Өсвөр үеийнхний нийгмийн сүлжээний хэрэглээг үнэлэх асуумжийн хүчин төгөлдөр байдлыг судалсан үр дүн

Б.Бадамням[1,2], М.Сугармаа[1], Д.Энхмаа[2]

[1]АШУҮИС, Нийгмийн эрүүл мэндийн сургууль, Эрүүл мэндийн нийгмийн ажил, нийгмийн ухааны тэнхим
[2]Эх хүүхдийн эрүүл мэндийн үндэсний төв
Цахим шуудан: badamnyam.hsw@gmail.com, Утас: 93223393

Түлхүүр үг:
Нийгмийн сүлжээний хэрэглээ
Хүчин зүйлийн шинжилгээ
Найдвартай байдал

Товч утга:
Үндэслэл: Сүүлийн жилүүдэд нийгмийн сүлжээний хэрэглээ эрчимтэй өсөж, хүмүүс хоорондоо мэдээллийг цаг хугацаа алдалгүй хүлээн авах, бусадтай хуваалцах боломжийг бүрдүүлж байна. Үүнтэй уялдан нийгмийн сүлжээний нөлөөг хувь хүний өдөр тутмын амьдралд хэрхэн тусгаж байгааг хэмжих олон төрлийн судалгааны хэрэгсэл, хэмжүүрүүд боловсруулагдсан боловч эдгээр нь зөвхөн ашиглах хугацаа, давтамжид төвлөрсөн байдгаас шалтгаалан нийгмийн сүлжээний бодит нөлөөг бүрэн хэмжээнд судлах хэрэгцээ шаардлага байсаар байгаа нь энэхүү судалгааны үндэслэл болно. **Зорилго:** Өсвөр үеийнхний нийгмийн сүлжээний хэрэглээг үнэлэх асуумжийн найдвартай, хүчин төгөлдөр байдлыг тодорхойлох. **Арга, аргачлал:** Судалгааг аналитик агшингийн загвараар 12–17 насны (15.1±3.6) нийт 421 сурагч (эрэгтэй 43.7%, эмэгтэй 56.3%) хамруулан хийж гүйцэтгэсэн. Судалгаанд Нийгмийн сүлжээний хэрэглээг үнэлэх асуумж (SMUIS)-ийн Монгол хувилбарын хүчин төгөлдөр ба найдвартай байдлыг үнэлсэн. Судалгааны хүчин төгөлдөр байдлыг хүчин зүйлийн шинжилгээ (EFA, CFA)-ээр, найдвартай байдлыг Кронбахын альфа коэффициентоор тооцлоо. **Үр дүн:** Нийгмийн сүлжээний хэрэглээг үнэлэх асуумжийн Монгол хувилбарыг өсвөр үеийнхэн дунд ашиглахад 2 дэд бүлэг (e<1.0) тодорхойлогдож, үндсэн бүрэлдэхүүн тодорхойлох шинжилгээгээр 10 хувьсагчийн латент хувьсагчид үзүүлэх ачаалал 0.4 ба түүнээс дээш хангалттай, давхар ачаалал үүсгэсэн хувьсагч тогтоогдоогүй (<0.4). Бүтцийн регрессийн шинжилгээгээр дэд бүлгүүдийн хувьсагчдад үзүүлэх нөлөөлөл эерэг хангалттай байна (B=0.42-0.82). Хүчин төгөлдөр асуумжийн найдвартай байдлыг үнэлэхэд Кронбахын альфа 0.6-аас дээш байлаа. **Дүгнэлт:** Нийгмийн сүлжээний хэрэглээг үнэлэх асуумжийн Монгол хувилбарын хүчин төгөлдөр, найдвартай байдал хангалттай, өсвөр үеийн цахим хэрэглээний байдлыг үнэлэхэд хэрэглэх бүрэн боломжтой байна. Цаашид энэхүү асуумжийн Монгол хувилбарын найдвартай байдлыг бусад хүн амын бүлэгт судлах, хэрэглэх хэрэгцээтэй байна.

Үндэслэл: Дэлхийн Эрүүл Мэндийн Байгууллагаас 10-19 насыг өсвөр үе гэж тодорхойлдог[1]. Өсвөр нас нь бие махбодын өсөлт хөгжил, сэтгэл зүй танин мэдэхүйн хөгжил, нийгмийн хөгжлийн чухал үе шат бөгөөд мэдлэг, ур чадвараа хөгжүүлэх, сэтгэл хөдөл, харилцаа холбоогоо удирдаж сурах, өсвөр насанд болон насанд хүрсэн үед чухал ач холбогдолтой зан чанар, чадварыг эзэмших үе юм.

Нийгмийн сүлжээний хэрэглээний эрчимтэй өсөлт нь хүмүүсийг илүү үр дүнтэй, хялбар аргаар харилцах болон мэдээллийг бодит цаг хугацаанд хуваалцах боломжийг олгож байна[2]. Нийгмийн сүлжээгээр дамжуулан хүмүүс найз нөхөд, гэр бүл, танилуудтайгаа холбоо тогтоож, харилцаагаа хадгалах түүнчлэн хүмүүсийн нийгмийн амьдралын салшгүй хэсэг болж, тэд өөрсдийн бодол, зураг, мэдрэмжийг хуваалцдаг болсон[3]. Өнөө үед фэйсбүүк, инстаграм, тик ток гэх мэт олон платформууд төрөл бүрийн харилцаа, мэдээлэл хуваалцах боломжуудыг санал болгож байна. Нийгмийн сүлжээ нь өсвөр үеийнхний

өөрийн үнэлэмж, нийгмийн харилцаа, танин мэдэхүйг төлөвшүүлэхэд чухал үүрэгтэй байдаг[4]. Иймээс нийгмийн сүлжээ өсвөр үеийнхний нийгмийн амьдралд хүчтэй нөлөөтэй бөгөөд тэд үүнийг өөрийн өдөр тутмын хэв маяг, сэтгэл зүйн байдалтай хэрхэн нэгтгэдгийг судлах нь чухал юм.

Монголд Улсад дижитал эрин зуун дахь нийгмийн сүлжээ хэрэглэгчдийн тоо өссөөр байгаа бөгөөд арван хүүхэд тутмын ес нь нийгмийн сүлжээ хэрэглэдэг байна. Сурагчдын дийлэнх нь буюу 84.4 хувь нь ухаалаг утас хэрэглэж байна. Тэдгээр хүүхдийн 95 хувь нь интернэт хэрэглэдэг, 92 хувь нь фэйсбүүкийн хаягтай байв. Нийгмийн сүлжээ хэрэглэж буй шалтгааныг тодруулахад найз нөхдийн харилцаа (46.3%), мэдээллийг цаг алдалгүй хүлээж авах, мэдлэг чадвараа нэмэгдүүлэх (20.4%) хичээлийн холбогдолтойгоор (13.9%) нийгмийн сүлжээг ихэвчлэн хэрэглэж байна[5]. Судалгаанд хамрагдсан 13-18 насны хүүхдийн 71% нь өдөр бүр интернэт ашигладаг. Хүүхдүүдийн 97% нь өөрийн ухаалаг гар утсаараа интернэтэд холбогддог байна. Цахим орчинд 7-12 насны хүүхдүүд өдөрт дунджаар 2.3 цагийг, 13-18 насныхан 4.0 цагийг зарцуулдаг. Хүүхдүүдийн хамгийн их ашигладаг нийгмийн сүлжээ нь фейсбүүк бөгөөд дунджаар 4 өөр нийгмийн сүлжээ ашиглаж байна. 96% нь фейсбүүк, 89% нь фейсбүүкийн мессенжер, 71% нь ютүб, 63% нь инстаграм, 45% нь тик ток ашигладаг болохыг судалсан байна[6].

Нийгмийн сүлжээний зан төлөв ба хэрэглээний хандлагыг хэмжиж ирсэн цөөнгүй судалгаанд ихэнх нь зөвхөн хэрэглээний давтамж, хугацаанд төвлөрсөн гэдгийг зарим судлаачид тэмдэглэсэн байна[7]. Гэвч нийгмийн сүлжээний нөлөө нь зөвхөн хэрэглээний хугацаагаар тайлбарлагдахгүй, харин хүний сэтгэл хөдлөлийн холбоо, нийгмийн зан үйлийн хэв маягт хэрхэн шингэсэн байдлыг хамтад нь судлах шаардлагатай байдаг[8].

Одоогоор нийгмийн сүлжээний хэрэглээг үнэлэх хэд хэдэн хэмжүүрийн хэрэгсэл боловсруулагдсан хэдий ч тухайлбал фэйсбүүк ашиглалтын идэвхийн хэмжүүр нь фэйсбүүкийн хэрэглээний давтамж, үргэлжлэх хугацаа, нийгмийн харилцааны зан үйлийг хэмждэг боловч зөвхөн нэг чиглэлтэй хэмжүүр гэдэг шүүмжлэлтэй тулгарсан[7,9]. Олон хэмжээс бүхий фэйсбүүкийн хэрэглээний хэмжүүр нь илүү олон талт хэмжүүр боловч зөвхөн фэйсбүүкт зориулагдсан[10]. Эдгээр сул талуудыг нөхөхийн тулд Женкинс–Гуарниери нар (2013) нийгмийн сүлжээний хэрэглээг үнэлэх асуумжийг боловсруулсан. Энэ нь нийгмийн сүлжээний хэрэглээг хувь хүний нийгмийн зан үйл, өдөр тутмын хэв маяг, сэтгэл хөдлөлтэй хэр зэрэг нэгтгэж ашигладаг болохыг хэмждэг[11].

Монгол Улсын нөхцөлд нийгмийн сүлжээний хэрэглээг үнэлэх асуумжийн (social media use integration scale) хүчин төгөлдөр, найдвартай байдлыг тодорхойлж, нийгмийн сүлжээний хэрэглээнд тусгайлан тохируулах, өсвөр үеийнхэн нийгмийн сүлжээнд ямар зан төлөв, сэтгэл зүйгээр холбогдож байгааг судлах шаардлагатай байгаа нь энэхүү судалгааны ажлын үндэслэл болж байна.

Зорилго: Өсвөр үеийнхний нийгмийн сүлжээний хэрэглээг үнэлэх асуумжийн найдвартай, хүчин төгөлдөр байдлыг тодорхойлох.

Арга, аргачлал: Бид энэхүү судалгааг аналитик судалгааны агшингийн загвараар Нийслэлийн ерөнхий боловсролын сургуулиудын 7-12-р ангийн 421 сурагчийг хамруулан хийж гүйцэтгэлээ. Судалгааны мэдээллийг урьдчилан боловсруулсан стандарт асуумжаар 2025 оны 5-10-р сарын хооронд цуглуулсан. *Судалгааны асуумж нь хүн ам зүйн ерөнхий мэдээлэл* (1), *Нийгмийн сүлжээний хэрэглээг үнэлэх асуумж* (2) *гэсэн үндсэн* 2 *бүлэгтэй.* Нийгмийн сүлжээний хэрэглээг үнэлэх (SMUIS) Женкинс–Гуарниери нарын асуумж нь нийт 10 асуултаас бүрдэх бөгөөд 2 дэд бүлэгтэй[7]. Үүнд: Өдөр тутмын хэв маягтай нь хэрхэн уялдаж байгаа байдал (4 асуулт), Н*ийгмийн оролцоо, сэтгэл хөдлөлийн түвшинд хэрхэн хүлээн авч байгаа байдал* (6 *асуулт*) *багтана. Асуулт тус бүрийг оролцогч 1 (огт биш)–*5 *(маш их) оноогоор үнэлэх ба хамгийн ихдээ 50 оноо авах боломжтой бөгөөд оноо ихсэх тусам нийгмийн сүлжээг идэвхтэй ашиглаж байгааг илтгэнэ.*

Нийгмийн сүлжээний хэрэглээг үнэлэх асуумж (SMUIS)-ийн Монгол хувилбарын хүчин төгөлдөр ба найдвартай байдлыг 2 үе шатаар үнэлсэн. Эхний үе шатанд SMUIS асуумжийг англи хэлнээс Монгол хэл рүү орчуулсан. Асуумжийг орчуулахдаа нийгэм сэтгэл зүйн судалгааны хэрэглэгдэхүүнийг хөрвүүлэхэд өргөн хэрэглэгддэг Брислиний (1986) 6 үе шат бүхий аргачлалыг ашиглаж эцсийн хувилбарыг боловсруулсан. Үүнд:

1) SMUIS-ийн анхны англи хувилбарыг IELTS≥7 оноотой хоёр орчуулагч Монгол хэл рүү орчуулсан.
2) Судлаач ба орчуулагч орчуулгын үр дүнг хамтдаа хэлэлцэж, хэл зүйн найруулгыг харьцуулж, хэлэлцсэний дараа хамгийн тохиромжтой хувилбарыг боловсруулсан.
3) Монгол хувилбарыг дахин англи хэл рүү буцаан орчуулж, анхны утга алдагдаагүй эсэхийг шалгасан.
4) Анхны хувилбар, урагш болон буцаан орчуулгыг харьцуулан, урьдчилсан хувилбар (pre-final version) боловсруулсан.
5) Дээрх хувилбарыг шалгахын тулд НЕБ-ын 28-р сургуулийн 30 сурагчдаас ярилцлагын аргаар сорилын судалгааг туршиж, ойлгомжгүй үг, хэллэгийг засварласан.
6) Эцсийн хувилбарыг ашиглан, психометрийн шинж чанарыг тодорхойлох судалгааг хийж гүйцэтгэсэн.

Хоёрдугаарт асуумжийн хүчин төгөлдөр байдлыг Фактор шинжилгээний аргаар үнэлсэн бөгөөд найдвартай байдлыг Кронбахын альфа коэффициентээр үнэлсэн. Судалгааг эхлэхийн өмнө АШУҮИС-ийн Судалгааны ёс зүйн хяналтын хорооноос ёс зүйн зөвшөөрөл авсан (тогтоолын дугаар 24-25/09-01).

Статистик боловсруулалт: Хүчин төгөлдөр байдлыг фактор шинжилгээгээр тодорхойлсон. Эхлээд Кайзер–

Майер–Олкин (KMO) болон Бартлетт (Bartlett)-ийн тестээр өгөгдлийн фактор анализад нийцэх байдлыг тодорхойлсон. Хэрэв KMO>0.9 байвал маш сайн тохирох, 0.7-0.9 бол ерөнхий зохицол сайтай, 0.5-аас бага бол тохиромжгүй гэж үнэлдэг[12].

Фактор шинжилгээг 2 үе шатаар хийсэн. Нэгдүгээрт үндсэн бүрэлдэхүүн тодорхойлох шинжилгээгээр латент хувьсагч буюу дэд бүлгийн тоо, асуумжийн бүрэлдэхүүнд багтаж буй хувьсагч тус бүрийн латент хувьсагчид үзүүлж буй ачааллыг тодорхойлсон. Хоёрдугаарт фактор батлах шинжилгээ (CFA)-г хийж гүйцэтгэсэн. Латент хувьсагч ба хувьсагч хоорондын хамаарлыг баталгаажуулах, тухайн хэмжилтийн загвар нь онолын таамаглалтай нийцэж байгаа эсэхийг шалгах зорилгоор ашигласан[13]. Шинжилгээний загварыг хи-квадрат (χ^2), Таккер–Льюисийн индекс (TLI), харьцуулсан нийцлийн индекс (CFI), ойролцооллын дундаж квадрат алдаа (RMSEA), стандарт суурь дундаж квадрат (SRMR) ашиглан үнэлсэн[14]. CFI, TLI 0.9-ээс дээш байгаа нь загварын сайн тохиролтой болохыг харуулдаг[7]. RMSEA<0.05 болон SRMR<0.05 байвал загвар сайн тохиролтой гэж үздэг[11, 15, 16]. Асуумжийн найдвартай байдлыг Кронбахын альфа коэффициентоор үнэлсэн. Коэффициентын 0.7 ба түүнээс дээш утгыг хангалттай найдвартай гэж үзсэн[7].

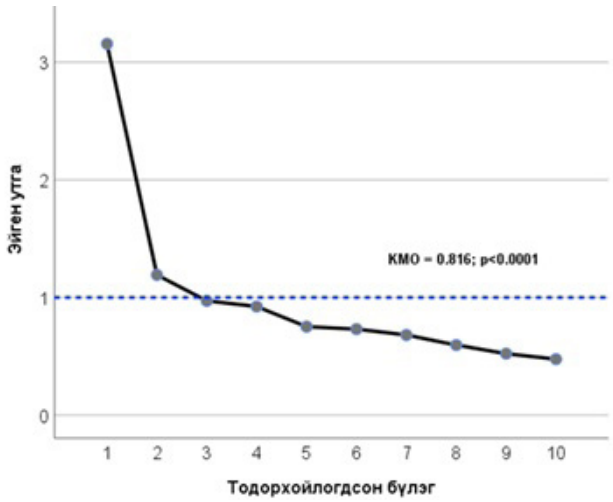
Үр дүн: Судалгаанд нийслэлийн ерөнхий боловсролын сургуулиудын 12–17 насны (15.1±3.6) 421 сурагч хамрагдсан. Хүйсийн хувьд 43.7% (n=184) нь эрэгтэй, 56.3% нь (n=237) эмэгтэй байв. Өсвөр үеийнхний нийгмийн сүлжээний хэрэглээ нь 80.0%-д дунд ба 9.5%-д өндөр, дундаж оноо 27.7±0.6 байлаа. Судалгаанд хамрагдагсдын сэтгэл хөдлөлтэй холбоотой нийгмийн сүлжээний хэрэглээний оноо нь дадал зуршилтай холбоотой хэрэглээнээс статистик ач холбогдол бүхий өндөр байгаа нь тогтоогдлоо (p<0.0001) (Хүснэгт 1).

Хүснэгт 1. Судалгаанд хамрагдагсдын хүн ам зүйн мэдээлэл

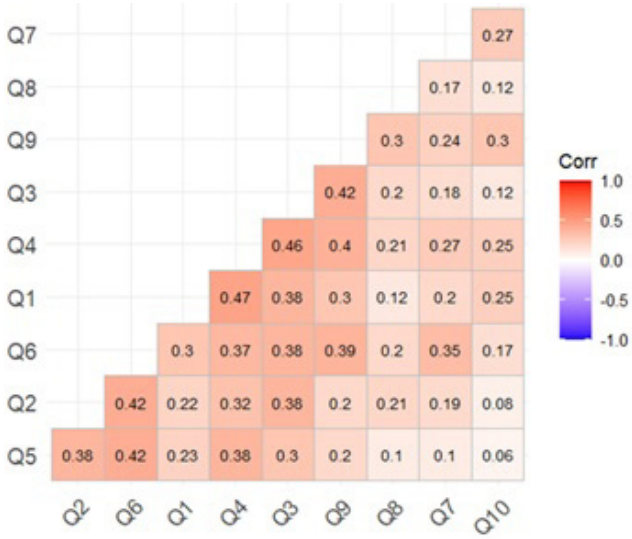
Үзүүлэлт	Тоо	Хувь	95% ИИ	
			Доод утга	Дээд утга
Нас, дундаж сх, жилээр				
Анги				
7	18	4.3%	2.6%	6.5%
8	46	10.9%	8.2%	14.2%
9	46	10.9%	8.2%	14.2%
10	141	33.5%	29.1%	38.1%
11	125	29.7%	25.5%	34.2%
12	45	10.7%	8.0%	13.9%
Дүүрэг				
БГД	85	20.2%	16.6%	24.2%
БЗД	147	34.9%	30.5%	39.6%
ХУД	110	26.1%	22.1%	30.5%
СБД	67	15.9%	12.7%	19.6%
ЧД	7	1.7%	0.7%	3.2%
СХД	5	1.2%	0.5%	2.6%
Хүйс				
Эрэгтэй	184	43.7%	39.0%	48.5%
Эмэгтэй	237	56.3%	51.5%	61.0%
Сурлагын үнэлгээ				
Маш сайн	41	9.7%	7.2%	12.8%
Сайн	205	48.7%	43.9%	53.5%
Дунд	162	38.5%	33.9%	43.2%
Муу	13	3.1%	1.7%	5.1%

Тайлбар: *ИИ - Итгэх интервал*

Үндсэн бүрэлдэхүүн тодорхойлох шинжилгээний нөхцөлийг KMO тестээр шалгахад утга 0.81 буюу тус өгөгдөл нь шинжилгээнд ашиглах боломжтой байна. Үндсэн бүрэлдэхүүн тодорхойлох шинжилгээний үл хамааралт бүлгийн тоог Эйген утгаар тодорхойлоход утга 1.0-ээс их 2 ялгаатай бүлэг тодорхойлогдлоо (Зураг 1).



Зураг 1. Асуумжийн ялгаатай бүлэг тодорхойлсон шинжилгээний үр дүн



Зураг 2. Нийгмийн сүлжээний хэрэглээг үнэлэх асуумжийн хувьсагч хоорондын хамаарлын шинжилгээний үр дүн

Фактор хоорондын корреляцийн коэффициент нь 0.06-0.47 хооронд хэлбэлзэж байна ($p<0.01$). Асуумжийн хувьсагчид хооронд эерэг буюу шууд хамааралтай, урвуу хамааралтай буюу эсрэг утгатай хувьсагч ажиглагдаагүй (Зураг 2).

Асуумжийн 2 ялгаатай бүлгийн хувьсагчид латент хувьсагчид үзүүлж буй ачаалал 0.4 ба түүнээс дээш, давхар ачаалал үүсгэсэн хувьсагч тогтоогдоогүй (Хүснэгт 2).

Хүснэгт 2. Асуумж дахь хувьсагчийн бүлэгт үзүүлэх ачааллыг хэмжсэн үндсэн бүрэлдэхүүн тодорхойлох шинжилгээний үр дүн

Бүлэг	Хувьсагч	Латент хувьсагч	
		Бүлэг 1	Бүлэг 2
Бүлэг 1. Нийгмийн орчин, сэтгэл хөдлөлтэй холбоотой	Би нийгмийн сүлжээнд ороогүй үедээ найзуудаасаа салсан мэт мэдрэмж авдаг.	0.449	
	Хүн бүр хоорондоо нийгмийн сүлжээг ашиглан харилцдаг болоосой гэж хүсэж байна.	0.700	
	Хэрэв нийгмийн сүлжээ огт ашиглагдахаа больчихвол сэтгэлээр унана.	0.612	
	Заримдаа нийгмийн сүлжээ рүү нэвтэрч орох боломжгүй болчихоор үнэхээр их бухимддаг.	0.532	
	Би хэн нэгэнтэй харилцахдаа голдуу нийгмийн сүлжээ ашиглахыг илүүд үздэг.	0.733	
	Нийгмийн сүлжээ бол миний хувьд нийгмийн харилцаанд ороход чухал үүрэг гүйцэтгэдэг.	0.627	
Бүлэг 2. Өдөр тутмын дадал зуршил	Нийгмийн сүлжээн дэх өөрийн хуудсаа шалгах дуртай.		0.595
	Нийгмийн сүлжээ ашиглах дургүй.		0.378
	Нийгмийн сүлжээ ашиглах нь миний өдөр тутмын амьдралын нэг хэсэг юм.		0.608
	Нийгмийн сүлжээ ашиглан бусдын хуваалцдаг постонд хариу бичдэг.		0.732

Загварын тохирлын үзүүлэлтүүд болох CFI=0.968 болон TLI=0.953 нь хоёул 0.9-ээс дээш байгаа нь загварын сайн тохиролтой болохыг харуулж байна. Үүнээс гадна RMSEA=0.045 ба SRMR=0.039 гэсэн утгууд нь Jenkins-Guarnieri (2013), Akin нар (2015)-ын судалгааны дүнтэй нийцэж байгаа бөгөөд RMSEA<0.05 болон SRMR<0.05 байвал загвар сайн тохиролтой гэж үздэг.

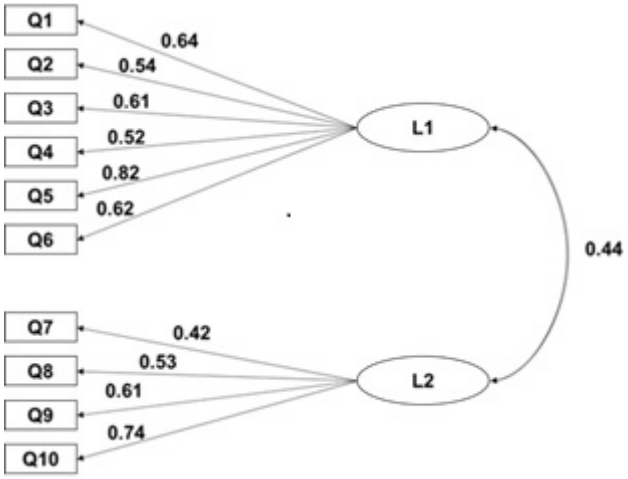
Тохирлын үзүүлэлтүүд шаардлагатай хязгаарт багтаж байгаа тул энэхүү загвар нь нийгмийн сүлжээний хэрэглээг үнэлэх асуумжийн дотоод бүтцийн хүчин төгөлдөр байдлыг баталгаажуулах урьдчилсан нотолгоо болж байна (Хүснэгт 3).

Хүснэгт 3. Загварын тохирлын үзүүлэлтүүдийн үр дүн

Загвар	X^2	df	TLI	CFI	RMSEA	SRMR
1	48.72	34	0.953	0.968	0.045	0.039

Тайлбар: *χ^2- хи-квадрат, TLI - Таккер–Льюисийн индекс, CFI - харьцуулсан нийцлийн индекс, RMSEA - ойролцооллын дундаж квадрат алдаа, SRMR - стандарт суурь дундаж квадрат*

Баталгаажуулах хүчин зүйлийн шинжилгээ (Confirmatory factor analysis, CFA)-ний үр дүнг Jamovi программ ашиглан тооцоолж, түүний загварыг 3-р зурагт үзүүлэв. Судалгааны үр дүнгээс харахад нийгмийн сүлжээний хэрэглээг үнэлэх асуумжийн Монгол хувилбар дахь бүх стандартчилсан болон стандартчилаагүй параметрийн үнэлгээний утгууд статистикийн хувьд ач холбогдолтой (p<.001) гарсан байна. Ихэнх үзүүлэлтүүдийн регрессийн жин буюу хүчин зүйлийн ачааллын утга 0.5-аас дээш байсан бөгөөд нэг үзүүлэлт 0.4 гэсэн бага утгатай гарсан ч зан үйлийн судалгааны үүднээс энэ нь зөвшөөрөгдөх түвшинд гэж үзсэн (Зураг 3).



Зураг 3. Баталгаажуулах хүчин зүйлийн шинжилгээний үр дүн

Найдвартай байдал: Нийт нийгмийн сүлжээний хэрэглээг үнэлэх асуумжийн дотоод нийцлийн коэффициент (Cronbach's α) 0.728 байсан нь хангалттай найдвартай болохыг илтгэж байна (Хүснэгт 4).

Хүснэгт 4. Нийгмийн сүлжээний хэрэглээг үнэлэх асуумжийн найдвартай байдлын шинжилгээний үр дүн

Фактор	Кронбахын альфа	Хувьсагч
Бүлэг 1	0.733	6
Бүлэг 2	0.69	4
Нийт	0.728	10

Хэлцэмж: Энэ судалгаа нь өргөн хэрэглэгддэг нийгмийн сүлжээний хэрэглээг үнэлэх (SMUIS) асуумжийг англи хэлнээс монгол хэлнээ орчуулах, түүний психометрийн шинжийг өсвөр үеийнхэн дунд үнэлэх хоёр зорилготой байв. Асуумжийн хэлзүйн болон агуулгын тэнцүү байдлыг хангах үүднээс стандарт аргачлалын дагуу орчуулсан бөгөөд судалгаанд оролцохыг санал болгосон сурагчид судалгаанаас татгалзах, дутуу бөглөх байдал ажиглагдаагүй. Хүн амзүйн шинжийг авч үзвэл түүвэр нь өсвөр үеийнхний олон шинж чанарыг илэрхийлж чадсан гэж үзэж байна. Тухайлбал нас нь 12-17 насны хооронд хэлбэлзэж байгаа ба тэдгээрийн хүйсийн харьцаа бараг ижил байв. Гэхдээ энэхүү асуумжийн Монгол хувилбарын найдвартай байдлыг бусад хүн амын бүлэгт судлах хэрэгцээтэй байна.

Фактор шинжилгээний үр дүнгээс харахад судалгаанд багтсан арван үзүүлэлтүүдийн хүчин зүйлийн ачааллын утга 0.5-аас дээш байсан бөгөөд зөвхөн нэг үзүүлэлт нь 0.4 гэсэн утгатай гарсан байна. Гэвч загварын ерөнхий тохирлын үзүүлэлтүүд сайн тохиролтой гарсан тул уг үзүүлэлтийг хэвээр үлдээсэн. Судалгааны үр дүнгээс үзэхэд, Монгол Улсын нөхцөлд өсвөр үеийнхний нийгмийн сүлжээний хэрэглээ дээр ашигласан нийгмийн сүлжээний хэрэглээг үнэлэх асуумжийн бүх хэмжээс хүчин төгөлдөр болох нь батлагдсан. Мөн судалгаанд оролцогчдын 81% нь цахим хэрэглээний түвшин дунд зэрэг буюу зарим үед хамааралтай байх магадлалтай байна. Түүнчлэн өсвөр үеийнхний хувьд нийгмийн сүлжээ ашиглах нь сэтгэл хөдлөлтэй уялдахаас илүүтэйгээр өдөр тутмын дадал хэвшил нь болсон байна. Энэ нь Maree (2017) болон Jenkins-Guarnieri (2013), Akin (2015), Vania Ardelia нар (2024)-ын судалгааны үр дүнтэй ижил чиг хандлагатай байна[7,11,17,18]. Үүнээс дүгнэхэд өсвөр үеийнхэн нийгмийн сүлжээнд сэтгэл хөдлөлийн гүн холбоо бус, харин өдөр тутмын дадал зуршлын түвшинд ханддаг болох нь тодорхой болж байна.

Цаашид фэйсбүүк, инстаграм, тик ток зэрэг платформд турших, мөн өөр насны бүлэгт тохируулан үнэлэх, нийгмийн сүлжээ хэрэглэгчдийг хэрэглээний эрчим буюу давтамжийн түвшнээр (бага хэрэглэгч, өндөр хэрэглэгч) ялган судалж, эдгээр хоёр бүлгийн хоорондын сэтгэл хөдлөлийн холбоо, дадал зуршлын ялгааг тодорхойлох шаардлагатай.

Дүгнэлт: Нийгмийн сүлжээний хэрэглээг үнэлэх асуумж нь өсвөр үеийнхний цахим хэрэглээг үнэлэх найдвартай, хүчин төгөлдөр судалгааны хэрэглэгдэхүүн болох нь тодорхойлогдож байна.

Ном зүй:

1. *Adolescent health-World Health Organization https://www.who.int/health-topics/adolescent-health/*
2. *Khan, N. A., Azhar, M., Rahman, M. N., & Akhtar, M. J. (2022). Scale development and validation for usage of social networking sites during COVID-19. Technology in Society, 70, Article 102020. https://doi.org/10.1016/j.techsoc.2022.102020*
3. *Xu, Y., Li, F., Yin, Z., Sun, M., Guo, Z., & Liu, B. (2023). Development and validation of the social media perception scale for pre-service physical education teachers. Frontiers in Psychology, 14. https://www.frontiersin.org/articles/10.3389/fpsyg.2023.1179814*
4. *Bjornsen, C. (2018). Social media use and emerging adulthood. In M. Zupančič and Puklek Levpušček, M. (Eds.), Emerging adulthood: Current trends and research, 223–261.*
5. *Гэр бүл хүүхэд залуучуудын хөгжлийн газар, Өсвөр үеийнхний цахим хэрэглээний өнөөгийн байдал судалгааны тайлан, 2018 он*
6. *Харилцаа холбооны зохицуулах хороо, Цахим орчин дахь хүүхдийн аюулгүй байдлын талаар үндэсний суурь судалгааны*

майлан, 2020 он
7. Maree, T. (2017). The social media use integration scale: Toward reliability and validity. International Journal of Human–Computer Interaction, 33(12), 963–972. https://doi.org/10.1080/10447318.2017.1301041
8. Matsuzaka, S., Avery, L., & Stanton, A. (2023). Black women's social media use integration and social addiction. Social https://doi.org/10.1177/20563051221148977
9. Ellison, N. B., Steinfield, C., & Lampe, C. (2007). The benefits of Facebook "friends": Social capital and college students' use of online social network sites. Journal of Computer-Mediated Communication, 12(4), 1143–1168. https://doi.org/10.1111/j.1083-6101.2007.00367.x
10. Orosz, G., Tóth-Király, I., & Bőthe, B. (2016). Four facets of Facebook intensity—The development of the multidimensional facebook intensity scale. Personality and Individual Differences, 100, 95–104. https://doi.org/10.1016/j.paid.2015.11.038
11. Jenkins-Guarnieri, M. A., Wright, S. L., & Johnson, B. (2013). Development and validation of a social media use integration scale. Psychology of Popular Media Culture, 2(1), 38–50. https://doi.org/10.1037/a0030277
12. 20.Pett, M.A., Lackey, N.R. & Sullivan, J.J. Making sense of factor analysis: The use of factor analysis for instrument development in health care research. Thousand Oaks, CA: Sage, 2003
13. Natalya, L., & Purwanto, C. V. (2018). Exploratory and confirmatory factor analysis of the academic motivation scale (AMS)–Bahasa Indonesia. Makara Human Behavior Studies in Asia, 22(1), 29. https://doi.org/10.7454/hubs.asia.2130118
14. Finch, W. H. (2020). Using fit statistic differences to determine the optimal number of factors to retain in an exploratory factor analysis. Educational and Psychological Measurement, 80(2), 217–241. https://doi.org/10.1177/0013164419865769
15. Chen, C.-F., & Tsai, D. (2007). How destination image and evaluative factors affect behavioral intentions? Tourism Management, https://doi.org/10.1016/j.tourman.2006.07.007
16. Schermelleh-Engel, K., Moosbrugger, H., & Müller, H. (2003). Evaluating the fit of structural equation models: Tests of significance and descriptive goodness-of-fit measures. Methods of Psychological Research, 8(2), 23–74.
17. Akin, A., Özbay, A., & Baykut, İ. (2015). The validity and reliability of the Turkish version of the social media use integration scale. The Journal of International Social Research, 8(38). 10.17719/jisr.20153813673
18. Vania Ardelia (2024). Adaptation and validation of Social Media Use Integration Scale in Indonesian context: An exploratory and confirmatory factor analysis. Jurnal Psikologi | E-ISSN: 2302-1098, Vol. 23, No. 1, 61-70. https://doi.org/10.14710/jp.23.1.61-7

Validation of the Social media use integration scale among adolescents

Badamnyam B[1,2], Sugarmaa M[1], Enkhmaa D[2]

[1]Department of health social work and social sciences, School of Public health, MNUMS
[2]National center for maternal and child health
E-mail: Badamnyam.hsw@gmail.com, Tel: +976-93223393

Background: In recent years, the use of social networking sites has rapidly increased, enabling people to communicate more efficiently, quickly, and effectively, as well as to access and share information in real time. Accordingly, various research tools and measurement instruments have been developed to assess the impact of social media on individuals' daily lives. However, most of these instruments primarily focus on the duration and frequency of use, failing to comprehensively capture the true influence of social media. Therefore, there remains a need to evaluate social media use more broadly.

Aim: Determine the reliability and validity of the Social Media Use Scale among adolescents.

Material and Methods: This analytic cross-sectional study was conducted among 421 students aged 12–17 years (mean age 15.1±3.6), including 43.7% male and 56.3% female participants. The study assessed the reliability and validity of the Mongolian version of the *Social Media Use Integration Scale (SMUIS).* Construct validity was examined using Exploratory Factor Analysis (EFA) and Confirmatory Factor Analysis (CFA), while reliability was evaluated using Cronbach's alpha coefficient.

Results: The Mongolian version of the Social Media Use Integration Scale revealed two subfactors (eigenvalue > 1.0). In the principal component analysis, all 10 items showed sufficient factor loadings (≥ 0.4) with no cross-loading items (<0.4). Structural regression analysis indicated positive and significant effects among the subfactors (B=0.42–0.82). The reliability of the validated questionnaire was acceptable, with Cronbach's alpha values above 0.6.

Conclusion: The Mongolian version of the Social Media Use Integration Scale demonstrated satisfactory validity and reliability and can be appropriately used to assess adolescents' electronic media use. Further studies are recommended to test the reliability of this instrument among other population groups.

Keywords: Social media use, Factor analysis, Reliability, Validity