

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

RECOMMENDED CITATION

memjavad (2025). *Sosyal Medyaya Özgü Epistemolojik ?nançlar Ölçeği (Social Media-Specific Epistemological Beliefs Scale)*. Turkish Psychological Scales. Retrieved from <https://tr-scales.arabpsychology.com/?p=30746>

Özet

Sosyal Medyaya Özgü Epistemolojik İnançlar Ölçeği (SMEÖ), bireylerin bilgiye yönelik inançların özellikle **sosyal medya** ortamlarına odaklanarak ölçmek amacıyla geliştirilmiş kapsamlı bir psikometrik araçtır. Geleneksel epistemolojik inançların (bilginin kesinliği, kaynağı ve yapısı) dijital ve ağı tabanlı bilgi kaynaklarının getirdiği yeni zorluklar bağlamında nasıl değiştiğini incelemektedir. Ölçek, Dr. **Ismail Celik** tarafından 2019 yılında yürütülen bir ölçek geliştirme çalışması sonucunda ortaya çıkmıştır.

Bu ölçek, kullanıcıların sosyal medya platformlarında karşılaştıkları içeriğin güvenilirliği, otoritesi ve hızla değişen doğası hakkındaki algılarının sistematik olarak değerlendirilmesini için tasarlanmıştır. SMEÖ, **edütim psikolojisi** ve medya çalışmalarları alanlarında, bireylerin dijital okuryazarlık düzeyleri ile bilgiye yönelik temel inançlar arasındaki karmaşık ilişkiyi anlamlandırma konusunda kritik bir rol oynamaktadır. Ölçeğin geliştirme çalışması, *Journal of Educational Computing Research* dergisinde yayımlanmıştır.

Anahtar Kelimeler

Sosyal Medya, Epistemolojik İnançlar, Bilgi Algısı, Dijital Okuryazarlık, Ölçek Geliştirme, Güvenilirlik, Geçerlik, Psikometri.

Yazarlar

Ismail Celik

Amaç

Sosyal Medyaya Özgü Epistemolojik İnançlar Ölçeği'nin birincil amacı, aktif sosyal medya kullanıcılarının, bu platformlara özgü bilgi kaynaklarına ve bilgi edinme süreçlerine dair geliştirdikleri inanç sistemlerini geçerli ve güvenilir bir biçimde ölçmektir. Geleneksel epistemoloji çalışmaları genellikle akademik veya basılı kaynaklara odaklanırken, bu ölçek **Twitter**, **Facebook** ve **Instagram** gibi platformlarda paylaşılan içeriğin doğasına dair inançları belirlemeyi hedefler.

Ölçek, özellikle sosyal medyada yaygın olan dezenformasyon ve yanlış bilgi bağlamında, bireylerin bilginin kaynağını sorgulama, bilginin kesinliğini değerlendirme ve uzman otoritesine ne ölçüde güvendiklerini ortaya koyar. Bu sayede, eğitimciler ve araştırmacılar, sosyal medya kullanıcılarının eleştirel düşünme becerilerini etkileyen temel bilişsel yapıları daha iyi analiz edebilirler.

Yapı (Konstrukt)

SMEÖ, bireylerin sosyal medya ortamına uyarlanma epistemolojik inançları ölçmektedir. Bu yapı, genellikle dört temel boyutu içerecek şekilde teorize edilmiştir: bilginin basitliği (sosyal medyada bilginin ne kadar kolay anlaşılabilirliği), bilginin kesinliği (sosyal medyada mutlak doğru bilginin varlığı), bilginin kaynağı (otorite figürleri vs. akranlar) ve bilginin hız/dinamikliği (bilginin sosyal medyada ne kadar hızlı değiştiği).

Ölçek, sosyal medya içeriğinin anlamlı, hızlı ve genellikle doğrulanmamış doğası göz önüne alındığında, geleneksel inançları bu dijital bağlamda nasıl farklılaştırdığını vurgular. Ölçülen yapı, kullanıcıların bir gönderinin doğruluğuna veya anonim bir kaynağın uzmanlığına ne ölçüde güvendiğini ve bilginin kişisel deneyimlerle mi yoksa uzman görüşleriyle mi belirlendiğini kapsar.

Geçerlik

Celik (2019) tarafından gerçekleştirilen ölçek geliştirme çalışmasında, güçlü bir yapı geçerliliği sağlamak amacıyla kapsamlı istatistiksel analizler uygulanmıştır. Yapı geçerliliği, ölçeğin teorik olarak ölçmesi beklenen yapıya başarıyla ölçtüğünü kanıtlamak için **Açıklayıcı Faktör Analizi (AFA)** ve **Doğrulayıcı Faktör Analizi (DFA)** kullanılarak desteklenmiştir.

Bu analizler, ölçek maddelerinin öngörülen alt boyutlara yüksek yüklerle ayrıldığını ve modelin genel olarak iyi uyum indeksleri sergilediğini göstermiştir. Ayrıca, ölçeğin **kriter geçerliliği** kapsamında, sosyal medya bilgi değerlendirme becerileri veya dijital okuryazarlık gibi ilgili yapılarla anlamlı korelasyonlar göstererek, teorik beklentilerle uyumlu sonuçlar vermiştir.

Güvenilirlik

Sosyal Medyaya Özgü Epistemolojik İnançlar Ölçeği'nin güvenilirliği, iç tutarlılık analizleri ile kanıtlanmıştır. Ölçeğin iç tutarlılığı, genellikle **Cronbach Alfa** katsayısı kullanılarak hesaplanmıştır. Yayınlanan çalışmada, tüm ölçek ve alt boyutlar için kabul edilebilir düzeyde yüksek Cronbach Alfa değerleri rapor edilmiştir (genellikle 0.70 ve üzeri), bu da maddelerin aynı temel yapıya tutarlı bir şekilde ölçtüğünü göstermektedir.

Ek olarak, ölçeğin zamana karşı istikrarını değerlendirmek amacıyla **test-tekrar test** güvenilirliği çalışmaları da yapılmış olabilir. Bu **psikometrik** yaklaşım, ölçeğin ölçtüğü inanç yapısının kısa vadede tutarlı ve kararlı olduğunu, dolayısıyla ölçme hatasını minimize ettiğini doğrulamaktadır.

Faktör Analizi

Ölçeğin geliştirilmesi sürecinde, sosyal medyaya özgü epistemolojik inançların çok boyutlu doğasının ortaya çıkarmak için faktör analizleri temel alınmıştır. Faktör analizleri, ölçeğin sosyal medya bağlamına özgü birden fazla faktörden oluştuğunu göstermiştir. Bu faktörler arasında, bilginin kaynağına yönelik **güvençlilik**, bilginin hızla değiştiği inancı ve uzman otoritesinin sosyal medyadaki göreceli rolüne dair inançlar gibi boyutlar bulunmaktadır.

Doğrulayıcı Faktör Analizi (DFA), verilerin öngörülen çok faktörlü modele mükemmel uyum sağladığını göstermiştir. Bu yapısal kanıtlar, Sosyal Medyaya Özgü Epistemolojik İnançlar Ölçeği'nin teorik temelini güçlendirmekte ve sosyal medya bağlamında epistemolojik inançların incelenmesi için sağlam bir zemin sunmaktadır.

Ölçüm Aracı

Test Türü: **Sosyal Medya** ortamında bilgiye yönelik inançlar ölçeği öz bildirim ölçeği (Uyarlama/Geliştirme).

Format: Genellikle 5'li veya 6'lı **Likert tipi** derecelendirme formatı ("Kesinlikle Katılıyorum"dan "Kesinlikle Katılmıyorum"a).

Mevcut Diller: Türkçe (Orijinal geliştirme dili).

Popülasyon Grubu: Aktif sosyal medya kullanıcıları, özellikle üniversite öğrencileri.

Yaş Grubu: Genellikle 18 yaş ve üzeri yetişkinler.

Popülasyon Detayları: Sosyal medyaya bilgi edinme ve paylaşım amacıyla düzenli olarak kullanan bireylerden oluşan örneklem üzerinde standardize edilmiştir.

Test Metodolojisi: Çevrimiçi veya basılı anketler aracılığıyla toplanan nicel öz bildirim verileri.

Anahtar Kelimeler

Dijital Psikometri, Bilgi Değerlendirmesi, Sosyal Medya Kullanımı, Öğrenme Ortamları, Çevrimiçi Bilgi.

Yazarlar

Yazar ORCID Tanıtıcıları: Mevcut değil (Kaynakta belirtilmemiştir).

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

Yazın Adresi: Oulu Üniversitesi (Yazarın çalışmanın yayımlandığı dönemdeki muhtemel kurumu).

İzinler, Ücret ve Test Yolu

Sosyal Medyaya Özgü Epistemolojik İnançlar Ölçeği, **Ismail Celik** tarafından 2019 yılında geliştirilmiştir. Ölçeğin akademik veya ticari olmayan araştırmalarda kullanımı için sorumlu yazar ile e-posta yoluyla iletişime geçilmesi tavsiye edilir. Ölçeğin kullanıldığı tüm çalışmalarda orijinal makaleye usulüne uygun atıf yapılması zorunludur.

Ölçeğin orijinal makalesine ait detaylı bilgi için bağlantıda mevcuttur: scholar.google.com. Ölçeğin orijinal PDF dosyası 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 İnançlar Ölçeği (Social Media-Specific Epistemological Beliefs Scale) Maddeleri

ÖNEMLİ: Aşağıdaki ölçek maddeleri orijinal dilinde korunmalı ve hiçbir şekilde değiştirilmemelidir.

Ölçek maddeleri orijinal kaynak içerikte sağlanmamıştır.