

SOSYAL BEĞENİRLİK ÖLÇEĞİ'NİN GELİŞTİRİLMESİ: GEÇERLİK VE GÜVENİRLİK ÇALIŞMASI

DEVELOPMENT OF SOCIAL DESIRABILITY SCALE: VALIDITY AND RELIABILITY STUDY

Evren ERZEN¹ - Meltem YURTÇU² - Özlem ULU KALIN³ - Erol KOÇOĞLU⁴

Öz

Bu çalışma bireylerin sosyal beğenirlik düzeylerinin belirlenebilmesine yönelik bir ölçeğin geliştirilmesini amaçlamaktadır. Katılımcılar yaşları 17 ile 45 arasında değişen ($Ort_{yaş}=21.33$, $Ss=2.32$) 527'si kadın (%62), 325'i erkek (%38) toplamda 852 öğrenciden oluşmaktadır. Araştırma kapsamında ölçek maddelerinin dil, anlam ve kapsam geçerliği sağlanmış, pilot uygulama ardından formun nihai hali 426 öğrenciye uygulanarak açımlayıcı faktör analizi yapılmıştır. Analiz sonucunda elde edilen faktör yapısının toplam varyansın %52.29'unu açıkladığı belirlenmiştir. İki faktörlü ve 15 maddeden oluşan yapının doğrulayıcı faktör analizi 426 kişilik farklı bir örnekleme uygulanmış elde edilen sonuçlar faktörlerin yapısal uyum gösterdiğini ortaya koymuştur ($\chi^2/df= 2.50$, $GFI= .93$, $CFI= .92$, $AGFI= .91$, $RMSEA= .06$). Güvenirlik analizi için Cronbach Alpha İç Tutarlılık katsayısından faydalanılmıştır. Analizler ölçeğin bütününe ait güvenirlilik katsayısının .84, kabul görme alt boyutunun .85 ve dikkat çekme alt boyutunun .75 olduğunu göstermektedir. Çalışma sonucunda, ortaya çıkan 15 maddeli ölçeğin bireylerin sosyal beğenirlik düzeylerinin belirlenmesinde kullanılabilecek geçerli ve güvenilir bir ölçme aracı olduğu görülmüştür.

Anahtar Kelimeler: Sosyal Beğenirlik, Dikkat çekme, Kabul görme, Ölçek geliştirme, Geçerlik, Güvenirlik.

Abstract

This study aims to develop a scale to determine the social desirability levels of individuals. Participants consisted of a total of 852 students, ranging in age from 17 to 45 ($M_{age}= 21.33$, $Sd= 2.32$), 527 female (62%), 325 male (38%). Within the scope of the research, the language, meaning and content validity of the scale items were provided. After the pre application, the final form of the scale was applied to 426 students and exploratory factor analysis was conducted. It was determined that the factor structure obtained as a result of the analysis explained 52.29% of the total variance. Confirmatory factor analysis of the structure consisting of two factors and 15 items was applied to a different sample of 426 people, and the results showed that the factors showed structural adjustment ($\chi^2/df= 2.50$, $GFI= .93$, $CFI= .92$, $AGFI= .91$, $RMSEA= .06$). Cronbach Alpha Internal Consistency coefficient was used for reliability analysis. As a result of the analysis, the reliability coefficient of the whole scale was .84, the acceptance sub-dimension was .85 and the attention-getting dimension was .75. As a result of the study, it was found that the resulting 15-item scale is a valid and reliable measurement tool that can be used to determine the social desirability levels of individuals.

Keywords: Social Desirability, Drawing attention, Acceptance, Scale development, Validity, Reliability.

¹ Dr. Öğr. Üyesi, Artvin Çoruh Üniversitesi, evrenerzen@hotmail.com, Orcid: 0000-0001-9726-2688

² Dr. Öğr. Üyesi, İnönü Üniversitesi, Malatya, meltem.yurtcu@gmail.com, Orcid: 0000-0003-3303-5093

³ Doç. Dr., Artvin Çoruh Üniversitesi Eğitim Fakültesi, ozlemulu@artvin.edu.tr, Orcid: 0000-0001-9317-5261

⁴ Doç. Dr., İnönü Üniversitesi Eğitim Fakültesi, Malatya, erol.kocoglu@inonu.edu.tr, Orcid: 0000-0003-4595-2892

1. GİRİŞ

Sosyal bir varlık olan birey çevresi ile etkileşim içerisinde. Fakat bazı durumlarda istediği davranışları karşı tarafa yansıtamadığında yanlış değerlendirilme riski taşıyabilmektedirler. Öte yandan bu sebeple bireylerin sahip oldukları eğilimlerin tam olarak belirlenememesi ve bu yolla araştırmaların sonuç vermesi söz konusu olabilmektedir. Bu açıdan bakıldığında psikolojik özelliklerin ölçümünde kesin sınırların belirlenmesi mümkün olmadığından öz yanıtlamaya dayalı ölçeklerin geliştirilmesi ve kullanımı önem arz etmektedir.

Sosyal bilimlerde kullanılan görüşme, soru kâğıdı ve kişilik testleri gibi ölçme araçlarının ortak yanı bireyin öz bildirimine dayanıyor olmasıdır. Bu tipteki araştırma bulgularının güvenilirliği bireylerden alınan bilgilerin doğruluğu ile sınırlıdır. İnsanlar, kendileri veya içinde buldukları durum hakkındaki bir soruyu yanıtlarken soru içeriğinin dışında bazı etkilere maruz kalabilirler. Bu etkiler içinde en kuvvetlisi soruyu yanıtlayan kişinin, kendisini diğerlerince beğenilen özelliklere sahip veya davranışlar içinde görme veya gösterme isteğidir. Dolayısı ile birey kendisine yöneltilmiş olan bir cümleyi ölçek maddesinde “yanlış” veya “doğru” diye yanıtlarken, gerçeklerden bağımsız olarak, söz konusu davranışın toplumda beğenilir ve arzu edilir bir davranış olmasının etkisi altında kalabilir. Sosyal beğenirlik etkisi diye kavramlaştırılan bu içsel durum, hem ölçmenin geçerliği sorunu hem de kendi başına bir kişilik boyutu olarak birçok araştırmanın konusu olmuştur (Kozan, 1984). Bununla birlikte Paulhus (1991), sosyal beğenirliğin sadece bir anket sonucu değil, zaman ve durumlar arasında olumlu bir imaj sunma eğilimini tanımlayan bir özellik olduğunu savunmaktadır. Sosyal beğenirliği yüksek düzeyde olan bireyler kendi düşüncelerinden ziyade sosyal çevresinde kabul edilebilir olan cevapları tercih etme eğilimindedir (Phillips ve Clancy, 1972). Böylece bireyler kendilerini çevrelerine olumlu yönleri ile yansıtabilecek, istenmeyen yönlerini gizlemeye çalışacaktır. Dolayısı ile sosyal beğenirlik kavramı onay arayışı ve olumlu değerlendirme kavramları ile paralellik göstermektedir (Ural ve Özbirecikli, 2006). Sosyal beğenirlik etkisi genel olarak iki ayrı faktörün etkileşiminden ortaya çıkmıştır. Bunlar; (i) Test sorusunda belirtilen özellik veya davranışın toplumca beğenilir olması ve (ii) Yanıt veren kişinin kendini toplumca beğenilen özelliklere sahip görme veya gösterme isteğidir (Phillips ve Clancy, 1972) bu iki durumu özellik cazibesi (trait desirability) ve sosyal onaylanma ihtiyacı (need for social approval) olarak ifade etmektedir. Etkiyi birlikte oluşturmalarına rağmen iki faktörün ayrı ayrı ölçülebilir olmaları, sosyal beğenirlik olgusunun iki farklı yönden incelenmesini sağlamıştır. İlki test maddesinin ne ölçüde beğenilir davranışları içerdiğini ölçmektedir. Soru içeriğine ağırlık veren bu yöntem ölçme geçerliğini araştıran çalışmalarda kullanılır (Edwards, 1953; Rosen, 1956). İkincisi ise kişilerin ne ölçüde kendilerini beğenirliği olan davranışlar içinde görme ve gösterme eğiliminde olduklarını göstermektedir. Bu yöntem sosyal beğenirlik etkisinin bir kişilik boyutu olarak incelenmesine imkân vermiştir (Crowne ve Marlowe, 1960; Edwards, 1957).

Gerek geçerlik çalışmalarında ve gerekse kişilik araştırmalarında, sosyal beğenirlik etkilerini incelemek için özel olarak geliştirilmiş bazı ölçeklere ihtiyaç duyulmuştur. Farklı ülkelerde geliştirilmiş bulunan sosyal beğenirlik ölçekleri, bireylerin bir ölçme aracı veya kişilik testini doldururken ne ölçüde sosyal beğenirliği olan yanıtlar verme eğiliminde olduğunu ölçmeyi amaçlamıştır. Literatür incelendiğinde ölçülmek istenilen davranış üzerinde sosyal beğenirliğin etkisinin olup olmadığının da ölçüldüğü bazı çalışmalara rastlanılmıştır (Dönmez ve Akbulut, 2016; Gedik ve Toker, 2018; Harlak ve Eskin, 2018; Koğar ve Gelbal, 2014; Özen, 1984; Taylor, 1961; Ural ve Özbirecikli, 2006; Zigler ve Child, 1969).

Sosyal beğenirlik üzerine yapılan çalışmalar göstermektedir ki, toplumun değer yargılarıyla, beğenileriyle ilişkili herhangi bir konunun araştırılmasında sosyal beğenirlik etkisinin dikkate alınması gerekmektedir (Kozan, 1984). Bu sebeple toplumun ve çağın gereksinimlerini karşılayacak düzeyde bir sosyal beğenirlik ölçeğinin geliştirilmesinin olası yararları göz önüne alınarak, bu çalışmada farklı disiplinlerde yapılan araştırmalara yardımcı olmak amacıyla bir sosyal beğenirlik ölçeği geliştirilmiş ve ölçeğin geçerlik ve güvenilirlik ön incelemesi yapılmıştır. Geliştirilecek bu ölçek; araştırmalarda sosyal beğenirliğin yol açabileceği yanılgıları belirlemeyi amaçlayan çalışmaların yanı sıra bir kişilik özelliği olarak onay güdüsünü konu alacak çalışmalarda da kullanılabilir.

2. YÖNTEM

Bireylerin sosyal beğenirlik düzeylerini belirlemeye yönelik olarak geçerli ve güvenilir bir ölçme aracı geliştirileceğinden araştırma temel araştırmalar niteliğindedir. Araştırmada literatürde eksikliği görülen bu çalışma için temel alınan adımlar bir çok araştırmacı tarafından benzer olarak verilmiştir. Bu adımların en önemlisi ölçülecek yapının belirlenmesidir (Erkuş, 2012). Bu adımdan sonra madde havuzunun oluşturulması ve ölçülecek yapının belirlenmesi süreçleri gelmektedir (DeVellis, 2016). Bu süreçler hem nitel hem de nicel uygulamaları içerdiğinden araştırmada karma yöntem kullanılmıştır.

2.1. Çalışma Grubu

Katılımcılar iki farklı üniversitede öğrenim görmekte olan yaşları 17 ile 45 arasında değişen ($Ort_{yaş}=21.33$, $Ss=2.32$) toplam 852 öğrenciden oluşmaktadır. Çalışmada yer alan veriler rassal olarak ikiye bölünmüştür. Açıklayıcı faktör analizi, madde toplam, madde kalan ve madde ayırt edicilik analizleri 426 birimlik ilk veri seti üzerinde gerçekleştirilmiştir. Elde edilen sonuçların doğrulanması amacıyla gerçekleştirilen doğrulayıcı faktör analizi ve ölçeğin nihai formuna ait güvenilirlik katsayılarının tespiti içinse 426 kişilik ikinci veri seti kullanılmıştır. Katılımcılara ait bilgiler Tablo 1 ve Tablo 2’de verilmiştir.

Tablo 1. Kadın katılımcılara ait betimsel istatistikler

Cinsiyet			Sınıf				Toplam
			1	2	3	4	
Kadın	Fakülte	Eğitim Fakültesi	34	102	55	54	255
		Fen Edebiyat Fakültesi	12	0	25	113	140
		Sağlık Bilimleri Fakültesi	40	41	27	24	132
		Toplam	86	153	102	181	527

Tablo 2. Erkek katılımcılara ait betimsel istatistikler

Cinsiyet			Sınıf				Toplam
			1	2	3	4	
Erkek	Fakülte	Eğitim Fakültesi	12	37	19	128	256
		Fen Edebiyat Fakültesi	6	2	6	61	75
		Sağlık Bilimleri Fakültesi	10	6	13	25	54
		Toplam	28	45	38	214	325

2.2. Ölçek Maddelerinin Geliştirilmesi

Sosyal Beğenirlik ölçeğinin geliştirilmesi sürecinde öncelikle alan yazın taraması yapılmış ve ölçeğin madde havuzunu belirleyebilmek amacı ile farklı sınıf düzeylerinde 7 öğrenciye “karşınızdaki bireyin kendini yansıtmaması ve yansıtmaması durumuna karşı bakış açınız nedir?” sorusu yöneltilmiş, cevaplarını kendi ifadeleri ile açıklamaları istenmiştir. Bu sorulardan ve literatürden elde edilen bilgiler ışığında maddeler yazılmıştır. Toplamda madde havuzu için 31 maddelik taslak bir form oluşturulmuştur.

Kapsam geçerliği analizleri için; ilgili maddelerin sosyal beğenirliği ölçüp ölçemediğini belirlemek amacıyla sosyal beğenirlik konusu ve psikoloji alanında çalışmaları bulunan doktora düzeyinde dört uzmana danışılmış ve her ölçek maddesine 10 üzerinden değerlendirme yapmalarına olanak veren bir formu doldurmaları istenmiştir. Kesme noktası 7 olan puanlamaya göre tüm maddeler değerlendirilmiş ve düzeltilmesi gereken maddeler için ikinci tur değerlendirme yapılmıştır. İkinci turda uzmanların düzenlenen maddeler üzerinden görüşleri alınmış tüm maddeler üzerinde fikir birliğine varılmış ve 2 maddenin örtüşme gösterdiği ifade edilmiştir. Bu bağlamda Lawshe'nin (1975) belirlemiş olduğu kapsam geçerliği formülüne göre 5-7 arasındaki uzman için geçerlik oranının .99 olması gerekmektedir. Bu çalışmada ise fikir birliği sağlanarak 1.00 katsayısına ulaşılmıştır.

Türkçe dil ve anlam geçerliği analizleri için; dört uzmandan ölçekte yazılmış olan maddeleri Türkçe olarak açık ve net bir şekilde anlaşılabilirliğine göre 10 üzerinden puanlamaları, sonrasında eksik ve hatalı gördükleri cümleleri düzeltmeleri istenmiştir. İlk turda uzman önerileri doğrultusunda 7 puanın altında kalan maddeler tekrar düzenlenmiş ve uzmanlardan düzenlenmiş maddelere tekrar puan vermeleri istenmiştir. Bu yolla tüm uzmanların fikir birliğine varmaları sağlanmıştır. Sonuç olarak ölçek maddelerinin geçerlik katsayısında tam uyuma olduğunu gösteren 1.00 katsayısına erişilmiştir.

Türkçe dil ve anlam geçerliği analizleri için; dört uzmandan ölçekte yazılmış olan maddeleri Türkçe olarak açık ve net bir şekilde anlaşılabilirliğine 10 üzerinden puan vermeleri, eksik ve hatalı gördükleri cümleleri düzeltmeleri istenmiştir. İlk turda uzmanların önerileri doğrultusunda 7 puanın altında kalan maddeler uzmanların önerileri doğrultusunda düzenlenmiş ve tüm uzmanlara düzenlenmiş maddelere tekrar puan vermeleri istenmiştir. Bu yolla tüm uzmanların fikir birliğine varmaları sağlanmıştır. Sonuç olarak ölçek maddelerinin (Lawshe, 1975) geçerlik katsayısında tam uyuma olduğunu gösteren 1.00 katsayısına erişilmiştir.

Ayrıca hem görünüş hem de ölçme açısından uyumluluğunu test etmek üzere 3 ölçme ve değerlendirme uzmanının görüşlerinden yararlanılmıştır. Uzmanların maddeleri 10 puan üzerinden değerlendirmeleri istenmiştir. Ayrıca uzmanların maddelerde gerçekleştirilmesi gereken olası düzenlemeler için görüşlerini yazabilecekleri ayrı bir bölüm bırakılmıştır. Uzmanların görüşleri doğrultusunda iki madde formdan çıkarılmıştır. Geriye kalan 29 madde, ölçeğin deneme formu olarak ele alınmıştır.

Deneme formunda bütün maddeler olumlu olup form 5 li Likert türüne göre (1=Kesinlikle katılmıyorum, 5=kesinlikle katılıyorum) derecelendirilmiştir. Ölçeğin anlaşılabilirliğine ilişkin 17 katılımcıyla bir ön uygulama yapılarak denemelik ölçeğe son hali verilmiştir. Daha sonra ise dil, anlam ve ölçme konusundaki olası sorunların tespiti amacıyla 154 öğrenciyle formun ilk hali uygulanmıştır. Pilot çalışmaya katılan adaylardan elde edilen veriler incelenerek forma son hali verilmiştir.

Verilerin Analizi

Oluşturulmak istenen ölçeğin yapısı hakkında bilgi edinmek için açımlayıcı ve bu yapının doğruluğunu test etmek için doğrulayıcı faktör analizi yapılmıştır. Analizlere başlanmadan önce her iki analiz için de önce veri setlerinde eksik, hatalı ve uç veri olup olmadığı kontrol edilmiştir. Yapılan ilk incelemelerde her iki uygulamadan elde edilen veri setinde de hatalı ve eksik veri olmadığı tespit edilmiştir. Açımlayıcı faktör analizi için IBM SPSS 25, doğrulayıcı faktör analizi ise AMOS 22 programları kullanılmıştır.

3. BULGULAR

3.1. Açımlayıcı faktör analizine ait bulgular

İçerik ve dil açısından geçerliği belirlenmiş olan maddeler belirlenen katılımcı grubu üzerinde uygulandıktan sonra ham veriler elde edilmiştir. Elde edilen verilere dayalı olarak katılımcıların ölçek maddelerinin hangilerini birbiriyle ilişkili olarak algıladıklarını, diğer bir deyişle maddelerin hangi yapı altında bütünlük gösterdiklerini belirlemek amacıyla açımlayıcı faktör analizi gerçekleştirilmiştir. Bu amaçla ilk aşamada ölçek formu pilot uygulamadan farklı bir örnekleme 426 kişiye uygulanmıştır. Elde edilen veriler incelenmiş ve herhangi bir kayıp veri ve uçdeğer gözlemlenmemiştir. 426 veri ile açımlayıcı faktör analizi yürütülmüştür.

Analize başlamadan önce KMO ve Barlett küresellik testi sonuçlarına bakılmıştır. KMO değerinin .91, Barlett küresellik testinin anlamlı olduğu görülmüş ve veri setinin analiz için uygun olduğu belirlenmiştir. İkinci aşamada veriler analiz edilmiş ve ölçeğin açıklanması sağlanmıştır. Analiz sonuçlarına göre ölçekteki maddeler iki faktör altında tutarlılık gösterdiği belirlenmiştir. Bir aradaki maddelerin anlamsal incelemeleri yapılmış ve kuramsal olarak bir arada bulunmalarının anlamlı olup olmadığı tespit edilmiştir. İnceleme sonucunda maddelerin iki faktörlü yapısının ve bu faktörler altındaki maddelerin sosyal beğenirliğin iki farklı özelliğini açıklamaya yardımcı olacak şekilde meydana geldiği belirlenmiştir. İlk faktör bireylerin kendilerini bir topluluk içerisinde kabul ettirebilmelerine yönelik davranışları bir araya toplamıştır. Kabul Görme olarak adlandırılan bu faktörde 10 madde bulunmaktadır. Örnek madde olarak “Parlak renkli ve dikkat çekici kıyafetler giyince beğenileceğimi düşünüyorum.” gösterilebilir. Belirlenen ikinci faktör ise 5 maddeden oluşmakta ve topluluk içerisinde dikkat çekmeye, bunun sonucunda elde edilen dönütlerle doyum sağlamaya yönelik eylemleri tasvir etmektedir. Örnek madde olarak “Bendeki değişimlerle ilgili (saç modeli, enerjik görünüm vs) bana övgüde bulunulmasını beklerim.” gösterilebilir. Ölçek maddelerinin faktör yüklerinin .53 ile .79 arasında değiştiği gözlemlenmiştir. Analizler sonucunda faktör yükü .40’ın altında olan 1, 4, 5, 6, 7, 8, 10, 11, 13, 16, 17, 18, 21 ve 22. maddeler ölçekten çıkartılmıştır. Sonuçlar Tablo 3’te özetlenmiştir.

Analiz sonucunda elde edilen faktör yapısının toplam varyansın %52.29’unu açıkladığı belirlenmiştir. Faktörler arası korelasyon değerlerine bakıldığında Kabul Görme (Ort=16.72 Sd=7.19) faktörü ile Dikkat Çekme (Ort=13.41 Sd=4.48) faktörünün anlamlı ilişki içerisinde bulunduğu görülmüştür. Bu sonuçlar doğrultusunda yapı geçerliğinin ilk aşamasında 15 maddeli ve iki faktörlü bir yapının var olduğu belirlenmiştir.

Tablo 3. Sosyal Beğenirlik Ölçeğinin Açımlayıcı Faktör Analizi Sonuçları

Madde ^{1,2}	Faktörler	
	Kabul görme	Dikkat çekme
Madde 12	.61	-
Madde 14	.53	-
Madde 15	.72	-
Madde 19	.79	-
Madde 20	.67	-
Madde 23	.65	-
Madde 25	.74	-
Madde 27	.65	-
Madde 28	.79	-
Madde 29	.78	-
Madde 2	-	.74
Madde 3	-	.72
Madde 9	-	.64
Madde 24	-	.65
Madde 26	-	.64
Öz değer	5.92	1.92
Varyans	39.49	12.29
Toplam varyans		%52.29

¹Faktör analizinde faktör yükü .40'ın altında yer alan maddelere yer verilmemiştir.

²Açımlayıcı faktör analizinde belirtilen soru numaraları orijinal ölçekte yer alan soru numaralarını göstermektedir.

3.2. Madde Toplam Korelasyon ve Madde Artık Korelasyon Katsayıları

Madde toplam ve madde kalan analizleri

Bu aşamada elde edilen maddelerin her birinin ölçeğin toplam puanıyla olan ilişkisinin belirlemek amacıyla madde toplam korelasyon analizinden; her bir maddenin kendisi haricindeki maddelerin toplamıyla kendisinin ilişkisini belirlemek amacıyla madde kalan (artık) analizinden faydalanılmıştır. Bu yolla her bir maddenin ölçeğin yapısal bütünlüğe olan katkısının anlamlı olup olmadığını belirlenmiştir. Sonuçlar Tablo 4'te özetlenmiştir.

Tablo 4. Madde Toplam ve Madde Kalan Analizi Sonuçları

Madde	Madde	Madde	Madde	Madde	Madde
	Toplam	Kalan		Toplam	Kalan
	r	r		r	r
Madde 2	.56**	.45**	Madde 23	.52**	.43**
Madde 3	.43**	.30**	Madde 24	.49**	.36**
Madde 9	.64**	.55**	Madde 25	.56**	.48**
Madde 12	.57**	.49**	Madde 26	.62**	.52**
Madde 14	.52**	.43**	Madde 27	.67**	.60**
Madde 15	.56**	.48**	Madde 28	.60**	.54**
Madde 19	.61**	.55**	Madde 29	.63**	.56**
Madde 20	.54**	.46**			

n= 839, *p<.01

Elde edilen sonuçlara göre madde toplam korelasyon katsayılarının .43 ile .64, madde kalan analizlerinin ise .30 ile .60 arasında değiştiği ve tüm maddelerin anlamlı ilişkiye sahip olduğu gözlenmiştir.

Madde ayırt edicilik analizleri

Elde edilen maddelerin ilgili özelliği taşıyanlar ve taşımayanları ayırabilme gücünü belirlemek amacıyla madde ayırt edicilik analizi gerçekleştirilmiştir. Analiz sonuçlarına göre maddelerin %27'lik üst dilimleri ile %27'lik alt dilimleri arasında anlamlı fark bulunduğu belirlenmiş, böylece maddelerde yer alan özellikleri taşıyan ve taşımayan katılımcıları etkin şekilde ayırt edebildiği belirlenmiştir. Sonuçlar Tablo 5'te özetlenmiştir.

Tablo 5. Madde Ayırt Edicilik Güçlerinin Belirlenmesi Amacıyla Yapılan Bağımsız Gruplar t testi Sonuçları

Eşleştirilen Maddeler		\bar{x}	S	t	p	Eşleştirilen Maddeler		\bar{x}	S	t	p
Madde 2	Alt _{%27}	1.00	.00	73.09	.00	Madde 23	Alt _{%27}	1.00	.00	33.50	.00
	Üst _{%27}	4.04	.62				Üst _{%27}	3.03	.91		
Madde 3	Alt _{%27}	1.70	.75	65.92	.00	Madde 24	Alt _{%27}	1.80	.50	57.01	.00
	Üst _{%27}	5.00	.00				Üst _{%27}	4.48	.49		
Madde 9	Alt _{%27}	1.00	.00	53.20	.00	Madde 25	Alt _{%27}	1.00	.00	28.82	.00
	Üst _{%27}	3.61	.74				Üst _{%27}	2.68	.87		
Madde 12	Alt _{%27}	1.00	.00	29.57	.00	Madde 26	Alt _{%27}	1.00	.00	93.17	.00
	Üst _{%27}	2.80	.91				Üst _{%27}	4.24	.52		
Madde 14	Alt _{%27}	1.00	.00	33.46	.00	Madde 27	Alt _{%27}	1.00	.00	55.82	.00
	Üst _{%27}	2.99	.89				Üst _{%27}	3.40	.64		
Madde 15	Alt _{%27}	1.00	.00	29.23	.00	Madde 28	Alt _{%27}	1.00	.00	30.72	.00
	Üst _{%27}	2.80	.93				Üst _{%27}	2.46	.71		
Madde 19	Alt _{%27}	1.00	.00	16.87	.00	Madde 29	Alt _{%27}	1.00	.00	31.08	.00
	Üst _{%27}	2.12	1.00				Üst _{%27}	2.69	.81		
Madde 20	Alt _{%27}	1.00	.00	28.97	.00						
	Üst _{%27}	2.72	.89								

n=226+226=452, SD=450

3.3. Doğrulayıcı faktör analizi

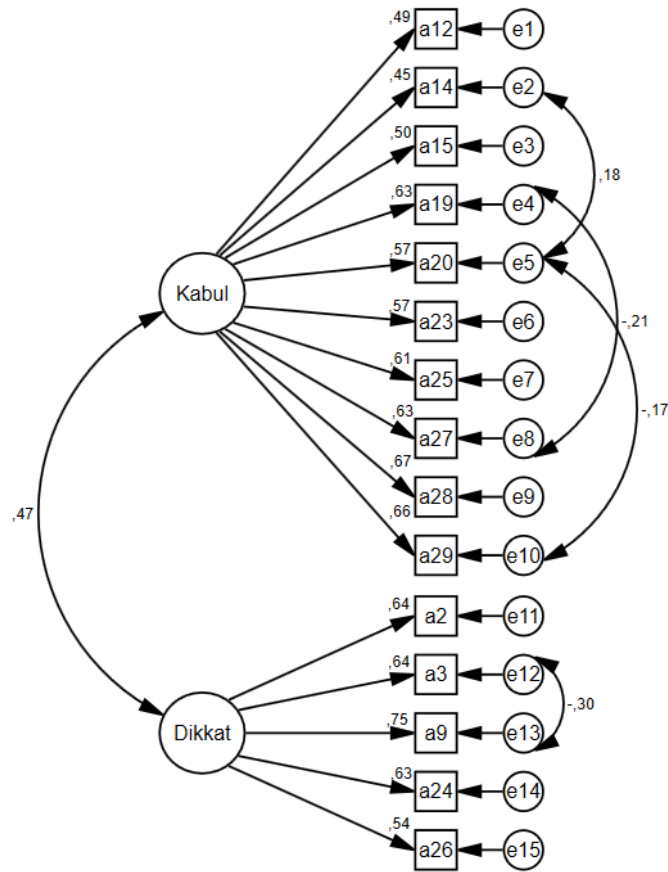
Yapı geçerliğinin belirlenmesinde bir sonraki aşamada doğrulayıcı faktör analizine başvurulmuştur. Bu yolla faktör yapısı belirlenen maddelerin yapısal uyum gösterip göstermedikleri incelenmiştir. Yapıya ait temel çerçeveler belirlenip maddeler incelendikten sonra ölçek maddeleri ikinci defa farklı 426 öğrenciye uygulanmıştır. İkinci uygulamada da veri setinde herhangi bir kayıp veri ve uçdeğer gözlemlenmemiştir. 426 veri ile doğrulayıcı faktör analizi çalışması yürütülmüştür. Elde edilen sonuçlar faktörlerin yapısal uyum gösterdiğine işaret etmektedir ($\chi^2/df = 2.50$, GFI = 0.93, CFI = 0.92, AGFI = 0.91, RMSEA = 0.06). Elde edilen sonuçlar ve uyum indekslerine ilişkin sınır değerler Tablo 6'da aktarılmıştır.

Tablo 6. Doğrulayıcı Faktör Analizi Sonuçları

Uyum İndeksleri	SBÖ	Sınır Değerler	Kaynak
χ^2/sd	2.50	≤ 3.00 Mükemmel uyum	Kline (2005)
RMSEA	0.60	≤ 0.06 İyi uyum	Hu & Bentler (1999); Thompson (2004)
GFI	0.93	≥ 0.90 İyi Uyum	Hooper, Coughlan, & Mullen (2008), Kline (2005)
CFI	0.92	≥ 0.90 İyi Uyum	Tabachnick & Fidell (2007)
AGFI	0.91	≥ 0.90 İyi Uyum	Hooper, Coughlan, & Mullen (2008)

SBÖ: Sosyal Beğenirlik Ölçeği

Doğrulayıcı faktör analizi ile belirlenen faktör yüklerinin .45 ile .75 arasında değiştiği gözlenmiştir. Bu değerler; maddelerin .30'un altındaki düşük faktör yükleriyle belirlenen yapıya zayıf şekilde bağlı olma veya .90 ve üstü değerlerle aynı özellikleri ölçme gibi yapısal sorunlar olmadığını göstermektedir. Ölçekte örneklem büyüklüğüne bağlı olan uyum indeksi hatalarının düzeltilmesi amacıyla dört maddede modifikasyon yapılmıştır. Analiz sonucunda elde edilen faktör yükleri ve modifikasyonlara ilişkin bilgiler Şekil 1'de sunulmuştur.



Şekil 1. Sosyal Beğenirlik Ölçeğine Ait Doğrulayıcı Faktör Analizi ile Sınanan Model

3.4. Diskriminant analizi

Ölçekte belirlenen grupların sınıflamasının doğruluğunu dolayısı ile yapının doğruluğunu belirlemek amacıyla diskriminant analizinden yararlanılmıştır. Bu geçerlik ile elde edilmiş olan iki faktörün birbirinden farklı yapıları ölçtüğü sonucu test edilmektedir. Bu bağlamda öncelikle grubun ortalama sosyal beğenirlik düzeyi ($Ort=29,74$) ve standart sapma değeri ($Ss=9.69$) belirlenmiştir. Ortalamanın 1, 2 ve 3 standart sapma üzerindeki katılımcılar sosyal beğenirliğe sahip olarak belirlenmiş ve analize dâhil edilmiştir. Bu analiz işlemi sürecinde ilk olarak Box M değeri incelenerek kovaryansların eşitliği test edilmiştir (Tablo 7).

Tablo 7. Box M testi sonuçları

Box M testi sonuçları	
Box M	114.62
F	18.83
Sd1	6
Sd2	109873.09
p	.01

Analiz sonucunda gruplararası kovaryansların eşit olmaması sebebiyle doğrusal ayırt edici istatistiğin uygun olmadığını gözlemlenmektedir. Gözlem sayısının fazla olmaması kovaryans matrisinin eşit çıkmama sebebi olarak gösterilmektedir (Kalaycı, 2010). Bu doğrultuda çalışmada çoklu doğrusal ayırma analizi (Multiple square discriminant analysis) kullanılması uygun görülmüştür (Dixon ve Brereton, 2009). Ayırma fonksiyonuna ait açıklanan varyans oranları incelendiğinde birinci fonksiyonun %99.7 lük, ikinci fonksiyon %0.3 lik kısmı açıkladığı görülmüştür. Ayrıca bu ayırma fonksiyonlarının olasılık değerleri anlamlı olarak bulunmuştur. Dolayısı ile her iki fonksiyonun da ayırma gücüne sahiptir.

Tablo 8. Yapı matrisi

Fonksiyon	1	2
Dikkat çekme	.17	.98
Kabul görme	.65	-.75

Tablo 8’de sunulan yapı matrisi incelendiğinde iki alt boyutun da farklı standart sapma seviyelerinde sosyal beğenirliği ayırmada etkin olduğunu görülmektedir. Her bir değişkenin belirlenen fonksiyonla olan korelasyon katsayısını gösteren yapı matrisi değerlerine bakıldığında -.75 ile .98 arasında değişen değerler olduğu gözlenmiştir. Bu sonuçlara göre dikkat çekme alt boyutu ikinci fonksiyonla %98, kabul görme alt boyutu da birinci fonksiyonla %65 ilişkilidir. Ayırma analizi sonucunda her bir alt boyutun ortalamanın üç ayrı standart sapma üzerindeki değerleri sınıflayabilme derecelerine ait bilgiler Tablo 9’da özetlenmiştir.

Tablo 9. Sınıflama sonuçları

	Öngörülen grup ataması			Toplam	
	Gruplar	1	2		3
Sayı	1	248	2	0	250
	2	0	87	0	87
	3	0	5	35	40
Yüzdeler	1	99.2	.80	.0	100.0
	2	.0	100	.0	100.0
	3	.0	12.5	87.5	100.0

Tablo 9’da ortalamanın bir standart sapmanın üzerindeki 250 öğrencinin 248’inin doğru sınıflandığını göstermektedir. İki ortalamanın iki standart sapma üzerindeki 87 katılımcının tamamını, üç standart sapma üzerindeki grupta yer alan 40 katılımcının 35’inin doğru olarak sınıflandırıldığı belirlenmiştir. Yüzdeler olarak ifade edilecek olursa belirlenen

gruplarda %99.2, %100 ve %87.5 doğruluk payıyla sosyal beğenirliği yüksek grupların belirlenebildiği tespit edilmiştir. Tabloda yer alan toplam doğru sınıflandırma oranı %98.1'dir.

3.5. Güvenirlik analizi

Sosyal Beğenirlik Ölçeğinin güvenirlik analizleri kapsamında iç tutarlık düzeyi tespit edilmiştir. Bu bağlamda Cronbach Alpha İç Tutarlılık katsayısından faydalanılmıştır. Analiz sonucunda ölçeğin bütününe ait güvenirlik katsayısı .84, kabul görme alt boyutuna ait iç tutarlılık katsayısı .85 ve dikkat çekme alt boyutuna ait iç tutarlılık katsayısı .75 olarak belirlenmiştir. Bu sonuçlar ölçek maddelerinin tamamının %84, alt boyutlar bağlamında ise %75 ile %85 oranında tutarlı sonuçlar ortaya çıkardığını göstermektedir. Bu açıdan ölçeğin gerek tamamının gerekse alt boyutlarının güvenilir ve araştırmalarda kullanılmaya uygun olduğu görülmektedir.

4. SONUÇ VE TARTIŞMA

Herhangi bir konunun araştırılmasında bireylerin sosyal beğenirlik düzeylerinin etkisinin dikkate alınması gerekmektedir (Kozan, 1984). Bu nedenle toplumun ve çağın gereksinimlerini karşılayacak düzeyde bir sosyal beğenirlik ölçeğinin geliştirilmesi gerekmektedir. Bu çalışmada üniversite öğrencilerinin sosyal beğenirlik düzeylerini belirlemeyi amaçlayan geçerli, güvenilir ve kullanışlı bir ölçme aracının geliştirilmesi amaçlanmıştır. Bu amaçla, ilk olarak 31 maddelik madde havuzu hazırlanmış ve uzmanların görüşleri ve gerekli incelemeler sonucunda 2 madde veri setinden çıkarılmıştır.

Uzmanların ölçek maddelerini dil, anlam ve kapsam geçerliğini değerlendirmeleri için uyuma indeksi puanı hesaplanmış ve ölçeğin Türkçe dil ve anlam ile içerik olarak geçerli olduğu sonucuna ulaşılmıştır. 29 madde 154 kişiye uygulanarak bir pilot uygulama yapılmıştır. Formun nihai hali ise 426 öğrenciye uygulanarak açımlayıcı faktör analizine geçilmiştir. Analiz sonucunda elde edilen faktör yapısının toplam varyansın %52.29'unu açıkladığı belirlenmiştir. Faktörler arası korelasyon değerlerine bakıldığında Kabul Görme (Ort=16.72 Sd=7.19) faktörü ile Dikkat Çekme (Ort=13.41 Sd=4.48) faktörünün anlamlı ilişki içerisinde bulunduğu görülmüştür. Bu sonuçlar doğrultusunda yapı geçerliğinin ilk aşamasında 15 maddeli ve iki faktörlü bir yapının var olduğu belirlenmiştir. Maddelerin ölçeğin yapısal bütünlüğe olan katkısının incelemek üzere Madde Toplam Korelasyon ve madde artık korelasyon analizleri incelenmiştir.

İnceleme sonucunda madde toplam korelasyon katsayılarının .43 ile .64, madde kalan korelasyon katsayılarının ise .30 ile .60 arasında değiştiği ve tüm maddelerin anlamlı ilişkiye sahip olduğu gözlenmiştir. Ayrıca maddelerin ayırt edicilikleri incelenmiş ve maddelerin bu özelliğe sahip bireylerle bu özelliğe sahip olmayan bireyler arasında ayırım yapabildiği kanaatine varılmıştır. Elde edilen yapının geçerliğini test etmeye yönelik olarak farklı bir örneklem üzerinde form uygulanmış ve veriler üzerinde doğrulayıcı faktör analizi yapılmıştır. Elde edilen sonuçlar faktörlerin yapısal uyum gösterdiğine işaret etmektedir ($\chi^2/df = 2.50$, GFI = 0.93, CFI = 0.92, AGFI = 0.91, RMSEA = 0.06). Bu değerlere göre geliştirilen model ile yapının iyi bir uyuma sahip olduğu gözlemlenmektedir.

Ölçekte belirlenen grupların sınıflamasının doğruluğunu dolayısı ile yapının doğruluğunu belirlemek amacıyla diskriminant analizinden yararlanılmıştır. Gruplardaki sınıflama yüzdelerinin doğruluğu %99.2, %100 ve %87.5; toplam doğru sınıflandırma oranı %98.1 olarak bulunmuştur. Güvenirlik analizi için Cronbach Alpha İç Tutarlılık katsayısından faydalanılmıştır. Analiz sonucunda ölçeğin bütününe ait güvenirlik katsayısı .84, kabul görme alt boyutuna ait iç tutarlılık katsayısı .85 ve dikkat çekme alt boyutuna ait iç tutarlılık katsayısı .75 olarak belirlenmiştir. Toplamda 15 maddeden oluşan ölçek 5'li Likert formatta geçerli ve

güvenilir “Sosyal Beğenirlik Ölçeği” elde edilmiştir. Bireylerin özelliklerini temel alan Psikolojik yapıları ölçülmesi konusunda sosyal beğenirlik düzeylerinin de dikkate alınması önerilmektedir. Sosyal beğenirlik kavramı daha çok sosyal onay alma boyutu altında değerlendirilmiştir (Crowne ve Marlowe, 1960; Edwards, Crowne, ve Marlowe, 1965; Johnson ve Van De Vijver, 2003; Karaşar ve Öğülmüş, 2016). Geliştirilen bu ölçek ise Phillips & Clancy (1972) tarafından oluşturulan yapı altında hem sosyal onaylanma için kabul görme boyutunu hem de bireylerin kendi özelliklerine göre dikkat çekme boyutunu ihtiva etmektedir.

Sosyal Beğenirlik Ölçeği'nin ortaya çıkan nihai formunda yer alan maddeler arasında ters puanlanan madde bulunmamaktadır. Alt boyutlar arasında negatif içeriğe sahip bir alt boyut bulunmadığından bireylerin sahip olduğu sosyal beğenirlik düzeyini belirlemek amacıyla ölçeğe ait bir toplam puan alınması mümkündür. Bununla birlikte spesifik olarak bireyin dikkat ve kabul özelliklerini ne ölçüde taşıdığını belirlemek amacıyla ayrı ayrı alt boyutların toplam puanlarından ve bu alt boyutlara ilişkin güvenirlilik değerlerinden de yararlanılabilir.

KAYNAKÇA

- Crowne, D. P., & Marlowe, D. (1960). A new scale of social desirability independent of psychopathology. *Journal of Consulting Psychology*, 24(4), 349–354. <https://doi.org/10.1037/h0047358>
- DeVellis, D. (2016). *Scale development theory and applications* (3.rd). Los Angeles: Sage.
- Dixon, S. J., & Brereton, R. G. (2009). Comparison of performance of five common classifiers represented as boundary methods: Euclidean Distance to Centroids, Linear Discriminant Analysis, Quadratic Discriminant Analysis, Learning Vector Quantization and Support Vector Machines, as dependent on. *Chemometrics and Intelligent Laboratory Systems*, 95(1), 1–17. <https://doi.org/10.1016/j.chemolab.2008.07.010>
- Dönmez, O., & Akbulut, Y. (2016). Siber zorbalık çalışmalarında sosyal beğenirlik etmeni. *Eğitim Teknolojisi Kuram ve Uygulama*, 6(2), 1–18.
- Edwards, A. L. (1953). The relationship between the judged desirability of a trait and the probability that the trait will be endorsed. *Journal of Applied Psychology*, 37(2), 90–93. <https://doi.org/10.1037/h0058073>
- Edwards, A. L. (1957). *The social desirability variable in personality assessment and research*. - *PsycNET*. New York: Dryden Press. Retrieved from <https://psycnet.apa.org/record/1958-00464-000>
- Edwards, A. L., Crowne, D. P., & Marlowe, D. (1965). The approval motive: Studies in evaluative dependence. *The American Journal of Psychology*, 78(3), 514. <https://doi.org/10.2307/1420595>
- Erkuş, A. (2012). *Psikolojide ölçme ve ölçek geliştirme*. Ankara: Pegem Akademi.
- Gedik, Z., & Toker, H. (2018). Attitudes toward the disabled and social desirability among university students. *Journal of Higher Education and Science*, 8(1), 111. <https://doi.org/10.5961/jhes.2018.253>
- Harlak, H., & Eskin, M. (2018). The development of religious orientation and religiosity scales and the investigation of their psychometric properties. *Yeni Symposium*, 56(2), 24–32. <https://doi.org/10.5455/NYS.20180730021249>

- Hooper, D., Coughlan, J., & Mullen, M. R. (2008). Structural equation modelling: guidelines for determining model fit. *The Electronic Journal of Business Research Methods*, 6(1), 53–60. Retrieved from www.ejbrm.com
- Hu, L., & Bentler, P. M. (1999). Cutoff criteria for fit indexes in covariance structure analysis: Conventional criteria versus new alternatives. *Structural Equation Modeling: A Multidisciplinary Journal*, 6(1), 1–55. <https://doi.org/10.1080/10705519909540118>
- Johnson, T. P., & Van De Vijver, F. (2003). Social desirability in cross-cultural research. In P. M. J.A. Harkness, F.J.R. van de Vijver (Ed.), *Cross-Cultural Survey Methods* (pp. 195–204). New York: Wiley. Retrieved from <https://www.researchgate.net/publication/235660939>
- Kalaycı, Ş. (2010). *SPSS uygulamalı çok değişkenli istatistik bilgileri*. Ankara: Asil.
- Karaşar, B., & Öğülmüş, S. (2016). Sosyal Onay İhtiyacı Ölçeği: Geçerlik ve güvenilirlik analizi. *Ege Eğitim Dergisi*, 17(1), 84. <https://doi.org/10.12984/eed.38607>
- Koğar, H., & Gelbal, S. (2014). Üniversite öğrencilerinin sosyal beğenirlik tercihlerinin yargıcı kararları ile ölçeklenmesi. *Amasya Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 4(1), 136-152–152. <https://doi.org/10.17539/aej.79032>
- Kozan, K. (1984). Davranış bilimleri araştırmalarında sosyal beğenirlik boyutu ve Türkiye için bir sosyal beğenirlik ölçeği. *ODTÜ Gelişme Dergisi*, 10, 447–477.
- Lawshe, C. H. (1975). A quantitative approach to content validity. *Personel Psychology*, 28, 563–575.
- Özen, Ş. (1984). *Örgütsel araştırmalardaki sosyal beğenirlik etkisinin Türk toplumsal ve bürokratik kültürü bağlamında incelenmesi*. Retrieved from https://www.academia.edu/18566438/Örgütsel_Araştırmalardaki_Sosyal_Beğenirlik_Etkisinin_Türk_Toplumsal_ve_Bürokratik_Kültürü_Bağlamında_Incelenmesi
- Paulhus, D. L. (1991). Measurement and control of response bias. In *Measures of Personality and Social Psychological Attitudes* (pp. 17–59). Elsevier. <https://doi.org/10.1016/b978-0-12-590241-0.50006-x>
- Phillips, D. L., & Clancy, K. J. (1972). Some effects of “Social Desirability” in survey studies. *American Journal of Sociology*, 77(5), 921–940. <https://doi.org/10.1086/225231>
- Rosen, E. (1956). Self-appraisal, personal desirability, and perceived social desirability of personality traits. *Journal of Abnormal and Social Psychology*, 52(2), 151–158. <https://doi.org/10.1037/h0046019>
- Tabachnick, B. G., & Fidell, L. S. (2007). *Using multivariate statistics*. Boston: Pearson.
- Taylor, J. B. (1961). What do attitude scales measure: The problem of social desirability. *Journal of Abnormal and Social Psychology*, 62(2), 386–390. <https://doi.org/10.1037/h0042497>
- Thompson, B. (2004). *Exploratory & confirmatory factor analysis: Understanding concepts and applications*. Washington: American Psychological Association.
- Ural, T., & Özbirecikli, M. (2006). Is ethical judgement influenced by social desirability in responding? An analyse on Turkish accountants. *Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 15(1), 393–410.
- Zigler, E., & Child, I. L. (1969). *Socialization and personality development*. Massachusetts: Addison-Wesley.

Ek 1 Sosyal Beğenirlik Ölçeği**SOSYAL BEĞENİRLİK ÖLÇEĞİ**

	Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kısmen Katılmıyorum	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum
1. Parlak renkli ve dikkat çekici kıyafetler giyince beğenileceğimi düşünüyorum.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. Bir grupta yer alabilmek için pembe yalanlar söylediğim olmuştur.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. Kaliteli bir telefonu olan insanların daha fazla itibar gördüğünü düşünüyorum.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. Sosyal medyada daha fazla beğeni almak için her yolu denerim.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5. Takdir edilmek amacıyla iyilik yaparım.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6. Bir grupta kabul görmek için istemediğim sorumluluklar alabilirim.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7. Kalabalık bir ortamda, insanların dikkatini çekebilmek için herhangi bir işle (kitap okumak, müzik dinlemek, resim yapmak vs.) uğraştığım olmuştur.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8. Övgü almadığımda bir işi yapmak bana zor gelir.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9. Bana övgüde bulunmayacak arkadaşlarımdan uzak dururum.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10. Bir topluluktan dışlanmamak için onların duygularını anlıyormuş gibi görünürüm.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
11. İnsanların sosyal medya paylaşımını beğenmesi benim için önemlidir.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
12. Görmesini istediğim biri sosyal medya paylaşımını beğenince mutlu olurum.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
13. Sosyal medyada paylaşım yaptıkça mutlu oluyorum.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
14. Sosyal medyada anılarımı paylaşmak hoşuma gider.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
15. Bendeki değişimlerle ilgili (saç modeli, enerjik görünüm vs.) bana övgüde bulunulmasını beklerim.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

1-10. maddeler kabul boyutuna aittir. 11-15. maddeler dikkat boyutuna aittir. Ölçeğin nihai formunda yer alan madde numaralarının analizlerde madde havuzunda yer alan karşılıkları: 1=12, 2=14, 3=15, 4=19, 5=20, 6=23, 7=25, 8=27, 9=28, 10=29, 11=2, 12=3, 13=9, 14=24, 15=26.