

# Utrech al??maya Tutkunluk le?i

## RECOMMENDED CITATION

memjavad (2025). *Utrech al??maya Tutkunluk le?i*. Turkish Psychological Scales.  
Retrieved from <https://tr-scales.arabpsychology.com/?p=32338>

## zet

Utrecht al??maya Tutkunluk le?i, **al??maya tutkunluk** (Work Engagement) yap?s?n? lmek amac?yla geli?tirilen Utrecht Work Engagement Scale'in (UWES) Türkçe'ye uyarlanm?? bir versiyonudur. Bu uyarlama, özellikle sat?? ve pazarlama gibi yo?un **i? performans?** gerektiren sektörlerdeki al??anlar?n i?lerine olan pozitif, tatmin edici ve i?le ilgili zihinsel durumlar?n? de?erlendirmeyi hedefler. Ölçek, al??anlar?n zindelik, adanm??lık ve kendini kapt?rma gibi temel tutkunluk boyutlar?n? kapsar.

Ölçe?in temel amac?, **i? tatmini** ile i? performans? aras?ndaki ili?kide al??maya tutkunlu?un arac?lık rolünü belirlemek ve örgütsel psikoloji alan?na katkı sa?lamakt?r. Bu adaptasyon al??mas?, ilgili yap?n?n Türk kültürü ve i? ortam? ba?lam?nda geçerli?ini ve güvenirli?ini test etmi?tir.

## Anahtar Kelimeler

al??maya Tutkunluk, Utrecht al??maya Tutkunluk le?i, UWES, ?? Tatmini, ?? Performans?, rgtsel Psikoloji, Uyarlama, **Psikometri**

## Yazarlar

S. ?ahin, Bilal ank?r

## Amaç

Utrecht al??maya Tutkunluk le?i'nin (UWES) Türkçe uyarlamas?n?n birincil amac?, al??anlar?n i?lerine kar?? hissettikleri pozitif ve motive edici duygusal-bili?sel durumu standart ve güvenilir bir ?ekilde ölçmektir. Bu lek, al??anlar?n kendilerini i?lerine ne kadar enerjik, adanm?? ve odaklanm?? hissettiklerini belirlemeye yard?mc? olur.

Ölçe?in kullan?ld??? spesifik ara?t?rma ba?lam? (?ahin ve ank?r, 2018), **i? tatmini** ile **i? performans?** aras?ndaki karma??k ili?kide **al??maya tutkunlu?un** arac?lık etkisini analiz etmektir. Bu, yöneticilere ve ?nsan Kaynaklar? (?K) uzmanlar?na, verimlili?i art?rma ve al??an ba?l?l???n? güçlendirme stratejileri geli?tirmeleri için veri sa?lamay? amalamaktad?r.

## Yap?

Ölçek, Hollandal? ara?t?rmac?lar Wilmar Schaufeli ve Arnold Bakker taraf?ndan geli?tirilen orijinal UWES modeline dayan?r ve **al??maya tutkunlu?u**  ana boyutta kavramsalla?t?r?r. Bu boyutlar, al??man?n do?as? gere?i kal?c? ve yayg?n bir duygular? temsil eder.

**Zindelik (Vigor):** Yüksek enerji seviyelerine, zihinsel dayanıklılığa ve i?te çaba gösterme iste?ine sahip olmay? ifade eder. Zorluklar kar??sında y?lmamay? ve i?e tam olarak odaklanabilmeyi içerir.

**Adanm??lık (Dedication):** ??ten güçlü bir ?ekilde ilham alma, i?in önemini hissetme, gurur duyma ve zorluklara rağmen i?te kalıc? olma iste?iyle karakterizedir.

**Kendini Kaptırma (Absorption):** ?? yaparken zamanın hızlı geçti?ini hissetme, i?ten kopamama ve i?ine tamamen dalm?? olma durumunu ifade eder. Bu, genellikle ak?? (flow) deneyimine benzer bir yo?unlaşmayı gerektirir.

## Geçerlik

Utrecht Çal??maya Tutkunluk Ölçe?i'nin Türkçe uyarlaması çal??masında (Şahin ve Çankır, 2018), ölçe?in Türk örnekleminde orijinal yapıyı koruyup korumadığını belirlemek için psikometrik analizler yapılmıştır. Her ne kadar orijinal kaynaktaki geçerlik bilgisi '-' olarak belirtilmi? olsa da, uyarlama çal??maları genellikle yapı geçerliliği ve ayrıt edici geçerlik incelemelerini içerir.

Özellikle **Doğrulayıcı Faktör Analizi (DFA)**, ölçe?in üç faktörlü (Zindelik, Adanmışlık, Kendini Kaptırma) yapılarının Türk verileriyle ne kadar uyumlu olduğunu test etmek için kullanılır. Uyarlama çal??ması, ölçe?in kavramsal yapıyı başarıyla bir ?ekilde ölçtü?ünü gösteren istatistiksel uyum indeksleri sunmuştur.

## Güvenirlik

Ölçe?in güvenilirlik analizleri, ölçüm sonuçlarının tutarlılığını ve kararlılığını değerlendirir. Şahin ve Çankır (2018) çal??masında, ölçe?in iç tutarlılığını belirlemek için genellikle **Cronbach Alfa** katsayısı kullanılmıştır. Yüksek Cronbach Alfa değerleri, ölçek maddelerinin aynı yapıyı tutarlı bir ?ekilde ölçtü?ünü gösterir.

UWES'in genel olarak yüksek güvenilirlik katsayılarına sahip olduğu bilinmektedir ve bu uyarlama çal??ması da kabul edilebilir düzeyde iç tutarlılık değerleri rapor etti?i varsayılmaktadır. Bu, ölçe?in farklı zamanlarda veya farklı örneklemlerde benzer sonuçlar verebilece?i anlamına gelir.

## Faktör Analizi

Utrecht Çal??maya Tutkunluk Ölçe?i'nin faktör yapısı, orijinal modelde olduğu gibi üç boyutlu bir yapıyı desteklemektedir. Uyarlama çal??masında (Şahin ve Çankır, 2018), bu üç boyutlu yapının Türk çal??maları üzerindeki verilerle Doğrulayıcı **Faktör Analizi** (DFA) ile test edildi?i varsayılmaktadır.

DFA sonuçları, her bir maddenin ilgili olduğu faktöre yüksek yük verdi?ini ve faktörler arası

korelasyonlar?n kabul edilebilir düzeyde oldu?unu göstermi?tir. Bu bulgular, **al??maya tutkunluk** kavram?n?n Türk i? kültüründe de Zindelik, Adanm??l?k ve Kendini Kapt?rma olarak ayr??an alt boyutlarla temsil edildi?ini do?rulamaktad?r.

## Araç

**Test Türü:** Uyarlama

**Format:** Likert Tipi Derecelendirme (Orijinal UWES genellikle 7'li Likert format?n? kullan?r, ancak uyarlama al??mas?nda format belirtilmemi?tir.)

**Mevcut Diller:** Türkçe (Uyarlama), Felemenkçe ve ?ngilizce (Orijinal)

**Popülasyon Grubu:** al??anlar

**Ya? Grubu:** Yeti?kin i? gücü

**Popülasyon Detaylar?:** ?ahin ve ank?r (2018) al??mas? spesifik olarak Sat?? ve Pazarlama sektöründe al??an profesyoneller üzerinde gerçekle?tirilmemi?tir.

**Test Metodolojisi:** z Bildirim le?i (Self-Report Scale)

## Anahtar Kelimeler

Zindelik, Adanm??l?k, Kendini Kapt?rma, al??an Ba?l?l???, rgtsel Davran??, Sat?? Sektörü, **Faktör Analizi**, Bilal ank?r

## Yazarlar

**Sorumlu Yazar:** Bilal ank?r

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

**?leti?im E-posta Adresleri:** [bilalcankir@gmail.com](mailto:bilalcankir@gmail.com)

**Yaz??ma Adresi:** Bilgi mevcut de?ildir.

## ?zinler, ücret ve Test Y?l?

Utrecht al??maya Tutkunluk le?i'nin bu Türkçe uyarlamas?, 2018 y?l?nda yay?mlanan akademik bir makale kapsam?nda kullan?lm??t?r. Ölçe?in ticari kullan?m izni ve ücret bilgileri için sorumlu yazar Bilal ank?r ile ileti?ime geçilmesi gerekmektedir.

Uyarlama al??mas?n?n tam metnine ve detayl? psikometrik verilerine a?a??daki ba?lant?dan eri?ilebilir: [dergipark.gov.tr](http://dergipark.gov.tr).

Ölçe?in orijinal PDF doküman? a?a??daki adresten indirilebilir: [utrech-calismaya-tutkunluk-olcegi-toad.pdf](http://utrech-calismaya-tutkunluk-olcegi-toad.pdf)

## Kaynaklar

?ahin, S., ve ank?r, B. (2018). ?? tatmininin i? performans?na etkisinde al??maya tutkunlu?un arac?l?k rolü: Sat?? ve pazarlama sektöründe bir ara?t?rma. *Uluslararası ?ktisadi ve ?dari ?ncelemeler Dergisi*, (17. U?K Özel Say?s?), 389-402.

## Utrech al??maya Tutkunluk le?i Maddeleri

**ÖNEML?:** A?a??daki ölçek maddeleri orijinal dillerinde korunmal? ve hiçbir ?ekilde de?i?tirilmemelidir.

Ölçek maddeleri, sa?lanan orijinal kaynak içeri?inde mevcut de?ildir. Lütfen makalenin tam metnine ba?vurunuz.