

Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği- Yetişkin Formu: Geçerlilik ve Güvenirlik Çalışması

Cengiz ŞAHİN¹, Mustafa YAĞCI²

Geliş Tarihi: 02.02.2017

Kabul Ediliş Tarihi: 23.04.2017

ÖZ

Bu araştırmanın amacı, 18-60 yaş grubundaki yetişkinlerin sosyal medya bağımlılığını belirlemeye dönük bir ölçek geliştirmektir. Araştırmaya 527'si kadın ve 520'si erkek olmak üzere 1047 yetişkin katılmıştır. Gerçekleştirilen açımlayıcı ve doğrulayıcı analizler sonucunda SMBÖ-YF'nun beşli Likert tipi, 2 alt boyut (sanal tolerans ve sanal iletişim) ve 20 betimlemeden oluşan bir yapıya sahip olduğu belirlenmiştir. Ölçeğin faktör yükleri ,61 ile ,87 arasında sıralanmaktadır. Ölçeğin iki faktörlü yapısının doğrulanması amacıyla yapılan doğrulayıcı faktör analizinde Ki-kare değerinin ($\chi^2=7051,32$; $sd=190$, $p=0,00$) anlamlı olduğu görülmüştür. Uyum indeksi değerleri ise RMSA=,059; SRMR=,060; NFI=,59; CFI=,96; GFI=,90; AGFI=,88) olarak bulunmuştur. SMBÖ-YF'nun faktör yükleri ,61 ile ,87 arasında değerler almaktadır. Ölçeğin geneli için Cronbach Alpha iç tutarlık katsayısı ,94; alt boyutlardan sanal tolerans için ,92 ve sanal iletişim için ,91 bulunmuştur. Ölçeğin test-tekrar test güvenilirlik katsayıları geneli için ,93; alt boyutlardan sanal tolerans için ,91 ve sanal iletişim için ,90 olarak belirlenmiştir. Analizler SMBÖ-YF'nun, yetişkinlerin sosyal medya bağımlılığını belirlemeye yönelik geçerli ve güvenilir bir ölçek olduğunu ortaya koymuştur.

Anahtar kelimeler: Sosyal medya, bağımlılık, yetişkin, geçerlik, güvenilirlik.

Social Media Addiction Scale - Adult Form: The Reliability and Validity Study

ABSTRACT

The purpose of this research is to determine the social media addiction of adult aged 18-60. The research was conducted on 1047 (527 females, 520 males) adults. SMAS-AF is a five point Likert type scale and includes 20 items that can be gathered under two factors (virtual tolerance and virtual communication). Confirmatory factor analysis showed that the two-factor model fitted the data ($\chi^2=7051,32$; $sd=190$, $p=0,00$; RMSA=,059; SRMR=,060; NFI=,59; CFI=,96; GFI=,90; AGFI=,88). Internal consistency coefficients of subscales were, 92 for virtual tolerance subscales and 91 for virtual communication subscale. The total internal consistency coefficient of the scale was ,94. The test-retest reliability coefficients were found as ,93 for total scale; ,91 for virtual tolerance subscale and ,90 for virtual communication subscale. The analysis provided evidence that the SMAS_AF is a valid and reliable scale that can be used in order to determination os social media addiction of adults.

Keywords: Social media, addiction, adult, reliability and validity.

¹ Doç. Dr. Ahi Evran Üniversitesi, PDR, e-posta: csahin40@gmail.com

² Yrd. Doç. Dr. Ahi Evran Üniversitesi, BÖTE, e-posta: mustafayagci06@gmail.com

GİRİŞ

Bilişim teknolojisi olarak bilgisayar ve internet yaşamın her alanına girmiştir. İnternet ve internete bağlı uygulamaların bilgisayardan farklı mobil cihaz ve işletim sistemleri için de uygulanabilir hale gelmesiyle her yaş grubundan insanlar pasif kullanıcıdan, aktif içerik üreten bireylere dönüşmektedir. Bu durumda bireylerin sürekli internetin sunduğu ortamlara bağlı kalmalarına neden olmaktadır.

Internet World Stats (2017)'in araştırmasına göre, tüm dünyadaki internet kullanıcı sayısı yaklaşık 3 milyar 732 milyon (%49,6) kişiye ulaştığı bildirilmektedir. İnternet ve sosyal medya (örn.; facebook) kullanımının nüfusa oranın Afrika'da (%27,7; %11,7), Asya'da (%45,2; %13,4), Avrupa'da (%77,4; %39,9), Latin Amerika'da (%59,6; %55,8), Orta Doğu'da (%56,7; %30,3) Kuzey Amerika'da (%88,1; %62,1), Avustralya'da (%68,1; %51,7)'e ulaşmıştır. Aynı araştırmaya göre, Türkiye'de internet kullanıcı oranı %59,6; sosyal medya (facebook) kullanıcı oranı ise %53,2'dir. Son 15 yıl içinde internet kullanımı artış oranı %934 olmuştur. Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK, 2016) verilerine göre ise, Türkiye'de internet kullanan bireylerin oranı %61,2 olup, internet kullanan bireylerin %82,4'ü sosyal medya kullanmaktadır. Araştırma verilerine göre, Türkiye'de internet ve sosyal medya kullanımının diğer ülkelere göre yüksek olduğu söylenebilir.

İnternet üzerinden çalıştırılan web 2.0 teknolojilerinin ortaya çıkışı ile birlikte bireyler birer sosyal ağ kullanıcısı olmuş, oluşturduğu hesap aracılığıyla içerik üreten konumuna gelmiştir (Tekvar, 2012). Günümüzde internet ve sosyal medya uygulamaları gençler ve yetişkinler (Allen, Ryan, Gray, McInerney ve Waters, 2014) başta olmak üzere çocukların bile kullandığı popüler bir araç halini almış ve dünya genelinde pek çok ülkede boş zaman etkinliği olarak görülmeye başlanmıştır.

İnternet ve sosyal medyanın aşırı (Ceyhan, Ceyhan ve Gürcan, 2007) ya da problemlili kullanılması (Young, 1988; Davis, 2001) ve haftanın en az 8,5 ile 21,5 saatinin çevrimiçi geçirilmesi (Yang ve Tung, 2007) bağımlılık olarak değerlendirilmektedir. Bir nesne veya davranışa aşırı düşkünlük olarak tanımlanan bağımlılık kavramı genellikle sigara, alkol, uyuşturucu gibi maddelerin kullanımına yönelik değerlendirilmektedir. Ancak son yıllarda kumar, egzersiz, yeme, uyuma gibi bazı davranışların da bağımlılık yaptığı savunulmaktadır. Benzer durum bilgisayar, internet, çevrimiçi oyun, tablet, mobil telefon gibi teknolojik cihazlar ve uygulamalar için de geçerlidir (Fidan, 2016). Harris, Nagy ve Vardaxis (2014)'e göre, kontrol edilemeyen uygulamalar veya alışkanlık da bağımlılık olarak tanımlanabilir. Bu anlamda, insanların gelişen teknolojileri kullanma biçimine ilişkin olarak da teknolojik bağımlılık kavramı kullanılmaya başlanmıştır (Griffiths, 1995; Turel ve Seronko, 2012). Günümüzde internet bağımlılığı (Young, 1988; Şahin, 2011) en yaygın kullanılan teknolojik bağımlılık türlerinden biridir. İnternet bağımlılığının özel

bir biçimi olarak sosyal ağ bağımlılığı, sanal oyun bağımlılığı, sanal kumar bağımlılığı, sanal alış veriş bağımlılığı siberseks bağımlılığı, mobil telefon bağımlılığı, twitter bağımlılığı, facebook bağımlılığı ve sosyal medya bağımlılığı da alanyazında davranışsal bağımlılıklar olarak araştırılan konulardır.

Bireyler, oyun oynamak, vakit geçirmek, iletişim kurmak ve resim göndermek gibi birçok farklı türde eğlence ve sosyal etkinlik yapmak için sosyal medya sitelerini ziyaret etmeye başlamışlardır (Allen, Ryan, Gray, McInerney ve Waters, 2014). Her ne kadar bu durum normal bir modern olgu olarak algılsa da (Boyd ve Ellison, 2007), sonuçlarının problemlili ve kompulsif kullanımlara neden olması nedeniyle bağımlılık olarak tanımlanmaya başlanmıştır (Griffiths, 2005). Sosyal medyaya aşırı derecede düşkün olmak, sosyal medyada sürekli çevrimiçi olma isteği, kontrol edilemeyen motivasyonla yönlendirilmek ve bu durumun diğer önemli yaşam alanlarını olumsuz yönde etkilemesi sosyal bağımlılık olarak değerlendirilmektedir (Andreassen ve Pallesen, 2014). Tabletler, cep telefonları ve iş yerlerinde her personelin kolayca internete ulaşabilmesi, sosyal medya kullanımının toplumu endişelendiren bir boyuta gelmesinde önemli bir etken olduğu söylenebilir.

Teknolojik bağımlılıkların her biri için söylenebileceği gibi, her yaş grubundaki bireylerin sosyal medyada aşırı zaman geçirmeleri ve buna bağlı olarak kişisel, sosyal, eğitsel ve mesleki sorumluluklarını yerine getirmede problem yaşamaları kaçınılmaz olmakta, bununla birlikte çeşitli psikolojik, fiziksel ve sosyal sorunlar yaşanabilmektedir. Bu nedenle bireylerin sosyal medya bağımlısı olup olmadıkları gözlem yoluyla tanımlanabilecek bir durum değildir. Bunun için geçerlik ve güvenilirlik çalışmaları yapılmış ölçeklere ihtiyaç duyulmaktadır.

Alan yazında yetişkinlerin sosyal medya bağımlılıklarının ölçülmesiyle ilgili çeşitli araştırma, test ve ölçeklere rastlanılmıştır (Andreassen, Torsheim, Brunborg ve Pallesen, 2012; Banyai, Zsila, Kiraly, Maraz, Elekes, Griffiths, Cecilie ve Demetrovics, 2015; Al-Menayes, 2015). Türkçe alanyazında ise 18 yaş ve üstü yetişkin grubunun sosyal medya bağımlılığını ölçen herhangi bir ölçme aracına rastlanmamıştır. Bu ihtiyaç dikkate alındığında, bu çalışmanın amacı, yetişkinlerin sosyal medya bağımlılıklarının belirlenmesine yönelik geçerlik ve güvenilirliği yapılmış bir ölçeğin geliştirilmesidir. Böylece, bireyin sosyal medya bağımlılığı davranışlarının belirleyicileri ve sonuçları daha iyi ortaya konabilir, etkili önleyici ve iyileştirici hizmetler düzenlenebilir.

YÖNTEM

Çalışma Grubu

Bu çalışmanın çalışma grubuna, ulaşılabilirlik ilkesi göz önüne alınarak, Kırşehir il merkezinde yönetici ve rehber öğretmenlerin görüşleri doğrultusunda anaokulu, ilkököl, ortaokul, lise öğretmenleri ve üniversite öğrencileri ile rehber öğretmenlerin belirlediği öğrenci velileri dâhil edilmiştir. Katılımcılar 18-60 yaş arası yetişkinlerden (Bacanlı, 2015; Gündoğdu, 2016) oluşmaktadır. Çalışmanın

araştırma grubunu, basit tesadüfi örnekleme yöntemi ile belirlenen ve gönüllü olarak katılan 1047 yetişkin oluşturmuştur. Katılımcıların 516'sı (%49,3) kadın ve 531'i (%50,7) erkektir. Çalışma grubu "madde sayısının en az beş katı olmalıdır" (Tavşancıl, 2006) kuralı dikkate alınarak belirlenmiştir. Ölçeğin açımlayıcı faktör analizinin (AFA) yapıldığı birinci uygulamaya 546 yetişkin, doğrulayıcı faktör analizinin (DFA) yapıldığı ikinci uygulamaya ise 319 yetişkin katılmıştır. Açımlayıcı ve doğrulayıcı faktör analizinde iki farklı gruptan elde edilen veriler üzerinde çalışılmıştır (Fabrigar, Wegener, MacCallum ve Strahan, 1999). Ölçeğin tutarlılığını tespit etmek için test-tekrar test yöntemi kullanılmış ve uygulama 182 yetişkinin katılımıyla gerçekleştirilmiştir. Yine, Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği-Yetişkin Formu (SMBÖ-YF) aynı yetişkin grubuna iki hafta arayla tekrar uygulanmış test tekrar test güvenilirliğine yönelik işlemler öğretmen ve üniversite öğrencilerinden oluşan üçüncü bir çalışma grubu üzerinde gerçekleştirilmiştir.

Ölçek Geliştirme Süreci

Ölçeğin geliştirilmesi sürecinde ilk olarak alanyazın taraması yapılmış (Young, 1988, Şahin, 2011; Griffiths, 1995; Andreassen, Torsheim, Brunborg ve Pallesen, 2012; Tutkun Ünal ve Deniz, 2015; Banyai vd., 2015; Al-Menayes, 2015) kavramsal çerçeve ve ölçeğin genel özellikleri oluşturulmaya çalışılmıştır. Böylece alanyazından elde edilen bilgiler ve alan uzmanlarının görüşleri doğrultusunda SMBÖ-YF'nun kapsamına ilişkin 78 maddeden oluşan bir madde havuzu oluşturulmuş ve bir taslak form hazırlanmıştır. Oluşturulan taslak form; alan uzmanları (bir eğitim sosyolojisi, iki rehberlik ve psikolojik danışmanlık ve iki bilgisayar ve öğretim teknolojisi öğretmeni) tarafından kapsam geçerliği açısından incelenmiştir. Sonra dil uzmanı tarafından maddi hatalar ve kapsam geçerliği açısından düzeltmeler yapılmıştır. Tüm bu analizlerin ardından 46 maddelik bir havuz oluşturulmuştur. Ölçek formu 41'i olumlu ve 5'i olumsuz maddelerden "(1)Bana hiç uygun değil", "(2)Bana uygun değil", "(3)Kararsızım", "(4)Bana uygun", "(5)Bana çok uygun" şeklinde beşli derecelendirme kullanılmıştır. Olumsuz ifadelerde ise tersi kodlama puanlanmıştır.

Ölçeğin Puanlaması

Gerçekleştirilen açımlayıcı ve doğrulayıcı analizler sonucunda SMBÖ-YF'nun beşli Likert tipi, 2 alt boyut (sanal tolerans ve sanal iletişim) ve 20 betimlemeden oluşan bir yapıya sahip olduğu belirlenmiştir. Sanal tolerans alt boyutu 1-11'inci maddeler, sanal iletişim ise 12-20'inci maddelerden oluşmaktadır. 5. ve 11. maddeler ters puanlanmaktadır. Ölçekten alınabilecek en yüksek puan 100, en düşük puan ise 20'dir. Puanın yüksek olması bireyin kendisini "sosyal medya bağımlısı" olarak algıladığı biçiminde değerlendirilmektedir.

Verilerin Analizi

Verilerin analizinde geçerlik ve güvenilirlik çalışmaları yapılmıştır. Geçerlik çalışmaları kapsam ve yapı geçerliği yapılmıştır. Bunun için alanyazın taraması ve uzman görüşüne başvurulmuştur. Sonra katılımcılardan elde edilen verilerin

analize uygunluğu Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) katsayısı ve Barlett testi ile incelenmiştir. Daha sonra açımlayıcı faktör analizi (AFA), madde toplam korelasyonu, doğrulayıcı faktör analizi (DFA) ve madde ayırteçilik düzeyleri hesaplanmıştır. Ölçeğin doğrulayıcı faktör analizi için ise, iç tutarlık katsayısı (eş yarı korelasyonu, Sperman-Brown, Gutmann Split-Half ve Cronbach Alfa güvenilirlik katsayısı) ile kararlılık testi (test tekrar test) yapılmıştır. Verilerin analizinde SPSS 22.00 ve LISREL 8.80 programları kullanılmıştır.

BULGULAR

Bu bölümde SMBÖ-YF'nun geçerlik ve güvenilirlik çalışmalarına ilişkin bulgulara yer verilmiştir.

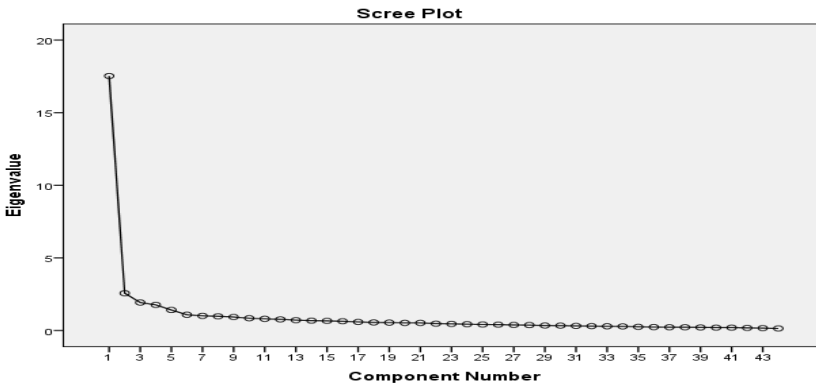
Ölçeğin Geçerliğine İlişkin Bulgular

Bir ölçme aracının geçerliği, ölçmek istenilen özelliği ölçme derecesidir. Bir başka ifadeyle, bir testin ölçmek istediği değişkeni onu başka değişkenlerle karıştırmadan ölçebilme derecesidir (Turgut ve Baykul, 2013). SMBÖ-YF'nun geçerlik çalışmaları kapsamında yapı geçerliği, madde-toplam korelasyonu, düzeltilmiş korelasyon ve madde ayırt edicilikleri analiz edilmiş ve bulgular aşağıda verilmiştir.

Yapı Geçerliği

Açımlayıcı Faktör Analizi (AFA)

Ölçeğin KMO testi değeri ,956; Barlett testi değeri $\chi^2=15287,25$ (sd=946, p=0,00) olarak bulunmuştur. Bu bulgu, ölçek verilerinin faktör analizine uygun olduğunu göstermektedir (Kalaycı, 2009; Sönmez ve Alacapınar, 2014). Bu bulgudan sonra ölçeğin faktörlerini tespit etmek için temel bileşenler analizi yapılmıştır. Varimax tekniği ile yapılan döndürme işlemi sonunda özdeğeri 1,00'dan büyük 7 faktör belirlenmiştir. Faktör sayısının fazla olması dikkate alınarak Catte'in scree sinaması yapılmıştır.



Şekill. Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği-Yetişkin Formu'nun Özdeğer Faktör Grafiği

Yapılan analizlerden, özdeğer grafiğinin ikinci noktasından sonraki faktörlerin aralarındaki mesafenin çok yakın ve benzer olduğu anlaşıldığından, ölçekteki faktör sayısı 2 ile sınırlandırılmıştır. Özdeğer grafiğinde görülebilecek hız düşüşleri ya da kırılma noktaları faktör sayısını belirler (Büyüköztürk, 2016).

AFA sonucuna göre; 12 madde hangi faktörü ölçtüğü belirleyici olmadığı için, 7 madde birden fazla faktörde yüksek değer aldığı için, 5 madde de yeniden yapılan analiz sonrası ölçekten çıkarılmıştır. Verilere göre, özdeğeri 1'den büyük ve açıkladığı varyans değeri %5'in üzerinde olan 2 faktör olduğu tespit edilmiştir. Tüm bu analizlerden sonra 20 maddelik 2 faktörlü ölçeğin KMO değeri ,945; Barlett değeri $\chi^2=7051,32$ (sd=190, p=0,00) olarak belirlenmiştir. AFA sonucunda faktörlerdeki maddelerin içerikleri, kuramsal açıklamalar ve uzman görüşleri dikkate alınarak, birinci faktör için "Sanal Tolerans- (ST)" ve ikinci faktör için "Sanal İletişim- (Sİ)" adlandırılması uygun görülmüştür. SMBÖ-YF'na ait AFA'ya ilişkin bulgular Tablo 1'de verilmiştir.

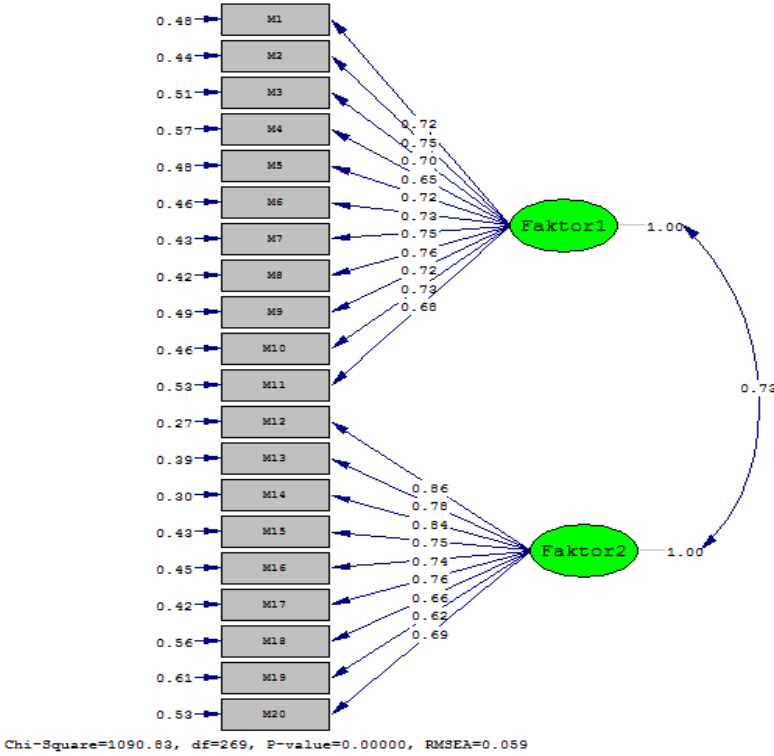
Tablo1. SMBÖ-YF'nun Faktör Yükleri ve Madde-Toplam Korelasyonu

Taslak Ölçek Madde No	Ölçek Madde No	Döndürme Öncesi Faktör Yükleri	Faktör Yük Değerleri		Madde Toplam Korelasyon Değeri
			ST	Sİ	
M1	1	,627	,774		,684
M3	2	,631	,767		,711
M9	3	,599	,760		,669
M2	4	,570	,710		,699
M8	5	,522	,706		,623
M13	6	,594	,676		,743
M10	7	,571	,675		,732
M12	8	,594	,674		,746
M4	9	,556	,637		,729
M14	10	,558	,611		,734
M5	11	,501	,683		,698
M29	12	,787		,870	,709
M31	13	,691		,812	,680
M28	14	,712		,791	,741
M42	15	,624		,756	,676
M35	16	,576		,704	,680
M34	17	,634		,676	,760
M30	18	,492		,654	,643
M32	19	,459		,628	,624
M44	20	,536		,613	,708
	Özdeğer		5,99	5,83	
	Açıklanan Varyans		29,99	29,17	
			Toplam Varyans: %59,17		

Tablo 1’de görülebileceği gibi, ölçeğin Sanal Tolerans-ST faktörü 11 maddeden oluşmakta ve faktör yükleri ,683 ile ,774 arasında değerler almakta; özdeğeri 5,99 ve genel varyansa sağladığı katkı %29,99’dur. Sanal İletişim-Sİ faktörü ise 9 maddeden oluşmakta ve faktör yükleri ,613 ile ,870 arasında değerler almakta; özdeğeri 5,83 ve genel varyansa sağladığı katkı ise %29,17’dir

Doğrulayıcı Faktör Analizi (DFA)

Açımlayıcı Faktör Analizi sonucunda 2 faktörden oluşan ölçeğin faktör yapılarını doğrulamaya dönük AFA’daki örneklem dışında 319 yetişkinden toplanan veriler üzerinden DFA yapılmıştır. Ölçeğin faktöriyel modeli ve faktör-madde ilişkisine dair t değerleri Şekil 2’de verilmiştir.



Şekil2. DFA Korelasyon Diyagramı (Standardize Edilmiş)

Şekil 2’de anlaşılabilceği gibi, ölçeğin faktör yükleri ST alt boyutu için ,65 ile ,79; Sİ alt boyutu için ,62 ile ,86 arasında değiştiği görülmektedir. Yapılan analizlerde faktörler ve maddeler arasında kırmızı ok bulunmaması tüm maddelerin t değerlerinin <,05 düzeyinde anlamlı olduğunu göstermektedir (Jöreskog ve Sörbom, 1993). DFA sonucunda elde edilen t değerleri Tablo 2’de verilmiştir.

Tablo 2. DFA t Değerleri

Madde No	t	Madde No	t	Madde No	t	Madde No	t
M1	18,95**	M6	19,52**	M11	17,74**	M16	19,89**
M2	20,00**	M7	20,33**	M12	24,58**	M17	20,70**
M3	18,38**	M8	20,50**	M13	21,27**	M18	17,01**
M4	16,74**	M9	18,91**	M14	23,81**	M19	15,79**
M5	19,08**	M10	19,53**	M15	20,33**	M20	17,93**

**p<,001

Tablo 2'deki bulgulara göre, SMBÖ-YF'nda yer alan maddelere ilişkin DFA sonucu elde edilen t değerlerinin 15,79 ile 24,58 arasında değiştiği belirlenmiştir (p<,01).

DFA'dan elde edilen uyum indeksi değerleri ile incelenen uyum indeksleri değerlerine ilişkin kabul edilebilir ölçütler Tablo 3'de verilmiştir.

Tablo 3. Uyum Değerleri ile DFA'dan Elde Edilen Uyum İndeksi Değerleri

İncelenen Uyum İndeksleri	Mükemmel Uyum	Kabul Edilebilir Uyum	Doğrulamalı Faktör Analizi Uyum İndeksleri
χ^2/sd	$0 \leq \chi^2/sd \leq 2,00$	$2,00 \leq \chi^2/d < 5,00$	3,05
RMSEA	$0 \leq RMSEA \leq 0,05$	$0,05 \leq RMSEA \leq 0,08$	0,059
S-RMR	$0 \leq S-RMR \leq 0,05$	$0,05 \leq S-RMR \leq 0,10$	0,060
NFI	$0,95 \leq NFI \leq 1,00$	$0,90 \leq NFI \leq 0,95$	0,96
CFI	$0,97 \leq CFI \leq 1,00$	$0,95 \leq CFI \leq 0,97$	0,96
GFI	$0,95 \leq GFI \leq 1,00$	$0,90 \leq GFI \leq 0,95$	0,90
AGFI	$0,95 \leq AGFI \leq 1,00$	$0,85 \leq AGFI \leq 0,95$	0,88

Tablo 3'de görüldüğü gibi, $\chi^2/sd=3,05$ oranının 5'ten küçük olması modelin kabul edilebilir uyum gösterdiğine işaret etmektedir (Şimşek, 2007).; RMSA=,059; SRMR=,060; NFI=,59; CFI=,96; GFI=,90; AGFI=,88 değerleri incelendiğinde kabul edilebilir düzeyde uyum gösterdikleri anlaşılmaktadır (Hu ve Bentler, 1999). Tablo 3'deki bulgular DFA'dan elde edilen iki faktörlü modelin uyum düzeyinin yeterli olduğunu ortaya koymaktadır.

Madde Ayırt Ediciliği

Bunun için SMBÖ-YF'nda yer alan her bir maddeden elde edilen ham puanlar büyükten küçüğe sıralanmış ve alt %27 ve üst %27'lik grubun puanları arasındaki farkın anlamlılığı test edilmiştir. Test sonucu elde edilen t değerlerine ilişkin bulgular Tablo 4'de verilmiştir.

Tablo 4. Madde Ayırt Edicilik Düzeyleri

Madde No	t	Madde No	t
M1	-15,13**	M12	-7,94**
M2	-14,51**	M13	-9,46**
M3	-14,05**	M14	-9,04**
M4	-12,18**	M15	-10,74**
M5	-15,30**	M16	-10,36**
M6	-14,78**	M17	-11,15**
M7	-13,77**	M18	-13,76**
M8	-12,90**	M19	-11,43**
M9	-12,41**	M20	-10,54**
M10	-13,58**		
M11	-11,77**		
F1	-21,63(**)	F2	-14,54(**)
		Toplam	-21,83(**)

sd: 294; *p<,001

Tablo 4’de ölçekteki 20 maddenin faktörlere ve toplam puana ilişkin bağımsız örneklem t testi değerlerinin -7,94 ile -15,13 arasında değiştiği görülmektedir. Ölçeğin geneli için t değeri ise -21,83; F1 (ST) alt boyutu için -21,63; F2 (Sİ) alt boyutu için -14,54 olarak belirlenmiştir (p<,001). Bu bulguya göre ölçek, sosyal medya bağımlılığı yüksek yetişkinlerle düşük yetişkinleri ayırdedebilmektedir. Bu özelliği ile ölçeğin iç geçerliğe sahip olduğu söylenebilir.

Ölçeğin Güvenirliğine İlişkin Bulgular

Ölçeğin güvenirlğini hesaplamak için iç tutarlılık ve kararlılık analizleri yapılmış ve bulgular aşağıda verilmiştir.

İç Tutarlılık Düzeyleri

SMBÖ-YF’nun genelinin ve faktörlere göre güvenirlği dört farklı teknikle analiz edilmiş ve güvenirlk değerleri Tablo 5’de verilmiştir.

Tablo 5. SMBÖ-YF’nun Güvenirlk Katsayıları

Faktörler	Madde Sayısı	Eş Yarılar Korelasyonu	Sperman Brown	Guttman Split-Half	Cronbach Alpha
Sanal Tolerans	11	,806	,893	,876	,922
Sanal İletişim	9	,782	,878	,875	,912
Toplam	20	,706	,828	,825	,943

Tablo 5’de anlaşılabilceği gibi, ölçeğin güvenirlk katsayılarına ilişkin veriler ölçeğin geneli ve alt boyutlarının güvenilir sonuçlar verdiğini göstermektedir.

Kararlılık Düzeyi

SMBÖ-YF’nun ölçtüğü niteliğin zaman bağlamında kararlılığını istatistiksel olarak test etmek için test-tekrar test yöntemi kullanılmıştır. Test-tekrar test güvenirlği ile ölçme aracının belirli bir zaman aralığındaki kararlılığı test edilmektedir (Büyüköztürk, 2016). Ölçeğin test- tekrar test güvenirlk katsayısını belirleyebilmek için ölçek kolay ulaşılabilirlik ilkesi gereği 182 öğretmen ve

üniversite öğrencisinden oluşan gruba iki hafta arayla uygulanmıştır. İki uygulama arasındaki kararlılığı test etmek için Pearson momentler çarpım korelasyon katsayısına bakılmıştır. Bulgular Tablo 6’da verilmiştir.

Tablo 6. *SMBÖ-YF’nun Test Tekrar Güvenirlik Katsayıları*

	Sanal Tolerans	Sanal İletişim	Toplam
Sanal Tolerans	,918(**)		
Sanal İletişim		,901(**)	
Toplam			,937(**)

n=182; **p<0,001

Tablo 6’da görülebileceği gibi, iki uygulama arasında ölçeğin geneli için ($r=,93$; $p<,01$), sanal tolerans alt boyutu için ($r=,91$; $p<,01$) ve sanal iletişim alt boyutu için ($r=,90$; $p<,01$), yüksek düzeyde pozitif ve anlamlı olduğu belirlenmiştir. Bir psikolojik test için hesaplanan güvenilirlik katsayısının ,70 ile ,89 aralığında olması ölçeğin oldukça güvenilir olduğunun göstergesidir (Kalaycı, 2009). Buna göre SMBÖ-YF ve alt boyutları kararlı ölçümler yapabilmektedir.

Tüm bu gerçekleştirilen analiz sonuçlarına göre, “Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği-Yetişkin Formu (SMBÖ-YF)”nun geçerli ve güvenilir bir ölçek olduğu söylenebilir.

TARTIŞMA ve SONUÇ

Alanyazın incelendiğinde; uluslararası çalışmalarda yetişkinlerin sosyal medya bağımlılığını belirlemeye yönelik kullanılacak birçok ölçme aracının bulunduğu görülmektedir. Ancak Türkçe alanyazında bu amaçla kullanılacak bir ölçme aracına rastlanmamıştır. SMBÖ-YF’nun geliştirilmesinin amaçlandığı bu çalışmanın alanyazındaki bu boşluğu dolduracak olması açısından önemli olduğu düşünülmektedir. Araştırmada SMBÖ-YF’nden elde edilen ölçümlerin yapı geçerliği ve güvenilirliği ile ölçek maddelerinin ayırt ediciliği için birden fazla işlem sunulması çalışmanın güçlü yönleri arasında yer almaktadır. Ölçümlerin yapı geçerliği için hem AFA hem DFA uygulanmıştır. Ölçek maddelerinin ayırt ediciliğini ortaya koymak için düzeltilmiş madde toplam korelasyonu ile birlikte, %27’lik alt üst grup karşılaştırmalarına da yer verilmiştir. Ölçümlerin güvenilirliğinin incelenmesinde Cronbach Alfa ve test-tekrar test güvenilirlik katsayılarından yararlanılmıştır. Cronbach Alfa ölçümlerin tutarlılık anlamında güvenilirliği incelenirken; test tekrar test güvenilirlik katsayısı kullanılarak ölçümlerin kararlılık anlamında güvenilirliği incelenmiştir. İlgili alan yazın incelendiğinde, SMBÖ-YF’nun açılımlayıcı ve doğrulayıcı faktör analizi sonuçlarının kabul edilebilir bir düzeyde olduğu görülmektedir.

Ölçeğin geçerlilik ve güvenilirliğine ait bulgular, SMBÖ-YF’nun yetişkinlerin sosyal medya bağımlılığını belirlemek amacıyla kullanılabilir bir ölçme aracı olduğunu göstermektedir. Geliştirilen ölçek ile yetişkinlerin sosyal medya bağımlılık düzeylerinin belirlenmesi ve sonuçlara uygun önlemlerin alınması

konusunda yardımcı olabileceği düşünülmektedir. Bu çalışmada geliştirilen ölçek ile farklı değişkenler arasındaki ilişkileri inceleyen betimsel araştırmalar yapılabilir. Daha sonraki süreçte farklı yaş ve örneklem grupları için benzer ölçekler geliştirilebilir.

Sonuç olarak SMBÖ-YF'nun 18-60 yaş aralığındaki yetişkinlerin sosyal medya bağımlılıklarını belirlemek için kullanılacak bir ölçme aracı olduğu söylenebilir.

KAYNAKLAR

- Allen, K. A., Ryan, T., Gray, D. L., McInerney, D. M., & Waters, L. (2014). Social media use and social connectedness in adolescents: The positives and the potential pitfalls. *The Australian Educational and Developmental Psychologist*, 31, 18–31.
- Al-Menayes, J. (2015). Psychometric properties and validation of the arabic social media addiction scale. *Journal of Addiction*, 1-6.
- Andreassen, C.S., Torsheim, T., Brunborg, G.S. & Pallesen, S. (2012). Development of a facebook addiction scale 1, 2. *Psychological Reports*, 110(2), 501-517.
- Andreassen, C.S., & Pallesen, S. (2014). Social network site addiction – An overview. *Current Pharmaceutical Design*, 20, 4053–61.
- Bacanlı, H. (2015). *Eğitim Psikolojisi (22. bs.)*. Ankara: Pegem Akademi.
- Banyai, F., Zsila, A., Kiraly, O., Maraz, A., Elekes, Z., Griffiths, M.D., Cecilie, S.A. & Demetrovics, Z. (2017). Problematic social media use: results from a large-scale nationally representative adolescent sample. *PLoS ONE*, 12(1), 1-13.
- Boyd, D.M., & Ellison, N. B. (2007). Social network sites: Definition, history, and scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13, 2010–30.
- Büyüköztürk, Ş. (2016). *Sosyal Bilimler için Veri Analizi El Kitabı İstatistik, Araştırma Deseni SPSS Uygulamaları ve Yorum (22. bs.)*. Ankara: Pegem Akademi Yayıncılık.
- Ceyhan, E., Ceyhan, A.A. ve Gürçan, A. (2007). Problemlerli internet kullanımı ölçeği'nin geçerlik çalışmaları. *Kuram ve Uygulamada Eğitim Bilimleri*, 7 (1), 387- 416.
- Davis, R. A. (2001). A cognitive-behavioral model of pathological Internet use. *Computers in Human Behavior*, 17 (2), 187-195.
- Fabrigar, L.R., Wegener, D.T., MacCallum, R.C. & Strahan, E.J. (1999). Evaluating the use of exploratory factor analysis in psychological research. *Psychological Methods*, 4(3), 272-299.
- Fidan, H. (2016). Mobil bağımlılık ölçeği'nin geliştirilmesi ve geçerliliği: Bileşenler modeli yaklaşımı. *Addicta: The Turkish Journal on Addictions*, 3, 433–469.
- Griffiths, M.D. (1995). Technological addictions. *Clinical Psychology Forum*, 76, 14–19.

- Griffiths, M.D. (2005). A componets model of addiction within a biopsychosocial framework. *Journal of Substance Use*, 10, 191–7.
- Griffiths M.D. (2012). Social Networking Addiction: Emerging Themes and Issues. *Journal of Addiction Research & Therapy*, 4(5), 1-2.
- Gündoğdu, R. (2016). Gelişim Psikolojisi. C. Şahin (Ed.). Eğitim Psikolojisi: *Gelişim-Öğrenme-Öğretim* içinde (s. 29-45). Ankara: Nobel
- Harris, P., Nagy, S., & Vardaxis, N. (2014). *Mosby's Dictionary of Medicine, Nursing and Health Professions*-Australian & New Zealand Edition. Elsevier Health Sciences.
- Internet World Stats (2017). Internet World Stats. Usage and population statistics. <http://www.internetworldstats.com/stats.htm> adresinden alınmıştır.
- Jöreskog, K. & Sörbom, D. (1993). *Lisrel 8: Structural equation modeling with the simplis command language*. USA: Scientific Software International.
- Kalaycı, Ş. (2009). *SPSS Uygulamalı Çok Değişkenli İstatistik Teknikleri*. Ankara: Asil Yayınevi.
- Kırık, A.M., Arslan, A., Çetinkaya, A. & Gül, M. (2015). A Quantitative Research on the Level of Social Media Addiction among Young People in Turkey. *International Journal of Science Culture and Sport (IntJSCS)*, 3(3), 108-122.
- Kuss, D. ve Griffiths, M. (2012). Internet gaming addiction: a systematic review of empirical research. *International Journal of Mental Health Addiction*, 10, 278-296.
- Seçer, İ. (2013). *SPSS ve LISREL ile Pratik Veri Analizi ve Raporlaştırma*. Ankara: Anı Yayıncılık.
- Sönmez, V. ve Alacapınar, G. F. (2014). *Örneklendirilmiş Bilimsel Araştırma Yöntemleri*. Ankara: Anı Yayıncılık.
- Şahin, C. (2011). An analysis of internet addiction levels of individuals according to various variables. *The Turkish Online Journal of Educational Technology*, 10 (4), 60-66.
- Şimşek, Ö. F. (2007). *Yapısal Eşitlik Modellemesine Giriş Temel İlkeler ve LISREL Uygulamaları*. Ankara: Ekinox.
- Tavşancıl, E. (2006). *Tutumların Ölçülmesi ve SPSS ile Veri Analizi*. Ankara: Nobel.
- Tekvar, S.O. (2012). *Yeni medya ve halkla ilişkilerde dönüşüm: farklı kurumsal yapılarda halkla ilişkiler algısı ve sosyal paylaşım ağları*. Yayımlanmamış doktora tezi, Ankara Üniversitesi, Ankara.
- Turel, O. ve Serenko, A. (2012). The benefits and dangers of enjoyment with social networking websites. *European Journal of Information Systems*, 21, 512–528.
- Turgut, M. F. ve Baykul, Y. (2010). *Eğitimde Ölçme ve Değerlendirme*. Ankara: PegemA Yayıncılık.
- Tutkun Ünal, A. ve Deniz, L. (2015). Development of the social media addiction scale. *Online Academic Journal of Information Technology*, 6(21), 52-70. Doi: 10.5824/1309-1581.2015.4.004.x

- Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK) (2016). *Hane Halkı Bilişim Teknolojileri Kullanımı Araştırması*. <http://www.tuik.gov.tr> adresinden alınmıştır.
- Yang, S., and Tung, C. (2007). Comparison of Internet addicts and non-addicts in Taiwanese high schools. *Computers in Human Behavior*, 23, 79-96.
- Young, K. S. (1998). Internet addiction: The emergence of a new clinical disorder. *Cyberpsychology & Behavior*, 1, 237-244.

SUMMARY

Internet technology today shows a quick progress, and social networks increase their number of users on each day. Social networking, which is one of the main indicators of the technology era, attracts people of all ages while the virtual world goes beyond the real life via the applications it offers. Especially young people show an intense interest in social media which is an extension of the Internet technology. Social media addiction is increasing both in Turkey and all around the world. Social networking sites like Facebook, Twitter, Instagram, Youtube and Periscope attract individuals of all ages and all classes, where users interact by sharing photos, text, voice and data. Social media has functions such as creating public awareness and mobilizing the masses (Kırık, Arslan, Çetinkaya ve Gül, 2015).

Social Media Sites (SMS) are virtual communities where users can create individual public profiles, interact with real-life friends, and meet other people based on shared interests. SMSs are predominantly used for social purposes, mostly related to the maintenance of established offline networks, relative to individual ones. However, recent evidence suggests that individuals may feel compelled to maintain their online social networks in a way that may, in some circumstances, lead to using SMSs excessively. Research into Internet addiction has grown significantly since the mid-1990s, especially as more and more cases among adult have been detected (Kuss and Griffiths, 2011). Whether social media addiction exists is debatable depending upon the definition of addiction used, but there is clearly emerging evidence that a minority of social network users experience addiction like symptoms as a consequence of their excessive use (Griffiths, 2012).

Considering the problems caused by social media dependence, it can be said that it is important in determining this situation. Scales valid and reliable for this can be used. The literature shows that there a non-Turkish scale exists that can be used to measure adults' of the social media addiction. However, no assessment instrument that could serve the same purpose has been found in the relevant literature in Turkish. In this context, the purpose of this research is to determine the social media addiction of adults.

The sample group is composed of 546 for the first application and 319 individuals for the second. Taking into consideration the accessibility principle, we conducted our research in Kırşehir. The appropriate context and construct validity study steps were followed in this study. In order to ensure the context validity, the related literature was reviewed and the problem situations provided in the scale were constructed and reviewed by the experts. The appropriateness of the data gained from the adult was analyzed by the (KMO) Coefficient and Bartlett Sphericity Test. In order to test the construct validity of the SMA-AF's measures, exploratory factor analysis (EFA) and confirmatory factor analysis (CFA) were performed on the data collected from the first and second study groups, respectively. Also, Cronbach's alpha was used to determine the reliability of the measures, and item analyses were performed on the data obtained by combining the first and second study groups. The test-retest

reliability of the measures was assessed based on the data obtained from 182 adults.

As a result; The purpose of this research is to determine the socialmedia addiction of adult aged 19-60. The research was conducted on 1047 (527 females, 520 males) adults. SMAS-AF is a five point Likert type scale and includes 20 items that can be gathered under three factors. The model was well fit ($\chi^2/sd=3,05$; $RMSA=,059$; $SRMR=,060$; $NFI=,59$; $CFI=,96$; $GFI=,90$; $AGFI=,88$). Internal consistency coefficients of subscales were, 92 for virtual tolerance subscales and 91 for virtual communication subscale. The total internal consistency coefficient of the scale was ,94. The test-retest reliability coefficients were found as ,93 for total scale; ,91 for virtual tolerance subscale and ,90 for virtual communication subscale. The analysis provided evidence that the SMAS_AF is a valid and reliable scale that can be used in order to determination os social media addiction of adults. It is suggested that additional studies on the reliability and validity of Social Media Addiction Scale - Adult Form could be redone with different samples and age groups (sample students). Therefore, it is believed that this study – the aim of which was to develop the SMAS-AF – will significantly contribute to the relevant literature.

EK-1

Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği-Yetişkin Formu (SMBÖ-YF)

AÇIKLAMA: Aşağıda internette sosyal medya kullanımıyla ilgili çeşitli durumlar verilmiştir. Sizden, her ifadeyi dikkatlice okumanız ve kendiniz için en doğru olan ifadenin üzerine **X** işaretini koymanız istenmektedir. Lütfen boş madde bırakmayınız ve her durum için bir işaretleme yapınız.

- ① Bana Hiç Uygun Değil ② Bana Uygun Değil ③ Kararsızım
④ Bana Uygun ⑤ Bana Çok Uygun

1	Sosyal medyayı gerçek dünyadan bir kaçış olarak görüyorum.	①	②	③	④	⑤
2	Sosyal medyada planladığımdan daha uzun süre kalırım.	①	②	③	④	⑤
3	Kendimi mutsuz hissettiğim zamanlarda sosyal medyada olmak beni rahatlatır.	①	②	③	④	⑤
4	Sosyal medyada çok zaman geçirdiğimden işlerimi aksatıyorum.	①	②	③	④	⑤
5	Sosyal medyaya gerekmedikçe girmem.	①	②	③	④	⑤
6	Sosyal medya yüzünden verimliliğimin azaldığını fark ediyorum.	①	②	③	④	⑤
7	Sosyal medyada çok zaman geçirdiğim için çevremdekiler beni eleştirirler.	①	②	③	④	⑤
8	Sosyal medyayı kullanırken biri beni rahatsız ettiğinde sinirleniyorum.	①	②	③	④	⑤
9	Sosyal medyada iken kendimi özgür hissediyorum.	①	②	③	④	⑤
10	Sabah uyandığımda ilk işim sosyal medyaya girmek olur.	①	②	③	④	⑤
11	Sosyal medya kullanmayı sevmiyorum.	①	②	③	④	⑤
12	Güncel olaylardan haberdar olmak için sosyal medyadan ayrılamıyorum.	①	②	③	④	⑤
13	Çevremde birileri varken bile, sosyal medyada olmayı tercih ederim.	①	②	③	④	⑤
14	Özel bazı duyuruları görebilmek ya da paylaşabilmek için sosyal medyada daha çok zaman geçiriyorum.	①	②	③	④	⑤
15	Sosyal medyadan dolayı aile üyelerini ihmal ettiğim olur.	①	②	③	④	⑤
16	İnsani amaçlı sosyal projelerde yer almak için sosyal medyayı kullanmaktan kendimi alamıyorum.	①	②	③	④	⑤
17	Sosyal medyada bağlantı kurduğum insanlara kendimi daha iyi anlatıyorum.	①	②	③	④	⑤
18	Sosyal medyadaki arkadaşlıkları gerçek yaşamdaki arkadaşlıklara tercih ederim.	①	②	③	④	⑤
19	Sosyal medya gruplarıyla iletişim halinde olabilmem için sosyal medyayı daha uzun süre kullanırım.	①	②	③	④	⑤
20	Çeşitli sosyal duyarlılıklar konusunda çabuk haberdar olma isteği beni daha çok sosyal medyada olmaya itiyor.	①	②	③	④	⑤