

Araştırma Makalesi / Research Article

## SOSYAL AĞ YORGUNLUĞU ÖLÇEĞİ: GEÇERLİLİK VE GÜVENİLİRLİK ÇALIŞMASI\*

Hakan Tahiri MUTLU<sup>1</sup> , Hasan Saltuk DURAK<sup>2</sup> , Mehmet Fatih KANOĞLU<sup>3</sup> 

### ÖZET

*Bu çalışma, bireylerin sosyal ağ kullanımına bağlı olarak yaşadığı yorgunluk düzeylerini ölçmek için geçerli ve güvenilir bir ölçek geliştirmeyi amaçlamaktadır. Literatür taraması ve uzman görüşleri doğrultusunda oluşturulan madde havuzu üzerinde açımlayıcı faktör analizi (AFA) ve doğrulayıcı faktör analizi (DFA) gerçekleştirilmiş, ölçeğin üç faktörlü bir yapıya sahip olduğu belirlenmiştir. Bilişsel yorgunluk, sosyal ağ kullanımının zihinsel kapasite üzerindeki olumsuz etkilerini; davranışsal yorgunluk, kullanımın sınırlandırılması ve azaltılmasını; duygusal yorgunluk ise stres, huzursuzluk ve tükenmişlik gibi duyguları ölçmektedir. AFA sonuçlarına göre ölçek toplam varyansın %73,77'sini açıklarken, DFA analizleri model uyumunun iyi olduğunu göstermiştir (CFI=0,987, RMSEA=0,058,  $\chi^2/sd=1,574$ ). Cronbach's Alpha değerleri bilişsel yorgunluk için 0,955, davranışsal yorgunluk için 0,950 ve duygusal yorgunluk için 0,863 olarak hesaplanmıştır. Sonuçlar, sosyal ağ kullanımının bilişsel tükenmişlik, dikkat dağınıklığı ve duygusal stres gibi olumsuzluklara yol açabileceğini göstermektedir. Bu doğrultuda, bireylerin sosyal ağ kullanımını bilinçli yönetmeleri, dijital detoks ve medya okuryazarlığı gibi stratejiler geliştirmeleri önerilmektedir. Ölçek, sosyal ağ yorgunluğunu ölçmek için geçerli ve güvenilir bir araç olup, farklı örneklerle test edilebilir.*

**Anahtar Kelimeler:** Sosyal Ağ Yorgunluğu, Bilişsel Yorgunluk, Davranışsal Yorgunluk, Duygusal Yorgunluk  
**JEL Sınıflandırması:** M1, I3, J5, J8

## SOCIAL NETWORKING FATIGUE SCALE: VALIDITY AND RELIABILITY STUDY

### ABSTRACT

*This study aims to develop a valid and reliable scale to measure fatigue levels experienced by individuals as a result of social network usage. An item pool, created through a literature review and expert evaluations was subjected to exploratory factor analysis (EFA) and confirmatory factor analysis*

\* Bu çalışma 28-29 Aralık 2024 tarihinde İstanbul'da düzenlenen "6. Bilisel International World Science and Research Congress"te bildiri olarak sunulmuştur.

<sup>1</sup> Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi, İİBF, Bolu, Türkiye, tahirimutlu@ibu.edu.tr

<sup>2</sup> Düzce Üniversitesi Sosyal Bilimler MYO, Düzce, Türkiye, hasansaltukdurak@duzce.edu.tr

<sup>3</sup> Yozgat Bozok Üniversitesi, İİBF, Yozgat, Türkiye, m.fatih.kanoglu@bozok.edu.tr

**Bu makaleye yapılacak atf:** Mutlu, H.T., Durak, H.S., Kanoğlu, M.F. (2025). Sosyal ağ yorgunluğu ölçeği: Geçerlilik ve güvenilirlik çalışması. *Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi*, 21(4), 1565-1588.  
<https://doi.org/10.17130/ijmbe.1640393>

ISSN:2147-9208 E-ISSN:2147-9194

<http://dx.doi.org/10.17130/ijmbe.1640393>

Başvuru Tarihi: 15.02.2025, Yayına Kabul Tarihi: 01.06.2025

Bu çalışma için Düzce Üniversitesi Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Kurulu'nun 19.12.2024 tarihli toplantısının 2024/417 sayılı kararıyla etik kurul izni alınmıştır.



(CFA), which revealed a three-factor structure for the scale. Cognitive fatigue measures the adverse effects of social network usage on mental capacity; behavioral fatigue assesses limitations and reductions in usage; and emotional fatigue captures feelings such as stress, restlessness, and burnout. According to EFA results, the scale explained 73.77% of the total variance, while CFA indicated good model fit ( $CFI=0.987$ ,  $RMSEA=0.058$ ,  $\chi^2/df=1.574$ ). Cronbach's Alpha values were calculated as 0.955 for cognitive fatigue, 0.950 for behavioral fatigue, and 0.863 for emotional fatigue. The findings suggest that social network usage may lead to negative outcomes such as cognitive exhaustion, distraction, and emotional stress. Consequently, individuals are advised to consciously manage their social network use and adopt strategies like digital detox and media literacy. The scale serves as a valid and reliable tool for measuring social network fatigue and can be tested with diverse samples.

**Keywords:** Social Network Fatigue, Cognitive Fatigue, Behavioral Fatigue, Emotional Fatigue

**JEL Classification Codes:** M1, I3, J5, J8

## EXTENDED SUMMARY

### Research Questions & Purpose

The increasing prevalence of social networking platforms has led researchers to investigate the consequences associated with their excessive use. Among these consequences, social networking fatigue (SNF) emerges as a critical construct. Despite its increasing importance, the literature lacks a comprehensive and culturally adapted measurement tool that captures its multidimensional nature.

This study aims to address the following research questions:

How can the multidimensional construct of social networking fatigue be effectively measured in a valid and reliable manner?

What are the cognitive, behavioral, and emotional components that constitute SNF and how are they interrelated?

How does the newly developed scale perform in terms of factorial validity, internal consistency, and model fit?

The primary objective of the study is to develop and validate a psychometric scale that assesses SNF from a multidimensional perspective.

### Literature Review

Social networking fatigue has been conceptualized as a psychological state stemming from overexposure to digital content, constant interaction demands, and social comparison pressures. Prior studies (e.g., Maier et al., 2015; Zhang et al., 2021) have highlighted its cognitive, behavioral, and emotional components. The cognitive dimension relates to information overload and mental exhaustion; the behavioral dimension reflects users' intention to reduce or abandon social media use; and the emotional dimension pertains to feelings of anxiety, frustration, and stress.

The theoretical underpinnings of SNF are drawn from Lang's (2000) Limited Capacity Model, which posits that human information processing has a finite capacity, and from Lazarus and Folkman's (1984) stress-coping theory. Together, these models suggest that excessive stimulation and lack of coping strategies result in fatigue symptoms. Additionally, the literature

establishes a connection between SNF and social media addiction, especially among young adults and frequent users, who are vulnerable to emotional dysregulation and diminished cognitive functioning.

However, the majority of existing scales have limitations in scope, typically focusing on a single dimension of fatigue or lacking cultural adaptation. This study responds to these gaps by introducing a comprehensive, context-sensitive instrument tailored to Turkish users.

## **Methodology**

A sequential scale development process was employed. Initially, a 45-item pool was generated based on extensive literature review and expert consultation. Content validity was assessed using the Davis (1992) technique, and items with a content validity ratio below 0.80 were revised or removed. The final version of the scale was subjected to both Exploratory Factor Analysis (EFA) and Confirmatory Factor Analysis (CFA).

Participants were recruited via stratified sampling to ensure demographic diversity. The sample consisted of 584 social media users (196 in the pilot study and 388 in the main study). The majority were aged 35–44, employed in the public sector, and used social media for 2–3 hours daily.

Data analysis included EFA (Varimax rotation), Cronbach's Alpha for reliability, Composite Reliability (CR), Average Variance Extracted (AVE), and CFA via AMOS and SmartPLS. Discriminant and convergent validity were tested using Fornell-Larcker and HTMT criteria.

## **Results**

EFA revealed a robust three-factor structure accounting for 73.77% of the total variance. The factors were identified as:

Cognitive Fatigue (12 items;  $\alpha = 0.955$ ; CR = 0.961; AVE = 0.673)

Behavioral Fatigue (11 items;  $\alpha = 0.950$ ; CR = 0.957; AVE = 0.670)

Emotional Fatigue (5 items;  $\alpha = 0.863$ ; CR = 0.867; AVE = 0.569)

The overall reliability of the scale was excellent ( $\alpha = 0.975$ ). CFA results confirmed the factorial validity of the model with strong fit indices:  $\chi^2/df = 1.574$ , CFI = 0.987, RMSEA = 0.058, GFI = 0.943. Discriminant validity was confirmed by both Fornell-Larcker and HTMT criteria.

The scale items effectively measured perceived overload, withdrawal behavior, and emotional discomfort arising from social network use. Items such as “I feel mentally drained due to social networks” and “I want to spend less time on social media” reflected the psychological mechanisms of SNF.

## **Conclusion**

The Social Networking Fatigue Scale developed in this study is a valid and reliable measurement tool that captures the multifaceted impact of social media overuse. Its three-factor structure reflects the complexity of SNF and aligns with theoretical models in cognitive psychology and media studies. The findings support the notion that excessive social media use can impair cognitive processing, prompt behavioral disengagement, and induce emotional exhaustion.

This scale fills a gap in the Turkish research context by offering a culturally adapted instrument suitable for diverse populations. It holds significant potential for use in psychological counseling, digital wellbeing interventions, and future academic research. Further studies are encouraged to replicate these findings in different cultural settings and to explore longitudinal effects of SNF on mental health outcomes.

## 1. Giriş

Son yıllarda dijitalleşmenin hız kazanmasıyla birlikte sosyal ağ platformları bireylerin günlük yaşamlarının ayrılmaz bir parçası hâline gelmiştir. Bu platformlar bilgi paylaşımı, iletişim ve eğlence gibi birçok fayda sunarken, aşırı ve kontrolsüz kullanım sonucunda bireylerde bilişsel, davranışsal ve duygusal düzeyde yorgunluk belirtileri ortaya çıkmaktadır. Literatürde bu durum “sosyal ağ yorgunluğu” olarak kavramsallaştırılmakta ve fiziksel, zihinsel ve duygusal tükenmişlik ile ilişkilendirilmektedir (Bright vd., 2015; Lee vd., 2016).

Sosyal ağ yorgunluğu, aşırı bilgiye maruz kalma, sürekli çevrimiçi olma baskısı ve sosyal karşılaştırma gibi faktörlerin bir sonucu olarak kullanıcıların zihinsel kaynaklarının tükenmesiyle meydana gelmektedir (Xiao & Mou, 2019). Bu olgu, Lang’in (2000) Sınırlı Kapasite Modeli ve Lazarus & Folkman’ın (1984) Stres-Tükenmişlik Yaklaşımı gibi kuramsal çerçevelerle açıklanabilmektedir. Söz konusu modeller, bireyin sürekli uyarana maruz kaldığında zihinsel işleme kapasitesinin aşılabileceğini ve bunun sonucunda zihinsel ve duygusal yorgunluk yaşanacağını öne sürmektedir. Nitekim pandemi dönemi gibi olağanüstü koşullarda sosyal medya kullanımının artmasıyla sosyal ağ yorgunluğu da daha yaygın bir hâle gelmiştir (Malik vd., 2020).

Sosyal ağ yorgunluğu sadece bireylerin psikolojik iyilik hallerini olumsuz etkilemekle kalmamakta, aynı zamanda sosyal medya platformlarının kullanıcı bağlılığını ve sürdürülebilirliğini de tehdit etmektedir. Bu bağlamda, sosyal ağ yorgunluğunu geçerli ve güvenilir şekilde ölçebilecek araçlara ihtiyaç duyulmaktadır. Literatürde sosyal ağ yorgunluğunu değerlendiren çeşitli ölçekler bulunmasına rağmen, bu ölçeklerin birçoğu tek boyutlu yapıya sahiptir (örneğin, sadece bilişsel veya duygusal yönü ele alır) ya da yalnızca belirli sosyal medya platformlarına odaklanmaktadır (Zhang vd., 2021; Bright vd., 2015). Ayrıca mevcut ölçeklerin önemli bir kısmı Türkiye bağlamına kültürel açıdan uyarlanmamış olup, yerli kullanıcı profiline ilişkin kapsamlı bir ölçüm sunamamaktadır.

Bu çalışma kapsamında geliştirilecek ölçek, sosyal ağ yorgunluğunu bilişsel, davranışsal ve duygusal olmak üzere üç temel boyutta ele alan, çok boyutlu ve kültürel olarak uyarlanmış bir yapıya sahiptir. Böylece hem sosyal ağ yorgunluğunu tetikleyen etmenlerin anlaşılması hem de bireysel ve kurumsal düzeyde müdahale stratejilerinin geliştirilmesi için sağlam bir ölçme temeli sunması hedeflenmektedir.

Geliştirilecek ölçek, genç yetişkinler başta olmak üzere aktif sosyal ağ kullanıcılarının yorgunluk düzeylerini belirlemede kullanılabilir. Bu ölçme aracı, bireysel dijital farkındalık gelişimi, psikolojik danışmanlık, sosyal medya platformlarının kullanıcı deneyimi tasarımı ve dijital refah politikalarının şekillendirilmesi gibi çok çeşitli alanlarda uygulama potansiyeline

sahiptir. Araştırma ve yayın etiği kurallarına uygun olarak yürütülen bu çalışmanın temel amacı, sosyal ağ yorgunluğu düzeylerini ölçebilecek geçerli ve güvenilir bir ölçek geliştirmektir.

Bu bağlamda, geliştirilen ölçeğin hem mevcut literatürdeki ölçme araçlarına kıyasla kapsamlı bir değerlendirme imkânı sunduğu hem de Türkiye bağlamında kültürel geçerliliğe sahip ilk çok boyutlu yapılandırmalardan biri olduğu düşünülmektedir. Bu çalışma, sosyal ağ yorgunluğuna yönelik akademik bilgi üretimine katkı sunmasının yanı sıra dijital refahı destekleyecek müdahalelerin tasarlanmasına da rehberlik edebilecek niteliktedir.

## **2. Literatür**

### **2.1. Sosyal Ağ Yorgunluğunun Tanımı, Nedenleri ve Psikolojik Etkileri**

Sosyal ağ yorgunluğu, bireylerin sosyal medya platformlarına sürekli maruz kalmalarından kaynaklanan zihinsel tükenme, duygusal yıpranma ve sosyal platformlara karşı ilgisizlik hâli olarak tanımlanmaktadır (Maier vd., 2015). Sosyal ağ kullanımı, bireylerin bilgiye erişimini kolaylaştırmakla birlikte, aşırı bilgi yüklemesi, sürekli etkileşim beklentisi ve sosyal karşılaştırma gibi unsurlar nedeniyle yorgunluğa yol açabilmektedir (Xiao & Mou, 2019). Bu fenomen, literatürde genellikle bilişsel, davranışsal ve duygusal boyutlarıyla ele alınmaktadır.

Bilişsel boyut, bireylerin bilgi işleme süreçlerindeki tükenmişliği ifade ederken davranışsal boyut, sosyal medya platformlarından uzaklaşma eğilimini kapsamaktadır. Duygusal boyut ise bireylerin sosyal medya kullanımı sırasında yaşadığı stres, tatminsizlik ve hayal kırıklığı gibi duygusal durumlarla ilişkilendirilmektedir (Fu vd., 2020).

Sosyal ağ, bireylerin yaşamında olumlu etkiler oluşturabilse de aşırı kullanım durumunda psikolojik ve sosyal olumsuzluklara yol açabilmektedir. Özellikle sosyal ağ kullanımına bağlı olarak bilgi kirliliği ve stres artışı, bireylerin dikkat süreçlerini olumsuz yönde etkileyerek yorgunluk hislerini tetiklemektedir (Cao vd., 2018). Ayrıca, sosyal ortamlarda sürekli görünür olma zorunluluğu, bireylerin motivasyonlarını ve sosyal katılımlarını azaltmaktadır (Adhikari & Panda, 2020).

Sosyal ağ yorgunluğu, bireylerin bilişsel süreçleri, davranışsal tepkileri ve duygusal durumları üzerinde farklı etkiler yaratmaktadır. Maier vd. (2015), bilişsel yorgunluğu bireylerin bilgiye erişim sürecinde yaşadığı tükenmişlik olarak tanımlamış ve bunun sosyal ağ platformlarının aşırı kullanımından kaynaklandığını öne sürmüştür. Benzer şekilde, davranışsal boyut, bireylerin sosyal medya platformlarına yönelik ilgilerindeki azalma ve aktif katılımdan çekilme eğilimlerini ifade etmektedir. Duygusal boyut ise bireylerin sosyal ağlarda geçirdikleri zamanın artmasıyla yaşadıkları stres ve tatminsizlik gibi duygusal durumları kapsamaktadır (Dhir vd., 2018).

Sosyal ağlar, günümüzde bireylerin yaşamlarının ayrılmaz bir parçası hâline gelmiş ve sosyal etkileşim, bilgi paylaşımı ve iletişim alanlarında dönüşüme neden olmuştur. Ancak, sosyal ağ kullanımının artmasıyla birlikte, bireylerin karşılaştığı bazı psikolojik ve sosyal sorunlar da belirginleşmiştir. Bu sorunlardan biri olan sosyal ağ yorgunluğu, bireylerin sosyal ağ platformlarına karşı hissettikleri aşırı yüklenme, tükenmişlik ve kaygı durumları ile tanımlanır (Maier vd., 2015). Sosyal ağ yorgunluğu, bireylerin psikolojik sağlığı üzerinde çeşitli olumsuz etkiler yaratmakta ve bu etkiler literatürde bilişsel, davranışsal ve duygusal boyutlarıyla ele alınmaktadır (Zhang vd., 2021).

Sosyal medya kullanımının aşırı hâle gelmesi, bireylerin algıladığı bilgi yüklemesi ve sürekli etkileşim beklentisi nedeniyle tükenmişlik hissetmelerine yol açmaktadır. Bu durum, sosyal ağ yorgunluğunun temel nedenlerinden biri olarak tanımlanmaktadır. Pang (2021) tarafından yapılan bir çalışmada, “algılanan bilgi yüklemesi” kavramının özellikle genç bireylerde sosyal ağ yorgunluğunu tetiklediği ve bunun sonucunda duygusal stres ve sosyal kaygının arttığı belirtilmektedir. COVID-19 pandemisi sırasında sosyal medyada artan bilgi akışı, bu etkilerin daha da belirgin hâle gelmesine neden olmuştur. Benzer şekilde, Tural vd. (2021), sosyal medya bağımlılığının depresyon, anksiyete ve somatizasyon gibi psikolojik belirtilerle pozitif bir ilişki içerisinde olduğunu ortaya koymuştur. Bu bulgular, sosyal medya kullanımının bireylerin psikolojik stres seviyelerini artırdığını göstermektedir.

Sosyal ağ yorgunluğu yalnızca bilgi yüklemesiyle sınırlı olmayıp, bireylerin sosyal medya platformlarında geçirdikleri zamanın artmasıyla sosyal karşılaştırmalara da yol açabilmektedir. Dhir vd. (2019), sosyal medya kullanıcılarının sürekli olarak diğer kullanıcılarla kendilerini karşılaştırmalarının olumsuz duygusal tepkilere neden olduğunu ve bunun da tükenmişlik hissini artırdığını ifade etmektedir. Tok & Arslan (2023), sosyal medya bağımlılığının yalnızlık, yetersizlik ve sosyal kaygı duygularıyla pozitif bir ilişki gösterdiğini belirtmiş, bu durumun bireylerin sosyal destek arayışlarını etkileyerek sosyal kaygıyı artırabileceğini vurgulamıştır.

Bilişsel boyut açısından, sosyal medya platformlarında sürekli bilgiye maruz kalmak, bireylerin zihinsel tükenmişlik yaşamasına neden olmaktadır (Maier vd., 2015). Davranışsal boyut ise bireylerin sosyal medya platformlarından uzaklaşma eğilimlerini içermekte, bu durum kullanıcıların aktif katılımdan çekilmesiyle sonuçlanmaktadır (Adhikari & Panda, 2020). Duygusal boyutta ise, bireylerin sosyal medya kullanımının artmasıyla stres, tatminsizlik ve hayal kırıklığı gibi olumsuz duygusal durumlar yaşadığı görülmektedir (Yıldız & Aydın, 2019).

Sosyal ağ yorgunluğu, bireylerin psikolojik sağlığını çeşitli şekillerde etkileyen çok yönlü bir olgudur. Bu etkiler, bireylerin sosyal destek sistemleri, kendilik algıları ve stres seviyeleri gibi faktörlerle şekillenmektedir. Li, Li & Fan (2021), sosyal desteğin psikolojik bozukluklarla negatif bir ilişki içerisinde olduğunu göstermiştir. Sosyal destek eksikliğinin, sosyal ağ yorgunluğunun bireylerin psikolojik sağlığı üzerindeki olumsuz etkilerini artırabileceği belirtilmektedir. Özellikle sosyal medya geri bildirimlerine olan bağımlılığın bireylerin öz değer algısını etkileyerek stres ve depresyon semptomlarını artırdığı da ifade edilmektedir (Sabik vd., 2019).

Sosyal ağ yorgunluğunun etkileri, bireylerin çevrim içi sosyal etkileşim biçimlerini de değiştirmektedir. Kaur vd. (2021), sosyal medya kullanıcılarının çevrim içi öznel iyi oluşlarının sosyal ağ yorgunluğu tarafından olumsuz etkilendiğini göstermiştir. Sosyal karşılaştırma ve gizlilik kaygıları, sosyal ağ yorgunluğunu artırarak bireylerin sosyal etkileşimlerini ve psikolojik sağlığını olumsuz yönde etkilemektedir. Ayrıca, Evli vd., (2022), ergenlerde farkındalık düzeyinin artmasının sosyal ağ yorgunluğunun olumsuz etkilerini azaltabileceğini vurgulamıştır.

## 2.2. Sosyal Ağ Bağımlılığı ile Psikososyal Sonuçlar Arasındaki İlişki

Sosyal ağ bağımlılığı, dijital çağda bireylerin sosyal ilişkilerini, psikolojik durumlarını ve yaşam biçimlerini derinden etkileyen karmaşık bir olgu hâline gelmiştir. Sosyal ağlar, bilgi paylaşımı ve sosyal etkileşim açısından bireylere önemli olanaklar sunsa da bu platformlara

aşırı maruz kalma durumları zamanla bağımlılık düzeyine ulaşabilmektedir. Sosyal ağ bağımlılığı, bireyin platformları kontrolsüz ve işlevselliğini olumsuz etkileyecek düzeyde kullanması durumunu ifade etmektedir. Bu durum, bireylerin duygusal denge, sosyal ilişkiler ve akademik başarı gibi pek çok yaşam alanında olumsuz sonuçlar doğurabilmektedir.

Sosyal ağ bağımlılığı ile psikolojik iyi oluş arasındaki ilişki, alan yazınında sıklıkla ele alınmış olup, sosyal ağ bağımlılığı arttıkça bireylerin yalnızlık, yetersizlik, anksiyete, depresyon ve düşük yaşam doyumu gibi psikososyal sorunlar yaşama olasılığının da arttığı vurgulanmaktadır (Tok & Arslan, 2023; Dhir vd., 2019). Aynı zamanda bu bağımlılık türünün sosyal ağ yorgunluğu ile de ilişkili olduğu, bireylerin aşırı kullanım sonucu hem bilişsel hem de duygusal açıdan tükenmişlik yaşadıkları belirlenmiştir (Maier vd., 2015).

Bu bağlamda, sosyal ağ bağımlılığı yalnızca bireyin sosyal ağ kullanımına yönelik bir davranış örüntüsü olarak değil, aynı zamanda sosyal ağ yorgunluğunu besleyen önemli bir öncül değişken olarak da değerlendirilmelidir. Özellikle sosyal ağ kullanım süresi ve yoğunluğu arttıkça, bireylerde sosyal karşılaştırma eğilimi, bilgi yüklemesi algısı ve sürekli çevrim içi olma baskısı gibi yıpratıcı etkilerin artması, yorgunluk belirtilerini tetiklemektedir. Literatürde bu ilişkinin yönüne dair bulgular giderek artmakta ve sosyal ağ bağımlılığı ile sosyal ağ yorgunluğu arasındaki pozitif korelasyon sıklıkla rapor edilmektedir (Zhang vd., 2021).

Bu nedenle çalışmada sosyal ağ bağımlılığı, sosyal ağ yorgunluğunu etkileyen önemli bir psikososyal değişken olarak ele alınmakta bu ilişkinin bireylerin ruh sağlığı, dijital refahı ve çevrim içi etkileşim dinamikleri açısından anlamlı sonuçlara yol açabileceği öngörülmektedir. Ayrıca, bireylerin sosyal medya kullanım alışkanlıkları ile psikolojik dayanıklılık düzeyleri arasındaki etkileşim de göz önünde bulundurularak, sosyal ağ yorgunluğu ile bağımlılık ilişkisi çok boyutlu biçimde tartışılacaktır.

### **2.3. Sosyal Ağ Bağımlılığını Artıran Etkenler**

Sosyal medya bağımlılığının temel nedenlerinden biri, bireylerin sosyal etkileşim ihtiyaçlarını karşılamak için bu platformlara yönelmeleridir. Çevrim içi sosyal etkileşim, özellikle ergenler ve genç yetişkinler arasında sosyal medya bağımlılığının en yaygın nedenlerinden biridir. Hidayat & Nurhayati (2019)'nin çalışması, çevrim içi sosyal etkileşimin ergenlerde internet bağımlılığı üzerinde anlamlı bir etkisi olduğunu ve bireylerin arkadaş edinme veya kişisel başarı elde etme gibi ihtiyaçlarını karşılamak için bu platformlarda daha fazla zaman geçirdiğini göstermiştir.

Bu bağımlılığı tetikleyen bir diğer önemli unsur ise psikolojik faktörlerdir. Yalnızlık, yetersizlik ve sosyal kaygı gibi duygusal durumların sosyal medya bağımlılığı ile pozitif bir ilişki içinde olduğu tespit edilmiştir (Tok & Arslan, 2023). Bireyler, bu duygularını hafifletmek için sosyal medya platformlarına yönelebilir. Aynı şekilde, bireylerin düşük yaşam doyumu düzeyi de sosyal medya bağımlılığını artıran bir diğer önemli etmendir. Longstreet & Brooks (2017), düşük yaşam doyumuna sahip bireylerin sosyal medya platformlarına daha fazla zaman ayırarak gerçek yaşamlarındaki tatminsizliklerini gidermeye çalıştıklarını ortaya koymuştur.

Psikolojik dayanıklılık, sosyal medya bağımlılığını etkileyen önemli bir değişkendir. Kocabıyık & Bacioğlu (2022), psikolojik dayanıklılığı yüksek olan bireylerin sosyal medya bağımlılığına daha az eğilim gösterdiğini belirtmiştir. Bu durum, bireylerin stresle başa çıkma becerilerinin sosyal medya kullanımını sınırlamada belirleyici olduğunu göstermektedir.

### 3. Yöntem

#### 3.1. Araştırma Modeli

Bu araştırma, sosyal ağ yorgunluğu düzeylerini ölçmeye yönelik bir ölçek geliştirmek amacıyla nicel araştırma yöntemi kullanılarak yürütülmüştür. Araştırma modeli, tanımlayıcı ve açıklayıcı araştırma modellerine dayanmaktadır ve üç temel aşamadan oluşmaktadır:

- Madde havuzunun oluşturulması: Literatür taraması ve uzman görüşleri doğrultusunda ölçek maddelerinin belirlenmesi.
- Pilot uygulama: Faktör yapısının incelenmesi amacıyla gerçekleştirilen ön test.
- Ana çalışma: Geçerlilik ve güvenilirlik analizlerinin yapılması.

#### 3.2. Evren ve Örneklem

Araştırmanın evrenini sosyal medya kullanıcıları oluşturmaktadır. Örneklem seçiminde farklı yaş grupları, eğitim seviyeleri ve meslek gruplarını temsil edecek katılımcılar belirlenmiştir. Araştırma kapsamında pilot uygulama aşamasında 196 katılımcıdan, ana çalışma aşamasında ise 388 katılımcıdan veri toplanmıştır. Böylece toplamda 584 katılımcı araştırmaya dahil edilmiştir. Örneklem seçiminde tabakalı örnekleme yöntemi kullanılarak çeşitlilik sağlanmıştır.

Geliştirilen Sosyal Ağ Yorgunluğu Ölçeğinin hedef grubu, sosyal medya platformlarını düzenli ve yoğun biçimde kullanan bireylerdir. Özellikle genç yetişkinler, üniversite öğrencileri, çalışan bireyler ve dijital mecralarda yüksek etkileşim gösteren kullanıcılar, ölçeğin uygulanabilirliğinin en yüksek olduğu demografik gruplar arasında yer almaktadır. Ölçek, sosyal ağ kullanımına bağlı olarak gelişen bilişsel, davranışsal ve duygusal yorgunluk düzeylerini ölçmeyi amaçladığı için, sosyal medya ile düzenli temas halinde olan bireylerin değerlendirilmesi açısından uygun bir ölçme aracıdır.

Katılımcıların yaş, cinsiyet, eğitim düzeyi ve çalışma durumu gibi değişkenlere göre dağılımları Tablo 1’de sunulmuştur.

#### 3.3. Veri Toplama Aracı ve Süreci

Bu araştırmada, bireylerin sosyal ağ kullanımına bağlı olarak yaşadığı yorgunluk düzeylerini ölçmeye yönelik özgün bir ölçek geliştirilmiştir. Ölçek geliştirme süreci, literatür taraması, kültürel bağlam analizi ve uzman görüşlerinin bütünleştirilmesi yoluyla gerçekleştirilmiştir. İlk aşamada sosyal ağ yorgunluğuna ilişkin ulusal ve uluslararası literatür ayrıntılı biçimde incelenmiş, mevcut ölçeklerin sınırlılıkları belirlenmiş ve Türkiye’deki sosyal medya kullanım pratiklerini yansıtabilecek şekilde 45 maddelik bir taslak madde havuzu oluşturulmuştur.

Madde havuzuna yönelik kapsam geçerliliğini sağlamak amacıyla alanında uzman 6 akademisyenin görüşüne başvurulmuştur. Uzmanlar, Davis (1992) tekniğine dayalı olarak her bir maddeyi “uygun”, “kısmen uygun” veya “uygun değil” şeklinde derecelendirmiştir. Uygunluk oranı 0,80’in altında kalan maddeler ölçekten çıkarılmış veya revize edilmiştir.

Madde formülasyon sürecinde ölçeğin kültürel geçerliliğine özel önem verilmiştir. Türkiye bağlamına özgü sosyal ağ kullanımı alışkanlıkları, dijital davranış kalıpları ve kültürel

normlar dikkate alınarak ölçek maddeleri tasarlanmış dilsel ve içeriksel uyumluluk açısından uzman akademisyenler tarafından kapsam geçerliliği değerlendirilmiştir. Ayrıca, dil bilim uzmanlarının katkısıyla ifadeler yerel bağlama uygun hâle getirilmiş ve maddelerin açık, anlaşılır ve kültürel olarak duyarlı olmasına özen gösterilmiştir. Bu çerçevede ölçek hem bilimsel temellere hem de kültürel bağlama uygunluk ilkesine dayanılarak yapılandırılmıştır.

Geliştirilen ölçek, 5'li Likert tipi (1 = Kesinlikle Katılmıyorum – 5 = Kesinlikle Katılıyorum) yanıt formatında düzenlenmiştir. Uygulama çevrim içi anket formu aracılığıyla gerçekleştirilmiş olup, katılımcıların ölçek maddelerini yanıtlaması ortalama 5 ila 8 dakika sürmektedir. Bu süre, uygulamanın pratikliğini ve kullanıcı dostu yapısını desteklemektedir.

Pilot uygulama aşamasında, 196 katılımcıdan elde edilen veriler üzerinde Açıklayıcı Faktör Analizi (AFA) gerçekleştirilmiş, faktör yükü düşük olan ve birden fazla faktörde anlamlı yüklenen 17 madde ölçekten çıkarılmıştır. Analizler sonucunda ölçeğin üç faktörlü yapıya sahip olduğu belirlenmiş ve 28 maddeyle son hâli oluşturulmuştur.

Ana uygulama aşamasında ise 388 katılımcıdan veri toplanmıştır. Ölçek formunun uygulanması, Düzce Üniversitesi Bilimsel Araştırma ve Yayın Etik Kurulu'nun 19.12.2024 tarih ve 2024/417 sayılı onayı ile gerçekleştirilmiştir. Tüm katılımcılara araştırmanın amacı açıklanmış, gönüllülük esasına dayalı onam alınmış ve anonimlik ilkelerine uygun şekilde veri toplama süreci yürütülmüştür.

### **3.4. Verilerin Analizi**

Araştırmada elde edilen verilerin analizinde şu yöntemler kullanılmıştır:

Açıklayıcı Faktör Analizi (AFA): Faktör yapısını belirlemek amacıyla uygulanmıştır. Faktör yükleri 0,40'ın altında olan veya birden fazla faktöre yüklenen maddeler ölçekten çıkarılmıştır. Sonuç olarak ölçeğin 3 faktörlü ve 28 maddeden oluşan bir yapıya sahip olduğu görülmüştür.

- Cronbach's Alpha Katsayısı: Ölçeğin güvenilirliğini ölçmek için hesaplanmıştır.
- Bileşik Güvenilirlik (CR) ve Ortalama Varyans Açıklama (AVE): Ölçeğin geçerliliği ve güvenilirliği bu analizlerle desteklenmiştir.
- Doğrulayıcı Faktör Analizi (DFA): Ölçeğin belirlenen faktör yapısının geçerliliğini test etmek amacıyla SmartPLS ve AMOS yazılımları ile gerçekleştirilmiştir. Uyum indeksleri incelendiğinde, modelin iyi düzeyde uyum sağladığı belirlenmiştir.

Bu analizler sonucunda, Sosyal Ağ Yorgunluğu Ölçeği geçerli ve güvenilir bir ölçüm aracı olarak literatüre kazandırılmıştır. Katılımcıların demografik özelliklerine ilişkin istatistiksel dağılımlar Tablo 1'de sunulmuştur.

Tablo 1 incelendiğinde, pilot çalışmada katılımcıların %57,1'inin erkek, %42,9'unun ise kadın olduğu görülmektedir. Ana çalışmada ise bu oranlar %57 erkek ve %43 kadın olarak benzer şekilde dağılmıştır. Yaş grupları açısından değerlendirildiğinde, her iki çalışmada da en büyük payı 35-44 yaş arası katılımcılar oluştururken, 25-34 ve 45-54 yaş gruplarının da önemli bir orana sahip olduğu gözlemlenmektedir. 14-18 yaş ve 55 yaş üzeri gruplar ise en düşük katılım oranına sahiptir.

**Tablo 1: Katılımcılara İlişkin Demografik Özellikler**

Değişkenler	Kategoriler	Pilot (N=196)		Ana Çalışma (N=388)	
		N	%	N	%
Cinsiyet	Erkek	112	57,1	221	57
	Kadın	84	42,9	167	43
Yaş	14-18 arası yaş	6	3,1	12	3,1
	19-24 arası yaş	18	9,2	35	9
	25-34 arası yaş	25	12,8	50	12,9
	35-44 arası yaş	110	56,1	218	56,2
	45-54 arası yaş	27	13,8	54	13,9
	55 ve üstü yaş	10	5,1	19	4,9
Çalışma Durumu	Çalışmıyorum	20	10,2	39	10,1
	Emekliyim	8	4,1	16	4,1
	Kamuda Çalışıyorum	117	59,7	232	59,8
	Öğrenciyim	31	15,8	62	16
	Özel Sektörde Çalışıyorum	20	10,2	39	10,1
Günlük Sosyal Ağ Kullanım Süresi	0-30 dk	10	5,1	19	4,9
	31-60 dk	16	8,2	31	8
	1-2 saat	29	14,8	58	14,9
	2-3 saat	94	48	187	48,2
	3-5 saat	35	17,9	70	18
	5 saat ve üzeri	12	6,1	23	5,9
Eğitim Düzeyi	İlkokul	6	3,1	12	3,1
	Ortaokul	6	3,1	12	3,1
	Lise	18	9,2	35	9
	Önlisans	24	12,2	47	12,1
	Lisans	120	61,2	239	61,6
	Lisansüstü ve Doktora	22	11,2	43	11,1

Çalışma durumu incelendiğinde, en büyük grubu kamu çalışanları oluşturmakta olup, pilot çalışmada %59,7, ana çalışmada ise %59,8 oranında yer almaktadır. Öğrenciler ve özel sektör çalışanları ise yaklaşık %10-16 arasında değişen oranlarla ikinci ve üçüncü büyük gruplar olarak dikkat çekmektedir. Çalışmayanlar ve emekliler ise daha düşük bir yüzdelik dilimde yer almaktadır.

Günlük sosyal ağ kullanım süresi açısından değerlendirildiğinde, en büyük grup 2-3 saat arası sosyal medya kullanan bireylerden oluşmaktadır. Pilot çalışmada bu süreyi %48 oranında,

ana çalışmada ise %48,2 oranında katılımcı tercih etmektedir. 3-5 saat sosyal ağ kullananların oranı ise yaklaşık %18 seviyesindedir. Günlük 1-2 saat sosyal medya kullanan bireylerin oranı %14-15 arasında değişirken, 30 dakikadan az ya da 5 saatten fazla sosyal medya kullanan katılımcıların oranı oldukça düşüktür.

Eğitim düzeyi bakımından incelendiğinde hem pilot hem de ana çalışmada katılımcıların büyük çoğunluğunun lisans mezunu olduğu görülmektedir. Lisansüstü ve doktora mezunlarının oranı %11 civarında iken, lise ve ön lisans mezunları da önemli bir paya sahiptir. İlkokul ve ortaokul mezunlarının oranı ise oldukça düşüktür.

Genel olarak değerlendirildiğinde, pilot ve ana çalışma arasındaki demografik dağılımların büyük ölçüde benzer olduğu ve katılımcıların çoğunluğunun orta yaş grubunda, kamuda çalışan, günlük 2-3 saat sosyal ağ kullanan ve yükseköğretim mezunu bireylerden oluştuğu görülmektedir.

**Tablo 2: Katılımcıların Kullandığı Sosyal Ağlar**

<b>Katılımcıların Kullandığı Sosyal Ağlar</b>	<b>Pilot (N=196)</b>	<b>Ana Çalışma (N=388)</b>
<b>WhatsApp</b>	180	360
<b>Facebook</b>	120	250
<b>YouTube</b>	150	310
<b>Instagram</b>	160	330
<b>Twitter (X)</b>	90	180
<b>TikTok</b>	40	90
<b>Telegram</b>	35	75
<b>LinkedIn</b>	15	40
<b>Diğer</b>	10	25

(Kaynak: Tablo araştırmacılar tarafından oluşturulmuştur.)

Tablo incelendiğinde hem pilot çalışmada hem de ana çalışmada katılımcıların en çok tercih ettiği sosyal ağın WhatsApp olduğu görülmektedir. Pilot çalışmada 180 kişi, ana çalışmada ise 360 kişi WhatsApp kullandığını belirtmiştir. Bu durum, WhatsApp'ın yaygın bir mesajlaşma platformu olarak kullanıcılar tarafından yoğun bir şekilde tercih edildiğini göstermektedir.

Facebook, YouTube ve Instagram, katılımcılar arasında diğer en popüler platformlar arasında yer almaktadır. Pilot çalışmada Facebook 120, YouTube 150 ve Instagram 160 kişi tarafından kullanılırken, ana çalışmada bu sayıların sırasıyla 250, 310 ve 330'a yükseldiği görülmektedir. Bu platformların geniş kullanıcı kitlelerine hitap etmesi, sosyal medya tüketiminde önemli bir yer tuttuğunu göstermektedir.

Twitter (X) kullanım oranı diğer büyük platformlara kıyasla daha düşük olmakla birlikte, yine de belirli bir kullanıcı kitlesine sahiptir. Pilot çalışmada 90, ana çalışmada ise 180 kişi Twitter (X) kullandığını belirtmiştir. TikTok ve Telegram gibi platformlar daha sınırlı bir kullanıcı kitlesine sahip olup, pilot çalışmada sırasıyla 40 ve 35 kişi, ana çalışmada ise 90 ve 75 kişi tarafından kullanılmaktadır.

LinkedIn, diğer sosyal ağlara kıyasla daha az tercih edilen platformlar arasında yer almakta olup, özellikle iş dünyasına yönelik bir platform olması nedeniyle sınırlı bir kullanıcı kitlesine sahip olduğu anlaşılmaktadır. Pilot çalışmada 15, ana çalışmada 40 kişi LinkedIn kullanmaktadır. Diğer kategorisinde değerlendirilen sosyal medya platformları ise en düşük kullanım oranına sahiptir ve pilot çalışmada 10, ana çalışmada 25 kişi tarafından tercih edilmiştir.

Genel olarak değerlendirildiğinde, mesajlaşma ve görsel içerik paylaşımı odaklı platformların (WhatsApp, Instagram, YouTube) en çok kullanılan sosyal ağlar olduğu, Twitter (X), TikTok ve Telegram gibi platformların ise daha sınırlı bir kullanıcı kitlesine hitap ettiği görülmektedir. Ana çalışmada tüm sosyal ağların kullanım oranlarının pilot çalışmaya göre arttığı, bunun da ana çalışmanın daha geniş bir örneklem grubunu kapsamasıyla ilişkili olduğu söylenebilir.

#### 4. Bulgular

Araştırmanın bu bölümünde, öncelikle son şeklini alan ölçeğin faktör yapısının incelenmesi amacıyla Açıklayıcı Faktör Analizi (AFA) uygulanmıştır. AFA sonuçlarına dayanarak belirlenen üç faktörlü yapının doğruluğu, yapı geçerliliğini test etmek amacıyla Doğrulayıcı Faktör Analizi (DFA) ile değerlendirilmiş ve bu analizler AMOS ve SmartPLS yazılımları kullanılarak gerçekleştirilmiştir.

Geliştirilen Sosyal Ağ Yorgunluğu Ölçeği için yapılan Açıklayıcı Faktör Analizi (AFA) sonuçlarına göre, ölçeğin üç faktörlü bir yapıya sahip olduğu görülmektedir. Varimax rotasyonu ile gerçekleştirilen faktör analizi sonucunda maddeler bilişsel yorgunluk, davranışsal yorgunluk ve duygusal yorgunluk olmak üzere üç alt boyutta toplanmıştır. Faktör yükleri incelendiğinde, her bir maddenin ilgili faktör altında yüksek yük değerlerine sahip olduğu gözlemlenmektedir. En yüksek faktör yükü ,860 ile davranışsal yorgunluk faktörüne ait 13. maddede bulunurken, en düşük faktör yükü ,570 ile yine aynı faktörde yer alan 23. maddeye aittir. Bu durum, maddelerin ilgili faktörlerle güçlü bir ilişkiye sahip olduğunu ve ölçeğin belirlenen faktör yapısını desteklediğini göstermektedir.

Ölçeğin faktör yükleri ve ortak varyans değerleri değerlendirildiğinde, maddelerin genellikle yüksek ortak varyans değerlerine sahip olduğu söylenebilir. En yüksek ortak varyans değeri ,862 ile davranışsal yorgunluk faktöründe yer alan 13. maddeye, en düşük ortak varyans değeri ise ,542 ile duygusal yorgunluk faktöründe yer alan 26. maddeye aittir. Ortak varyans değerlerinin büyük çoğunluğunun 0,60'ın üzerinde olması, maddelerin ilgili faktörleri açıklamada yeterli düzeyde olduğunu göstermektedir (Tutar vd., 2024). Ayrıca düzeltilmiş madde-alt ölçek toplam korelasyon değerleri incelendiğinde, tüm maddelerin bu değerlerinin 0,50'nin üzerinde olduğu görülmektedir. Bu durum, ölçeğin iç tutarlılığının yüksek olduğunu ve maddelerin ölçeğe katkısının güçlü olduğunu ortaya koymaktadır (Tutar vd., 2024).

Ölçeğin faktör yükleri ve ortak varyans değerleri değerlendirildiğinde, maddelerin genellikle yüksek ortak varyans değerlerine sahip olduğu söylenebilir. En yüksek ortak varyans değeri ,862 ile davranışsal yorgunluk faktöründe yer alan 13. maddeye, en düşük ortak varyans değeri ise ,542 ile duygusal yorgunluk faktöründe yer alan 26. maddeye aittir. Ortak varyans değerlerinin büyük çoğunluğunun 0,60'ın üzerinde olması, maddelerin ilgili faktörleri açıklamada yeterli düzeyde olduğunu göstermektedir (Tutar vd., 2024). Ayrıca düzeltilmiş madde-alt ölçek toplam korelasyon değerleri incelendiğinde, tüm maddelerin bu değerlerinin 0,50'nin üzerinde olduğu görülmektedir. Bu durum, ölçeğin iç tutarlılığının yüksek olduğunu ve maddelerin ölçeğe katkısının güçlü olduğunu ortaya koymaktadır (Tutar vd., 2024).

**Tablo 3: Geliştirilen Sosyal Ağ Yorgunluğu Ölçeğine İlişkin AFA Sonuçları**

Madde No:	Yönü	Faktör Yükleri (Varimax Rotasyonu)			Ortak Varyans	Ort. ± Std. Sap.	Düzeltilmiş Madde Alt Ölçek Toplam Korelasyonu
		Bilişsel Yorgunluk	Davranışsal Yorgunluk	Duygusal Yorgunluk			
1	-	,834			,858	2,94 ± 1,16	,831
2	-	,829			,794	2,92 ± 1,15	,771
3	-	,817			,835	3,00 ± 1,17	,829
4	-	,815			,827	2,81 ± 1,13	,825
5	-	,767			,784	3,14 ± 1,20	,822
6	-	,759			,770	3,17 ± 1,14	,795
7	-	,741			,779	2,98 ± 1,14	,835
8	-	,713			,663	2,83 ± 1,05	,730
9	-	,664			,694	2,96 ± 1,16	,785
10	-	,653			,567	3,11 ± 1,19	,636
11	-	,593			,640	2,96 ± 1,16	,752
12	-	,576			,732	2,68 ± 1,21	,832
13	-		,860		,862	3,07 ± 1,15	,774
14	-		,825		,841	3,23 ± 1,14	,798
15	-		,817		,796	3,38 ± 1,09	,750
16	-		,811		,827	3,20 ± 1,14	,799
17	-		,773		,832	2,77 ± 1,08	,787
18	-		,749		,810	3,07 ± 1,12	,777
19	-		,747		,787	3,48 ± 1,09	,803
20	-		,706		,670	3,30 ± 1,17	,693
21	-		,687		,744	3,65 ± 1,14	,749
22	-		,657		,752	3,22 ± 1,16	,783
23	-		,570		,639	3,22 ± 1,11	,627
24	-			,771	,702	2,63 ± 1,06	,616
25	-			,617	,594	2,35 ± 0,86	,658
26	-			,600	,542	2,70 ± 1,03	,589
27	-			,590	,707	3,27 ± 1,07	,772
28	-			,585	,608	2,40 ± 0,95	,701
<b>Öz Değer:</b>		16,879	2,381	1,397	<b>KMO: 0,931 Bartlett's Test: 0,000</b>		
<b>Açıklanan Varyans:</b>		%30,432	%27,567	%15,774	<b>Açıklanan Toplam Varyans: %73,773</b>		
<b>Madde Sayısı:</b>		12	11	5	<b>Toplam Madde Sayısı: 28</b>		
<b>Cronbach's Alpha:</b>		0,955	0,950	0,863	<b>Ölçek Geneli için Cronbach's Alpha: 0,975</b>		
<b>CR:</b>		0,961	0,957	0,867			
<b>AVE:</b>		0,673	0,670	0,569			

Ölçeğin güvenilirlik analizi kapsamında hesaplanan Cronbach's Alpha değerleri, bilişsel yorgunluk için 0,955, davranışsal yorgunluk için 0,950 ve duygusal yorgunluk için 0,863 olarak bulunmuştur. Alt ölçeklerin güvenilirlik katsayılarının 0,80'in üzerinde olması, ölçeğin güvenilir olduğunu göstermektedir (Tutar vd., 2024). Ölçeğin genel Cronbach's Alpha değeri ise 0,975 olarak hesaplanmış olup, bu değer ölçeğin genel olarak yüksek iç tutarlılığa sahip olduğunu ortaya koymaktadır. Ayrıca, hesaplanan CR (Bileşik Güvenirlik) değerleri bilişsel yorgunluk için 0,961, davranışsal yorgunluk için 0,957 ve duygusal yorgunluk için 0,867 olarak bulunmuştur. CR değerlerinin tüm faktörlerde 0,70'in üzerinde olması, ölçeğin yapısal güvenilirliğinin yüksek olduğunu göstermektedir. AVE (Ortalama Varyans Açıklaması) değerleri ise sırasıyla 0,673, 0,670 ve 0,569 olarak hesaplanmıştır. AVE değerlerinin 0,50'nin üzerinde olması, ölçeğin yapısal geçerliliğinin yeterli düzeyde olduğunu desteklemektedir.

Ölçeğin faktör analizi sonuçlarına göre, toplam açıklanan varyans %73,773 olarak bulunmuştur. Bu oran, ölçeğin ölçmeyi amaçladığı yapıyı yeterli düzeyde açıkladığını göstermektedir. Faktörlerin açıklanan varyans yüzdeleri sırasıyla bilişsel yorgunluk için %30,432, davranışsal yorgunluk için %27,567 ve duygusal yorgunluk için %15,774'tür. En fazla varyansı açıklayan faktör bilişsel yorgunluk olurken, duygusal yorgunluk faktörü nispeten daha düşük bir varyans açıklama yüzdesine sahiptir. Ancak üç faktörün toplam varyansın %70'ten fazlasını açıklaması, ölçeğin güçlü bir faktör yapısına sahip olduğunu göstermektedir.

Ölçeğin faktör analizine uygunluğu, Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) testi ve Bartlett's Test ile değerlendirilmiştir. KMO değeri 0,931 olarak hesaplanmış olup, bu değer örneklem büyüklüğünün faktör analizi için yeterli olduğunu göstermektedir (Tutar vd., 2024). Bartlett's Test sonucu ise anlamlı ( $p < 0,001$ ) bulunmuştur. Bu durum, verilerin faktör analizi için uygun olduğunu ve değişkenler arasında anlamlı ilişkilerin bulunduğunu ortaya koymaktadır (Tutar vd., 2024).

AFA sonucunda elde edilen boyutlar "bilişsel yorgunluk", "davranışsal yorgunluk" ve "duygusal yorgunluk" olarak adlandırılmıştır. Ölçeğin maddeleri bu üç boyut altında gruplandırılarak, sosyal ağ kullanımına bağlı olarak bireylerin yaşadığı yorgunluğun farklı yönlerini ölçmeyi amaçlamaktadır.

Bilişsel yorgunluk boyutuna ait maddeler, sosyal ağ kullanımının bireyin zihinsel kapasitesini ne ölçüde tükettiğini ve bilişsel işlevlerine nasıl etki ettiğini ölçmektedir. Bu faktör altında yer alan maddeler, sosyal ağ kullanımının zihinsel yük oluşturduğunu, düşünceleri toparlamayı zorlaştırdığını ve genel bilişsel işleyişi olumsuz etkilediğini ifade etmektedir. Özellikle zihinsel tükenme, bilişsel bulanıklık ve odaklanma güçlüğü gibi durumların öne çıktığı görülmektedir. Bu bağlamda, sosyal ağların yoğun kullanımı sonucunda bireylerin bilişsel olarak aşırı yüklenme hissettiği ve bunun günlük yaşantıya olumsuz yansıdığı söylenebilir.

Davranışsal yorgunluk boyutu, bireylerin sosyal ağ kullanımına yönelik davranışsal tepkilerini ve kullanım alışkanlıklarında meydana gelen değişiklikleri ele almaktadır. Bu faktöre ait maddeler, bireylerin sosyal ağ kullanımını bilinçli olarak azaltma, sınırlama ya da tamamen bırakma eğiliminde olduğunu göstermektedir. Katılımcıların sosyal ağlarda geçirdiği süreden rahatsızlık duyması, uzaklaşma ihtiyacı hissetmesi ve kullanımını kısıtlamaya yönelik çaba göstermesi bu boyutun temel bileşenleri arasında yer almaktadır. Bu durum, sosyal ağ kullanımına ilişkin bireylerin artan bir bilinç geliştirdiğini ve olumsuz etkilerden kaçınmak adına kullanım alışkanlıklarını değiştirme eğiliminde olduğunu göstermektedir.

**Tablo 4: Geliştirilen Sosyal Ağ Yorgunluğu Ölçeğinin Alt Faktörlerinin İsmiendirilmesi**

Ölçek Maddeleri	Boyutlar
S1. Sosyal ağlar yüzünden zihinsel olarak aşırı yüklediğimi hissediyorum.	
S2. Sosyal ağlar, zihinsel kapasitemi tüketiyor gibi hissettiriyor.	
S3. Sosyal ağlar, zihnimde bir yük oluşturuyor.	
S4. Sosyal ağlar yüzünden zihinsel enerjimi tüketiyor gibi hissediyorum.	
S5. Sosyal ağlarda fazla vakit geçirdikten sonra zihnim bulanıklaşıyor.	
S6. Sosyal ağlar, düşüncelerimi toparlamamı zorlaştırıyor.	Bilişsel Yorgunluk
S7. Sosyal ağ kullanımı sırasında zihinsel olarak yıprandığımı hissediyorum.	
S8. Sosyal ağlar, günlük aktivitelere odaklanmamı zorlaştırıyor.	
S9. Sosyal ağlar, benim için yük haline geliyor.	
S10. Sosyal ağ paylaşımları yüzünden kendimi değersiz hissettiğim oluyor.	
S11. Sosyal ağlarda gördüğüm içerikler aklımı çok meşgul ediyor.	
S12. Sosyal ağlarda vakit geçirdikten sonra içsel bir huzursuzluk yaşıyorum.	
S13. Sosyal ağ kullanımımı azaltmak, beni daha huzurlu hissettiriyor.	
S14. Sosyal ağlardan uzak kalmak bana iyi geliyor.	
S15. Sosyal ağ kullanımımı kısıtlamaya çalışıyorum.	
S16. Sosyal ağlardan uzak kaldığımda kendimi daha iyi hissediyorum.	
S17. Sosyal ağ kullanımımı sınırlamak bana rahatlık veriyor.	Davranışsal Yorgunluk
S18. Sosyal ağlarda daha az vakit geçirmek istiyorum.	
S19. Sosyal ağda vakit geçirdikçe ondan uzaklaşma ihtiyacı duyuyorum.	
S20. Sosyal ağlarda daha fazla vakit geçirmemek için önlemler alıyorum.	
S21. Sosyal ağda vakit geçirdikten sonra geri çekilmek istiyorum.	
S22. Sosyal ağda geçirdiğim süreyi sınırlamaya çalışıyorum çünkü beni yoruyor.	
S23. Sosyal ağa olan ilgimi kaybediyorum.	
S24. Sosyal ağlarda gördüğüm paylaşımlar beni duygusal olarak yoruyor.	Duygusal Yorgunluk
S25. Sosyal ağda vakit geçirdikten sonra duygusal olarak tükenmiş hissediyorum.	
S26. Sosyal ağ kullanırken sıkça sinirleniyorum.	
S27. Sosyal ağ, kendimi stresli hissetmemi neden oluyor.	
S28. Sosyal ağ kullanırken huzursuz oluyorum.	

Duygusal yorgunluk boyutu, sosyal ağ kullanımının bireylerin duygusal durumları üzerindeki etkisini incelemektedir. Bu faktör kapsamında yer alan maddeler, sosyal ağların duygusal tükenmişliğe, stres ve huzursuzluk hissine yol açtığını ortaya koymaktadır. Bireylerin sosyal ağlarda gördükleri içeriklerden etkilenerek duygusal anlamda yıprandıkları ve sosyal ağ kullanımının sık sık stres, sinirlilik ve huzursuzluk gibi olumsuz duygulara sebep olduğu görülmektedir. Bu bağlamda, sosyal ağ tüketiminin yalnızca bilişsel ve davranışsal etkilerle

sınırlı kalmadığı, aynı zamanda bireylerin duygusal durumlarını da önemli ölçüde etkilediği söylenebilir.

Bu üç boyutun bir araya gelerek oluşturduğu ölçek, sosyal ağ yorgunluğunun çok boyutlu bir kavram olduğunu ve bireyler üzerindeki etkilerinin yalnızca bilişsel değil, davranışsal ve duygusal düzeyde de ele alınması gerektiğini göstermektedir. Ölçeğin faktör yapısı, sosyal ağ kullanımının bireyler üzerindeki olumsuz etkilerini sistematik bir şekilde ölçmeye imkân tanımaktadır.

### Geliştirilen Sosyal Ağ Yorgunluğu Ölçeğine İlişkin DFA Sonuçları

Geliştirilen Sosyal Ağ Yorgunluğu Ölçeğinin doğrulayıcı faktör analizi, SmartPLS ve AMOS yazılımları kullanılarak gerçekleştirilmiştir. Bu analiz kapsamında, ölçeğin üç faktörlü yapısının teorik modelle uyumu değerlendirilmiş ve ölçüm modelinin geçerliliği test edilmiştir. Model uyum indeksleri, faktör yükleri ve hata terimleri analiz edilerek, her bir faktörün ölçeğin bütününe olan katkısı incelenmiştir. Yapılan analizler, faktörler arasındaki ilişkilerin anlamlı olup olmadığını belirlemeye yönelik olup, ölçeğin hem birleşim hem de ayrışım geçerliliğinin sağlanıp sağlanmadığını ortaya koymayı amaçlamaktadır. SmartPLS ve AMOS yazılımları aracılığıyla elde edilen bulgular doğrultusunda, araştırma modelinin yapısal geçerliliği ve uyumu değerlendirilmiş ve kapsamlı biçimde test edilmiştir.

**Tablo 5: Birleşim ve Ayrışım Geçerliliğine İlişkin Fornell ve Larcker Kriteri Bulguları**

	Bilişsel Yorgunluk	Davranışsal Yorgunluk	Duygusal Yorgunluk
Bilişsel Yorgunluk	0,821		
Davranışsal Yorgunluk	0,690	0,818	
Duygusal Yorgunluk	0,743	0,574	0,754

Geliştirilen Sosyal Ağ Yorgunluğu Ölçeği'nin birleşim ve ayrışım geçerliliğini değerlendirmek amacıyla Fornell & Larcker (1981) kriteri kullanılmıştır. Bu kriter, yapıların birbiriyle olan ilişkilerini ve ölçeğin ölçtüğü faktörlerin birbirinden ne derece ayrıştığını incelemek için kullanılan önemli bir geçerlilik analizidir.

Tablodaki diyagonal değerler, her faktör için Ortalama Varyans Açıklaması (AVE) değerlerinin karekökünü temsil etmektedir. Bilişsel yorgunluk faktörü için AVE'nin karekökü 0,821, davranışsal yorgunluk için 0,818 ve duygusal yorgunluk için 0,754 olarak hesaplanmıştır. Fornell ve Larcker kriterine göre, bir faktörün AVE'nin karekök değeri, diğer faktörlerle olan korelasyon değerlerinden büyük olmalıdır. Bu bağlamda, tabloda yer alan diyagonal değerlerin, aynı satır ve sütunda yer alan korelasyon katsayılarından yüksek olması, ölçeğin ayrışım geçerliliğini sağladığını göstermektedir.

Bilişsel yorgunluk ile davranışsal yorgunluk arasındaki korelasyon 0,690, bilişsel yorgunluk ile duygusal yorgunluk arasındaki korelasyon 0,743 olarak hesaplanmıştır. Davranışsal yorgunluk ile duygusal yorgunluk arasındaki korelasyon ise 0,574 olarak belirlenmiştir. Korelasyon katsayılarının 0,50'nin üzerinde olması, faktörlerin birbirleriyle ilişkili olduğunu ancak tamamen örtüşmediğini göstermektedir. Bu durum, ölçeğin birleşim geçerliliğinin de sağlandığını desteklemektedir.

**Tablo 6: Değişkenlere İlişkin HTMT Kriterine Dayalı Ayrışım Geçerliliği Bulguları**

	Bilişsel Yorgunluk	Davranışsal Yorgunluk	Duygusal Yorgunluk
Bilişsel Yorgunluk			
Davranışsal Yorgunluk	0,707		
Duygusal Yorgunluk	0,835	0,637	

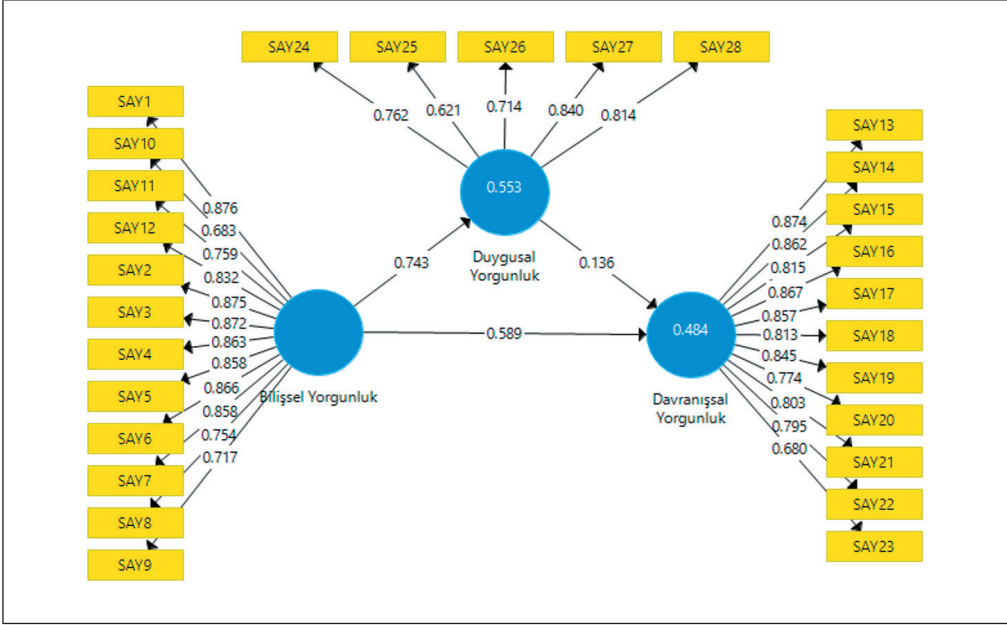
Geliştirilen Sosyal Ağ Yorgunluğu Ölçeği'nin ayrışım geçerliliğini değerlendirmek amacıyla Heterotrait-Monotrait (HTMT) oranı kullanılmıştır. HTMT kriteri, geleneksel Fornell ve Larcker kriterine kıyasla daha hassas bir yöntem olup, faktörlerin birbirinden yeterince farklı olup olmadığını test etmek için kullanılır.

Tablo incelendiğinde, bilişsel yorgunluk ile davranışsal yorgunluk arasındaki HTMT oranı 0,707 olarak bulunmuştur. Bilişsel yorgunluk ile duygusal yorgunluk arasındaki HTMT oranı 0,835 ve davranışsal yorgunluk ile duygusal yorgunluk arasındaki HTMT oranı 0,637 olarak hesaplanmıştır. HTMT kriterine göre, iki faktör arasındaki oran 0,90'ın altında ise bu durum, faktörlerin birbirinden ayrıştığını ve ölçeğin ayrışım geçerliliğini sağladığını göstermektedir. Bu bağlamda, tüm faktörler için HTMT oranlarının 0,90'ın altında olması, ölçeğin faktörlerinin bağımsız olarak ölçüm yaptığını işaret etmektedir.

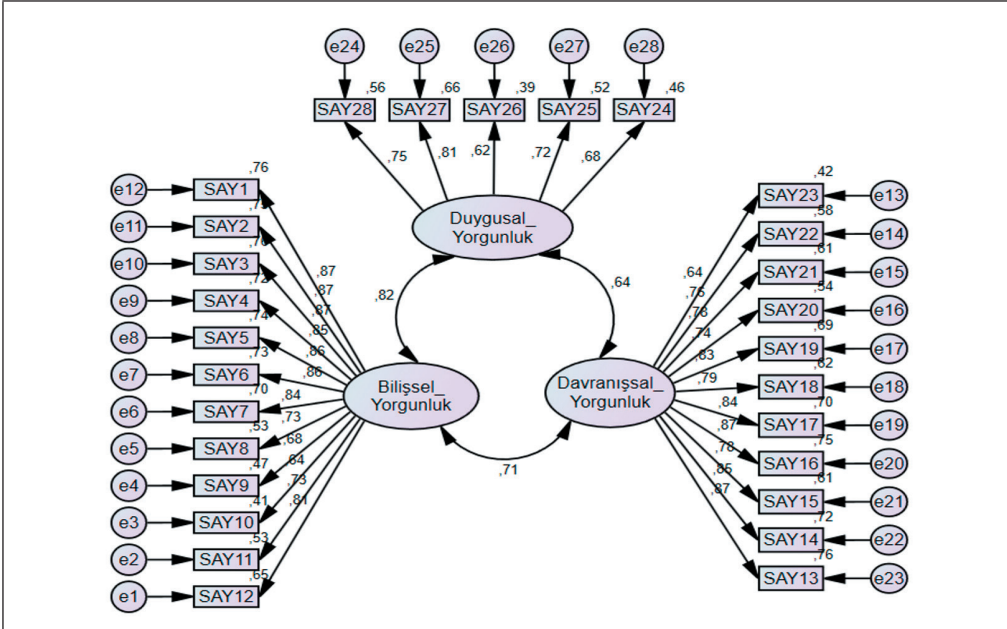
Özellikle, bilişsel yorgunluk ile duygusal yorgunluk arasındaki HTMT oranı 0,835 olarak hesaplanmış olup, bu değer 0,85'e oldukça yakın olmakla birlikte kabul edilebilir sınırlar içindedir. Bu durum, bilişsel ve duygusal yorgunluk faktörlerinin birbirleriyle anlamlı bir ilişki içinde olduğunu ancak tam olarak örtüşmediğini göstermektedir. Davranışsal yorgunluk ile diğer faktörler arasındaki HTMT oranlarının daha düşük olması, bu faktörün diğer iki faktörden daha net bir şekilde ayrıştığını göstermektedir.

Genel olarak elde edilen bulgular ölçeğin ayrışım geçerliliğinin sağlandığını ve faktörlerin birbirinden bağımsız olarak işlev gördüğünü desteklemektedir.

Şekil 1: SmartPLS Kullanılarak Yapılan DFA Sonucunda Elde Edilen Standartlaştırılmış Faktör Yükleri



Şekil 2: AMOS Kullanılarak Yapılan DFA Sonucunda Elde Edilen Standartlaştırılmış Faktör Yükleri



Modelden elde edilen standartlaştırılmış faktör yükleri incelendiğinde, faktörler ile ilgili maddeler arasındaki ilişkilerin beklendiği şekilde güçlü ve anlamlı olduğu görülmektedir. Tüm faktör yüklerinin kabul edilebilir eşik değerlerinin üzerinde olması, geliştirilen modelin ölçüm yapısının tutarlı olduğunu ve teorik çerçeve ile uyumlu bir yapı sergilediğini göstermektedir. Bu bulgular, ölçeğin yapı geçerliliğini desteklemekte ve modelin genel olarak güvenilir bir ölçüm aracı sunduğunu ortaya koymaktadır.

Modelden elde edilen standartlaştırılmış faktör yükleri incelendiğinde, faktörler ile ilgili maddeler arasındaki ilişkilerin beklendiği şekilde güçlü ve anlamlı olduğu görülmektedir. AMOS aracılığıyla gerçekleştirilen doğrulayıcı faktör analizi sonuçları, ölçeğin üç faktörlü yapısının teorik modelle uyumlu olduğunu göstermektedir. Faktör yüklerinin kabul edilebilir seviyelerde olması, ölçeğin yapı geçerliliğini desteklemekte ve ölçüm modelinin güvenilir bir yapı sunduğunu ortaya koymaktadır.

Geliştirilen Sosyal Ağ Yorgunluğu Ölçeği'nin doğrulayıcı faktör analizi (DFA) sonuçları, ölçeğin üç faktörlü yapısının doğrulandığını ve modelin iyi uyum gösterdiğini ortaya koymaktadır. DFA, ölçek maddelerinin belirlenen faktör yapısına ne ölçüde uyum sağladığını test etmek için kullanılan bir analiz yöntemidir. Bu kapsamda elde edilen standartlaştırılmış regresyon katsayıları ( $\beta$ ), standart hata (S.H.), t değerleri ve p değerleri incelenmiştir.

**Tablo 7: Geliştirilen Ölçeğin DFA'sına İlişkin Elde Edilen Bulgular**

			<b>B</b>	<b>Standartlaştırılmış B</b>	<b>S.H.</b>	<b>t</b>	<b>p-değeri</b>
SAY12	<---	Bilişsel Yorgunluk	1,000	,807			
SAY11	<---	Bilişsel Yorgunluk	,955	,728	,077	12,333	<0,001
SAY10	<---	Bilişsel Yorgunluk	,880	,644	,083	10,547	<0,001
SAY9	<---	Bilişsel Yorgunluk	,818	,682	,072	11,343	<0,001
SAY8	<---	Bilişsel Yorgunluk	,969	,728	,079	12,345	<0,001
SAY7	<---	Bilişsel Yorgunluk	1,099	,839	,073	15,040	<0,001
SAY6	<---	Bilişsel Yorgunluk	1,132	,857	,073	15,526	<0,001
SAY5	<---	Bilişsel Yorgunluk	1,122	,859	,072	15,562	<0,001
SAY4	<---	Bilişsel Yorgunluk	1,143	,849	,075	15,308	<0,001
SAY3	<---	Bilişsel Yorgunluk	1,125	,869	,071	15,852	<0,001
SAY2	<---	Bilişsel Yorgunluk	1,145	,867	,072	15,801	<0,001
SAY1	<---	Bilişsel Yorgunluk	1,141	,872	,072	15,940	<0,001
SAY23	<---	Davranışsal Yorgunluk	1,000	,644			
SAY22	<---	Davranışsal Yorgunluk	1,264	,762	,126	10,033	<0,001
SAY21	<---	Davranışsal Yorgunluk	1,219	,782	,119	10,245	<0,001
SAY20	<---	Davranışsal Yorgunluk	1,178	,736	,121	9,758	<0,001
SAY19	<---	Davranışsal Yorgunluk	1,323	,829	,123	10,727	<0,001
SAY18	<---	Davranışsal Yorgunluk	1,269	,789	,123	10,314	<0,001
SAY17	<---	Davranışsal Yorgunluk	1,293	,837	,120	10,800	<0,001

**Tablo 7 devam**

SAY16	<---	Davranışsal Yorgunluk	1,434	,868	,129	11,110	<0,001
SAY15	<---	Davranışsal Yorgunluk	1,225	,782	,120	10,240	<0,001
SAY14	<---	Davranışsal Yorgunluk	1,378	,850	,126	10,931	<0,001
SAY13	<---	Davranışsal Yorgunluk	1,372	,873	,123	11,153	<0,001
SAY28	<---	Duygusal Yorgunluk	1,000	,749			
SAY27	<---	Duygusal Yorgunluk	1,187	,814	,101	11,771	<0,001
SAY26	<---	Duygusal Yorgunluk	,934	,621	,105	8,933	<0,001
SAY25	<---	Duygusal Yorgunluk	1,053	,720	,136	7,739	<0,001
SAY24	<---	Duygusal Yorgunluk	1,014	,682	,103	9,840	<0,001
(CMIN) $\chi^2(347) = 546,337$			RMSEA=0,058 <0,08	CFI=0,987 > 0,90			
(CMIN/sd) $\chi^2/sd = 1,574 <2$			RMR=0,062 <0,08	GFI=0,943 > 0,90			
<b>p=0,000</b>			NFI=0,935 > 0,90	IFI=0,988 > 0,90			

Bilişsel yorgunluk faktörüne ait maddelerin standartlaştırılmış yük değerleri 0,644 ile 0,872 arasında değişmektedir. En yüksek faktör yüküne sahip madde SAY1 ( $\beta = 0,872$ ,  $t = 15,940$ ,  $p < 0,001$ ) olurken, en düşük faktör yükü SAY10 ( $\beta = 0,644$ ,  $t = 10,547$ ,  $p < 0,001$ ) maddesinde görülmektedir. Tüm maddelerin p değerleri 0,001'den küçük olup, bu faktörün bileşenlerinin istatistiksel olarak anlamlı olduğu görülmektedir.

Davranışsal yorgunluk faktörüne ait maddeler incelendiğinde, standartlaştırılmış faktör yüklerinin 0,644 ile 0,873 arasında değiştiği görülmektedir. En yüksek yük değerine sahip madde SAY13 ( $\beta = 0,873$ ,  $t = 11,153$ ,  $p < 0,001$ ) olurken, en düşük faktör yükü SAY23 ( $\beta = 0,644$ ,  $p < 0,001$ ) maddesinde gözlemlenmiştir. Tüm maddeler için t değerlerinin 7,739 ile 11,153 arasında olması, modelin güçlü bir yapıya sahip olduğunu göstermektedir.

Duygusal yorgunluk faktörüne ait maddelerin faktör yükleri 0,621 ile 0,814 arasında değişmektedir. En yüksek faktör yüküne sahip madde SAY27 ( $\beta = 0,814$ ,  $t = 11,771$ ,  $p < 0,001$ ) olurken, en düşük yük değerine sahip madde SAY26 ( $\beta = 0,621$ ,  $t = 8,933$ ,  $p < 0,001$ ) olarak belirlenmiştir. Standart hata değerlerinin düşük olması, modelin güvenilirliğini destekleyen bir diğer önemli bulgudur.

Modelin genel uyum indeksleri incelendiğinde,  $\chi^2(347) = 546,337$ ,  $p < 0,001$  değeri elde edilmiştir.  $\chi^2/sd$  oranı = 1,574 olup, kabul edilebilir eşik değer olan 2'nin altında bulunmuştur. CFI (0,987), NFI (0,935), IFI (0,988) ve GFI (0,943) değerleri 0,90'ın üzerinde olup, modelin iyi bir uyuma sahip olduğunu göstermektedir. RMSEA değeri (0,058) ve RMR değeri (0,062), kabul edilebilir sınır olan 0,08'in altında olduğu için modelin uyumunu desteklemektedir.

Bu bulgular, ölçeğin üç faktörlü yapısının doğrulandığını ve geliştirilen modelin iyi düzeyde uyum gösterdiğini ortaya koymaktadır. DFA sonuçları, sosyal ağ yorgunluğunu bilişsel, davranışsal ve duygusal yorgunluk olmak üzere üç boyutta ele alan ölçeğin geçerli ve güvenilir bir yapı sunduğunu desteklemektedir.

## 5. Sonuç, Tartışma ve Öneriler

Ölçek geliştirme çalışmaları, belirli bir kavramı sistematik ve ölçülebilir bir şekilde değerlendirmek amacıyla yürütülen araştırmalardır. Sosyal ağların yaygınlaşmasıyla birlikte bireylerin bu platformları kullanırken yaşadığı olası olumsuz etkiler, akademik çalışmaların odak noktalarından biri hâline gelmiştir. Özellikle, sosyal ağ kullanımının bireyler üzerinde bilişsel, davranışsal ve duygusal düzeyde yorgunluk oluşturabileceği yönündeki bulgular, bu alanda geçerli ve güvenilir bir ölçüm aracının gerekliliğini ortaya koymaktadır. Mevcut literatürde sosyal ağ yorgunluğunu kapsamlı bir şekilde ele alan sınırlı sayıda ölçek bulunmakta olup, bu durum yeni bir ölçüm aracının geliştirilmesini önemli hâle getirmektedir. Bu bağlamda, çalışma kapsamında sosyal ağ yorgunluğunu farklı boyutlarıyla ele alan geçerli ve güvenilir bir ölçek geliştirilmesi amaçlanmıştır.

Araştırma kapsamında, sosyal ağ kullanıcılarının yorgunluk düzeylerini ölçmek üzere bir ölçek formu oluşturulmuş ve veri toplama süreci gerçekleştirilmiştir. Katılımcılar, sosyal ağları aktif olarak kullanan bireylerden oluşmuş ve örneklem, ölçüm aracının farklı kullanıcı gruplarına uygulanabilirliğini değerlendirmek amacıyla geniş bir dağılımla belirlenmiştir. Ölçek geliştirme sürecinde öncelikle açıklayıcı faktör analizi (AFA) gerçekleştirilmiş ve ölçeğin faktör yapısı incelenmiştir. Daha sonra doğrulayıcı faktör analizi (DFA) ile modelin uyum indeksleri test edilerek ölçüm aracının geçerliliği değerlendirilmiştir.

Yürütülen analizler sonucunda, sosyal ağ kullanımına bağlı olarak bireylerde ortaya çıkan sosyal ağ yorgunluğunu ölçmeye yönelik geçerli ve güvenilir bir ölçüm aracı sunulmuştur. Açıklayıcı faktör analizi (AFA), ölçeğin üç faktörlü bir yapıya sahip olduğunu ve bu yapıların bilişsel, davranışsal ve duygusal yorgunluk boyutlarıyla örtüştüğünü ortaya koymuştur. Doğrulayıcı faktör analizi (DFA) bulguları ise modelin iyi düzeyde uyum gösterdiğini göstermiştir. Ayrıca, ölçeğin birleşik ve ayrışım geçerliliği Fornell-Larcker ve HTMT kriterlerine göre sağlanmıştır.

Sosyal ağ yorgunluğu, bireylerin yoğun bilgi akışı, sürekli etkileşim beklentisi ve duygusal yüklenme sonucu sosyal ağ platformlarında tükenmişlik, stres ve huzursuzluk gibi olumsuz deneyimler yaşamasıyla tanımlanabilir. Zhang vd., (2021), Sosyal ağ yorgunluğunun bilişsel, duygusal ve davranışsal yönlerden oluştuğunu belirtmiş, bu çalışmada da söz konusu çok boyutlu yapının geçerli olduğu gösterilmiştir. Bright vd., (2015), özellikle bilgi yüklenmesinin sosyal ağ yorgunluğunu tetiklediğini ve kullanıcıların aşırı bilgi maruziyeti sonucunda tükenmişlik hissine kapıldıklarını vurgulamaktadır. Bu bağlamda, çalışmada yer alan bilişsel yorgunluk faktörü, sosyal ağ kullanımının zihinsel kaynaklar üzerindeki baskısını; davranışsal yorgunluk faktörü, bu baskıya karşı bireylerin sosyal ağ etkileşimlerini bilinçli şekilde sınırlama davranışını; duygusal yorgunluk faktörü ise bireylerde stres, huzursuzluk ve tükenmişlik duygularının artışı ifade etmektedir. Bu yapı, Lang'ın Sınırlı Kapasite Modeli (Limited Capacity Model) çerçevesinde değerlendirilebilir. Bu modele göre, bireylerin bilişsel işlem kapasiteleri sınırlıdır ve sürekli enformasyon akışı bu kapasitenin aşılmasına neden olarak zihinsel yorgunluk doğurur.

Elde edilen bulgular ayrıca, sosyal ağ kullanımının bireylerin dikkat ve odaklanma becerilerinde azalma, karar verme süreçlerinde zorluk ve genel zihinsel performansta düşüş gibi sonuçlara yol açabileceğini ortaya koymuştur. Lee vd., (2016), bilgi iletişim teknolojilerinin

aşırı kullanımının bireylerde stres ve zihinsel yıpranma oluşturduğunu belirtmiş, Dhir vd., (2018) ise sosyal ağlardaki kompulsif kullanım eğilimleri ile tükenmişlik, anksiyete ve depresyon arasında anlamlı ilişkiler bulunduğunu göstermiştir. Davranışsal yorgunluk düzeyindeki artışın, bireyleri sosyal ağ kullanımını azaltma ya da sonlandırma eğilimine yönlendirdiği görülmektedir. Maier vd., (2012), sosyal ağlarda karşılaşılan aşırı etkileşim yükünün duygusal tükenmeye ve platformdan uzaklaşmaya yol açtığını ortaya koymuştur. Bu sonuçlar, sosyal ağ yorgunluğunun yalnızca geçici bir durum olmadığını, bireylerin dijital davranışlarında köklü değişimlere neden olabileceğini göstermektedir. Duygusal yorgunluk açısından bakıldığında, sosyal ağ ortamlarında sürekli karşılaştırmalara maruz kalan bireylerin stres, kıskançlık, yetersizlik hissi ve tatminsizlik gibi duygular yaşadıkları anlaşılmaktadır. Özellikle “kaçırma korkusu” (FoMO) ve sosyal karşılaştırma süreçlerinin, bireylerin sürekli çevrimiçi kalma ihtiyacı hissetmelerine neden olduğu ve bunun da dijital refah üzerinde olumsuz etkiler doğurduğu ifade edilmektedir (Dhir vd., 2018).

Tüm bu sonuçlar, sosyal ağ kullanımına bağlı olarak gelişen yorgunluk biçimlerinin bireylerin psikolojik iyi oluşlarını olumsuz etkilediğini ortaya koymaktadır. Bu bağlamda, sosyal ağ yorgunluğunu azaltmaya yönelik çeşitli stratejilerin uygulanması önerilmektedir. Zhang vd., (2021) ile Coyne vd., (2023) araştırmalarında, sosyal ağ detoksu uygulamalarının bireylerin dijital refahını desteklediği ve tükenmişlik düzeylerini düşürdüğü belirtilmektedir. Bu tür uygulamalarda sosyal ağ kullanımına planlı aralar verilmesi, ekran süresinin sınırlandırılması ve çevrim dışı etkinliklere yönelmesi önerilmektedir. Bunun yanı sıra, dijital farkındalık eğitimleri, bildirimlerin sınırlandırılması, çevrimdışı sosyal etkileşimlerin desteklenmesi ve bilinçli dijital tüketim alışkanlıklarının teşvik edilmesi sosyal ağ yorgunluğunu önlemede etkili yaklaşımlar olarak değerlendirilmektedir. Lee vd., (2016), bu tür stratejilerin dijital ortamda dikkat dağınıklığını azaltabileceğini ve bireylerin zihinsel dayanıklılıklarını artırabileceğini vurgulamıştır.

Bu çalışma kapsamında sunulan sosyal ağ yorgunluğu ölçeği, bireylerin sosyal ağ kullanımına bağlı olarak yaşadığı bilişsel, davranışsal ve duygusal yorgunluk düzeylerini değerlendirmede geçerli ve güvenilir bir araç sunmaktadır. İlerleyen araştırmalarda ölçeğin farklı yaş grupları ve kültürel bağlamlarda test edilmesi önerilmekte, aynı zamanda sosyal ağ kullanımına yönelik eğitim programlarının geliştirilmesi ve dijital refahı artırmaya yönelik kamu politikalarının desteklenmesi gerektiği vurgulanmaktadır.

#### **Katkı Oranı Beyanı**

Makale yazarları eşit oranda katkıda bulunmuşlardır.

#### **Çıkar Çatışması Beyanı**

Yazarlar arasında çıkar çatışması bulunmamaktadır.

#### **Kaynakça**

- Adhikari, K., & Panda, R. K. (2020). Examining the role of social networking fatigue toward discontinuance intention: The multigroup effects of gender and age. *Journal of Internet Commerce*, 19(2), 125-152. <https://doi.org/10.1080/15332861.2019.1698265>
- Aktaş Terzioğlu M., & Toker Uğurlu T. (2023). Social media addiction in medical faculty students; The relationship with dissociation, social anxiety, and alexithymia. *Pamukkale Tıp Dergisi*, 16(4), 580-592. <https://doi.org/10.31362/patd.1321281>

- Bright, L. F., Kleiser, S. B., & Grau, S. L. (2015). Too much Facebook? An exploratory examination of social media fatigue. *Computers in Human Behavior, 44*, 148–155.
- Cao, X., Khan, A. N., Ali, A., & Khan, N. A. (2018). Consequences of cyberbullying and social overload while using SNSs: A study of users' discontinuous usage behavior. *Information Systems Frontiers, 21*(6), 1-14. <https://doi.org/10.1007/s10796-019-09936-8>
- Coyne, S. M., Rogers, A. A., Zurcher, J. D., Stockdale, L. A., & Booth, M. (2023). Does time away from social media improve mental well-being? *Journal of Social and Clinical Psychology, 42*(2), 89–103. <https://doi.org/10.1521/jscp.2023.42.2.89>
- Davis, L. L. (1992). Instrument review: Getting the most from a panel of experts. *Applied Nursing Research, 5*(4), 194–197. [https://doi.org/10.1016/S0897-1897\(05\)80008-4](https://doi.org/10.1016/S0897-1897(05)80008-4)
- Dhir, A., Yossatorn, Y., Kaur, P., & Chen, S. (2018). Online social media fatigue and psychological wellbeing—A study of compulsive use, fear of missing out, fatigue, anxiety and depression. *International Journal of Information Management, 40*, 141-152.
- Dhir, A., Kaur, P., Chen, S., & Pallesen, S. (2019). Antecedents and consequences of social media fatigue. *International Journal of Information Management, 48*, 193–202. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2019.05.021>
- Evli M., Albayrak E., Şimşek N., & Uzdil N. (2023). Mindfulness, psychological well-being, social media use, and internet use time among adolescents: A structural equation modeling. *Bağımlılık Dergisi, 24*(4), 407-416. <https://doi.org/10.51982/bagimli.1106080>
- Fornell, C., & Larcker, D. F. (1981). Evaluating structural equation models with unobservable variables and measurement error. *Journal of marketing research, 18*(1), 39-50.
- Fu, S., Li, H., Liu, Y., Pirkkalainen, H., & Salo, M. (2020). Social media overload, exhaustion, and use discontinuance: Examining the effects of information overload, system feature overload, and social overload. *Information Processing & Management, 57*(6), 1-15. <https://doi.org/10.1016/j.ipm.2020.102307>
- Hidayat, P., & Nurhayati, S. R. (2019). The influence of online social interaction on internet addiction among adolescence. *Yaşam Becerileri Psikoloji Dergisi, 3*(6), 229- 236. <https://doi.org/10.31461/ybpd.616184>
- Kaur, P., Islam, N., Tandon, A., & Dhir, A. (2021). Social media users' online subjective well-being and fatigue: A network heterogeneity perspective. *Technological Forecasting and Social Change, 172*, 121039. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2021.121039>
- Lee, A. R., Son, S. M., & Kim, K. K. (2016). Information and communication technology overload and social networking service fatigue: A stress perspective. *Computers in Human Behavior, 55*, 51–61.
- Li, N., Li, S., & Fan, L. (2021). Risk factors of psychological disorders after the COVID-19 outbreak: The mediating role of social support and emotional intelligence. *Journal of Adolescent Health, 69*(5):696-704. doi: 10.1016/j.jadohealth.2021.07.018
- Longstreet, P., & Brooks, S. (2017). Life satisfaction: A key to managing internet & social media addiction. *Technology in Society, 50*, 73–77. <https://doi.org/10.1016/j.techsoc.2017.05.003>
- Maier, C., Laumer, S., Eckhardt, A., & Weitzel, T. (2012). When social networking turns to social overload: Explaining the stress, emotional exhaustion, and quitting behavior of social network site users. *ECIS 2012 Proceedings, 71*. <https://aisel.aisnet.org/ecis2012/71>
- Maier, C., Laumer, S., Eckhardt, A., & Weitzel, T. (2015). Giving too much social support: Social overload on social networking sites. *European Journal of Information Systems, 24*(5), 1-18.

- Malik, A., Dhir, A., Kaur, P., & Johri, A. (2020). Correlates of social media fatigue and academic performance decrement: A large cross-sectional study. *Information Technology & People*, 1–24.
- Kocabıyık O., & Donat Bacıoğlu, S. (2022). Predictive roles of psychological resilience and coping skills on social media addiction. *Psikiyatride Güncel Yaklaşımlar*, 14(1), 137-146. <https://doi.org/10.18863/pgy.1137812>
- Pang, H. (2021). How compulsive WeChat use and information overload affect social media fatigue and well-being during the COVID-19 pandemic? A stressor-strain-outcome perspective. *Telematics and Informatics*, 64, 101690. <https://doi.org/10.1016/j.tele.2021.101690>
- Sabik, N. J., Falat, J., & Magagnos, J. (2019). When self-worth depends on social media feedback: Associations with psychological well-being. *Sex Roles*, 82, 411-421. <https://doi.org/10.1007/s11199-019-01062-8>
- Tok, E. S., & Arslan, A. M. (2023). Relationship between loneliness, inadequacy, social anxiety and online social support with social media addiction. *Psikiyatride Güncel Yaklaşımlar*, 15(1), 45–58. <https://doi.org/10.18863/pgy.1343828>
- Total Ö., Erensoy H., & Luş M. (2021). Relationship between psychological symptoms, impulsivity and social media use problems. *Bağımlılık Dergisi*, 22(1), 43–52. <https://doi.org/10.51982/bagimli.793837>
- Tutar, H., Eryüzlü, H., Mutlu, H. T., & Nam, S. (2024). *Bilimsel analiz teknikleri (Nicel, nitel, karma yöntem ve ekonometrik analiz teknikleri)*. Umuttepe Yayınları.
- Van der Schuur, W. A., Baumgartner, S. E., Sumter, S. R., & Valkenburg, P. M. (2019). The consequences of media multitasking for youth: A review. *Computers in Human Behavior*, 53, 204–215.
- Xiao, L., & Mou, J. (2019). Social media fatigue: A case study of WeChat. *Computers in Human Behavior* 101(6), 297-310.
- Zhang, S., Shen, Y., Xin, T., Sun, H., Wang, Y., Zhang, X., & Ren, S. (2021). The development and validation of a social media fatigue scale: From a cognitive-behavioral-emotional perspective. *PLoS ONE*, 16(1).