir bir ölçme aracı olduğu görülmektedir.

**Anahtar Kelimeler:** Sosyal medya, ergenler, geçerlik, güvenirlilik, bağımlılık

<sup>1</sup> Bülent Ecevit Üniversitesi, [ibrahimtas34@gmail.com](mailto:ibrahimtas34@gmail.com)

## The Study Of Validity And Reliability Of The Social Media Addiction Scale Short Form For Adolescents

**Abstract:** The aim of this study is to examine the validity and reliability of the Turkish version of Social Media Addiction Scale Short Form developed by van den Eijnden, Lemmens and Valkenburg (2016). The datum of adaptation (study) has been collected from 376 highschool students. KMO coefficient and Bartlett's Test of Sphericity in order to test suitability of scale for factor analysis and confirmatory factor analysis in order to test the structure validity have been conducted. Internal consistency coefficient (Cronbach's Alpha) is calculated for the reliability of the scale. Cronbach's Alpha internal consistency coefficient of the scale is .76. As a result of the factor analysis, it has been found that the scale consists of 9 items and one factor which account for 35% of total variance. The factor loading points of the scale have been varied from .52 to .66. Coefficient of Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) has been found as .84 and  $\chi^2$  value of the Bartlett sphericity test has been found as 587.545 ( $p < .000$ ). One dimensional structure of the scale has been observed to be fitting well in the confirmatory factor analysis [ $\chi^2=61.29$ ,  $df=27$ ,  $\chi^2/df=2.27$  RMSEA=.058, RMR=.009, S-RMR=.045, GFI=.96, AGFI=.93, CFI=.93, NNFI=.91, IFI=.93]. As a result, it has been found that the scale of SMBÖ-KF is reliable and valid in measuring the social media addiction among adolescents.

**Keywords:** Social media, adolescents, validity, reliability, addiction

### Giriş

İnternet ve uygulamalarının her geçen gün hayatımızı daha fazla kuşattığı görülmektedir. İnsanlar iletişim, eğlence, fatura yatırma, para gönderme gibi günlük ihtiyaçlarının çoğunu ve sosyalleşme gibi temel ihtiyaçlarını çevrimiçi dünyada karşılamaya başlamışlardır. İnternetin insanoğlunun birden fazla ihtiyacını karşılamaya başlaması yoğun kullanımını beraberinde getirmiştir.

Dillerin ortaya çıkışı, yazının bulunması, radyo, televizyon ve günümüzün en güçlü araçlarından olan internetin keşfi insanoğlunun en temel ihtiyaçlarından biri olan iletişim ihtiyacının göstergelerindedir (Rahmani ve Lavasani, 2011). İnternetin iletişimde bilgiye ulaşmada ve günlük hayatta sağladığı kolaylıklar, hayatın her alanında ve herkes tarafından kullanılmasını beraberinde getirmiştir (Ayas ve Horzum, 2013). Ülkemizde 2016 yılı Nisan

ayı verilerine göre internet erişimine sahip hanelerin oranı % 76.3 olmuştur (URL 2). Bu durum insanların çevrimdışı oldukları kadar çevrim içi olmalarına olanak sağlamaktadır. Fazla çevrimiçi olmak internet kullanımını problemlili hale getirebilmektedir. Problemlili internet kullanımı farklı kavramlarla ifade edilmiştir. Young (1996) “internet bağımlılığı”, Davis (2001) “patolojik internet kullanımı” Caplan (2003) “problemlili internet kullanımı” kavramlarını kullanmışlardır.

İnternet bağımlılığı ve uygulamaları ile ilgili bağımlılıklarla ilgili çalışmalarda artış görülmekle birlikte internet bağımlılığının tanımlanması ve ölçülmesi ile ilgili problemliler devam etmektedir (van den Eijnden, Lemmens ve Valkenburg, 2016). İnternet bağımlılığı alanında yapılan öncü çalışmaların birinde Young, Pistner, O’mara ve Buchanan (1999) internet bağımlılığının beş alt tipini belirlemişlerdir. Bunlar; siber seks bağımlılığı, siber ilişki bağımlılığı, net kompilyasyonları (alışveriş, ticaret, kumar), aşırı bilgi yükleme ve bilgisayar oyun bağımlılığı şeklindedir. Sosyal medya bağımlılığı siber ilişki bağımlılığı altında ele alınabilir.

Sosyal ağ sitelerinin tarihsel gelişimine bakıldığında ilk olarak 1997 yılında Sixdegrees.com adıyla bir sosyal medya sitesinin kurulduğu görülmektedir. Site ilk önce üyelerine sadece profil yaratma izni vermekteydi. Daha sonra 1998 yılında arkadaş listelerini oluşturma ve bu listelerde sörf yapma izni vermeye başlayan site milyonlarca üyeyi kendine çektikten sonra 2000 yılında kapanmıştır. İkinci sosyal medya ağı dalgası ise insanların iş ağlarını geliştirmek amacıyla 2001 yılında kurulan Ryze.com ile başlamıştır. 2002 yılında kurulan Friendster, Ryze’nin sosyal açıdan tamamlayıcısı niteliğindedir. Üçüncü ve belki de en etkili dalga olarak görülebilecek dalga 2003 Myspace, 2004 Facebook ile birlikte başlamış ve sosyal medya siteleri hızlı bir şekilde yayılmaya başlamıştır (Boyd ve Ellison, 2008). Sosyal medya ağlarının ilk ortaya çıkışları ve zaman içerisindeki değişim ve dönüşümleri sosyal medyanın insanların hayatlarındaki yeri ile ilgili önemli ipuçları vermektedir.

Sosyal ağ siteleri içeriklerine göre farklı şekillerde hizmet verse de tanımları ortak bir eksende yapılmaktadır. Buna göre sosyal ağ siteleri bireylerin sınırları sistem tarafından belirlenmiş umuma açık veya yarı açık profil oluşturmaya, bağlantıda oldukları diğer kullanıcıların listesini açıklamasına, sistemdeki diğer kişiler tarafından oluşturulan bağlantı listelerinin incelenmesine izni veren, Web –merkezli servislerdir. Bu bağlantıların yapısı ve

isimlendirilmesi siteden siteye değişmektedir (Boyd ve Ellison, 2008). Bergen Facebook Bağımlılığı Ölçeği adı ile ilk Facebook bağımlılığı ölçeğini geliştiren Andreassen, Torsheim, Brunborg ve Pallesen (2012) sosyal ağ sitelerini mailleşme veya mesajlaşmanın belirgin ve baskın olduğu çevrimiçi etkinlikler olarak tanımlamışlardır.

Sosyal ağ siteleri ilk ortaya çıktıklarından bu yana milyonlarca kullanıcıyı kendine çekmiş ve kullanıcıların çoğu için günlük hayatın kopmaz bir parçası olmuş (Boyd ve Ellison, 2008 ) günümüzün en önemli iletişim araçlarından olan internetin gözde uygulamalarından birisidir. Sosyal medya internet kullanımının çok büyük bir kısmına kaynaklık etme yönünde gelişimini sürdürmektedir. Bu gelişim amacı doğrultusunda sosyal medyanın iletişim, oyun, bilgi edinme, sörf gibi birçok ihtiyacı karşılamaya çalıştığı görülmektedir (Tektaş, 2014). Sosyal medya ağlarının temel teknolojik özellikleri birbiri ile tutarlı ve paralel iken yarattıkları kültür siteden siteye değişebilmektedir. Bazı siteler her kesimden farklı kitlelere hitap ederken, bazıları ortak bir dil, ırk, cinsel tercih, din veya ulusal kimlikler üzerinden kullanıcılarına hitap etmektedir (Boyd ve Ellison, 2008). Sosyal medya kimi zaman sosyalleşmekten kaçan ve pasif izleyici olmak isteyen bireylerin tercih ettikleri bir liman iken kimi zaman da sosyalleşme, takdir edilme ve takip edilme isteğinin doyurulmak istendiği bir yer olmaktadır (Tektaş, 2014). Sosyal medyanın bireylerin farklı ihtiyaçlarına hitap etmesi onu her birey için tercih edilebilir bir duruma getirmektedir.

İnsanlar sosyal medya siteleri aracılığıyla arkadaşlarıyla, eski sınıf arkadaşlarıyla ve aynı ilgileri olan insanlarla günlük iletişim fırsatları yakalayabilmektedir (O’Keeffe ve Clarke-Pearson, 2011). Sosyal ağ siteleri kullanıcıların herkese açık profiller oluşturabildikleri sanal topluluklardır. Orada kişiler gerçek hayattaki arkadaşlarıyla etkileşime girdikleri gibi, ortak ilgileri paylaştıkları yeni kişilerle de tanışabilmektedirler (Kuss ve Griffiths, 2011). Sosyal ağ sitelerini eşsiz kılan ve çekiciliğini artıran şey kullanıcılarının yabancılarla tanışmasına izin vermesinden daha çok kullanıcılarının kendilerini görünür kılmalarına ve kendilerini açık bir şekilde ifade etmelerine olanak sağlamasıdır (Boyd ve Ellison, 2008).

Erinlik ve ergenlik çağındaki çocukların sosyal medya sitelerini kullanma düzeylerinin dramatik bir şekilde yükseldiği görülmektedir (O’Keeffe ve Clarke-Pearson, 2011). 2004 yılında Harvard’lı öğrenciler tarafından kapalı bir sanal topluluk olarak kurulan ve günümüzdeki en başarılı sosyal ağ sitesi olan Facebook’un (Kuss ve Griffiths, 2011)

Haziran 2016 yılı itibariyle dünyadaki kullanıcı sayısı 1.679.433.530 kişidir. 2010 ile 20106 yılları arasındaki artış oranı %224.4'tür. Ülkemizde ise Kasım 2015 yılı itibariyle internet kullanıcı sayısı 46.282.850 kişi iken Facebook kullanıcı sayısı 41.000.000 kişi civarındadır (URL 1). 2016 yılının ilk üç ayının verilerine göre internet kullanan bireylerin % 82.4'ü sosyal medyayı daha çok kullandığını ifade etmiştir. Sosyal medya kullanımının internet kullanımında ilk sırada yer alan bir uygulama olduğu görülmektedir. (URL 2). Sosyal medyanın aşırı kullanımı çoğu yetişkinin fark ettiğinden daha fazla risk oluşturmaktadır. Bu riskler akran akrana oluşabilecek risk, gelişime ve yaşa uygun olmayan içerikle ilgili risk, çevrimiçi gizliliğin yeterince korunamaması ile ilgili riskler ve o anda etkileşimde bulunmayan üçüncü tarafların reklamlarının etkisi ile oluşabilecek risk şeklindedir (O'Keeffe ve Clarke-Pearson, 2011).

Ruhsal Bozuklukların Tanısal ve İstatistiksel El Kitabı (DSM 5) son baskısında internet oyun bağımlılığını ek bölüm 3'te kesinleşmemiş bir bozukluk olarak ele almıştır. Yeterli sayıda araştırmadan sonra tanı alacağı anlamına gelmektedir. Ancak sosyal medya bağımlılığının tanınması ile ilgili durum belirsizliğini korumaktadır. Bu belirsizlik ve sosyal medya bağımlılığının net bir tanımının olmaması sosyal medya bağımlılığı davranışının görülme sıklığını tespit etme çalışmalarını engellemektedir. Oysa sosyal medya bağımlılığı davranışının yoğunluğu ve sıklığının tespit edilmesi alanda yapılacak çalışmalar için hayati derecede önemlidir (van den Eijnden vd., 2016).

Sosyal ağ sitelerinin birey merkezci yapısı bağımlı davranışın ortaya çıkışını kolaylaştırmaktadır. Kontrolün bireyde olduğu birey merkezli yapısı bireyleri sosyal ağlara çeken ve sosyal ağları yoğun kullanmalarını sağlayan bir çekici unsur olmaktadır. Birey merkezci ya da benmerkezci yapısı bireylere kendilerini pozitif bir şekilde sunma ve böylece ruh hallerini olumlama imkanı sağlamaktadır. Bu olumlu ruh hali bağımlı davranışın geliştirilip sürdürülmesine olanak sağlayan deneyimleri besleyerek bağımlı davranışın ortaya çıkmasını pozitif yönde etki edebilir (Kuss ve Griffiths, 2011). Bütün bu bilgiler ışığında sosyal medya bağımlılığı, bilişsel, duyuşsal ve davranışsal süreçlerle ortaya çıkan ve bireyin iş/akademik hayatında, özel hayatında, sosyal hayatında ve günlük hayatında yarattığı meşguliyet, duygu durum değişiklikleri ve çatışmalar ile problemlere yol açan psikolojik bir sorun olarak tanımlanabilir (Tutgun-Ünal, 2015. s.93). Bireyin hayatının bir çok

alanını etkileyerek sorunlara yol açan sosyal medya bağımlılığının tespitine yönelik çalışmalar bu bağlamda önem kazanmaktadır.

2003 yılında Myspace, 2004 yılında Facebook ile birlikte sosyal medya siteleri hızlı bir şekilde yayılmaya başlamış (Boyd ve Ellison, 2008) ve sosyal medya kullanımında adeta patlama meydana gelmiştir. İnternet bağımlılığı ile ilgili ölçeklerin geliştirilmesinde olduğu gibi sosyal medya bağımlılığı ile ilgili ölçeklerin geliştirilmesinde de aşırı kullanımın beraberinde getirdiği sorunlar (Yao ve Zhong, 2014) etkili olmuştur. Bu doğrultta ilk olarak en yaygın sosyal medya sitesi olan Facebook (Işık ve Topbaş, 2015) ile ilgili Facebook Bağımlılığı Ölçeği geliştirme çalışmaları yapılmıştır. Sosyal medya bağımlılığı ile ilgili olarak Wilson, Fornasier ve White (2010) “Bağımlılık Eğilimleri Ölçeği” geliştirmişlerdir. Ölçek zihnin sürekli olarak onunla meşgul olması, kontrol kaybı ve geri çekilme belirtileri olmak üzere üç kriter üzerinde geliştirilmiştir. İlk ölçeğin oluşturulmasında esas alınan üç kriter bağımlılıkta merkezi rol oynamakla birlikte sonraki ölçekler bağımlılık tanımını 6 kriter üzerinden yapmışlardır. Andreassen vd. (2012) tarafından geliştirilen “ Bergen Facebook Bağımlılık Ölçeği” altı kriter üzerinden geliştirilmiştir. Bunlar; belirginlik, tolerans, ruh hali değişimleri, nüksetme, geri çekilme ve çatışma şeklindedir. Madde bağımlılıklarında olduğu gibi, sosyal ağ bağımlılıkları da bağımlılık belirtileri göstermektedir. Sosyal medya bağımlılığı ile ilgili kriterler bu belirtiler ekseninde oluşturulmuştur. Belirtiler ruh hali değişimleri, davranışsal, bilişsel ve duygusal olarak sürekli sosyal ağ kullanımı ile meşgul olma, tolerans, geri çekilme belirtileri, çatışma ve nüksetme şeklindedir (Kuss ve Griffiths, 2011) . DSM 5’te online oyun bağımlılığı kriterleri ile birlikte kriter sayısı 9’a çıkarılmış ve DSM 5 basıldıktan sonra sosyal medya bağımlılığı ( van den Eijnden vd., 2016) ve internet bağımlılığı (Pontes ve Griffiths, 2016 ) ile ilgili geliştirilen ölçekler 9 kriter üzerinden geliştirilmiştir. Bu kriterler, zihnin sürekli olarak onunla meşgul olması, tolerans, geri çekildiğinde kötü hissetme, bırakma isteğine rağmen bırakamama (ısrarlı kullanım), yapılması gereken diğer etkinliklerin yerini alma, yoğun kullanımdan dolayı problem yaşama, kullanım miktarı ile ilgili yalan söyleme, negatif duygulardan kaçış ve anne baba ve diğer aile fertleri ile çatışma şeklindedir.

Günümüzde sosyal medya bağımlılığı ile ilgili literatürün son derece sınırlı olduğu görülmektedir. Bu nedenle alanda yapılacak çalışmalarda sosyal ağ siteleri kullanım davranışlarını ve motivasyonlarını belirlemek, sosyal ağ kullanıcılarının kişilik özelliklerini

araştırmak, sosyal ağ kullanımının olumsuz sonuçlarını ve potansiyel sosyal ağ bağımlılığını araştırmak ve eşlik eden rahatsızlıkları belirlemek önemlidir (Kuss ve Griffiths, 2011). Sosyal medya kullanımının insanların hayatında her geçen gün daha fazla yer alması ve aşırı sosyal medya kullanımının beraberinde getirdiği sorunlar getirmesi sosyal medya bağımlılığının varlığı ve yaygınlığı ile ilgili çalışmaları önemli kılmaktadır. Alan yazın incelendiğinde, her geçen gün kullanıcı sayısı artmasına rağmen, sosyal medya bağımlılığı ile ilgili çalışmaların hem yurt dışında hem de yurt içinde son derece sınırlı olduğu görülmektedir. Bu doğrultuda bu çalışmada van den Eijnden Lemmens ve Valkenburg, (2016) tarafından geliştirilen “Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği” nin Tükçe’ye kazandırılması önem kazanmaktadır.

## **Yöntem**

### **Çalışma Grubu**

Çalışma grubunu 2016-2017 eğitim öğretim yılında Gaziantep ilinde bir Anadolu lisesine devam eden 376 lise öğrencisi oluşturmaktadır. Katılımcıların 227’si (%60.4) kız, 149’u (39.6) erkektir. Katılımcıların yaş aralığı 14-18 arasında değişmektedir. Yaş ortalaması 16.11’dir. Katılımcıların sosyal medya bağımlılığı ölçeğinden aldıkları en düşük puan “0” en yüksek puan “9” ve aldıkları puanların aritmetik ortalamaları “2.68” şeklindedir.

### **Veri Toplama Araçları**

**Kişisel bilgi formu:** Araştırmada katılımcıların sınıf düzeylerini, cinsiyetlerini ve yaşlarını belirlemek için araştırmacı tarafından oluşturulan kişisel bilgi formu kullanılmıştır.

**Sosyal medya bağımlılığı ölçeği:** Sosyal medya bağımlılığı ölçeği (SMBÖ) van den Eijnden vd. (2016) tarafından geliştirilmiştir. Ölçek DSM 5’te araştırılacak, kesinleşmemiş tanılar bölümünde yer alan İnternet oyun bağımlılığı tanı kriterleri dikkate alınarak tek boyutlu olarak geliştirilmiştir. Ölçek ilk önce 27 madde olarak geliştirilmiş daha sonra 9 maddelik kısa formu oluşturulmuştur. “Evet” ve “Hayır” şeklinde puanlandırılan ölçeğin kesme puanı 5’tir. Ölçeğin puanlanması 0-9 puan şeklindedir. Buna göre 9 maddeden 5 ve üstü maddeye “Evet” diyenler sosyal medya bağımlısı kabul edilmektedir. Ölçeğin doğrulayıcı faktör analizi uyum indekslerinin iyi sonuçlar verdiği görülmektedir [ $\chi^2(27, n=601) = 54.129, p=.002, CFI: .989, RMSEA= .041(90\% CI: .025-.057)$ ]. 9 maddelik ölçeğin 27

maddelik sosyal medya bağımlılığı ile güçlü bir korelasyona sahip olduğu görülmüştür ( $R=.94$ ,  $P<.001$ ). Ölçeğin güvenirligi Cronbach Alfa (0.82) ile ölçülmüş ve iyi bir güvenirlige sahip olduğu görülmüştür ( $M=1.52$ ,  $SD= 2.11$ ).

## İşlem

Sosyal medya bağımlılığı ölçeğini Türkçeye uyarlamak için öncelikle ölçeği geliştirenlerle irtibata geçilmiş ve gerekli izinler alınmıştır. Daha sonra ölçek iki uzman tarafından Türkçe'ye çevrilmiştir. Bu işlemde sonra ölçek, Türkçe ve İngilizce maddeleri ile birlikte İngiliz Dili ve Edebiyatı bölümünde çalışan 5 akademisyene görüşlerini belirtmeleri ve gerekli düzeltmeleri yapmaları için gönderilmiştir. Dil uzmanlarından alınan bildirimlerden sonra bazı ifadelerde düzeltmelere gidilmiştir. Örneğin "aile" olarak çevrilen bir ifade "ebeveyn" şeklinde düzeltilmiştir. Diğer geri bildirimler cümle içindeki bazı ifadelerin yerlerinin değiştirilmesi ile ilgili olmuştur. Yapılan düzeltmeler sonucu ölçek yeniden şekillendirilmiştir. Ölçeğin Türkçe formunun son hali İngiliz Dili ve Edebiyatında çalışan bir akademisyen tarafından İngilizceye geri-çeviri yapılmıştır. Bu sonuçlar başka bir uzman tarafından incelenmiş ve İngilizce maddelerin iyi benzeştiği tespit edilmiştir. Bu çalışmalarla dilsel eşdeğerlik şartının sağlandığı kabul edilmiştir. Bu işlemlerden sonra Türkçe formunun son hali verilmiş ve dil geçerliği aşaması tamamlanmıştır.

## Verilerin Analizi

Verilerin analizinde açımlayıcı faktör analizi (AFA) ve doğrulayıcı faktör analizi (DFA), güvenirlilik analizinde Cronbach Alfa iç tutarlılık katsayısı kullanılmıştır. Analizler Spss 22 ve Amos 21 programları aracılığı ile gerçekleştirilmiştir.

## Bulgular

### Açımlayıcı Faktör Analizi

Ölçeğin Türkiye'deki ergenlerde nasıl bir faktör yapısı göstereceğini test etmek için açımlayıcı faktör analizi (AFA) yapılmıştır. Verilerin faktör analizine uygunluğunu test etmek için Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) katsayısı ve Bartlett Küresellik Testi yapılmıştır. Bu çalışmada KMO .84 çıkmış ve örneklemin faktör analizi için iyi olduğu görülmüştür (Çokluk,



Şekercioğlu ve Büyüköztürk, 2012, s 207). Bartlett Küresellik Testi  $\chi^2$  değeri ise 587.545 ( $p<.000$ ) olarak bulunmuştur. Bu sonuçlar verilerin çok değişkenli normal dağılımdan geldiğini ve faktör analizi için uygun olduğunu göstermektedir. Herhangi bir döndürme işlemlerinin gerçekleştirilen analiz sonucu toplam varyansın % 35'ini açıklayan tek faktörlü bir yapı elde edilmiştir. Tek faktörlü desenlerde açıklanan varyansın % 30 ve daha fazla olması yeterli görülmektedir (Çokluk, Şekercioğlu ve Büyüköztürk, 2012, s 197). Ölçek maddeleri faktör yük değerlerinin .52 ile .66 arasında olduğu görülmektedir.

**Tablo 1.** SMBÖ KF maddelerine ait faktör yükleri ve madde toplam korelasyonları

Maddeler	Faktör Yükleri	Madde Toplam Korelasyonu
<b>Son bir yılda,</b>		
1 sürekli olarak kendinizi sosyal medyaya tekrar girebileceğiniz andan başka bir şey düşünemez halde buldunuz mu?	.66	.52
2 sürekli olarak, sosyal medyada daha fazla zaman geçirmek istediğiniz için kendinizi mutsuz hissettiniz mi?	.52	.38
3 sosyal medyayı kullanmadığınız zaman çoğu kez kendinizi kötü hissettiniz mi?	.63	.48
4 sosyal medyada daha az zaman geçirmeye çalıştığınız ancak bunda başarılı olamadığınız oldu mu?	.57	.43
5 sosyal medyayı kullanma isteğinizden dolayı diğer etkinliklerinizi (spor, hobiler vb.) sürekli olarak ihmal ettiniz mi?	.61	.45
6 sosyal medyayı kullanmanızdan dolayı diğer insanlarla sürekli olarak tartışmalarınız oldu mu?	.59	.44
7 sosyal medyada geçirdiğiniz süre hakkında ebeveynlerinize veya arkadaşlarınıza sürekli olarak yalan söylediniz mi?	.60	.45
8 olumsuz duygularınızdan kaçmak için sık sık sosyal medyayı kullandınız mı?	.54	.41
9 sosyal medya kullanımınızdan dolayı ebeveynleriniz, kız veya erkek kardeşleriniz ile ciddi çatışmalarınız oldu mu?	.59	.45
Açıklanan varyans		% 35.31
Özdeğer		3.17

Maddelerin faktör yükleri istatistiksel olarak anlamlıdır ( $P < 0.001$ )

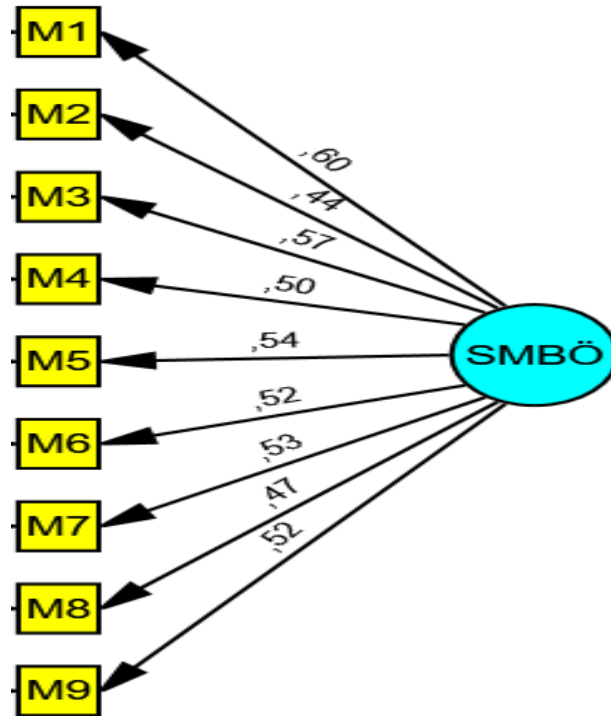
Ölçeğin yönergesi: Elinizdeki form son bir yılda sosyal medyayı kullanma düzeyinizi belirlemeyi amaçlamaktadır. Aşağıda sıralanan ifadelere yönelik düşüncelerinizi "Evet" ve

“Hayır” şeklinde karşılarında yer alan parantezlere (X) işareti koyarak belirtiniz. Lütfen her ifadeyi dikkatlice okuyup tüm maddeleri cevaplayınız.

Ölçek 0-1 arasında puanlandırılmaktadır. Ölçekten 5 ve üstü puan alanlar sosyal medya bağımlısı olarak değerlendirilmektedir.

### Doğrulayıcı Faktör Analizi

SMBÖ'nin tek faktörlü yapısının ergenlerden oluşan örnekleme doğrulanıp doğrulanmayacağını belirlemek için birinci düzey doğrulayıcı faktör analizi yapılmıştır. Ölçeğe ilişkin path diagramı şekil 1'de verilmiştir.



Şekil 1. Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeğinin Türkçe'ye uyarlamasına ilişkin path diyagramı

Analize ilişkin uyum indekslerinin iyi uyum verdiği görülmektedir. [ $\chi^2=61.29$ ,  $df=27$ ,  $\chi^2/df=2.27$  RMSEA=.058, RMR=.009, S-RMR=.045, GFI=.96, AGFI=.93, CFI=.93, NNFI=.91, IFI=.93]. Uyum indeksleri, ölçeğin tek faktörlü yapısının iyi uyum verdiğini göstermektedir (Çokluk, Şekercioğlu ve Büyüköztürk, 2012, s 271).

### Güvenirlik Çalışması

Ölçeğin güvenilirliğini belirlemek için Cronbach Alfa iç tutarlılık katsayısına bakılmıştır. Yapılan analiz sonucunda Cronbach Alfa iç tutarlılık katsayısı .76 olduğu

görülmektedir. Cronbach Alfa iç tutarlılık katsayısı ikili değerler (1 ve 0 gibi) alabilen ölçekler için kullanılan KR 20'ye (Kuder-Richardson) eşittir (Bademci, 2011; Kalaycı, 2014. s407). Bu sonuç ölçeğin oldukça güvenilir olduğunu göstermektedir (Kalaycı, 2014. s.405).

## **Sonuç, Tartışma ve Öneriler**

Bu çalışmada Eijnden vd. (2016) tarafından geliştirilen Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği'nin Türkçe formunun güvenilirlik ve geçerliğinin incelenmesi hedeflenmiştir. Geçerlik ve güvenilirlik çalışmalarının yapıldığı gruplar analizler için yeterli büyüklüktedir. Faktör analizi için 300 örneklem sayısının uygun olduğu kabul edilmektedir (Çokluk, Şekercioğlu ve Büyüköztürk, 2012, s 206).

Ölçeğin yapı geçerliği için Açıklayıcı faktör analizi (AFA) ve doğrulayıcı faktör analizi (DFA) yapılmıştır. Açıklayıcı faktör analizi (AFA) sonucunda Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) katsayısı .84 çıkmış ve Barlett Küresellik Testi  $\chi^2$  değeri ise 587.545 ( $p<.000$ ) olarak bulunmuştur. Bu sonuçlar örneklemin faktör analizi için iyi olduğunu göstermektedir. Doğrulayıcı faktör analizi sonucunda elde edilen uyum indekslerinin iyi uyum gösterdiği görülmüştür [ $\chi^2=61.29$ ,  $df=27$ ,  $\chi^2/df=2.27$  RMSEA=0.058, RMR=0.009, S-RMR=0.045, GFI=0.96, AGFI=0.93, CFI=0.93, NNFI=0.91, IFI=0.93]. Sonuçlar ölçeğin İngilizce orijinal formu ile uyumlu olduğunu ve ölçeğin Türkçe formunun geçerli bir ölçme özelliğine sahip olduğunu göstermektedir.

Ölçeğin güvenilirliği için iç tutarlılık kat sayısına bakılmış ve analiz sonucunda ölçeğin Cronbach Alfa iç tutarlılık katsayısı .76 olarak bulunmuştur. Psikolojik bir test için güvenilirlik katsayısının .70 ve üzeri olmasının güvenilirlik için yeterli olduğu ve madde toplam korelasyonun .30 ve üzeri olmasının bireyleri iyi derecede ayırt ettiği göz önüne alındığında (Büyüköztürk, 2014. s.183) çalışmanın bulgularının ölçeğin Türkçe formunun güvenilirlik şartını sağladığı söylenebilir.

SMBÖ-KF'nun 0-9 arasında puanlandığı ve kesme puanının 5 puan olduğu görülmektedir. DSM 5 internet oyun bağımlılığını tanımlamak için 9 tanı kriteri belirlemiş ve bir yıl boyunca bu 9 kriterden 5 kriter ve üstü kriteri taşıyanların internet oyun bağımlısı olacağını ifade etmiştir. İnternet oyun bağımlılığı ve sosyal medya bağımlılığı internet

bağımlılığının iki formu olduğundan (van den Eijnden vd., 2016) bu tanı kriterleri ölçeğin orijinalinde olduğu gibi bu ölçek içinde kullanılmıştır.

Yukarıdaki bulgular doğrultusunda ölçeğin geçerlik ve güvenirliliğinin sağlandığı ve kullanıma hazır olduğu söylenebilir. Ölçek sosyal medya bağımlılığının ölçülmesinde ve sosyal medya bağımlılığının tanısının konmasında yardımcı bir araç olarak kullanılabilir.

Online oyun bağımlılığının DSM 5 araştırılacak konular başlığı altında ele alınmaya başlamasıyla internet bağımlılığı ölçeği kısa formu (Pontes ve Griffiths, 2016), sosyal medya bağımlılığı ölçeği uzun ve kısa formu (van den Eijnden, vd., 2016) gibi ölçekler geliştirilmeye başlanmıştır. DSM 5 online oyun bağımlılığı tanı kriterleri doğrultusunda hazırlanmış sosyal medya bağımlılığı ölçeği kısa formunun Türkçe geliştirme veya uyarlama çalışmasının olmaması araştırmaya özgün bir nitelik katmaktadır. Ölçek kesme puanının olması (5 puan ve üstü) ile daha kolay bir tanımlama imkânı verdiği gibi, az maddeden oluşmasıyla da rahat uygulanma imkânı tanımaktadır. İlerde yapılacak çalışmalarla sosyal medya bağımlılığının başka kavramlarla ilişkisi araştırılabilir. Ayrıca ergenler dışındaki gruplarda da ölçeğin geçerlik ve güvenirlik çalışmaları yapılabilir.

## Kaynakça

- Andreassen, C.S., Torsheim, T., Brunborg, G.S ve Pallesen, S. (2012). Development of a facebook addiction scale. [https://www.researchgate.net/publication/225185226\\_Development\\_of\\_a\\_Facebook\\_Addiction\\_Scale](https://www.researchgate.net/publication/225185226_Development_of_a_Facebook_Addiction_Scale) adresinden 14.03.2017 tarihinde alınmıştır. Doi:10.2466/02.09.18.PRO.110.2.501-517.
- Ayas, T. ve Horzum, M.B. (2013). İlköğretim öğrencilerinin internet bağımlılığı ve aile internet tutumu. *Türk Psikolojik Danışma ve Rehberlik Dergisi*, 4(39), 46-57.
- Boyd, D.M. ve Ellison, N.B. (2008). Social network sites: Definition, history and scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13, 210-230. Doi:10.1111/j.1083-6101.2007.00393.x.
- Bademci, V. (2011). Kuder-Richardson 20, Cronbach'ın alfası, Hoyt'un varyans analizi genellenirlik kuramı ve ölçüm güvenirliliği üzerine bir çalışma. *Dicle Üniversitesi Ziya Gökalp Eğitim Fakültesi Dergisi*, 17, 173-193.
- Büyüköztürk, Ş. (2014). *Sosyal bilimler için veri analizi el kitabı*. Ankara: Pegem Akademi.

- Caplan, S. E. (2003). Preference for online social interaction a theory of problematic internet use and psychosocial well-being. *Communication Research*, 30(6), 625-648.
- Çokluk, Ö., Şekercioğlu, G. ve Büyüköztürk, Ş.(2012). *Sosyal bilimler için çok değişkenli istatistik SPSS ve LISREL uygulamaları*. Ankara: Pegem Akademi.
- Davis, R.A. (2001). A cognitive-behavioral model of pathological internet use. *Computers in Human Behavior*, 17, 187-195.
- Işık, U. ve Topbaş, H. (2015). Facebook ve bağımlılık: Medya bağımlılığı araştırması. *International Journal of Social Science*. 38, 319-336. Doi: <http://dx.doi.org/10.9761/JASSS2930>.
- Kalaycı, Ş. (2014). *Spss uygulamalı çok değişkenli istatistik teknikleri*. Ankara: Asil Yayınları.
- Kuss, D.J. ve Griffiths, M.D. (2011). Online social networking and addiction- a review of the psychological literature. *Int. J. Environ. Res. Public Health*, 8, 3528-3552. Doi:10.3390/ijerph8093528.
- O'Keeffe, G.S., ve Clarke-Pearson, K. (2011). Clinical report - The impact of social media on children, adolescents, and families. <http://pediatrics.aappublications.org/content/127/4/800> adresinden 10.03.2017 tarihinde alınmıştır.
- Pontes, H.M. ve Griffiths, M.D. (2016). The development and psychometric properties of the internet disorder scale-short form (IDS9-SF). *Addicta: The Turkish journal on Addictions*. 3(2), 1-16. Doi: 10.15805/addicta.2016.03.0102
- Rahmani, S. ve Lavasani, M.G. (2011). The relationship between internet dependency with sensation seeking and personality. *Procedia - Social And Behavioral Sciences*, 30, 272 – 277.
- Tektaş, N. (2014). Üniversite öğrencilerinin sosyal ağları kullanımlarına yönelik bir araştırma. *Tarih Okulu Dergisi*, 7(18). 851-870. Doi: <http://dx.doi.org/10.14225/Ioh474>.
- Tutgun-Ünal, A. (2015). *Sosyal medya bağımlılığı: Üniversite öğrencileri üzerine bir araştırma*. Yayınlanmamış Doktora Tezi. Marmara Üniversitesi, İstanbul.
- URL 1, <http://www.internetworldstats.com/facebook.htm> adresinden 20.03.2017 tarihinde alınmıştır.
- URL 2, <http://www.tuik.gov.tr/PreHaberBultenleri.do?id=21779> adresinden 15.03.2017 tarihinde alınmıştır.

Ergenler için Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği Kısa Formunun (SMBÖ-KF) Geçerlik ve Güvenirlik Çalışması

Van den Eijnden, R.J.J.M., Lemmens, J.S. ve Valkenburg, P.M. (2016). The social media disorder scale. *Computer in Human Behavior*, 61, 478-487. <http://dx.doi.org/10.1016/j.chb.2016.03.038>.

Wilson, K., Fornasier, S. ve White, K.M. (2010) Psychological predictors of young adults': use of social networking sites. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 13(2). 173-177. <http://eprints.qut.edu.au/31794/3/31794.pdf> adresinden 23.03.2017 tarihinde alınmıştır.

Yao, M, Z. ve Zhong, Z. J. (2014). Loneliness, social contacts and internet addiction: a cross-lagged panel study. *Computers in Human Behavior*, 30, 164-170.

Young, K. S. (1996). Internet addiction: Emergence of a new clinical disorder. *cyberpsychology and behavior*, 1(3), 237-244.

Young, K., Pistner, M., O'mara, J ve Buchanan, J. (1999). Cyber disorder: the mental health concern for the new millennium. *Cyber Psychology & Behavior*, 2(5), 475-479. <http://netaddiction.com/articles/cyberdisorders.pdf> adresinden 15.03.2017 tarihinde alınmıştır.

Değerli öğrenciler, Elinizdeki form sosyal medyayı kullanma düzeyinizi belirlemeyi amaçlamaktadır. Aşağıda sıralanan ifadelerle yönelik düşüncelerinizi "Evet" ve "Hayır" şeklinde karşılarında yer alan parantezlere (X) işareti koyarak belirtiniz. Lütfen her ifadeyi dikkatlice okuyup tüm maddeleri cevaplayınız. Katılımınız için teşekkür ederiz.		
	<b>Evet</b>	<b>Hayır</b>
<b>Son bir yılda,</b>		
sürekli olarak, kendinizi sosyal medyaya tekrar girebileceğiniz andan başka bir şey düşünemez halde buldunuz mu?	( )	( )
sürekli olarak, sosyal medyada daha fazla zaman geçirmek istediğiniz için kendinizi mutsuz hissettiniz mi?	( )	( )
sosyal medyayı kullanmadığınız zaman çoğu kez kendinizi kötü hissettiniz mi?	( )	( )
sosyal medyada daha az zaman geçirmeye çalıştığınız ancak burada başarılı olamadığınız oldu mu?	( )	( )
sosyal medyayı kullanma istediğinizden dolayı diğer etkinliklerinizi (spor, hobiler vb.) sürekli olarak ihmal ettiniz mi?	( )	( )
sosyal medyayı kullanmanızdan dolayı diğer insanlarla sürekli olarak tartışmalarınız oldu mu?	( )	( )
sosyal medyada geçirdiğiniz süre hakkında ebeveynlerinize (anne-baba) veya arkadaşlarınıza sürekli olarak yalan söylediniz mi?	( )	( )
olumsuz duygularınızdan kaçmak için sık sık sosyal medyayı kullandınız mı?	( )	( )
sosyal medyayı kullanmanızdan dolayı ebeveynleriniz, kız veya erkek kardeşleriniz ile ciddi çatışmalarınız oldu mu?	( )	( )