

Takıntılı Özçekim Davranışı Ölçeği'nin Türkçe Sürümünün Geçerlik ve Güvenilirliğinin Değerlendirilmesi

Mehmet Enes GÖKLER¹, Şenol TURAN²

¹Ankara Yıldırım Beyazıt
Üniversitesi Tıp Fakültesi, Halk
Sağlığı Anabilim Dalı, Ankara,
Türkiye

²İstanbul Üniversitesi Cerrahpaşa,
Tıp Fakültesi, Ruh Sağlığı ve
Hastalıkları Anabilim Dalı,
İstanbul, Türkiye

Öz

Bu çalışma, Takıntılı Özçekim Davranışı Ölçeği'nin (TÖDÖ) Türkçe sürümünün geçerlik ve güvenilirliğini yapmayı amaçlamaktadır. Bu çalışma, İstanbul Üniversitesi-Cerrahpaşa, Cerrahpaşa Tıp Fakültesi'nde okuyan tıp fakültesi öğrencileri üzerinde yapılan metodolojik tipte bir araştırmadır. Örneklem büyüklüğü ölçekteki madde sayısının en az 10 katı olacak şekilde hedeflenmiştir. Kullanılan ankette TÖDÖ, yaş, cinsiyet, özçekim yapma-yayınlama sayıları, bazı sosyal medya araçlarını kontrol etme sıklıkları ile Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği – Yetişkin Formu (SMBÖ-YF) bulunmakta idi. Ölçeğin yapı kavram geçerliğini test etmek için faktör analizi uygulanarak, Kaiser-Meyer-Olkin katsayısı ile Barlett Testi sonucu hesaplandı ve sonrasında doğrulayıcı faktör analizi yapıldı. Ölçeğin güvenilirliğini değerlendirmek için madde toplam puan korelasyonu, iç tutarlılık (Cronbach alfa) ve test-tekrar test korelasyonu kullanıldı. Çalışmaya katılan 215 öğrencinin %59,1'i erkek ve yaş ortalamaları 23,09±1,68 (genişlik, 22–37) yıl idi. Ölçek faktör analizi için uyumlu bulundu (KMO=0,926, p<0,001). Yapılan faktör analizine göre 6 faktörden oluşan yapının TÖDÖ puanlarındaki toplam değişimin %62,23'ünü açıkladığı görüldü. TÖDÖ'nün Cronbach alfa katsayısı 0,96 olarak tespit edildi. Eş test geçerliliğinde SMBÖ-YF ile TÖDÖ ölçeğinden aldıkları puanlar arasında pozitif yönde korelasyon izlendi (r=0,444; p<0,001). Öğrencilerin Instagram'ı kullanma sıklığı arttıkça TÖDÖ ölçeğinden aldıkları puan ortalamaları artıyordu (p<0,003). Bu çalışmanın sonucunda TÖDÖ'nün üniversite öğrencilerinde geçerli ve güvenilir bir ölçme aracı olduğu bulunmuştur. Ayrıca bu ölçek kullanılarak farklı ve geniş gruplarla yürütülecek araştırmaların yararlı olacağı kanısına varılmıştır.

Anahtar Kelimeler: takıntılı özçekim, geçerlik ve güvenilirlik, sosyal medya bağımlılığı, selfisit

Abstract

Determining Validity and Reliability of Turkish version of Selfitis Behavior Scale

The aim of the study was to determine the validity and reliability of Turkish version of Selfitis Behavior Scale (SBS). This methodologic study was carried out in Cerrahpaşa Medical Faculty, Istanbul University-Cerrahpaşa. The sample size was calculated to be at least 10 times the number of items in the scale. Participants' sociodemographic characteristics, control frequency of some social media tools, number of selfie photos, SBS and Social Media Addiction Scale – Adult Form (SMAS-AF) were conducted. In order to test the construct validity of the scale, factor analysis was applied and the Kaiser-Meyer-Olkin coefficient and Barlett Test result were calculated than confirmatory factor analysis was performed. In order to evaluate the reliability of the scale, item total score correlation, internal consistency (Cronbach's alpha) and test-retest correlation were used. Of the participants 59.1% was male. The mean of age was 23.09±1.68 (range 22–37) years. According to the factor analysis, it was observed that the structure consisting of 6 factors explained 62.23% of the total change in SBS scores. The Cronbach's alpha coefficient was determined to be 0.96. There was a positive correlation between the scores of SMAS-AF and SBS scores (r=0.444; p<0.001). As the frequency of using Instagram was increased, the mean score of SBS was increased (p<0.003). SBS is a valid and reliable instrument to evaluate the selfitis behavior. In addition, it was concluded that it would be useful to use this scale in different and large groups.

Keywords: obsessed selfie, validity and reliability, social media addiction, selfitis

Correspondence / Yazışma:
Mehmet Enes GÖKLER, Ankara Yıldırım
Beyazıt Üniversitesi Tıp Fakültesi, Halk
Sağlığı Anabilim Dalı, Ankara, Türkiye
Tel: +90 505 443 5782
E-mail: enesgokler@gmail.com

Received / Geliş: 05 Ağustos 2019
Accepted / Kabul: 04 Mayıs 2020
Online published / Çevrimiçi yayın:
04 Temmuz 2020

©2020 JCBPR, Available online at
<http://www.jcbpr.org/>

GİRİŞ

Bilişim çağının bireyler üzerindeki etkinlik alanı gün geçtikçe genişlemektedir. Bu çağın araçları, teknolojik gelişmelere bağlı olarak sürekli bir biçimde güç kazanmakta ve ruh sağlığı üzerine çoğu olumsuz olan önemli etkiler yapmaktadır. Teknolojik gelişmelere bağlı olarak ortaya çıkan davranışsal sorunlar, bugünün insanının önemli bir sorunu haline gelmiştir (Ertemel ve Aydın, 2018). Bu bağlamda, ilk kez Griffiths (1995) tarafından tanımlanan “teknolojik bağımlılıklar” kavramının kapsamına her geçen gün teknolojiye gerçekleşen yeni gelişmelere paralel olarak yeni kavramlar eklenmektedir. Bu kavramlardan bazılarının gelecekte, ruh sağlığı alanında çalışan profesyonellerin önemli uğraşı alanlarından olabileceği söylenebilir. İnternet bağımlılığı (Griffiths, 1996), sosyal medya bağımlılığı (Leung ve Lee, 2012), oyun bağımlılığı (Leung, 2014) ve cep telefonu bağımlılığı (Bianchi ve Phillips, 2005) her ne kadar *Ruhsal Bozuklukların Tanısal ve Sayımsal El Kitabı'nın* 5. baskısı (*DSM-5*) içerisinde bir bozukluk olarak yer almasa da, üçüncü bölümünde ileri düzey araştırma yapılması önerilenler arasında İnternette Oyun Oynama Bozukluğu'na yer verilmiştir. Teknoloji bağımlılığının diğer davranışsal ya da madde bağımlılıklarında görülenlere benzer belirtilere yol açtığı ve tedavi gerektiren bir bozukluk olarak değerlendirilmesi gerektiği ifade edilebilir. Bu bağlamda, *DSM*'nin daha sonraki sürümlerinde teknolojik bağımlılıkların kapsamlı bir biçimde yer alacağı tahmin edilmektedir. Dünya Sağlık Örgütü (WHO) de benzer şekilde, 2018 yılının Haziran ayında *Uluslararası Hastalık Sınıflandırmasının* 11. versiyonunda (*ICD-11*) “Oyun Bağımlılığı” bir ruh sağlığı sorunu olarak tanımladığını duyurmuştur (World Health Organization, 2019).

Alanyazında, teknolojik bağımlılıklar içerisinde öne çıkan internet bağımlılığı, sosyal medya bağımlılığı, oyun bağımlılığı ve cep telefonu bağımlılığı gibi bağımlılıklara her geçen gün, farklı uygulama alanlarından yeni teknolojik bağımlılıkların eklendiği görülmektedir. “No mobile phobias” ifadesinden üretilen ve “cep telefonundan mahrum kalma korkusu” olarak tarif edilen “nomofobi” (King, Alexandre ve Antonio, 2010) ya da “internetten sağlıkla ilgili sürekli biçimde bilgi aramaya bağlı olarak ortaya çıkan yoğun endişe” anlamına gelen “siberkondri” (Lewis, 2006) teknoloji temelli gelişen yeni zihinsel sorunlara örnek olarak gösterilebilir. Bu tanımların klinik görünümü veya alt bileşenleri üzerine çok az sayıda araştırma olmasına rağmen, “takıntılı bir biçimde özçekim yapma davranışı” olarak ifade edilebilecek “selfitis” kavramı da, bu

büyüyen listeye eklenecek başka bir aday gibi görünmektedir (Balakrishnan ve Griffiths, 2018).

Özçekim (selfi), kol uzunluğunda tutulan veya ayna karşısında bir kamera ya da kameralı bir telefonla çekilmiş fotoğrafın, genellikle sosyal medya aracılığıyla diğer insanlarla paylaşılması veya “tek portre fotoğrafçılığı” olarak tarif edilmiştir (Sorokowski ve ark., 2015). Ma, Yang, ve Wilson (2017) kendi kendine fotoğraf çekmeyi kendini tanıtmaya teorisi açısından açıklamış ve başkalarını etkilemek için uygulandığını belirtmişlerdir. Son yıllarda çevrimiçi sosyal medya araçlarının çoğalması ile kendini kabul etme önemli derecede popüler bir etkinlik haline gelmiştir. Benliğin kabulü tek başına bir eylem olarak görülmemekte ve fotoğrafların sosyal medya aracılığıyla paylaşılması bu duruma farklı bir boyut kazandırmaktadır. Özçekim ve benzeri eylemlerin, kendini kabul eden bireylerdeki kendilerini kontrollü bir şekilde dış dünyaya sunmayı sağlamaya yönelik bir davranış olduğu söylenebilir.

Sosyal medya araçlarının çoğalması neticesinde bireylerin kendilerini dış dünyaya sunmalarının yolunun kolaylaşmış olması sonrası, 2014 yılında bir internet sitesinde Amerikan Psikiyatri Birliği'nin (APA) Takıntılı Özçekim Davranışını (TÖD; selfitis) yeni bir zihinsel bozukluk olarak tanımlama girişiminde bulunduğu haberi yer almıştır (Vincent, 2014). Bu habere göre TÖD, benlik saygısı eksikliğini telafi etmenin ve samimiyetteki bir boşluğu doldurmanın yolu olarak kişinin kendi fotoğrafını çekmesi ve çektiği fotoğrafları sosyal medyada paylaşması şeklinde tanımlanan “takıntılı zorlayıcı bir arzu” olarak tarif edilmiştir (Balakrishnan ve Griffiths, 2018). Ancak daha sonra, yapılan bu haberin doğru olmadığı, APA'nın bu şekilde bir tanımlama yapmadığı anlaşılmıştır. Buna rağmen, Balakrishnan ve Griffiths tarafından 2017 yılında TÖD kavramı ve bu davranışın varlığı araştırılmış ve TÖD'ün alt bileşenlerini değerlendirmek için yeni bir psikometrik ölçek geliştirilmiştir (Balakrishnan ve Griffiths, 2018). Ölçekte çevre geliştirme, sosyal rekabet, ilgi çekmeye çalışmak, duygudurum değişikliği, özgüven ve sosyal uyum alt alanları bulunmaktadır. TÖD ile ilgili tanımlama, tanı kriterleri ve değerlendirme ölçütleri konusunda henüz bir fikir birliği oluşmamıştır. Bu bağlamda, gündelik yapılan özçekim davranışı ile bireyin hayatını olumsuz bir biçimde etkileyebilecek takıntılı ve abartılı bir biçimde yapılan özçekim davranışının ayırt edilmesini sağlayabilecek bir ölçeğin varlığının oldukça önemli olduğu söylenebilir. Yapılan araştırmalar TÖD'ü olanların, dikkat çekmeyi seven, genellikle özgüven eksikliği yaşayan ve toplumdaki

konumlarını güçlendirip bir gruba ait olma isteği duyan bireyler olduğunu ortaya koymaktadır (Balakrishnan ve Griffiths, 2018). Bu durumun, diğer bağımlılık davranışlarıyla benzer belirtileri de gösterdiği söylenmektedir.

Alanyazında, özçekimi değerlendiren kısıtlı sayıda ölçek bulunmaktadır ve bildiğimiz kadarıyla bu ölçeklerden hiç birinin Türkçe uyarlama çalışması yapılmamıştır. Bunlardan biri Manna ve Boursier (2017) tarafından geliştirilen ve özçekim davranışının sıklığının belirlenmesini amaçlayan Özçekim Sıklığı Ölçeği'dir (Selfie Frequency Scale). Yakın zaman önce yine aynı araştırmacılar tarafından geliştirilen bir başka ölçek ise Özçekim Beklentileri Ölçeği'dir (Selfie Expectancies Scale) (Boursier ve Manna, 2018). Bu ölçek ise ergenlerin özçekim yapma davranışı hakkındaki beklentilerini değerlendirmek amacıyla geliştirilmiştir. TÖDÖ ise takıntılı bir biçimde yapılan özçekim davranışının derecesini ölçmeyi hedeflemektedir.

Bu çalışma ile, kazalara ve ölümlere neden olması nedeniyle önemli bir halk sağlığı problemi haline gelen takıntılı özçekim davranışının (Balakrishnan ve Griffiths, 2018; Dokur, 2018; Griffiths, 1995; Przybylski, Murayama, DeHaan ve Gladwell, 2013; Vincent, 2014) derecesini ölçen Takıntılı Özçekim Davranışı Ölçeği'nin (TÖDÖ) Türkçe geçerlik ve güvenilirliğinin yapılması amaçlanmaktadır.

YÖNTEM

Örneklem

Araştırmanın örneklemini, İstanbul Üniversitesi-Cerrahpaşa, Cerrahpaşa Tıp Fakültesi'nde okuyan 3., 4. ve 5. sınıf tıp fakültesi öğrencileri oluşturmaktadır. Örneklem büyüklüğü belirlenirken ölçekteki madde sayısının en az 10 katı olacak şekilde 200 ve üzerinde öğrenci sayısı hedeflenmiştir. Çalışmaya dahil edilme ölçütleri; 18 yaşını doldurmuş olmak, anketin %90'ından fazlasına cevap vermek ve *DSM-5* tanı kriterlerine göre herhangi bir psikiyatrik hastalığın bulunmaması olarak belirlenmiştir.

Uygulama ve Etik Konular

Geçerlik ve güvenilirlik çalışmasına başlamadan önce, ölçeğin geliştirildiği yayının sorumlu yazarı Janarthanan Balakrishnan'dan elektronik posta aracılığıyla ölçeğin akademik kullanımı açısından izin alınmıştır. TÖDÖ, alanda uzman, İngilizce yeterliği yüksek düzeyde olan üç akademisyen tarafından İngilizce'den Türkçe'ye çevrilmiş,

yine iyi derecede İngilizce bilen farklı bir kişi tarafından Türkçe'den İngilizce'ye tekrar çevirisi yapılarak anlam değişikliğinin ve çeviri hatasının olmaması sağlanmıştır. Kapsam geçerliliği açısından ölçeğin konu alanına uygunluğu için uzman kişilerden (Psikiyatri ve Halk sağlığı alanında çalışan akademisyenler ve psikolog) görüş alınarak dil ve kapsam geçerliliği sağlanmıştır. Uzmanlar, Kapsam Geçerlilik İndeksine (KGI) göre 1–4 arasında puan vererek (1 puan: Uygun değil, 2 puan: Biraz uygun-maddenin/ifadenin revizyonu gerekli, 3 puan: Oldukça uygun-uygun, ancak ufak değişiklikler gerekli, 4 puan: Çok uygun) her bir ölçek maddesinin uygunluğunu ve anlaşılabilirliğini değerlendirmiştir. Yapılan değerlendirmeye göre TÖDÖ'nün KGI değeri 0,67 olarak tespit edilmiştir.

Sonrasında yapı geçerliliği, eş zamanlı ölçüt geçerliliği ile iç tutarlılık ve test-tekrar test güvenilirliği değerlendirilmiştir. Örneklem dışında, 10 tıp fakültesi öğrencisine TÖDÖ uygulanmış ve bu gruptan ölçeğin anlaşılabilirliği hakkında geribildirim istenmiştir. Öğrenciler ölçek ile ilgili herhangi bir değişiklik önerisinde bulunmamış ve ölçeğin maddelerini anlaşılır bulduklarını ifade etmişlerdir. Sonrasında ölçek, 215 öğrenciye uygulanmıştır. Çalışma grubundan seçilen 20 öğrenciye test-tekrar test güvenilirliği değerlendirmek için üç hafta ara ile ölçek yeniden uygulanmıştır.

Çalışma, Cerrahpaşa Tıp Fakültesi Klinik Araştırmalar Etik Kurulu tarafından onaylanmıştır (Karar No: A-04). Katılımcılar sözlü olarak bilgilendirilip, yazılı onamları alınmıştır.

Veri Toplama Araçları

Ankette sosyodemografik bilgi formu, TÖDÖ ve Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği – Yetişkin Formu (SMBÖ-YF) kullanılmıştır.

Sosyodemografik Bilgi Formu: Katılımcıların yaşı, cinsiyeti, genel sağlık durumu, düzenli ilaç kullanım durumu, internet başında geçirilen süre, özçekim yapma-yayınlama sayısı, Facebook-Twitter-WhatsApp gibi bazı sosyal medya araçlarını kontrol etme sıklığı bilgilerini elde etmek amacıyla araştırmacılar tarafından alanyazın gözden geçirilerek hazırlanmış olan formdur.

Takıntılı Özçekim Davranışı Ölçeği'nin (TÖDÖ): Ölçek, Balakrishnan ve Griffiths (2018) tarafından geliştirilmiştir. Özbildirime dayanan TÖDÖ, 1–5 arası Likert tipi puanlanan 20 soru üzerinden "kesinlikle katılıyorum", "katılıyorum", "fikrim yok", "katılmıyorum", "kesinlikle"

katılmıyorum” şeklinde sıralanan yanıtlar içermektedir. Çevre geliştirme, sosyal rekabet, ilgi çekmeye çalışmak, duygudurum değişikliği, özgüven ve sosyal uyum alt alanlarından oluşan ölçekten alınacak puan 20 ila 100 arasında değişmektedir. Ölçekten alınan puan arttıkça TÖD olasılığı artmaktadır. Ölçeğin Cronbach alfa değeri 0,88 bulunmuştur (Balakrishnan ve Griffiths, 2018).

Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği – Yetişkin Formu (SMBÖ-YF): Şahin ve Yağcı tarafından (2017) geliştirilen SMBÖ-YF, 5’li Likert tipi 20 maddeden oluşmakta olup sanal tolerans ve sanal iletişim şeklinde iki alt boyut içermektedir. Sanal tolerans alt boyutu 1–11’inci maddelerden, sanal iletişim ise 12–20’inci maddelerden oluşmaktadır. Ölçekten alınabilecek puan 20–100 arasındadır. Ölçekten alınan puanın artışı ile bireyin kendisini “sosyal medya bağımlısı” olarak algıladığı değerlendirilmektedir (Cengiz ve Yağcı, 2017).

İstatistiksel Analiz

Verilerin analizi SPSS (Statistical Package for Social Sciences) 21 paket programı kullanılarak yapıldı ve anlamlılık $p < 0,05$ olarak kabul edildi. Tanımlayıcı verilerin değerlendirilmesinde sayı, yüzde, ortalama, standart sapma, ortanca ve %25- %75 çeyreklik değerleri kullanıldı. Grupların ortalamalarının karşılaştırılmasında Mann-Whitney U testi kullanıldı. Ölçeğin yapı kavram geçerliğini test etmek için faktör analizi uygulanarak Temel Bileşenler Analizi ve Varimax dik döndürme yapıldı. Sonrasında Kaiser-Meyer Olkin (KMO) katsayısı ile Barlett Testi sonucu hesaplandı. Ölçeğin güvenilirliğini değerlendirmek için madde toplam puan korelasyonu, iç tutarlılık (Cronbach alfa) ve test-tekrar test korelasyonu kullanıldı. Bu analizlerin ardından tespit edilen faktörler ile toplam puan arasındaki korelasyon katsayısı hesaplanarak ortaya çıkan yapı Doğrulayıcı Faktör Analizi (DFA) ile test edildi. İçerik geçerliği için KGİ, eş zamanlı ölçüt geçerliğinde korelasyon analizleri için ölçek verileri ordinal özellikte olduğundan dolayı non-parametrik korelasyon analizi olan Spearman korelasyon analizi kullanıldı.

BULGULAR

Çalışmaya katılan 215 öğrencinin %59,1’i erkek ve yaş ortalamaları $23,09 \pm 1,68$ (genişlik, 22–37) yıl idi. Çalışma grubunun %11,6’sının düzenli kullandığı ilacı varken %13,5’i sağlığını “mükemmel” olarak tarif ediyordu. Öğrencilerin %87,92’sinin WhatsApp, %80,5’inin

Facebook, %74,9’unun Instagram ve %73,5’inin Youtube hesabı vardı. Öğrencilerin %30,7’si WhatsApp, %4,2’si Facebook, %5,6’sı Instagram, %1,4’ü Youtube hesabını saatte birkaç kez kontrol ettiğini ifade ediyordu. Bireylerin internet başında geçirdikleri süre günlük ortalama $4,97 \pm 5,06$ (genişlik, 0–16) saat olarak tespit edildi. Çalışma grubunun %86,9’u günde en az bir kere özçekim yaparken günlük yapılan özçekim sayısı $5,14 \pm 7,66$ (genişlik, 0–48) ve günlük yayınlanan özçekim sayısı $0,79 \pm 1,34$ (genişlik, 0–8) adetti. Bireylerin TÖDÖ’den aldıkları puanların ortalaması $45,05 \pm 19,82$ (genişlik 20–100) olarak bulundu. TÖDÖ’den alınan puanlar erkeklerde daha yüksekti, yaşla ($r=0,028$; $p=0,679$) ve günlük internet kullanımını ($r=0,085$; $p=0,213$) ile değişmiyordu ve özçekim yapma ve yayınlama sayısı arttıkça yükseliyordu (sırasıyla; $r=0,191$, $p=0,005$; $r=0,344$, $p < 0,001$).

Geçerlik Çözümlenmeleri

KMO ölçütüne göre örneklem büyüklüğü, gözlenen korelasyon katsayılarının büyüklüğü ve kısmi korelasyon katsayıları faktör analizi için uyumlu bulundu (KMO=0,926, $p < 0,001$). Çizgi grafiğinde özdeğerlerin azalan eğilimlerini gösteren ve eğimin kaybolduğu ya da çok küçük olduğu noktaya kadar olan özdeğerler alınarak faktörlerin sayısı belirlenir (Hair, Anderson, Tatham ve Black, 1995; Malhotra, 1998). Scree Plot grafiğinin öngörülerinden hareketle ölçek, altı faktöre zorlandı ve oluşan yapının TÖDÖ puanlarındaki toplam değişimin %62,23’ünü açıkladığı görüldü. Temel bileşenler analizine göre ölçekteki maddelerin faktör yükleri 0,63–0,94 arasında değişmekteydi. TÖDÖ maddelerinin faktör yükleri, varyans ve Cronbach alfa katsayıları Tablo 1’de sunulmuştur.

Güvenilirlik Çözümlenmeleri

Ölçekte bulunan maddelerin madde-toplam korelasyon katsayılarının 0,327–0,890 arasında değiştiği tespit edildi. Maddelerden herhangi birisi çıkarıldığında Cronbach alfa değerlerinin yükselmediği görüldü. Altı faktör ve 20 maddeden oluşan TÖDÖ’nün Cronbach alfa katsayısı 0,96 olarak tespit edildi (Tablo 2).

Doğrulayıcı Faktör Analizi neticesinde model uygunluğu için ortaya çıkan değerlerin uyum İndeksleri $X^2/df=3,03$; NFI=0,97; CFI=0,98; SRMR=0,050 ve RMSEA=0,098 olarak bulunmuştur (Şekil 1). Literatürde X^2/df ’nin 5 in altında olması kabul edilebilir uyumu, NFI ve CFI değerlerinin 0,90 ve üzerinde ve SRMR değerinin ise 0,05 ve üzerinde olduğunda iyi uyumu gösterdiği bilinmektedir

Tablo 1: TÖDÖ maddelerinin faktör yükleri, varyans ve Cronbach alfa katsayıları

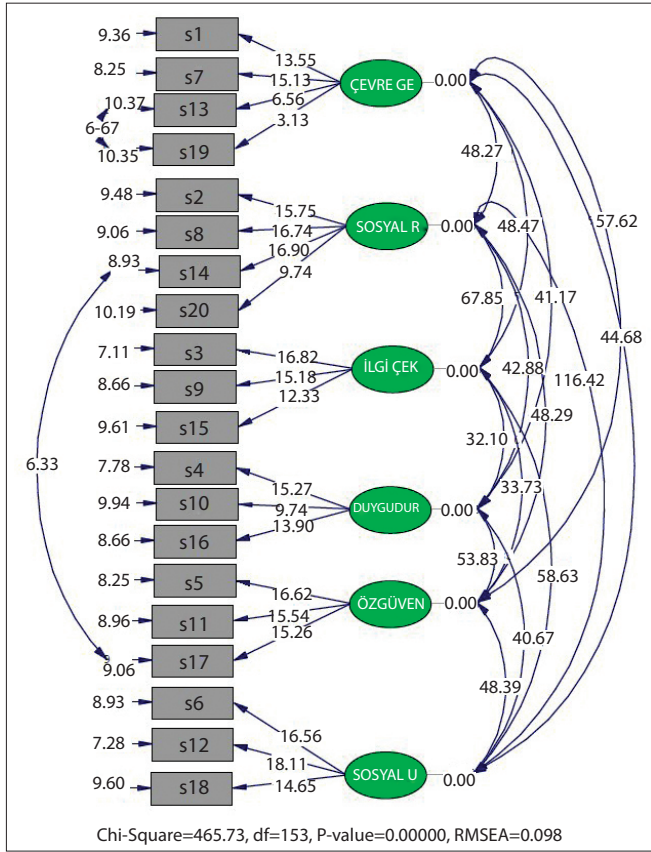
TÖDÖ Maddeler	Faktör 1	Faktör 2	Faktör 3	Faktör 4	Faktör 5	Faktör 6
	Çevre geliştirme	Sosyal rekabet	İlgi çekmeye çalışmak	Duygudurum değişikliği	Özgüven	Sosyal uyum
1	0,826	-	-	-	-	-
7	0,763	-	-	-	-	-
13	0,730	-	-	-	-	-
19	0,633	-	-	-	-	-
2	-	0,931	-	-	-	-
8	-	0,908	-	-	-	-
14	-	0,894	-	-	-	-
20	-	0,719	-	-	-	-
3	-	-	0,908	-	-	-
9	-	-	0,903	-	-	-
15	-	-	0,862	-	-	-
4	-	-	-	0,884	-	-
10	-	-	-	0,871	-	-
16	-	-	-	0,768	-	-
5	-	-	-	-	0,922	-
11	-	-	-	-	0,916	-
17	-	-	-	-	0,894	-
6	-	-	-	-	-	0,948
12	-	-	-	-	-	0,922
18	-	-	-	-	-	0,890
Cronbach alfa	0,717	0,879	0,869	0,765	0,897	0,908

Açıklanan Varyans: 62,23.
Toplam Cronbach alfa: 0,961.

Tablo 2: TÖDÖ maddelerinin madde toplam korelasyonları ve madde çıkarıldığında Cronbach alfa katsayıları

TÖDÖ Maddeler	1	2
1) Özçekim yapmak, çevremden daha fazla keyif almamı sağladığı için bana iyi bir his verir.	0,776	0,959
2) Özçekimlerimi paylaşmak, benimle arkadaşlarım ve meslektaşlarım arasında faydalı bir rekabet oluşturur.	0,816	0,958
3) Özçekimlerimi sosyal medyada paylaşarak büyük ilgi görürüm.	0,836	0,958
4) Özçekim yaparak stres düzeyimi azaltabilirim.	0,812	0,958
5) Özçekim yaptığımda kendime güvendiğimi hissederim.	0,847	0,958
6) Özçekim yapıp bunu sosyal medyada paylaştığımda, akran grubum içinde daha fazla kabul görürüm.	0,829	0,958
7) Özçekimlerim aracılığıyla kendimi çevremde daha iyi ifade edebilirim.	0,849	0,958
8) Farklı pozlarda özçekim yapmam, sosyal statümün yükselmesine yardımcı olur.	0,844	0,958
9) Özçekimlerimi sosyal medyada paylaştığım zaman kendimi daha popüler hissederim.	0,789	0,959
10) Daha çok sayıda özçekim yapmak ruh halimi olumlu etkiler ve beni mutlu eder.	0,587	0,963
11) Özçekim yaptığım zaman kendim hakkında daha pozitif olurum.	0,808	0,958
12) Yayınladığım özçekimler sayesinde akran grubumun güçlü bir üyesi haline gelirim.	0,890	0,957
13) Özçekim yapmak özel durum ve deneyimlerle ilgili daha iyi anılar oluşturur.	0,432	0,963
14) Sosyal medyada daha çok "beğeni" ve yorum almak için sık sık özçekim yayınlıyorum.	0,846	0,958
15) Yayınladığım özçekimler sayesinde arkadaşlarımla beni değerlendireceğini düşünürüm.	0,710	0,960
16) Özçekim yapmak ruh halimi anında değiştirir.	0,776	0,959
17) Kendime güvenimi arttırmak için daha fazla sayıda özçekim yaparım ve onlara özel olarak bakarım.	0,822	0,958
18) Özçekim yapmadığımda, akran grubumdan dışlanmış hissederim.	0,760	0,959
19) Gelecekteki anılarım için hatıra olarak özçekim yapıyorum.	0,327	0,966
20) Özçekimimin başkalarının özçekiminden daha iyi görünmesini sağlamak amacıyla fotoğraf düzenleme araçlarını kullanıyorum.	0,639	0,961

1, madde-toplam korelasyon katsayısı; 2, madde çıkarıldığında Cronbach alfa değeri.



Şekil 1. TÖDÖ'ye ilişkin path diyagramı ve modelin faktör yükleri.

(Gürbüz ve Şahin, 2014). RMSEA değerinin 0,080 ile 0,1 arasında olması vasat olmakla birlikte kabul edilebilir bir değerdir ve özellikle küçük örneklemede yüksek çıkma eğiliminde olmaktadır (Gürbüz ve Şahin, 2014).

TÖDÖ'nün Test-Tekrar Test Güvenilirliği

Araştırmaya katılan 20 kişi TÖDÖ'yü üç hafta sonra yeniden yanıtladı ve ölçekten alınan toplam puanların zamana göre değişmediği tespit edildi ($Z=1,16$; $p=0,24$).

Eşdeğer Form Çözümlenmeleri

TÖDÖ'nün eş test geçerliğini incelemek amacıyla SMBÖ-YF ve bazı sosyal medya uygulamalarını kullanma sıklıkları arasındaki ilişki incelendi. SMBÖ-YF'den alınan puan ve fotoğraf yayınlama uygulaması Instagram'ın kullanım sıklığının artışı ile TÖDÖ'den alınan puanların artacağı hipotezi kuruldu.

Bireylerin SMBÖ-YF'den aldıkları puanlar $53,35 \pm 12,51$ (genişlik 24–94) arasında değişmekte idi. Bireylerin SMBÖ-YF ile TÖDÖ ölçeğinden aldıkları puanlar arasında pozitif yönde korelasyon izlendi ($r=0,44$; $p<0,001$). TÖDÖ puan dağılımları ve SMBÖ-YF ile gözlenen korelasyon değerleri Tablo 3'te sunulmuştur.

Tablo 3: TÖDÖ puan dağılımları ve SMBÖ-YF ile gözlenen korelasyon değerleri

TÖDÖ alt alanları	Ortalama \pm SS	Minimum-Maksimum	Ortanca	Çeyreklik %25-%75	SMBÖ-YF ile korelasyon değerleri	
					r	p
Çevre geliştirme	10,58 \pm 3,92	4,00–20,00	11,00	30,00–53,00	0,372	<0,001
Sosyal rekabet	8,19 \pm 4,43	4,00–20,00	7,00	8,00–13,00	0,353	<0,001
İlgi çekmeye çalışmak	6,74 \pm 3,48	3,00–15,00	6,00	5,00–10,00	0,369	<0,001
Duygudurum değişikliği	6,63 \pm 3,68	3,00–26,00	6,00	3,00–9,00	0,387	<0,001
Özgüven	6,47 \pm 3,40	3,00–15,00	6,00	3,00–8,00	0,363	<0,001
Sosyal uyum	6,18 \pm 3,49	3,00–15,00	5,00	3,00–8,00	0,328	<0,001
Toplam	45,06 \pm 19,82	20,00–100,00	41,00	3,00–7,00	0,444	<0,001

SS, standart sapma.

Öğrencilerin fotoğraf yayınlama uygulaması olan Instagram'ı kontrol sıklığı arttıkça TÖDÖ ölçeğinden aldıkları puan ortalamaları artmakta iken ($p<0,003$), WhatsApp, Facebook/Twitter ve Youtube kullanım sıklığı ile TÖDÖ arasında anlamlı bir ilişki bulunmadı. Çalışma grubunun bazı sosyal medya uygulamalarını kullanım sıklığına göre TÖDÖ'den aldığı puanların dağılımı Tablo 4'te gösterilmiştir.

TARTIŞMA

Bu çalışmada Takıntılı Özçekim Davranışı Ölçeği'nin psikometrik özellikleri ve Türkçe geçerlik ve güvenilirliği değerlendirilmiştir. Değerlendirmenin sonuçları, TÖDÖ'nün yetişkin bireylerde takıntılı bir biçimde özçekim yapma riskini taramak amacıyla kullanımının oldukça uygun olduğunu göstermektedir. Balakrishnan ve

Tablo 4: Çalışma grubunun bazı sosyal medya uygulamalarını kullanım sıklığına göre TÖDÖ'den aldığı puanların dağılımı

TÖDÖ Puan		N (%)	Ortalama ± SS (Minimum-Maksimum)	Ortanca (Çeyreklik %25- %75)	Test KW; p
WhatsApp mesajları	Kontrol etmem	3 (1,4)	29,67±8,02 (22,0–38,0)	29,00 (22,0–38,0)	7,124; 0,127
	Her gün bir kez	8 (3,7)	53,75±21,74 (32,0–100,0)	45,00 (42,0–62,0)	
	Gün içinde birden fazla	75 (34,9)	41,96±19,16 (20,0–95,0)	40,00 (26,0–52,0)	
	Her saat	63 (29,3)	46,67±21,41 (20,0–95,0)	41,00 (28,0–65,0)	
	Saatte birkaç kez	66 (30,7)	46,68±18,67 (20,0–95,0)	43,50 (33,0–52,0)	
Facebook/Twitter gibi sosyal ağlarındaki güncellemeler	Kontrol etmem	29 (13,5)	44,86±23,25 (20,0–100,0)	41,00 (24,0–52,0)	6,504; 0,165
	Her gün bir kez	56 (26,0)	40,16±14,45 (20,0–85,0)	40,00 (29,5–47,0)	
	Gün içinde birden fazla	104 (48,4)	45,61±20,30 (20,0–95,0)	43,00 (30,0–54,5)	
	Her saat	17 (7,9)	53,47±20,43 (20,0–95,0)	46,00 (40,0–76,0)	
	Saatte birkaç kez	9 (4,2)	53,89±25,09 (20,0–91,0)	53,00 (33,0–77,0)	
Instagram'da yayınlanan yeni fotoğraflar	Kontrol etmem	52 (24,2)	42,00±21,41 (20,0–100,0)	38,00 (24,0–49,0)	15,687; 0,003
	Her gün bir kez	47 (21,9)	39,15±15,15 (20,0–91,0)	38,00 (28,0–45,0)	
	Gün içinde birden fazla	80 (37,2)	47,04±21,00 (20,0–94,0)	44,50 (30,5–57,5)	
	Her saat	24 (11,2)	51,25±18,98 (20,0–95,0)	46,00 (40,5–62,0)	
	Saatte birkaç kez	12 (5,6)	55,83±14,34 (33,0–78,0)	56,50 (45,0–65,0)	
Youtube'da yayınlanan yeni videolar	Kontrol etmem	51 (23,7)	42,57±19,83 (20,0–91,0)	41,00 (23,0–52,0)	7,943; 0,094
	Her gün bir kez	128 (59,5)	45,69±19,58 (20,0–100,0)	41,00 (32,5–53,0)	
	Gün içinde birden fazla	30 (14,0)	45,47±20,29 (20,0–94,0)	43,50 (29,0–58,0)	
	Her saat	3 (1,4)	29,67±13,43 (20,0–45,0)	24,00 (20,0–45,0)	
	Saatte birkaç kez	3 (1,4)	71,67±10,41 (60,0–80,0)	75,00 (60,0–80,0)	

SS, standart sapma.

Griffiths (2018) tarafından geliştirilen ölçeğin orjinalinde Chronbach alfa değeri 0,88 iken çalışmamızda 0,96 olarak bulunmuştur. Aynı zamanda test-tekrar test sonuçları ile ölçeğin zaman içindeki değişmezliği test edilmiş olup farklı iki zamanda alınan toplam puanın değişmediği ve ölçeğin güvenilir olduğu görülmüştür.

Ölçeğin geçerlik analizinde AFA'da ölçeğin özgün çalışmasındaki benzer şekilde bir yapı ortaya konmuştur. AFA'da ölçeğin bu yapısının toplam varyansın %62,2'sini açıkladığı belirlenmiştir. Ölçek uyarlama çalışmalarında toplam varyansın %30'unun açıklanması yeterli olarak kabul görmektedir (Büyüköztürk, 2002). DFA için önerilen X^2/df , NFI, CFI ve SRMR gibi uyum indeksleri dikkate alındığında modelin iyi düzeyde uyum gösterdiği söylenebilir. TÖDÖ'nün AFA ile elde edilen faktör yapıları DFA ile doğrulanmıştır. RMSA değerinin küçük örneklemede kullanılmaması önerilmektedir, küçük örneklemlerde genellikle büyük değerler ürettiği bilinmektedir (Gürbüz ve Şahin, 2014). Çalışmamızda kabul edilebilir sınır olan 0,08 üzerinde bir değer bulunmuştur. Bazı araştırmacılar 0,1'in altındaki değerleri vasat ancak kabul edilebilir bulmaktadırlar (Gürbüz ve Şahin, 2014).

Sosyal medya bağımlılığı psikolojiden iş hayatına, günlük yaşamdan ilişkilere kadar her alanda bireyleri etkilemektedir. Bireyler sosyal medyayı gündelik yaşamlarındaki kimliklerinin yanında toplumsal kimliklerini şekillendirdikleri, arzularını ve düşlerini rahatlıkla yaşayacakları alternatif bir yer olarak görmektedir (Özdemir, 2015). Çalışmamızda, SMBÖ-YF ile TÖDÖ'den alınan puanların korelasyonlarının incelenmesiyle eş-test geçerlik analizi yapılırken, SMBÖ-YF ile TÖDÖ arasında pozitif bir ilişki olduğu belirlenmiştir. Günümüzde sosyal medyada yoğun olarak paylaşılan özçekim fotoğraflarının, bireyin kimliğinin oluşması, gelişmesi ve korunmasında önemli bir araç haline gelmiş olması ve sosyal medya ile bireyin kendisine ilişkin bilgileri üyesi olduğu uygulamalar üzerinden yayınlarak görünürlük kazanmaya çalışması SMBÖ-YF ile TÖDÖ arasındaki pozitif ilişkiyi açıklayabilir (Özdemir, 2015).

TÖDÖ'nün çevre geliştirme, sosyal rekabet, ilgi çekmeye çalışma, duygudurum değişikliği, özgüven ve sosyal uyum alt alanlarının tümü sosyal medya bağımlılığı ile ilişkili bulunmuştur. Sosyal medya gençlerin kişiliklerinin oluşması süresince özgüvenlerine etki etmekte, gençler arasında bu mecra rekabet ortamı veya dikkat çekme aracı olarak sıklıkla kullanılmaktadır. Boursier ve Manna (2018) özçekim yapmanın hem erkeklerde hem de kızlarda öz sunumu ve

özgüveni geliştirdiğini saptamıştır. TÖD bireyin rekabet içinde bulunduğu çevrede fark edilmesinde ve kişiliğinin toplumca kabul görmesinde aracı olarak kullanılmaktadır (Douglas, McGarty, Bliuc ve Lala, 2005). Özçekimin, sosyal rekabet içerisindeki bireyin, farklı kişilik özelliklerine sahip diğer bireyler arasındaki rolünü araştırmak için kullanıldığı bir araç olduğu düşünülebilir. Özçekim yapmak ve bunları sosyal medya ortamlarında paylaşmak ile bireyler kendilerini ifade edebilecekleri yeni çevreler geliştirmekte, bu çevrelerin ilgisini çekebilme, bu bağlamda duygudurumunda değişiklikler olmakta, özgüveni artmakta ve sosyal uyumunda değişiklikler yaşamaktadır. Özçekim yapmanın bu sonuçlarının bireylere haz verdiği ve davranışın takıntılı bir biçimde tekrar etmesine yol açtığı ifade edilebilir. Baker, Ferszt ve Breines (2019) çalışmalarında genç kadınların Instagram'ı kullanırken içerik düzenleme dahil fazla zaman ve çaba harcadıkları, görünümünün en iyi halini sunmaya gayret ettiklerini, arzu edilen sayıda beğeni ve/veya yorum elde etmeye ihtiyaç hissettiklerini bildirmiştir. Bu durumun Instagram'da idealize edilmiş görüntülere maruz kalmanın, sosyal karşılaştırma davranışlarına, başkalarına karşı kendini ölçme eğilimine yol açmasının bir nedeni olabileceği düşünülebilir. Öte yandan, sosyal medyada özçekim yayınlamanın genç kadınların duygudurumları ve benlik saygıları üzerine olumsuz etkileri olduğu, fotoğraflarına rötuş yapabilmek veya fotoğraflarını değiştirebilmenin kadınların sosyal medyaya bir özçekim gönderdikten sonra kendilerini daha iyi hissetmelerine neden olmadığı saptanmıştır (Milles, Musto, Williams ve Tiggemann, 2018).

Daha önceki çalışmalar, internette harcanan günlük zamanın sosyal medya bağımlılığı ile pozitif bir ilişkisi olduğunu gösterdiği için, günlük internet kullanımının Instagram bağımlılığı ile pozitif olarak ilişkili olacağı varsayılmıştır (Karadağ ve ark., 2015; Kircaburun ve Griffiths, 2018). Lin ve ark. (2019) yaptıkları çalışmalarında TÖDÖ ile cep telefonunda geçirilen zaman, sosyal medya kullanımı ve selfi çekimi ile ilişkili olduğunu bildirmiştir. Çalışmamızda günlük internet kullanımı ile TÖDÖ'den alınan puanlar arasında anlamlı bir ilişki bulunmamıştır. Diğer taraftan bireylerin kullandıkları bazı sosyal medya hesaplarının kullanım sıklığı ile TÖDÖ'den aldıkları puanlar incelendiğinde, bir fotoğraf paylaşım uygulaması olan ve özçekimler için daha uygun bir ortam sağlayan Instagram'ın kullanım sıklığının artışı ile TÖD'ün arttığı, Facebook, Youtube ya da WhatsApp ile anlamlı bir ilişki bulunmadığı görülmüştür. Bu durum, TÖDÖ'nün fotoğraf çekme özelinde bir bozukluğu özgül olarak ölçmesi ve diğer sosyal medya bağımlılıklarından ayırım yapabilmemesinden kaynaklandığı düşünüldü.

Instagram'ın da görünümüne odaklanmayı teşvik ettiği bildirilmiştir (Baker ve ark., 2019). Bireyler başkalarından onay/geri bildirim almak için Instagram'daki görünümleri ile ilgilenmekte ve yayınlamadan önce özçekimlerini düzenleme, en iyi fotoğraflarını göndermeyi tercih etme veya yetersiz beğenilere sahip fotoğrafları kaldırma gibi çeşitli davranışlar sergilemektedirler. Çalışmalar beğenilerin sayısının popülerlik ve çekicilik ile ilişkili olduğunu ve bağımlılığa neden olabileceğini göstermiştir (Duggan ve Brenner, 2013; Sheldon ve Bryant, 2016).

Bu çalışmanın çeşitli kısıtlılıkları bulunmaktadır. Bunlardan birincisi çalışmanın yürütüldüğü grubunun yalnızca tıp fakültesi öğrencilerinden oluşmasıdır. Bir diğeri ise katılımcıların ölçek sorularına, cevap yanlılığı oluşturabilecek bir sonuca yol açabilen özdeğerlendirme şeklinde yanıt vermeleridir. Ayrıca, bu çalışmanın örneklemini klinik olmayan katılımcılardan oluşmaktadır ve ölçeğin klinik bir örneklem üzerinde çalışmadığı akılda tutulmalıdır. Bu nedenle ölçeğin geçerlik ve güvenilirliğinin farklı örneklem üzerinde yapılacak çalışmalarla da tekrar test edilmesi ve bu ölçek kullanılarak daha geniş ve farklı gruplarla TÖD'ün sıklığını ölçen yeni araştırmaların yapılması yararlı olacaktır.

Sonuç olarak, yapılan değerlendirmeler ışığında TÖDÖ'nün takıntılı bir biçimde özçekim yapma davranışını değerlendirmede geçerli ve güvenilir bir ölçme aracı olduğu görülmüştür.

Etik Kurul Onayı: Çalışma, Cerrahpaşa Tıp Fakültesi Klinik Araştırmalar Etik Kurulu tarafından onaylandı (onay sayısı: A-04).

Hasta Onamı: Çalışmaya katılan tüm katılımcılardan yazılı bilgilendirilmiş onam formu alındı.

Hakem Değerlendirmesi: Dış bağımsız

Çıkar Çatışması: Yazarlar çıkar çatışması olmadığını beyan etmişlerdir.

Finansal Destek: Bu çalışma için herhangi bir kurumdan finansal destek alınmamıştır.

Ethics Committee Approval: The study was approved by the Clinical Research Ethics Committee of Cerrahpaşa Medical Faculty (number of approval: A-04).

Informed Consent: Informed consent was obtained from all individual participants included in the study.

Peer-review: Externally peer-reviewed.

Conflict of Interest: The authors declare no conflict of interest.

Financial Disclosure: No financial disclosure was received.

KAYNAKLAR

Baker, N., Ferszt, G. ve Breines, J. G. (2019). A qualitative study exploring female college students' Instagram use and body image. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 22(4), 277–282. <https://doi.org/10.1089/cyber.2018.0420>

- Balakrishnan, J. ve Griffiths M. D. (2018). An Exploratory Study of "Selfitis" and the development of the Selfitis Behavior Scale. *International Journal of Mental Health and Addiction*, 16(3), 722–736. <https://doi.org/10.1007/s11469-017-9844-x>
- Bianchi, A. ve Phillips, J. G. (2005). Psychological predictors of problem mobile phone use. *Cyber Psychology & American Psychiatric Association makes it official: 'Selfie' a mental disorder*. *Adobo Chronicles. CyberPsychology & Behavior*, 8(1), 39–51. <https://doi.org/10.1089/cpb.2005.8.39>
- Boursier, V. ve Manna, V. (2018). Selfie expectancies among adolescents: Construction and validation of an instrument to assess expectancies toward selfies among boys and girls. *Frontiers in Psychology*, 9, 839. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2018.00839>
- Büyüköztürk, S. (2004). Sosyal bilimler için veri analizi el kitabı: İstatistik, araştırma deseni SPSS uygulamaları ve yorum. Pegem A Yayıncılık, 179–184.
- Cengiz, Ş. ve Yağcı, M. (2017). Sosyal medya bağımlılığı ölçeği-yetişkin formu: Geçerlilik ve güvenilirlik çalışması. *Ahi Evran Üniversitesi Kırşehir Eğitim Fakültesi Dergisi (KEFAD)*, 18(1), 523–538. https://www.researchgate.net/publication/322037237_Sosyal_Medya_Bagimliliği_Olcegi-Yetiskin_Formu_Gecerlilik_ve_Guvenirlik_Calismasi_Social_Media_Addiction_Scale-Adult_Form_The_Reliability_and_Validity_Study
- Dokur, M. (2018). Analysis of selfie-related injuries and deaths. *Turkish Journal of Trauma and Emergency Surgery*, 24(2), 129–135. <https://doi.org/10.5505/tjtes.2017.83103>
- Douglas, K. M., McGarty, C., Bliuc, A. M. ve Lala, G. (2005). Understanding cyberhate: Social competition and social creativity in online white supremacist groups. *Social Science Computer Review*, 23(1), 68–76. <https://doi.org/10.1177/0894439304271538>
- Duggan, M. ve Brenner, J. (2012). The demographics of social media users. Washington, DC: Pew Research Center's Internet & American Life Project. (Vol. 14).
- Ertemel, A. V. ve Aydin, G. (2018). Technology addiction in the digital economy and suggested solutions. *Addicta: The Turkish Journal on Addictions*, 5, 665–690. <https://doi.org/10.15805/addicta.2018.5.4.0038>
- Griffiths, M. D. (1995). Technological addictions. *Clinical Psychology Forum*, 76, 14–19.
- Griffiths, M. D. (1996). Internet addiction: an issue for clinical psychology? *Clinical Psychology Forum*, 97, 32–36.
- Gürbüz, S. ve Şahin, F. (2014). Sosyal bilimlerde araştırma yöntemleri. Ankara: Seçkin Yayıncılık, 337–370.
- Hair, J. F., Anderson, R. E., Tatham, R. L. ve Black, W. C. (1995). *Multivariate Data Analysis with Readings*. 5th Edition. New Jersey: Prentice-Hall International, Inc., Englewood Cliffs.
- Karadağ, E., Tosuntaş, Ş. B., Erzen, E., Duru, P., Bostan, N., Şahin, B. M., ... Babadağ, B. (2015). Determinants of phubbing, which is the sum of many virtual addictions: A structural equation model. *Journal of Behavioral Addictions*, 4(2), 60–74. <https://doi.org/10.1556/2006.4.2015.005>
- King, A. L. S., Valença, A. M. ve Nardi, A. E. (2010). Nomophobia: the mobile phone in panic disorder with agoraphobia: reducing phobias or worsening of dependence? *Cognitive and Behavioral Neurology* 23(1), 52–54. <https://doi.org/10.1097/WNN.0b013e3181b7eabc>
- Kircaburun, K. ve Griffiths, M. D. (2018). Instagram addiction and the Big Five of personality: The mediating role of self-liking. *Journal of Behavioral Addictions*, 7(1), 158–170. <https://doi.org/10.1556/2006.7.2018.15>
- Leung, L. (2004). Net-generation attributes and seductive properties of the internet as predictors of online activities and internet addiction. *Cyber Psychology & Behavior*, 7(3), 333–348. <https://doi.org/10.1089/1094931041291303>
- Leung, L. ve Lee, P. S. (2012). The influences of information literacy, internet addiction and parenting styles on internet risks. *New Media & Society*, 14(1), 117–136. <https://doi.org/10.1177/1461444811410406>
- Lewis, T. (2006). DIY selves? Reflexivity and habitus in young people's use of the internet for health information. *European Journal of Cultural Studies*, 9(4), 461–479. <https://doi.org/10.1177/1367549406069068>
- Lin, C. Y., Lin, C. K., Imani, V., Griffiths, M. D. ve Pakpour, A. H. (2020). Evaluation of the Selfitis Behavior Scale Across Two Persian-Speaking Countries, Iran and Afghanistan: Advanced Psychometric Testing in a Large-Scale Sample. *International Journal of Mental Health and Addiction*, 18(1), 222–235. <https://doi.org/10.1007/s11469-019-00124-y>
- Ma, J. W., Yang, Y. ve Wilson, J. A. J. (2017). A window to the ideal self: A study of UK Twitter and Chinese Sina Weibo selfie-takers and the implications for marketers. *Journal of Business Research Elsevier*, 74, 139–142. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2016.10.025>
- Malhotra, N. K. (1998). *Marketing Research An Applied Orientation*. 2nd Edition. London: Prentice-Hall International Edition.
- Manna, V. ve Boursier, V. (2017). "How often do you...? A study of sexting and selfie prevalence among adolescents" in Paper Presented at the 15th European Congress of Psychology, Amsterdam.
- Mills, J. S., Musto, S., Williams, L. ve Tiggemann, M. (2018). "Selfie" harm: Effects on mood and body image in young women. *Body Image*, 27, 86–92. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2018.08.007>
- Özdemir, Z. (2015). Sosyal Medyada Kimlik İnşasında Yeni Akım: Özçekim Kullanımı. *Maltepe Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 2(1), 112–131. <http://static.dergipark.org.tr/article-download/imported/1099000023/1099000018.pdf>
- Przybylski, A. K., Murayama, K., DeHaan, C. R. ve Gladwell, V. (2013). Motivational, emotional, and behavioral correlates of fear of missing out. *Computers in Human Behavior*, 29(4), 1841–1848. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2013.02.014>
- Sheldon, P. ve Bryant, K. (2016). Instagram: motives for its use and relationship to narcissism and contextual age. *Computers in Human Behavior*, 58, 89–97. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2015.12.059>
- Sorokowski, P., Sorokowska, A., Oleszkiewicz, A., Frackowiak, T., Huk, A. ve Pisanski, K. (2015). Selfie posting behaviors are associated with narcissism among men. *Personality and Individual Differences* 85, 123–127. <https://doi.org/10.1016/j.paid.2015.05.004>
- Vincent, J. (2018). American Psychiatric Association makes it official: 'Selfie' a mental disorder. *Adobo Chronicles*. <https://adobochronicles.com/2014/03/31/american-psychiatric-association-makes-it-official-selfie-a-mental-disorder/>
- World Health Organization (WHO). (2019). ICD-11 mortality and morbidity statistics. Mental, behavioural or neurodevelopmental disorders. Erişim adresi: <https://icd.who.int/browse11/l-m/en>

EXTENDED ENGLISH ABSTRACT

INTRODUCTION

Selfie has been defined as “a self portrait photography”, typically taken with a camera or smartphone held at arm’s length or in front of a mirror which is often shared with other people via social media (Sorokowski ve ark., 2015). Ma, Yang, and Wilson (2017) explained the self portrait photography in terms of self-introduction theory and they identified that it is carried out to impress the others. With the proliferation of online social media tools in recent years, self-acceptance has become a significantly popular activity. People with obsessive selfie behavior like to attract attention. These individuals generally have a lack of self-confidence and desire to belong to a group by strengthening their position in society. Selfitis Behavior Scale (SBS) aims to measure the degree of obsessive selfie behavior. The aim of the study was to determine the validity and reliability of Turkish version of SBS.

METHOD

The study group consists of 3rd to 5th grade medical students from Istanbul University Cerrahpaşa Medical Faculty. The sample volume was calculated as 200. The study was approved by the Clinical Research Ethics Committee of Cerrahpaşa Medical Faculty. The scale was reapplied with an interval of three weeks to evaluate test-retest reliability for 20 students selected from the study group. Due to the adaptation of the scale from different languages and cultures, validity and reliability studies were carried out in two stages. The language and scope were validated in the first stage. In the second stage, construct validity, concurrent criterion validity as well as internal consistency and test-retest reliability were evaluated. The data were collected through a two-part questionnaire prepared in accordance with the literature. In the first part, the sociodemographic characteristics of the individuals (gender, age), general health status assessment, regular drug use status, time spent for internet, frequency of smartphone control, the number of selfies-posts, and social media tools control frequencies such as Facebook-Twitter-WhatsApp were questioned. The second part included the Selfitis Behavior Scale SBS and Social Media Addiction Scale-Adult Form (SMAS-AF). The data were analyzed by using SPSS (Statistical Package for Social Sciences) 21 package program and the level of significance was accepted as $p < 0.05$. Mann Whitney U test were used to compare the mean of the groups. Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) and Bartlett’s Test of Sphericity were used to evaluate the scale. In order to evaluate the reliability of the scale, item total score correlation, internal consistency (Cronbach’s alpha) and test-retest correlation were used. Confirmatory factor analysis (CFA) was performed after exploratory factor analysis (EFA). Spearman correlation analysis was used for concurrent criterion validity.

RESULTS

Total 215 people were participated to the study, more than half of the participants were male (59.1%), the mean age was $23,09 \pm 1,68$ (range, 22-37) years. The average daily internet usage time was determined as $4,97 \pm 5,06$ (range, 0–16) hours. While 86.9% of the study group took

selfies at least once a day, the number of selfies taken daily is $5,14 \pm 7,66$ (range, 0–48) and the number of selfies published daily is $0,79 \pm 1,34$ (range, 0– 8). The mean score of SBS was $45,05 \pm 19,82$ (range 20–100). Scores obtained from SBS were higher in men, did not change with age ($r = 0,028$; $p = 0,667$) and daily internet usage time ($r = 0,085$; $p = 0,213$). SBS was increased with the number of selfies and posts increasing (respectively; $r = 0,191$, $p = 0,005$; $r = 0,344$, $p < 0,001$). The KMO was found to be 0.926 ($p < 0,001$). According to the factor analysis, it was observed that the structure consisting of 6 factors explained 62.23% of the total change in SBS scores. The Cronbach alpha coefficient of the SBS scale was found to be 0.96. Twenty people who participated in the study answered the SBS after three weeks for test-retest reliability. The scale did not change according to time ($p=0,24$). The fit indices of the values obtained for model suitability as a result of Confirmatory Factor Analysis are $X^2/df=3,03$; $NFI=0,97$; $CFU=0,98$; $SRMR=0,050$ and $RMSEA=0,098$. The mean score of SMAS-AF was $53,35 \pm 12,51$ (range 24-94). There was a positive correlation between the scores of SMAS-AF and SBS scores ($r=0,444$; $p<0,001$). As the frequency of using Instagram was increased, the mean score of SBS was increased ($p<0,003$).

DISCUSSION

According to the results of the study, the Turkish version of the SBS scale is a very suitable scale for screening the risk of taking an obsessive selfie. The invariance of the scale over time was tested with the test-retest results and it was seen that the total score obtained in two different times did not change and the scale was reliable. The structure formed according to the EFA results was similar to the original study. Also, according to the CFA analysis It can be said that the model shows a good level of fit when considering the fit indexes. Factor structures of SBS obtained with EFA were verified with CFA. In our study, it was determined that there was a positive relationship between SMAS-AF and SBS. All of the sub-areas of the SBS were associated with social media addiction. Selfie can be considered as a tool used by the individual in social competition to investigate the role of the individual with different personality traits. It can be stated that taking selfies delights individuals and therefore it leads to an obsessive repetition of behavior. In our study, no significant correlation was found between daily internet use and SBS scores. In this study, it was seen that SBS increases with Instagram usage, which is a photo sharing application and provides a more suitable environment for selfies, and there is no significant relationship with Facebook, Youtube or WhatsApp. This may be due to SBS’s ability to measure a disorder specifically for taking pictures and to distinguish it from other social media addictions. According to the results of the study, the Turkish version of the SBS is a valid and reliable measurement tool in evaluating the behavior of taking obsessive selfies.

Keywords: Obsessed selfe, validity and reliability, social media addiction, selfitis