Sosyal Medyaya Özgü Epistemolojik ?nançlar Ölçe?i (Social Media-Specific Epistemological Beliefs Scale)

RECOMMENDED CITATION

memjavad (2026). *Sosyal Medyaya Özgü Epistemolojik ?nançlar Ölçe?i (Social Media-Specific Epistemological Beliefs Scale)*. Turkish Psychological Scales. Retrieved from https://tr-scales.arabpsychology.com/?p=30746

ARABPSYCHOLOGY.COM

Özet

Sosyal Medyaya Özgü Epistemolojik ?nançlar Ölçe?i (SME?Ö), bireylerin bilgiye yönelik inançlar?n? özellikle **sosyal medya** ortamlar?na odaklanarak ölçmek amac?yla geli?tirilmi? kapsaml? bir psikometrik araçt?r. Geleneksel epistemolojik inançlar?n (bilginin kesinli?i, kayna?? ve yap?s?) dijital ve a? tabanl? bilgi kaynaklar?n?n getirdi?i yeni zorluklar ba?lam?nda nas?l de?i?ti?ini incelemektedir. Ölçek, Dr. **Ismail Celik** taraf?ndan 2019 y?l?nda yürütülen bir ölçek geli?tirme çal??mas? sonucunda ortaya ç?km??t?r.

Bu ölçek, kullan?c?lar?n sosyal medya platformlar?nda kar??la?t?klar? içeri?in güvenilirli?i, otoritesi ve h?zla de?i?en do?as? hakk?ndaki alg?lar?n? sistematik olarak de?erlendirmek için tasarlanm??t?r. SME?Ö, **e?itim psikolojisi** ve medya çal??malar? alanlar?nda, bireylerin dijital okuryazarl?k düzeyleri ile bilgiye yönelik temel inançlar? aras?ndaki karma??k ili?kiyi anlamland?rmada kritik bir rol oynamaktad?r. Ölçe?in geli?tirme çal??mas?, *Journal of Educational Computing Research* dergisinde yay?mlanm??t?r.

Anahtar Kelimeler

Sosyal Medya, Epistemolojik ?nançlar, Bilgi Alg?s?, Dijital Okuryazarl?k, Ölçek Geli?tirme, Güvenilirlik, Geçerlik, Psikometri.

Yazarlar

Ismail Celik

Amaç

Sosyal Medyaya Özgü Epistemolojik ?nançlar Ölçe?i'nin birincil amac?, aktif sosyal medya kullan?c?lar?n?n, bu platformlara özgü bilgi kaynaklar?na ve bilgi edinme süreçlerine dair geli?tirdikleri inanç sistemlerini geçerli ve güvenilir bir biçimde ölçmektir. Geleneksel epistemoloji çal??malar? genellikle akademik veya bas?l? kaynaklara odaklan?rken, bu ölçek **Twitter**, **Facebook** ve **Instagram** gibi platformlarda payla??lan içeri?in do?as?na dair inançlar? belirlemeyi hedefler.

Ölçek, özellikle sosyal medyada yayg?n olan dezenformasyon ve yanl?? bilgi ba?lam?nda, bireylerin bilginin kayna??n? sorgulama, bilginin kesinli?ini de?erlendirme ve uzman otoritesine ne ölçüde güvendiklerini ortaya koyar. Bu sayede, e?itimciler ve ara?t?rmac?lar, sosyal medya kullan?c?lar?n?n ele?tirel dü?ünme becerilerini etkileyen temel bili?sel yap?lar? daha iyi analiz edebilirler.

ARABPSYCHOLOGY.COM

Yap? (Konstrukt)

SME?Ö, bireylerin sosyal medya ortam?na uyarlanm?? epistemolojik inançlar?n? ölçmektedir. Bu yap?, genellikle dört temel boyutu içerecek ?ekilde teorize edilmi?tir: bilginin basitli?i (sosyal medyada bilginin ne kadar kolay anla??labilece?i), bilginin kesinli?i (sosyal medyada mutlak do?ru bilginin varl???), bilginin kayna?? (otorite figürleri vs. akranlar) ve bilginin h?z?/dinamikli?i (bilginin sosyal medyada ne kadar h?zl? de?i?ti?i).

Ölçek, sosyal medya içeri?inin anl?k, h?zl? ve genellikle do?rulanmam?? do?as? göz önüne al?nd???nda, geleneksel inançlar?n bu dijital ba?lamda nas?l farkl?la?t???n? vurgular. Ölçülen yap?, kullan?c?lar?n bir gönderinin do?rulu?una veya anonim bir kayna??n uzmanl???na ne ölçüde güvendi?ini ve bilginin ki?isel deneyimlerle mi yoksa uzman görü?leriyle mi belirlendi?i inanc?n? kapsar.

Geçerlik

Celik (2019) taraf?ndan gerçekle?tirilen ölçek geli?tirme çal??mas?nda, güçlü bir yap? geçerli?i sa?lamak amac?yla kapsaml? istatistiksel analizler uygulanm??t?r. Yap? geçerli?i, ölçe?in teorik olarak ölçmesi beklenen yap?y? ba?ar?yla ölçtü?ünü kan?tlamak için **Aç?mlay?c? Faktör Analizi** (AFA) ve **Do?rulay?c? Faktör Analizi** (DFA) kullan?larak desteklenmi?tir.

Bu analizler, ölçek maddelerinin öngörülen alt boyutlara yüksek yüklerle ayr?ld???n? ve modelin genel olarak iyi uyum indeksleri sergiledi?ini göstermi?tir. Ayr?ca, ölçe?in **kriter geçerli?i** kapsam?nda, sosyal medya bilgi de?erlendirme becerileri veya dijital okuryazarl?k gibi ilgili yap?larla anlaml? korelasyonlar göstererek, teorik beklentilerle uyumlu sonuçlar vermi?tir.

Güvenilirlik

Sosyal Medyaya Özgü Epistemolojik ?nançlar Ölçe?i'nin güvenilirli?i, iç tutarl?l?k analizleri ile kan?tlanm??t?r. Ölçe?in iç tutarl?l???, genellikle **Cronbach Alfa** katsay?s? kullan?larak hesaplanm??t?r. Yay?mlanan çal??mada, tüm ölçek ve alt boyutlar? için kabul edilebilir düzeyde yüksek Cronbach Alfa de?erleri rapor edilmi?tir (genellikle 0.70 ve üzeri), bu da maddelerin ayn? temel yap?y? tutarl? bir ?ekilde ölçtü?ünü göstermektedir.

Ek olarak, ölçe?in zamana kar?? istikrar?n? de?erlendirmek amac?yla **test-tekrar test** güvenilirli?i çal??malar? da yap?lm?? olabilir. Bu **psikometri**k yakla??m, ölçe?in ölçtü?ü inanç yap?s?n?n k?sa vadede tutarl? ve kararl? oldu?unu, dolay?s?yla ölçme hatas?n? minimize etti?ini do?rulamaktad?r.

ARABPSYCHOLOGY.COM

Faktör Analizi

Ölçe?in geli?tirilmesi sürecinde, sosyal medyaya özgü epistemolojik inançlar?n çok boyutlu do?as?n? ortaya ç?karmak için faktör analizleri temel al?nm??t?r. Faktör analizleri, ölçe?in sosyal medya ba?lam?na özgü birden fazla faktörden olu?tu?unu göstermi?tir. Bu faktörler aras?nda, bilginin kayna??na yönelik **?üphecilik**, bilginin h?zla de?i?ti?i inanc? ve uzman otoritesinin sosyal medyadaki göreceli rolüne dair inançlar gibi boyutlar bulunmaktad?r.

Do?rulay?c? Faktör Analizi (DFA), verilerin öngörülen çok faktörlü modele mükemmel uyum sa?lad???n? göstermi?tir. Bu yap?sal kan?tlar, Sosyal Medyaya Özgü Epistemolojik ?nançlar Ölçe?i'nin teorik temelini güçlendirmekte ve sosyal medya ba?lam?nda epistemolojik inançlar?n incelenmesi için sa?lam bir zemin sunmaktad?r.

Ölçüm Arac?

Test Türü: **Sosyal Medya** ortam?nda bilgiye yönelik inançlar? ölçen öz bildirim ölçe?i (Uyarlama/Geli?tirme).

Format: Genellikle 5'li veya 6'l? **Likert tipi** derecelendirme format? ("Kesinlikle Kat?l?yorum"dan "Kesinlikle Kat?lm?yorum"a).

Mevcut Diller: Türkçe (Orijinal geli?tirme dili).

Popülasyon Grubu: Aktif sosyal medya kullan?c?lar?, özellikle üniversite ö?rencileri.

Ya? Grubu: Genellikle 18 ya? ve üzeri yeti?kinler.

Popülasyon Detaylar?: Sosyal medyay? bilgi edinme ve payla??m amac?yla düzenli olarak kullanan bireylerden olu?an örneklemler üzerinde standardize edilmi?tir.

Test Metodolojisi: Çevrimiçi veya bas?l? anketler arac?l???yla toplanan nicel öz bildirim verileri.

Anahtar Kelimeler

Dijital Psikometri, Bilgi De?erlendirmesi, Sosyal Medya Kullan?m?, Ö?renme Ortamlar?, Çevrimiçi Bilgi.

Yazarlar

Yazar ORCID Tan?t?c?s?: Mevcut de?il (Kaynakta belirtilmemi?tir).

Kurum E-posta Adresleri: ismail.celik@oulu.fi

ARABPSYCHOLOGY.COM

Yaz??ma Adresi: Oulu Üniversitesi (Yazar?n çal??man?n yay?mland??? dönemdeki muhtemel kurumu).

?zinler, Ücret ve Test Y?l?

Sosyal Medyaya Özgü Epistemolojik ?nançlar Ölçe?i, **Ismail Celik** taraf?ndan 2019 y?l?nda geli?tirilmi?tir. Ölçe?in akademik veya ticari olmayan ara?t?rmalarda kullan?m? için sorumlu yazar ile e-posta yoluyla ileti?ime geçilmesi tavsiye edilir. Ölçe?in kullan?ld??? tüm çal??malarda orijinal makaleye usulüne uygun at?f yap?lmas? zorunludur.

Ölçe?in orijinal makalesine ait detayl? bilgi ?u ba?lant?da mevcuttur: scholar.google.com. Ölçe?in orijinal PDF dosyas? ise buradan indirilebilir: sosyal-medyaya-ozgu-epistemolojik-inanclar-olcegi-toad.pdf.

Referanslar

Celik, I. (2019). Social media-specific epistemological beliefs: A scale development study. *Journal of Educational Computing Research, 0*(0), 1-24. doi: 10.1177/0735633119850708.

Sosyal Medyaya Özgü Epistemolojik ?nançlar Ölçe?i (Social Media-Specific Epistemological Beliefs Scale) Maddeleri

ÖNEML?: A?a??daki ölçek maddeleri orijinal dilinde korunmal? ve hiçbir ?ekilde de?i?tirilmemelidir.

Ölçek maddeleri orijinal kaynak içerikte sa?lanmam??t?r.

ARABPSYCHOLOGY.COM