

İki Boyutlu Sosyal İstenirlik Ölçeğinin Geliştirilmesi ve Psikometrik Özelliklerinin Araştırılması¹

Two-Dimensional Social Desirability Scale: The Study Of Validity and Reliability

Ahmet AKIN

Sakarya Üniversitesi Eğitim Fakültesi Eğitimde Psikolojik Hizmetler ABD, Sakarya,
aakin@sakarya.edu.tr

ÖZET

Bu araştırmanın amacı İki boyutlu Sosyal İstenirlik Ölçeği'nin geçerlik ve güvenilirlik çalışmasını yapmaktır. Araştırma Sakarya, Marmara ve Anadolu Üniversitesi'nde öğrenim gören 851 üniversite öğrencisi üzerinde yürütülmüştür. Açıklayıcı faktör analizi sonucunda 29 maddeden oluşan 2 faktörlü bir ölçme aracı elde edilmiştir. Bu faktörler öz-aldatma ve izlenim yönetimi olarak adlandırılmıştır. Doğrulayıcı faktör analizinden elde edilen uyum indeksi değerleri iki boyutlu sosyal istenirlik modelinin iyi uyum verdiğini göstermektedir. Ölçeğin faktör yükleri .34 ile .97 arasında sıralanmaktadır. Cronbach Alpha iç tutarlılık güvenilirlik katsayıları izlenim yönetimi için .96, öz-aldatma için .95, test-tekrar test güvenilirlik katsayıları ise izlenim yönetimi için .83, öz-aldatma için .79 olarak bulunmuştur. Bu sonuçlara göre İki boyutlu Sosyal İstenirlik Ölçeği'nin geçerli ve güvenilir bir ölçme aracı olduğu söylenebilir.

Anahtar Kelimeler: Sosyal istenirlik, geçerlik, güvenilirlik, doğrulayıcı faktör analizi.

ABSTRACT: *The aim of this research is to examine the validity and reliability of the Two-dimensional Social Desirability Scale. This study was conducted on 851 university students from Sakarya, Marmara, and Anadolu Universities. Exploratory factor analysis demonstrated that the scale yielded 2 factors, as self-deception and impression management. The fit index values which obtained from confirmatory factor analysis showed that the two-dimensional social desirability model fitted well. Cronbach Alpha internal consistency coefficients were .96 for impression management and .95 for self-deception and test-retest reliability coefficients were .79 for self-deception and .83 for impression management. According to these results this scale can be used as a valid and reliable instrument in education and psychology.*

Keywords: Social desirability, validity, reliability, confirmatory factor analysis.

¹ Bu makale 14-16 Mayıs 2008 tarihlerinde Ankara Üniversitesi'nde gerçekleştirilen I. Ulusal Eğitimde ve Psikolojide Ölçme ve Değerlendirme Kongresi'nde sunulan bildirinin genişletilmiş halidir.

SUMMARY

Researchers in the field of social sciences often rely on questionnaires or scales to obtain self-reported information. Not only are scales convenient (e.g., group administrations), but they are also a relatively simple means of data collection. Nevertheless, with this simplicity and convenience comes a risk to measurement that researchers have attempted to overcome for decades. This hazard has been termed as socially desirable responding and was defined as the tendency to endorse items in response to social or normative pressures instead of providing veridical self-reports. From 1950's to present a variety of instruments have been designed to assess individual differences in socially desirable responding. The aim of this research is to develop two-dimensional social desirability scale and to examine its psychometric properties.

The study group consists of 851 university students from Sakarya, Marmara, and Anadolu Universities. Of the participants, 448 were male and 403 were female and the mean age of the participants was 19 years. In this study exploratory factor analysis (EFA) and confirmatory factor analysis (CFA) was executed to explore and to confirm the two dimensional structure. Also re-test and internal consistency reliability coefficients of the scale were examined.

The EFA demonstrated that the items loaded on two factors (self-deception and impression management) and the amount of total variance explained by two factors was 64%. Factor loadings ranged from .34 to .97. Similarly, the results of CFA indicated that the model was well fit and Chi-Square value ($\chi^2=2905.86$, $N=851$, $p=0.00$) which was calculated for the adaptation of the model was found to be significant. The goodness of fit index values of the model were RMSEA=.071, NFI=.96, CFI=.97, GFI=.97, AGFI=.95, and SRMR=.011. The Cronbach Alpha internal consistency coefficients were .96 for impression management and .95 for self-deception. The test-retest reliability coefficients were .83 and .79 for two sub-scales, respectively.

In this study, factor structure of the two-dimensional social desirability scale was examined via exploratory and confirmatory factor analyses. Results showed that the

factorial model of social desirability that consists of two-dimensional was at an acceptable degree of goodness of fit. The internal consistency and test re-test reliability coefficients of this scale showed acceptable reliability. Overall findings demonstrated that this scale may be used as a valid and reliable instrument in order to assess social desirability levels of individuals. Nevertheless, further studies that will use this instrument are important for its measurement force.

GİRİŞ

Öz-bildirime dayalı (self-report) ölçme araçları çok sayıda bireye aynı anda ulaşma ve bu bireylerden bilgi elde etmenin yanı sıra, kullanımlarının basit olması gibi avantajlarından dolayı sosyal bilimlerle ilgili çalışmalar yapan araştırmacılar tarafından bilgi elde etmek amacıyla sıklıkla tercih edilmektedir (Loving ve Agnew, 2001). Ancak üstün yönleriyle birlikte öz-bildirimli ölçme araçları, araştırmacıların yıllardır üstesinden gelmeye çalıştığı bir sınırlılığa da sahiptir. Bu sınırlılık *sosyal istenirlik eğilimidir*. Sosyal istenirlik “bireyin herhangi bir ölçme aracının maddelerini yanıtlarken, kendisiyle ilgili gerçekçi bilgiler vermek yerine kendini sosyal ve normatif anlamda olumlu biçimde sunması eğilimi” (Ellingson, Smith ve Sackett, 2001, s. 122) olarak tanımlanabilir. Birçok çalışma, bireylerin özellikle kişilik testlerinde kendileriyle ilgili çarpıtılmış ve doğru olmayan bilgiler verdiğini ortaya koymuştur (Hough, 1998).

Sosyal istenirliğin potansiyel etkisi, sosyal psikoloji alanında uzun zamandan beri bilinmektedir (Crowne ve Marlowe, 1960; Edmonds, 1967; Lautenschlager ve Flaherty, 1990; Paulhus, 1991). Negatif etkiler hem kuramsal düzeyde hem de uygulama düzeyinde ortaya çıkmaktadır. Kuramsal düzeyde bugün elde edilen veriler yarının kuramlarını yönlendirmektedir. Aynı zamanda doğru olmayan veya gerçekte olduğundan daha olumlu ve iyi bir konumda sunulan öz-bildirime dayalı bilgiler geliştirilen teorilerin geçerliliğini tehlikeye atmaktadır. Uygulama düzeyindeki olumsuz etkilerden en önemlisi ise tam anlamıyla geçerli olmayan verilere dayalı olarak yapılan uygulamalar, spesifik sosyal problemleri çözmeye yönelik bilimsel çabaları engellemektedir (Loving ve Agnew, 2001).

Çalışmalarında öz-bildirimli ölçme aracı kullanan araştırmacılar için en önemli ve sürekli sorunlardan birisi, bireylerin tutum, inanç, fikir ve kişiliklerine ilişkin maddeleri yanıtlarken kendi tarafını tutmasıdır. Bireyin öz-bildirimli ölçme araçlarını yanıtlarken gerçekleri yansıtmaktan çok sosyal anlamda onaylanacak cevaplar vermesiyle açığa çıkan bu eğilim (Crowne ve Marlowe, 1960; Paulhus, 1991), farklı araştırmalarda yoğun biçimde incelenmektedir. Sosyal istenirlik eğilimlerinin eğitim düzeyi yüksek bireylerde daha fazla olduğu öne sürülmüştür. Bunun nedeni bu bireylerin hangi tepkilerin normatif anlamda uygun olduğuna ilişkin daha fazla farkındalığa sahip olmasıdır (Krysan, 1998). Sosyal istenirlik toplumun değişik kesimlerinde farklılık sergilemesine rağmen araştırmacıların önemli bir kısmı çalışmalarını üniversite öğrencileri üzerinde yürütmüştür (Barger, 2002; Heine ve Lehman, 1995; Smith ve Smith 1993). Çünkü önyargılı bir yanıtlama biçimi olan sosyal istenirliğin, öğrencilerin ölçme araçlarını yanıtlamalarında ne tür bir etkiye sahip olduğunu anlamak yüksek öğretimde yapılan değerlendirme çalışmalarında eğitimci ve araştırmacılar için yararlı olabilir.

Sosyal İstenirliğin Ölçülmesi

1950'li yıllardan bu yana sosyal istenirlikteki bireysel farklılıkları değerlendirmek amacıyla çok sayıda ölçme aracı geliştirilmiştir. Bu alandaki araştırmalar başlangıçta sosyal istenirliğin sadece bir yanıtlama stili olduğunu, yani bireyin diğerlerinde iyi izlenim bırakmanın bir yolu olarak açığa çıktığını varsaymıştır. Sosyal istenirlik eğiliminin sürekli kullanılması, bireyin bunu bir tepki biçimi olarak benimsediğini göstermektedir (Jackson ve Messick, 1962). Bir tepki biçimi olarak sosyal istenirlik eğilimini değerlendirmek için çok sayıda ölçek yapılandırma stratejileri geliştirilmiştir. Bununla birlikte çok geçmeden sosyal istenirlik bir kişilik özelliği olarak kavramsallaştırılmıştır. Kısaca sosyal istenirliğin bir yanıtlama stili olduğunu öne süren araştırmacılara karşılık olarak, bir kişilik özelliği olduğunu savunan araştırmacılar da bulunmaktadır (Pauls ve Stemmler, 2003). İkincisi yani bir kişilik özelliği olarak sosyal

istenirlik, bireyin zaman veya duruma bağlı olmaksızın tutarlı şekilde sosyal istenirlikle meşgul olmasıdır (Wiggins, 1973).

Araştırmacılar cevaplayanın belirsiz olduğu durumların, bir tepki biçimi olarak sosyal istenirliğin azalması üzerindeki etkisini incelemiş ve bazı araştırmalarda (Paulhus, 1984) azalmanın anlamlı bazılarında (Edwards, 1957) ise anlamsız olduğu görülmüştür. Edwards (1957) sosyal istenirlik eğiliminin kararlı bir kişilik özelliği olduğunu öne sürmüştür. Aynı zamanda yakınlarındaki kişiler yabancı bile olsa bireylerin sözel ve sözel olmayan eylemleriyle olumlu bir sosyal imaj sunma eğiliminde oldukları bilinmektedir. Buna göre bireyin herhangi bir isim veya tanınmasına yardımcı olacak ipucu vermediği araştırmalarda da izlenim yönetiminin önemli olduğu söylenebilir. Ancak bu tür durumlarda bireyin sosyal istenirlik tepkileri verdiği tartışılabilir, çünkü bireyin kime iyi görünmeye çalıştığı net değildir (Mick, 1996).

Son zamanlara kadar sosyal istenirlik eğilimini değerlendirmek için sıklıkla, 33 maddelik Marlowe-Crowne Sosyal İstenirlik Ölçeği (Crowne ve Marlowe, 1960) kullanılmagelmiştir. Crowne ve Marlowe sosyal istenirlik eğilimini “bireyin onaylanma ihtiyacını karşılamak için, ölçme aracına kültürel anlamda uygun ve kabul gören yanıtlar vermesi” (1960, s. 353) olarak kavramsallaştırmıştır. 1960 yılında yayımlanan Marlowe-Crowne Sosyal İstenirlik Ölçeği, Edwards Sosyal İstenirlik Ölçeği'nin (Edwards, 1957) sınırlılıklarını ortadan kaldırmak amacıyla geliştirilmiştir. Edwards'ın ölçeği Minnesota Çok Boyutlu Kişilik Envanteri'nin maddeleri temel alınarak geliştirildiği için doğal olarak psikopatolojiyle ilişkilidir. Bu amaca ulaştıklarına ilişkin kesin bir kanıt olmamasına rağmen Crowne ve Marlowe, patolojik göstergeler içermeyen maddeler elde etmeyi amaçlamışlardır (Millham ve Jacobson, 1978). Ölçeğin ilk formu sadece 76 katılımcının yanıtlarıyla değerlendirilmiştir. 33 maddeden oluşan final formu ise 39 kişiye uygulanmış ve Kuder-Richardson güvenilirlik katsayısı .88 olarak bulunmuştur. Ayrıca ölçeğin bir ay arayla 31 katılımcı üzerinde yürütülen test-tekrar test çalışmasından elde edilen güvenilirlik katsayısı .89'dur.

Ancak araştırmacılar sosyal istenirliğin tek boyutlu bir yapı olmadığını ve Marlowe-Crowne Sosyal İstenirlik Ölçeği'ndeki maddelerin, hem bireyin diğerleri üzerinde olumlu bir sosyal imaj bırakmak için kendini sunma stratejilerini hem de beceri ve yeteneklerini olduğundan fazla algılama eğilimini içerdiğini öne sürmüşlerdir. Buna bağlı olarak Sackheim ve Gur (1978) sosyal istenirliği değerlendirmeye yönelik, öz-aldatma ve başkayı aldatma olmak üzere iki boyuttan oluşan bir ölçme aracı geliştirmişlerdir. Paulhus (1984) ise çalışmasında Sackheim ve Gur'un modelini genişleterek 40 maddeden ve öz-aldatma ve izlenim yönetimi şeklinde iki alt boyuttan oluşan Dengeli Sosyal İstenirlik Ölçeği'ni geliştirmiştir. Öz-bildirimli bir ölçme aracı olan bu ölçeğin her bir maddesi bir açıklama içermektedir. Ölçek her bir maddenin bireyler için uygunluk derecesine bağlı olarak 1'den (benim için hiç uygun değil) 7'ye (benim için tamamen uygun) doğru uzanan bir derecelendirmeye sahiptir. Öz-aldatma ölçeğine ait maddeler ,bireyin bilinçdışı bir eğilimle, kendini mevcut durumundan daha olumlu bir konumda ve gerçekte olduğundan daha fazla yetenek ve beceriye sahip olarak algılamasıyla ilişkilidir. İzlenim yönetimi boyutuna ait maddeler ise bireyin sosyal anlamda kabul gören davranışları gerçekte olduğundan fazla, kabul görmeyen veya istenilmeyen davranışları ise gerçekte olduğundan az göstermesiyle ilişkilidir (Paulhus, 1984). Ölçeğin iç tutarlılık güvenilirlik katsayıları öz-aldatma alt ölçeği için .68 ile .80, izlenim yönetimi alt ölçeği için .75 ile .86 arasında sıralanmaktadır. 5 hafta arayla yapılan test-tekrar test güvenilirlik katsayıları ise öz-aldatma için .69, izlenim yönetimi için .65 olarak bulunmuştur. Uyum geçerliği çalışmasında ise Dengeli Sosyal İstenirlik Ölçeği ile Marlowe-Crowne Sosyal İstenirlik Ölçeği arasında .71 ilişki bulunmuştur (Paulhus, 1991).

Psikoloji ve ölçme ve değerlendirme alanında son derece önemli bir yapı olmasına rağmen yapılan inceleme sonucunda ülkemizde sosyal istenirliği ölçmeye yönelik herhangi bir ölçme aracının bulunmadığı görülmüştür. Bu nedenle bu araştırmanın amacı Sosyal İstenirlik Ölçeği'ni (SİÖ) geliştirmek ve ölçeğin geçerlik ve güvenilirlik çalışmalarını yapmaktır.

YÖNTEM

Çalışma Grubu

Araştırma, Sakarya Üniversitesi, Marmara Üniversitesi ve Anadolu Üniversitesi'nde öğrenim gören 448'i (% 53) erkek ve 403'ü (% 47) kız olmak üzere toplam 851 üniversite öğrencisi üzerinde yürütülmüştür. Araştırmaya katılan öğrencilerin 219'u Eğitim Fakültesi'nde, 248'i Fen Edebiyat Fakültesi'nde, 171'i İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi'nde ve 213'ü Mühendislik Fakültesi'nde öğrenim görmektedir. Öğrencilerin büyük bir bölümü (%93) 17 ile 22 yaş arasındadır ve yaş ortalaması 19'dur. Ayrıca ölçeğin test-tekrar test güvenilirlik çalışması için 167 üniversite öğrencisi araştırmaya dahil edilmiştir.

İşlem

Ölçek maddelerinin hazırlanması sürecinde öncelikle sosyal istenirlik alanında yapılan araştırmalar ve bu yapıyla ilgili kuramsal bilgiler incelenmiştir. Aynı zamanda sosyal istenirliği değerlendirmeye yönelik geliştirilen ölçme araçlarının faktör yapıları ve ölçek maddeleri de incelenmiş ve 46 maddelik bir madde havuzu oluşturulmuştur. Bir sonraki aşamada bu maddeler psikolojik danışmanlık ve rehberlik ile ölçme ve değerlendirme alanlarında uzman olan 4 öğretim üyesine incelenmiş ve yapılan değerlendirmeler sonucunda 17 madde ölçekten çıkarılmıştır. Kalan 29 madde beş basamaklı Likert bir dereceleme ölçeği ("1" Hiç uygun değil, "2" Uygun değil, "3" Biraz uygun, "4" Uygun, "5" Tamamen uygun) şeklinde yazılmış ve bu maddeler üzerinde geçerlik ve güvenilirlik analizleri yapılmıştır.

SİÖ'nün geçerlik çalışması olarak yapı geçerliği kapsamında açımlayıcı faktör analizi (AFA) ve doğrulayıcı faktör analizi (DFA) yapılmıştır. SİÖ'nün güvenilirliği Cronbach Alpha iç tutarlılık ve test-tekrar test yöntemleriyle incelenmiştir. Geçerlik ve güvenilirlik analizleri için SPSS 11.5 ve LISREL 8.54 programları kullanılmıştır.

BULGULAR

Yapı Geçerliği

Açımlayıcı faktör analizi. SİÖ'nün faktör yapısını incelemek amacıyla yapılan AFA'da öncelikle bütün maddeler arasında korelasyon matrisi incelenerek önemli oranda manidar korelasyonların olup olmadığına bakılmış ve faktör analizinin yapılabilmesine uygunluk gösterir nitelikte manidar ilişkilerin olduğu görülmüştür. Verilerin faktör analizine uygunluğu için KMO .60'dan yüksek ve Barlett testinin anlamlı çıkması gerekmektedir (Büyüköztürk, 2004). Bu çalışmada KMO örneklem uygunluk katsayısı .84, Barlett Sphericity testi χ^2 değeri ise 44397.683 ($p<.001$) bulunmuş ve ölçek maddelerine verilen cevapların faktörlenebileceği görülmüştür. Bu araştırmada iki boyutlu bir ölçek geliştirilmesi amaçlandığı için AFA'da temel bileşenler tekniği ile oblik döndürme faktör çözümü sonuçları 2 faktörle sınırlandırılmıştır. Bir ölçeğin faktörleri arasında ilişkisizlik varsa varimax döndürme tekniği, faktörler arasında sürekli bir ilişki dizisi varsa oblik döndürme kullanılır (Tabachnick ve Fidell, 1996). Ölçeğin alt boyutları arasında ilişki olduğu için bu araştırmada oblik döndürme tekniği kullanılmıştır. Bu işlem sonucunda toplam varyansın % 64.5'ini açıklayan 2 faktörlü bir yapı elde etmiştir. Her bir faktöre ait maddelerin faktör yükleri Tablo 1'de verilmiştir.

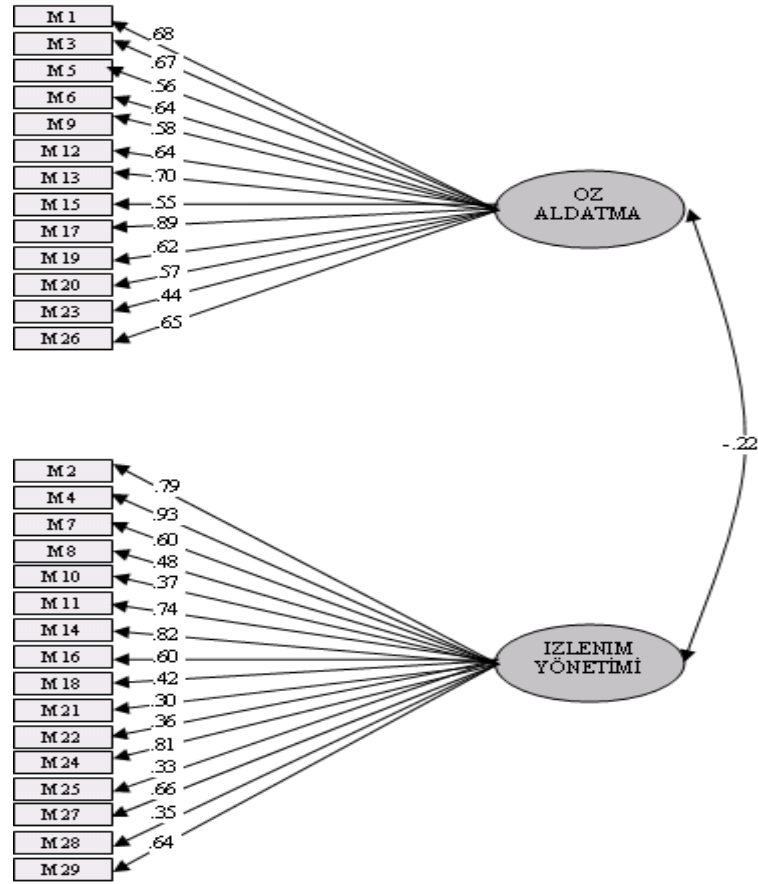
Tablo 1. Sosyal istenirlik Ölçeği Faktör Yükleri

<i>Madde No</i>	<i>İzlenim Yönetimi</i>	<i>Öz-aldatma</i>
4	.94	
14	.84	
2	.82	
24	.79	
11	.76	
16	.66	
29	.66	
27	.63	
7	.61	
8	.50	
18	.48	
10	.39	
22	.39	
28	.39	
25	.36	
21	.34	
17		.97
1		.74
13		.73
26		.71
3		.71
15		.68
6		.66
12		.64
19		.64
5		.59
20		.54
9		.53
23		.40

Bu iki alt boyutun isimlendirilmesinde faktörlerde toplanan maddelerin içeriği ve sosyal istenirlik alanındaki araştırmalar dikkate alınmıştır. Birinci faktör *izlenim yönetimi* olarak adlandırılmıştır. Bu faktör altında yer alan maddeler; bireyin sosyal anlamda güvenilir ve olumlu bir kişilik görüntüsü sergilemesi, kendini diğerlerine bilinçli biçimde olduğundan farklı tanıtmayı ve yapmacık bir iyi görünmeyi içermektedir. Toplam varyansın %33.5'ini açıklayan ve 16 maddeden oluşan bu boyuta ait maddelerin faktör yükleri .34 ile .94 arasında değişmektedir. Bu faktör altında yer alan

maddelere örnek olarak “Yakalanma veya suçlu duruma düşme ihtimalim olmasa bile her zaman yasalara uyarım” gösterilebilir. İkinci faktör altında yer alan maddeler ise bireyin uyumsuz ve kötü yönlerini dikkatsiz ve kasıtsız olarak gizlemesini, öz-saygı ve imajını korumak için içsel önyargılarını içeren hatalı bir öz-tanım yapmasını, kendine yönelik pozitif ayrımcılığını ve kendi tarafını tutmasını içermektedir. Bu nedenle bu boyut *öz-aldatma* olarak isimlendirilmiştir. 13 maddeden oluşan bu faktöre ait maddelerin faktör yükleri .40 ile .97 arasında değişmekte ve toplam varyansın %31’ini açıklamaktadır. Bu boyutta yer alan maddelere örnek olarak “Verdiğim kararlardan dolayı asla pişmanlık duymam” gösterilebilir. Ayrıca açımlayıcı faktör analizi sonucunda iki faktör arasında -.17 ilişki bulunmuştur.

Doğrulayıcı faktör analizi. SİÖ’nün yapı geçerliği için yapılan doğrulayıcı faktör analizi’nde Ki-kare değerinin ($\chi^2=2905.86$, $N=851$, $p=0.00$) anlamlı olduğu görülmüş ve uyum indeksi değerleri RMSEA=.071, NFI=.96, CFI=.97, GFI=.97, AGFI=.95 ve SRMR=.011 olarak bulunmuştur. Modele ilişkin faktör yükleri Şekil 1’de gösterilmiştir.



Şekil 1

Sosyal İstenirlik Ölçeği'ne İlişkin Path Diagram ve Faktör Yükleri

Güvenirlilik

SİÖ'nün güvenirliliği için Cronbach Alpha iç tutarlılık ve test-tekrar güvenirlilik katsayıları hesaplanmıştır. Ölçeğin iç tutarlılık güvenirlilik katsayıları izlenim yönetimi için .96 ve öz-aldatma için .95 olarak bulunmuştur. SİÖ'nün test-tekrar test güvenirlilik puanını belirlemek için ölçek, 21 gün arayla 167 üniversite öğrencisine iki kez uygulanmış ve test-tekrar test güvenirlilik katsayıları izlenim yönetimi alt ölçeği için .83, öz-aldatma alt ölçeği için .79 olarak bulunmuştur.

Toplam 29 maddeden oluşan bu ölçekteki madde dağılımı 2 alt boyuta göre izlenim yönetimi 16 ve öz-aldatma 13'tür. Yükselen puanlar bireyin sosyal istenirlik düzeyinin yükseldiğini göstermektedir. Ters madde içermeyen SİÖ'nün uygulanması yaklaşık 15 dakika almaktadır.

TARTIŞMA

Bu araştırmanın amacı İki Boyutlu Sosyal İstenirlik Ölçeği'ni geliştirmek ve ölçeğin geçerlik ve güvenilirlik analizlerini yapmaktır. Ölçeğin yapı geçerliği AFA ve DFA ile incelenmiştir. Ölçeğin güvenilirliğini belirlemek için ise iç tutarlılık ve test-tekrar test güvenilirlik çalışmaları yapılmıştır. AFA sonucunda 2 faktörlü bir yapı elde edilmiştir. Bu iki faktör altında yer alan 29 maddenin faktör yükleri .30'un üzerinde olduğu için faktör analizi sonucunda ölçekten hiçbir madde atılmamıştır. Yapı geçerliği için uygulanan diğer bir faktör analizi olan DFA'da ölçeğin Ki-kare değerinin anlamlı ve uyum indeksi değerlerinin yeterli olduğu bulunmuştur. DFA için uyum indeksi sınırlarının GFI, AGFI, CFI ve NFI için $>.90$, RMSEA ve SRMR için $<.05$ (Hu ve Bentler, 1999) olduğu göz önüne alındığında, modelin iyi düzeyde uyum verdiği söylenebilir.

İç tutarlılık katsayılarının her iki alt ölçek için de yüksek olması ölçeğin iç tutarlılık güvenilirliğinin sağlandığını göstermektedir. Ölçeğin puan değişmezliği test-tekrar test yöntemi ile incelenmiş ve elde edilen puanların .70'in üzerinde olduğu görülmüştür. Araştırmalarda kullanılacak ölçme araçları için öngörülen güvenilirlik düzeyinin .70 olduğu (Tezbaşaran, 1996) dikkate alınır, ölçeğin alt boyutlarına ilişkin güvenilirlik düzeyinin yeterli olduğu söylenebilir.

SONUÇ ve ÖNERİLER

Araştırmadan elde edilen bulgular SİÖ'nün geçerlik ve güvenilirliğinin sağlandığını göstermiştir. Ölçeğin yapı geçerliğini sınamak amacıyla yapılan AFA sonucunda açıklanan toplam varyans oranı %64 olarak bulunmuştur. Ölçek geliştirme

çalışmalarında açıklanan varyans oranı için %30 ve üzeri ölçüt alındığı düşünüldüğünde, ölçeğin yapı geçerliğinin sağlandığı görülmektedir. Ayrıca DFA sonucunda elde edilen uyum indeksleri modelin iyi düzeyde uyum verdiğini ortaya koymaktadır. Güvenirlik bulguları da ölçeğin güvenirliliğinin yeterli olduğunu ortaya koymuştur.

SiÖ'nün geçerlik ve güvenirlik çalışmalarından elde edilen bulgular çerçevesinde bazı önerilerde bulunulabilir. Öncelikle uyum geçerliğini belirlemek amacıyla, sosyal istenirlikle ilişkili olabilecek çeşitli yapıları (kendini sunma, kontrol odağı vb.) ölçen, geçerlik ve güvenirliliği kanıtlanmış ölçeklerle bu çalışmada geliştirilen ölçek arasındaki ilişkiler incelenebilir. Ayrıca ölçeğin geçerlik ve güvenirliliği için üniversite öğrencileri dışındaki gruplar üzerinde yapılacak çalışmalar da son derece önemlidir. Son olarak bu ölçeğin kullanılacağı deneysel veya psikometrik araştırmaların yapılması ölçme gücüne önemli katkılar sağlayacaktır.

KAYNAKLAR

- Barger, S. (2002). The Marlowe-Crowne affair: Short forms, psychometric structure, and social desirability. *Journal of Personality Assessment*, 79, 286–305.
- Büyüköztürk, Ş. (2004). *Veri analizi el kitabı*. Ankara: Pegem A Yayıncılık.
- Crowne, C. P. ve Marlowe, D. (1960). A new scale of social desirability independent of psychopathology. *Journal of Consulting Psychology*, 24, 349–354.
- Edmonds, V. H. (1967). Marital conventionalization: Definition and measurement. *Journal of Marriage and the Family*, 29, 681–688.
- Edwards, A. L. (1957). *The social desirability variable in personality assessment and research*. New York: Dryden.
- Ellingson, J. E., Smith, D. B. ve Sackett, P. R. (2001). Investigating the influence of social desirability on personality factor structure. *Journal of Applied Psychology*, 86, 122–133.
- Heine, S. J. ve Lehman, D. R. (1995). Social desirability among Canadian and Japanese students. *The Journal of Social Psychology*, 136(6), 777–779.
- Hough, L. M. (1998). Effects of intentional distortion in personality measurement and evaluation of suggested palliatives. *Human Performance*, 11, 209–244.
- Hu, L. T. ve Bentler, P. M. (1999). Cutoff criteria for fit indexes in covariance structural analysis: Conventional criteria versus new alternatives. *Structural Equation Modeling*, 6, 1-55.

- Jackson, D. N. ve Messick, S. (1962). Response styles on the MMPI: Comparison of clinical and normal samples. *Journal of Abnormal and Social Psychology*, 65, 285–299.
- Krysan, M. (1998). Privacy and the expression of white racial attitudes. *Public Opinion Quarterly*, 62, 506–544.
- Lautenshlager, G. J. ve Flaherty, V. L. (1990). Computer administration of questions: More desirable or more social desirability. *Journal of Applied Psychology*, 75, 310–314.
- Loving, T. J. ve Agnew, C. R. (2001). Socially desirable responding in close relationships: a dual-component approach and measure. *Journal of Social and Personal Relationships*, 18(4), 551–573.
- Mick, D. G. (1996). Are studies of dark side variables confounded by socially desirable responding? The case of materialism. *The Journal of Consumer Research*, 23(2), 106–119.
- Millham, J. ve Jacobson, L. I. (1978). The need for approval. In H. London ve L. E. Exner (Eds.), *Dimensions of personality* (s. 365–390). New York: Wiley.
- Paulhus, D. L. (1984). Two components of socially desirable responding. *Journal of Personality and Social Psychology*, 46, 598–609.
- Paulhus, D. L. (1991). Measurement and control of response bias. In J. P. Robinson, P. R. Shaver ve L. S. Wrightsman (Eds.), *Measures of personality and social psychological attitudes* (s. 17–59). San Diego, CA: Academic.
- Pauls, C. A. ve Stemmler, G. (2003). Substance and bias in social desirability responding. *Personality and Individual Differences*, 35, 263–275.
- Sackeim, H. A. ve Gur, R. C. (1978). Self-deception, self-confrontation, and consciousness. In G. E. Schwartz ve D. Shapiro (Eds.), *Consciousness and self-regulation: Advances in Research* (s. 139–197). New York: Plenum Press.
- Smith, S. T. ve Smith, K. D. (1993). Social desirability of personality items as a predictor of endorsement: A cross-cultural analysis, *Journal of Social Psychology*, 133, 43–52.
- Tabachnick, B. G. ve Fidell, L. S. (1996). *Using multivariate statistics*. New York: HarperCollins College Publishers.
- Tezbaşaran, A. (1996). *Likert tipi ölçek geliştirme kılavuzu*. Ankara: Türk Psikologlar Derneği Yayınları.
- Wiggins, J. S. (1973). *Personality and prediction: Principles of personality assessment*. Reading, MA: Addison-Wesley.