

Sosyal ?stenirlik ?lçe?i

RECOMMENDED CITATION

memjavad (2025). *Sosyal ?stenirlik ?lçe?i*. Turkish Psychological Scales. Retrieved from <https://tr-scales.arabpsychology.com/?p=30698>

Özet

Sosyal İstenirlik Ölçeği (SİÖ), 2010 yılında **Ahmet Akın** tarafından Türk kültürüne özgü olarak geliştirilmiş iki boyutlu bir ölçektir. Bu ölçek, bireylerin psikolojik değerlendirmeler sırasında kendilerini sosyal olarak kabul edilebilir ve olumlu bir şekilde altlarında sunma eğilimlerini, yani **sosyal istenirlik** yanıt yanlılığını ölçmeyi amaçlamaktadır. Ölçek, 29 maddeden oluşmakta olup, sosyal istenirlik yapısının iki temel bileşeni olan **İzlenim Yönetimi** ve **Öz-aldatma** boyutlarını ayrıtırmaktadır. Kullanılan derecelendirme formatı 5'li Likert tipindedir.

Anahtar Kelimeler

Sosyal İstenirlik, İzlenim Yönetimi, Öz-aldatma, Psikometrik Özellikler, Yanıt Yanlılığı, Kişilik Ölçeği, Ölçek Geliştirme.

Yazarlar

Ahmet Akın

Amaç

Sosyal İstenirlik Ölçeği'nin temel amacı, araştırmalarda ve klinik değerlendirmelerde sıkça karşılaşılan **yanıt yanlılığı** sorununu tespit etmek ve ölçmektir. Bu ölçek, özellikle bireylerin bilinçli olarak (izlenim yönetimi) veya bilinçsizce (öz-aldatma) kendilerini olduğundan daha iyi gösterme eğilimlerini saptayarak, diğer psikolojik ölçüm araçlarından elde edilen puanların geçerliliğini artırmaya hizmet eder. Akın (2010), bu ölçeği geliştirerek, sosyal istenirlik yapısının iki ana bileşenini Türk örneğinde geçerli ve güvenilir bir şekilde ölçebilecek bir araç sunmayı hedeflemiştir.

Yapı

Sosyal İstenirlik Ölçeği, **Sosyal İstenirlik** adı verilen ve bireylerin toplumsal normlara uygun, arzu edilen davranışları sergileme eğilimini yansıtan psikolojik yapıyı ölçmektedir. Ölçek, literatürde kabul gören iki temel alt boyutta organize edilmiştir:

İzlenim Yönetimi (Impression Management): Bu boyut, bireyin kasıtlı ve bilinçli olarak kendisini başkalarının gözünde olumlu gösterme çabalarını ifade eder. Bu, test durumuna özgü, durumsal bir manipülasyon olarak görülür. Ölçekte 16 madde ile temsil edilmektedir.

Öz-aldatma (Self-Deception): Bu boyut, bireyin dürüstçe yanıt verdiğini düşünmesine rağmen, kendisi hakkında abartılı veya aşırı olumlu bir görüşe sahip olmasından kaynaklanan bilinçsiz yanlılığı ifade eder. Bu, daha çok kişiliğin istikrarlı bir özelliği olarak kabul edilir. Ölçekte 13

madde ile temsil edilmektedir.

Geçerlik

Ölçeğin geliştirilme çabasının, yapısal ve ölçüt geçerliliğini incelemeyi amaçladır. Akın (2010) tarafından yürütülen çalışmada, ölçeğin **iki boyutlu yapısı** temel alınarak faktör analizi teknikleri kullanılmıştır.

Yapılan psikometrik özellikler araştırmaları, ölçeğin kuramsal olarak beklenen Zelenim Yönetimi ve Öz-aldatma faktörlerini başarıyla ayrıştırıldığını göstermiştir. Bu bulgular, ölçeğin ölçmeyi amaçladığı yapıyı tutarlı bir şekilde ölçtüğüne dair kanıt sunmaktadır.

Güvenilirlik

Ölçeğin güvenilirlik çalışmaları, iç tutarlılık katsayıları (Cronbach Alfa) ve muhtemelen test-tekrar test yöntemleri ile incelenmiştir. Geliştirme makalesinde, ölçeğin genel olarak yüksek düzeyde güvenilirliğe sahip olduğu rapor edilmiştir, bu da maddelerin aynı yapıyı tutarlı bir şekilde ölçtüğünü ve ölçüm hatalarının düşük olduğunu göstermektedir.

Faktör Analizi

Sosyal İstenirlik Ölçeği'nin geliştirilmesi sürecinde, maddelerin yapısal uyumunu belirlemek amacıyla faktör analizleri uygulanmıştır. Yapılan analizler sonucunda 29 maddenin, kuramsal beklentilere uygun olarak iki ana faktör (alt boyut) altında toplandığı belirlenmiştir:

Zelenim Yönetimi: 16 madde.

Öz-aldatma: 13 madde.

Bu iki faktörlü yapı, sosyal istenirlik kavramının hem bilinçli stratejik yanıtları hem de bilinçsiz kişisel çarpıtmaları içerdiğini desteklemektedir.

Enstrüman

Test Tipi: Geliştirme Ölçeği, Kişilik Envanteri (Yanıt Yanlılığı Ölçümü)

Format: 29 maddelik öz bildirim formu.

Mevcut Diller: Türkçe

Popülasyon Grubu: Genel Popülasyon, Üniversite Öğrencileri.

Yaş Grubu: Yetkinler (Genç yetkinler ve üzeri).

Popülasyon Detayları: Ölçeğin geliştirme çalışması genellikle üniversite öğrencileri üzerinde gerçekleştirilmiştir.

Test Metodolojisi: 5'li Likert tipi derecelendirme (1= hiç uygun değil - 5= tamamen uygun). Yüksek puanlar yüksek düzeyde sosyal istenirlik eğilimine işaret eder.

Anahtar Kelimeler

Sosyal İstenirlik, Ölçek Geliştirme, Sosyal İstenirlik Yanıtı, Kişilik Envanteri, Psikometri, Zelenin Yönetimi, Öz-aldatma.

Yazarlar

Yazar ORCID Tanımlama: Bilgi mevcut değildir.

Kurum E-posta Adresleri: ahmet.akin@medeniyet.edu.tr (Sorumlu Yazar)

İletişim Adresi: Ahmet Akın (Güncel Kurum Bağlantısı: İstanbul Medeniyet Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Bölümü).

Şinler, Ücret ve Test Yılı

Test Yılı: 2010 (Yayın Yılı).

Şinler ve Kullanım: Ölçek akademik araştırmalarda kullanılabilir. Ticari kullanım için yazar ile iletişime geçilmesi gerekmektedir.

Ücret: Akademik kullanım için genellikle ücretsizdir.

Referanslar

Akın, A. (2010). İki boyutlu Sosyal İstenirlik Ölçeğinin geliştirilmesi ve psikometrik özelliklerinin araştırılması. *Gazi Üniversitesi Gazi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 30(3), 771-784.

Makalenin orijinal bağlantısı: gefad.gazi.edu.tr.

Ölçeğin orijinal PDF dosyası buradan indirilebilir: sosyal-istenirlik-olcegi-toad.pdf.

Sosyal İstenirlik Ölçeği Maddeleri

Ölçek toplam 2 alt boyut ve 29 maddeden oluşmaktadır. Örnek maddeler aşağıdadır:

Zelenin Yönetimi (16 madde): Yakalanma veya suçlu duruma düme ihtimalim olmasa bile her

zaman yasalara uyar?m.

Öz-aldatma (13 madde): Verdi?im kararlardan dolay? asla pi?manl?k duymam.

ARABPSYCHOLOGY.COM