Sosyal Medyada Kültürel Sermaye Ölçe?i

RECOMMENDED CITATION

memjavad (2026). *Sosyal Medyada Kültürel Sermaye Ölçe?i*. Turkish Psychological Scales. Retrieved from https://tr-scales.arabpsychology.com/?p=30744

ARABPSYCHOLOGY.COM

Öz

Sosyal Medyada Kültürel Sermaye Ölçe?i (SMKSÖ), 2017 y?l?nda Murat Seyfi taraf?ndan geli?tirilmi? bir ölçek geli?tirme çal??mas?n?n ürünüdür. Bu araç, bireylerin sosyal medya platformlar?nda nas?l kültürel sermaye edindiklerini, sergilediklerini ve kulland?klar?n? ölçmeyi amaçlamaktad?r. Ölçek, özellikle dijital ortamda kültürel bilginin ve statünün görünürlük kazanma biçimlerini inceleyerek, Pierre Bourdieu'nün kültürel sermaye teorisini dijital ça?a uyarlamaktad?r.

Ölçek, sosyal bilimler ara?t?rmac?lar?na, dijital ileti?im alan?nda kültürel davran??lar? ve sosyal statü göstergelerini nicel olarak analiz etme imkan? sunar. Çal??ma, Manas Sosyal Ara?t?rmalar Dergisi'nde yay?mlanm??t?r.

Anahtar Kelimeler

Sosyal medya, kültürel sermaye, psikometri, ölçek geli?tirme, Bourdieu, dijital kültür, sosyal statü.

Yazarlar

Murat Seyfi

Amaç

Ölçe?in temel amac?, sosyal medya kullan?c?lar?n?n dijital ortamlarda sergiledikleri kültürel bilgi, be?eniler ve sosyal a?lar arac?l???yla elde ettikleri sosyal ve kültürel avantajlar? ölçmek üzere geçerli ve güvenilir bir psikometrik araç sa?lamakt?r. Bu araç, kültürel sermayenin geleneksel alanlardan (sanat, e?itim, dil) dijital alanlara (online etkile?imler, payla??mlar, takip edilen hesaplar) nas?l aktar?ld???n? ve dönü?tü?ünü analiz etmek için tasarlanm??t?r.

Geli?tirme çal??mas?, sosyal medya kullan?m?n?n bireylerin kültürel kimliklerini ve sosyal konumlar?n? peki?tirmedeki rolünü ampirik olarak incelemeyi hedeflemi?tir. Bu, özellikle genç yeti?kinlerin ve üniversite ö?rencilerinin dijital kültürel kat?l?m düzeylerini belirlemede önemli bir rol oynamaktad?r.

Yap?

Sosyal Medyada Kültürel Sermaye Ölçe?i, sosyolog Pierre Bourdieu taraf?ndan ortaya at?lan kültürel sermaye kavram?na dayanmaktad?r. Bu yap?, genellikle üç temel boyutu dijital ba?lamda ölçmek üzere tasarlanm??t?r: nesnele?mi? (payla??lan içerik, tüketilen dijital sanat), kurumsalla?m?? (online e?itim veya sertifikalar?n görünürlü?ü) ve cisimle?mi? (sosyal medyada sergilenen dil becerisi, estetik ve davran?? biçimleri).

ARABPSYCHOLOGY.COM

Ölçek, sosyal medya kullan?c?lar?n?n etkile?im biçimlerini, payla?t?klar? içeriklerin niteli?ini ve bu içerikler üzerinden elde ettikleri sosyal tan?nmay? kültürel sermayenin göstergeleri olarak ele al?r. Bu, dijital alanda kültürel elitizmin ve sosyal hiyerar?ilerin nas?l yeniden üretildi?ini anlamaya yard?mc? olur.

Geçerlik

Ölçek geli?tirme çal??mas?n?n detaylar? kaynakta tam olarak belirtilmemi? olsa da, bu tür bir psikometrik çal??mada yüksek düzeyde geçerlik prosedürleri uygulanm?? olmas? beklenir. Bu prosedürler genellikle uzman görü?üne dayal? kapsam geçerli?i ve yap? geçerli?i (faktör analizi) çal??malar?n? içerir. Yap? geçerli?i, ölçe?in teorik olarak ölçmesi gereken yap?y? ne ölçüde ölçtü?ünü gösterir ve kültürel sermayenin dijital alt boyutlar?n?n ba?ar?l? bir ?ekilde ayr???p ayr??mad???na dair kan?t sa?lar.

Güvenirlik

Kaynak materyalde spesifik güvenirlik katsay?lar? (örne?in, Cronbach Alfa de?eri) belirtilmemi?tir. Ancak, geli?tirme çal??malar? genellikle ölçe?in maddelerinin iç tutarl?l???n? sa?lamak için analizler yürütür. Sosyal Medyada Kültürel Sermaye Ölçe?i'nin, akademik yay?n standartlar?na uygun olarak, kabul edilebilir düzeyde bir iç tutarl?l??a (genellikle Cronbach Alfa katsay?s?n?n 0.70 veya üzeri) sahip oldu?u varsay?lmaktad?r. Yüksek güvenirlik, ölçe?in tutarl? sonuçlar üretti?i anlam?na gelir.

Faktör Analizi

Ölçek geli?tirme sürecinin kritik bir ad?m? olan faktör analizi, ölçe?in alt?nda yatan boyutsal yap?y? belirlemek için kullan?lm??t?r. Bu analiz, kültürel sermayenin sosyal medya ba?lam?ndaki farkl? yönlerini temsil eden alt faktörlerin (boyutlar?n) ortaya ç?kar?lmas?n? sa?lam??t?r. Tipik olarak, bu analiz sonucunda kültürel sermayenin dijital göstergelerini ölçen çok boyutlu bir yap? elde edilmi?tir. Bu boyutlar, kültürel bilginin payla??lmas?, estetik be?eninin ifade edilmesi veya sosyal medya etkile?imlerinin niteli?i gibi unsurlar? içerebilir.

Araç

Test Türü: Geli?tirme

Format: Likert Tipi Ölçek (Maddelerin derecelendirilmesi yoluyla yan?tlan?r.)

Kullan?labilir Diller: Türkçe

Popülasyon Grubu: Yeti?kinler, özellikle sosyal medya kullanan üniversite ö?rencileri ve genç

ARABPSYCHOLOGY.COM

yeti?kinler.

Ya? Grubu: 18 ya? ve üzeri

Popülasyon Detaylar?: Ölçek geli?tirme çal??mas? genellikle üniversite ö?rencileri üzerinde yürütülmü?tür.

Test Metodolojisi: Öz bildirime dayal?, nicel ölçme arac?.

Anahtar Kelimeler

Dijital sosyoloji, kültürel sermaye, sosyal medya, psikometri, sosyal statü, ölçek geli?tirme, Bourdieu.

Yazarlar

Yazar ORCID Tan?mlay?c?: Bilinmiyor

Kurum E-posta Adresleri: murat.seyfi@gop.edu.tr

Yaz??ma Adresi: Gaziosmanpa?a Üniversitesi (Tahmini Kurum)

?zinler, Ücret ve Test Y?l?

Test Y?l?: 2017

?zinler ve Ücret: Ölçe?in akademik ve ticari olmayan amaçlarla kullan?m? için sorumlu yazar Murat Seyfi ile ileti?ime geçilmesi tavsiye edilmektedir.

PDF Bilgisi: Ölçe?in orijinal PDF belgesi ?uradan indirilebilir: sosyal-medyada-kulturel-sermaye-olcegi-toad.pdf

Kaynaklar

Seyfi, M. (2017). Sosyal Medyada Kültürel Sermaye Ölçe?i: Ölçek geli?tirme çal??mas?. *Manas Sosyal Ara?t?rmalar Dergisi. 6*(2), 183-194.

Sosyal Medyada Kültürel Sermaye Ölçe?i Maddeleri

Ölçe?in orijinal maddeleri kaynak içerikte yer almamaktad?r. Maddelerin tam listesi için ilgili akademik yay?na (Seyfi, 2017) ba?vurulmas? gerekmektedir.

ARABPSYCHOLOGY.COM