






Sosyal Medya Yetkinlik Ölçeği: Bir Ölçek Uyarlama Çalışması

Social Media Competence Scale: A Scale Adaptation Study

Uğur ÖZALP , Dr., Milli Eğitim Bakanlığı, ozalp.ugur@gmail.com

Rıza AKKAYA , Dr., Milli Eğitim Bakanlığı, akkayariza@gmail.com

Münevver ÇETİN , Prof. Dr., Marmara Üniversitesi, mcetin@marmara.edu.tr

Geliş tarihi - Received: 19 Temmuz 2023
Kabul tarihi - Accepted: 25 Aralık 2023
Yayın tarihi - Published: 28 Aralık 2023



Öz. Bu çalışmanın amacı, Zhu, Yang, Xu ve MacLeod (2020) tarafından yükseköğretim kurumlarında öğrenim gören öğrencilerin sosyal medya yetkinliklerinin ölçülmesinde kullanılmak üzere geliştirilen Sosyal Medya Yetkinlik Ölçeği'nin Türk diline ve kültürüne uyarlanmasıdır. Bu araştırmanın örneklemini 2021-2022 eğitim-öğretim yılında Türkiye'deki çeşitli yükseköğretim kurumlarında öğrenim gören 241 öğrenci oluşturmaktadır. Ölçeğin Türkçe versiyonu, ölçek maddelerinin ileri – geri tercümesi süreciyle oluşturulmuştur. Ölçeğin tercüme edilmiş halinin geçerliğini değerlendirmek için ölçeğin orijinali ve çevirisi bir üniversitenin İngilizce Öğretmenliği Bölümünün dördüncü sınıfında öğrenim gören 28 kişiye üçer hafta arayla uygulanmıştır. Her iki uygulamadan alınan puanlar arasında pozitif ve anlamlı bir ilişki bulunmuştur. Dört boyuttan ve 27 maddeden oluştuğu tespit edilen ölçeğin geçerliğini incelemek için Doğrulamalı Faktör Analizi (DFA) yapılmıştır. Güvenilirlik, Cronbach alfa, tabakalı alfa ve bileşik güvenilirlik katsayıları kullanılarak değerlendirilmiş, ölçeğin yüksek düzeyde iç güvenilirliğe sahip olduğu tespit edilmiştir. Madde ayırt ediciliği, madde toplam korelasyon ve düzeltilmiş madde korelasyon katsayıları kullanılarak değerlendirilmiş ve madde ayırt ediciliğini doğrulamak için üst ve alt puan grupları arasında t-testi yapılmıştır. Analizler R ve RStudio kullanılarak gerçekleştirilmiştir. Çalışmanın sonuçları, Sosyal Medya Yetkinlik Ölçeği'nin uyarlanmış versiyonunun, öğrencilerin sosyal medya yetkinliklerini Türk dili ve kültürü bağlamında değerlendirmek için geçerli ve güvenilir bir ölçme aracı olduğunu göstermektedir.

Anahtar Kelimeler: Dijital beceriler, sosyal medya, sosyal medya yetkinlikleri, yükseköğretim.

Abstract. The purpose of this study was to adapt the Social Media Competence Scale developed by Zhu, Yang, Xu, and MacLeod (2020) for use in measuring the social media competence of students enrolled in higher education institutions into Turkish language and culture. The sample for this research consisted of 241 students from various higher education institutions in Turkey during the 2021-2022 academic year. The Turkish version of the scale was created through a forward and backward translation of the scale items. To assess the validity of the translated scale, the original and translated versions were administered to 28 fourth-year students in a university's English Language Teaching Department at a three-week interval. A positive and significant relationship was found between the scores obtained from both administrations. Confirmatory factor analysis (CFA) was conducted to examine the scale's validity, which was found to consist of four dimensions and 27 items. Reliability was assessed using Cronbach's Alpha, stratified Alpha, and Composite Reliability coefficients, which indicated a high level of internal reliability. Item discrimination was assessed using item-total correlation and item-remainder correlation coefficients, and a t-test was conducted between upper and lower score groups to verify item discrimination. The analyses were conducted using R and RStudio. The results of the study suggest that the adapted version of the Social Media Competence Scale is a valid and reliable measurement tool for assessing the social media competence of higher education students in the context of Turkish language and culture.

Keywords: Digital skills, higher education, social media, social media competence



Extended Abstract

Introduction. In the past two decades, advances in information technology have led to the emergence of new forms of media, including social media. Social media is defined as web applications that enable users to create online communities and share information, ideas, and other content (Boyd and Ellison, 2007; Hennig-Thurau et al., 2010). It also allows individuals to produce and share their content, engage in interactive communication with a specific or broad audience, and view and navigate content produced by others within the platform (Carr and Hayes, 2015). Over time, social media has become a primary source for obtaining and disseminating news (Zhu, Zhu, Ghosh, Wu, and Yuan, 2019). The widespread use of social media platforms, such as microblogs, social networks, community blogs, and video sharing sites, has significantly impacted how people communicate and their information-seeking behavior (Kim and Kim, 2017; Stieglitz and Dang-Xuan, 2013).

The integration of social media into modern society has caused a significant technological shift that has impacted all demographics in personal, educational, and professional spheres (Xu, Yang, Xu, and MacLeod, 2019). People are increasingly relying on social media rather than traditional media organizations to access information, communicate, and exchange information (Boulianne, 2015). University students, in particular, often use social media platforms to gather information on academic and daily life topics (Kim, Sin, and Yoo-Lee, 2014; Miller, 2020). Research has shown that university-age individuals, particularly those aged 18 to 29, are the most active users of social media, with nearly all of them using it daily (Carr ve Hayes, 2015; Pew Research Center, 2019; Pew Research Center, 2022). The topic of social media proficiency in the higher education context is still evolving (Novakovich, Miah, and Shaw, 2017). Studies have indicated that university students may graduate without the necessary social media skills required for their personal and professional lives (Benson and Filippaios, 2015; Moreno et al., 2015; Novakovich et al., 2017). Given that appropriate social media participation serves individuals' online professional identity, digital citizenship, and social career management, the lack of competency among university students is concerning (Benson, Morgan, and Filippaios, 2014; Greenwood et al., 2016; Xu et al., 2019). Additionally, research highlighting the serious problems that can arise from inappropriate social media participation emphasizes the vital importance of social media proficiency (Cao, Khan, Zaigham, and Khan, 2019; Kolhar, Kazi, and Alameen, 2021; Miller, 2020).

In conclusion, social media competency is a current and critical issue in higher education institutions (Xu et al., 2019). It is important to assess the social media competency levels of university students and take appropriate action. To this end, a valid and reliable measurement tool is needed to evaluate the social media competency levels of university students. A review of the literature found that no such scale currently exists for the Turkish context. However, the Social Media Competence Scale developed by Zhu et al. (2020c) for higher education students may be suitable for Turkish culture and society. The aim of this study is to adapt the Social Media Competence Scale developed by Zhu et al. (2020c) for use in the Turkish language and culture to determine the social media competency levels of university students.

Method. In this research, the Social Media Competence Scale developed by Zhu et al. (2020c) was adapted to Turkish language and culture. To achieve this, the scale's linguistic equivalence was first ensured through a study, and then the scale's validity and reliability were tested (Büyüköztürk et al., 2020; Heggstad et al., 2019; International Council of Testing [ICT], 2017; Öztürk et al., 2015). The sample for this study consists of 241 students who are enrolled in 54 higher education institutions in 31 different cities in Turkey during the academic year 2021-2022. The participants' ages range from 17 to 44 and the average age of the participants is 24. It is observed that 68.46% of the participants are female and 31.54% are male. In addition, more than half of the participants have been students for 1-



2 years. 9.13% of the participants are continuing their education at the undergraduate level, 70.12% at the graduate level, 14.94% at the postgraduate level, and 5.81% at the doctoral level.

Results. This study focuses on the social media literacy of students enrolled in higher education institutions. The measurement of social media literacy levels in university students is important because it allows higher education institutions to take steps to prevent students from being exposed to negative or unethical content on social media. To that end, the Social Media Competence Scale was adapted for use in the Turkish language and culture. Data was collected from 241 students enrolled in undergraduate, graduate, postgraduate, and doctoral programs at 54 higher education institutions located in 31 cities in Turkey. A CFA was conducted using the WLSMV estimation method to verify the scale's structure (Brown, 2015). The CFA results indicated that the item load of the 21st item was .030 and statistically insignificant, and this item was therefore excluded (Brown, 2015; Stevens, 2009). The DFA was then conducted again. It was determined that the "expletives" expression in the 21st item of the original scale was a potential contributor to the statistically insignificant result due to a lack of cultural equivalence. The DFA results after excluding Item 21 confirmed the four-dimensional structure of the Social Media Competence Scale adapted to Turkish language and culture, consisting of 27 items. This structure includes 5 items in the Technical Usability dimension, 7 items in the Content Interpretation dimension, 7 items in the Content Generation dimension, and 8 items in the Anticipatory Reflection dimension. A high score on the scale indicates a high level, while a low score indicates a low level of social media literacy.

Discussion and Conclusion. The internal reliability of the data obtained from the scale was determined using Cronbach's alpha, stratified alpha, and composite reliability coefficients, and the results indicated a high level of internal reliability. A t-test was also conducted between the lower and upper 27% score groups, and the results showed that the items in the scale statistically significantly distinguish between the lower and upper score groups. Overall, the results of this study, in which the Social Media Competence Scale was adapted to Turkish language and culture, indicate that the adapted scale is a valid and reliable measurement tool for Turkish language and culture.



Giriş

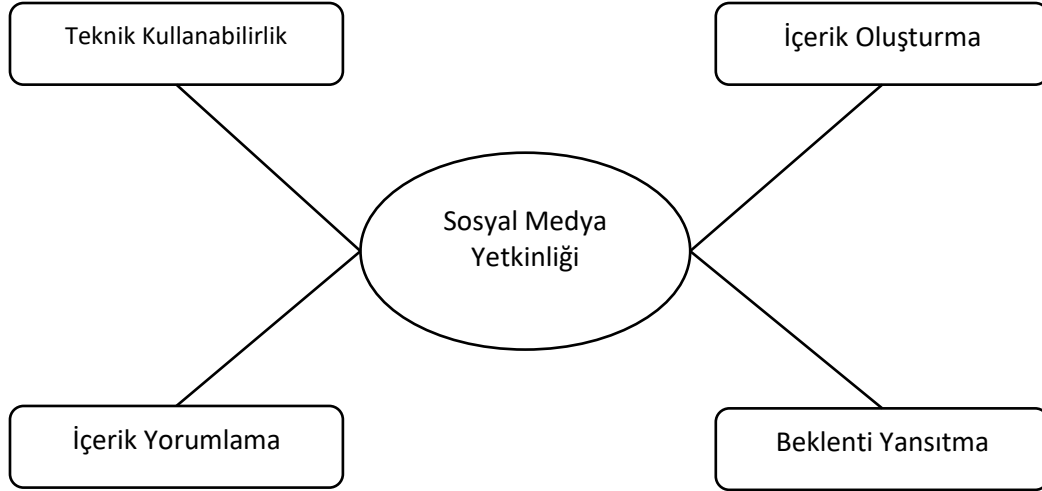
Bilgi teknolojisinde son yirmi yılda yaşanan gelişmeler yeni medyanın doğmasına yol açmıştır. Yeni medyanın ayrılmaz bir parçası olarak görülen sosyal medya, kullanıcıların bilgi, fikir, kişisel mesaj ve diğer içerikleri paylaşmak için çevrimiçi topluluklar oluşturduğu etkileşimli web uygulamaları olarak tanımlanmaktadır (Boyd ve Ellison, 2007; Hennig-Thurau vd., 2010). Sosyal medya, bireylerin genel ve yarı kapsamlı herkese açık profiller oluşturup kendi duygu ve düşüncelerini içeren içerikler üretmesine, üretilen bu içeriklerin dar ve geniş kapsamlı hedef kitleyle eşzamanlı veya zamansız etkileşime girilmesine ve sistem içinde başkaları tarafından üretilen içeriklerin görüntülenip, gezilmesine olanak sağlayan internet tabanlı bir kanaldır (Carr ve Hayes, 2015). Bu internet tabanlı kanal, bireylerin kişisel ve profesyonel iletişimlerinin karmaşık bir bileşeni olduğu kadar zaman içinde haberleri öğrenmek, almak ve yaymak için bir çıkış noktası haline gelmiştir (Zhu, Zhu, Ghosh, Wu ve Yuan, 2019). Mikrobloglar, sosyal ağlar, yer imi siteleri, topluluk blogları veya video paylaşım siteleri gibi sosyal medyanın artan kullanımı, yalnızca insanların iletişim kurma şeklini değiştirmekle kalmayıp, aynı zamanda insanların bilgi davranışlarında önemli değişiklikleri tetiklemiştir (Kim ve Kim, 2017; Stieglitz ve Dang-Xuan, 2013).

Sosyal medyanın topluma modern bir şekilde entegre olması, insanlığın kişisel, eğitimsel ve profesyonel alandaki tüm demografik segmentlerini etkileyen büyük bir teknolojik değişimin yaşanmasına yol açmıştır (Xu, Yang, Xu ve MacLeod, 2019). İnsanlar bilgiye erişmek, iletişim kurmak ve bilgi alışverişinde bulunmak için geleneksel medya kurumlarından ziyade sosyal medyaya giderek daha fazla güvenmektedir (Boulianne, 2015). Özellikle üniversite öğrencileri akademik konular ve günlük yaşam hakkında bilgi toplamak için sıklıkla sosyal medya platformlarını kullanmaktadır (Kim, Sin ve Yoo-Lee, 2014; Miller, 2020). Üniversite çağındaki bireyler sosyal medyanın en aktif kullanıcılarıdır ve bu konuda yapılmış araştırmalar 18 ile 29 yaş arasındaki gençlerin en az bir sosyal medya hesabı olduğunu ve hemen hemen hepsinin interneti günlük olarak kullandığını göstermektedir (Carr ve Hayes, 2015; Pew Research Center, 2019; Pew Research Center, 2022).

Sosyal medya, kullanıcılarına yakın çevresinden farklı olarak açık bir ortam yaratan ve kullanıcıların metin, ses, fotoğraf ve video gibi çeşitli biçimlerde içerikler üretip paylaşmasına veya başkaları tarafından üretilen içeriklere erişmesine olanak sağlayan platformlardır (Khan, Alkawaz ve Zangana, 2019). Bu platformların büyümesi ve popüleritesinin giderek artması başka amaçlar için kullanılma olasılığını arttırmıştır. Erişim kolaylığı ve kullanıcılarının görüşlerini ve kararlarını etkilemede oynadığı rol nedeniyle son on yılda olağanüstü sayıda sosyal medya içeriği üretilmiştir. Bu içeriklerin birçoğunda finansal, siyasi ve ideolojik kazançlar elde etme amacıyla oluşturulmuş sahte haberler ve aldatıcı unsurlar bulunabilmektedir (Menczer, 2016). Sosyal medya platformlarının hızlı bilgi paylaşma ve geniş kitlelere ulaşmaya olanak sağlaması, bu platformların kötüye kullanılmasını da kolaylaştırmıştır (Vosoughi, Roy ve Aral, 2018).

Sosyal medyanın giderek artan kullanımı aynı zamanda telif hakkı ihlalleri, siber suçlar, siber zorbalık gibi sorunların doğmasına yol açmıştır (Watts, Wagner, Veasquez ve Behrens, 2017). Bütün bu sorunlar, zamanının büyük bir bölümünü internette geçiren üniversite öğrencilerini sosyal medyanın olumsuz yönlerine karşı savunmasız hale getirmiştir (Kim vd., 2014; Van Den Eijnden, Koning, Doornwaard, Van Grup ve Ter Bogt, 2018). Sosyal medyanın olumsuz etkilerine yönelik yapılmış araştırmalar bu savunmasızlığın ortaya çıkmasında sosyal medya yetkinliğine dikkat çekmektedir. Sosyal medya etkinliklerine katılırken gerekli olan iletişim, seçme, oluşturma, eleştiri ve içerik paylaşma becerilerini içeren sosyal medya yetkinliği, sosyal medya ile uygun ve etkili bir şekilde etkileşim kuracak bilgi ve güvene sahip olma kapasitesi olarak tanımlanmaktadır (Alber vd., 2015; Vanwysberghe,

Vanderlinde, Georges ve Verdegem, 2015; Xu vd., 2019). Zhu, Yang, Wu ve Chen (2021), gerçekleştirdikleri kapsamlı literatür incelemesine dayanarak sosyal medya yetkinliği tanımı için Şekil 1'de yer verilen dört boyutun temel olarak kabul edilebileceği sonucuna ulaşmıştır.



Kaynak: Zhu vd. (2021, s. 7)

Şekil 1. Sosyal medya yetkinliğinin dört boyutu

Şekil 1 incelendiğinde teknik kullanılabilirlik, içerik yorumlama, içerik oluşturma ve beklenti yansıtma boyutlarının sosyal medya yetkinliği tanımı için temel oluşturduğu görülmektedir. Teknik kullanılabilirlik, sosyal medya platformlarını kullanabilme yeteneğini ifade ederken içerik yorumlama, içeriği filtreleme ve içerikten anlamlı bilgiler çıkarma kapasitesini kapsar. İçerik oluşturma, iletişim kurma, görüş ve düşünceleri iletme ve başkalarıyla anlamlı bir şekilde müzakere etme yeteneğidir. Beklenti yansıtma ise içerik üretmeden önce kişinin eylemlerinin ve başkalarının algılarının farkında olması anlamına gelir (Zhu vd., 2020b; Zhu vd., 2021).

Yükseköğretim bağlamında sosyal medya yetkinliği konusu halen gelişim aşamasındadır (Novakovich, Miah ve Shaw, 2017). Bu konuda yapılmış araştırmalar, üniversite öğrencilerinin kişisel ve profesyonel iş hayatının gerektirdiği uygun sosyal medya yetkinliğine sahip olmadan mezun olduklarını ileri sürmektedir (Benson ve Filippaios, 2015; Moreno vd., 2015; Novakovich vd., 2017). Uygun sosyal medya katılımının bireylerin çevrimiçi profesyonel kimliğine, dijital vatandaşlığına ve sosyal kariyer yönetimine hizmet ettiği düşünüldüğünde, üniversite öğrencileri arasındaki bu yetkinlik eksikliği endişe vericidir (Benson, Morgan ve Filippaios, 2014; Greenwood vd., 2016; Xu vd., 2019). Aynı zamanda uygunsuz sosyal medya katılımının getirebileceği ciddi problemleri ortaya çıkaran araştırmalar, sosyal medya yetkinliğinin hayati önemine dikkat çekmektedir (Cao, Khan, Zaigham ve Khan, 2019; Kolhar, Kazi ve Alameen, 2021; Miller, 2020).

Sosyal medya yetkinliğinin yükseköğretim kurumlarının karşı karşıya olduğu çok güncel ve kritik bir konu olduğu düşünülmektedir (Xu vd., 2019). Yükseköğretim kurumları, öğrencilerin sosyal medya platformlarını etkili bir şekilde kullanmalarına yardımcı olmak ve olumsuz etkilerini azaltmak için önlemler almak durumundadır. Bu önlemler öğrencilerin dijital becerilerini geliştirmeye yardımcı olmak, sosyal medyayı eğitim ve iletişim aracı olarak kullanmalarını teşvik etmek ve sosyal medya etik kurallarına dikkat çekmek gibi çeşitli stratejileri içerebilir. Bu doğrultuda, yükseköğretim kurumlarının sosyal medya yetkinliği konusuna dikkat göstermeleri ve gerekli tedbirleri alarak öğrencileri sosyal medya konusunda bilinçli ve yetkin hale getirmeleri önemlidir. Bu önem beraberinde üniversite öğrencilerinin sosyal medya yetkinlik düzeylerini geçerli ve güvenilir bir şekilde belirleyecek uygun

Özalp, U., Akkaya, R. ve Çetin, M. (2023). Sosyal medya yetkinlik ölçeği: Bir ölçek uyarlama çalışması. *Batı Anadolu Eğitim Bilimleri Dergisi*, 14(2), 1504-1524.

DOI. 10.51460/baebd.1331611



ölçme araçlarına ihtiyaç doğurmaktadır. İlgili alanyazın incelendiğinde ülkemizde sosyal medyayı konu edinen çeşitli ölçeklerin olduğu görülmektedir. Otrar ve Arğın (2015), ortaokul ve lise öğrencilerinin sosyal medyaya ilişkin tutumlarını belirlemeye yönelik bir ölçek geliştirme çalışması yapmıştır. Deniz ve Ünal'ın (2019) ise sosyal medya çağındaki kuşakların sosyal medya kullanımı ve değerlerine yönelik bir dizi ölçek geliştirme çalışması vardır. Ancak sosyal medyayı üniversite öğrencileri bağlamında ele alan ve yetkinlik temelli ölçmeye çalışan geçerli ve güvenilir bir ölçme aracına rastlanmamıştır. Alanyazındaki bu boşluğa karşılık, Zhu ve diğerlerinin (2020c) yükseköğretim kurumlarında öğrenim gören öğrencilere yönelik geliştirdiği Sosyal Medya Yetkinlik Ölçeği'nin (Social Media Competence Scale) Türk kültürü ve toplumsal yapısına uygun olabileceği öngörülmektedir. Bu öngörü doğrultusunda bu çalışmanın amacı Zhu ve diğerleri (2020c) tarafından üniversite öğrencilerinin sosyal medya yetkinlik düzeylerini tespit etmek amacıyla geliştirilen Sosyal Medya Yetkinlik Ölçeği'nin Türk dili ve kültürüne uyarlanmasını yapmaktır.

Yöntem

Nicel bir araştırma olan bu çalışmada, Zhu ve diğerleri (2020c) tarafından geliştirilen Sosyal Medya Yetkinlik Ölçeği, Türk dili ve kültürüne uyarlanmıştır. Bunun için öncelikle ölçeğin dilsel eş değerliğinin sağlanmasına yönelik çalışma gerçekleştirilmiş, ardından ölçeğin geçerlik ve güvenilirliği test edilmiştir (Büyüköztürk, Kılıç Çakmak, Erkan Akgün, Karadeniz ve Demirel, 2020; Heggstad, Scheaf, Banks, Monroe Hausfeld, Tonidandel ve Williams, 2019; International Council of Testing [ICT], 2017; Öztürk, Eroğlu ve Kelecioğlu, 2015).

Örneklem

Çalışmanın örneklemini, kolayda örnekleme yöntemiyle belirlenmiş, 2021-2022 öğretim yılında Türkiye'nin 31 farklı şehrinde 54 yükseköğretim kurumunda öğrenim gören 241 öğrenci oluşturmaktadır. Katılımcılar belirlenirken, farklı kurumsal yapıların farklı kültürel yapıların oluşumuna sebep olabileceği göz önünde bulundurularak yanlılıktan uzak durmak için Yüksek Öğretim kurumu ve/veya şehirler bağlamında çeşitleme yoluna gidilmesi amaçlanmıştır. Dolayısıyla, yükseköğretim kurumları ve/veya şehirler birer tabaka olarak ele alınmamıştır. Ölçek ile yükseköğretim kurumlarında öğrenim gören her kademedeki öğrencilerin sosyal medya yetkinliklerinin ölçülmesi hedeflenmesinden dolayı katılımcılar ön lisans doktoraya kadar tüm öğrencilik kademelerini kapsayacak şekilde belirlenmiştir. Buna göre, katılımcıların yaşları 17 ile 44 arasında çeşitlilik göstermektedir ve katılımcıların yaş ortalaması 24'tür. Katılımcılara ilişkin bilgiler Tablo 1'de gösterilmiştir.

Tablo 1.

Katılımcılara İlişkin Bilgiler

Grup	Değişken	n	%
Cinsiyet	Kadın	165	68.46
	Erkek	76	31.54
Öğrencilik Süresi	1 yıl	88	36.51
	2 yıl	57	23.65
	3 yıl	19	7.88
	4 yıl	54	22.41
	5 yıl	9	3.73
	6 yıl ve üstü	14	5.82
Yükseköğretim Kademesi	Ön Lisans	22	9.13
	Lisans	169	70.12
	Yüksek Lisans	36	14.94



	Doktora	14	5.81
Toplam		241	100

Tablo 1 incelendiğinde, katılımcıların %68.46'sının kadın, %31.54'ünün erkek olduğu görülmektedir. Bununla birlikte katılımcıların yarıdan fazlasının öğrencilik süresi 1-2 yıl aralığındadır. Katılımcıların %9.13'ü ön lisans, %70.12'si lisans, %14.94'ü yüksek lisans ve %5.81'i doktora düzeyinde öğrenime devam etmektedir. Katılımcıların çok büyük bir bölümü lisans düzeyinde öğrenime devam ettikleri görülmektedir.

Veri toplama araçları

Sosyal Medya Yetkinlik Ölçeği, Zhu ve diğerleri (2020c) tarafından, son zamanlarda yükseköğretim kurumlarında öğrenim gören öğrencilerin sosyal medya üzerinden hakaret içerikli, mantık dışı ve etik olmayan unsurlara maruz kalmasının önemli bir sorun olarak gündeme gelmesi üzerine bu konuda yükseköğretim kurumları tarafından önlem alınabilmesi için öğrencilerin sosyal medya yetkinlik düzeylerini tespit etmek amacıyla geliştirilen bir araçtır. 4 boyuttan oluşan ölçekte kesinlikle katılmıyorum, katılmıyorum, nötr, katılıyorum ve kesinlikle katılıyorum seçeneklerinin yer aldığı beşli Likert tipinde 28 madde bulunmaktadır. Teknik Kullanım Bilgisi boyutunda 5, İçeriği Yorumlama boyutunda 7, İçerik Üretme boyutunda 7 ve Beklenti Yansıtma boyutunda 9 madde yer almaktadır. Ölçek geliştirme aşamasında 622 öğrenciden elde edilen veriler üzerinden geçerlik ve güvenilirlik çalışmaları yürütülmüştür. Boyutlar bağlamında ölçeğin Cronbach Alfa iç güvenilirlik katsayısının .92 ve .95 arasında çeşitlilik gösterdiği tespit edilmiştir.

Ölçeğin dil eşdeğerliğinin sağlanması

Sosyal Medya Yetkinlik Ölçeği uyarlama çalışmasının ilk basamağı olarak ölçeği geliştiren yazarlardan e-posta yoluyla izin alınmıştır. Uyarlama izninin alınmasını takiben araştırmanın yürütülebilmesi için etik kurul onayı alınmıştır. Ardından, ölçeğin İngilizce orijinali üzerinden İngilizce Öğretmenliği alanında lisans derecesine sahip olup Eğitim Yönetimi ve Denetimi alanında doktora derecesinde eğitime sahip üç dil uzmanı tarafından birbirlerinden bağımsız olarak tercüme işlemi gerçekleştirilmiştir. Araştırmacılar ve dil uzmanları bir araya gelerek tercüme edilmiş maddeleri karşılaştırarak değerlendirmiş ve gerekli düzeltmeler yapılarak tek form elde edilmiştir. Elde edilen form, Türk dili ve kültürüne uygunluğun kontrol edilmesi amacıyla Türk Dili ve Edebiyatı alanında lisans derecesine sahip üç dil uzmanının görüşüne sunulmuştur. Geribildirimlere göre gerekli düzeltmeler yapılmıştır. Ölçek formu, bir üniversitenin Yabancı Diller Yüksekokulunda görev yapan üç öğretim görevlisi tarafından bağımsız olarak İngilizceye tercüme edilmiştir. İngilizce tercüme yapan öğretim görevlileri ve araştırmacılar bir araya gelerek geri tercüme edilen formlar birleştirilmiş, tek form elde edilmiştir. Ölçeğin geri tercüme edilmiş hali ve orijinal formu karşılaştırılmış ve maddeler arasında anlamı bozacak farklılık bulunmadığı, eş anlamlı kelimeler bağlamında bazı küçük farklılıklar bulunduğu tespit edilmiş, geri tercüme yapılan ölçek formunun ve ölçeğin orijinal halinin birbirlerine yakın olduğu sonucuna varılmıştır.

Tercüme çalışması tamamlanan ölçeğin dilsel eşdeğerliğini test etmek için ölçeğin Türkçe formu ve orijinal hali, bir üniversitenin İngilizce Öğretmenliği Programında 4. sınıfta öğrenim gören 28 öğrenciye 3 hafta arayla uygulanmıştır. Her iki uygulamadan elde edilen puanlar arasındaki ilişki, Pearson momentler çarpımı korelasyon katsayısı hesaplanarak incelenmiştir. Elde edilen sonuca göre ölçeğin Türkçe formu ve orijinal halinden elde edilen puan ortalamaları arasında olumlu ve istatistiksel bakımdan anlamlı bir ilişki bulunduğu tespit edilmiştir ($r = .938$, $p < .000$). Bununla birlikte, gerçekleştirilen bağımlı örneklem t-testi sonuçlarına göre ölçeğin Türkçe formu ve orijinal halinden Özalp, U., Akkaya, R. ve Çetin, M. (2023). Sosyal medya yetkinlik ölçeği: Bir ölçek uyarlama çalışması. *Batı Anadolu Eğitim Bilimleri Dergisi*, 14(2), 1504-1524.
DOI. 10.51460/baebd.1331611



elde edilen puanlar arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmadığı tespit edilmiştir [t(27) = 0.083, p = .935]. Elde edilen sonuçlar ışığında, ölçeğin dilsel eşdeğerliğinin sağlandığı ifade edilebilir. Ölçeğin uyarlanmış formunda yer alması öngörülen seçenekler (1) Beni hiç tanımlamıyor, (2) Beni tanımlamıyor, (3) Kararsızım, (4) Beni tanımlıyor ve (5) Beni tamamen tanımlıyor olarak belirlenmiştir. Ölçeğin Türkçe formuna, demografik bilgilere ilişkin sorular ve yönerge eklenerek ölçek veri toplamaya hazır hale getirilmiştir. Veriler Google Forms kullanılarak elektronik ortam aracılığıyla toplanmıştır. Veri toplama formunun tamamlanması ortalama 8 dakika sürmektedir.

Verilerin analizi

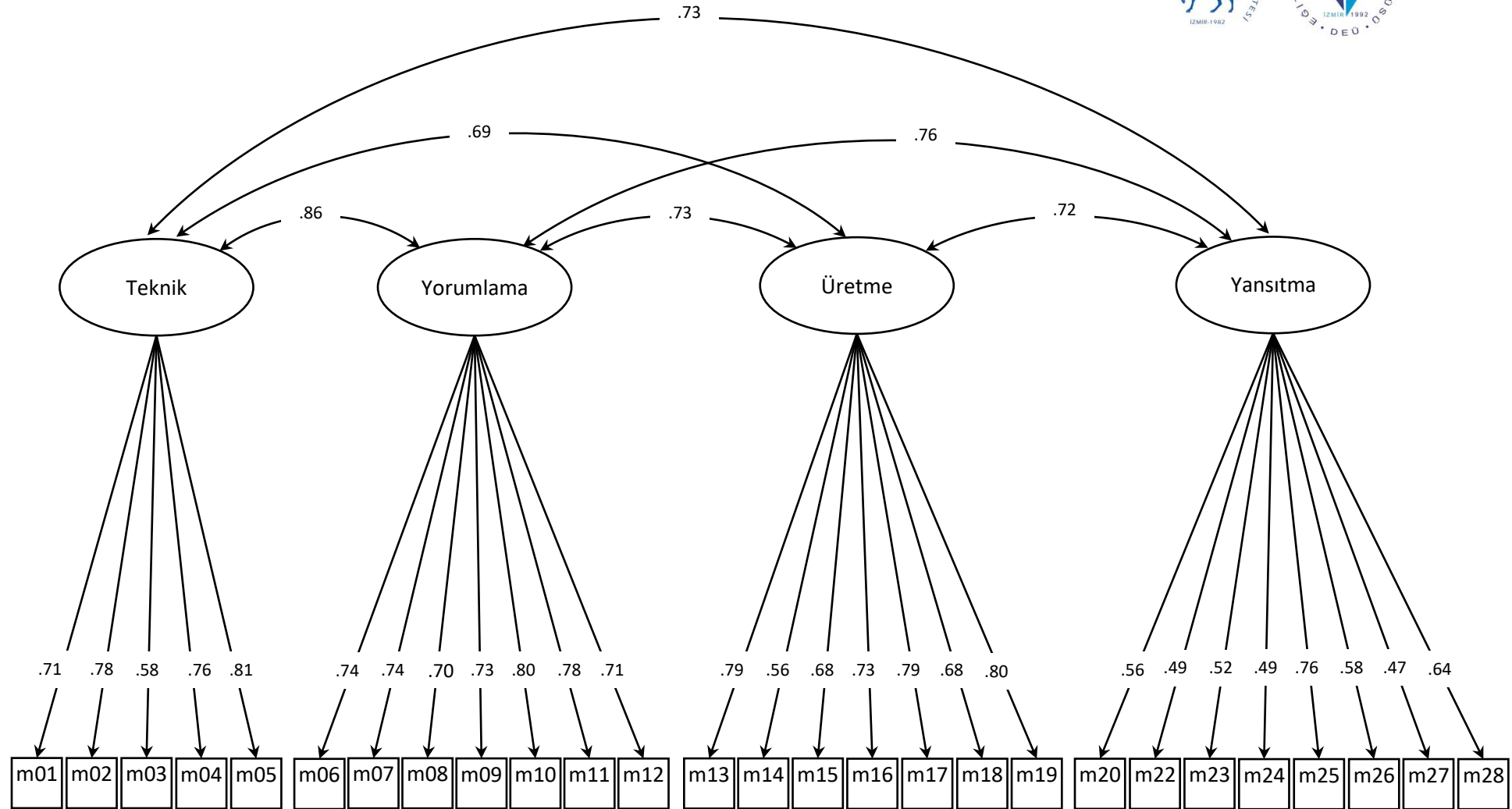
Ölçeğin dört faktörlü yapısını doğrulamak için Doğrulayıcı Faktör Analizi (DFA) gerçekleştirilmiştir. DFA ile ortaya koyulan yapının iç güvenilirliğini test etmek için Cronbach alfa (α), tabakalı alfa (α_t) ve bileşik güvenilirlik (Composite Reliability – cR) katsayıları hesaplanmıştır. Madde ayırt ediciliğini tespit etmek için madde toplam korelasyon katsayısı (rit), düzeltilmiş madde korelasyon katsayısı (rir) ve %27'lik dilimler halinde alt ve üst puan gruplarının ortalamaları arasında t-testi gerçekleştirilmiştir. Çalışmada elde edilen veriler, açık kaynak kodlu ve güçlü bir istatistiksel araç olan R (versiyon 4.2.1) (R Core Team, 2022) ile birlikte ara yüz olarak kullanım kolaylığı sağlayan RStudio (versiyon 2022.02.3 build 492) (RStudio Team, 2022) kullanılarak analiz edilmiştir.

Bulgular

Toplanan verilerin tekli normallik varsayımını karşılayıp karşılamadığını tespit etmek üzere basıklık ve çarpıklık değerleri incelenmiştir. Maddeler bazında basıklık değerinin -.51 ile 3.95 arasında ve çarpıklık değerinin -1.69 ile -.37 arasında değiştiği tespit edilmiştir. Leech, Barrett ve Morgan'a (2015) göre basıklık ve çarpıklık değerlerinin ± 1 aralığında olması tekli normallik dağılımının göstergesi olarak kabul edilmektedir. Ulaşılan sonuca göre veri setinin tekli normallik dağılımı göstermediği tespit edilmiştir. Çoklu normallik, *QuantPsych* paketi kullanılarak çoklu basıklık ve çoklu çarpıklık testleri ile incelenmiştir (Fletcher, 2022). Test sonucunda ulaşılan anlamlı p değeri, veri setinin çoklu normal dağılım göstermediğini işaret etmektedir.

Eldeki veri setinin tekli ve çoklu normal dağılım göstermemesinden dolayı herhangi bir normal dağılım varsayımı bulunmayan WLSMV (Weighted Least Squares Mean and Variance - ortalama ve varyansa göre düzeltilmiş ağırlıklandırılmış en küçük kareler) kestirim yöntemi kullanılarak DFA yapılmasına karar verilmiştir (Bagheri ve Saadati, 2021; Li, 2016). DFA, *lavaan* paketi kullanılarak gerçekleştirilmiştir (Rosseel, 2012).

DFA sonucunda elde edilen faktör yükleri incelendiğinde 21. maddenin madde yükünün .030 olduğu ve bu doğrultuda istatistiksel bakımdan anlamsız olduğu (p = .707, z = .376) tespit edilmiştir. z değeri 1.96'nın altında olan, istatistiksel bakımdan anlamsız öğelerin modele katkıda bulunmadığı ifade edilebilir (Brown, 2015; Stevens, 2009). İlgili madde modelden çıkartılarak DFA tekrarlanmıştır. Elde edilen sonuçlara göre madde yüklerinin .47 ile .81 arasında (p < .001) çeşitlilik gösterdiği tespit edilmiştir. Boyutlar arasında çoklu bağlantı sorunu tespit edilmemiştir. Sosyal Medya Yetkinlik Ölçeği için gerçekleştirilen DFA ile elde edilen model, Şekil 2'de yer almaktadır.



Şekil 2. Sosyal medya yetkinlik ölçeği modeli



Sosyal Medya Yetkinlik Ölçeği'nin maddelerine ait faktör yüklerini ve faktör yapısını gösteren modelin yer aldığı Şekil 2' de ölçeğin dört boyutlu 27 maddeden oluştuğu görülmektedir. 27 madde üzerinden gerçekleştirilen DFA ile elde edilen sonuçlar ve alanyazında yer alan çeşitli uyum indeks değerleri Tablo 2'de gösterilmiştir.

Tablo 2.

DFA Sonuçları ve Uyum İndeksleri

Parametre	Sonuç	İyi Uyum	Kabul Edilebilir Uyum
χ^2/sd^*	.749	$0 \leq \chi^2/sd \leq 2$	$2 < \chi^2/sd \leq 5$
RMSEA	.049	$0 \leq RMSEA \leq .05$	$.05 < RMSEA \leq .08$
SRMR	.075	$0 \leq SRMR \leq .05$	$.05 < SRMR \leq .10$
NFI	.965	$.95 \leq NFI \leq 1.00$	$.90 \leq NFI < .95$
NNFI	1.00	$.97 \leq NNFI \leq 1.00$	$.90 \leq NNFI < .97$
CFI	1.00	$.97 \leq CFI \leq 1.00$	$.95 \leq CFI < .97$
GFI	.974	$.95 \leq GFI \leq 1.00$	$.80 \leq GFI < .95$
AGFI	.969	$.90 \leq AGFI \leq 1.00$	$.80 \leq AGFI < .90$

* $\chi^2 = 237.915$

Kaynak: Awang (2012), Byrne (2016), Doll, Xia ve Torkzadeh (1994), Forza ve Filippini (1998), Greenspoon ve Saklofske (1998), Hooper, Coughlan ve Mullen (2008), Hu ve Bentler (1999), Schermelleh-Engel, Moosbrugger ve Müller (2003), Schumacker ve Lomax (2016), Segars ve Grover (1993), Steiger (2007)

Elde edilen verinin Sosyal Medya Yetkinlik Ölçeği'nin 27 maddeden oluşan 4 boyutlu yapısına uygunluğunu kontrol etmek için çeşitli yükseköğretim kurumlarında öğrenim gören 241 öğrenciden toplanan veri kullanılarak DFA yapılmıştır. Tablo 2 incelendiğinde, RMSEA, SRMR, NFI, NNFI, CFI, GFI ve AGFI parametrelerinin iyi uyum değer aralığında olduğu görülmektedir. Alanyazında yer alan kesme değerlerine göre ölçeğin yapısının elde edilen verilerle doğrulandığı dile getirilebilir.

DFA sonucunda ölçeğin orijinal formu ile uyum gösteren 4 faktörlü yapıya ilişkin iç güvenilirliği test etmek amacıyla Cronbach alfa (α), tabakalı alfa (α_t) ve bileşik güvenilirlik (cR) katsayıları hesaplanmıştır. Cronbach alfa ve bileşik güvenilirlik hesaplaması için *semTools* paketi (Jorgensen, Pornprasertmain, Schoemann ve Rosseel, 2022), tabakalı alfa hesaplaması için *sirt* paketi (Robitzsch, 2022) kullanılmıştır. Hesaplanan α , α_t ve cR değerleri Tablo 3'te yer almaktadır.

Tablo 3.

İç Güvenirlik Testi Sonuçları

	Cronbach Alfa (α)	Bileşik Güvenirlik (cR)
Teknik Kullanım Bilgisi	.835	.835
İçeriği Yorumlama	.897	.897
İçerik Üretme	.885	.881
Beklenti Yansıtma	.806	.779
Toplam Puan	.939	.946
	$\alpha_t = .949$	

Tablo 3 incelendiğinde Cronbach alfa (α) iç güvenilirlik katsayısının boyutlar bağlamında .806 ile .897 arasında değiştiği, toplam puan için .939 olduğu görülmektedir. Bununla birlikte tabakalı alfa (α_t)

Özalp, U., Akkaya, R. ve Çetin, M. (2023). Sosyal medya yetkinlik ölçeği: bir ölçek uyarlama çalışması. *Batı Anadolu Eğitim Bilimleri Dergisi*, 14(2), 1513-1533.

DOI. 10.51460/baebd.1331611



İç güvenirlik kat sayısı .949 olarak tespit edilmiştir. Bileşik güvenirlik (cR) katsayısı boyutlar bağlamında .779 ile .835 arasında değişirken ölçeğin genelinden elde edilen puanlar için .946 olarak tespit edilmiştir. Elde edilen bulgulara göre ölçeğin yüksek düzeyde iç güvenirliğe sahip olduğu dile getirilebilir (DeVellis, 2017; Hair, Black, Babin ve Anderson, 2018; Kline, 2015).

Sayfa | 1524

Ölçekte yer alan maddelerin ayırt ediciliğini sınamak için madde toplam korelasyon katsayısı (r_{it}) ve düzeltilmiş madde korelasyon katsayısı (r_{ir}) hesaplanmıştır. Bununla birlikte, %27'lik dilimde yer alan alt ve üst puan grupları arasında istatistiksel bakımdan anlamlı bir farklılık bulunup bulunmadığını tespit etmek için bağımsız gruplar t-testi gerçekleştirilmiştir. Madde toplam korelasyon katsayıları ve düzeltilmiş madde korelasyon katsayılarının hesaplanmasında *ShinyItem Analysis* paketi (Martinková ve Drabinová, 2018) ve üst grup ve alt gruplara ait puanların hesaplanmasında *dplyr* paketi (Wickham, François, Henry ve Müller, 2020) kullanılmıştır. Elde edilen sonuçlar Tablo 4'te gösterilmiştir.

Tablo 4.
Madde Analizi Sonuçları

Boyut	Madde	Madde Hariç Alfa	r_{ir}	r_{it}	Üst %27 \bar{X}	Alt %27 \bar{X}	t	P
Teknik Kullanım Bilgisi	m01	.936	.617	.652	5.00	3.26	16.04	.000
	m02	.936	.671	.703	5.00	2.84	22.72	.000
	m03	.938	.505	.559	4.60	2.04	24.56	.000
	m04	.937	.649	.673	5.00	3.76	18.14	.000
	m05	.936	.692	.718	5.00	3.47	15.76	.000
İçeriği Yorumlama	m06	.936	.659	.688	5.00	3.49	14.25	.000
	m07	.936	.666	.691	5.00	3.65	15.38	.000
	m08	.937	.616	.646	5.00	3.47	19.49	.000
	m09	.936	.639	.667	5.00	3.40	19.04	.000
	m10	.936	.709	.733	5.00	3.50	16.73	.000
	m11	.936	.688	.716	5.00	3.12	22.84	.000
	m12	.936	.636	.669	5.00	3.12	18.34	.000
İçerik Üretme	m13	.936	.679	.712	4.79	2.54	23.40	.000
	m14	.938	.486	.536	4.58	2.33	21.47	.000
	m15	.937	.587	.628	4.80	2.58	23.77	.000
	m16	.936	.633	.675	4.88	2.30	27.75	.000
	m17	.936	.699	.726	5.00	3.19	18.87	.000
	m18	.937	.582	.627	4.93	2.43	28.08	.000
	m19	.936	.684	.718	4.80	2.51	24.02	.000
Beklenti Yansıtma	m20	.938	.476	.522	5.00	3.29	14.78	.000
	m22	.938	.464	.513	5.00	2.97	15.68	.000
	m23	.938	.496	.545	5.00	2.81	17.35	.000
	m24	.938	.469	.520	5.00	2.80	18.51	.000
	m25	.936	.649	.677	5.00	3.45	16.34	.000
	m26	.938	.510	.553	5.00	3.13	17.30	.000
	m27	.939	.414	.475	4.87	2.19	26.88	.000
	m28	.937	.553	.594	5.00	3.00	19.31	.000

Tablo 4 incelendiğinde madde toplam korelasyon katsayılarının .414 ile .709 arasında değiştiği, düzeltilmiş madde korelasyon katsayılarının .475 ile .733 arasında değiştiği görülmektedir. Bununla Özalp, U., Akkaya, R. ve Çetin, M. (2023). Sosyal medya yetkinlik ölçeği: bir ölçek uyarlama çalışması. *Batı Anadolu Eğitim Bilimleri Dergisi*, 14(2), 1513-1533.
DOI. 10.51460/baebd.1331611



birlikte, tüm maddeler için üst puan grubu lehine istatistiksel bakımdan anlamlı bir farklılık bulunmaktadır ($p < .05$).

Ölçekten elde edilen puanların katılımcıların cinsiyetlerine göre farklılık gösterip göstermediğini sınamak için bağımsız örneklem t-testi uygulanmıştır. Test sonuçları Tablo 5'te yer almaktadır.

Tablo 5.
Katılımcıların Cinsiyet Dağılımına Göre T-Testi Sonuçları

Boyut	Grup	N	\bar{X}	Ss	t	Sd	p
Teknik Kullanım Bilgisi	Kadın	165	4.05	0.67	-0.56	239	.573
	Erkek	76	4.10	0.68			
İçeriği Yorumlama	Kadın	165	4.22	0.60	0.76	239	.446
	Erkek	76	4.17	0.60			
İçerik Üretme	Kadın	165	3.72	0.77	-1.02	239	.307
	Erkek	76	3.84	0.68			
Beklenti Yansıtma	Kadın	165	4.07	0.65	0.13	239	.897
	Erkek	76	4.06	0.51			
Ölçek Geneli	Kadın	165	4.01	0.57	-0.23	239	.819
	Erkek	76	4.03	0.51			

Tablo 5 incelendiğinde, ölçekten elde edilen puanların ölçeğin alt boyutları ve ölçeğin genelinden elde edilen puanlar bağlamında katılımcıların cinsiyetlerine göre farklılık göstermediği anlaşılmaktadır ($p > .05$).

Ölçekten elde edilen puanların katılımcıların öğrencilik sürelerine göre farklılık gösterip göstermediğini sınamak için ANOVA testi uygulanmıştır. Test sonuçları Tablo 6'da yer almaktadır.

Tablo 6.
Katılımcıların Öğrencilik Sürelerine Göre ANOVA Testi Sonuçları

Boyut	Öğrencilik Süresi	N	\bar{X}	ss	Sd	F	p	Anlamlı Fark
Teknik Kullanım Bilgisi	a. 1 yıl	88	4.07	0.54	5 235	0.98	.427	-
	b. 2 yıl	57	4.13	0.72				
	c. 3 yıl	19	4.01	0.90				
	d. 4 yıl	54	3.95	0.62				
	e. 5 yıl	9	4.38	0.68				
	f. 6 yıl ve üstü	14	4.21	1.02				
İçeriği Yorumlama	a. 1 yıl	88	4.24	0.52	5 235	0.50	.769	-
	b. 2 yıl	57	4.19	0.63				
	c. 3 yıl	19	4.13	0.91				
	d. 4 yıl	54	4.14	0.50				
	e. 5 yıl	9	4.44	0.59				
	f. 6 yıl ve üstü	14	4.20	0.73				



İçerik Üretme	a. 1 yıl	88	3.77	0.68	5 235	0.57	.720	-
	b. 2 yıl	57	3.79	0.76				
	c. 3 yıl	19	3.83	1.01				
	d. 4 yıl	54	3.69	0.72				
	e. 5 yıl	9	3.98	0.98				
	f. 6 yıl ve üstü	14	3.53	0.68				
Beklenti Yansıtma	a. 1 yıl	88	4.10	0.56	5 235	1.22	.300	-
	b. 2 yıl	57	4.10	0.53				
	c. 3 yıl	19	4.01	0.93				
	d. 4 yıl	54	3.95	0.62				
	e. 5 yıl	9	4.34	0.55				
	f. 6 yıl ve üstü	14	3.86	0.60				
Ölçek Geneli	a. 1 yıl	88	4.04	0.48	5 235	0.83	.528	-
	b. 2 yıl	57	4.05	0.53				
	c. 3 yıl	19	3.99	0.89				
	d. 4 yıl	54	3.93	0.52				
	e. 5 yıl	9	4.28	0.64				
	f. 6 yıl ve üstü	14	3.93	0.59				

Tablo 6 incelendiğinde, ölçekten elde edilen puanların ölçeğin alt boyutları ve ölçeğin genelinden elde edilen puanlar bağlamında katılımcıların öğrencilik sürelerine göre farklılık göstermediği anlaşılmaktadır ($p>.05$).

Ölçekten elde edilen puanların katılımcıların öğrenim gördükleri Yüksek Öğretim kademesine göre farklılık gösterip göstermediğini sınamak için ANOVA testi uygulanmıştır. Test sonuçları Tablo 7'de yer almaktadır.

Tablo 7.

Katılımcıların Öğrenim Gördükleri Yüksek Öğretim Kademesine Göre ANOVA Testi Sonuçları

Boyut	Yüksek Öğretim Kademesi	N	\bar{X}	ss	Sd	F	P	Anlamlı Fark
Teknik Kullanım Bilgisi	a. Ön Lisans	22	3.86	0.63	3 237	4.45	.005	a-c a-d
	b. Lisans	169	4.01	0.66				
	c. Yüksek Lisans	36	4.33	0.62				
	d. Doktora	14	4.43	0.84				
İçeriği Yorumlama	a. Ön Lisans	22	3.98	0.72	3 237	2.44	.065	-
	b. Lisans	169	4.18	0.59				
	c. Yüksek Lisans	36	4.39	0.49				
	d. Doktora	14	4.34	0.55				
İçerik Üretme	a. Ön Lisans	22	3.63	0.62	3	0.58	.623	-



	b. Lisans	169	3.75	0.77	237			
	c. Yüksek Lisans	36	3.89	0.70				
	d. Doktora	14	3.79	0.71				
	a. Ön Lisans	22	3.89	0.59				
Beklenti Yansıtma	b. Lisans	169	4.06	0.63	3	1.01	.387	-
	c. Yüksek Lisans	36	4.08	0.55	237			
	d. Doktora	14	4.23	0.42				
Ölçek Geneli	a. Ön Lisans	22	3.84	0.49				
	b. Lisans	169	4.01	0.57	3	1.96	.121	-
	c. Yüksek Lisans	36	4.15	0.49	237			
	d. Doktora	14	4.18	0.47				

Tablo 7 incelendiğinde, ölçekten elde edilen puanların Teknik Kullanım Bilgisi boyutunda istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık gösterdiği, ölçeğin diğer alt boyutları ve ölçeğin genelinden elde edilen puanlar bağlamında katılımcıların öğrencilik sürelerine göre farklılık göstermediği anlaşılmaktadır. Teknik Kullanım Bilgisi boyutunda tespit edilen istatistiksel bakımdan anlamlı farklılığın hangi gruplar arasında olduğunu tespit etmek için LSD post-hoc testi gerçekleştirilmiştir. Buna göre Yüksek lisans düzeyinde ve Doktora düzeyinde öğrenime devam eden katılımcıların Teknik Kullanım Bilgisi boyutundan aldıkları puan ortalamaları Ön Lisans düzeyinde öğrenime devam eden katılımcıların aldıkları puan ortalamasından istatistiksel olarak anlamlı bir şekilde yüksektir ($p < .05$).

Madde analizi sonuçları bir arada ele alındığında, Sosyal Medya Yetkinlik Ölçeği'nin 27 madde bulunan Türkçe formunun ayırt edici maddelerden oluştuğu dile getirilebilir. Uyarlanan ölçekte yer alan boyutlar ve maddeler Tablo 8'de gösterilmiştir.

Tablo 8.
Sosyal Medya Yetkinlik Ölçeği Boyut ve Maddeleri

Boyut	#	Madde
Teknik Kullanım Bilgisi	1.	Sosyal medyada kişisel profilimi oluşturabilir ve yönetebilirim.
	2.	Gerekli donanımı kullanarak sosyal medya içeriği oluşturabilirim.
	3.	Gerekli yazılımı kullanarak sosyal medya içeriği oluşturabilirim.
	4.	Temel sosyal medya araçlarını kullanabilirim.
	5.	Bilgi toplamak için sosyal medyada arama araçlarını nasıl kullanacağımı biliyorum.
İçeriği Yorumlama	6.	Sosyal medyada yer alan potansiyel bilgilerin farkındayım.
	7.	Sosyal medyadaki uygunsuz içeriği fark edebilirim.
	8.	Sosyal medya içeriklerini politik, ekonomik ve sosyal açılarından anlayabilir ve yorumlayabilirim.
	9.	Sosyal medya içeriklerinin bireyler üzerindeki olası etkilerini analiz edebilirim.
	10.	Farklı sosyal medya ortamlarındaki haberleri ve bilgileri karşılaştırabilirim.
	11.	Sosyal medya mesajlarının doğruluğunu ve geçerliliğini değerlendirebilirim.
	12.	Sosyal medya kullanırken yasal ve etik ilkeleri (telif hakkı, insan hakları, mahremiyet vb.) değerlendirebilir ve bunlara uygun hareket edebilirim.



İçerik Üretme	13. Sosyal medya için özgün görsel ve yazılı içerik üretebilirim.
	14. Sosyal medya faaliyetlerine katıldığımda başkalarının fikirlerini etkileyebilirim.
	15. Güncel olayları farklı açılardan inceleyerek sosyal medyaya katkı sağlayabilirim.
	16. Farklı sosyal medya kullanıcılarıyla iş birliği yapabilir ve iletişim kurabilirim.
	17. Gerçek hayattaki kişisel özelliklerimle tutarlı bir sosyal medya kimliği oluşturabilirim.
	18. Sosyal medya ortamında insanları bilgilendirmek veya yönlendirmek için tartışmalara dahil olabilir, konular hakkında yorum yapabilirim.
	19. Belirli konularda eleştirel düşünceyi yansıtan sosyal medya içerikleri tasarlayabilir ve sunabilirim.
	20. Sosyal medyada yorum yaparken ya da gönderi paylaşırken başkalarına saldırmam.
	21. Sosyal medyada, sadece hakkında bilgim olduğu konularda tartışmaya katılırım.
Beklenti Yansıtma	22. Sosyal medya tartışmalarında sadece iddialarımın doğru olduğuna inanıyorsam farklı görüş belirtirim.
	23. Sosyal medyada sadece görüşlerimin doğru olduğuna inanıyorsam yorum yaparım.
	24. Sosyal medyada bir şeyler yazmadan önce olası sonuçları göz önünde bulundururum.
	25. Yorumlarımın başkalarının düşüncelerini ya da duygularını etkileyip etkilemeyeceğini göz önünde bulundururum.
	26. Sosyal medyadaki katkı ve yorumlarımın başkaları tarafından takdir edilip edilmeyeceğini göz önünde bulundururum.
	27. Sosyal medyada bir şey yazmadan önce başkalarının yazdıklarını nasıl algılayabileceğini göz önünde bulundururum.

Tartışma, Sonuç ve Öneriler

Bu çalışmanın odağında, yükseköğretim kurumlarında öğrenim gören öğrencilerin sosyal medya yetkinliklerinin ölçülmesi yer almaktadır. Üniversite öğrencilerinin sosyal medya yetkinlik düzeyinin ölçülmesi, öğrencilerin sosyal medya üzerinden etik olmayan ya da olumsuz içeriğe maruz kalmaması için yükseköğretim kurumları tarafından önlem alınmasına olanak sağlamasından dolayı önem taşımaktadır. Ulusal alanyazında, sosyal medyayı üniversite öğrencileri bağlamında ele alan ve yetkinlik temelli düzeyini belirleyebilen bir ölçek ihtiyacı bu çalışmayı değerli kılmaktadır. Bu bakımdan, mevcut çalışmanın alan yazına katkı sağlaması beklenmektedir. Bu çalışma ile Sosyal Medya Yetkinlik Ölçeği'nin Türk dili ve kültürüne uyarlaması yapılmıştır.

Çalışmada, Türkiye'nin 31 şehrinde yer alan 54 yükseköğretim kurumunda ön lisans, lisans, yüksek lisans ve doktora düzeyinde öğrenimine devam eden 241 öğrenciden veri toplanmıştır. Ölçeğin yapısını doğrulamak üzere WLSMV kestirim yöntemi kullanılarak DFA gerçekleştirilmiştir (Brown, 2015). Toplanan veri üzerinden gerçekleştirilen DFA sonuçlarına göre 21. maddenin madde yükünün .030 olduğu ve istatistiksel bakımdan anlamsız olduğu tespit edilmiştir. İstatistiksel bakımdan anlamsız olan bu madde dışarıda tutulmuş (Brown, 2015; Stevens, 2009), DFA tekrarlanmıştır. Sosyal Medya Yetkinlik Ölçeği'nin orijinal formunun 21. maddesinde yer alan "expletives" ifadesi, uyarlama aşamasında "kaba söz" olarak tercüme edilmiştir. Ölçeğin orijinal formunda bulunan ve ters kodlanacak bu maddede yer alan bu ifadenin kültürel olarak katılımcılar nezdinde ifade ettiği anlamın farklılık gösterebileceği değerlendirilmektedir. Bu maddeye ilişkin istatistiksel olarak elde edilen anlamsız sonucun ilgili ifadenin kültürel eşdeğerliğe sahip olmamasından kaynaklanabileceği düşünülmektedir. 21. maddenin kapsam dışı bırakılmasının ardından gerçekleştirilen DFA sonuçlarına göre Sosyal Medya



Yetkinlik Ölçeği'nin Türk dil ve kültürüne uyarlanmış formunun 4 boyut ve tümü olumlu formda 27 maddeden oluşan yapısı doğrulanmıştır. Elde edilen sonuçlara göre Teknik Kullanım Bilgisi boyutunda 5, İçeriği Yorumlama boyutunda 7, İçerik Üretme boyutunda 7 ve Beklenti Yansıtma boyutunda 8 madde yer almaktadır. Ölçekten elde edilen puan, cevaplayıcının sosyal medya yetkinlik düzeyinin göstergesi olarak değerlendirilmektedir. Ölçekten elde edilen yüksek puan, yetkinlik düzeyinin yüksek olduğu biçiminde yorumlanırken ölçekten alınan düşük puan, yetkinlik düzeyinin düşük olduğu biçiminde yorumlanmaktadır.

Ölçekten elde edilen verinin iç güvenilirlik düzeyi, Cronbach alfa, tabakalı alfa ve bileşik güvenilirlik katsayıları kullanılarak tespit edilmiştir. Ölçekten elde edilen verilerin iç güvenilirlik düzeyi yüksektir. Bu bakımdan, elde edilen sonuçların Zhu ve diğerleri (2020c) tarafından ölçek geliştirme çalışmasında elde edilen sonuçlarla örtüştüğü dile getirilebilir. Madde ayırt ediciliğini test etmek üzere alt ve üst %27'lik puan grupları arasında t-testi gerçekleştirilmiştir. Elde edilen sonuçlar ölçekte yer alan maddelerin alt ve üst puan gruplarını istatistiksel bakımdan anlamlı bir biçimde ayırt ettiğini ortaya koymaktadır. Sosyal Medya Yetkinlik Ölçeği'nin Türk dili ve kültürüne uyarlandığı bu çalışmada elde edilen sonuçlar bütün olarak ele alındığında uyarlanan ölçeğin Türk dili ve kültürü bakımından geçerli ve güvenilir bir ölçme aracı olduğu dile getirilebilir.



Kaynakça

- Alber, J. M., Bernhardt, J. M., Stollefson, M., Weiler, R. M., Anderson-Lewis, C., Miller, M. D. ve MacInnes, J. (2014). Designing and testing an inventory for measuring social media competency of certified health education specialists. *Journal of Medical Internet Research*, 17(9), 221–221. <http://dx.doi.org/10.2196/jmir.4943>
- Awang, Z. (2012). Structural equation modeling using AMOS graphic. Shah Alam: Universiti Teknologi MARA Publication Centre (UPENA).
- Bagheri, A. ve Saadati, M. (2021). Generalized structural equations approach in the of elderly self-rated health. *Journal of Physics: Conference Series*, 1863(1), 1–10.
- Benson, V. ve Filippaios, F. (2015). Collaborative competencies in professional social networking: Are students short-changed by curriculum in business education? *Computers in Human Behavior*, 51, 1331–1339. <http://dx.doi.org/10.1016/j.chb.2014.11.031>
- Benson, V., Morgan, S. ve Filippaios, F. (2014). Social career management: Social media and employability skills gap. *Computers in Human Behavior*, 30, 519–525.
- Boulianne, S. (2015). Social media use and participation: A meta-analysis of current research. *Information, Communication & Society*, 18(5), 524–538.
- Boyd, D. M. ve Ellison, N. B. (2007). Social network sites: Definition, history, and scholarship. *Journal of computer-mediated Communication*, 13(1), 210-230.
- Brown, T. A. (2015). *Confirmatory factor analysis for applied research*. The Guilford Press.
- Büyüköztürk, Ş., Kılıç Çakmak, E., Erkan Akgün, Ö., Karadeniz, Ş. ve Demirel, F. (2020). *Bilimsel araştırma yöntemleri*. Pegem Akademi.
- Byrne, B. M. (2016). *Structural equation modeling with AMOS: Basic concepts, applications, and programming*. Routledge.
- Cao, X., Khan, A. N., Zaigham, G. H. K. ve Khan, N. A. (2019). The Stimulators of Social Media Fatigue Among Students: Role of Moral Disengagement. *Journal of Educational Computing Research*, 57(5), 1083–1107. <http://dx.doi.org/10.1177/0735633118781907>
- Carr, C. T. ve Hayes, R. A. (2015). Social media: Defining, developing, and divining. *Atlantic Journal of Communication*, 23(1), 46–65.
- Deniz, L. ve Tutgun-Ünal, A. (2019). Sosyal medya çağında kuşakların sosyal medya kullanımı ve değerlerine yönelik bir dizi ölçek geliştirme çalışması. *OPUS International Journal of Society Researches*, 11(18), 1025-1057.
- DeVellis, R. F. (2017). *Scale development: Theory and applications*. Sage.
- Doll, W. J., Xia, W. ve Torkzadeh, G. (1994). A confirmatory factor analysis of the end-user computing satisfaction instrument. *MS Quarterly*, 18(4), 453–461.
- Fletcher, T. D. (2022). *QuantPsyc: Quantitative Psychology Tools*. R package version 1.6. Erişim adresi: <https://CRAN.R-project.org/package=QuantPsyc> (12 Ocak 2022).
- Forza, C. ve Filippini, R. (1998). TQM impact on quality conformance and customer satisfaction: A causal model. *International Journal of Production Economics*, 55(1), 1–20. [http://dx.doi.org/10.1016/S0925-5273\(98\)00007-3](http://dx.doi.org/10.1016/S0925-5273(98)00007-3)
- Green spoon, P. J. ve Saklofske, D. H. (1998). Confirmatory factor analysis of the multidimensional Students' Life Satisfaction Scale. *Personality and Individual Differences*, 25(5), 965–971. [http://dx.doi.org/10.1016/S0191-8869\(98\)00115-9](http://dx.doi.org/10.1016/S0191-8869(98)00115-9)
- Greenwood, S., Perrin, A. ve Duggan, M. (2016). *Social media update 2016*. Pew Research Center. Erişim adresi: <http://www.pewinternet.org/2016/11/11/social-media-update-2016/> (3 Ağustos 2022).
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J. ve Anderson, R. E. (2018). *Multivariate data analysis*. Cengage.
- Heggstad, E. D., Scheaf, D. J., Banks, G. C., Monroe Hausfeld, M., Tonidandel, S. ve Williams, E. B. (2019). Scale adaptation in organizational science research: A review and best-practice recommendations. *Journal of Management*, 45(6), 2596-2627.



- Hennig-Thurau, T., Malthouse, E. C., Friege, C., Gensler, S., Lobschat, L., Rangaswamy, A. ve Skiera, B. (2010). The impact of new media on customer relationships. *Journal of Service Research*, 26(3), 311–330. <http://dx.doi.org/10.1177/1094670510375460>
- Hooper, D., Coughlan, J. ve Mullen, M. R. (2008). Structural equation modelling: Guidelines for determining model fit. *Electronic Journal of Business Research Methods*, 6(1), 53–60.
- Hu, L. T. ve Bentler, P. M. (1999). Cutoff criteria for fit indexes in covariance structure analysis: Conventional criteria versus new alternatives. *Structural Equation Modeling*, 6(1), 1–55. <http://dx.doi.org/10.1080/10705519909540118>
- International Test Commission. (2017). *The ITC Guidelines for Translating and Adapting Tests (Second edition)*. Erişim adresi: <https://www.InTestCom.org> (25 Nisan 2021).
- Jorgensen, T. D., Pornprasertmanit, S., Schoemann, A. M. ve Rosseel, Y. (2022). Semtools: Useful tools for structural equation modeling. R package version 0.5-6. Erişim adresi: <https://CRAN.R-project.org/package=semTools> (12 Ocak 2022).
- Khan, S. A., Alkawaz, M. H. ve Zangana, H. M. (2019). The use and abuse of social media for spreading fake news. *2019 IEEE International Conference on Automatic Control and Intelligent Systems (I2CACIS)*, 145–148.
- Kim, B. ve Kim, Y. (2017). College students' social media use and communication network heterogeneity: Implications for social capital and subjective well-being. *Computers in Human Behavior*, 73, 620–628. <http://doi.org/10.1016/j.chb.2017.03.033>
- Kim, K. S., Sin, S. C. J. ve Yoo-Lee, E. Y. (2014). Undergraduates' use of social media as information sources. *College & Research Libraries*, 75(4), 442–457.
- Kline, R. B. (2015). *Principles and practices of structural equation modelling*. The Guilford Press.
- Kolhar, M., Kazi, R. N. A. ve Alameen, A. (2021). Effect of social media use on learning, social interactions, and sleep duration among university students. *Saudi Journal of Biological Sciences*, 28(4), 2216–2222. <http://doi.org/10.1016/j.sjbs.2021.01.010>
- Leech, N. L., Barrett, K. C. ve Morgan, G. A. (2015). *IBM SPSS intermediate statistics*. Routledge.
- Li, C. H. (2016). Confirmatory factor analysis with ordinal data: Comparing robust maximum likelihood and diagonally weighted least squares. *Behavior Research Methods*, 48(3), 936–949. <http://doi.org/10.3758/s13428-015-0619-7>
- Martinková, P. ve Drabínová, A. (2018). ShinyItemAnalysis for teaching psychometrics and to enforce routine analysis of educational tests. *The R Journal*, 10(2), 503–515.
- Menczer, F. (2016). *Computer Science and Informatics, & Center for Complex Networks and Systems Research*. (2022, August 19). Misinformation on social media: Can technology save us? Erişim adresi: <https://theconversation.com/misinformation-on-social-media-can-technology-save-us-69264> (3 Eylül 2022).
- Miller, R. E. (2020). College students and inappropriate social media posting: Is it a question of personality or the influence of friends? *Personality and Individual Differences*, 158 <http://doi.org/10.1016/j.paid.2020.109857>
- Moreno, A., Navarro, C., Trench, R. ve Zerfass, A. (2015). Does social media usage matter? An analysis of online practices and digital media perceptions of communication practitioners in Europe. *Public Relations Review*, 41, 242–253. <http://doi.org/10.1016/j.pubrev.2014.12.006>
- Novakovich, J., Miah, S. ve Shaw, S. (2017). Designing curriculum to shape professional social media skills and identity in virtual communities of practice. *Computers and Education*, 104, 65–90. <http://doi.org/10.1016/j.compedu.2016.11.002>
- Otrar, M. ve Arğın, F. S. (2015). Öğrencilerin Sosyal Medyaya İlişkin Tutumlarını Belirlemeye Yönelik Bir Ölçek Geliştirme Çalışması. *Eğitim ve Öğretim Araştırmaları Dergisi*, 4(1), 1-32.
- Öztürk, N. B., Eroğlu, M. G. ve Kelecioğlu, H. (2015). Eğitim alanında yapılan ölçek uyarlama makalelerinin incelenmesi. *Eğitim ve Bilim*, 40(178), 123-132.
- Pew Research Center. (2019). *Demographics of social media users and adoption in the United States*. Erişim adresi: <https://www.pewresearch.org/internet/fact-sheet/social-media/> (17 Temmuz 2021).



- Pew Research Center. (2022). Teens, Social Media and Technology 2022. Erişim adresi: <https://www.pewresearch.org/internet/2022/08/10/teens-social-mediaandtechnology-2022/>(5 Haziran 2022).
- R Core Team. (2022). R: A language and environment for statistical computing. R Foundation for Statistical Computing. Erişim adresi: <https://www.r-project.org/> (12 Ocak 2022).
- Robitzsch, A. (2022). sirt: Supplementary item response theory models. R package version 3.12-66. Erişim adresi: <https://cran.r-project.org/package=sirt> (12 Ocak 2022).
- Rosseel, Y. (2012). lavaan: An R package for structural equation modeling. *Journal of Statistical Software*, 48(2). <http://doi.org/10.18637/jss.v048.i02>
- RStudio Team. (2022). RStudio: Integrated development for R. RStudio. Erişim adresi: <https://www.rstudio.com/> (12 Ocak 2022).
- Schermelleh-Engel, K., Moosbrugger, H. ve Müller, H. (2003). Evaluating the fit of structural equation models: Tests of significance and descriptive goodness-of-fit measures. *Methods of Psychological Research Online*, 8, 23–74.
- Schumacker, R. E. ve Lomax, R. G. (2016). *A beginner's guide to structural equation modeling*. Routledge.
- Segars, A. H. ve Grover, V. (1993). Re-examining perceived ease of use and usefulness: A confirmatory factor analysis. *MIS Quarterly: Management Information Systems*, 17(4), 517–525. <http://doi.org/10.2307/249590>
- Steiger, J. H. (2007). Understanding the limitations of global fit assessment in structural equation modeling. *Personality and Individual Differences*, 42(5), 893–898.
- Stevens, J. P. (2009). *Applied multivariate statistics for the social sciences*. Londra.
- Stieglitz, S. ve Dang-Xuan, L. (2013). Emotions and information diffusion in social media—Sentiment of microblogs and sharing behavior. *Journal of Management Information Systems*, 29(4), 217–248. <http://doi.org/10.2753/MIS0742-1222290408>
- Van Den Eijnden, R., Koning, I., Doornwaard, S., Van Gorp, F. ve Ter Bogt, T. (2018). The impact of heavy and disordered use of games and social media on adolescents' psychological, social, and school functioning. *Journal of Behavioral Addictions*, 7(3), 697–706. <http://doi.org/10.1556/2006.7.2018.65>
- Vanwynsberghe, H., Vanderlinde, R., Georges, A. ve Verdegem, P. (2015). The librarian 2.0: Identifying a typology of librarians' social media literacy. *Journal of Librarianship and Information Science*, 47(4), 283–293. <http://doi.org/10.1177/0961000613520027>
- Vosoughi, S., Roy, D. ve Aral, S. (2018). The spread of true and false news online. *Science*, 359(6380), 1146–1151. <http://doi.org/10.1126/science.aap9559>
- Watts, L. K., Wagner, J., Velasquez, B. ve Behrens, P. I. (2017). Cyberbullying in higher education: A literature review. *Computers in Human Behavior*, 69, 268–274.
- Wickham, H., François, R., Henry, L. ve Müller, K. (2020). *Plyranges: A grammar of data manipulation*. Springer
- Xu, S., Yang, H. H., MacLeod, J. ve Zhu, S. (2019). Social media competence and digital citizenship among college students. *Convergence*, 25(4), 735-752.
- Zhu, S., Chen, F., Wu, D., Xu, J., Gui, X. ve Yang, H. H. (2020b). School Clusters Concerning Informatization Level and Their Relationship with Students' Information Literacy: A Model-Based Cluster Analysis Approach. In Cheung, S., Li, R., Phusavat, K., Paoprasert, N., Kwok, L. (Eds.), *Blended Learning. Education in a Smart Learning Environment*. ICBL 2020. Lecture Notes in Computer Science, vol 12218. Springer, Cham.
- Zhu, S., Wu, D., Yang, H. H., Li, Y. ve MacLeod, J. (2020a). Understanding K-12 students' information literacy in informal learning environments: A literature review. *International Journal of Innovation and Learning*, 27(4), 432–449.
- Zhu, S., Yang, H. H., Xu, S. ve MacLeod, J. (2020c). Understanding social media competence in higher education: Development and validation of an instrument. *Journal of Educational Computing Research*, 57(8). <http://doi.org/10.1177/0735633118820631>
- Zhu, S., Yang, H. H., Wu, D. ve Chen, F. (2021). Investigating the relationship between information literacy and social media competence among university students. *Journal of Educational Computing Research*, 59(7), 1425-1449.
- Özalp, U., Akkaya, R. ve Çetin, M. (2023). Sosyal medya yetkinlik ölçeği: bir ölçek uyarlama çalışması. *Batı Anadolu Eğitim Bilimleri Dergisi*, 14(2), 1513-1533.
DOI. 10.51460/baebd.1331611

Batı Anadolu Eğitim Bilimleri Dergisi, (2023), 14 (2), 1513-1533
Western Anatolia Journal of Educational Sciences, (2023), 14 (2), 1513-1533
Araştırma Makalesi / Research Paper



Zhu, J., Zhu, J., Ghosh, S., Wu, W. ve Yuan, J. (2019). Social influence maximization in hypergraph in social networks. *IEEE Transactions on Network Science and Engineering*, 6(4), 801-811. <http://doi.org/10.1109/TNSE.2018.2873759>