

Çocuk Sahibi Olma Motivasyonlar? Ölçe?i

RECOMMENDED CITATION

memjavad (2026). *Çocuk Sahibi Olma Motivasyonlar? Ölçe?i*. Turkish Psychological Scales.
Retrieved from <https://tr-scales.arabpsychology.com/?p=18785>

Özet

Çocuk Sahibi Olma Motivasyonlar? Ölçe?i (ÇSMÖ), bireylerin çocuk sahibi olma kararlar?n?n alt?nda yatan karma??k psikolojik ve sosyal faktörleri ölçmek amacıyla Türkçeye uyarlanm?? bir ölçektir. Ölçek, hem **olumlu** hem de **olumsuz** motivasyonlar? kapsamaktadır. Bu uyarlama çalışması, ölçe?in Türkiye popülasyonunda geçerlik ve güvenirlik özelliklerini de?erlendirerek, psikoloji ve sosyoloji alanlar?nda üreme sa?l??? ve aile planlaması ara?t?rmalar? için sa?lam bir araç sunmayı hedeflemiştir.

Ölçek, toplamda 35 madde üzerinden yapılandırılm?? olup, bireyin yaşamına anlam katma, soyu devam ettirme gibi pozitif itkilerle birlikte; maddi kay?plar, çocuk bakım?nın yükü ve ebeveynlik yeterlili?i kayg?lar? gibi negatif etkileri de de?erlendirmektedir. Çalışmada kullanılan metodoloji, **aç?mlayıcı faktör analizi** (AFA) ve benzer ölçek geçerlik testlerini içermektedir.

Anahtar Kelimeler

Çocuk Sahibi Olma Motivasyonlar?, Üreme Psikolojisi, Aile Planlaması, Ebeveynlik, Psikometrik Özellikler, Uyarlama, Aç?mlayıcı Faktör Analizi, Cronbach Alpha

Yazarlar

Anjelika Hüseyinzade ?im?ek

Amaç

Çocuk Sahibi Olma Motivasyonlar? Ölçe?i'nin temel amacı, bireylerin çocuk sahibi olma kararlar?n? etkileyen psikososyal faktörleri ve bu faktörlerin ?iddetini sistematik olarak ölçmektir. Ölçek, özellikle Türkiye kültürü ve sosyo-ekonomik bağlamına uygun olarak, orijinal ölçe?in yap?s?n? koruyarak Türkçe konu?an popülasyonda kullanılabilirli?ini sa?lamayı amaçlamıştır.

Bu araç, ara?t?rmacılara, çocuk sahibi olmay? erteleme veya reddetme e?ilimlerinin ard?ndaki motivasyonel dinamikleri inceleme imkanı sunar. Bu motivasyonlar?n anlaşılması, aile danışmanlı??, halk sa?l??? ve demografi çalışmaları açısından büyük önem taşımaktadır.

Yapı

Çocuk Sahibi Olma Motivasyonlar? Ölçe?i, ebeveynliğe yönelik motivasyonlar? iki ana boyutta inceleyen çok boyutlu bir yapıya sahiptir: **Olumlu Çocuk Sahibi Olma Motivasyonlar?** ve **Olumsuz Çocuk Sahibi Olma Motivasyonlar?**. Ölçek, bu iki ana boyut alt?nda toplamda 35 maddenin topland??? 3 faktörlü bir yapı? sergilemektedir.

Olumlu Motivasyonlar boyutu, bireyin ki?isel geli?im, ili?kisel doyum ve kültürel/manevi yükümlülükler gibi itkilerini kapsar. Buna kar??n, **Olumsuz Motivasyonlar** boyutu, potansiyel ebeveynlerin kar??la?t??? ya da varsayd??? zorluklar, riskler ve kayg?lar üzerine odaklanmaktadır. Bu çift kutuplu yap?, motivasyonel karma??kl??? kapsaml? bir ?ekilde analiz etmeye olanak tan?r.

Geçerlik

Ölçe?in geçerlik çal??malar?, psikometrik aç?dan sa?lam sonuçlar ortaya koymu?tur. Benzer ölçek geçerli?i kapsam?nda, ölçek puanlar?n?n Barnett Çocuk Sevmeye Ölçe?i (Duyan ve Gelbal, 2008 taraf?ndan uyarlanm??t?) puanlar? ile ili?kisi incelenmi?tir.

Yap?lan analizlerde, Çocuk Sahibi Olma Motivasyonlar? Ölçe?i ile Barnett Çocuk Sevmeye Ölçe?i aras?nda yüksek düzeyde pozitif ve anlaml? bir ili?ki bulunmu?tur. **Pearson Momentler Çarp?m? Korelasyonu** de?eri 0.73 ($p < .01$) olarak saptanm??t?. Bu yüksek korelasyon katsay?s?, ÇSMÖ'nün ölçmeyi amaçlad??? yap?y?, benzer bir yap?y? ölçe?en kabul görmü? bir araçla tutarlı bir ?ekilde ölçtü?ünü göstermektedir.

Güvenirlik

Ölçe?in iç tutarlılık güvenirlik katsay?s?, tüm ölçek için mükemmel düzeyde bulunmu?tur. Yap?lan hesaplamalar sonucunda, ölçe?in geneli için **Cronbach Alpha** güvenirlik katsay?s? **0,916** olarak rapor edilmi?tir. 0,90'nın üzerindeki bu katsay?, ölçek maddelerinin ayn? yap?y? ölçme konusunda yüksek bir iç tutarlılık?a sahip oldu?unu ve arac?n güvenilir oldu?unu kan?tlamaktadır.

Bu yüksek güvenirlik düzeyi, ölçe?in farklı uygulamalarda kararlı ve tutarlı sonuçlar üretece?i anlam?na gelmektedir, bu da ÇSMÖ'nün bilimsel ara?tırmalarda kullan?ma uygunlu?unu peki?tirmektedir.

Faktör Analizi

Ölçe?in yap? geçerli?ini incelemek amacıyla **Aç?mlay?c? Faktör Analizi** (AFA) uygulanm??t?. Analiz sonuçlar?, ölçekte yer alan 35 maddenin tamam?n?n 3 temel faktör alt?nda topland???n? göstermi?tir.

Bu 3 faktör, ölçekteki toplam varyans?n önemli bir k?sm?n?, yani **%72,8'ini** kar??lamaktadır. Bu oran, ölçe?in yap?sal modelinin veri setini yüksek düzeyde temsil etti?ini ve faktör yap?s?n?n güçlü oldu?unu i?aret etmektedir. Ayr?ca, ölçekteki maddelerin faktör yüklerinin **0,56 ile 0,85** aras?nda de?i?ti?i saptanm??t?. Faktör yüklerinin 0,50'nin üzerinde olmas?, maddelerin ait olduklar? faktörleri ba?arılı bir ?ekilde temsil etti?ini göstermektedir.

Araç Bilgileri

Test Türü: Uyarlama

Format: 5'li Likert Tipi Derecelendirme Ölçe?i

Mevcut Diller: Türkçe

Popülasyon Grubu: Genel Yeti?kin Popülasyonu (Çocuk Sahibi Olma Ya??nda Olan Bireyler)

Ya? Grubu: Belirtilmemi? (Genellikle üreme ça??ndaki yeti?kinler)

Popülasyon Detaylar?: Türkiye'deki bireyler üzerinde geçerlik ve güvenirlik çal??mas? yap?lm??t?r.

Test Metodolojisi: Öz Bildirim Ölçe?i (Self-Report Scale)

Anahtar Kelimeler

Motivasyon, Ebeveyn Olma ?ste?i, Çocuk Sahibi Olma, Psikometri, Pearson Momentler Çarp?m? Korelasyonu, Geçerlik, Güvenirlik

Yazarlar

Yazar ORCID Tan?mlay?c?s?: Bilgi mevcut de?il.

Kurum E-posta Adresleri: Bilgi mevcut de?il.

Yaz??ma Adresi: angelicasimsek@hotmail.com

?zinler, Ücret ve Test Y?I?

Test Y?I? (Uyarlama): 2017

?zinler ve Ücret: Ölçe?in kullan?m? için yazar ile ileti?ime geçilmesi gerekmektedir.

Orijinal makalenin PDF dosyas? ?u adresten indirilebilir: sobider.com

Ölçe?in orijinal PDF belgesi (cocuk-sahibi-olma-motivasyonlari-olcegi-toad.pdf) ise burada mevcuttur: cocuk-sahibi-olma-motivasyonlari-olcegi-toad.pdf

Kaynaklar

?im?ek, A. H. (2017).Çocuk Sahibi Olma Motivasyonlar? Ölçe?i Türkçeye uyarlama, geçerlik ve

güvenirlik çal??mas?. Sosyal Bilimler Dergisi, 4 (13), 395-408.

Duyan, V. ve Gelbal, S. (2008). Barnett Çocuk Sevme Ölçe?i Türkçeye uyarlama, geçerlik ve güvenirlik çal??mas?. (Benzer ölçek geçerli?i için kullan?lm??t?r).

Çocuk Sahibi Olma Motivasyonlar? Ölçe?i Maddeleri

Derecelendirme: 1- Hiç 2- Biraz 3-Orta 4-Çok 5-Tamamen

Olumsuz Çocuk Sahibi Olma Motivasyonlar?: 21 madde, 5 alt boyuttan olu?maktadır.

Çocuk bak?m?n?n yükü ile yüzle?mek.

Anne/Baba olmak için gerekli niteliklere sahip olmamak.

Maddi kay?plarla yüzle?mek.

Çocukla birlikte artacak olan harcamalar? varsaymak.

Çocu?umun yanl?? yola sapmas?ndan korkmak (örn. uyu?turucu ba??ml?l???, suç i?lemek vs.).

Olumlu Çocuk Sahibi Olma Motivasyonlar?: 26 madde, 4 alt boyuttan olu?maktadır.

Partnerim ile ba??m?z? (ili?kimizi) güçlendirmek.

Soy a?ac?m? devam ettirmek.

Hayat?ma anlam katmak.

Aile ruhunu hissetmek.

Manevi sorumluluklar?m? yerine getirmek.