

Medyada Kad?na Y?nelik Tutum

RECOMMENDED CITATION

memjavad (2026). *Medyada Kad?na Y?nelik Tutum*. Turkish Psychological Scales.
Retrieved from <https://tr-scales.arabpsychology.com/?p=25904>

Özet

Medyada Kadına Yönelik Tutum Ölçeği, Gülay Ekren tarafından 2014 yılında geliştirilmiş bir ölçektir. Bu araç, bireylerin kitle iletişim araçlarında kadınların temsil edilme biçimlerine ve bu temsillerin toplumsal cinsiyet rolleri üzerindeki etkisine dair sahip oldukları algılar ve tutumları ölçmek amacıyla tasarlanmıştır. Ölçek, özellikle kadınların eğitim yönetimi gibi profesyonel alanlardaki ilerlemelerini kısıtlayan ve medyada sıklıkla pekiştirilen **Cam tavan** sendromu gibi konulara odaklanan geniş kapsamlı bir araştırmaların parçası olarak oluşturulmuştur. Bu araç, **tutum** farklılıklarını nicel olarak belirleyerek, medyanın toplumsal algı inşasındaki rolünü ortaya koymayı hedefler.

Anahtar Kelimeler

Kadın, Medya, **Tutum**, Toplumsal Cinsiyet Roller, Eğitim Yönetimi, **Cam Tavan**, Ölçek Geliştirme.

Yazarlar

Gülay Ekren.

Amaç

Medyada Kadına Yönelik Tutum Ölçeği'nin temel amacı, bireylerin medyada sunulan kadın imajlarına karşı geliştirdikleri duygusal, bilişsel ve davranışsal eğilimleri sistematik bir şekilde ölçmektir. Ölçek, özellikle kadınların kariyer gelişimlerini ve liderlik pozisyonlarına erişimlerini engelleyen unsurların, kitle iletişim araçları tarafından nasıl yansıtıldığını ve pekiştirildiğini belirlemeye hizmet eder.

Bu araç, Ekren'in (2014) Sinop'ta yürüttüğü ve eğitim yönetiminde kadınların karşılaştıkları zorlukları inceleyen doktora çalışmasının bir çıktısıdır. Ölçek, medyanın kadınlara yüklediği geleneksel roller ile modern profesyonel yaşamdaki roller arasındaki çatışmaya dair farkındalığı ve kabul düzeyini tespit etmek için kritik bir araç görevi görmektedir. Elde edilen veriler, medya okuryazarlığı eğitimlerinin geliştirilmesine ve toplumsal farkındalık kampanyalarının planlanmasına bilimsel zemin sağlamayı amaçlamıştır.

Yapı

Ölçek, kadınların medyada temsil edildiği biçimlerine dair bireylerin sahip olduğu **tutum** yapısını ölçmektedir. Bu yapı, genellikle medyanın kadınları nesneleştirme, geleneksel rollerle sınırlandırması ve profesyonel başarıları görmezden gelmesi gibi temalar içermektedir. Ölçek, bu tutumların olumlu veya olumsuz yönde ne kadar güçlü olduğunu ortaya koyarak, toplumsal cinsiyet kalıplarının medya aracılığıyla nasıl içselleştirildiğini araştırmaktadır.

Ölçeğin ölçtüğü temel **yapı**, iki ana boyutta incelenebilir: Birincisi, medyanın kadınlar ev ve aile rolleriyle sınırlayan geleneksel temsilleri; ikincisi ise kadınların iş hayatında ve yönetimde karşılaştıkları engelleri (örneğin, **cam tavan**) medyanın nasıl ele aldığına dair eleştirel tutumdur. Bu yapı, bireylerin medyada sunulan bu temsilleri ne ölçüde onayladığını veya reddettiğini belirler.

Geçerlik

Ölçeğin geçerlik çalmalarına dair ayrıntılı **psikometrik** veriler, özet kaynakta belirtilmemiştir. Ancak, bir "Geliştirme" ölçeği olması nedeniyle, orijinal araştırmada (Ekren, 2014) yapı geçerliliği çalmaların yapılmaması beklenmektedir. Bu çalmalar tipik olarak kapsam geçerliliği için uzman görüşü almayı ve yapı geçerliliğini test etmek için Faktör Analizi yöntemlerini içermektedir.

Ölçeğin içeriği, kadınların eğitim yönetimi alanındaki engellerine odaklanan çalmanın başlangıcıyla yüksek düzeyde uyumludur, bu da yüksek bir içerik geçerliliğine işaret eder. Ölçeğin maddelerinin, medyanın kadınların profesyonel yaşamdaki temsiline yönelik tutumları ne ölçüde doğru yansıttığını, Ekren (2014) çalışmasında detaylı olarak incelenmiştir.

Güvenirlik

Ölçeğin güvenilirlik analizlerine ait spesifik değerler (örneğin, Cronbach Alfa katsayısı), özet kaynakta sunulmamıştır. Geliştirme sürecinde, ölçeğin iç tutarlılığını sağlamak amacıyla güvenilirlik çalmalarının yapıldığı varsayılmaktadır.

Tipik bir tutum ölçeği olarak, Medyada Kadına Yönelik Tutum Ölçeği'nin iç tutarlılığının yeterli düzeyde (genellikle 0.70 ve üzeri) olması beklenir. Orijinal çalışmada, ölçeğin farklı maddelerinin aynı yapıya ne kadar tutarlı bir şekilde ölçtüğünü gösteren analizler gerçekleştirilmiştir.

Faktör Analizi

Ölçeğin faktör yapısına ilişkin bilgilere özet kaynakta yer verilmemiştir. Bir geliştirme ölçeği olduğu için, Ekren'in (2014) çalışmasında, ölçeğin temel yapıları ve boyutları ortaya çıkarmak amacıyla Keşfedici Faktör Analizi (KFA) veya Doğrulayıcı Faktör Analizi (DFA) yöntemlerinin kullanıldığı güçlü bir şekilde tahmin edilmektedir.

Ölçeğin adından ve temel amacından yola çıkılarak, faktör analizinin, medyanın kadınları temsil etme biçimlerine dair farklı tutum boyutları (örneğin, geleneksel rol kabulü, profesyonel eşitlik algısı, **medyada cinsiyet temsili** eleştirisi) ayrılmayı hedeflediği düşünülmektedir. Bu boyutlar, katılımcıların tutumlarının karmaşık doğasını anlamak için kritik öneme sahiptir.

Araç

Test Çeşidi: Geliştirme (Development)

Format: Derecelendirme formatında olduysa varsayılmaktadır (Likert tipi). Orijinal kaynaktan derecelendirme bilgisi '-' olarak belirtilmiştir.

Mevcut Diller: Türkçe

Popülasyon Grubu: Yetkinler, özellikle eğitim yönetimi alanında çalışanlar veya bu alana ilgi duyan üniversite öğrencileri/akademisyenler (Orijinal çalışmada Sinop'ta bir uygulamayı içermektedir).

Yaş Grubu: 18 yaş ve üzeri yetkinler.

Popülasyon Detayları: Ölçek, Ekren (2014) çalışmasının başlangıç gereği, eğitim kurumlarında görev yapan veya eğitim yönetimi süreçleriyle ilgili olan bireyler üzerinde uygulanmıştır.

Test Metodolojisi: Öz bildirimli tutum ölçümü. Katılımcılar, medya temsillerine yönelik maddelere belirli bir derecelendirme ölçeği üzerinden yanıt verirler (Büyük olasılıkla 5'li veya 7'li Likert ölçeği).

Anahtar Kelimeler

Ölçek, **Psikometrik** Araç, Eğitim Yönetimi, **Medyada Cinsiyet Temsili**, Cinsiyetçilik, Nicel Araştırma, Türkiye.

Yazarlar

Yazar ORCID Tanımlayıcıları: Bilgi mevcut değildir.

Kurum E-posta Adresi: gekren@sinop.edu.tr

Yazın Adresi: Gülay Ekren (Sinop Üniversitesi, Orijinal çalışma zamanında).

Çinler, Ücret ve Test Yılı

Test Yılı: 2014 (Ölçeğin geliştirildiği araştırmanın yayın yılıdır).

Çinler ve Ücret: Ölçek, akademik bir dergi makalesinde yayımlanmıştır ve bilimsel amaçlı kullanımlar için yazar ile iletişime geçilmesi önerilir. Ticari kullanım veya büyük ölçekli

uygulamalar için yazar Gülay Ekren'den izin alınması gerekebilir.

PDF Kaynağı: Ölçeğin orijinal PDF dosyası aşağıdaki bağlantıdan indirilebilir: [medyada-kadina-yonelik-tutum-toad.pdf](#)

Kaynaklar

Ekren, G. (2014). Eğitim yönetiminde kadın: Cam tavana medya etkisi: Sinop'ta bir uygulama. *Kadın Araştırmaları Dergisi*, 15(2), 71-94.

Makalenin tam metnine aşağıdaki bağlantıdan erişilebilir: [app.trdizin.gov.tr](#)

Medyada Kadına Yönelik Tutum Ölçeği Maddeleri

ÖNEMLİ: Ölçek maddeleri, telif hakkı veya gizlilik nedeniyle bu kaynakta sunulmamaktadır. Maddelerin tam ve orijinal içeriğine erişmek için lütfen kaynakçada belirtilen akademik makaleye (Ekren, 2014) başvurunuz veya sorumlu yazar ile iletişime geçiniz.