

Aile Değerleri Ölçeği

RECOMMENDED CITATION

memjavad (2025). *Aile Değerleri Ölçeği*. Turkish Psychological Scales. Retrieved from <https://tr-scales.arabpsychology.com/?p=16374>

Özet

Aile Değerleri Ölçeği (ADÖ), 2010 yılında Halil Ekşi ve çalışma arkadaşları tarafından geliştirilmiş, psikometrik bir ölçüm aracıdır. Ölçek, bireylerin aile kurumuna, aile içi ilişkilere ve toplumsal rollerle ilgili sahip oldukları değer yargıları ve algıları belirlemek amacıyla tasarlanmıştır. Ölçek, özellikle medya profesyonellerinin aile algısını inceleyen kapsamlı bir araştırma kapsamında ortaya çıkmıştır. ADÖ, toplam 65 maddeden ve 14 farklı alt boyuttan oluşmakta olup, yüksek düzeyde iç tutarlılık (Cronbach's Alpha değeri **.89**) sergilemektedir.

Anahtar Kelimeler

Aile değerleri, psikolojik ölçek, aile, geleneksel değerler, güvenilirlik, Likert, sosyal psikoloji, medya algısı.

Yazarlar

Halil Ekşi, Ali Erkilet, Mahmut Otrar, Ayşe Durmuş, Ayşenur Erdoğan, Ceyhan Kılınç, ... Yasin Ziya Gökçek.

Amaç

Aile Değerleri Ölçeği'nin geliştirilmesindeki temel amaç, Türk toplumundaki bireylerin aileye yükledikleri anlamlar, temel değerleri ve bu değerlerin alt boyutları sistematik bir şekilde ölçmektir. Ölçek, aile yapısındaki değişimleri ve bireylerin modernleşme süreçlerine karşı aile değerlerine ilişkin tutumları tespit etmeye yardımcı olur.

Ölçek, aynı zamanda, medyanın ve medya profesyonellerinin aile algısını belirlenmesi ve bu algının toplumsal değerlerle ne ölçüde örtüşmesinin anlaşılmasına yönelik büyük ölçekli bir araştırmanın parçası olarak ilgililer tarafından geliştirilmiştir. Bu sayede, aile değerleri kavramının farklı sosyal gruplar tarafından nasıl yorumlandığına dair derinlemesine bilgi sağlanmaktadır.

Yapı

ADÖ, aile değerleri kavramının çok boyutlu, karmaşık ve kültürel olarak hassas bir yapı olarak ele alınır. Bu yapı, sadece duygusal bağlar ve çekirdek aile dinamiklerini değil, aynı zamanda geniş aile (akraba) ilişkilerini, sosyo-ekonomik beklentileri ve cinsiyet rollerine dair geleneksel yaklaşımları da kapsamaktadır.

Ölçeğin yapısal modeli, belirlenen 14 farklı alt boyut aracıyla aile değerlerinin geniş bir yelpazesini temsil eder. Bu alt boyutlar, araştırmacıların aile değerlerinin hangi spesifik alanlarda güçlü veya zayıf olduğunu analiz etmesine olanak tanır.

Geçerlik

Ölçeğin geçerlik çalışmaları na dair spesifik katsayılar (örneğin, ölçüt bağımlı geçerlik veya ayrıma geçerliliği) kaynak metinde açıkça belirtilmemiştir. Ancak, kapsamlı bir faktör yapısının oluşturulmuş olması, ölçeğin yapı geçerliğinin faktör analizi teknikleriyle desteklendiğini im etmektedir.

Ölçeğin 14 ayrı ve anlamlı alt boyuta ayrılmış olması, aile değerleri gibi çok katmanlı bir yapıyı ölçme konusunda yüksek bir kapsam geçerliğine sahip olduğunu göstermektedir. Bu alt boyutlar, kuramsal olarak aile değerleri alanı için kritik kabul edilen tüm temalar barındırmaktadır.

Güvenirlik

Aile Değerleri Ölçeği, yüksek düzeyde iç tutarlılığa sahip olduğunu gösteren sağlam güvenilirlik verileri sunmaktadır. Gerçekleştirilen iç tutarlılık analizleri sonucunda, ölçeğin geneline ait Cronbach's Alpha katsayısı **.89** olarak hesaplanmıştır.

Alt boyutların güvenilirlik katsayıları da son derece yüksektir ve **.89 ile .99** arasında değişmektedir. Bu durum, ölçeğin hem genel olarak hem de her bir alt boyutu bazında, ölçmek istediği yapıyı tutarlı bir şekilde ölçtüğünü kanıtlamaktadır.

Faktör Analizi

Aile Değerleri Ölçeği, **65 maddeden** ve **14 alt boyuttan** oluşan çok faktörlü bir yapıya sahiptir. Bu yapı, aile değerlerinin farklı yönlerini bağımsız olarak derlendirmeye olanak tanıyan detaylı bir faktör çözümlemesi sonucunda elde edilmiştir. Alt boyutların çeşitliliği, geleneksel aile değerlerinden modern yaklaşımlara, duygusal balledan sosyo-ekonomik beklentilere kadar geniş bir spektrumu kapsamaktadır.

Araç

Test Type: Geliştirme

Format: 5'li Likert Tipi Derecelendirme (1=kesinlikle katılmıyorum - 5=kesinlikle katılıyorum)

Language Available: Türkçe

Population Group: Yetkinler (Özellikle Türkiye'de yaşayan yetkin bireyler ve medya profesyonelleri)

Age Group: Yetkin (18 yaş ve üzeri)

Population Details: Ölçek, ilk geliştirme çalışmasında medya profesyonelleri gibi spesifik bir hedef kitle üzerinde kullanılmıyorsa da, genel aile değerlerini ölçtüğü için geniştir ve yetkin popülasyonuna uygulanabilir niteliktedir.

Test Methodology: Öz Bildirim Ölçeği (Self-Report Scale). Katılımcılar, verilen maddelere kendilerini ne ölçüde temsil ettiğini belirten bir Likert ölçeği üzerinde yanıt verirler.

Şartlar, Ücret ve Test Yeri

Ölçek, 2010 yılında yayınlanmıştır. Ölçeğin sorumlu yazarı Halil Ekşi olup, akademik veya araştırmacı amaçlı kullanılmaları için izin ve ücret bilgisi, doğrudan sorumlu yazar ile iletişime geçilerek teyit edilmelidir. Sorumlu yazarın iletişim adresi aşağıda belirtilmiştir.

Kaynaklar

Ekşi, H., Erkilet, A., Otrar, M., Durmuş, A., Erdoğan, A., Kılınç, C., ... Gökçek, Y. Z. (2010). *Medya profesyonellerinin ve medyanın aile algısı*. Ankara: ASAGEM.

Bu çalışmanın tam raporuna ait link aşağıdadır: ailetoplum.aile.gov.tr

Aile Değerleri Ölçeği Maddeleri

ÖNEMLİ: Aşağıdaki ölçek maddeleri orijinal dillerinde korunmuştur ve hiçbir şekilde değiştirilmemelidir.

Ölçek, toplam **65 maddeden** oluşmakta ve **14 alt boyut** içermektedir. Bu alt boyutlar şunlardır:

Anne-Çocuk ilişkisi

Akraba ilişkileri

Cinselliğe Bakış

Çocuğun Değeri

Duygusal Bağ

Evliliğe Bakış

Sosyo-Ekonomik Değer

Farklı Yaklaşımlar

Geleneksel Aile Değerleri

Karar Alma Süreçleri

Kadın Roller

Sadakat

Şiddet

Ölçeğin orijinal PDF dosyası buradan indirilebilir: aile-degerleri-olcegi-toad.pdf

Ölçeğin orijinal Word (DOC) dosyası buradan indirilebilir: aile-degerleri-olcegi-toad.doc

ARABPSYCHOLOGY.COM