T.C.
GEBZE TEKNİK ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ÜNİVERSİTESİ

SOSYAL KABUL ARZUSU YANLILIĞI: ÖLÇEK KARŞILAŞTIRMASINA YÖNELİK DENEYSEL BİR ARAŞTIRMA

AHMET DURMAZ
YÜKSEK LİSANS TEZİ
İŞLETME ANABİLİM DALI

GEBZE
2019

T.C.
GEBZE TEKNİK ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

SOSYAL KABUL ARZUSU YANLILIĞI: ÖLÇEK KARŞILAŞTIRMASINA YÖNELİK DENEYSEL BİR ARAŞTIRMA

AHMET DURMAZ
YÜKSEK LİSANS TEZİ
İŞLETME ANABİLİM DALI

DANIŞMAN
DR. ÖĞR. ÜYESİ İNCİ DURSUN

GEBZE
2019

GEBZE TEKNİK ÜNİVERSİTESİ	YÜKSEK LİSANS JÜRİ ONAY FORMU

GTÜ Sosyal Bilimler Enstitüsü Yönetim Kurulu'nun ...../...../..... tarih ve ...../..... sayılı kararıyla oluşturulan jüri tarafından 17 / 07 / 2019 tarihinde tez savunma sınavı yapılan Ahmet DURMAZ'ın tez çalışması İşletme Anabilim Dalında YÜKSEK LİSANS tezi olarak kabul edilmiştir.

JÜRİ

ÜYE (TEZ DANIŞMANI)	: Dr.Öğr. Üyesi İnci DURSUN
ÜYE	: Prof.Dr. Ebru Tümer KABADAYI
ÜYE	: Prof.Dr. Fatma Müge ARSLAN

ONAY

Gebze Teknik Üniversitesi Sosyal Bilimleri Enstitüsü Yönetim Kurulu'nun ...../...../..... tarih ve ...../..... sayılı kararı.

ÖZET

Anket, Sosyal Bilimlerin birçok alanında sıkça kullanılan bir yöntemdir. Ancak anketlere verilen cevaplar bazı yanlılıklara açıktır ve bu yanlılıklardan en önemlisi sosyal kabul arzusu yanlılığıdır (SKAY). SKAY'ın özellikle pazarlama ve davranış ölçümlerinde dikkatle yaklaşılması gereken bir husustur. Anket yöntemi ile toplanan verilerde SKAY, ölçümlerin geçerliliğine ve dolayısı ile yapılan analizlerin geçerliliğine, çıkarımların doğruluğuna zarar vermektedir. Davranış bilimlerinin birçok alanında duygu, düşünce, niyet, tutum gibi gözlenemeyen kavramlara ilişkin veri toplamada anket yöntemine çok az alternatif bulunduğundan, araştırmacılar anket yöntemi ile elde ettikleri verinin ve yaptıkları çıkarımların kalitesini iyileştirmek için SKAY'nı ölçümlemeli veya en aza indirmeye çalışmalıdırlar.

SKAY'ın olumsuz etkileri ile mücadele edebilmek maksadıyla bazı metodlar öne sürülmüştür. Bazı yöntemler SKAY'nı önlemek üzerine geliştirilmiş iken, diğerleri ise ölçmek ve gerekirse etkisini istatistiki olarak kontrol altına almak üzere kullanılmaktadır. Cevapların SKAY'na ne derece maruz kaldığını ölçümlemek amacı ile birçok ölçek geliştirilmiş olmakla beraber bu ölçeklerin yapısına, psikometrik özelliklerine ve etkililiklerine dair tartışmalar sürmektedir.

Bu kapsamda, bu tez çalışmasının temel amacı varolan farklı SKAY ölçeklerini karşılaştırarak, Türkçe çalışmalarda önemli bir sistematik hata kaynağı olan SKAY'nı etkili bir şekilde tespit edebilen, kısa ancak kapsamlı, geçerli ve güvenilir bir araç önerisinde bulunmaktır. Bu amacı yerine getirmek maksadıyla tek grup pre-test/post-test tasarımına sahip bir deneysel araştırma yürütülmüştür. Bu kapsamda, 118 katılımcı üzerinde bir ay arayla anket anonimliği manipüle edilerek iki anket uygulaması yapılmıştır. Bulgular, araştırmaya konu olan farklı SKAY ölçeklerinin tamamınının ikiden fazla boyuta sahip olduğunu ve boyutların SKAY unsurunu yakalamada aynı performansı göstermediğini ortaya koymuştur. SKAY'nı tespit etmede nispeten daha etkili, geçerlilik ve güvenilirlik açısından daha güçlü, teorik açından kapsamlı iki ayrı boyuta ve dokuz soruya sahip bir ölçek bulunmuştur. Elde edilen sonuçların, özellikle sosyal açıdan hassas kavramların ölçümünde anket yöntemi kullanan araştırmacıların SKAY'nı tespit etme ve etkilerini kontrol etmede faydalı olacağı değerlendirilmektedir.

Anahtar Kelimeler: Tüketici Davranışı, Etik Tüketim, Sosyal Kabul Arzusu Yanlılığı, MCSD Ölçeği, BIDR Ölçeği, AMSD Ölçeği, SDS-17 Ölçeği.

SUMMARY

Self-reporting is a frequently used method to measure various constructs in many areas of social science research. But the responses given by participants hold certain biases and literature provides abundant evidence that social desirability bias (SDB) is one of the most important types of bias which requires specialized attention particularly within the context of marketing and behavioural studies. SDB can severely plague the validity and accuracy of the measurements. However, in many areas of behavioral research, there is only a few alternatives to self-report surveys for collecting data about specific constructs which only the respondents may have the information about. Thus, researchers need to detect, minimize or adjust SDB to improve the quality of overall data and consequently the theoretical implications drawn from them.

Throughout the decades of research, many methods have been set forth to cope with SDB. While some of them specialize in preventing it, others are used to detect and measure its effects. Social desirability scales are frequently used instruments to measure SDB in a data set. A number of scales have been presented thus far but none of them is without controversy. Moreover, even though researchers can find an answer to its existence, a clear guideline answering how much and where questions still have not been introduced. In this context, the main goal of the present dissertation is to provide literature an effective, comprehensive, reliable, valid and practicable method to detect SDB which is a critical source of systematic error by testing and comparing several existing social desirability scales. To achieve the purpose of this study single group pre-test, post-test design was adopted. Congruently, two survey applications with 1-month interval were implemented to 118 participants wherein anonymity was experimentally manipulated. According to the results, SDB scales composed of more than two dimensions and each dimension has manifested correlations with context variables in varying degrees. More importantly, a valid and reliable scale is obtained with two dimensions and nine questions with successful detection capability. It is expected that the results of this study will be beneficial to researchers who implement self-report measures in detecting SKAY and controlling its effects.

Keywords: Consumer Behaviour, Ethical Consumption, Social Desirability Bias, MCSD Scale, BIDR Scale, AM SD Scale, SDS-17 Scale.

TEŞEKKÜR

Bana derin bilimsel bilgisini paylaşan ve hayat hakkında da dersler veren danışmanım Dr.Öğr. Üyesi İnci DURSUN'a samimi teşekkürlerimi sunarım. Bana verdiği desteği, önerileri ve cesaretlendirmeleri bu çalışmayı tamamlamam için gerekli ivmeyi sağlamıştır.

Ayrıca Prof. Dr. Ebru Tümer KABADAYI'ya bu araştırmadaki desteklerinden dolayı teşekkür ederim.

Son olarak eşime tüm tez hazırlama sürecindeki desteği ve sabrı nedeniyle teşekkürü bir borç bilirim.

İÇİNDEKİLER

	Sayfa
ÖZET	iiv
SUMMARY	iv
TEŞEKKÜR	v
İÇİNDEKİLER	vi
SİMGELER VE KISALTMALAR DİZİNİ	viii
ŞEKİLLER DİZİNİ	ix
TABLOLAR DİZİNİ	x
1. GİRİŞ	1
2. CEVAP YANLILIĞI	4
2.1. Anket Araştırmalarında Cevap Yanlılığı Tipleri	4
3. SOSYAL KABUL ARZUSU YANLILIĞI	6
3.1. Sosyal Kabul Arzusu Yanlılığı Konseptinin Gelişimi	6
3.2. Sosyal Kabul Arzusu Yanlılığının Ölçüm Doğruluğuna Etkisi	12
3.3. Sosyal Kabul Arzusu Yanlılığını Azaltma ve Ölçümleme Teknikleri	13
3.4. Azaltma Teknikleri	14
3.4.1. Bogus Pipeline Prosedürü	14
3.4.2. Rastgele Cevap Tekniği	15
3.4.3. Dolaylı Soru Sorma	15
3.4.4. Katılımcıların Anonimliğinin ve Gizliliğinin Sağlanması	16
3.4.5. Sosyal Hassasiyet İçeren Soruların Düzenlenmesi	17
3.4.6. Sabit Cevaplı Soruların Kullanılması	18
3.4.7. Veri Toplama Metodu Seçimi	19
3.4.8. Anketör Seçimi	20
3.5. Ölçüm Teknikleri	21
3.5.1. Doğrulama ve Karşılaştırma Çalışmaları	22
3.5.2. Sosyal Kabul Arzusu Yanlılığı Ölçeklerinin Kullanımı	22
3.5.3. Sosyal Kabul Arzusu Yanlılığı Ölçeklerine İlişkin Endişeler	24
3.5.4. Sosyal Kabul Arzusu Ölçekleri	25
3.5.4.1. Marlowe-Crowne Sosyal Kabul Arzusu Ölçeği	25
3.5.4.2. Sosyal Kabul Arzusu Ölçeklerinin Bölünmesi	26

3.5.4.3. Dengeli Arzu Edilir Yanıtlama Envanteri 30
3.5.4.4. Kabul Edilme Motivasyonu Ölçeği 30
3.5.4.5. SDS-17 Ölçeği 31
3.5.4.6. Diğer Sosyal Kabul Arzusu Yanlılığı Ölçekleri 31
3.5.5. Cevap Gecikmesi Ölçümü 32
3.5.6. Aşırı-Talep Tekniği 33
3.5.7. Liste Deneyi 34
3.5.8. Faktör Karışım Modelleri 34
3.5.9. Sosyal Kabul Arzusu Endeksi 35
4. YÖNTEM 37
4.1. Araştırmanın Amacı ve Araştırma Soruları 37
4.2. Örneklem 37
4.3. Kullanılan Ölçekler 38
4.4. Prosedür 40
5. İSTATİSTİK ANALİZLER 42
5.1. Örneklemin Özellikleri 42
5.2. Geçerlilik ve Güvenilirlik 43
5.3. Tanımlayıcı İstatistikler 49
5.4. T_1 ve T_2 Karşılaştırma Testi 51
5.5. Korelasyonların Karşılaştırılması 52
5.6. Altboyutların Genel Karşılaştırılması 53
6. SONUÇ 54
6.1. Tartışma 54
6.2. Kısıtlar ve Gelecek Araştırmalar İçin Öneriler 57
KAYNAKLAR 59
ÖZGEÇMİŞ 75
EKLER 76

SİMGELER VE KISALTMALAR DİZİNİ

Simgeler ve Kısaltmalar		Açıklamalar
AMSD	:	Approval Motivation Social Desirability Scale (Kabul Edilme Motivasyonu Ölçeği)
BIDR	:	Balanced Inventory of Desirable Responding (Dengeli Arzu Edilir Yanıtlama Envanteri)
BOY.	:	Boyut
CIDR	:	Comprehensive Inventory of Desirable Responding (Kapsayıcı Arzu Edilir Yanıtlama Envanteri)
Df	:	Degree of Freedom (Serbestlik Derecesi)
ERT	:	Egoistic Response Tendency (Egositik Cevaplama Eğilimi)
IAT	:	Implicit Association Test (Gizil İlişik Testi)
ISSDR	:	Item Specific Social Desirability Rating (Soruya Özel Sosyal Arzu Edilebilirlik Endeksi)
IM	:	Impression Management (İzlenim Yönetimi)
KF	:	Kişisel Fedakarlık Ölçeği
KN	:	Kişisel Normlar Ölçeği
KK	:	Korsan Kullanım Ölçeği
KMO	:	Kaiser Meyer Olkin
KFA	:	Keşifsel Faktör Analizi
MCSD	:	Marlowe – Crowne Social Desirability Scale (Marlowe – Crowne Ölçeği)
MRT	:	Moralistic Response Tendency (Ahlaki Cevaplama Eğilimi)
OCT	:	Over-Claiming Technique (Aşırı-Talep Tekniği)
ORT	:	Ortalama
SDE	:	Self-Deception Enhancement (Öz-Aldanım)
SDS - 17	:	17 Item Social Desirability Scale (17 Soruluk SKAY Ölçeği)
SEU	:	Subjective Expected Utility (Öznel Fayda Beklentisi)
SKAY	:	Sosyal Kabul Arzusu Yanlılığı
STD.S.	:	Standart Sapma
T	:	t Değeri İstatistiği

ŞEKİLLER DİZİNİ

Şekil:		**Sayfa**
3.1:	SKAY ile Dolaylı veya Doğrudan İlişkili Yayın Sayısı	8
3.2:	Altı Ölçeğin Faktör Analizinin Plotlanması	27
3.3:	İki Bacaklı SKAY Yapısı	29

TABLOLAR DİZİNİ

Tablo:		**Sayfa**
3.1:	Literatürün Mevcut Durumu ve Çözülmemiş Konular	10
3.2:	Diğer SKAY Ölçekleri	31
5.1:	Örneklem Karakteristikleri	42
5.2:	KMO ve Barlett Testleri	43
5.3:	Marlowe-Crowne SKAY Ölçeği için KFA ve Güvenilirlik Analizi	44
5.4:	BIDR SKAY Ölçeği için KFA ve Güvenilirlik Analizi	45
5.5:	AM SKAY Ölçeği için KFA ve Güvenilirlik Analizi	45
5.6:	SDS - 17 SKAY Ölçeği için KFA ve Güvenilirlik Analizi	46
5.7:	Bağımlı Değişkenler için KFA ve Güvenilirlik Analizi	47
5.8:	T_1 için Korelasyonlar ve Tanımlayıcı İstatistikler	49
5.9:	T_2 için Korelasyonlar ve Tanımlayıcı İstatistikler	50
5.10:	İkili Karşılaştırma Fark T-Testi	51
5.11:	Korelasyonların Karşılaştırılması	52
5.12:	SKAY Alt Boyutlarının Genel Karşılaştırması	53

1. GİRİŞ

Anketler kantitatif araştırmalarda veri toplamada geniş çapta kullanılan bir yöntemdir. Bu metod kapsamında öz-raporlama ölçekleri, sosyal bilimler ve özellikle pazarlama disiplini çerçevesinde katılımcıların tutum, inanç, duygu, değer, niyet, davranış, kişilik ve diğer birçok doğrudan ölçümlemenin mümkün olmadığı yapıyı ölçmek için sıkça ve bazen kaçınılmaz bir şekilde kullanılmaktadır. Ancak, söz konusu ölçeklerin cevap yanlılığına olan zaafiyeti bugün bir tartışma konusudur. Cevap yanlılıkları anket uygulaması öncesinde, sırasında veya sonrasında kontrol edilmesi ve takip edilmesi gereken, anketle ilgisi olmayan sistematik hata kaynaklarıdır (King & Bruner, 2000). Bu yanlılıklar içerisinde sosyal kabul arzusu yanlılığı (SKAY) sosyal hassasiyet içeren yapıların ölçümlerinde en komplike ve tespit edilmesi zor olan yanlılık olarak değerlendirilmektedir (Steenkamp et al. 2010).

Sosyal kabul edilebilebilir şekilde cevaplama olgusu, SKAY nedeniyle gerçekleşen ve öz-raporlamada sorulara genel olarak arzu edilen şekilde cevap verme eğilimi olarak tanımlanmaktadır (Paulhus, 2017). Cevaplayıcıların belirli sorulara cevap verme şekillerinin test ile ilgisi olmayan ve tespit edilemeyen unsurlardan etkilenmesi hususu uzun süredir ilgilenilen bir konudur. King ve Bruner (2000), cevapların bozulmasına sebep olan bu etkiye dikkat çekmekte ve bu etkiyi cevaplayanların anketsel veya çevresel nedenlerle iyiyi ya da kötüyü saptırmasına neden olan "yalan faktörü" olarak tanımlamaktadır. Bu şekildeki cevaplamanın önüne geçmek veya tespit etmek yoluyla birçok araştırmacı SKAY'nı yönetmekte, veri setlerinin ve bu verilerden yaptıkları çıkarımların kalitesini artırmaktadır.

İnsanlardan, gizli tutmak istedikleri bilgiler hakkında doğru cevap almak için kullanılan teknikler (işkence hariç) 15. Yüzyıla dayanmaktadır. Batı Kilisesinde "günahkarların günahlarını kabul etmeleri için aklını irdeleme" konulu kitapçıkları kullanan rahipler veya anonimliği artırmak suretiyle günahlarını itiraf etmelerini kolaylaştırmak için itiraf kutusu kullanmak gibi ilk örnekler Krumpal (2011) tarafından verilmektedir. Bununla beraber, arzu edilir şekilde cevaplama hususu ciddi anlamda 1930'lardan sonra kişilik ve davranış bilimciler tarafından ilgi görmeye başlamıştır (Paulhus, 2002). Nihayet olarak Edwards (1957) bu sorunu tanımlayarak "sosyal kabul aruzusu yanlılığı" ismini ilk kullanan araştırmacı olmuş ve literatüre ilk ölçeği sunmuştur. Bu süreçten sonra, SKAY'nı ve onun etkilerini azaltmak için literatüre birçok metod ve ölçek girmiştir.

Diğer taraftan SKAY'nın pazarlama dalındaki rolü hala belirsizdir. Tüketici memnuniyeti, yenilikçilik, risk-alma davranışı gibi yapıların SKAY'ndan etkilendiği rapor edilmiş olmasına rağmen (King and Bruner, 2000), görece olarak pazarlama disiplini diğer dallara göre azımsanmayacak derecede az ilgi görmüş ve çok az sayıda araştırmacı çalışmalarında SKAY'nın etkilerini incelemiştir (Steenkamp et al. 2010). SKAY'na gösterilen ilgi her geçen yıl artmasına rağmen, bu artışta pazarlama disiplininin payı görece olarak anlamsız kalmıştır. Fisher (2000) bu soruna dikkat çekmekte ve pazarlamacıların SKAY'nı incelememelerinin arkasındaki olguları sorgulamıştır. King ve Bruner (2000)'e göre, pazarlama araştırmacıları öz-raporlama ölçeklerini sık kullanmaları göz önünde bulundurulduğunda SKAY'nın pazarlama kavramları üzerindeki ciddi etkilerini hafife almaktadırlar.

Steenkamp vd. (2010) ile Paulhus (2017) tarafından vurgulanan kritik hususlara rağmen, şu ana kadar SKAY'nı etkili bir şekilde tespit eden kullanışlı ve dikkat çeken bir metod önerilmemiştir. Bu kapsamda, bu tez çalışmasının esas motivasyonunu SKAY tespitini sağlayacak kullanışlı bir teknik sunmak oluşturmaktadır. Sayısız çatışan iddia ve çalışmalardan (Dodaj, 2012) farklı olarak bu tez çalışması SKAY ölçeklerinin pratik ve etkili bir şekilde kullanılabilirliğine odaklanmaktadır. Sonuç olarak bu tez çalışmasının temel amacı, pazarlama araştırmacılarına ve davranış bilimcilerine mevcut SKAY ölçeklerini müstesna bir şekilde karşılaştırmak suretiyle fonksiyonel, güvenılir, geçerli ve etkili bir SKAY tespit metodu sunmaktır. Araştırmanın hedefi doğrultusunda yürütülen çalışmada cevabı aranan araştırma soruları şunlardır:

1. Sıkça kullanılan SKAY ölçekleri farklı test koşullarında geçerlilik ve güvenilirliğe sahip midir eğer değilse hangi alt boyutlardan oluşmaktadır?
2. Anonimliğin manipüle edilmesinden önce ve sonra hangi SKAY ölçekleri veya alt boyutları söz konusu yanlılığı daha hassas bir şekilde tespit etmektedir?

Bu tez çalışması temel amacını yerine getirmek maksadıyla cevap yanlılığı ve SKAY'na ilişkin literatür araştırması ile başlamaktadır. Varolan literatürden azami seviyede faydalanmak ve fikir oluşturması maksadıyla özellikle SKAY hakkında detaylı bilgi sunulmaktadır. Takip eden bölümde araştırmanın yöntemi, örneklem, ölçekler ve prosedür hakkında bilgi verilmektedir. Bir sonraki bölümde, örneklem özellikleri, tanımlayıcı istatistikler ve diğer istatistiksel analiz sonuçları arz

edilmektedir. Sonuç bölümünde ise araştırmada elde edilen sonuçlar tartışılmakta, çalışmanın kısıtları ve gelecek çalışmalar hakkında öneriler sunulmaktadır.

2. CEVAP YANLILIĞI

Cevap yanlılığı, anket cevaplarını bozabilen çeşitli koşul ve önyargıları ifade eden bir terimdir. Söz konusu yanlılık bilerek veya kaza eseri meydana gelmekte ancak her koşulda anket verisi daha az kullanışlı ve daha az doğru hale gelmektedir (Gove and Geerken, 1977). Bu durum özellikle öz-raporlamada daha fazla sorun teşkil etmektedir. Giriş bölümünde belirtildiği üzere cevap yanlılığı, birçok anket hatalarından biri olan sistematik hatanın kaynağıdır. Anket uygulamalarında bahse konu hatalar eğer kontrol edilmezse verinin doğruluğunu negatif yönde etkilemektedir.

Cevap yanlılıkları doğru ve dürüst olarak verilen cevapların değişmesine sebep olabilmektedir. SKAY, razı olma yanlılığı, uç ve orta cevap yanlılığı, anket uygulaması sırasında veya sonrasında karşılabilecek yanlılıklardan bazılarıdır (Furnham, 1986).

2.1. Anket Araştırmalarında Cevap Yanlılığı Tipleri

Cevap yanlılığı cevaplama sürecinde gerçekleşen muhtelif hatalardan kaynaklanmaktadır. Bu süreç özellikle uygulamadan kaynaklı hatalardan farklılaşmaktadır. Bu nedenle, tezin kapsamında kalmak için bu bölümde sadece cevap yanlılığı çeşitlerinden bahsedilecektir.

Bu yanlılıklardan bir tanesi, herhangi bir soruya içeriğiyle ilgilenmeden olumlu cevap verme eğilimi olarak bilinen razı olma yanlılığıdır (*acquiescence bias*). Bu yanlılık aynı zamanda "evet deme eğilimi (*yea-saying*)" veya "yakınlık eğilimi (*friendliness bias*)" olarak da bilinmektedir (Wright, 1975). Yanlılığın tam tersi ise hayır deme eğilimidir (nay-saying). Sürecin az efor isteyen doğası nedeni ile "razı olma yanlılığı" özellikle eğer anket uzunsa cevap verme sürecinde kolayca oluşabilmektedir.

Alışkanlık *(Habituation)*, katılımcının bir ankete çok fazla zihinsel çaba harcamak istememesi sonucunda anketteki her soruya yaklaşık olarak aynı cevabı vermesidir. Araştırmacılar bu yanlılıktan kaçınmak için katılımcıların anket ile olan iletişimini güçlü tutmalı ve özellikle soruların dağılımını ve kelimelerini bu amaçla iyi bir şekilde tasarlamalıdır (Surveymethods, 2018).

Bir anket araştırmasının sponsoru eğer katılımcılar tarafından bilinirse verilen cevapların söz konusu sponsor ile ilişkili olan düşünce ve duygular nispetinde değişme olasılığı gündeme gelmektedir. Sonuç olarak verinin uygulanabilirliği ve geçerliliği tehlike altına girebilmektedir (Viswanathan et al., 2012). Sponsor yanlılığı "iyilik (auspices bias)" veya "nezaket yanlılığı (courtesy bias)" olarak da anılabilmektedir. Özellikle bir anket veya katılımcı belirli bir kuruma hizmet ettiğinde cevaplayıcılar bahse konu hakkında olumlu düşüncelerinden dolayı cevaplarını değiştirebilmektedirler (Bensch et al. 2012).

Diğer bir cevap yanlılığı ise katılımcıların cevap ölçeğinde uç değerleri seçme eğilimini ifade eden uç değer yanlılığıdır (Baron-Epel et al. 2010). Benzer diğer bir yanlılıksa orta değer yanlılığıdır. Burada ise katılımcılar ölçek içerisindeki en orta değeri işaretleme eğilimi göstermektedirler.

Anketör yanlılığı *(interviewer bias),* veri toplama süreci bireysel olarak yapıldığında ortaya çıkan bir durumdur. Boyd ve Westfall (1970) tarafından yapılan çalışmalara göre anketör yanlılığı pazarlama alalanında yapılan araştırmalarda çıkabilen önemli bir hata kaynağıdır. Eğer anketörler anket talimatlarını aynı şekilde yerine getirmiş ve tüm anketörler veri toplama sürecinde aynı davranış kalıbını sergilemiş olsa anketör yanlılığı söz konusu olmayacaktır. Tabi ki tüm anketörlerin bilgi aktarma, soru sorma ve cevapları toplama süreçlerinde birebir aynı davranacağını beklemek naiflik olacaktır (Bailar et al., 1977).

Sosyal kabul arzusu yanlılığı (*Social desirability bias)* katılımcıların anket sorularına kendilerini en uygun imajla göstermek maksadıyla bilinçli veya bilinçsiz bir şekilde doğru olmayan bir şekilde cevap vermesi olarak tanımlanmaktadır. SKAY tespiti ve kaydedilmesi çok zor olan bir yanlılıktır. Aynı zamanda bahse konu imaj da çeşitli sosyal norm ve geleneklere göre farklılık göstermektedir (King and Bruner, 2000). SKAY bu tez çalışmasının ana konusu olup takip eden bölümde detaylı bir şekilde incelenecektir.

3. SOSYAL KABUL ARZUSU YANLILIĞI

Öz raporlama çalışmalarında raporlanan cevap yanlılıkları arasında SKAY, karmaşıklığı ve tespit edilmesindeki zorluğu nedeni ile en çok dikkat çeken yanlılık olmuştur (King ve Bruner, 2000). Ganster ve arkadaşları (1983) SKAY'nı bir kişinin standart anket doldurma sürecinde kendisini kültürel normlara göre en uygun şekilde gösterme eğilimi olarak tanımlamaktadırlar. SKAY'nın oluşmasındaki en önemli etkenlerden biri hassasiyet etmenidir (Näher ve Krumpal, 2012).

Bazı sorular hassas konuları araştırmak için tasarlanmıştır. Böyle sorular kişilerin olumsuz tepkilerle karşılaşma veya dürüst cevap verildiğinde doğacak olumsuz sonuçlar hakkında endişelerin oluşmasına sebep olmaktadır. Bazı sorular ise kişinin özeline girmesi olarak bile anlaşılabilmektedir. Tüm bu durumlar nedeniyle ve literatürde raporlanan sonuçlar ile uyumlu olarak, araştırmacılar hassas konuları araştırırken yüksek cevap vermeme oranları ve yoğun şekilde aşırı düşük cevaplar ile karşılaşmaktadırlar (Tourangeau ve Smith, 1996).

Tourangeau ve Yan (2007) çalışmasında olduğu gibi teori temelli yaklaşımlar hassasiyetin farklı boyutlarını tanımlamaktadır. Tourangeau ve Yan (2007) çalışmalarında hassasiyeti izinsiz işgal (intrusion), bilgi açıklama ihtimali (threat of disclosure) ve sosyal kabul edilme arzusu (social desirability) olarak üç boyutta açıklamaktadır. *İzinsiz işgal* terimi cevaplayıcıların özelini işgal eden anket soruları için kullanılmaktadır. Bu tip sorular yüksek seviyede hassasiyet içerir ve sorunun cevabı veya diğer çevresel faktörler devre dışı kalır ve cevaplayıcı temel olarak böyle soruların araştırmalarda kullanılmaması gerektiğini düşünür. İkinci boyut olan *bilgi açıklama tehdidi* ise ankette verilen bilgilerin izinsiz olarak üçüncü partilere verilebilme ihtimalinden kaynaklanan endişeleri ifade eder. Eğer anket katılımcıları gizliliklerinin tehlikede olduğunu sezinlerseler, göreceli hassasiyet artarak soruları doğru cevaplamamalarına ya da hiç cevap vermemelerine sebep olabilir. Hassasiyet kavramının son boyutu ise geleneksel SKAY ile yakından ilişkilidir. Bu boyuta göre hassasiyet, bir sorunun içeriği ile bu sorunun içeriğinin sosyal normlar tarafından ne derecede uyumlu olduğu ile değişkenlik göstermektedir (Tourangeau and Yan, 2007). İzinsiz işgalden farklı olarak hassasiyet, bu durumda, içerikten ziyade çeşitli çevresel veya durumsal etkenlere göre değişmekte ve sorulara verilen cevapları değiştirmektedir (Krumpal, 2011). Örneğin, dini hususlar ile ilgili bir soruya verilen cevaplar ve bu sorunun sosyal arzu edilebilir veya edilemez olması durumu farklı

kültürel yapılara göre farklılık gösterebilir. Bir ülkede, katılımcılar yüksek hassasiyet nedeni ile dini katılım ile ilgili bir soruya cevap vermede duraksarken, başka bir ülkede katılımcılar serbestçe dini bir düşüncesinin olmadığını kabul edebilir.

Hassas sorular, yanıtlayıcılar tarafından rahatsızlık verici veya özelin işgali olarak düşünülmekte ve dürüst cevap verildiği takdirde başkalarından gelebilecek olumsuz görüşlerden çekinme durumunu oluşturmaktadır. Sonuç olarak araştırmacılar büyük oranda cevap vermeme (nonresponse) ile karşılaşmakta (Joinson et al., 2008) veya önemli ölçüde yanlı cevaplar ile karşılaşmaktadırlar (Tourangeau & Smith, 1996). Örneğin, ankete katılanlar oy verme (Bradburn et al., 1979) veya dini katılım (Presser & Stinson, 1998) gibi normatif davranışlarda olduğundan yüksek cevap vermekte nevrotizm veya meteryalizm (Mick, 1996) olgularını içeren davranışlarda ise olduğundan düşük cevap vermektedirler. Benzer şekilde literatürde yanlış raporlamaya örnek olabilecek; eğitim programlarına katılım, emniyet kemeri kullanımı, çevresel duyarlılık, bağış, alkol kullanımı ilegal davranışlar gibi birçok davranışın da olduğu belirtilmektedir (Peterson & Kerin, 1981; Krumpal, 2013).

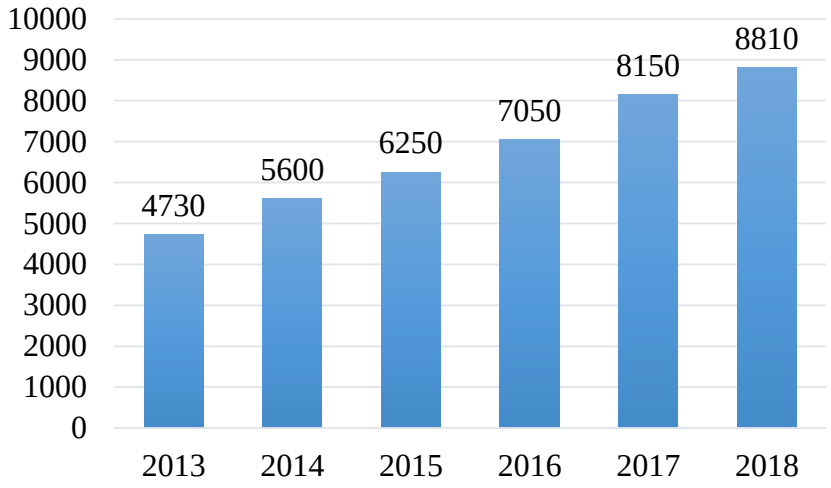
SKAY'nın oluşmasındaki yanlış raporlamayı tanımlayabilmek adına hassasiyetten sonra sıkça bahsedilen yapılardan birisi de Paulhus (2002) tarafından öne sürülen egoistik ve ahlaki cevaplama eğilimini kapsayan iki faktörlü modeldir. Egoistik cevaplama eğiliminde yanıtlayıcılar sosyal hassasiyet içeren sorulardan olumsuz duygulardan kaçınmak için basit bir şekilde yalan söylemektedirler (Schaeffer, 2000) ya da izlenimlerini verdikleri cevaplarla yönetmeye çalışmaktadırlar (Brenner & DeLamater, 2014). Bu tanıma göre hassas sorulardaki yanlış raporlamanın bilinç dışı otomatik bir süreçten ziyade kısmi olarak yanıtlayıcının kontrolündeki bir süreç olduğu belirtilmektedir (Holtgraves, 2004). Diğer taraftan, yanıtlayıcıların dürüst ancak bilinçli olmayan bir şekilde yanış raporlama yaptığı eğilime ise öz-yanılım ya da ahlaki cevaplama eğilimi adı verilmektedir. Yanıtlayıcılar bu cevaplama tipinde mevcut durum farklı olsa bile verdiklere cevaba kendileri de inanmaktadırlar (Paulhus, 1984). SKAY, ister ahlaki ister egoistik olsun araştırma konusu değişkenler arasındaki ilişki yapılarını bozmaktadır.

3.1. Sosyal Kabul Arzusu Yanlılığı Konseptinin Gelişimi

Araştırmalardaki deneklerin belli anket sorularına verdikleri cevapların bazı dış etkenlerden etkilenmesi araştırmacılar tarafından neredeyse bir yüzyıldır ilgilenilen bir

konudur (Bemreuter, 1933). Bu sorun özellikle psikoloji dalındaki araştırmacıların kafasını karıştırmaktadır (Paulhus, 1991). Konuyla alakalı ilk sistematik çalışma Meehl ve Hathaway (1946) ortaya konmuştur. Ancak, ilk defa Edwards (1957) tarafından bu problem SKAY adı altında tanımlanmış ve yine aynı isimle bir ölçek literatüre sunulmuştur.

Bu süreçten sonra, SKAY'na olan ilgi giderek artmış, araştırmacılar, geliştirilen çeşitli SKAY ölçeklerini kullanarak çalışma konusu değişkenlerin SKAY ile olan ilişkisini tespit etmeye veya SKAY tarafından kaynaklanan etkiyi elimine etmeye çalışmışlardır (King and Bruner, 2000). SKAY'na olan ilgi, konuya dolaylı veya doğrudan ilişkili ve sürekli artan yayın sayısı ile gözlemlenebilmektedir. Son altı yılda yayınlanan akademik yayın sayısı Şekil 3.1'de gösterilmektedir.



Şekil 3.1: SKAY ile Dolaylı veya Doğrudan İlişkili Yayın Sayısı
Kaynak: Google Akademik

İlk yıllarda ileri sürülen SKAY ölçekleri tek boyutlu olmuş ve kişisel cevaplama farklılıklarını ölçmeye yönelik geliştirilmiştir (Steenkamp et al. 2010). Ancak SKAY ölçeklerinin geçerliliği ile ilgili tartışmalar bu süreçte başlamış ve popüler tek boyutlu Marlowe – Crowne SKAY (MCSD) ölçeğinin öne sürülmesine rağmen devam etmiştir. Bu dönemde yapılan çalışmalardaki faktör analizlerinde iki ayrı kümelenme ortaya çıkmış, hatta çeşitli popüler ölçekler arasında düşük korelasyon değerleri elde edilmiştir (Paulhus, 2002). Wiggins (1964) bu farklı kümelenen yapıları ilk defa Alfa ve Gama olarak tanımlayan araştırmacı olmuş, bir yıl sonra Damarin ve Messick (1965) tarafından bu iki faktörün geniş çaplı ve detaylı bir şekilde sınıflandırılması

yapılmıştır. Bu boyutlardan bir tanesi SKAY'nı sabit bir kişilik özelliği olarak tanımlamakta ve sosyal kabul edilme dürtüsü kişilerin cevaplarını bilerek değiştirmesine sebep olmaktadır. (Zerbe and Paulhus, 1987). Tam tersine ikinci boyut ise kişilerin bilinçdışı olarak ancak dürüst bir şekilde pozisyon almalarını sağlamaktadır (Paulhus, 1984).

Ancak diğer bir tanıma göre, SKAY'nın soruların içeriği ile ilişkili olduğu ve kişilerin yanıtlarını sorulardaki arzu edilebilirlik seviyesine göre değiştirdiği belirtilmektedir (Krumpal, 2011). Krumpal (2011) bu yapıyı aynı zamanda yanıtlayıcıların tehdit algısına göre cevaplarının şekillendiği öznel fayda beklentisi (subjective expected utility - SEU) teorisine göre tanımlamaktadır. Bu teori ise son zamanlarda SKAY üzerinde doğrudan veya dolaylı olarak çalışma yapan araştırmacılar tarafından ilgi görmektedir (Börger, 2012; Andersen and Mayerl, 2019).

Literatürde en geniş olarak kabul görmüş SKAY yapısı Paulhus (2002) tarafından öne sürülmüştür. Paulhus (2002) öz-raporlamadaki söz konusu yanlılığın en uygun şekilde egoistik cevaplama eğilimi (egoistic response tendencies - ERT) ve ahlaki cevaplama eğilimi (moralistic response tendencies - MRT) sistemi altında anlaşılabileceğini savunmaktadır. Paulhus ERT eğilimini agency ile ilişkili baskın olma, otonomi, etkileme, kontrol, statü, tekillik, güç gibi unsurlar ile tanımlamış, MRT eğilimini ise communion ile ilişkili ait olma, samimiyet, aşk, kabul görme gibi unsurlar ile tanımlamıştır (Steenkamp et al. 2010). Sonuç itibari ile literatürde halihazırdaki durum ve çözülmemiş konular Tablo 3.1'de sunulmuştur.

Tablo 3.1: Literatürün Mevcut Durumu ve Çözülmemiş Konular

SKAY'nın Yapısı ve Ölçekleri	Son SKAY ölçeği ERT ve MRT olmak üzere iki boyuttan oluşmaktadır (Paulhus, 2002).	Ölçeklerin geçerlilik ve güvenilirlik değerleri genel olarak iyidir (Musch et al., 2012; Vecchione et al. 2013).
	Hem ERT ve hem de MRT bilinçli ve bilinç dışı boyutlara sahiptir. Bu boyutlar aynı zamanda öz-yanılım ve izlenim yönetimi ile de ilişkilidir. Ölçekler bilinçlilik seviyesinden	Mevcut literatür Paulhus (2002) teorisini kanıtlayacak ampirik araştırmaya sahip değildir. Gelecek araştırmalar konunun aydınlatılması için gereklidir (Dodaj, 2012).

	etkilenmektedir (Lu and Chang 2011).	
	İzlenim yönetimi ve öz-yanılım ölçekleri ERT ve MRT'yi tanımlayacak seviyededir.	
SKAY'nın Kişilik, Değer ve Mizaç Yapıları	ERT daha çok fiziki kabiliyet, rekabet edebilirlik, korkusuzluk ve zekayı temsil ederken, MRT ise mazeret üretme ve hasar kontrolü gibi kişilik yapılarında tanımlanmaktadır (Paulhus, 2002).	ERT ve MRT'nin alt yapısını oluşturan kişilik özellikleri, değerler ve mizaçlar hakkında farklı bulgular bulunmaktadır. İlaveten, konu hakkında destekleyici ampirik bulgular ise zayıf kalmaktadır (Steenkamp et al. 2010; Dodaj, 2012).
Sosyo Demografik Yapılar ve Kültür	Erkekler ERT ve kadınlar MRT ölçeklerinde daha yüksek skorlama yapmaktadırlar (Steenkamp et al. 2010). Diğer taraftan çalışmalar bireyselci ve toplumsalcı kültür yapılarının SKAY üzerinde önemli etkileri olduğunu göstermektedir (Johnson and Van de Vijver, 2003; Lalwani et al. 2006; Shulruf and Dixon, 2011). Yaş SKAY'nı belli bir seviyeye kadar etkileyebilmektedir (Detrick and Chibnall, 2008; Tellis and Chandrasekaran, 2010). Ekonomik olarak gelişmemiş toplumlar ile geleneklerine bağlı toplumlar SKAY'na daha yatkın	Demografik veya kültürel faktörler ile SKAY arasındaki ilişkiler hakkında bilgi hala yetersizdir. Bu nedenle daha fazla ampirik çalışmaya ihtiyaç duyulmaktadır.

	olmaktadırlar (Keillor et al., 2001).	
Stil ile Öz Karşılaştırması	SKAY hem stile yönelik hem de içerik özüne yönelik varyans barındırmaktadır. SKAY ölçeklerinin temel kullanılma sebebi kişisel cevaplama stil farklılıklarını belirlemektir. (Fisher, 2000). Sorunun içeriğine ya da özüne yönelik SKAY varyansını kontrol etmek veya veriden çıkarmak istenilen etkiyi yaratmayabilir hatta çalışma geçerliliğini bozabilir (Li and Bagger, 2006; Paulhus, 2017).	Stil farklılıklarının özden ayrılması ile ilgili prosedürler hala belirsizliğini korumaktadır.
Gizlilik, Anonimlik ve Veri Toplama Metotları	Genel olarak literatürde gizlilik ve anonimliği artırmak maksadıyla talimat, araç veya metod kullanılmasının SKAY'nı azalttığını belirtmektedir.	Mevcut literatür birbirinden farklı bulgular raporlayan çalışmalar barındırmaktadır. Örneklem seçimi ve anket uygulanma süreci ile ilgili temel noktaları belirleyen kapsayıcı araştırmaya ihtiyaç duyulmaktadır. Diğer taraftan, bu noktalar belirlenirken her sorunun kendine özgü SKAY'na olan hassasiyeti göz önünde bulundurulmalıdır.
SKAY Ölçeklerinin Uygulanması	Literatürde birçok ölçek bulunmakla beraber, bunların büyük bir kısmı uzun, özele giren veya belli bir kısma hitap eden sorular barındırmaktadır.	Bu hususlar SKAY'nın ölçülmesindeki birçok bariyerden bazılarıdır (Fisher, 2000).

SKAY'nın Ölçümlerdeki Etkisi	SKAY'nın etkileri aldatıcı artış, aldatıcı baskılama ve moderatörlük isimleri altında üç sınıfta toplanmaktadır (Gangster et al., 1983).	Bu etkilerin tespit edilmesi bugün hala tartışılan bir konudur (Leite and Beretvas, 2005) ve literatürde çok az sayıda çalışma bu etkileri incelemektedir. Dolayısıyla gelecek araştırmalarda SKAY'nın tespit edilmesinde bu etkilerin de incelendiği sistematik bir yaklaşım benimsenmelidir.

3.2. Sosyal Kabul Arzusu Yanlılığının Ölçüm Doğruluğuna Etkisi

Cote ve Buckley (1988) bir ölçeğin nitelik, metod ve hata varyansı olmak üzere üç varyanstan oluştuğunu belirtmektedir. Ölçümlerde nitelik varyansı ölçümü yapılan değişkenin asıl özünü göstermekteyken, metod varyansı ise ölçüm yapılırken kullanılan yönteme mahsus oluşan "sistematik hata" veya "ortak yöntem yanlılığı" gibi varyansları göstermektedir. Nitelik ve metod varyansları değişkenler arasındaki gözlemlenen ilişkileri önemli ölçüde etkileyebilmektedir (Cote & Buckley, 1988).

SKAY da bu çerçevede bir sistematik hata kaynağı ve doğal olarak bir metod varyansı faktörü olarak değişkenler arasındaki ilişkileri etkileyebilen ve istenmeyen teorik / pratik çıkarımlar yapılmasına sebep olabilen bir etmendir (Fisher, 1993). Dolayısıyla SKAY, yarattığı etkiyle değişkenler arasındaki gerçek ilişkileri bozabilmektedir. Bu bozucu etkiler üç tipte sınıflandırılmaktadır (Ganster et al., 1983);

- Aldatıcı artış, ürettiği değerler ile ölçümün tamamen yanlış yorumlanmasına,
- Aldatıcı baskılama, değişkenler arasındaki gerçek ilişkilerin baskılanarak ortadan kalkmasına,
- Moderasyon etkisi ise, bir dışsal değişken gibi ilişkilerin modere olmasına sebep olmaktadır.

Aldatıcı artış durumunda SKAY hem öncül hem de ardıl değişkenler ile korele olarak bu iki değişken arasında istenmeyen bir ilişki artışına sebep olur. Bu gözlemlenen yapay artış aslında değişkenlerin özünden kaynaklanan varyanstan değil, aksine SKAY değişkeni ile sahip oldukları ortak varyanstan kaynaklanmaktadır (Lönnqvist et al., 2007). Kısmi korelasyon veya çoklu regresyon ile söz konusu ortak varyansı veriden çıkarmak varolan ilişkiyi de olumsuz yönde etkileyebilmekte ancak, altadıcı artışı kontrol edebilmek için bu yöntemler kullanılmaktadır (Ziegler and Buehner, 2009).

Aldatıcı baskılama durumu ise artışın tam tersidir. Bu durumda SKAY gerçek ilişkiyi baskıladığı için gerçekte varolan ilişki tespit edilememektedir. Eğer SKAY kontrol edilirse öncül ve ardıl değişken arasında bu defa artan bir ilişki gözlenecektir (Zerbe and Paulhus, 1987). Bununla beraber aldatıcı baskılamanın tespit edilmesi için gereken istatistiki hesaplamalar zorlu bir süreç barındırmaktadır (Conger and Jackson, 1972).

Son etki tipi ise bağımlı değişken ile bağımsız değişken arasında SKAY yoğunluğuna bağlı olarak değişkenlik gösteren moderasyon etkisidir. Hiyerarşik regresyon analizi ile moderasyon etkisi tespit edilebilmektedir (Nederhof, 1985). Eğer SKAY çıkarıldığında öncül değişkenin etkisi azalıyorsa SKAY bir moderatör değişken olarak tanımlanmaktadır. Diğer taraftan SKAY tek bir indikatöre etki ediyor diğerlerine etmiyorsa korelasyon matrisinde hata varyansı olarak kabul edilmektedir (Lönnqvist et al., 2007).

Zerbe ve Paulhus (1987) moderasyon etkisi olarak değişkenler arasındaki çapraz korelasyonlarda "yapı" ve "derece" adı altında iki etkinin var olduğunu belirtmekte, hiyerarşik regresyon analizi ile Ganster ve arkadaşlarının (1983) sadece "yapı"yı ölçtüğünü iddia etmektedirler. "Derece"nin ölçülebilmesi için araştırmacıların moderatör değişkenden elde edilen değerler nispetinde oluşan altgrupları karşılatırmaları gerektiği belirtilmektedir (Zerbe and Paulhus, 1987).

3.3. Sosyal Kabul Arzusu Yanlılığını Azaltma ve Ölçümleme Teknikleri

Klinik çalışmalarda ve pazarlama araştırmalarında SKAY'nın öz-raporlama anketlerinde önemli bir tehdit oluşturduğu önceki bölümlerde belirtilmiştir. Pazarlama alanında da SKAY'nın geçerlilik bozucu etkilerini önlemek için icra edilen

çalışmalarda bu konuya giderek artan bir şekilde ilgi gösterilmektedir. (King and Bruner, 2000). Dolayısıyla, bu amaç doğrultusunda birçok yöntem, uygulama, analiz tekniği veya ölçek geliştirilmiştir.

Araştırmacılar temelde SKAY hakkında üç yol izleyebilirler; reddetme, düzeltme ve kaydetme (Nederhof, 1985). Reddetme varolan yanlılığa araştırmacı tarafından bir işlem yapılmamasıdır ancak bu durum örneklemin temsil yeteneğine zarar verebilir ve yapılan çıkarımları geçersiz kılabilir. Düzeltme yönteminde ise araştırmacılar anket uygulamasından önce veya esnasında önlemler alarak oluşabilecek SKAY'nı azaltmaya çalışırlar. Son teknik olan kaydetmede ise araştırmacılar varolan SKAY'nı sadece tespit ederek raporlarlar. Bu tez çalışmasının doğası gereği devam eden bölümlerde azaltma ve ölçümlere teknikleri detaylı olarak incelenecektir.

3.4. Azaltma Teknikleri

3.4.1. Bogus Pipeline Prosedürü

Bogus pipeline prosedürü ilk olarak Jones ve Sigall (1971) tarafından belirtilmiş olup doğru cevap verilmesinin sağlanması için biyokimyasal veya yalan dedektörü gibi bir tekniğin kullanıldığının katılımcılara inandırılmasına dayanır. Ampirik araştırmalarda elde edilen sonuçlara (Akers et al., 1983; Roese and Jamieson, 1993) göre bu teknik cevaplayıcıların hassas bilgiyi daha doğru bir şekilde verme eğilimini artırdığı tespit edilmiştir.

Prosedür prensipte kişinin kullanılan enstürmandan kaynaklanacak utanma duygusu üzerine inşa edilmektedir. Dolayısıyla, cevaplayıcıların verdikleri cevapların standart öz raporlamalara göre SKAY'dan daha az etkilenmeleri beklenmektedir (Paulhus, 1991). Krumpal (2013)'a göre bogus pipeline prosedürü cevaplayıcının yanlış raporlamadan doğacak algılanan maliyetleri artırmaktadır. Bu nedenle, cevaplayıcı temel olarak yalancı olarak anılmaktansa hoş görülmeyen davranışları kabul etmeyi tercih etmektedir.

Bogus pipeline prosedürünün SKAY'nı tespit etmedeki etkililiği belgelenmiştir (Paulhus, 1991). Bununla beraber prosedür sosyal olarak kabul görmeyen sorulara doğru cevap vermeyi sağlayan nihai araç değildir. Literatürde halihazırda farklı sonuçlar içeren çalışmalar mevcuttur. Örneğin Roese ve Jamieson (1993) tarafından sunulan çalışmada prosedürün SKAY'nı azalttığı raporlanırken, Campanelli vd.

(1987) ve Aguinis vd. (1995) aksini iddia etmektedir. Bu çalışmalarda farklı tiplerde örneklem kullanıldığı da belirtilmesi gereken bir husustur.

Diğer taraftan bogus pipeline prosedürü gibi teknikler doğasında aldatma barındırdığı ve etik kurallara aykırı olduğu için eleştirilmektedir. Bu teknikler ile ankete katılanlar araştırmacı tarafından kullanılan enstürmanın görünürdeki etkisinden farklı bir etkiye inandırılmaları sağlanmaktadır (De Jong vd., 2010).

3.4.2. Rastgele Cevap Tekniği

Rastgele cevap tekniği ilk olarak Warner (1965) tarafından öne sürülen ve ceavaplayıcının mahremiyetini koruyan bir rastgele seçim mekanizmasıdır. Bu yöntemin arkasındaki mantık cevaplayıcının cevap vereceği soruyu restgele seçim cihazıyla seçmesine dayanır. Genel olarak sosyal kabul görmeyen davranışa ait soru (Hiç bir nesneyi izinsiz aldınız mı?), ilişkisiz ve zararsız bir soru (Hiç şiir yazdınız mı?) ile beraber sorulur. Rastgele soru seçiminin sonucunu veya hassas soruyu cevaplamayıp cevaplamadığını yalnız cevaplayıcı bilmektedir. Sonuç olarak anketör hangi sorunun cevaplandığını bilmediğinden cevaplayıcının anonimliği sağlanmış olmaktadır. Böylece sosyal hassasiyet içeren sorunun cevaplanmasında yaşanan baskı azaltılmış olur (Krumpal, 2011).

Gerty vd. (2005) tarafından yapılan kapsamlı meta-analize göre rastgele cevap tekniklerinin geleneksel yüz-yüze veya öz-uygulamalı anket ile veri toplama metodlarına göre çok daha geçerli ve iyi veri ürettiğini gsötermektedir. Ancak bu yöntemin tek sorunu örneklemin sorulara verdikleri cevaplardan sadece genel çıkarımlar yapılabilmesidir (De Jong et al., 2010). (Teknik hakkında detay için bkz. Krumpal, 2011)

3.4.3. Dolaylı Soru Sorma

Veri toplama sırasında SKAY'nı önlemek için birçok teknik üretilmiştir. Bu tekniklerden sıkça kullanılan birisi de cevaplayıcı ya da anketör tarafından belirlenmiş başka bir kişi hakkında cevaplayıcıdan bilgi edinmeyi kapsamaktadır. Dolaylı soru sorma isimli bu özel yöntem literatürde Proxy subjects (Sudman and Bradburn, 1974), nominative technique (Sirken, 1970), inferred valuation (Norwood and Lusk, 2011) gibi farklı isimlerle de bilinmektedir.

Öz raporlamada cevaplayıcıların anonimliğinin korunması şiddetli bir şekilde tavsiye edilmektedir (Willis et al., 1994; Ong and Weiss, 2000; Hancock and Flowers, 2001). Literatürle uyumlu olarak, dolaylı soru sorma yöntemi deney öznelerinin anonimliğinin sağlanması temeline dayanır (Fisher, 1993). Dolaylı soru sorma metodunun uygulanması esnasında cevaplayıcılara hassas bir konu hakkında "başkalarının" ne düşüneceği sorulur. Ankete katılan kişiler kendi düşüncelerini ve tavırlarını daha rahat bir şekilde açıklarlar çünkü anketörün bilgi sağlanan kişiye odaklandığını düşünürler (Jo et al., 1997; Lee 1993).

Fakat Sudman ve Bradburn (1974) tarafından sağlanan bilgiye göre söz konusu metod davranışı ölçmede başarılı iken tavırların ölçümününde sorunlu olduğunu belirtmektedirler. Bu nedenle tekniğin dikkatle kullanılması gerektiği önerilmektedir (Nederhof, 1985).

3.4.4. Katılımcıların Anonimliğinin ve Gizliliğinin Sağlanması

Öz-raporlama çalışmalarında mahremiyet seviyesinin manipüle edilmesi için anonimlik ve gizlilik sıkça kullanılır. Ong ve Weiss (2000)'e göre anonimlik araştırmacının cevaplayıcının kimliğini bilmemesi olarak tanımlanırken, gizlilik ise katılımcıya ait her türlü bilginin sadece araştırmacı tarafından bilineceği, üçüncü parti kuruluşlara bu bilgilerin verilmeyeceğine ilişkin anlaşmayı ifade etmektedir. Özet olarak, bu sıkça manipüle edilen iki kavram cevapların gizlice mi yoksa aleni mi alınacağını belirler.

Anonimlik ve gizlilik hakkında verilen teminatlar cevaplayıcıların utandırıcı hatta tehlikeli sorulara bile dürüst vermelerini teşvik etmektedir (Richman et al., 1999; De Jong et al., 2010). Bu olguyu test etmek üzere birçok ampirik araştırma yapılmış, bazıları etkilerini onaylarken diğerleri ise bir işe yaramadığını belirtmişlerdir (Ong and Weiss, 2000; Krumpal, 2011; Roxas and Lindsay, 2012).

Kişilerin mahremiyetine ilişkin tehdit arttıkça norm-dışı olgulara istinaden hazırlanan sorulara da cevap vermede isteksizlik artmaktadır. Bu nedenle araştırmacılar çoğu zaman anket formlarının başına gizlilik taahhütleriyle alakalı metinler eklerler (Krumpal, 2011). Diğer taraftan, araştırmacılar katılımcıların işbirliğini sağlamak için bilgisayar destekli anket, rastgele cevap tekniği veya

anketörün etkisinin ortamdan kaldırılması gibi uygulamalar ile katılımcıların anonimlik seviyelerini artırmaya çalışmaktadırlar (Ong and Weiss, 2000).

Hassas konular hakkında bilgi toplayan anketler ağırlıklı olarak daha fazla yanıtlamama oranıyla karşılaşır (Gerty et al., 2005). Diğer taraftan, Singer vd. (1992) makalesinde aşırı karmaşık ve uzun gizlilik taahhütlerinin şüphe ve endişe doğurabileceğini, bunun da beklenmeyen ve arzu edilmeyen etkiler yaratabileceğini belirtmektedir. Singer vd. (1992) yaptıkları üç deneysel çalışmada, detaylı ve ayrıntılı olarak hazırlanmış gizlilik koruma güvenceleriyle yapılan anketlerin basit ve sade olarak hazırlananlara göre daha fazla yanıtlamama oranı yarattığını raporlamıştır. Bu çerçevede araştırmacılar anketlerin gizlilik ile ilgili bölümlerini hazırlarken dikkatli davranmalı ve gizliliğin derecesini iyi planlamalıdırlar.

SKAY'nın azaltılması maksadıyla yanıtlayıcıların anonimliğinin sağlanması şiddetle önerilmektedir (Ong and Weiss, 2000). Bunun yanısıra, birçok araştırmacı anonim olarak toplanan öz-raporlama bilgilerinin yanlılığa daha az eğilimli olduğunu belirtmektedirler (Richman et al., 1999; Lajunen and Summala, 2003; Mühlenfeld, 2005; Bell and Naugle, 2007). Ancak bunun tam tersini iddia edenler de mevcuttur (Lelkes et al., 2012; Dodou and de Winter, 2014). Sonuç olarak anonimlik, dikkatle kurgulanması ve uygulanması gereken bir konudur.

3.4.5. Sosyal Hassasiyet İçeren Soruların Düzenlenmesi

Eğitim durumu ya da iş durumu gibi zararsız soruların genellikle doğru bir şekilde yanıtlanması beklenir. Ama cinsel tercih ya da suç barındıran konular ile ilgili veya benzeri sorulara bazı katılımcılar dürüst cevap vermemeyi tercih edebilirler (Bradburn and Sudman, 1979). Bu tip soruların SKAY etkisinin önüne geçmek için, anket uygulamasından önce veya anket sorularının hazırlanması esnasında sorular dikkatli bir şekilde gözden geçirilmek suretiyle değiştirilebilir veya elenebilir (Nederhof, 1985).

Araştırmacılar anket içerisindeki soruları veya anketin tasarımını düzenleyerek yanıtlayacılara daha güvenlir, daha gizli veya daha konforlu olarak algılanan bir ortam sağlayabilirler. Böylece, yanıtlayıcıların soruları dürüst olarak cevaplamak suretiyle doğabilecek olumsuz sonuçlar algısı azaltılmış olacaktır (Krumpal, 2011).

Hassas bir konu araştırılırken soru tasarımından farklı olarak cevapların da aynı yönde belirlenmesi de çok önemlidir. Örneğin cevapların ikili seçeneklerden ziyade

5'li Likert ölçeği kullanılarak tasarlanması cevaplayıcıların daha serbest bir şekilde yanıtlama yapabilmelerini sağlayacaktır (Grimm, 2010).

Sorulardaki kelimelerin araştırmaya göre düzenlenmesi aynı zamanda deneysel çalışmalar için de bir araçtır. Örneğin Näher and Krumpal (2012), sorularda kullanılan kelimelerin uygunluğu ve soruların içeriği cevaplayıcıların yanıtlarını değiştirdiğini iddia etmektedirler. Araştırmacılar çevresel faktörleri manipüle ettikleri gibi soru içeriklerini de değiştirerek anonimlik seviyesini ayarlayabilirler. Sorulara "bana göre" veya "bence" gibi kişisel ifadeler koymaktansa "tipik bir üniversite öğrencisi şöyle yapar..." gibi ifadeler kullanılması yanıtlayıcıların tehdit hissiyatını azaltarak kendilerini daha rahat bir şekilde ifade etmelerini sağlamaktadır (Fisher, 1993). Bu teknikler aynı zamanda yükleme stratejisi "loading strategy" olarak da bilinir ve araştırmacılar tarafından affedici kelimeler "forgiving-wording" (davranışın herkes tarafından yapıldığı veya otoriteler tarafından kabul edildiği vb.) kullanması neticesinde daha doğru ve dürüstce yanıtlanmış cevaplar almasını ifade eder (Näher and Krumpal, 2012).

Literatür söz konusu uygulamanın SKAY'nı etkilemesi hakkında farklı sonuçların raporlandığını göstermektedir (Tourangeau and Smith, 1996; Tourangeau and Yan 2007; Näher and Krumpal, 2012). Sonuç olarak yöntem şu an hala tartışılmakta ve daha fazla ampirik araştırmaya ihtiyaç duyulmaktadır.

3.4.6. Sabit Cevaplı Soruların Kullanılması

İlk olarak Humm ve Wadsworth (1935) tarafından geliştirilen sabit cevaplı sorular SKAY ile mücadele etmede ilk geliştirilen metodlardan birisidir (Nederhof, 1985). Bu yöntemin temel mantığı cevaplayıcının iki cevap arasından bir tanesini seçmeye zorlanmasıdır.

Humm-Wadsworth tarafından geliştirilen mizaç ölçeği (Humm and Wadsworth, 1935) bu tekniğe uygundur ve "yeni insanlarla tanışmayı sever misiniz?" veya "hiç utangaçlıkla mücadele ettiniz mi?" sabit cevaplı sorular barındırır. Bu sorular iki cevaba sahiptir ve katılımcıları bu iki cevaptan birisini seçmeye yönlendirir. Söz konusu cevaplar basit "evet - hayır" olabileceği gibi "para çalarım – şeker çalarım" gibi daha detaylı da olabilir.

Edwards (1957)'a göre sabit cevaplı soruların kullanılması SKAY'nın etkilerini azaltabilmektedir. Bunun yanısıra kendisi benzer bir ölçek olan ve çokça bilinen

Edwards Kişisel Tercih Takvimini (Edwards Personal Preference Schedule) geliştirmiştir. Tabi bu metod çeşitli eleştiriler de almıştır (Nederhof, 1985). Gerçekçi olmayan ve kışkırtıcı kelimelerin seçiminin kayıp veri sayısını artırması, ikili cevapların kişilerin değişkenlik gösteren SKAY'nı yeterli doğrulukla gösterememesi ve son olarak aşırı seviyede zıt cevapların istatistiksel olarak faydalı bilgi sunamaması bu kritiklerden bazılarıdır.

Sabit cevaplı soruların kullanılmasının oluşturabiliceği sorunlar aynı zamanda Ray (1990) tarafından da onaylanmaktadır. Ancak belirtilen kritiklere ters olarak söz konusu yöntemin SKAY'nı tespit etmede başarılı olduğunu bildiren çalışmalar da mevcuttur (Jackson et al., 2000; Christiansen et al., 2005).

3.4.7. Veri Toplama Metodu Seçimi

Veri toplama modları arasındaki farklar özellikle öz-raporlama araştırmalarında cevaplayıcıların hassasiyet içeren bilgileri vermesini engelleyen en önemli faktörlerden birisi olarak görülmektedir (Holbrook et al. 2003; Tourangeau and Yan 2007; Krumpal, 2011; Roxas and Lindsay, 2012). Dolayısıyla, SKAY araştırılırken veri toplama modunun seçilmesi kararı sürecin yapıtaşlarından birisi olarak görülmelidir.

Çeşitli veri toplama metodları (kağıt-kalem, bilgisayar destekli vb.) bulunmaktadır ancak bu metodlar genel olarak anketör tarafından uygulanan ve yanıtlayıcı tarafından uygulanan olarak iki başlık altında toplanabilir (De Leeuw et al., 2008). Bunun da temel sebebi anketörün varlığı ve beklentileri anket konusunun hassasiyeti ile birleşince ciddi anlamda SKAY oluşturmaktadır (Brenner and DeLamater, 2014). Hatta ortamda bulunan ilgisiz kişiler bile yanıtlayıcının cevaplarını etkilemektedir (Aquilino 1997; Aquilino et al. 2000). Bu faktörler hassas sorulara verilen cevapları önemli ölçüde etkilemektedir (Krumpal, 2011).

Birçok araştırma anketörün varlığının ortamdan çıkarılmasının tehdit veya utanma gibi duyguları göreceli olarak azalttığını ve dolayısıyla cevaplayıcıların hassas sorulara daha dürüst cevap vermesini sağladığını göstermektedir (Lautenschlager and Flaherty, 1990; Tourangeau and Smith, 1996; Presser and Stinson, 1998; Booth-Kewley et.al., 2007; Heerwegh, 2009; Roxas and Lindsay, 2012). Diğer taraftan bazı çalışmalar da bu etkinin anlamsız olduğunu, veri toplama metodları arasında bir fark

olmadığını raporlamaktadırlar (Hancock and Flowers, 2001; Wilkerson et al., 2002; Dodou and de Winter, 2014).

Kapsamlı bir meta-analiz sonucunda Richman et al. (1999) kağıt kalem ve bilgisayar kaynaklı anketlerin yaklaşık olarak aynı ortalamaları verdiğini, veri toplama metodları arasındaki asıl farkın verinin alınması esnasında ortamda anketör ya da başka bir kişinin bulunup bulunmamasına bağlı olduğunu raporlamışlardır. Daha ilginç olarak verilen cevapların geriye dönük kontrol edilebilmesi kabiliyetinin ve gizlilik taahhütlerinin SKAY'nı önemli ölçüde azalttığını görmüşlerdir. Benzer şekilde Dodou ve de Winter, (2014) tarafından yapılan daha güncel bir meta-analize göre çevrimiçi, çevrimdışı veya kağıt-kalem anketlerinin yaklaşık aynı sonuçlar verdiği raporlanmıştır.

Sonuç olarak, araştırmacıların veri toplama modu seçiminde konuyla ilgili sosyal boyutları ve hassasiyet derecesini iyi bir şekilde değerlendirerek doğru yöntemi seçmesi, özellikle anketör kullanma tecihinin doğru yapılması gerektiği vurgulanmaktadır.

3.4.8. Anketör Seçimi

Bir önceki bölümde anketörün varlığının etkisinden kısaca bahsedilmişti. Bu etkinin yanısıra tüm süreci ilgilendiren anketörün kendi duyguları, ruhsal durumu, deneyimi, cevaplayıcıya yakınlığı gibi birçok faktör bulunmaktadır (Groves et al., 2011). Bu faktörler doğru verinin toplanmasında sorunlar oluşmasına ve hassassiyet içeren sorulara verilen cevapların etkilenmesine neden olmaktadırlar.

Anketin kapsamı utandırıcı bir konu içerdiğinde cevaplayıcıların anketörün kendilerini tasvip etmesini istemesine yol açabilir (Krumpal, 2011). Bu nedenle böyle hassas konular içeren sorular hakkında veri toplanırken anketörler doğru cevap alabilmek için sıklıkla samimi bir ortam kurmaya çalışırlar (Nederhof, 1985). Ancak araştırmalar konunun bu kadar kolay olmadığını göstermektedir. Örneğin King ve Bruner (2000)'e göre yanıtlayıcıların anketöre olan algılanan sosyal mesafesi, anketör ile aynı ise süreçteki yanlılık artacaktır. Önceki çalışmalar da bu iddiayı doğrulamakta daha kısa sosyal mesafeler daha dürüst cevapların alınacağını belirtmektedir (Hyman, 1954; Williams, 1964). Diğer taraftan Dohrenwend et al. (1968) tarafından yapılan araştırmaya göre hem kısa hem de uzun sosyal mesafelerde dürüst verilen cevapların sayısı azalmaktadır. Araştırmaya göre objektif sosyal mesafeden ziyade algılanan

sosyal mesafe etkili olmakta, araştırmacıların hassas konularda veri toplarken orta seviyede bir sosyal mesafe kurmaları gerektiği belirtilmektedir.

Diğer bir husus da anketörün durumu ve rolünden kaynaklanmaktadır. Hyman et al. (1954) anketörün gereğinden fazla sürece müdahil olması, yanıtlayıcının anketörün düşüncesi yönünde cevaplarını değiştirmesine sebep olacağını iddia etmektedir. Ayrıca Hox et al. (2002) anketörün belirli bir soru sormaktan kaynaklanan utanma ve rahatsızlık duygusunun veri toplama sürecini etkilediğini belirtmektedirler. Bu iddia aynı zamanda Fowler ve Mangione (1990)'nin anketörün konuya olan yakınlığı ile cevaplayıcının yanıtını değiştirmesi eğilimi arasındaki korelasyonu varsayımı ile de uygundur. Bu görüşe göre bir anket konusu anketörle ilişkiliyse, katılımcılar anketörü mahcup etmemek için yanıtlarını değiştirebilmektedirler.

3.5. Ölçüm Teknikleri

Araştırmacılar yukarıdaki metodlardan birini veya birkaçını kullanarak cevaplayıcıların SKAY'nı sergilemesini engelleyebilirler. Ancak SKAY'nı veri toplama sürecinde her zaman kontrol etmek mümkün olmayabilir. SKAY'nın engellenemediği veya örneklem sayısındaki fazlalık vb. nedenlerle yöntemin uygulanamadığı öz-raporlama anketleri için araştırmacılar bu bozucu etkileri çalışmalarının geçerliliğini sağlamak için kontrol edebilirler. Bu amaç doğrultusunda araştırmacılar,

- Bağımlı değişkenlerin ayrışan geçerliliklerinin kontrolü,
- Bağımlı değişkenlerin SKAY içermediğinin teyiti ve,
- Bireysel farklılıkların belirlenmesi işlemlerini uygulayabilirler.

SKAY'nın belirlenmesi zor bir süreç olmakla birlikte kesin bir ölçüm yöntemi de bulunmamaktadır çünkü veri toplama esnasında her türlü beyinsel ve psikolojik aktivitenin kontrolü mümkün değildir. İlaveten, SKAY'nın veriden atılması genellikle önerilmemektedir çünkü genel olarak verinin geçerliliğini yitirebilme ihtimali bulunmaktadır (Paulhus, 2017). Bununla beraber, SKAY'nın soru veya ölçek bazında tespiti için bazı yöntemler sunulmuştur. Sonraki bölümlerde bu yöntemler açıklanmaktadır.

3.5.1. Doğrulama ve Karşılaştırma Çalışmaları

SKAY'nın kapsamlı ve keskin bir şekilde belirlenmesi için Krumpal (2011) doğrulama ve karşılaştırma çalışmaları olarak iki tip yöntem belirtmektedir. Doğrulama çalışmalarında araştırmacı her bir katılımcının hem anket cevabını hem de gerçekteki durumunu bilmektedir. Böylece iki veri karşılaştırılarak SKAY kişisel ve genel bazda rahatlıkla doğrulanabilmektedir. Bu şekilde iki veri setinin anonim bir şekilde karşılaştırıldığı çalışmalara (ör. idari kayıtlar) örnek olarak Hebert et al. (1995) ve Brenner and DeLamater (2014) verilebilir. Söz konusu veri doğrulama yöntemi gizlilik kuralları veya verinin hiç olmaması gibi sebeplerden uygulanamadığı zamanlarda araştırmacılar iki deneysel ortamda toplanan verinin karşılaştırıldığı bir teknik uygulayabilmektedirler. Karşılaştırma çalışmalarında ölçeklerin kabul edilme arzusu yoğunluğuna göre ortalamalarının değişkenlik göstermesi beklenmektedir (Krumpal, 2011). Karşılaştırma çalışmalarına örnek olarak Doyle and Aboud (1995), Crutzen and Göritz (2010) ve Simoni et al. (2006) gösterilebilir.

3.5.2. Sosyal Kabul Arzusu Yanlılığı Ölçeklerinin Kullanımı

Ardıl veya dışsal veri toplamanın zorluklarından dolayı araştırmacılar SKAY etkilerini tespit etmek için çoğu zaman bu amaç doğrultusunda hazırlanan çeşitli ve hususi ölçekler kullanmaktadırlar. Bahse konu ölçeklerin SKAY'nı tam ölçememesi nedeniyle çokça tartışılsa da (Paulhus, 1991; 2002) birçok araştırmacı bu ölçekleri, uygulanmasının kolaylığından dolayı tercih etmektedir. Bu uygulamalar, SKAY'nın tespiti için genellikle regresyon, korelasyon, kovaryasyon ve faktör analizi gibi çeşitli hesaplama yöntemlerini içerir (Fisher, 2000). Bu çerçevedeki araştırmaların çoğu davranış veya tutum modelleri ile SKAY ölçekleri arasındaki anlamlı veya anlamsız ilişkiler raporlamakta ve çeşitli çıkarımlar sunmaktadır (King and Bruner, 2000). SKAY ölçekleri kullanılmasının arkasındaki temel mantık, arzu edilen sorulara olumlu yanıt verip, arzu edilmeyen soruları reddeden tarzda yanıtlama yapan kişiler için soruların arzu edilebilirlik seviyesinin cevabın doğruluğunun önüne geçmesi olarak ifade edilebilir (Paulhus, 2002).

Bağımlı değişkenlerdeki SKAY varlığının ölçülmesinde çok çeşitli yöntemler kullanılmaktadır. Yanlılığın belirlenmesinde en bilinen ve basit olan yöntemlerden bir

tanesi bağımlı değişken ile SKAY ölçeği arasında ayrışan geçerliliğin doğrulanmasıdır (King and Bruner, 2000). Bu prosedür faktör analitik tekniklerin kullanılmasına dayalıdır (Morf and Jackson, 1972). Eğer bir faktör analizinde SKAY ölçekleri ile birlikte yüklenen bağımlı değişken soruları varsa bu soruların SKAY'na sebep olabileceği düşünülür. Bu kapsamda faktör analizinde en yüksek değerle yüklenen soruların çıkarılması sağlanır. Böylece SKAY'ndan bağımsız yapıların oluşturulması sağlanır (Paulhus, 1991). Diğer bir yöntem ise korelasyonel ilişkilerin incelenmesidir. Bu yöntemde ise araştırmacı temel olarak bağımlı ölçekler ile SKAY ölçeklerini beraber analize sokarak aralarında düşük korelasyon katsayısı elde etmeyi bekler (Paulhus, 1991). Bu yöntemin temel mantığı SKAY ölçeklerine yüksek seviyede cevap veren kişilerin anket formundaki diğer hassas ölçeklere de aynı şekilde cevap vereceğidir (Paulhus, 2017). Dolayısıyla düşük korelasyon değerleri bağımlı değişkenlerin SKAY'ndan bağımsız olduğunu göstermektedir.

Son zamanlarda korelasyonel değerler ile karşılaştırmaların yapıldığı bir çalışmalarda araştırmacılar ardıl veri toplama araştırma tasarımı ve yapısal eşitlik modellemesini kullanarak örneklemdeki gruplar ve anketteki ölçekler arasındaki suni olarak oluşan ortalama farklarının hesaplanması suretiyle SKAY'nın hesaplanabileceğini iddia etmişlerdir (Ziegler and Buehner 2009). Söz konusu yeni model önemli sonuçlar sunuyor olmasına rağmen, teorik altyapı SKAY'ın basit bir yalan olgusuna dönüştürülmesinden ötürü eleştirilmiştir (Paunonen and LeBel, 2012).

Başka bir istatistiksel analiz yöntemi ise regresyon analizini içermektedir. Analiz sonucunda yüksek korelasyon bulunduğunda regresyon analizi kullanılarak SKAY varyansı regresyon kalıntı (residual) değerlerinden belirlenebilir (Fisher, 2000). Buradaki regresyon eşitliğindeki sabit değer (intercept term) SKAY ölçeği sıfır olduğunda SKAY'ndan bağımsız olan ortalama değeri vermektedir (Fisher and Katz, 2000). Sonuç olarak, SKAY değerleri bağımlı değişkenden kanonik veya kısmi korelasyon yöntemleri ile çıkartılabilir (King and Bruner, 2000). Bu metod aynı zamanda yapılar arasında SKAY nedeniyle oluşan baskılanan veya suni korelasyon değerlerinin bulunması için de kullanılmaktadır (Ones et al., 1996; Li and Bagger, 2007). Ayrıca, SKAY ölçeklerinin moderatör etkisi doğrudan regresyon analizi ile ölçülebilmektedir (Randall and Fernandes, 1991; Hebert et al., 1995).

1930 lardan beri SKAY'ın istatistiksel yollarla belirlenebilmesi için birçok ölçek önerilmiştir. Ancak SKAY'ın istatistiksel olarak belirlenmesinde sıkça kullanılan ölçekler bazı endişeler de barındırmaktadır.

3.5.3. Sosyal Kabul Arzusu Yanlılığı Ölçeklerine İlişkin Endişeler

SKAY ölçeklerinin tek boyutlu olarak düşünüldüğü dönemde birçok geçerlilik araştırması birbiriyle uyumsuz sonuçlar vermekteydi. Çok bilinen Edwards's SD ölçeği, MCSD ölçeği ve Wiggins's SD ölçeği gibi ölçekler arasındaki düşük çapraz korelasyon değerleri büyük endişeler yaratmaktaydı (Paulhus and Trapnell, 2008).

Sackeim ve Gur (1978) veya Paulhus (1988) gibi araştırmacıların sunduğu iki boyutlu SKAY ölçeklerinin tanıtılmasından sonra tartışmanın odağı içerik (substance) – stil (style) çerçevesine kaymıştır (Lönnqvist et al., 2007). Buradaki stil kavramı farklı zaman ve anketlerde yapılan ölçümlerde devamlı olarak kendini gösteren ve kişilerin bilinçaltında başkalarından iyi olduğuna ilişkin düşüncelerden kaynaklanan yanılılıktır. Diğer taraftan içeriğe özgü olan yanlılık ise iş görüşmesi vb. durumlarda geçici olarak ortaya çıkan motivasyondan kaynaklanan ve kişinin kendi izlenimini yönetmeye iten yanlılık olarak ifade edilmektedir (Lönnqvist et al., 2007).

Pratikte SKAY ölçeklerinin asıl kullanım amacı kişisel ve stile özgü cevaplama farklılıklarını tespit etmektir. Ancak uzunca süredir stilin ölçümünün içerik ile karıştığına ve bu hususun ölçeklerin daha derin psikolojik anlamlar yansıttığına ilişkin endişeler bulunmaktadır (Fisher, 2000). SKAY ölçekleri hem stile özgü hem de içeriğe özgü varyans içerdiğinden bir bağımlı değişken ile SKAY ölçeği arasındaki yüksek korelasyon farklı sonuçlara işaret edebilir (Steenkamp et al., 2010). Bu nedenle, araştırmacılar tarafından elde edilen korelasyon değeri stil – içerik kapsamında incelenmezse ve sonuçlar bu çerçevede yorumlanmazsa tüm değerlendirme süreci geçersiz olabilir (Paulhus, 2017). Bu nedenle tek bir analizin çoğu zaman yeterli olmadığı belirtilmektedir (Steenkamp et al., 2010). Paulhus (2002) tarafından da aynı duruma dikkat çekilmekte, SKAY ölçeği ile bağımlı değişken arasında ilişkiye yönelik olarak tek bir analiz sunmanın tartışmalı olacağı değerlendirilmektedir. Ancak günümüzde yapılan çalışmaların çoğunda tek bir analiz yeterli görülmekte, analiz sonuçlarından bu şekilde çıkarımlar yapılmakta, stil ve içerik yönünden inceleme yapılmamaktadır.

Bir araştırmada SKAY'nın etkisi ana tema olduğunda bu etkinin veriden çıkarılmasının veya kontrol edilmesinin de olumsuz sonuçlar doğurabileceği de belirtilmektedir (Zerbe and Paulhus, 1987). Özellikle, SKAY ölçeklerinin pazarlama ölçeklerindeki kısmi etkilerinin veriden çıkarılmasının geçerliliği bozmasa (Paulhus,

2017) bile çoğunlukla bir işe yaramadığı raporlanmaktadır (Steenkamp et al., 2010). Dolayısıyla bağımlı değişkenlerdeki yanlılığın tespiti için daha girift ve ustaca hazırlanmış deneysel prosedürlerin oluşturulması gerekmektedir (Steenkamp et al., 2010).

Fisher (2000), SKAY ölçeklerinin başarılı bir şekilde uygulanması sürecinin çeşitli fiziksel bariyerle karşı karşıya olduğunu iddia etmektedir. Bu hususlar kısaca aşağıda belirtilmiştir.

- SKAY ölçekleri uygulanmayacak ve yanıtlayıcılar tarafından anlaşılamayacak kadar uzundur.
- SKAY ölçeklerindeki bazı sorular cevaplayıcıların yanıtlayamayacağı kadar hassas veya inciticidir.
- SKAY ölçekleri analiz edilemeyecek veya sınıflandırılamayacak kadar çok geneldir.

Diğer taraftan birçok analizci ve araştırmacı, SKAY ölçeklerinin kişilik testleriyle olan anlamlı korelasyon değerlerine rağmen SKAY kontrol edildiği zaman bu kişilik testlerinin geçerliliğinin çok az miktarda değiştiği, bu nedenle söz konusu SKAY ölçeklerinin gereğinden fazla abartılmakta olduğunu belitmektedirler (Paulhus, 2017).

Bugün bile SKAY ölçeklerinin doğası ve bu ölçeklerin çok kullanılan diğer ölçeklerle olan ilişkisi noktasında genel bir fikir birliğine ulaşılamamıştır. Yanlılıktan doğan etkinin kontrol edilmesi veya kısmi korelasyonlarının çıkarılması belirsiz riskler taşımaktadır. SKAY ölçeklerinin boyutlarının durumu ve bu ölçeklerin diğer bağımlı ölçeklerle ilişkilerinin belirlenmesi hala tartışmalı konulardır (Leite and Beretvas, 2005).

3.5.4. Sosyal Kabul Arzusu Ölçekleri

3.5.4.1. Marlowe-Crowne Sosyal Kabul Arzusu Ölçeği

SKAY'nın tanımlandığı süreçte Edwards (1957) veya Wiggins (1959) gibi önemli ölçekler öne sürülmüş olsa bile, geniş kabul gören ve en çok kullanılan ölçeklerden birisi Marlowe-Crowne SKAY ölçeği (MCSD) (Crowne and Marlowe, 1960, 1964) olmuştur (Nederhof, 1985; King and Bruner, 2000). Bu ölçek "Hiçbir zaman şiddetle birisinden nefret etmedim" veya "Bazen benden iyilik insanlardan tiksinmişimdir" gibi 33 adet doğru - yanlış sorularından oluşmaktadır. Bunun yanısıra

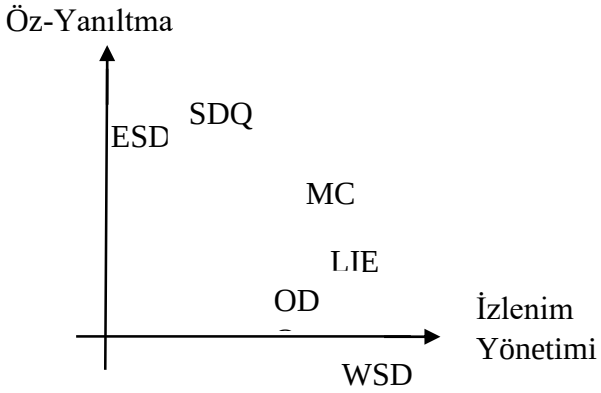
yanıtlayıcı yorgunluğuna karşı olarak Strahan ve Gerbasi (1972), Greenwald ve Satow (1970), Reynolds (1982) ve Ballard (1992) tarafından ölçeğin kısaltılmış sürümleri ortaya konmuştur. Paulhus (2017)'a göre MCSD ölçeği geniş çaplı itibarını kuvvetli yapısal geçerliliğine ve detaylı yapılan literatür araştırmasına borçludur.

MCSD ölçeğinde yüksek skorlayan cevaplayıcıların sosyal kabul görmeye ihtiyaç duyduğu, başkalarının hoşnutsuzluğundan kaçınmaya çalıştığı (Van de Mortel, 2008), orta veya az miktarda skorlayan yanıtlayıcıların ise yanlılık sergilemediği belirtilmektedir (Paulhus, 2017). MCSD ölçeği açısından SKAY özellikleri arasında kesin bir kategorisel ayrım öne sürülmediği için (Edens et al., 2001), araştırmacılar sıklıkla bağımlı değişkenler ile SKAY ölçekleri arasındaki korelasyonları incelemektedir (King and Bruner, 2000). Andrews ve Meyer (2003), olumlu yönde cevabı değişteren ve dürüst cevaplayıcılar için MCSD ortalama değerlerini sırasıyla 24 ve 15 olarak belirtmektedirler. Ayrıca Edens ve arkadaşları (2001) çalışmalarında 0,83 güvenilirlik değerini dürüst cevap şartı için yeterli olarak görmektedirler.

SKAY ölçekleri üzerindeki tartışmalar sadece cevaplayıcıların sınıflandırılması ile sınırlı değildir. Halihazırda SKAY'nın boyutlarıyla ilişkili olarak süren tartışmalar da bulunmaktadır. Dolayısıyla bu argümanın çözümlenmesi için birçok çalışma yapılmış ve söz konusu boyutların belirlenmesi için çıkarımlar ortaya atılmıştır.

3.5.4.2. Sosyal Kabul Arzusu Ölçeklerinin Bölünmesi

SKAY'nın geçerliliği hakkındaki tartışmalar popüler MCSD ölçeğinin ileri sürülmesinden hemen sonra başlamıştır. Bazı iyi bilinen SKAY ölçekleri arasındaki düşük korelasyon değerlerinden dolayı bu dönemde birçok araştırmacı (Wiggins, 1959; Messick, 1960; Jackson and Messick, 1961) sosyal kabul arzusunun tek boyutluluğunu tartışmıştır. Araştırmalardaki faktör analizleri sonucunda iki boyut ön plana çıkmaktaydı. İlk olarak Wiggins (1964) Alpha ve Gamma olarak bu farklı boyutları sınıflandırmıştır. Paulhus (2002) bu iki boyut arasındaki temel farkın bilinçli – bilinçsiz karar verme sürecinin oluşturabileceğini belirtmiştir. Alpha kümesinde cevaplayıcılar bilinçli bir şekilde yanıtlarını değiştirmekteyken, Gamma kümesinde verdikleri cevabın farkında değildirler. Paulhus belirtilen iki boyuttaki bölünmeyi göstermek için bir çok çalışma (1984; 1986; 1991; 2002) icra etmiştir. Şekil 3.2'de söz konusu iki boyut ayrımı ve hangi ölçeğin hangi boyuta daha yakın olduğuna ilişkin çalışma gösterilmektedir (Paulhus, 1984).



Şekil 3.2: Altı Ölçeğin Faktör Analizinin Plotlanması

ESD: Edward's SD ölçeği, SDQ: Öz-yanıltma anketi, MC: Marlowe-Crowne SD ölçeği, LIE: MMPI yalan ölçeği, ODQ: Diğer-yanıltma anketi, WSD: Wiggin's SD ölçeği.

Hızla popülerlik kazanan iki faktörlü SKAY yapısını anlamanın anahtarı şüphesiz bu iki boyutun altında yatan psikolojik olguları anlamaktan geçmektedir. Paulhus (2002)'a göre Damarin ve Messick (1965) tarafından yapılan inceleme iki - faktör konusunu geniş kapsamlı bir şekilde sınıflandıran ilk çalışmaydı. Damarin ve Messick (1965) bu iki kategoriyi "autistic bias (içe dönük yanlılık)" ve "propagandistic bias (dışa yaymacı yanlılık)" olarak isimlendirmektedir. Yapılan söz konusu tanımlar aynı zamanda Sackeim ve Gur (1978) veya Paulhus (1984) tarafından konu hakkında yapılan açıklamalara da benzerlik göstermektedir.

Damarin ve Messick (1965) iki-faktör SKAY modelini doğruladıktan sonra, bu ölçeklerin tek boyutluluğu hakkındaki endişeler iyice artmıştır. Millham (1974) ve Jacobson et al. (1977) tarafından "katkı ve inkar" adı altında bir açıklama yapılmış ancak karışık sonuçlar raporlanmıştır. Önerilen bu yüzeysel model basitçe negatif özelliklerin reddedilmesi ve positif özelliklerin kabul edilmesinin ayrımı temeli üzerine oturtulmuştur. Devam eden yıllarda, bu iki faktörü açıklamayı amaçlayan diğerlerine göre öne çıkan, kuvvetli altyapıya sahip iki model ortaya atılmıştır. İlk çalışma, Sackeim ve Gur (1978) tarafından öne sürülmüş olup söz konusu ikililiği "öz yanılım (self-deception)" ve "diğer yanılım (other-deception)" kavramlarıyla açıklamaktadır. Diğer çalışma ise Paulhus (1984) tarafından yapılmış olup SKAY, "öz-yanılım (self-deception)" ve "izlenim yönetimi (impression management)" terimleriyle açıklanmaya çalışılmıştır (Nederhof, 1985).

Paulhus (2002), Sackeim ve Gur (1978) tarafından önerilen modelin şu ana kadar ki en uygun model olduğunu iddia etmektedir. Sackeim ve Gur (1978) kendi

modellerini kapsamlı ve bilimsel bir şekilde açıklamış, ayrıca ampirik bir araştırma ile doğrulamışlardır. Ancak, Nederhof (1985) bu ölçeklerin razı olma yanlılığına (acquiescence bias) sahip olduğunu iddia etmiş ayrıca yapının oluşturulma sürecinin hakemli bir yayın ile yayınlanmadına atıf yaparak önemli bir eksiğe sahip olduğunu belirtmiştir.

Daha belirgin ve sağlıklı bir model altı yıl sonra by Paulhus (1984) tarafından öne sürülmüştür. Altı önemli SKAY ölçeği kullanarak yaptığı ardışık analizlerle Paulhus (1984) iki faktörlü bir yapıyla oluşturulan SKAY ölçeğinin çok daha iyi uyum sonuçları verdiğini göstermiştir. Daha sonra söz konusu "öz-yanılım (self-deception)" ve "izlenim yönetimi (impression management)" ölçekleri Zerbe ve Paulhus (1987) tarafından detaylıca açıklanmıştır. Bununla beraber söz konusu ölçeklere az da olsa itirazlar yöneltilmiştir (Uziel, 2010).

Bahse konu yapıdaki öz-yanılım kavramı, yanıtlayıcıların gerçekten inandığı, endişe veya öz-saygı gibi faktörlerden kaynaklanan aşırı-olumlu ama dürüst öz tanımlamaları ifade eder. Cevaplayıcılar yasa dışı faaliyetler, normlara uygun olmayan davranışlar gibi yüksek hassasiyet içeren utandırıcı davranışlara öz-yanılım sebebi ile aşırı olumlu cevaplar verirler (Brenner and DeLamater, 2014). Ölçeklerdeki geçerliliğe negatif etki edebileceğinden SKAY'nın bu tipteki etkisinin veriden çıkarılmaması önerilmektedir (Fisher, 2000).

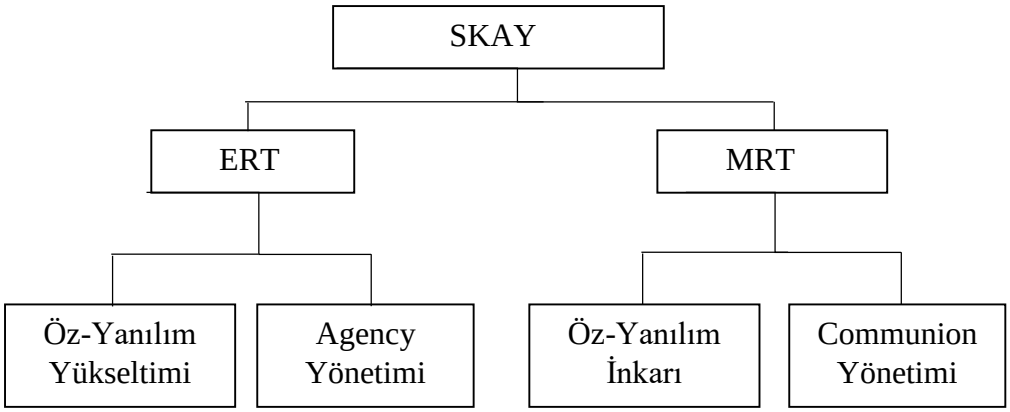
Diğer taraftan izlenim yönetimi kavramı, kişinin kendini bilinçli bir şekilde sosyal olarak onay gören bir görüntü dahilinde tanımlamasını ifade eder. Anket sorularına verdiği cevapları, kendini daha olumlu bir pozisyonda göstermek maksadıyla bilerek ve aldatıcı bir şekilde değiştiren kişi, bu yanlılığa örnek gösterilebilir (Zerbe and Paulhus, 1987). İnsanlar oy verme, sağlıklı beslenme veya spor yapma gibi normatif davranışlar ile ilgili sorulara izlenimlerini düzeltmek için aşırı iyi cevap verirler (Brenner and DeLamater, 2014). Bu ölçeğin diğer yalan ölçekleri ile pozitif korelasyon göstermesi sosyal kabul olgusunun bu ölçekteki varlığını kanıtlamaktadır (Milfont, 2009).

Yakın zamanda Brenner and DeLamater (2014) bilinçli yanlış raporlamayla ilişkili olan izlenim yönetimine yeni bir açıklama getirmiştir. Onlara göre izlenim yönetimindeki yanlış raporlama olgusu daha uygun bir şekilde kimlik teorisindeki (McCall and Simmons, 1966; Stryker, 1968) tanımlar tarafından açıklanmaktadır. Bu teoriye göre, ortamdaki parametrelerin önem (prominence) ve öne çıkma (salience) derecesine göre cevaplayıcının belirli bir kimliği ortaya çıkmakta ve cevaplar bu

kimliğe göre oluşmaktadır (Brenner et al., 2014). Ancak teori ile izlenim yönetimi arasındaki bahse konu ilişkinin daha fazla araştırmaya ihtiyacı vardır.

Farkındalık seviyesi (bilinçli ve bilinçsiz), uzun süre araştırmacıların ilgi odaklarının merkezinde olmasına rağmen, yakın zamanda bu odak agentic ve communal ismi altında SKAY'ın oluştuğu tamamen farklı bir yapıya kaymıştır (Steenkamp et al., 2010). Bazı insanlar agency bağlamındaki baskılama, kontrol, etkileme, otonomi, tekillik, bağımsızlık, güç ve statüs gibi özellikleri, diğerleri ise communal bağlamdaki ait olma, onaylama, sevgi, yakınlık ve bağlanma gibi özellikleri temel alarak SKAY'nı gösterirler.

Agentic tarzdaki cevaplama "egoistik cevaplama eğilimleri (ERT)", communal tarzdaki cevaplama tarzı ise "ahlaki cevaplama eğilimleri (MRT)" olarak daha önce Paulhus ve John (1998) tarafından tanımlanmıştır. Bu tanımlamaya paralel olarak SKAY kapsamlı ve detaylı bir şekilde Paulhus (2002) çalışmasında tanımlanmış ve literatüre sunulmuştur. Bahse konu tanımlamaya ilişkin yapı Şekil 3.3'te arz edilmiştir.



Şekil 3.3: İki Bacaklı SKAY Yapısı

Bu iki bacaklı sistemde alfa tip yanlılıkla benzer olan egoistik yanlılık, kişinin kendi entelektüel ve sosyal statüsünü yükseltmesini ifade eder. Bu bacak aynı zamanda kişinin rekabet etme, fiziksel kabiliyet, korkusuzluk veya zeka gibi özelliklerini sunduğu agency yönetimini içerir. Diğer taraftan gama yanlılığına benzer olan ahlaki yanlılık öz-yanılım eğilimi ve normatif olmayan özelliklerin inkarını içerir. Bu bacaktaki communion yönetimi terimi ise özür sunma veya hasar kontrol davranışlarını ifade etmektedir (Paulhus, 2002). Geçtiğimiz yıllarda, Trapnell ve Paulhus (2012) ve Vecchione ve arkadaşları (2013), bu yapılar için kapsam ve ölçüm metodlarını sunmuşlardır.

SKAY yapısının bölünme sürecinin muhtemelen en önemli ürünü Dengeli Arzu Edilir Yanıtlama Envanteri (Balanced Inventory of Desirable Responding - BIDR) ölçeği olmuştur. Bu ölçek etraflıca tanınmış ve birçok ampirik araştırmada kullanılmıştır. Ancak getirdiği cevaplarla birlikte aynı zamanda SKAY konusuna daha fazla sorunun eklenmesine de sebep olmuştur.

3.5.4.3. Dengeli Arzu Edilir Yanıtlama Envanteri

BIDR ölçeği ilk defa Paulhus (1988) tarafından ortaya atılmıştır. Bu 40 soruluk, iki boyutlu ölçek aynı zamanda Paulhus Yanılım Ölçeği olarak da bilinmekte ve belirli aralıklarla geçerlilik ve güvenilirlik testleriyle güncellenmektedir. En son onaylanan BIDR ölçeği sürümü Paulhus (1999) çalışması ile literatüre sunulmuştur.

Aslında BIDR ölçeğinin geliştirilmesi süreci için Sackeim and Gur (1978) tarafından ortaya atılan öz-yanılım ve diğer-yanılım anketlerinden ilham alınmıştır. İki faktörlü SKAY yapıları hızla popülerlik kazanmaktayken Paulhus (1984)'un öz-yanılım ve izlenim yönetimi isimli ölçeklerinin geçmişteki ölçeklere göre çok daha iyi sonuçlar vermesi (Holden and Fekken, 2017) literatürde ihtiyaç duyulan ölçek ihtiyacının karşılanmasını sağlamıştır.

BIDR ölçeği iyi seviyede geçerlilik (Kroner and Weekes, 1996; Lanyon and Carle, 2007), ardıl testlerde kabul edilebilir korelasyon değerleri (Lonnqvist et al., 2007; Vispoel and Kim, 2014) ve içsel güvenilirlik değerleri sunmaktadır (Holden et al., 2000; Li and Bagger, 2007). Bununla beraber, Paulhus ile yaptığı görüşmede Sackeim, kendi ölçekleri yerine BIDR ölçeğinin kullanılmasını önermiştir (Paulhus and Reid, 1991).

3.5.4.4. Kabul Edilme Motivasyonu Ölçeği

Kabul edilme motivasyonu (approval motivation – AM) ölçeği MCSD ölçeğine benzemekle birlikte farklı bir cevaplama kalıbına dayanır. AM ölçeği kabul edilme arayışını ölçerken (Martin, 1984), MCSD ölçeği kabul edilmemeden kaçınmayı ölçmektedir (Paulhus, 1991). MCSD ölçeğinin tek boyutluluk sorununa birçok araştırmacının açıklama getirmeye çalıştığı dönemde AM ölçeği, Larsen vd. (1976) tarafından bu soruna çözüm olarak sunulan ilk çalışmalardan birisi olmuştur. Ölçeğin son hali Martin (1984) tarafından oluşturulmuştur.

Ölçek genellikle kabul edilme eğilimlerinin ölçüldüğü 20 sorudan oluşmaktadır. Dolayısıyla, bu ölçek kişilerin başkalarından müspet onay alma ihtiyacını değerlendirmektedir. Ölçeğin geçerliliği ile ilgili bir araştırma bulunmamasına rağmen bazı çalışmalar ölçeğin içsel güvenilirliğe sahip olduğunu raporlamaktadır (Hittner, 1997; Kiyotaki and Yokoyama, 2006).

3.5.4.5. SDS-17 Ölçeği

Görece olarak yeni olan ve SDS – 17 olarak bilinen ölçek Stöber (2001) tarafından ortaya atılmıştır. Bu ölçek aslında ilk olarak MCSD ölçeğinin bir geçerlilik ve güvenilirlik düzeltimi prosedürü sonucunda ortaya çıkmıştır. Bu nedenle ölçek orjinal 33 soruluk MCSD ölçeğinden 17 soru barındırmaktadır.

SDS – 17 ölçeği varolan SKAY literatüründe henüz çok bilinmemekle beraber iyi seviyede güvenilirliğe, ardıl test korelasyon değerlerine sahip olduğu raporlanmaktadır (Ryan et al., 2011). Ancak bazı çalışmalarda farklı sonuçlar da bildirilmiştir (Tatman and Kreamer, 2014).

3.5.4.6. Diğer Sosyal Kabul Arzusu Yanlılığı Ölçekleri

MCSD ölçeği (Crowne and Marlowe, 1960) ve BIDR ölçeği (Paulhus, 1988) iyi oluşturulmuş teorik altyapıları nedeniyle sıklıkla kullanılmaktadır. Bu nedenle SKAY'nı belirlemek için yapılan çalışmaların çoğunda bu ölçekler kullanılmıştır. Ancak bu ölçeklerin yanısıra çeşitli diğer ölçekler de aynı maksatla öne sürülmüştür. Varolan literatürde araştırmacılar tarafından şu ana kadar sunulmuş olan SKAY ölçeklerinin mevcut durumu Tablo 3.2'de gösterilmiştir.

Tablo 3.2: Diğer SKAY Ölçekleri

Ölçeğin Adı	**Kaynak**
Minnesota Multiphasic Personality Inventory (MMPI) Test-Taking Attitude (K) scale	Meehl and Hathaway, 1946
MMPI Lie (L) scale	Hathaway and McKinley, 1951
California Psychological Inventory	Gough, 1957
Edwards's SDB Scale	Edwards, 1957
Wiggin's Social Desirability Scale	Wiggins 1959

Repression-Sensitization scale	Byrne, 1961
Facilitation - Inhibiatation scale	Ullmann, 1962
The Eysenck Personality Inventory	Eysenck and Eysenck, 1964
SDB Scale for Children	Crandall et al., 1965
Personality Research Form	Jackson, 1967
Censure Avoidance	Allaman et al., 1972
16-PF Scale	Winder et al., 1975
Approval Motivation Scale	Larsen, Martin, Ettinger&Nelson, 1976
Attribution and Denial	Jacobson et al., 1977
Other/Self-Deception Questionnaire	Sackeim and Gur, 1978
RD16	Schuessler, Hittle, and Cardascia, 1978
Comrey Personality Scales	Comrey, 1980
Differential Personality Questionnaire	Tellegen, 1982
Approval Motivation Scale	Martin, 1984
Basic Personality Inventory	Jackson, 1996
SDS – 17	Stöber, 2001
Environmentally Desirable Response Scale	Ewert and Galloway, 2009
Six-Dimension SDB Scale	Lee and Sargeant, 2011

3.5.5. Cevap Gecikmesi Ölçümü

Bu teorik model yanıtlayıcıların öz-raporlama anketlerindeki yanlılığa sahip cevapları tespit etmek maksadıyla cevaplama sürelerinin kaydedildiği bir sistem üzerine kuruludur. Bu yapı dahilinde katılımcıların sorulara verdikleri cevaplar ve gecikme süreleri bilgisayar destekli bir sistemle toplanmakta, ardından standart sapma ve ortalama değerleri ile standardize edilmektedir (Holden and Kroner, 1992). Sorulara verilen cevaplardaki gecikmeler dürüst ve yanlış yanıtların belirlenmesinde kullanılmaktadır. Literatürdeki çalışmalar hassas soruların bulunduğu anketlerde cevaplama süresinin arttığını göstermektedir (Sutherland and Spilka, 1964; Bassili, 1996; Holtgraves, 2004; Holden and Lambert, 2015).

Bu teknik ilk defa Popham ve Holden (1990) tarafından bir SKAY ölçeğinin cevap gecikmesi ile değerlendirilmesi maksadıyla öne sürülmüştür. Daha sonra,

Holden ve arkadaşları (1992) bu gecikme değerlerinin diğer öz-raporlama ölçeklerindeki yanlı verilen cevapları belirlemede kullanılabileceğini önermişlerdir. Literatürde bu yöntem genellikle klinik uygulamalarda kendine yer bulmaktadır. Örneğin, Holden ve Kroner (1992) ve Holden ve Lambert (2015) tarafından yapılan çalışmalarda dürüst olmayan ve normal yanıtların tespitinde önemli sonuçlara ulaşılmıştır. Elde edilen bu önemli bulgular nedeniyle bu yöntem, gelecek çalışmalarda ve diğer disiplinlerde uygulamaya açıktır.

Yanıt gecikmesi sistemini benimseyen bir diğer önemli uygulama ise Gizil İlişik Testidir (Implicit Association Test - IAT). Prosedür katılımcıların belirli konseptler arasında ayrım yapmasını talep etmekte ve cevap zamanlarını karşılaştırmaktadır (Greenwald et al. 2009). Bu test ilk olarak gizil davranışları ölçmek için geliştirilmiş ancak son zamanlarda fazlaca ilgi görmüştür. Slabbinck ve Kenhove (2010) IAT testinin, sosyal kabul edilebilir cevaplamaden etkilenmediği ve dolayısıyla bu yanlılığa olan eğilimi ölçmek için uygun bir araç olduğunu ortaya koymuştur. Ayrıca, Egloff ve Schmukle (2002) IAT yönteminin SKAY ölçeklerini tahmin etmek için uygun bir araç olduğunu raporlamaktadır.

3.5.6. Aşırı-Talep Tekniği

Aşırı-talep (over-claiming technique - OCT), olmayan terim veya konularla ilgili olarak bilgi sahibi olduğunu iddia etme eğilimi olarak bilinmektedir. Bahse konu terim ilk defa Phillips ve Clancy (1972) tarafından tüketici anketlerinde sosyal kabul arzusunu inceleme çalışmasında kullanılmıştır. Ancak ilk defa sistematik bir şekilde Paulhus ve arkadaşları (2003) tarafından sosyal kabul edilir cevaplamayı tespit etme maksadıyla geliştirilmiştir.

Bu teknik kapsamında, cevaplayıcılara çeşitli konuları içeren sorulardan oluşan bir anket uygulanmaktadır. Tekniğin amacını gerçekleştirmek maksadıyla sorulan soruların bazıları gerçek ve varolan kavramları içermekteyken diğerleri gerçekdışı olguları içermektedir. Sonuç olarak, söz konusu sorulardan gerçekdışı olguları içerenleri bildiğini iddia eden yanıtlayıcılar aşırı talepçi olarak değerlendirilmektedir (Paulhus et al., 2003).

Birçok araştırmacı (Mesmer-Magnus et al., 2006; Kam et al., 2015) tekniği SKAY'nın tahmin edilmesi için kullansa da, bazıları da (Ludeke and Makransky, 2016) yöntemin yeterli geçerliliğe ve destekleyici ampirik çalışmaya sahip olmadığını belirtmektedir. OCT hakkında gelecekte yapılacak çalışmalar metodun bahse konu

eksikliklerinin giderilmesine ve SKAY'nın tespit edilmesindeki rolünün ortaya çıkmasını sağlayacaktır.

3.5.7. Liste Deneyi

Liste deneyi rastgele cevap tekniğine bir alternatif olarak, özellikle hassasiyet içeren anketlerde yanıtlayacılara gizlilik sağlamak maksadıyla geliştirilmiştir (Krumpal, 2011). Bahse konu teknik literatürde 'Block total response' (Smith et al. 1974), 'item count technique' (Tsuchiya, 2005), 'unmatched block count' (Dalton et al., 1997), 'unmatched count technique' (Dalton et al. 1994) ve 'survey list experiment' (Kuklinski et al., 1997) gibi isimlerle anılmaktadır.

Bu yöntemde, yanıtlayıcılar kontrol ve deney grubu olarak rastgele ikiye bölünmektedir. İki gruba da zararsız ve alakasız "n tane soru" sorulmakta, ancak deney grubuna fazladan sosyal kabul arzusu oluşturabilecek bir soru daha sorulmaktadır (n+1 tane soru). Soruların cevaplarını sadece cevaplayıcı bilmekte, bu nedenle deney grubundan dürüst bir şekilde bu sorulara cevap vermesi beklenmektedir (Krumpal, 2011). Aşağıda söz konusu tekniğe örnek oluşturabilecek dört soru sunulmuştur.

- Son iki yıl içerisinde bir kafeye, bara veya lokantaya gittiniz mi? (her iki gruba uygulanmaktadır)
- Bu iki yıl içerisinde yemek veya içecek sipariş ettiniz mi? (her iki gruba uygulanmaktadır)
- Bir kafe veya lokantayı siparişinizin bedelini bilerek ödemeden terk ettiniz mi? (hassas soru, sadece deney grubuna uygulanmaktadır)
- Son beş yıl içerisinde bir lokanta veya kafede 50 lira üstü sipariş verdiniz mi? (her iki gruba uygulanmaktadır)

Özet olarak iki grubun cevapladıkları sorular arasındaki bir ortalama farkı oluşmakta ve araştırmacı bu farktan örneklemde söz konusu hassas soruya katılma ve katılmama oranını belirlemektedir (Knoll, 2013).

3.5.8. Faktör Karışım Modelleri

İstatistikte heterojen örneklemlerde farklı faktörlerin tespit edilmesi bir ilgi alanı olmuştur (Jöreskog, 1971; Sörbom, 1974). Bu doğrultuda ilk defa Yung (1997)

tarafından “sonlu doğrulayıcı faktör analizi karışımları” adı altında “Faktör Karışım Modelleri (Factor Mixture Models)” literatüre girmiştir. Bu araştırmada Yung bir örneklemde farklı popülasyonları temsil etmek üzere gizil bir sınıflandırma değişkeni ekleyerek normal faktör analizini bir üst seviyeye taşımıştır. Faktör karışım modelleri özellikle psikoloji alanında son yıllarda dikkat çekmiştir. Ancak, ilk defa Leite ve Cooper (2010) tarafından sosyal kabul arzusu nedeniyle bir örneklemde oluşan farklı grupları tespit etmek maksadıyla önerilmiştir. Yöntem uygulanabilir ve gelecek vaadeden bir yapıda olsa da hesaplanması zor ve hataya yatkın olması veya grup tespitlerinde sorunlar taşıması gibi dezavantajlar taşımaktadır (Terzi, 2017).

Faktör karışım modelleri heterojen toplulukları ayrıştırmak için kullanılmakta ve özellikle araştırmacıların bir popülasyonda birden fazla ve gözlenemeyen cevaplama stili mevcut olduğunu öne sürdüğü durumlarda faydalı olmaktadır (Lubke and Muthén, 2005). Bu teknikte çoklu sınıflandırma modelleri kullanılıyor olsa da basit olarak yöntem, örneklemin tek sınıflı iki modelin karşılaştırılması üzerine kuruludur. İlk modelde, söz konusu değişken SKAY değişkenlerinin çapraz yükleriyle yüklenmemekte dolayısıyla örneklemde SKAY etkisine rastlanılmadığı sonucuna varılmaktadır. İkinci modelde ise söz konusu değişken SKAY değişkenleri ile yüklenmekte dolayısıyla örneklemde belirli bir grubun SKAY’na sahip bir stilde cevapladığı ortaya konulabilmektedir (Detaylı hipotez geliştirme ve sınıflandırma süreci için bkz. Leite ve Cooper, 2010).

3.5.9. Sosyal Kabul Arzusu Endeksi

Soru arzu edilebilirliği konsepti (soruya özel sosyal arzu edilebilirlik endeksi - item specific social desirability rating (ISSDR)), bir ölçeğe ait soruların uzman bir grup tarafından arzu edilebilirlik seviyelerinin derecelendirilmesi sistemi üzerine kuruludur. Uzmanlardan temel olarak sorunun içeriğinin ne kadar arzu edilebilir veya edilmez olduğunun değerlendirilmesi talep edilmektedir. Ancak verinin toplanması ve ISSDR hesaplanması süreci zorludur, bu nedenle çalışmanın tamamlanması için gereken çaba iki katına çıkmaktadır (Nederhof, 1985). Gittelman vd. 2015, Bradburn vd. (1979) ve Sudman ve Bradburn (1974) tarafından icra edilen çalışmalar bu teknik için verilebilecek örneklerdendir.

Çalışmalarında Sudman ve Bradburn (1974), anket sorularının arzu edilebilirlik endeksini hesaplamak için katılımcılardan 3’lü basit bir ölçeği (olmayan ihtimal, az ihtimal veya yüksek ihtimal) doldurmalarını istemişlerdir. Diğer bir

araştırmada ise Bradburn vd. (1979) farklı bir yaklaşım benimsemiş, yanıtlayıcılardan iki farklı endeks doldurmaları istenmiş, sonunda bunları birleştirerek "şiddetli endişe" ölçeği oluşturmuşlardır. Bu ölçekle bir sorunun yanıtlayıcıya ne derecede tehdit oluşturabileceği ölçülebilmektedir (Tourangeau and Yan, 2007). Bununla beraber, söz konusu ölçek araştırmacılar tarafından ilgi görememiştir.

Diğer taraftan, Gittelman vd. (2015) ise farklı ancak ilgi çekici bir yöntem uygulamışlardır. ISSDR ve gerçek arzu edilebilirlik varyasyonları hesaplama sürecinden sonra, basit regresyon ve standardizasyon analizleri uygulayarak sosyal kabul arzusunun boyutunu ve yönünü hesaplamışlardır.

4. YÖNTEM

Bu tez çalışması kantitatif ve deneysel bir araştırmadır. Bu çerçevede tek grup pre-test/post-test tasarımına sahip, anonimlik unsuru manipüle edilen bir araştrma yürütülmüştür.

4.1. Araştırmanın Amacı ve Araştırma Soruları

Literatür taramasında belirtildiği üzere, yaklaşık son yüzyıl içerisinde birçok SKAY ölçeği ortaya konmuştur. Aynı süreç içerisinde bu ölçeklerin avantajlı ve dezavantajlı taraflarını gösteren çalışmalar icra edilmiştir. Ancak şu ana kadar hiçbir çalışma bazı popüler SKAY ölçeklerini detaylı bir şekilde karşılaştırmamıştır. Literatürdeki bu açığı kapatmak adına bu tez çalışmasının temel amacı, halihazırda var olan bazı SKAY ölçeklerini karşılaştırarak, Türkçe çalışmalarda önemli bir sistematik hata kaynağı olan SKAY'nı *etkili bir şekilde tespit edebilen, kısa ancak kapsamlı, teorik açıdan literatüre uygun, geçerli ve güvenilir* bir araç önerisinde bulunmaktır. Bu amaç doğrultusunda aşağıdaki araştırma soruları (AS) sorulmaktadır:

AS1: SKAY ölçekleri farklı test koşullarında geçerlilik ve güvenilirliğe sahip midir yoksa farklı altboyutlardan mı oluşmaktadır?

AS2: Anonimlik manipülasyonundan sonra hangi SKAY ölçeği veya alt ölçeği bahse konu yanlılığı daha hassas olarak ölçmektedir?

4.2. Örneklem

Kolayda örnekleme yöntemi kullanılarak 2019 öğretim yılı içerisinde Türkiye'deki belirli üniversitelerde öğrenim gören lisans seviyesindeki öğrencilerin anket çalışmasına katılması sağlanmıştır. Örneklem çeşitli sınıflarda okuyan 129 öğrenciden oluşmaktadır. Deneysel tasarıma sahip araştırmaların uygulama zorluğu ve üniversite öğrencilerinin bulunma kolaylığı, örneklem belirlenirken üniversite öğrencilerinin tercih edilmesini sağlamıştır.

Veri özel olarak tasarlanan anketler ve çalışmanın amçlarına uygun özel olarak talimat almış anketörlerin uyguladığı grup seansları ile toplanmıştır. Anketlerin uygulanmasından sonra, elde edilen veri eksik veri ve uç değerler için incelenmiştir. Sonuç olarak, 11 kişinin anketi örneklemden çıkarılmıştır. Kalan 118 ankete ait veriler

ise araştırma kapsamındaki analizlere tabi tutulmuştur. Hair vd. (2010) temel korelasyon, regresyon ve faktör analizleri için 100 adet gözlemin pratikte yeterli olacağını belirtmektedir. Bu kapsamda elde edilen gözlemin yeterli olduğuna karar verilmiştir.

4.3. Kullanılan Ölçekler

Bu araştırmada MCSD, AMSD, BIDR ve SDS – 17 ölçeklerinin kısa versiyonlarından oluşan dört SKAY ölçeği karşılaştırılmıştır. Kısa versiyonlar anketin aşırı uzunluğundan kaynaklanabilecek yanıtlayıcı yorgunluğu, yılgınlığı (Benet-Martinez and John, 1998) veya alışkanlık yanlılığını (Tellis and Chandrasekaran, 2010) engellemek için tercih edilmiştir.

Anket oluşturulma sürecinde SKAY ölçeklerinin değerlendirilmesi için ikili cevaplama içeren ölçek yerine süreklilik içeren 5-likert ölçeği kullanılmıştır. Geçmiş araştırmalar süreklilik içeren cevaplamaların özellikle öz raporlamalarda daha iyi geçerlilik ürettiğini göstemektedir (Stöber, Dette, & Musch, 2002; Kam, 2013).

Ayrıca, etik davranış ölçeklerinden olan kişisel fedakarlık (Antil, 1984), korsan kullanım (Vitell and Muncy, 2005) ve kişisel normlar (Minton and Rose, 1997; Steg et al., 2005) ölçekleri örneklemdeki farklı sosyal kabul arzusu eğilimlerine yönelik cevaplama stillerini tespit etmeye yönelik analizleri gerçekleştirmek amacıyla kullanılmıştır. Bu ölçekler özellikle tercih edilmiştir çünkü etik davranışın SKAY'ndan etkilendiği çeşitli çalışmalarda raporlanmaktadır (Schoderbek and Deshpande, 1996; Dalton and Ortegren, 2011).

Bu araştırmada kullanılan SKAY ölçeklerden biri popüler Marlowe-Crowne MCSD ölçeğidir. Bu ölçek için uygun bir kısa versiyonu tespit etmek zorlu bir süreç barındırmaktadır çünkü literatürde farklı sonuçlar içeren çalışmalar bulunmaktadır. Ancak bu çalışmalardan geniş ölçekte kullanılanlardan biri Strahan ve Gerbasi (1972) tarafından önerilen 10 soruluk bir ölçektir (Thompson and Phua, 2005). Fraboni ve Cooper (1989) Strahan–Gerbasi MCSD kısa formunun özellikle öğrenci örneklemlerinde güvenilir sonuçlar verdiğini tespit etmiştir. Ancak literatürde söz konusu kısa form hakkındaki farklı bulgular (Fischer and Fick, 1993; Loo and Thorpe, 2000; Thompson and Phua, 2005) bu ölçeğin kullanılmamasına sebep olmuştur.

İyi güvenilirlik değerlerine ve psikometrik sonuçlara (Andrews and Meyer, 2003), ardıl test korelasyonuna (Li and Sipps, 1985) sahip olan alternatif bir MCSD

kısa versiyonu ise Reynolds (1982) tarafından sunulmuştur. Loo ve Thorpe (2000), Reynolds (1982) tarafından önerilen kısa formun çok iyi uyum sonuçları verdiğini iddia etse de, bu kısa formun adli tıp veya klinik araştırmalar gibi kısıtlı çerçevede kullabılabileceği belirtilmektedir (Andrews and Meyer, 2003).

Diğer bir MCSD kısa formu ise Ballard (1992) tarafından önerilmiştir. Loo ve Loewen (2004) söz konusu kısa ölçeğin diğer MCSD kısa formları arasında ve orjinal ölçeğe en iyi ikame olduğunu iddia etmektedir. Bu kısa versiyonun çeşitli çalışmalardaki uyum endekslerinden elde edilen iyi seviyedeki değerleri nedeni ile, Ballard (1992) tarafından önerilen 13 soruluk MCSD ölçeği kullanılmasına karar verilmiştir.

Araştırmada kullanılan ikinci SKAY ölçek AMSD ölçeğidir. İlk olarak Larsen, Martin, Ettinger ve Nelson (1976) tarafından literatüre sokulmuş olan bahse konu ölçek, Martin (1984) tarafından yapılan müteakip çalışmada bazı sorularda düzeltmeler yapılarak güncellenmiştir. Bu araştırmada kullanılan ölçeğin son hali ise 20 soru barındırmaktadır.

Üçüncü olarak kullanılan ölçek ise Paulhus (1991) tarafından önerilen 40 soruluk iki boyutlu BIDR ölçeğidir. Bu boyutlar her biri 20 sorudan oluşan öz-aldanma ve izlenim yönetimidir. Bu ölçek en çok kullanılan ölçeklerden birisidir ve yeterli güvenilirlik ve birleşen/ayrışan geçerliliğe sahiptir (Paulhus, 1998a; Bobbio and Manganelli, 2011).

Günümüze kadar BIDR için beş adet kısa versiyon literatürde önerilmiştir (Steenkamp et al., 2010; Bobbio and Manganelli, 2011; Hart et al., 2015; Asgeirsdottir et al., 2016; Subotić et al., 2016). Bu çalışmalar yakinen incelendiğinde sadece dört tanesinin analitik yaklaşımla oluşturulduğu görülmektedir. Söz konusu çalışmalar karşılaştırıldığında Hart vd. (2015) tarafından önerilen ölçeğin uygun olduğu görülmüştür. Bu çalışmanın seçilmesinin temel sebebi, iyi seviyedeki korelasyon analiz sonuçları ve titiz model oluşturma sürecidir.

Bu araştırmada kullanılan son SKAY ölçeği ise Stöber (2001) tarafından öne sürülen SDS – 17 ölçeğidir. Bu ölçek, SKAY literatüründe çok bilinmeyen, görece olarak yeni bir ölçektir. Tatman ve Kreamer (2014), dört adımda gerçekleştirdiği çalışmalarında SDS – 17 ölçeğinin iyi seviyede güvenilirlik, geçerlilik ve ardıl test korelasyon değerleri verdiğini raporlamışlardır. Sonuç olarak bu ölçek, Stöber (2001) tarafından da önerildiği gibi "yasal olmayan maddeler kullandım" sorusu çıkartılarak 16 sorusu ile çalışmaya ithal edilmiştir.

Bu çalışmada kullanılan ölçekler orjinal formatında İngilizce dilinde alınmıştır. Çalışma Türkiye'de gerçekleştirildiği için sorular Türkçe'ye çevrilmiştir. Çalışmanın amacına hizmet edebilmesi ve soruların daha iyi anlaşılabilmesi maksadıyla iki aşamalı bir çevirme süreci izlenmiştir. İlk olarak sorular bir uzman tarafından çevrilmiş ve ardından başka bir kişiye hata kontrolü yaptırılmıştır. Daha sonra dört kişiden oluşan bir akademisyen takımı tarafından her bir çevrilen soru incelenerek, soruların orjinal formu ile uyumlu olup olmadığı ve kültürel/çevresel bağlamda bir aykırılık taşıyıp taşımadığı kontrol edilerek son düzeltmeler yapılmıştır.

4.4. Prosedür

Araştırmanın doğası gereği, bir ay aralıkla iki anket uygulaması yapılmıştır. Çalışmanın temel amacı çerçevesinde, araştırmacılar tarafından anonimlik manipüle edilmiş ve edilmemiş olan anket uygulamasına katılanların, kendileri farkına varmadan aynı kişiler olması sağlanmıştır. Bazı araştırmacılar anonim olarak toplanmış öz raporlama verisinin yanlılığa daha az eğilimli olduğunu belirtse de (Richman et al., 1999; Lajunen and Summala, 2003; Mühlenfeld, 2005; Bell and Naugle, 2007), farklı sonuçlar raporlayan araştırmacılar da mevcuttur (Lelkes et al., 2012; Dodou and de Winter, 2014). Bu nedenle anonimlik derecesine dikkat edilmiş olup, bu kapsamda 34 öğrenci üzerinde ön test yapılarak manipülasyonun işe yaradığı görülmüştür.

İlk ana anket uygulaması t_1 zamanında katılımcıların farkındalığının olmamasından faydalanmak maksadı ile anonimlik koşulu sağlanarak gerçekleştirilmiştir. Bu ilk anket uygulamasında, katılımcılara kağıt-kalem formatında kendi kendine uygulanan anketler dağıtılmıştır. Bu anket formu sadece ölçek sorularını barındırmış ve katılımcıların herhangi bir kişisel bilgisi talep edilmemiştir. Bu uygulamada farklı bölümlerden araştırma görevlilerin yardımı ile anketler uygulanmış, öğrencilerin oturma yerleri gizlice kaydedilmiştir. Anketteki tek talimat; "Lütfen anketleri bitirdikten sonra masada bırakın, araştırma görevlisi tarafından toplanacaktır" olmuştur. Bu nedenle katılımcıların bilgileri kolaylıkla toplanmıştır. İlk anket uygulaması sonucunda 149 kişiden anket verisi toplanmıştır.

Yaklaşık olarak bir ay sonra t_2 zamanında sorular itibari ile aynı tipte ancak talimat farkı bulunan kalem-kağıt anketi t_1 zamanındaki aynı katılımcılara uygulanmıştır. Anket mod seçiminde SKAY açısından farklı bulgular bulunsa da

(Hancock and Flowers, 2001; Dodou and de Winter, 2014), kalem-kağıt (diğer adlarıyla geleneksel veya yüz-yüze) anket yöntemi genel olarak araştırmacılar tarafından kullanılan ve SKAY'nın yüksek seviyede etkileyebileceği bir seçenek olarak değerlendirilmektedir (Lautenschlager and Flaherty, 1990; Presser and Stinson, 1998; Booth-Kewley et.al., 2007; Heerwegh, 2009; Roxas and Lindsay, 2012). Dolayısıyla t_2 zamanında SKAY'nın etkilerini artırabilmek için bu anket tekniğinin kullanılmasına karar verilmiştir. Ayrıca anonimliği daha da azaltmak ve SKAY'nın etkisini artırmak için aşağıdaki hususlar uygulanmıştır:

1. Anket uygulaması öğrencilerin ana derslerine giren akademisyenlerin yakın takibi altında icra edilmiştir.
2. Anketin başında katılımcıların isim, soyisim, öğrenci numarası gibi detaylı kimlik bilgilerinin istendiği bir bölüm konulmuş ve katılımcılardan ankete başlamadan önce bu bölümün doldurulması talep edilmiştir.
3. İlaveten, anonimliği azaltmak ve manipülasyonu sağlamak için anketörler uygulamanın başında aşağıdaki talimatı okuuşlardır;

"Sevgili öğrenci, veritabanı hatasından dolayı, aşağıdaki anket formu size ikinci defa sunulmaktadır. Lütfen kişisel bilgilerinizi girin ve her soruyu dikkatlice okuyarak cevaplayın. Bütün veriler araştırma görevlileri tarafından kontrol edilerek bilgisayar ortamına aktarılacaktır."

T_2 zamanındaki anket iki bölümden oluşmaktadır. İlk bölümde talimat ve katılımcının kişisel bilgilerine ait sorular bulunmakta ikinci bölümde ise ölçeklere ait sorular yer almaktadır. İkinci anket uygulamasına katılım sayısı çeşitli sebeplerle 129'a düşmüştür (Derse gelmeme, kişisel bilgileri girmeme, sorulara cevap vermeme vb.)

İkinci anket uygulamasının sonlandırılmasından hemen sonra tüm katılımcılar çalışmanın özellikleri, amacı ve deneysel tasarımı hakkında bilgilendirilmiştir. Süreçler hakkındaki açıklamalar Gebze Teknik Üniversitesi Etik Prensipler ve Etik Komitesi Yönetmeliğine uygun olarak yapılmıştır.

Katılımcılardan veriler alındıktan sonra gerekli analizleri yapmak için SPSS paket programı kullanılmıştır. Takip eden bölümde icra edilen analizler hakkında detaylı bilgiler ve analizlerin amaçları hakkında detaylı açıklamalar yer almaktadır.

5. İSTATİSTİK ANALİZLER

Özet olarak bu çalışmada yapılan analizler aynı katılımcılardan farklı ortamlarda ve bir aylık zaman diliminde toplanan iki veri setinin karşılaştırmasını içermektedir.

Araştırma kapsamında ilk olarak, katılımcıların demografik özelliklerini ortaya koymak maksadıyla frekans analizi yapılmıştır. Ardından ölçeklerin güvenilirlik ve geçerliliklerini ölçmek maksadıyla münferit analizler yapılmıştır. Ardından ölçeklere ait çapraz korelasyonlar tanımlayıcı istatistikler ile birlikte verilmiştir. Karşılaştırma bölümünde ise t_1 ve t_2 zamanlarında toplanan veriler ikili karşılaştırma t-test analizine tabi tutularak iki veri seti arasında ne kadar anlamlı fark olduğu tespit edilmeye çalışılmıştır. Son olarak ise t_1 zamanındaki SKAY ölçekleri ile diğer etik davranış ölçekleri arasındaki çapraz korelasyonlar hangi SKAY ölçeğinin veya altölçeğinin daha hassas olduğunu görmek maksadıyla incelenmiştir.

5.1. Örneklemin Özellikleri

Tablo 5.1'de görüldüğü üzere, katılımcıların %85.6'lık kısmı erkeklerden ve %40.8'i ise 20-21 yaşlarındaki öğrencilerden oluşmaktadır. Katılımcıların büyük bir kısmının (%61) ailesi 2000-5000 Türk Lirası arasında gelire sahiptir. Örnekleme ait detaylı demografik bilgiler Tablo 5.1'de sunulmuştur.

Tablo 5.1: Örneklem Karakteristikleri

	Frekans	**Yüzde(%)**
Cinsiyet		
Erkek	101	85.6
Kadın	17	14.4
Yaş		
18-19	31	26.2
20-21	48	40.8
22-23	23	19.5
24+	16	13.5
Aile Toplam geliri		
2.000'den az	3	2.5
2.000-5.000	72	61
5.001-10.000	29	24.6
10.000'den fazla	14	11.9
Toplam	118	100

5.2. Geçerlilik ve Güvenilirlik

Ölçeklerin geçerliliğini test etmek maksadıyla varimax döndürme metoduyla keşifsel faktör analizi (KFA) icra edilmiştir. KFA, veri setlerinde doğrudan gözlemlenemeyen yapıları tespit etmek maksadıyla kullanılmaktadır. Bu analiz büyük veri setleri içerisindeki yapıları ortaya çıkararak araştırmacının çıkarım yapmasını kolaylaştırmaktadır (Hair et al. 2010). Ayrıca, Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) Örneklem yeterlilik testi ve Bartlett küresellik testi icra edilerek veri setinin faktör analizine uygun olup olmadığı test edilmiştir. Nakip (2006)'e göre 0,650 değerleri üzerindeki KMO değerleri ile 0,01 değerinden düşük anlamlılık değerleri veri setinin faktör analizine uygun olduğunu göstermektedir. Tablo 5.2'de gösterilen sonuçlara göre sadece BIDR ölçeği uygun gözükmemekte ancak çok düşük bir fark olması ve ölçeğin araştırmadaki önemli yeri nedeni ile araştımaya mevcut şekli ile devam edilmesine karar verilmiştir.

Tablo 5.2: KMO ve Bartlett Testleri

Test İsmi	**MCSD**	**BIDR**	**AMSD**	**17-SDS**	**Bağımlı Değişkenler**
Kaiser-Meyer-Olkin Örneklem Yeterlilik Testi	.688	.643	.722	.711	.836
Bartlett Küresellik Testi	.000	.000	.000	.000	.000

Literatürde SKAY ölçeklerini detaylı bir şekilde karşılatıran bir araştırma olmadığından bu araştırmada ilk olarak SKAY ölçekleri KFA analizine tabi tutularak uyumsuz sorular çıkarılmış ve gizil alt gruplar tespit edilmiştir. Gizil alt boyutların farklı ölçüm zamanlarında ve şartlarında tutarlı bir görünüm sergilemesi beklendiğinden bu analizde t_1 ve t_2 zamanlarındaki veriler dikey olarak birleştirilerek KFA analizi gerçekleştirilmiştir. Daha sonra elde edilen boyutların Cronbach Alfa katsayısı ile güvenilirlikleri değerlendirilmiştir.

Marlowe – Crowne SKAY ölçeği için icra edilen KFA ve güvenilirlik analizi Tablo 5.3'te gösterilmiştir. Kullanılan ölçekteki 8.nci soru geçerliliği menfi olarak etkilediği için çıkarılmıştır.

Tablo 5.3: Marlowe-Crowne SKAY Ölçeği için KFA ve Güvenilirlik Analizi

Ölçek	Sorular	Güvenilirlik Alfa Katsayısı	Boyut 1	Boyut 2	Boyut 3	Boyut 4
Marlowe-Crowne Ölçeği	MC5- Bazı sorumluluklardan kaçmak için hasta rolü oynadığımı hatırlıyorum.	,606	,760			
	MC3- Haklı olduklarını bilmeme rağmen otoriteye karşı isyan etmek isteğim zamanlar oldu.		,688			
	MC6- Kendi çıkarlarım için insanları kullandığım zamanlar oldu.		,583			
	MC11- Çok şanslı oldukları için bazı insanları kıskandığım zamanlar oldu.		,523			
	MC12- İnsanlar benden bir iyilik istediğinde bazen rahatsız olurum.	,517		,709		
	MC2- Daha önce birkaç kere bir işi yapmak için yetersiz olduğumu düşünerek o işi yapmaktan vazgeçtiğim oldu.			,655		
	MC1- İşlerim yolunda gitmediğinde bazen asabileşebiliyorum.			,652		
	MC10- İnsanlar benimkinden çok farklı fikirler ortaya koyduğunda bundan hiç rahatsız olmam.	,365			,683	
	MC7- Her hata yaptığımda hatamı kabul ederim.				,634	
	MC4- Kimle konuşursam konuşayım, hep iyi bir dinleyiciyimdir.				,619	
	MC9- Her zaman kibar bir insanımdır, çekilmez insanlara karşı bile.	,376				,810
	MC13- Hiçbir zaman bilerek birisinin duygularını incitecek sözler sarf etmedim.					,591

BIDR SKAY ölçeği için icra edilen KFA ve güvenilirlik analizi Tablo 5.4'te gösterilmiştir. Kullanılan ölçekteki "İzlenim Yönetimi" boyutundan 1, 2 ve 7.nci sorular, "öz-yanılım" boyutundan ise 8.nci soru geçerliliği menfi olarak etkilediği için çıkarılmıştır.

Tablo 5.4: BIDR SKAY Ölçeği için KFA ve Güvenilirlik Analizi

Ölçek	Sorular	Güvenilirlik Alfa Katsayısı	Boyut 1	Boyut 2	Boyut 3	Boyut 4
BIDR Ölçeği	BIDRSDE2- Neyi neden sevdiğimi her zaman bilirim.	,629	,707			
	BIDRSDE7- Verdiğim kararlardan oldukça eminimdir.		,706			
	BIDRSDE4- Kararlarımdan hiçbir zaman pişmanlık duymam.		,603			
	BIDRSDE1- Kendime karşı her zaman dürüst değilimdir.		-,579			
	BIDRSDE6- Tamamen mantıklı bir insanımdır.		,546			
	BIDRIM3- Kendi çıkarlarım için insanları kullandığım zamanlar oldu.	,601		,778		
	BIDRIM4- Bazen bana yapılan hataları affedip unutmak yerine intikam almaya çalışırım.			,738		
	BIDRIM5- Bir arkadaşımın arkasından onun hakkında kötü şeyler söylediğim oldu.			,660		
	BIDRSDE5- Bazen, yeterince hızlı karar veremediğim için fırsatları kaçırırım.	,476			,826	
	BIDRSDE3- Rahatsız edici bir düşünceyi kafamdan atmakta zorlanırım.				,736	
	BIDRIM6- İnsanları özel bir konuda konuştuğunu anlarsam, dinlemekten kaçınırım.	,455				,886
	BIDRIM8- Diğer insanların özel hayatı hakkında dedikodu yapmam.					,595

AMSD SKAY ölçeği için icra edilen KFA ve güvenilirlik analizi Tablo 5.5'te gösterilmiştir. Kullanılan ölçekteki 2, 9, 10, 12, 13 ve 15.nci sorular geçerliliği menfi olarak etkilediği için çıkarılmıştır.

Tablo 5.5: AM SKAY Ölçeği için KFA ve Güvenilirlik Analizi

Ölçek	Sorular	Güvenilirlik Alfa Katsayısı	Boyut 1	Boyut 2	Boyut 3	Boyut 4
AMSD Ölçeği	AM5- İnsanlarla iyi geçinmek ve sevilmek için onların beklentilerine yönelik hareket ederim.	,690	,694			
	AM4- Fikrimi (veya bir işi yapış şeklimi) başka birini memnun etmek için değiştiririm.		,659			
	AM17- Önemli kişileri pohpohlamak akıllıcadır.		,635			
	AM6- Grubun ortak fikrine karşı bir düşüncem olduğunda bunu dile getirmekte zorlanırım.		,631			
	AM14- İnsanları idare etmenin en iyi yolu onlarla hemfikir olmak ve		,568			

	onlara duymak istediklerini söylemektir.					
	AM1- Benzer bir olay karşısında farklı insanlara göre farklı tepkiler veririm.	,511		,703		
	AM3- Çoğu zaman ne yapmam gerektiği konusunda karar verirken kendimi yazı-tura atarmış gibi hissederim.			,690		
	AM8- Bazen hayatımın gidişatı üzerinde yeterince kontrolümün olmadığını düşünüyorum.			,673		
	AM18- Sosyal ortamlarda, insanların sevmeyeceği bir şey söylemek veya yapmaktan çekindiğim için dikkatli davranırım.	,497			,686	
	AM7- Bir kişi doğru olduğunu düşünse bile toplum içinde, başkalarına yanlış gelen şeyleri yapmaktan kaçınmalıdır.				,678	
	AM11- Bir kişinin benim hakkımda kötü düşündüğünü duyduğumda, bu kişiyle bir sonraki görüşmemde iyi bir izlenim bırakmak için elimden geleni yaparım.				,583	
	AM19- İnsanlar benimle aynı fikirde olmadığında genellikle duruşumu değiştirmem.	,431				,692
	AM16- Birisi beni eleştirdiğinde veya benimle ilgili bir şey söylediğinde bunu olgunlukla karşılarım.					,674
	AM20- Bir kişinin kaç tane arkadaşının olduğu, onun ne kadar iyi bir insan olduğuna bağlıdır.					-,576

SDS – 17 SKAY ölçeği için icra edilen KFA ve güvenilirlik analizi Tablo 5.6'da gösterilmiştir. Kullanılan ölçekteki 1, 2, 7, 8, 14 ve 15.nci sorular geçerliliği menfi olarak etkilediği için çıkarılmıştır.

Tablo 5.6: SDS - 17 SKAY Ölçeği için KFA ve Güvenilirlik Analizi

Ölçek	Sorular	Güvenilirlik Alfa Katsayısı	Boyut 1	Boyut 2	Boyut 3
SDS,- 17 Ölçeği	17-SDS16- Bazen karşımdakinden bir beklentim olduğu için ona yardım ederim.	,661	,753		
	17-SDS6- Kendi çıkarlarım için insanları kullandığım oldu.		,706		
	17-SDS10- Bazen başkalarının arkasından kötü konuştuğum olur.		,668		
	17-SDS5- Bazen canım sıkkın olduğunda bunun acısını başkalarından çıkarırım.		,624		
	17-SDS12- Stresli olduğum durumlarda bile diğer insanlara arkadaşça ve kibarca yaklaşırım.	,602		,707	
	17-SDS4- Benim düşüncelerimle uyuşmasa bile, diğer insanların düşüncelerini her zaman anlayışla karşılarım.			,677	
	17-SDS3- Trafikte başkalarına karşı her zaman nazik ve saygılıyımdır.			,644	

	17-SDS13- Tartışmalar esnasında her zaman tarafsız ve gerçekçi davranırım.			,567	
	17-SDS11- Asla başkalarının sırtından geçinmem.	,468			,788
	17-SDS9- Bir söz verdiğimde ne olursa olsun o sözü tutarım.				,788

Bu araştırmada kullanılan bağımlı değişkenlerin beklendiği üzere iyi seviyede güvenilirlik ve geçerlilik değerlerine sahip olduğu görülmüştür. Analiz sonuçları Tablo 5.7'de sunulmuştur.

Tablo 5.7: Bağımlı Değişkenler için KFA ve Güvenilirlik Analizi

Ölçek	**Sorular**	**Güvenilirlik Alfa Katsayısı**	**Faktör Yükleri**		
Kişisel Fedakarlık	PS6- Hava kirliliğinin azaltılabilmesi için her ay ödediğim faturalara bir lira daha eklenmesine razı olabilirim.	,859	,846		
	PS5- Devletin çevre kirliliğini daha iyi kontrol edebilmesini desteklemek için %5 daha fazla vergi ödemeye razı olabilirim.		,825		
	PS7- Doğal kaynakların daha akıllıca kullanılmasını sağlayacaksa ailemin gelecek yıl toplam giderlerinin 120 lira artmasına razı olabilirim.		,811		
	PS8- Benim için hesaplı olmasa bile çevreyi kirleten işletmelerin ürünlerini almaktan vazgeçebilirim.		,649		
	PS3- Çevreyi iyileştirmek için çaba harcayan bir kuruma bir günlük kazancımı bağışlayabilirim.		,612		
	PS9- Kısa vadede sonuçlarını göremesem bile çevre kirliliğini azaltmak maksadıyla kişisel fedarkarlıklar gösterebilirim.		,583		
	PS2- Hava kirliliğini azaltmak amacıyla gideceğim yere bisiklet veya toplu taşıma ile gidebilirim.		,522		
Kişisel Normlar	EB3- Çevrenin korunması, iyileştirilmesi konusunda elimden gelen tüm gayreti göstermek benim için ahlaki bir zorunluluktur.	,763		,822	
	EB1- Konforundan feragat etmem gerekse bile çevreyi korumak için elimden geleni yapmak benim için ahlaki bir zorunluluktur.			,821	
	EB2- Daha pahalı olsa bile çevre dostu ürünler satın almak benim için bireysel ve ahlaki bir zorunluluktur.			,802	
	EB4- Daha pahalı olsa bile çevreye duyarlı şirketlerin ürünlerini satın almak benim için bireysel, ahlaki bir zorunluluktur.			,725	
Korsan Kullanım	CI1- Müzikleri satın almaktansa internetten indiririm.	,842			,842
	CI3- Filmlere ödeme yapmaktansa illegal olarak edinirim.				,802
	CI2- Bir markanın orjinal ürününü almaktansa taklidini tercih ederim.				,773
	CI4- Bir kitabı satın almaktansa illegal olarak indirir veya kopyasını edinirim.				,628

Keşifsel analizler için alfa güvenilirlik katsayısının 0,60 üzerinde olması (Robinson et al., 1991) ve faktör yüklerinin 0,5 üzerinde olması (Hair et al., 2010) yeterli olarak görülmektedir. Ancak SKAY ölçeklerinin genel olarak psikometrik özelliklerinin düşük olması nedeniyle araştırmaya, daha geçerli ve güvenilir olan SKAY ölçeklerinin alt boyutlarının değerlendirilmesi süreciyle devam edilmesine karar verilmiştir.

Tüm alt boyutlar göz önüne alındığında sadece bir kaçının yeterli güvenilirlik seviyesine sahip olduğu görülmüştür. Bu boyutlar MCSD ölçeğinden 4 soruluk bir alt boyut, BIDR ölçeğinden 5 ve 3 soruluk iki alt boyut, AMSD ölçeğinden 5 soruluk bir alt boyut ve SDS-17 ölçeğinden 4'er soruluk iki alt boyuttur.

Geçerlilik ve güvenilirlik araştırması bu araştırmanın ana amacı olmamasına ragmen doğru ölçek seçiminde önemli bir paya sahiptir. Bu nedenle geçerlilik ve güvenilirlik analizlerinden sonra alt boyutların tanımlayıcı istatistikleri ve çapraz korelasyonlarının gösterimine geçilmiştir.

5.3. Tanımlayıcı İstatistikler

T_1 anındaki veri setinden elde edilen tüm ölçek ve alt boyutların son haliyle çapraz korelasyonları ve tanımlayıcı istatistikleri Tablo 5.8'de sunulmuştur.

Tablo 5.8. T_1 için Korelasyonlar ve Tanımlayıcı İstatistikler

Ölçekler ve Alt Boyutlar	Ort.	Std. S.	Korelasyonlar																	
			MC-Boy 1	MC-Boy 2	MC-Boy 3	MC-Boy 4	SDE-Boy 1	SDE-Boy 2	IM-Boy 1	IM-Boy2	AM-Boy 1	AM-Boy 2	AM-Boy3	AM-Boy4	SDS-Boy 1	SDS- Boy 2	SDS-Boy 3	KF	KK	KN
MC-Boy 1	25,099	,89912	1																	
MC-Boy 2	31,822	,77410	**,318****	1																
MC-Boy 3	38,898	,61949	-,188*	-,216*	1															
MC-Boy 4	32,542	,97566	**-,256****	-,045	,068	1														
SDE-Boy 1	34,653	,63641	-,099	-,234*	,228*	,018	1													
SDE-Boy 2	37,415	,90519	**,316****	,177	-,018	-,131	-,156	1												
IM-Boy 1	26,059	,94599	**,530****	**,432****	**-,301****	**-,353****	-,101	,003	1											
IM-Boy 2	37,288	,93745	-,146	-,225*	,117	,120	,116	-,015	-,154	1										
AM-Boy 1	23,119	,80844	,106	**,302****	-,155	,130	-,072	,082	,160	-,151	1									
AM-Boy 2	35,198	,81480	**,295****	**,460****	-,087	-,042	**-,331****	**,367****	**,246****	,033	,003	1								
AM-Boy 3	29,520	,91757	-,077	-,082	,046	,061	,019	-,049	-,030	,003	**,340****	-,078	1							
AM-Boy 4	39,011	,78150	-,044	-,108	,222*	,031	-,017	,094	-,142	,133	**-,314****	,014	-,066	1						
SDS-Boy 1	27,013	,88570	**,579****	**,415****	**-,356****	**-,237****	-,108	,135	**,709****	-,218*	,378**	,221*	,001	-,205*	1					
SDS-Boy 2	35,473	,73270	-,202*	-,263**	,379**	**,388****	,118	-,067	**-,423****	**,252****	-,003	-,208*	,013	,234*	**-,398****	1				
SDS-Boy 3	40,508	,87313	-,042	,027	,232*	,153	,017	,074	-,167	,197*	-,230*	,007	-,020	**,275****	-,211*	**,315****	1			
KF	35,839	,86641	-,228*	**-,296****	,137	,023	,215*	-,149	-,112	,204*	-,042	-,222*	**,306****	-,007	-,228*	,183*	,048	1		
KK	31,838	,99589	,149	,111	-,104	-,167	-,125	,134	,169	-,096	,134	,081	,209*	-,047	**,267****	-,154	-,169	-,227*	1	
KN	37,040	,86828	**-,277****	**-,240****	,238*	,093	**,250****	-,155	-,156	,112	-,087	-,212*	,229*	,126	**-,257****	,225*	,175	**,561****	-,028	1

* 0.05 Anlamlılık seviyesinde Korelasyon, ** 0.01 Anlamlılık seviyesinde Korelasyon, MC Marlowe-Crowne SKAY Ölçeği, SDE Self-Deceptive Enhancement Ölçeği, IM Impression Management Ölçeği, AM Approval Motivation Ölçeği, SDS SDS-17 Ölçeği, KF Kişisel Fedakarlık Ölçeği, KK Korsan Kullanım Ölçeği, KN Kişisel Normlar Ölçeği

T_2 anındaki veri setinden elde edilen tüm ölçek ve alt boyutların son haliyle çapraz korelasyonları ve tanımlayıcı istatistikleri Tablo 5.9'da sunulmuştur. (Terimler önündeki x harfi ölçeğin verisinin t_2 anına ait olduğunu göstermektedir).

Tablo 5.9. T_2 için Korelasyonlar ve Tanımlayıcı İstatistikler

Ölçekler ve Alt Boyutlar	Ort.	Std. S.	Korelasyonlar																	
			xMC-Boy 1	xMC-Boy 2	xMC-Boy 3	xMC-Boy 4	xSDE-Boy 1	xSDE-Boy 2	xIM-Boy 1	xIM-Boy2	xAM-Boy 1	xAM-Boy 2	xAM-Boy3	xAM-Boy4	xSDS-Boy 1	xSDS-Boy 2	xSDS-Boy 3	xKF	xKK	xKN
xMC-Boy 1	23,227	,74969	1																	
xMC-Boy 2	31,017	,68978	**,417****	1																
xMC-Boy 3	38,616	,68400	-,182*	-,129	1															
xMC-Boy 4	32,415	,90046	-,113	-,044	**,302****	1														
xSDE-Boy 1	35,627	,64262	-,221*	**-,389****	**,419****	,122	1													
xSDE-Boy 2	35,381	,82472	,190*	,264**	,062	,094	-,155	1												
xIM-Boy 1	24,294	,81778	**,505****	**,302****	-,120	-,169	**-,249****	,138	1											
xIM-Boy 2	38,475	,80466	**-,285****	-,177	**,303****	,190*	**,349****	,086	-,207*	1										
xAM-Boy 1	21,432	,73557	,224*	,182*	,034	,141	-,196*	,169	**,384****	,006	1									
xAM-Boy 2	32,712	,78803	**,326****	,220*	-,072	-,091	**-,423****	**,267****	**,401****	-,181*	**,274****	1								
xAM-Boy 3	28,870	,90605	-,033	,028	,212*	**,266****	-,047	,149	,019	,160	**,426****	,034	1							
xAM-Boy 4	40,480	,64535	-,064	-,107	,159	,046	**,382****	-,127	**-,248****	,088	**-,368****	-,220*	**-,341****	1						
xSDS-Boy 1	25,021	,79830	**,604****	**,397****	-,126	-,059	-,208*	**,284****	**,738****	**-,244****	**,486****	**,380****	,126	-,209*	1					
xSDS-Boy 2	37,140	,58037	**-,272****	-,219*	**,405****	**,356****	**,420****	,025	-,317**	**,363****	-,054	**-,274****	,034	**,271****	-,184*	1				
xSDS-Boy 3	41,992	,85769	-,214*	**-,251****	,132	,042	**,243****	-,159	-,113	,215*	-,162	,054	-,081	,127	-,228*	,100	1			
xKF	38,386	,81910	-,229*	**-,260****	,124	,200*	**,399****	-,199*	-,137	**,373****	-,075	-,151	,147	,218*	-,171	,183*	,138	1		
xKK	30,121	,92436	**,261****	**,318****	-,194*	-,089	-,191*	,157	**,426****	-,065	,132	,156	,107	-,007	**,428****	-,091	,021	-,175	1	
xKN	38,034	,86093	-,175	-,153	,082	**,295****	,215*	-,019	-,034	,217*	-,118	-,123	,008	,201*	-,096	**,347****	,158	**,454****	-,030	1

* 0.05 Anlamlılık seviyesinde Korelasyon, ** 0.01 Anlamlılık seviyesinde Korelasyon, MC Marlowe-Crowne SKAY Ölçeği, SDE Self-Deceptive Enhancement Ölçeği, IM Impression Management Ölçeği, AM Approval Motivation Ölçeği, SDS SDS-17 Ölçeği, KF Kişisel Fedakarlık Ölçeği, KK Korsan Kullanım Ölçeği, KN Kişisel Normlar Ölçeği

5.4. T_1 ve T_2 Karşılaştırma Testi

İkili karşılaştırma fark t-testi t_1 ve t_2 anında elde edilen verilerin arasında anlamlı bir fark olup olmadığını görmek maksadıyla icra edilmiştir. Bu analizde her bir ölçek ve alt boyut ayrı ayrı karşılaştırılarak manipülasyona olan hassasiyetleri incelenmiştir. Ayrıca genel olarak manipülasyon sürecinin işe yarayıp yaramadığı gözlemlenmiştir. SPSS paket programından alınan fark testi sonuçları Tablo 5.10'da sunulmuştur. Anlamlı olan farklılıklar kalın olarak yazılmıştır.

Tablo 5.10. İkili Karşılaştırma Fark T-Testi

Eşler		Eşleşme Farklılıkları							t	df	Anl. (2-Kuyruk)
		Ort. t_1	Ort. t_2	Ortalama Farklılıkları	Std. Sapma	Std. Hata Ortalaması	95% Güvenilirlik Seviyesinde Fark Aralıkları				
							Alt	Üst			
Eş 1	**MCDim1 - xMCDim1**	**2,5099**	**2,3227**	**,18715**	**,87814**	**,08084**	**,02705**	**,34724**	**2,315**	**117**	**,022**
Eş 2	MCDim2 - xMCDim2	3,1822	3,1017	,08051	,74877	,06893	-,05600	,21702	1,168	117	,245
Eş 3	MCDim3 - xMCDim3	3,8898	3,8616	,02825	,77051	,07093	-,11223	,16872	,398	117	,691
Eş 4	MCDim4 - xMCDim4	3,2542	3,2415	,01271	,93704	,08626	-,15812	,18355	,147	117	,883
Eş 5	**SDEDim1 - xSDEDim1**	**3,4653**	**3,5627**	**-,09746**	**,57236**	**,05269**	**-,20181**	**,00689**	**-1,850**	**117**	**,067**
Eş 6	**SDEDim2 - xSDEDim2**	**3,7415**	**3,5381**	**,20339**	**100,477**	**,09250**	**,02021**	**,38657**	**2,199**	**117**	**,030**
Eş 7	**IMDim1 - xIMDim1**	**2,6059**	**2,4294**	**,17655**	**103,964**	**,09571**	**-,01299**	**,36610**	**1,845**	**117**	**,068**
Eş 8	IMDim2 - xIMDim2	3,7288	3,8475	-,11864	,92144	,08483	-,28664	,04935	-1,399	117	,165
Eş 9	**AMDim1 - xAMDim1**	**2,3119**	**2,1432**	**,16864**	**,83479**	**,07685**	**,01645**	**,32084**	**2,195**	**117**	**,030**
Eş 10	**AMDim2 - xAMDim2**	**3,5198**	**3,2712**	**,24859**	**,95401**	**,08782**	**,07466**	**,42252**	**2,831**	**117**	**,005**
Eş 11	AMDim3 - xAMDim3	3,9520	2,8870	,06497	104,346	,09606	-,12527	,25521	,676	117	,500
Eş 12	**AMDim4 - xAMDim4**	**3,9011**	**4,0480**	**-,14689**	**,83864**	**,07720**	**-,29979**	**,00600**	**-1,903**	**117**	**,060**
Eş 13	**SDSDim1 - xSDSDim1**	**2,7013**	**2,5021**	**,19915**	**,86699**	**,07981**	**,04109**	**,35722**	**2,495**	**117**	**,014**
Eş 14	**SDSDim2 - xSDSDim2**	**3,5473**	**3,7140**	**-,16667**	**,71204**	**,06555**	**-,29648**	**-,03685**	**-2,543**	**117**	**,012**
Eş 15	**SDSDim3 - xSDSDim3**	**4,0508**	**4,1992**	**-,14831**	**,95253**	**,08769**	**-,32196**	**,02535**	**-1,691**	**117**	**,093**
Eş 16	**KF – xKF**	**3,5839**	**3,8386**	**-,26675**	**,78134**	**,07255**	**-,41045**	**-,12305**	**-3,677**	**115**	**,000**
Eş 17	**KK – xKK**	**3,1838**	**3,0121**	**,16020**	**,95358**	**,08854**	**-,01518**	**,33558**	**1,809**	**115**	**,073**
Eş 18	KN - xKN	3,7040	3,8034	-,10725	,88871	,08287	-,27142	,05692	-1,294	114	,198

5.5. Korelasyonların Karşılaştırılması

Hassasiyet hususunu daha iyi inceleyebilmek maksadıyla özel bir korelasyon analizi icra edilerek karşılaştırmalar yapılmıştır. Bu özel analizde bağımlı değişkenlerin t_1 ve t_2 anlarındaki verileriyle SKAY alt boyutlarının t_1 anındaki veri seti çarpraz korelasyon testine tabi tutulmuştur. Bu prosedürün maksadı, SKAY ölçeklerine ait alt boyutlarının bağımlı ölçeklerde t_1 anındaki mevcut yanlılığı ve t_2 anında yeni oluşan yanlılığı tespit edebilme yeteneğini incelemektir. Sonuçlar Tablo 5.11'de sunulmuştur. Sonuçlara göre, SDE ölçeğinin ilk boyutu, AM ölçeğinin üçüncü boyutu SDS-17 ölçeğinin ilk boyutunun önemli korelasyon değerlerine sahip olduğu görülmüştür.

Tablo 5.11. Korelasyonların Karşılaştırılması

	KF (t_1)	**KF (t_2)**	**KK (t_1)**	**KK (t_2)**	**KN (t_1)**	**KN (t_2)**
MC Boyut1	**-,228***	-.133	.149	.153	**-,277****	**-,205***
MC Boyut2	**-,296****	**-,237***	.111	.119	**-,240****	-.142
MC Boyut3	.137	.129	-.104	-.012	**,238***	**,230***
MC Boyut4	.023	.032	-.167	-.082	.093	**,222***
SDE Boyut1	**,215***	**,197***	-.125	**-,205***	**,250****	.025
SDE Boyut2	-.149	**-,237***	.134	.041	-.155	-.087
IM Boyut1	-.112	-.140	.169	.078	-.156	-.163
IM Boyut2	**,204***	**,196***	-.096	-.036	.112	.172
AM Boyut1	-.042	-.100	.134	-.039	-.087	-.138
AM Boyut2	**-,222***	**-,226***	.081	.074	**-,212***	-.046
AM Boyut3	**,306****	**,227***	**,209***	-.065	**,229***	.055
AM Boyut4	-.007	-.059	-.047	.116	.126	-.001
SDS Boyut1	**-,228***	-.177	**,267****	**,202***	**-,257****	**-,201***
SDS Boyut2	**,183***	.096	-.154	-.005	**,225***	.143
SDS Boyut3	.048	-.058	-.169	-.114	.175	.030

* 0.05 Anlamlılık seviyesinde Korelasyon, ** 0.01 Anlamlılık seviyesinde Korelasyon, MC Marlowe-Crowne SKAY Ölçeği, SDE Self-Deceptive Enhancement Ölçeği, IM Impression Management Ölçeği, AM Approval Motivation Ölçeği, SDS SDS-17 Ölçeği, KF Kişisel Fedakarlık Ölçeği, KK Korsan Kullanım Ölçeği, KN Kişisel Normlar Ölçeği

5.6. Altboyutların Genel Karşılaştırması

Sonuçları daha iyi analiz edebilmek için çalışmada gerçekleştirilen analizlerin tamamını içeren bir tablo hazırlanmıştır. Tablo 5.12'de, Paulhus (2002) tarafından önerilen teorik altyapılara göre ölçeklerin sınıflandırması yapılmış, herbir alt ölçeğin güvenilirlik seviyesi ve sahip olduğu soru sayısı belirtilmiştir. Bunun yanısıra herbir alt ölçeğin SKAY manipülasyonuna olan hassasiyeti tabloda yer almıştır. Son olarak ise toplam anlamlı korelasyon sayısı tabloda gösterilmiştir. Bu sayılar özellikle önemlidir çünkü t_1, t_2 anındaki bağımlı değişkenler ile t_1 anındaki SKAY değişkenleri arasındaki anlamlı korelasyon sayılarını temsil etmektedir. Sadece t_1 anındaki SKAY ölçeklerinin kullanılmasının temel sebebi, araştırmanın ana hedefine paralel olarak araştırmacılara normal (anonim) test koşulları altında SKAY'nı tespit edebilecek ve kolayca uygulanabilecek bir ölçek seti sunmaktır.

Tablo 5.12. SKAY Alt Boyutlarının Genel Karşılaştırması

Altboyut	**Ölçeğin Teorik Sınıfı**	**Soru Sayısı**	**Güvenilirlik Seviyesi**	**Anonim Olmayan Koşullara Olan Hassasiyet**	**Anlamlı Korelasyon Sayısı**
MC Boyut1	Egoistik Cevaplama Eğilimi	4	0,606	Sensitive	3
MC Boyut2	Egoistik Cevaplama Eğilimi	3	0,517	Not Sensitive	3
MC Boyut3	Ahlaki Cevaplama Eğilimi	3	0,365	Not Sensitive	2
MC Boyut4	Ahlaki Cevaplama Eğilimi	2	0,376	Not Sensitive	1
SDE Boyut1	**Ahlaki Cevaplama Eğilimi**	**5**	**0,629**	**Sensitive**	**4**
SDE Boyut2	Egoistik Cevaplama Eğilimi	2	0,476	Sensitive	1
IM Boyut1	Egoistik Cevaplama Eğilimi	3	0,601	Sensitive	0
IM Boyut2	Ahlaki Cevaplama Eğilimi	2	0,455	Not Sensitive	2
AM Boyut1	Egoistik Cevaplama Eğilimi	5	0,690	Sensitive	0
AM Boyut2	Egoistik Cevaplama Eğilimi	3	0,511	Sensitive	3
AM Boyut3	Ahlaki Cevaplama Eğilimi	3	0,497	Not Sensitive	4
AM Boyut4	Ahlaki Cevaplama Eğilimi	3	0,431	Sensitive	0
SDS Boyut1	**Egoistik Cevaplama Eğilimi**	**4**	**0,661**	**Sensitive**	**5**
SDS Boyut2	Ahlaki Cevaplama Eğilimi	4	0,602	Sensitive	2
SDS Boyut3	Ahlaki Cevaplama Eğilimi	2	0,468	Sensitive	0

6. SONUÇ

Yıllardır süren araştırmalara rağmen, araştırmacılar hala sistematik bir hata kaynağı olan SKAY'nın olumsuz etkileri nedeniyle endişelenmektedirler. Ancak pazarlama alanında uzun zamandır süregelen konu hakkındaki ihmaller (King and Bruner, 2000) özellikle hassasiyet içeren alanlarda yapılan teorik çıkarımları temelden etkilemektedir. Bu kapsamda, bu çalışma asıl olarak hangi SKAY ölçeğinin yanlılığı daha hassas olarak tespit ettiğini belirlemeyi ve öz-raporlama tekniğini kullanan araştırmacılara kolay ve kullanışlı bir metod sunmayı amaçlamaktadır. Önceki çalışmalar bu araştırmada Marlowe-Crowne ölçeği, BIDR ölçeği, AM Ölçeği ve görece olarak yeni olan SDS-17 ölçeğinin kullanılmasına neden olmuştur. Bunun yanısıra, etik davranışlar ile ilgili üç bağımlı değişken kullanmak suretiyle SKAY değişkenlerinin hassasiyetlerinin gözlenmesi hedeflenmiştir. Bu amaçları yerine getirmek maksadıyla bir ay arayla iki anket uygulaması yapılmıştır. Daha sonra elde edilen veriler çeşitli analizlere tabi tutulmuş ve sonuçlar tartışılmıştır.

6.1. Tartışma

Araştırmada elde edilen bulgulardan birisi ikili karşılaştırma fark testlerinin önemli ölçüde farklar ile neticelenmesi olmuştur. Sonuçlara göre, karşılaştırmaların çoğunda, normal ve manipüle edilmiş veri setleri arasında anlamlı farklılıklar tespit edilmiştir. Bu sonuçlar gizlilik manipülasyonunun ve anketör seçiminin SKAY'nı ciddi bir şekilde etkilediğini ortaya koymaktadır. Gizliliğin artırılması SKAY'nı azaltırken (Mühlenfeld, 2005; Bell and Naugle, 2007), sosyal mesafenin azaltılması SKAY'nı artırmaktadır (King and Bruner, 2000). Dolayısıyla, arzu edilebilir cevaplama eğiliminin azaltılması için araştırmacıların gizlilik barındıran çevresel koşullarda anket uygulaması yapmasının ve yanıtlayıcılara ne yakın ne de uzak sosyal mesafeye sahip bir anketör seçilmesinin faydalı olacağı değerlendirilmektedir (Dohrenwend et al., 1968).

Diğer önemli ancak beklenen bulgu ise SKAY ölçeklerinin çoklu boyutlar içermesidir. Keşifsel faktör analizi sonuçlarına göre SKAY ölçeklerinin üç veya dört faktöre sahip olduğu görülmüştür. Bu sonuçlar, SKAY yapısı için tek boyut kavramının artık söz konusu olmayacağını göstermiş, Steenkamp vd. (2010) ve Paulhus (2017)'ın konu hakkındaki iddialarını doğrulamıştır. Daha önemli olan ise

birçok alt boyutun birbiri ile anlamlı korelasyona sahip olmamasıdır. Dikkat çeken korelasyonlar sadece MC, AM ve SDS ölçeklerinin ilk boyutları arasındadır. Bu durum, mevcut SKAY ölçeklerinin, Paulhus (2002) ve Abele vd. (2008) tarafından da belirtildiği üzere görünürdeki amaçlarından farklı olgular ölçüyor olabileceğini göstermektedir. Bu bulgular aynı zamanda söz konusu ölçeklerin formatif bir yapıda olabileceğine de işaret etmektedir. Örneğin, AMSD veya SDS-17 ölçeklerine ait sorular yakinen incelendiğinde kapsam bakımından çok farklı olgular içerdiği ve bazı soruların birbirinden ciddi anlamda ayrıldığı görülmektedir. Bahse konu durum aynı zamanda Tran vd. (2012) tarafından da tartışılmaktadır.

Keşifsel faktör analizinden elde edilen üç ya da dört faktör halihazırda Paulhus (2002) tarafından önerilen BIDR ölçeği ve en son Paulhus (2006) çalışmasında öne sürülen CIDR (Comprehensive Inventory of Desirable Responding) ölçeği gibi modellerin daha fazla irdelenmesi gerektiğini göstermektedir. Tek boyutlu olduğu raporlanan MCSD ölçeğinin bile bu kadar fazla boyut içermesi SKAY'ın tanımlanmasında daha fazla yol alınması gerektiğini göstermektedir. Şu an halihazırda en çok kulanılan BIDR ölçeklerinin bile kendi içinde bilinçli – bilinçaltı olarak ayrıldığının raporlanması (Steenkamp et al., 2010), Paulhus (2002) tarafından önerilen modelin SKAY'ı tanımlamada, ölçeğin hem bilinçli saptırmaları hem de kişilik özelliklerini ölçmesi nedeniyle yetersiz kaldığının raporlanması (Dodaj, 2012) bu iddiayı doğrular niteliktedir.

Ölçeklerin kendi iç dinamikleri ile ilişkili bulgulara göre BIDR ölçeğinden SDE boyutunun IM boyutuna göre daha geçerli bir görünüm sergilemiş olması Kam (2013) tarafından yapılan çalışmayı desteklemektedir. Ayrıca AMSD SKAY ölçeğinde elde edilen ve en çok varyans açıklayan alt boyutun Armeli et al. (1998) tarafından önerilen sorularla önemli ölçüde benzerlik içermesi de önemli bir sonuç olarak değerlendirilmektedir. Diğer taraftan Stöber (2001)'in SDS-17 ölçeğinin tek boyutlu olmaması bulgusu Tran vd. (2012) çalışması ile benzer sonuçlar içermektedir. Ancak bu konuda farklı sonuçlar da raporlanmıştır (Ryan et al., 2011; Tatman and Kreamer, 2014).

Korelasyonların karşılaştırılması bölümünde elde edilen sonuçlara göre BIDR-SDE ölçeğinin ilk boyutu, AMSD ölçeğinin üçüncü boyutu ve SDS-17 ölçeğinin ilk boyutunun t_1 ve t_2 anındaki bağımlı değişkenlerin büyük bir kısmı ile anlamlı korelasyon gösterdiği görülmüştür. Ancak, AMSD ölçeğinin alt boyutu güvenilirlik yetersizliğinden dolayı elenmiştir.

Sonuçlara göre önemli SKAY ölçeklerinin genel olarak yeterli güvenilirliğe sahip olmadığı ve SKAY'nı tespit edemediği görülmüştür. Bu sonuçlar, söz konusu ölçeklerin SKAY'nı tespit etme becerisini ve bu beceriyi ya da güvenilirlik, geçerlilik gibi hususların ne gibi dış etkilerden etkilendiğini sorgulatmaktadır. Alt ölçeklere ait sorular yakinen incelendiğinde, aynı ölçekte olan soruların bile birbirinden önemli farklılıklar içerdiği görülmektedir. Analiz sonucunda elde edilen ciddi farklılıklar, daha önce belirtildiği gibi, aslında ölçeklerin formatif bir yapıda olabileceğinin bir göstergesi olabilir.

Sonuçlara göre egoistik yanlılık ile ilişkili olan SDE ölçeğinin ilk boyutunun genel olarak KF ve KN ölçekleri ile pozitif korelasyon içerisinde olduğu görülmüştür. Bu durum, katılımcıların bilinçaltı seviyesinde öz-yanılım içerisinde olduğunu göstermekte (Paulhus, 1991), aynı zamanda egoistik cevaplama yanlılığı olgusunu desteklemektedir (Paulhus, 2002; Steenkamp et al., 2010). Bu açıklamaya göre cevaplayıcılar kendilerini dürüst ancak bilinçli olmayan şekilde iyileştirilmiş şekilde tanıtmaktadırlar. Diğer taraftan ahlaki cevaplama yanlılığı ile ilişkili olan SDS-17 ölçeğinin ilk boyutu normative olmayan bazı davranışları içeren KK ölçeği ile pozitif korelasyon içerisinde olduğu görülmüştür. Bu korelasyon değeri aslında izlenim yönetimi yapısında belirtilen bilinçli cevap değiştirme olgusuyla da uyumludur. Ayrıca, bu ölçeklerin diğer bağımlı değişkenlerle olan negative korelasyonu da konunun anlaşılması açısından çok önemli işaretler taşımaktadır. Zira, bu sonuçlar Paulhus (2002) tarafından yapılan tanımlamalar ile de uygunluk taşımaktadır.

Sonuç olarak, egoistik cevaplama yanlılığı kapsamında beş soruluk SDE alt ölçeği, ahlaki cevaplama yanlılığı çerçevesinde ise dört soruluk SDS-17 alt ölçeğinin SKAY'nı tespit etmede ciddi anlamda öne çıktığı görülmüştür. IM ölçeğinin ahlaki cevaplama yanlılığı açısından SDS-17 ölçeğinin gerisinde kalması sürpriz yaratan bulgulardan birisi olmuştur. Çünkü, IM ölçeği ile SDS – 17 ölçeklerinin ilgili alt ölçekleri arasında da sorular açısından önemli ölçüde benzerlik ve daha fazlası, kayda değer bir korelasyon bulunmaktadır (0,709 , $p<0,01$). Netice olarak karşılaştırmalı analizler sonucunda geçerli ve güvenilir, teorik olarak uygun dokuz soruluk iki boyutlu bir ölçek elde edilmiştir. Elde edilen bu kısa ölçeğin diğer popüler ve 30-40 soruluk ölçeklere göre uygulanmasının daha kolay olacağı, gelecek uygulamalarda bu yanlılığı tespit etmek isteyen araştırmacılara kolaylık sağlayacağı ve SKAY'nın sistematik bir hata kaynağı olduğu göz önüne alındığında, özellikler hassas konularda önerilen

hipotezlerin, yapılan çıkarımların kanıtlanması sürecini destekleyeceği düşünülmektedir.

6.2. Kısıtlar ve Gelecek Araştırmalar İçin Öneriler

Bu tez çalışması veri setlerinde sosyal kabul arzusu yanlığını tespit etmede SKAY ölçeklerinin karşılaştırılmasını sürecini kapsamaktadır. Ancak deneysel çalışmaların doğasında olan hususlar ve "SKAY ölçekleri hakkındaki endişeler" bölümünde belirtilen konular nedeniyle bu araştırma bazı kısıtlara sahiptir.

İlk olarak belirtilecek kısıt örneklem kısıtıdır. Farklı zamanlarda, manipüle edilmiş ortamlarda fazla sayıda katılımcıdan iki farklı veri seti toplamak zor bir süreçtir. Bu nedenle, araştırmacılar iyi seviyede bir örneklem sayısına ulaşabilmek için çok çaba sarfetmiş olsa da toplam ulaşılan sayı tatmin edici değildir. Diğer taraftan çalışmadaki katılımcıların hepsi öğrenci olduğundan farklı yaş, öğrenim ve gelir durumuna sahip gruplardan veri toplanmasının, gelecekte yapılacak çalışmaların daha kapsamlı ve kapsayıcı olmasını sağlayacaktır.

Diğer önemli kısıtlardan birisi çalışmada kullanılan sınırlı sayıdaki bağımlı değişkenler ve SKAY ölçekleridir. Şu ana kadar üretilen tüm SKAY ölçeklerini tek bir anket formunda kullanmak imkansız olsa da (Benet-Martinez and John, 1998; Tellis and Chandrasekaran, 2010), diğer SKAY ölçeklerinin farklı sonuçlar doğurabileceği olasılığı göz önünde bulundurulmalıdır. Diğer taraftan araştırmada kullanılan ölçekler oldukça sınırlıdır. Bu ölçekler yakinen etik davranış ile ilgili olup SKAY'ndan etkilenmektedir (Schoderbek and Deshpande, 1996; Dalton and Ortegren, 2011). Ancak Paulhus ve John (1998) tarafından belirtildiği üzere egoistik ve ahlaki yanlılıklar ile alakalı olabilecek başka ölçekler de kullanılmasının, SKAY'nın doğru tespit edilmesinde önemli bir kilometre taşı olacağı değerlendirilmektedir.

Son olarak raporlanacak kısıt ise çalışmada kullanılan örneklemin kültürel farklılık içermemesi hususudur. Türkiye'nin genel olarak kolektivistik bir kültüre sahip olduğu (Hofstede-Insights, 2019) düşünüldüğünde, aynı prosedürün kolektivist olmayan (bireyselci) bir ülkede uygulanmasının çok farklı sonuçlar verebileceği düşünülmektedir. Zira literatürde tartışıldığı üzere (Johnson and Van de Vijver, 2003; Lalwani et al. 2006; Shulruf and Dixon, 2011), kolektivizm seviyesi SKAY'nı önemli ölçüde etkilemektedir. Bu çerçevede gelecek çalışmalarda bu konuya dikkat edilmesinin ve çıkarımlar yapılırken göz önünde bulundurulmasının önem arz ettiği düşünülmektedir.

Bu çalışmanın keşifsel bir araştırma olduğu göz önüne alındığında, çeşitli analizler sonucunda elde edilmiş iki boyutlu ölçeğin gelecek çalışmalarda kullanılması ve doğrulanması gerekmektedir. SKAY sistematik bir hata kaynağı olması ve pazarlama alanında uzun süredir ihmal ediliyor olması (King and Bruner, 2000, Steenkamp et al., 2010), bu geçerli ve güvenilir kısa ölçeklerin doğrulanmasının önemini pazarlama araştırmacıları için daha da artırmaktadır.

SKAY çeşitli değişkenler arasındaki ilişkileri bozmakta veya modere etmektedir. Bu nedenle bu etkilerin ortadan kaldırılması önem arz etmektedir. Dolayısıyla gelecek çalışmalarda etkiler tespit edilirken, bozulmanın sınıfına da (spuriousness, suppression or moderation) değinilmesinin faydalı olacağı değerlendirilmektedir.

KAYNAKLAR

Abele, A. E., Cuddy, A. J., Judd, C. M., & Yzerbyt, V. Y. (2008). Fundamental dimensions of social judgment. European Journal of Social Psychology, 38(7), 1063-1065.

Aguinis, H., Pierce, C. A., Quigley, B. M. (1995). "Enhancing the validity of self-reported alcohol and marijuana consumption using a bogus pipeline procedure: A meta-analytic review". Basic and Applied Social Psychology, 16(4), 515-527.

Akers, R. L., Massey, J., Clarke, W., Lauer, R. M. (1983). "Are self-reports of adolescent deviance valid? Biochemical measures, randomized response, and the bogus pipeline in smoking behavior." Social Forces, 62(1), 234-251.

Allaman, J. D., Joyce, C. S., Crandall, V. C. (1972). "The antecedents of social desirability response tendencies of children and young adults." Child Development, 43(4), 1135-1160.

Andersen, H., Mayerl, J. (2019). "Responding to Socially Desirable and Undesirable Topics: Different Types of Response Behaviour?". Methods, data, analyses: a journal for quantitative methods and survey methodology (mda), 13(1), 7-35.

Andrews, P., Meyer, R. G. (2003). "Marlowe–Crowne social desirability scale and short form C: forensic norms". Journal of clinical psychology, 59(4), 483-492.

Antil, J.H., (1984). "Socially responsible consumers: Profile and implications for public policy". Journal of macromarketing, 4(2), 18-39.

Armeli, S., Eisenberger, R., Fasolo, P., Lynch, P. (1998). "Perceived organizational support and police performance: The moderating influence of socioemotional needs". Journal of applied psychology, 83(2), 288-297.

Asgeirsdottir, R. L., Vésteinsdóttir, V., Thorsdottir, F. (2016). "Short form development of the Balanced Inventory of Desirable Responding: Applying confirmatory factor analysis, item response theory, and cognitive interviews to scale reduction". Personality and Individual Differences, 96, 212-221.

Aquilino, W. S. (1997). "Privacy effects on self-reported drug use: interactions with survey mode and respondent characteristics". NIDA Res Monogr, 167, 383-415.

Aquilino, W. S., Wright, D. L., Supple, A. J. (2000). "Response effects due to bystander presence in CASI and paper-and-pencil surveys of drug use and alcohol use". Substance Use & Misuse, 35(6-8), 845-867.

Bailar, B., Bailey, L., Stevens, J. (1977). "Measures of interviewer bias and variance". Journal of Marketing Research, 14(3), 337-343.

Ballard, R. (1992). "Short forms of the Marlowe-Crowne social desirability scale". Psychological reports, 71(3_suppl), 1155-1160.

Baron-Epel, O., Kaplan, G., Weinstein, R., Green, M. S. (2010). “Extreme and acquiescence bias in a bi-ethnic population”. European journal of public health, 20(5), 543-548.

Bassili, J. N. (1996). “The how and the why of response latency measurement in telephone surveys”. In N. Schwarz & S. Sudman, Editors, Answering questions: Methodology for determining cognitive and communicative processes in survey research. (319–346). San Francisco: JosseyBass.

Bell, K. M., Naugle, A. E. (2007). “Effects of social desirability on students' self-reporting of partner abuse perpetration and victimization”. Violence and victims, 22(2), 243-256.

Bemreuter, R. G. (1933). “Validity of the personality inventory”. Personality Journal, 11, 383-386.

Benet-Martinez, V. John, O.P., (1998). “Los Cinco Grandes across cultures and ethnic groups: Multitrait-multimethod analyses of the Big Five in Spanish and English”. Journal of personality and social psychology, 75(3), p.729-750.

Bensch, G., Peters, J., Schmidt, C. M. (2012). “Impact evaluation of productive use—An implementation guideline for electrification projects”. Energy policy, 40, 186-195.

Bobbio, A., Manganelli, A.M., (2011). “Measuring social desirability responding. A short version of Paulhus’ BIDR 6”. Testing, Psychometrics Methodology in Applied Psychology, 18(2), 117-135.

Booth-Kewley, S., Larson, G. E., Miyoshi, D. K. (2007). “Social desirability effects on computerized and paper-and-pencil questionnaires”. Computers in human behavior, 23(1), 463-477.

Boyd Jr, H. W., Westfall, R. (1970). “Interviewer bias once more revisited”. Journal of Marketing Research, 7(2), 249-253.

Börger, T. (2012). “Social desirability and environmental valuation”. Frankfurt aM: Peter Lang GmbH, Internationaler Verlag der Wissenschaften.

Bradburn, N. M., Sudman, S., Blair, E., Locander, W., Miles, C., Singer, E., Stocking, C. (1979). “Improving interview method and questionnaire design: Response effects to threatening questions in survey research”. San Francisco: Jossey-Bass.

Brenner, P. S., DeLamater, J. D. (2014). “Social desirability bias in self-reports of physical activity: Is an exercise identity the culprit?”. Social Indicators Research, 117(2), 489-504.

Brenner, P. S., Serpe, R. T., Stryker, S. (2014). “The causal ordering of prominence and salience in identity theory: An empirical examination”. Social psychology quarterly, 77(3), 231-252.

Byrne, D. (1961). “The repression-sensitization scale: rationale, reliability, and validity 1”. Journal of personality, 29(3), 334-349.

Campanelli, P. C., Dielman, T. E., Shope, J. T. (1987). “Validity of adolescents' self-reports of alcohol use and misuse using a bogus pipeline procedure”. Adolescence, 22(85), 7.

Christiansen, N. D., Burns, G. N., Montgomery, G. E. (2005). “Reconsidering forced-choice item formats for applicant personality assessment”. Human Performance, 18(3), 267-307.

Comrey, A. L. (1980). “Handbook of interpretations for the Comrey Personality scales”. San Diego: EdITS.

Conger, A. J., Jackson, D. N. (1972). “Suppressor variables, prediction, and the interpretation of psychological relationships”. Educational and Psychological Measurement, 32(3), 579-599.

Cote, J. A., & Buckley, M. R. (1988). Measurement error and theory testing in consumer research: An illustration of the importance of construct validation. Journal of consumer research, 14(4), 579-582.

Crandall, V. C , Crandall, V. J., Katkovsky, W. (1965). “A children's social desirability questionnaire”. Journal of Consulting Psychology, 29(1), 27-36.

Crowne, D. P., Marlowe, D. (1960). “A new scale of social desirability independent of psychopathology”. Journal of Consulting Psychology, 24(4), 349–354.

Crowne, D. P., Marlowe, D. (1964). “The approval motive”. New York: John Wiley & Sons.

Crutzen, R., Göritz, A. S. (2010). “Social desirability and self-reported health risk behaviors in web-based research: three longitudinal studies”. BMC public health, 10(1), 720.

Dalton, D. R., Wimbush, J. C., Daily, C. M. (1994). “Using the unmatched count technique (UCT) to estimate base rates for sensitive behavior”. Personnel Psychology, 47(4), 817-829.

Dalton, D. R., Daily, C. M., Wimbush, J. C. (1997). “Collecting" sensitive" data in business ethics research: A case for the unmatched count technique (UCT)”. Journal of Business Ethics, 16(10), 1049-1057.

Dalton, D., Ortegren, M. (2011). “Gender differences in ethics research: The importance of controlling for the social desirability response bias”. Journal of Business Ethics, 103(1), 73-93.

Damarin, F., & Messick, S. (1965). “Response Styles as Personality Variables: A Theoretical Integration Of Multivariate Research 1”. ETS Research Bulletin Series, 1965(1), i-116.

De Jong, M.G., Pieters, R. Fox, J., (2010), "Reducing Social Desirability Bias through Item Randomized Response: An Application to Measure Underreported Desires", Journal of Marketing Research, 47(1), 14-27.

De Leeuw, E.D., Hox, J.J. Dillman, D.A., (2008). "Mixed-mode surveys: When and why". International handbook of survey methodology, 299-316.

Detrick, P., Chibnall, J. T. (2008). "Positive response distortion by police officer applicants: Association of Paulhus Deception Scales with MMPI-2 and Inwald Personality Inventory Validity scales". Assessment, 15(1), 87-96.

Dodaj, A. (2012). "Social desirability and self-reports: Testing a content and response-style model of socially desirable responding". Europe's Journal of Psychology, 8(4), 651-666.

Dodou, D., de Winter, J. C. (2014). "Social desirability is the same in offline, online, and paper surveys: A meta-analysis". Computers in Human Behavior, 36, 487-495.

Dohrenwend, B. S., Colombotos, J., Dohrenwend, B. P. (1968). "Social distance and interviewer effects". Public Opinion Quarterly, 32(3), 410-422.

Doyle, A. B., Aboud, F. E. (1995). "A longitudinal study of White children's racial prejudice as a social-cognitive development". Merrill Palmer Quarterly, 41, 209-209.

Edens, J. F., Buffington, J. K., Tomicic, T. L., Riley, B. D. (2001). "Effects of positive impression management on the Psychopathic Personality Inventory". Law and Human Behavior, 25(3), 235-256.

Edwards, A. L. (1957). "The Social Desirability Variable in Personality and Assessment and Research", Ft Worth, TX, US: Dryden Press.

Egloff, B., & Schmukle, S. C. (2002). Predictive validity of an implicit association test for assessing anxiety. Journal of personality and social psychology, 83(6), 1441-1455.

Ewert, A., Galloway, G. (2009). "Socially desirable responding in an environmental context: Development of a domain specific scale". Environmental Education Research, 15(1), 55-70.

Eysenck, H. J., & Eysenck, S. B. G. (1964). The manual of the Eysenck Personality Inventory. London: Univ. of London Press.

Fischer, D.G. Fick, C., (1993). "Measuring social desirability: Short forms of the Marlowe-Crowne social desirability scale". Educational and Psychological Measurement, 53(2), 417-424.

Fisher, R.J., 1993. "Social desirability bias and the validity of indirect questioning". Journal of consumer research, 20(2), 303-315.

Fisher, R.J., 2000. "The future of social-desirability bias research in marketing". Psychology & Marketing, 17(2), 73-77.

Fisher, R.J. Katz, J.E., (2000). “Social-desirability bias and the validity of self-reported values”. Psychology & marketing, 17(2), 105-120.

Fowler Jr, F.J. Mangione, T.W., (1990). “Standardized survey interviewing: Minimizing interviewer-related error”. 18th Edition. Sage. Newbury Park

Fraboni, M. Cooper, D., (1989). “Further validation of three short forms of the Marlowe-Crowne Scale of Social Desirability”. Psychological Reports, 65(2), 595-600.

Furnham, A. (1986). “Response bias, social desirability and dissimulation”. Personality and individual differences, 7(3), 385-400.

Ganster, D. C., Hennessey, H. W., Luthans, F. (1983). “Social desirability response effects: Three alternative models”. Academy of Management Journal, 26(2), 321-331.

Gerty, J. L. M., Hox, J. J., Heijden, P. (2005). “Meta-analysis of randomized reponse research: 35 years of validation studies”. Sociological Methods & Research, 33(3), 319-348.

Gittelman, S., Lange, V., Cook, W. A., Frede, S. M., Lavrakas, P. J., Pierce, C., Thomas, R. K. (2015). “Accounting for social-desirability bias in survey sampling: A model for predicting and calibrating the direction and magnitude of social-desirability bias”. Journal of Advertising Research, 55(3), 242-254.

Gough, H.G., (1957). “Manual for the California Psychological Inventory”, Palo Alto, California, Consulting Pschologists Press.

Gove, W. R., Geerken, M. R. (1977). “Response bias in surveys of mental health: An empirical investigation”. American Journal of Sociology, 82(6), 1289-1317.

Greenwald, H. J. Satow, Y. (1970). “A short social desirability scale”. Psychological Reports, 27(1), 131–135.

Greenwald, A. G., Poehlman, T. A., Uhlmann, E. L., Banaji, M. R. (2009). “Understanding and using the Implicit Association Test: III. Meta-analysis of predictive validity”. Journal of personality and social psychology, 97(1), 17-41.

Grimm, P., 2010. “Social desirability bias”. Wiley international encyclopedia of marketing.

Groves, R. M., Fowler Jr, F. J., Couper, M. P., Lepkowski, J. M., Singer, E., Tourangeau, R. (2011). “Survey methodology”. Volume 561. John Wiley & Sons.

Hair, Joseph F. Jr., Black, William C., Babin, Barry J., Anderson, Rolph E. (2010). “Multivariate Data Analysis”. 7th Edition. Pearson Education. New Jersey.

Hancock, D.R. Flowers, C.P., (2001). "Comparing social desirability responding on World Wide Web and paper-administered surveys". Educational technology research and development, 49(1), 5-13.

Hart, C.M., Ritchie, T.D., Hepper, E.G. Gebauer, J.E., (2015). "The balanced inventory of desirable responding short form (BIDR-16)". Sage Open, 5(4), 1-9.

Hathaway, S. R, McKinley, J . C. (1951) . "MMPI Manual", New York Psychological Corporation.

Hebert, J.R., Clemow, L., Pbert, L., Ockene, I.S. Ockene, J.K., (1995). "Social desirability bias in dietary self-report may compromise the validity of dietary intake measures". International journal of epidemiology, 24(2), 389-398.

Heerwegh, D., (2009). "Mode differences between face-to-face and web surveys: an experimental investigation of data quality and social desirability effects". International Journal of Public Opinion Research, 21(1), 111-121.

Hofstede-Insights, 2019, https://www.hofstede-insights.com/product/compare-countries/, (erişim tarihi: 10/07/2019)

Holbrook, A.L., Green, M.C. Krosnick, J.A., (2003). "Telephone versus face-to-face interviewing of national probability samples with long questionnaires: Comparisons of respondent satisficing and social desirability response bias". Public opinion quarterly, 67(1), 79-125.

Hittner, J. B. (1997). "A preliminary analysis of the perceived risks of misusing multiple substances, trait anxiety, and approval motivation". The Journal of psychology, 131(5), 501-511.

Holden, R. R., Kroner, D.G., Fekken, G. C. Popham, S.M., (1992), "A Model of Personality Test Item Response Dissumilation", Journal of Personality and Social Psychology, 63(2), 272-279.

Holden, R. R., Kroner, D.G., (1992), "Relative Efficacy of Differential Response Latencies for Detecting Faking on a Self-Report Measure of Psychopathology", Psychological Assessment, 4(2), 170-173.

Holden, R. R., Starzyk, K. B., McLeod, L. D., Edwards, M. J. (2000). "Comparisons among the holden psychological screening inventory (HPSI), the brief symptom inventory (BSI), and the balanced inventory of desirable responding (BIDR)". Assessment, 7(2), 163-175.

Holden, R. R., Lambert, C.E., (2015), "Response Latencies are Alive and Well for Identifying Fakers on Self-Report Personality Inventory: a Reconsideration of Van Hooft and Born (2012)", Bahviour Research Methods, 47(4), 1436-1442.

Holden, R. R., and Fekken, G. C. (2017). "Balanced Inventory of Desirable Responding". Encyclopedia of personality and individual differences, 1-4.

Holtgraves, T. (2004). “Social desirability and self-reports: Testing models of socially desirable responding”. Personality and Social Psychology Bulletin, 30(2), 161-172.

Hox, J., De Leeuw, E., Couper, M.P., Groves, R.M., De Heer, W., Kuusela, V., Lehtonen, R., Loosveldt, G., Lundqvist, P., Japec, L. Martin, J., (2002). “The influence of interviewers’ attitude and behavior on household survey nonresponse: An international comparison”. Survey nonresponse, 103-120.

Humm, D.G. Wadsworth JR, G.W., (1935). “The Humm-Wadsworth temperament scale”. American Journal of Psychiatry, 92(1), 163-200.

Hyman, H. H. (1954). “Interviewing in social research”. Chicago:Chicago University Press.

Jackson, D. N. (1996). “Basic Personality Inventory manual”. 2nd Edition. London, Ontario: Sigma Assessment Systems.

Jackson, D. N., Messick, S. (1961). “Acquiescence and desirability as response determinants on the MMPI”. Educational and Psychological Measurement, 21(4), 771-790.

Jackson, D. N. (1967). “Manual for the personality research form”. Canada: University of Western Ontario.

Jackson, D.N., Wroblewski, V.R. Ashton, M.C., (2000). “The impact of faking on employment tests: Does forced choice offer a solution?”. Human Performance, 13(4), 371-388.

Jacobson, L.L.,Kellogg, R.W., Cauce, A.M., Slavin, R.S. (1977), “A multidimensional social desirability inventory”, Bulletin of psychonomic society, 9(2), 109-110.

Jo, M.S., Nelson, J. Kiecker, P., 1997. “A model for controlling social desirability bias by direct and indirect questioning”. Marketing Letters, 8(4), 429-437.

Johnson, T. P., Van de Vijver, F. J. (2003). Social desirability in cross-cultural research. Cross-cultural survey methods, 325, 195-204.

Joinson, A. N., Paine, C., Buchanan, T., “Reips, U. D. (2008). “Measuring self-disclosure online: Blurring and non-response to sensitive items in web-based surveys”. Computers in Human Behavior, 24(5), 2158-2171.

Jones, E. E., Sigall, H. (1971). “The bogus pipeline: A new paradigm for measuring affect and attitude”. Psychological Bulletin, 76(5), 349-364.

Jöreskog, K. G. (1971). “Simultaneous factor analysis in several populations”. Psychometrika, 36, 409-426.

Kam, C., (2013), “Probing item social desirability by correlating personality items with Balanced Inventory of Desirable Responding (BIDR): A validity examination”, Personality and Individual Differences, 54(4), 513-518.

Kam, C., Risavy, S. D., Perunovic, W. E. (2015). "Using Over-Claiming Technique to probe social desirability ratings of personality items: A validity examination". Personality and Individual Differences, 74, 177-181.

Keillor, B. D., Owens, D., Pettijohn, C. (2001). "A Cross—cultural/cross national Study of Influencing Factors and Socially Desirable Response Biases". International Journal of Market Research, 43(1), 1-19.

King, M.F. Bruner, G.C., 2000. "Social desirability bias: A neglected aspect of validity testing". Psychology & Marketing, 17(2), 79-103.

Kiyotaki, Y., Yokoyama, K. (2006). "Relationships of eating disturbances to alexithymia, need for social approval, and gender identity among Japanese female undergraduate students". Personality and Individual Differences, 41(4), 609-618.

Knoll, B. R. (2013). "Assessing the effect of social desirability on nativism attitude responses". Social science research, 42(6), 1587-1598.

Krumpal, I., 2013. "Determinants of social desirability bias in sensitive surveys: a literature review". Quality & Quantity, 47(4), 2025-2047.

Kroner, D.G. Weekes, J.R., (1996). "Balanced Inventory of Desirable Responding: Factor structure, reliability, and validity with an offender sample". Personality and Individual Differences, 21(3), 323-333.

Kuklinski, J. H., Sniderman, P. M., Knight, K., Piazza, T., Tetlock, P. E., Lawrence, G. R., Mellers, B. (1997). "Racial prejudice and attitudes toward affirmative action". American Journal of Political Science, 41(2), 402-419.

Lajunen, T. Summala, H., (2003). "Can we trust self-reports of driving? Effects of impression management on driver behaviour questionnaire responses". Transportation Research Part F: Traffic Psychology and Behaviour, 6(2), 97-107.

Lalwani, A. K., Shavitt, S., Johnson, T. (2006). "What is the relation between cultural orientation and socially desirable responding?". Journal of personality and social psychology, 90(1), 165–178.

Lanyon, R. I., Carle, A. C. (2007). "Internal and external validity of scores on the Balanced Inventory of Desirable Responding and the Paulhus Deception Scales". Educational and Psychological Measurement, 67(5), 859-876.

Larsen, K.S., Martin, H.J., Ettinger R.H. Nelson J., (1976), "Approval Seeking, Social Cost, and Aggression: A Scale and Some Dynamics", The Journal of Psychology: Interdisciplinary and Applied, 94(1), 3-11.

Lautenschlager, G. J., Flaherty, V. L. (1990). "Computer administration of questions: More desirable or more social desirability?". Journal of Applied Psychology, 75(3), 310-314.

Lee, R. M. (1993). “Doing research on sensitive topics”. London: Sage Publications.

Lee, Z., Sargeant, A. (2011). “Dealing with social desirability bias: An application to charitable giving”. European Journal of Marketing, 45(5), 703-719.

Leite, W. L., Beretvas, S. N. (2005). “Validation of scores on the Marlowe-Crowne social desirability scale and the balanced inventory of desirable responding” Educational and Psychological Measurement, 65(1), 140-154.

Leite, W.L. Cooper, L.A., (2010), “Detecting Social Desirability Bias Using Factor Mixture Models, Multivariate Behavioral Research”, 45(2), 271-293.

Lelkes, Y., Krosnick, J.A., Marx, D.M., Judd, C.M. Park, B., (2012). “Complete anonymity compromises the accuracy of self-reports”. Journal of Experimental Social Psychology, 48(6), 1291-1299.

Larsen, K. S., Martin, H. J., Ettinger, R. H., Nelson, J. (1976). “Approval seeking, social cost, and aggression: A scale and some dynamics”. The Journal of Psychology, 94(1), 3-11.

Li, A.Z. Sipps, G.J., (1985). “Cross-validation of a short form of the Marlowe-Crowne Social Desirability Scale”. Journal of Clinical Psychology, 41(2), 236-238.

Li, A., Bagger, J. (2006). “Using the BIDR to distinguish the effects of impression management and self-deception on the criterion validity of personality measures: A meta-analysis”. International Journal of Selection and Assessment, 14(2), 131–141.

Li, A. Bagger, J., (2007). “The Balanced inventory of desirable responding (BIDR) a reliability generalization study”. Educational and psychological measurement, 67(3), 525-544.

Lönnqvist, J. E., Paunonen, S., Tuulio-Henriksson, A., Lönnqvist, J., Verkasalo, M. (2007). “Substance and style in socially desirable responding”. Journal of Personality, 75(2), 291-322.

Loo, R. Thorpe, K., (2000). “Confirmatory factor analyses of the full and short versions of the Marlowe-Crowne Social Desirability Scale”. The Journal of social psychology, 140(5), 628-635.

Loo, R. Loewen, P., (2004). “Confirmatory factor analyses of scores from full and short versions of the Marlowe–Crowne Social Desirability Scale”. Journal of Applied Social Psychology, 34(11), 2343-2352.

Lu, H. J., Chang, L. (2011). “The association between self-deception and moral self-concept as functions of self-consciousness”. Personality and Individual Differences, 51(7), 845-849.

Lubke, G., Muthén, B. O. (2005). “Investigating population heterogeneity with factor mixture models”. Psychological Methods, 10(1), 21–39.

Ludeke, S. G., Makransky, G. (2016). “Does the Over-Claiming Questionnaire measure overclaiming? Absent convergent validity in a large community sample”, Psychological Assessment, 28(6), 765-774.

Martin, H.J., (1984), “A Revised Measure of Approval Motivation and Its Relationship to Social Desirability, Journal of Personality Assessment”, 48(5), 508-519.

McCall, George J., J.L. Simmons. (1966). “Identities and Interactions”. New York: Free Press.

Meehl, P. E., Hathaway, S. R. (1946). “The K factor as a suppressor variable in the Minnesota Multiphasic Personality Inventory”. Journal of Applied Psychology, 30(5), 525-564.

Mesmer-Magnus, J., Viswesvaran, C., Deshpande, S., Joseph, J. (2006). “Social desirability: The role of over-claiming, self-esteem, and emotional intelligence”. Psychology Science, 48(3), 336-356.

Messick, S. (1960). “Dimensions of social desirability”. Journal of Consulting Psychology, 24(4), 279-287.

Mick, D. G. (1996). Are studies of dark side variables confounded by socially desirable responding? The case of materialism. Journal of consumer research, 23(2), 106-119.

Milfont, T.L., 2009, “The effects of social desirability on self-reported environmental attitudes and ecological behaviour”, The Environmentalist, 29(3), 263-269.

Millham, J. (1974), “Two components of need for approval score and their relationship to cheating following success and failure”, Journal of Research in Personality, 8(4), 378-392

Minton, A. P., Rose, R. L., (1997), “The effects of environmental concern on environmentally friendly consumer behavior: An exploratory study”, Journal of Business research, 40(1), 37-48.

Morf, M. E., Jackson, D. N. (1972). “An analysis of two response styles: True responding and item endorsement”. Educational and Psychological Measurement, 32(2), 329-353.

Musch, J., Ostapczuk, M., Klaiber, Y. (2012). “Validating an inventory for the assessment of egoistic bias and moralistic bias as two separable components of social desirability”. Journal of Personality Assessment, 94(6), 620-629.

Mühlenfeld, H.U., (2005). “Differences betweentalking about'andadmitting'sensitive behaviour in anonymous and non-anonymous web-based interviews”. Computers in human behavior, 21(6), 993-1003.

Näher, A. F., Krumpal, I. (2012). “Asking sensitive questions: the impact of forgiving wording and question context on social desirability bias”. Quality & Quantity, 46(5), 1601-1616.

Nakip, M. (2006). “Pazarlama araştırmaları”, teknikler ve (SPSS destekli) uygulamalar, Seçkin Yayıncılık.

Nederhof, A.J., (1985). “Methods of coping with social desirability bias: A review”. European journal of social psychology, 15(3), 263-280.

Norwood, F. B., & Lusk, J. L. (2011). Social desirability bias in real, hypothetical, and inferred valuation experiments. American Journal of Agricultural Economics, 93(2), 528-534.

Ones, D. S., Viswesvaran, C., & Reiss, A. D. (1996). Role of social desirability in personality testing for personnel selection: The red herring. Journal of Applied Psychology, 81(6), 660-679.

Ong, A.D. Weiss, D.J., (2000). “The Impact of Anonymity on Responses to Sensitive Questions 1”. Journal of Applied Social Psychology, 30(8), 1691-1708.

Paulhus, D. L. (1984). “Two-component models of socially desirable responding”. Journal of personality and social psychology, 46(3), 598-609.

Paulhus, D. L. (1986). “Self-deception and impression management in test responses”. In A. Angleitner & J. S. Wiggins. Editors. Personality assessment via questionnaire. 143-165. New York: Springer.

Paulhus, D. L., Levitt, K. (1987). “Desirable responding triggered by affect: Automatic egotism” Journal of Personality and Social Psychology, 52(2), 245-259.

Paulhus, D. L. (1988). Balanced inventory of desirable responding (BIDR). Acceptance and Commitment Therapy. Measures Package, 41, 79586-7.

Paulhus, D. L. (1991). “Measurement and control of response bias”. In J. P. Robinson, P. R. Shaver, & L. S. Wrightsman. Editors. Measures of personality and social psychological attitudes. 17-59. San Diego, CA: Academic Press.

Paulhus, D.L. Reid, D.B., (1991). “Enhancement and denial in socially desirable responding”. Journal of Personality and Social Psychology, 60(2), 307-317.

Paulhus, D. L. (1999). “Paulhus Deception Scales (PDS): The balanced inventory of desirable responding – 7”. North Tonawanda: Multi-Health Systems.

Paulhus, D. L., John, O. P. (1998). “Egoistic and moralistic biases in self-perception: The interplay of self-deceptive styles with basic traits and motives”. Journal of personality, 66(6), 1025-1060.

Paulhus, D. L. (1998a). “Interpersonal and intrapsychic adaptiveness of trait self-enhancement: A mixed blessing?”. Journal of Personality and Social Psychology, 74(5), 1197-1208.

Paulhus, D. L., (2002), “Socially desirable responding: The evolution of a construct”. In Braun, H.I., Jackson, D.N. and Wiley, D.E. Editors. The role of constructs in psychological and educational measurement, 61-84. Routledge.

Paulhus, D. L., Harms, P. D., Bruce, M. N., Lysy, D. C. (2003). “The over-claiming technique: Measuring self-enhancement independent of ability”. Journal of personality and social psychology, 84(4), 890-904.

Paulhus, D. L. (2006). “A Comprehensive Inventory of Desirable Responding (CIDR)”. In Poster presented at the meeting of the Association for Research in Personality, New Orleans.

Paulhus, D. L., Trapnell, P. D. (2008). “Self-presentation of personality”. Handbook of personality psychology, 19, 492-517.

Paulhus, D.L., (2017). “Socially desirable responding on self-reports”. Encyclopedia of Personality and Individual Differences, 1-5.

Paunonen, S. V., LeBel, E. P. (2012). “Socially desirable responding and its elusive effects on the validity of personality assessments”. Journal of Personality and Social Psychology, 103(1), 158-175.

Peterson, R. A., & Kerin, R. A. (1981). “The quality of self-report data: review and synthesis”. Review of marketing, 5-20.

Phillips, D. L., Clancy, K. J. (1972). “Some effects of “social desirability” in survey studies”. American Journal of Sociology, 77(5), 921–940.

Popham, S. M., Holden, R. R. (1990). “Assessing MMPI constructs through the measurement of response latencies”. Journal of personality assessment, 54(3-4), 469-478.

Presser, S. Stinson, L., (1998). “Data collection mode and social desirability bias in self-reported religious attendance”. American sociological review, 63(1), 137-145.

Randall, D. M., Fernandes, M. F. (1991). “The social desirability response bias in ethics research”. Journal of business ethics, 10(11), 805-817.

Ray, J.J., (1990). “Acquiescence and problems with forced-choice scales”. The Journal of Social Psychology, 130(3), 397-399.

Reynolds, W. M. (1982). “Development of reliable and valid short forms of the Marlowe–Crowne social desirability scale”. Journal of Clinical Phsychology, 38(1), 119–125.

Richman, W.L., Kiesler, S., Weisband, S. Drasgow, F., (1999). “A meta-analytic study of social desirability distortion in computer-administered questionnaires, traditional questionnaires, and interviews”. Journal of applied psychology, 84(5), 754-775.

Robinson, J. P., Shaver, P. R., Wrightsman, L. S. (1991). “Criteria for scale selection and evaluation”. Measures of personality and social psychological attitudes, 1(3), 1-16.

Roese, N. J., Jamieson, D. W. (1993). “Twenty years of bogus pipeline research: a critical review and meta-analysis”. Psychological bulletin, 114(2), 363-375.

Roxas, B. Lindsay, V., (2012), “Social Desirability Bias in Survey Research on Sustainable Development in Small Firms: an Exploratory Analysis of Survey Mode Effect”, Business Strategy and the Environment, 21(4), 223-235.

Ryan, T. A., Morrison, T. G., Roddy, S., McCutcheon, J. (2011). “Psychometric properties of the revised male body attitudes scale among Irish men”. Body Image, 8(1), 64-69.

Sackeim, H. A., & Gur, R. C. (1978). Self-deception, self-confrontation, and consciousness. In Consciousness and self-regulation (139-197). Springer, Boston, MA.

Schaeffer, N.C. (2000), “Asking questions about threatening topics: a selective overview”. In: Stone, A., Turkkan, J., Bachrach, C., Cain, V., Jobe, J., Kurtzman, H. Editors. The Science of Self-Report: Implications for Research and Practice, 105–121. Erlbaum, Mahwah

Schoderbek, P. P., Deshpande, S. P. (1996). “Impression management, overclaiming, and perceived unethical conduct: The role of male and female managers”. Journal of Business Ethics, 15(4), 409-414.

Schuessler, K., Hittle, D., & Cardascia, J. (1978). Measuring responding desirably with attitude-opinion items. Social Psychology, 41(3), 224-235.

Shulruf, B., Hattie, J., & Dixon, R. (2011). Intertwinement of individualist and collectivist attributes and response sets. Journal of Social, Evolutionary, and Cultural Psychology, 5(1), 51-65.

Simoni, J.M., Frick, P.A. Huang, B., (2006). “A longitudinal evaluation of a social support model of medication adherence among HIV-positive men and women on antiretroviral therapy”. Health Psychology, 25(1), 74-81.

Singer, E., Hippler, H., Schwarz, N. (1992). “Confidentiality assurances in surveys: Reassurance or threat”. International Journal of Public Opinion Research, 4(3), 256–268.

Sirken, M.G., (1970). “Household surveys with multiplicity”. Journal of the American statistical Association, 65(329), 257-266.

Slabbinck, H., Kenhove, P. V. (2010). “Social desirability and indirect questioning: New insights from the Implicit Association Test and the Balanced Inventory of Desirable Responding”. ACR North American Advances.

Smith, L. L., Federer, W. T., Raghavarao, D. (1974). "A Comparison of Three Techniques for Eliciting Answers to Sensitive Questions."

Sörbom, D. (1974). "A general method for studying differences in factor means and factor structure between groups". British Journal of Mathematical and Statistical Psychology, 27(2), 229-239.

Steenkamp, J.B.E., De Jong, M.G. Baumgartner, H., (2010). "Socially desirable response tendencies in survey research". Journal of Marketing Research, 47(2), 199-214.

Steg, L., Dreijerink, L., Abrahamse, W., (2005), "Factors influencing the acceptability of energy policies: A test of VBN theory", Journal of Environmental Psychology, 25(4), 415-425.

Stöber, J., (2001). "The Social Desirability Scale-17 (SDS-17): Convergent validity, discriminant validity, and relationship with age". European Journal of Psychological Assessment, 17(3), 222-232.

Stöber, J., Dette, D. E., & Musch, J. (2002). Comparing continuous and dichotomous scoring of the Balanced Inventory of Desirable Responding. Journal of personality assessment, 78(2), 370-389.

Strahan, R. Gerbasi, K.C., (1972). "Short, homogeneous versions of the Marlow-Crowne social desirability scale". Journal of clinical psychology, 28(2), 191-193.

Stryker, S. (1968). Identity salience and role performance: The relevance of symbolic interaction theory for family research. Journal of Marriage and the Family, 30(4), 558-564.

Subotić, S., Dimitrijević, S., & Radetić-Lovrić, S. (2016). Psychometric evaluation and short form development of the Balanced Inventory of Desirable Responding (BIDR-6). Psihologija, 49(3), 263-276.

Sudman, S. Bradburn, N. M. (1974). "Response Effects in Surveys", Aldine, Chicago, Illinois.

Surveymethods, 2018, How Habituation Can Negatively Affect Your Survey Responses, https://surveymethods.com/blog/how-habituation-can-negatively-affect-your-survey-responses/ (Reached at 01.16.2019)

Sutherland, B. V., Spilka, B. (1964). "Social desirability, item-response time, and item significance". Journal of Consulting Psychology, 28(5), 447-451.

Tatman, A. W., Kreamer, S. (2014). "Psychometric properties of the Social Desirability Scale-17 with individuals on probation and parole in the United States". International Journal of Criminal Justice Sciences, 9(1), 122.

Tellegen, A. (1982). "Brief manual for the Differential Personality Inventory". Unpublished manuscript, University of Minnesota, Minneapolis.

Tellis, G. J., Chandrasekaran, D. (2010). “Extent and impact of response biases in cross-national survey research”. International Journal of Research in Marketing, 27(4), 329-341.

Terzi, T., 2017. “Detecting semi-plausible response patterns”, Doctoral dissertation, The London School of Economics and Political Science.

Tourangeau, R., Smith, T. W. (1996). “Asking sensitive questions: The impact of data collection mode, question format, and question context”. Public opinion quarterly, 60(2), 275-304.

Tourangeau, R., Yan, T. (2007). “Sensitive questions in surveys”. Psychological bulletin, 133(5), 859-883.

Tsuchiya, T. (2005). “Domain estimators for the item count technique”. Survey Methodology, 31(1), 41-51.

Thompson, E.R. Phua, F.T., (2005). “Reliability among senior managers of the Marlowe–Crowne short-form social desirability scale”. Journal of Business and Psychology, 19(4), 541-554.

Tran, U. S., Stieger, S., Voracek, M. (2012). “Psychometric Analysis of Stöber's Social Desirability Scale (SDS—17): An Item Response Theory Perspective”. Psychological reports, 111(3), 870-884.

Trapnell, P. D., Paulhus, D. L. (2012). “Agentic and communal values: Their scope and measurement”. Journal of personality assessment, 94(1), 39-52.

Ullmann, L. P. (1962). An empirically derived MMPI scale which measures facilitation-inhibition of recognition of threatening stimuli. Journal of Clinical Psychology. 18(2), 127-132.

Uziel, L. (2010). “Rethinking social desirability scales: From impression management to interpersonally oriented self-control”. Perspectives on Psychological Science, 5(3), 243-262.

Van de Mortel, T. F. (2008). Faking it: social desirability response bias in self-report research. Australian Journal of Advanced Nursing, The, 25(4), 40-48.

Vecchione, M., Alessandri, G., Barbaranelli, C. (2013). “Measurement and application of egoistic and moralistic self-enhancement”. International Journal of Selection and Assessment, 21(2), 170-182.

Vispoel, W. P., Kim, H. Y. (2014). “Psychometric properties for the Balanced Inventory of Desirable Responding: Dichotomous versus polytomous conventional and IRT scoring”. Psychological Assessment, 26(3), 878-891.

Viswanathan, M., Ansari, M. T., Berkman, N. D., Chang, S., Hartling, L., McPheeters, M., Treadwell, J. R. (2012). Assessing the risk of bias of individual studies in

systematic reviews of health care interventions. In Methods guide for effectiveness and comparative effectiveness reviews [Internet]. Agency for Healthcare Research and Quality (US).

Vitell, S.J. Muncy, J., (2005). "The Muncy–Vitell consumer ethics scale: A modification and application". Journal of Business Ethics, 62(3), 267-275.

Warner, S. L. (1965). Randomized response: A survey technique for eliminating evasive answer bias. Journal of the American Statistical Association, 60(309), 63-69.

Wiggins, J. S. (1959). "Interrelationships among MMPI measures of dissimulation under standard and social desirability instruction". Journal of Consulting Psychology, 23(5), 419-427.

Williams Jr, J.A. (1964). Interviewer-respondent interaction: A study of bias in the information interview. Sociometry, 27(3), 338-352.

Willis, G.B., Sirken, M., Nathan, G., (1994), "The cognitive aspects of responses to sensitive survey questions". In: Working Paper Series 9. Hyattsville, MD: National Center for Health Statistics, Cognitive Methods Staff.

Wilkerson, J. M., Nagao, D. H., Martin, C. L. (2002). "Socially desirable responding in computerized questionnaires: when questionnaire purpose matters more than the mode". Journal of Applied Social Psychology, 32(3), 544–559.

Winder, P., O'Dell, J. W., Karson, S. (1975). "New motivational distortion scales for the 16 PF". Journal of Personality Assessment, 39(5), 532-537.

Wright, J. D. (1975). "Does acquiescence bias the Index of Political Efficacy?". The Public Opinion Quarterly, 39(2), 219-226.

Yung, Y.-F. (1997). "Finite mixtures in confirmatory factor-analysis models". Psychometrika, 62(3), 297– 330.

Ziegler, M., Buehner, M. (2009). "Modeling socially desirable responding and its effects". Educational and Psychological Measurement, 69(4), 548-565.

Zerbe, W. J., Paulhus, D. L. (1987). "Socially desirable responding in organizational behavior: A reconception". Academy of Management Review, 12(2), 250-264.

ÖZGEÇMİŞ

Ahmet DURMAZ 1988'de Ankara'da doğmuştur. Deniz Harp Okulu Komutanlığından 2010 yılında Kontrol Sistemleri Mühendisi olarak mezun olmuştur. 2016 yılında Anadolu Üniversitesi'nden Logistik Yönetimi Ön Lisans Programı'ndan Milli Savunma Üniversitesi Deniz Lojistik Yönetimi Programı'ndan ise 2018 yılında mezun olmuştur. Ahmet DURMAZ Tedarik Zinciri Yönetimi, Lojistik Yönetimi, Pazarlama Yönetimi ve Pazarlama Araştırmaları alanlarında çalışmaktadır. Şu an halihazırda Deniz Kuvvetleri Komutanlığında lojistik yönetici rolünde görev yapmaktadır.

EKLER

Ek A: Anket Formu (T_1)

DENİZ BİLİMLERİ VE MÜHENDİSLİĞİ ENSTİTÜSÜ

Bu anket formu, Deniz Bilimleri ve Mühendisliği Enstitüsü tarafından yürütülmekte olan bir yüksek lisans tezi kapsamında hazırlanmıştır. Anketi doldurmak yaklaşık 8 dakikanızı alacaktır. **Ankette kimliğinizi belli edecek hiçbir kişisel bilgi sorulmamaktır. Verdiğiniz cevaplar tamamen gizli tutulacak, hiçbir şekilde araştırma amaçları dışında kullanılmayacak, diğer katılımcıların cevapları ile birlikte toplu olarak değerlendirilecektir.** Çok değerli zamanınızı ayırarak çalışmaya verdiğiniz destekten dolayı teşekkür eder derslerinizde başarılar dileriz.

Ahmet DURMAZ
Deniz Bilimleri ve Mühendisliği Enstitüsü
adurmaz@dho.edu.tr

Aşağıdaki bazı davranışlara ilişkin ifadeler yer almaktadır. Kendi davranışlarınızı düşünerek ifadelere ne derece katıldığınız lütfen belirtiniz.
(1:Kesinlikle Katılmıyorum 2:Katılmıyorum 3:Kararsızım 4:Katılıyorum 5:Kesinlikle Katılıyorum)

İşlerim yolunda gitmediğinde bazen asabileşebiliyorum	1 2 3 4 5
Daha önce birkaç kere bir işi yapmak için yetersiz olduğumu düşünerek o işi yapmaktan vazgeçtiğim oldu	1 2 3 4 5
Haklı olduklarını bilmeme rağmen otoriteye karşı isyan etmek isteğim zamanlar oldu.	1 2 3 4 5
Kimle konuşursam konuşayım, hep iyi bir dinleyiciyimdir.	1 2 3 4 5
Bazı sorumluluklardan kaçmak için hasta rolü oynadığımı hatırlıyorum	1 2 3 4 5
Kendi çıkarlarım için insanları kullandığım zamanlar oldu.	1 2 3 4 5
Her hata yaptığımda hatamı kabul ederim.	1 2 3 4 5
Bazen bana yapılan hataları affedip unutmak yerine intikam almaya çalışırım.	1 2 3 4 5
Her zaman kibar bir insanımdır, çekilmez insanlara karşı bile.	1 2 3 4 5
İnsanlar benimkinden çok farklı fikirler ortaya koyduğunda bundan hiç rahatsız olmam.	1 2 3 4 5
Çok şanslı oldukları için bazı insanları kıskandığım zamanlar oldu	1 2 3 4 5
İnsanlar benden bir iyilik istediğinde bazen rahatsız olurum	1 2 3 4 5
Hiçbir zaman bilerek birisinin duygularını incitecek sözler sarf etmedim	1 2 3 4 5

Kendime karşı her zaman dürüst değilimdir	1 2 3 4 5
Neyi neden sevdiğimi her zaman bilirim.	1 2 3 4 5
Rahatsız edici bir düşünceyi kafamdan atmakta zorlanırım	1 2 3 4 5
Kararlarımdan hiçbir zaman pişmanlık duymam.	1 2 3 4 5
Bazen, yeterince hızlı karar veremediğim için fırsatları kaçırırım.	1 2 3 4 5
Tamamen mantıklı bir insanımdır.	1 2 3 4 5
Verdiğim kararlardan oldukça eminimdir	1 2 3 4 5
Bazen sevip bağlanma konusunda kendimi beceriksiz hissediyorum	1 2 3 4 5

Mecbur kalırsam bazen yalan söyleyebilirim.	1 2 3 4 5
Hatalarımı hiçbir zaman ört pas etmem.	1 2 3 4 5
Kendi çıkarlarım için insanları kullandığım zamanlar oldu	1 2 3 4 5
Bazen bana yapılan hataları affedip unutmak yerine intikam almaya çalışırım	1 2 3 4 5
Bir arkadaşımın arkasından onun hakkında kötü şeyler söylediğim oldu.	1 2 3 4 5
İnsanları özel bir konuda konuştuğunu anlarsam, dinlemekten kaçınırım	1 2 3 4 5
Hiçbir zaman bana ait olmayan şeyleri almam.	1 2 3 4 5
Diğer insanların özel hayatı hakkında dedikodu yapmam	1 2 3 4 5

Benzer bir olay karşısında farklı insanlara göre farklı tepkiler veririm 1 2 3 4 5
Başkalarının beni iyi bilmesi için uğraşmaktansa kendim olmayı yeğlerim 1 2 3 4 5
Çoğu zaman ne yapmam gerektiği konusunda karar verirken kendimi yazı-tura atarmış gibi hissederim. 1 2 3 4 5
Fikrimi (veya bir işi yapış şeklimi) başka birini memnun etmek için değiştiririm. 1 2 3 4 5
İnsanlarla iyi geçinmek ve sevilmek için onların beklentilerine yönelik hareket ederim 1 2 3 4 5
Grubun ortak fikrine karşı bir düşüncem olduğunda bunu dile getirmekte zorlanırım. .. 1 2 3 4 5
Bir kişi doğru olduğunu düşünse bile toplum içinde, başkalarına yanlış gelen şeyleri yapmaktan kaçınmalıdır. 1 2 3 4 5
Bazen hayatımın gidişatı üzerinde yeterince kontrolümün olmadığını düşünüyorum. ... 1 2 3 4 5
İnsanlarla muhatap olurken aşırı özgüven sergilemektense mütevazi olmak daha iyidir 1 2 3 4 5
Sadece arkadaşlarımın beni destekleyeceklerini bilirsem bir konu hakkında tartışmayı isterim. 1 2 3 4 5

Bir kişinin benim hakkımda kötü düşündüğünü duyduğumda, bu kişiyle bir sonraki görüşmemde iyi bir izlenim bırakmak için elimden geleni yaparım..... 1 2 3 4 5
Davranışlarım hakkında nadiren açıklama yapma veya özür dileme ihtiyacı duyarım... 1 2 3 4 5
Sosyal ortamlarda "uygun" bir şekilde davranmak benim için önemli değildir..... 1 2 3 4 5
İnsanları idare etmenin en iyi yolu onlarla hemfikir olmak ve onlara duymak istediklerini söylemektir..... 1 2 3 4 5
Birileri beni teşvik etmedikçe yaptığım işin devamını getirmekte zorlanırım 1 2 3 4 5
Birisi beni eleştirdiğinde veya benimle ilgili bir şey söylediğinde bunu olgunlukla karşılarım. 1 2 3 4 5
Önemli kişileri pohpohlamak akıllıcadır. 1 2 3 4 5
Sosyal ortamlarda, insanların sevmeyeceği bir şey söylemek veya yapmaktan çekindiğim için dikkatli davranırım 1 2 3 4 5
İnsanlar benimle aynı fikirde olmadığında genellikle duruşumu değiştirmem 1 2 3 4 5
Bir kişinin kaç tane arkadaşının olduğu, onun ne kadar iyi bir insan olduğuna bağlıdır 1 2 3 4 5

Bazen etrafa çöp attığım olur. 1 2 3 4 5
Her zaman hatalarımı açıkça kabul eder, muhtemel olumsuz sonuçlarıyla yüzleşirim. . 1 2 3 4 5
Trafikte başkalarına karşı her zaman nazik ve saygılıyımdır 1 2 3 4 5
Benim düşüncelerimle uyuşmasa bile, diğer insanların düşüncelerini her zaman anlayışla karşılarım 1 2 3 4 5
Bazen canım sıkkın olduğunda bunun acısını başkalarından çıkarırım. 1 2 3 4 5
Kendi çıkarlarım için insanları kullandığım oldu..... 1 2 3 4 5
Başkalarını konuşma esnasında dikkatlice dinler, sözlerini bitirmelerini beklerim. 1 2 3 4 5
Acil bir durumda bir kişiye yardım etmekte asla tereddüt etmem. 1 2 3 4 5
Bir söz verdiğimde ne olursa olsun o sözü tutarım. 1 2 3 4 5
Bazen başkalarının arkasından kötü konuştuğum olur. 1 2 3 4 5
Asla başkalarının sırtından geçinmem 1 2 3 4 5
Stresli olduğum durumlarda bile diğer insanlara arkadaşça ve kibarca yaklaşırım. 1 2 3 4 5
Tartışmalar esnasında her zaman tarafsız ve gerçekçi davranırım. 1 2 3 4 5
Geçmişte ödünç aldığım bir şeyi geri veremediğim olmuştur..... 1 2 3 4 5
Her zaman sağlıklı yiyecekler yerim. 1 2 3 4 5
Bazen karşımdakinden bir beklentim olduğu için ona yardım ederim. 1 2 3 4 5

Aşağıda bazı fikirler ve davranışlara ilişkin ifadeler yer almaktadır. Kendi görüş ve davranışlarınızı düşünerek bu ifadelere ne derece katıldığınızı belirtiniz

(1:Kesinlikle Katılmıyorum 2:Katılmıyorum 3:Kararsızım 4:Katılıyorum 5:Kesinlikle Katılıyorum)

Çevreyi korumak maksadıyla düzenlenen bir imza kampanyasına veya bir gösteriye katılabilirim. 1 2 3 4 5
Hava kirliliğini azaltmak amacıyla gideceğim yere bisiklet veya toplu taşıma ile gidebilirim. 1 2 3 4 5
Çevreyi iyileştirmek için çaba harcayan bir kuruma bir günlük kazancımı bağışlayabilirim. 1 2 3 4 5

Çamaşırlarımın bembeyaz olmasından vazgeçmem gerekse bile çevreyi kirletmeyen deterjan kullanmayı tercih
edebilirim. 1 2 3 4 5
Devletin çevre kirliliğini daha iyi kontrol edebilmesini desteklemek için %5 daha fazla vergi ödemeye razı olabilirim..... 1 2 3 4 5
Hava kirliliğinin azaltılabilmesi için her ay ödediğim faturalara bir lira daha eklenmesine razı olabilirim. 1 2 3 4 5
Doğal kaynakların daha akıllıca kullanılmasını sağlayacaksa ailemin gelecek yıl toplam giderlerinin 120 lira artmasına razı olabilirim..... 1 2 3 4 5
Benim için hesaplı olmasa bile çevreyi kirleten işletmelerin ürünlerini almaktan vazgeçebilirim. 1 2 3 4 5
Kısa vadede sonuçlarını göremesek bile çevre kirliliğini azaltmak için kişisel fedakarlıklar gösterebilirim. 1 2 3 4 5

Aşağıda bazı davranışlar yer almaktadır. Lütfen bu davranışları ne sıklıkta sergilediğinizi belirtiniz.

(1: Hiçbir zaman 2: Nadiren 3:Arasıra 4: Sıklıkla 5: Daima)

Para ödemek yerine internetten korsan müzik indiririm 1 2 3 4 5
Bir ürünün orijinaline para vermektense taklit ürün satın alırım..... 1 2 3 4 5
Para ödemektense internetten bedava film indiririm..... 1 2 3 4 5
Bir kitabın orijinaline para ödemektense fotokopi çektirir veya internetten korsan olarak indiririm 1 2 3 4 5

Aşağıda çevreye duyarlılıkla ilgili bazı davranışlar yer almaktadır. Lütfen bu davranışlara ne derecede belirtiniz.

(1:Kesinlikle Katılmıyorum 2:Katılmıyorum 3:Kararsızım 4:Katılıyorum 5:Kesinlikle Katılıyorum)

Konforundan feragat etmem gerekse bile çevreyi korumak için elimden geleni yapmak benim için ahlaki bir zorunluluktur..... 1 2 3 4 5
Daha pahalı olsa bile çevre dostu ürünler satın almak benim için bireysel ve ahlaki bir zorunluluktur..... 1 2 3 4 5
Çevrenin korunması, iyileştirilmesi konusunda elimden gelen tüm gayreti göstermek benim için ahlaki bir zorunluluktur..... 1 2 3 4 5
Daha pahalı olsa bile çevreye duyarlı şirketlerin ürünlerini satın almak benim için bireysel, ahlaki bir zorunluluktur..... 1 2 3 4 5

Yaşınız: ……..

Cinsiyetiniz: ( ) Kadın ( ) Erkek

Ailenizin aylık toplam geliri: ( ) 2000 TL'den az ( ) 2.000-5000 TL ( ) 5.001-10.000 TL arası ( ) 10.000 TL'den çok

Ek B: Anket Formu (T_2)

GEBZE TEKNİK ÜNİVERSİTESİ

Bu anket formu, Gebze Teknik Üniversitesi tarafından yürütülmekte olan bir yüksek lisans tezi kapsamında hazırlanmıştır. Anketi doldurmak yaklaşık 10 dakikanızı alacaktır. **Verdiğiniz cevaplar gizli tutulacak, hiçbir şekilde araştırma amaçları dışında kullanılmayacak, diğer katılımcıların cevapları ile birlikte toplu olarak değerlendirilecektir.** Çok değerli zamanınızı ayırarak çalışmaya verdiğiniz destekten dolayı teşekkür eder derslerinizde başarılar dileriz.

Dr. Öğretim Üyesi İnci Dursun
Gebze Teknik Üniversitesi
İşletme Fakültesi İşletme Bölümü
incidursun@gtu.edu.tr

Adınız: …… Soyadınız: ……..
Okul Numaranız: …… Bölümünüz: ……
Yaşınız: ……..
Cinsiyetiniz: ( ) Kadın ( ) Erkek
Ailenizin aylık toplam geliri: ( ) 2000 TL'den az ( ) 2.000-5000 TL ( ) 5.001-10.000 TL arası ( ) 10.000 TL'den çok

Aşağıdaki bazı davranışlara ilişkin ifadeler yer almaktadır. Kendi davranışlarınızı düşünerek ifadelere ne derece katıldığınız lütfen belirtiniz.
(1:Kesinlikle Katılmıyorum; 2:Katılmıyorum; 3:Kararsızım; 4:Katılıyorum; 5:Kesinlikle Katılıyorum)

İşlerim yolunda gitmediğinde bazen asabileşebiliyorum.	1 2 3 4 5
Daha önce birkaç kere bir işi yapmak için yetersiz olduğumu düşünerek o işi yapmaktan vazgeçtiğim oldu	1 2 3 4 5
Haklı olduklarını bilmeme rağmen otoriteye karşı isyan etmek isteğim zamanlar oldu.	1 2 3 4 5
Kimle konuşursam konuşayım, hep iyi bir dinleyiciyimdir.	1 2 3 4 5
Bazı sorumluluklardan kaçmak için hasta rolü oynadığımı hatırlıyorum	1 2 3 4 5
Kendi çıkarlarım için insanları kullandığım zamanlar oldu.	1 2 3 4 5
Her hata yaptığımda hatamı kabul ederim.	1 2 3 4 5
Bazen bana yapılan hataları affedip unutmak yerine intikam almaya çalışırım.	1 2 3 4 5
Her zaman kibar bir insanımdır, çekilmez insanlara karşı bile.	1 2 3 4 5
İnsanlar benimkinden çok farklı fikirler ortaya koyduğunda bundan hiç rahatsız olmam.	1 2 3 4 5
Çok şanslı oldukları için bazı insanları kıskandığım zamanlar oldu.	1 2 3 4 5
İnsanlar benden bir iyilik istediğinde bazen rahatsız olurum.	1 2 3 4 5
Hiçbir zaman bilerek birisinin duygularını incitecek sözler sarf etmedim.	1 2 3 4 5

Kendime karşı her zaman dürüst değilimdir.	1 2 3 4 5
Neyi neden sevdiğimi her zaman bilirim.	1 2 3 4 5
Rahatsız edici bir düşünceyi kafamdan atmakta zorlanırım.	1 2 3 4 5
Kararlarımdan hiçbir zaman pişmanlık duymam.	1 2 3 4 5
Bazen, yeterince hızlı karar veremediğim için fırsatları kaçırırım	1 2 3 4 5
Tamamen mantıklı bir insanımdır.	1 2 3 4 5
Verdiğim kararlardan oldukça eminimdir.	1 2 3 4 5
Bazen sevip bağlanma konusunda kendimi beceriksiz hissediyorum	1 2 3 4 5

Mecbur kalırsam bazen yalan söyleyebilirim.	1 2 3 4 5
Hatalarımı hiçbir zaman ört pas etmem.	1 2 3 4 5

Kendi çıkarlarım için insanları kullandığım zamanlar oldu. 1 2 3 4 5
Bazen bana yapılan hataları affedip unutmak yerine intikam almaya çalışırım. 1 2 3 4 5
Bir arkadaşımın arkasından onun hakkında kötü şeyler söylediğim oldu. 1 2 3 4 5
İnsanları özel bir konuda konuştuğunu anlarsam, dinlemekten kaçınırım. 1 2 3 4 5
Hiçbir zaman bana ait olmayan şeyleri almam. 1 2 3 4 5
Diğer insanların özel hayatı hakkında dedikodu yapmam 1 2 3 4 5

Benzer bir olay karşısında farklı insanlara göre farklı tepkiler veririm. 1 2 3 4 5
Başkalarının beni iyi bilmesi için uğraşmaktansa kendim olmayı yeğlerim 1 2 3 4 5
Çoğu zaman ne yapmam gerektiği konusunda karar verirken kendimi yazı-tura atarmış gibi hissederim. 1 2 3 4 5
Fikrimi (veya bir işi yapış şeklimi) başka birini memnun etmek için değiştiririm. 1 2 3 4 5
İnsanlarla iyi geçinmek ve sevilmek için onların beklentilerine yönelik hareket ederim 1 2 3 4 5
Grubun ortak fikrine karşı bir düşüncem olduğunda bunu dile getirmekte zorlanırım. . 1 2 3 4 5
Bir kişi doğru olduğunu düşünse bile toplum içinde, başkalarına yanlış gelen şeyleri yapmaktan kaçınmalıdır. 1 2 3 4 5
Bazen hayatımın gidişatı üzerinde yeterince kontrolümün olmadığını düşünüyorum. .. 1 2 3 4 5
İnsanlarla muhatap olurken aşırı özgüven sergilemektense mütevazi olmak daha iyidir 1 2 3 4 5
Sadece arkadaşlarımın beni destekleyeceklerini bilirsem bir konu hakkında tartışmayı isterim. 1 2 3 4 5
Bir kişinin benim hakkımda kötü düşündüğünü duyduğumda, bu kişiyle bir sonraki görüşmemde iyi bir izlenim bırakmak için elimden geleni yaparım. 1 2 3 4 5
Davranışlarım hakkında nadiren açıklama yapma veya özür dileme ihtiyacı duyarım. . 1 2 3 4 5
Sosyal ortamlarda "uygun" bir şekilde davranmak benim için önemli değildir. 1 2 3 4 5
İnsanları idare etmenin en iyi yolu onlarla hemfikir olmak ve onlara duymak istediklerini söylemektir. 1 2 3 4 5
Birileri beni teşvik etmedikçe yaptığım işin devamını getirmekte zorlanırım. 1 2 3 4 5
Birisi beni eleştirdiğinde veya benimle ilgili bir şey söylediğinde bunu olgunlukla karşılarım. 1 2 3 4 5
Önemli kişileri pohpohlamak akıllıcadır. 1 2 3 4 5
Sosyal ortamlarda, insanların sevmeyeceği bir şey söylemek veya yapmaktan çekindiğim için dikkatli davranırım. 1 2 3 4 5
İnsanlar benimle aynı fikirde olmadığında genellikle duruşumu değiştirmem. 1 2 3 4 5
Bir kişinin kaç tane arkadaşının olduğu, onun ne kadar iyi bir insan olduğuna bağlıdır 1 2 3 4 5

Bazen etrafa çöp attığım olur. 1 2 3 4 5
Her zaman hatalarımı açıkça kabul eder, muhtemel olumsuz sonuçlarıyla yüzleşirim. . 1 2 3 4 5
Trafikte başkalarına karşı her zaman nazik ve saygılıyımdır. 1 2 3 4 5
Benim düşüncelerimle uyuşmasa bile, diğer insanların düşüncelerini her zaman anlayışla karşılarım. 1 2 3 4 5
Bazen canım sıkkın olduğunda bunun acısını başkalarından çıkarırım. 1 2 3 4 5
Kendi çıkarlarım için insanları kullandığım oldu. 1 2 3 4 5
Başkalarını konuşma esnasında dikkatlice dinler, sözlerini bitirmelerini beklerim. 1 2 3 4 5
Acil bir durumda bir kişiye yardım etmekte asla tereddüt etmem. 1 2 3 4 5
Bir söz verdiğimde ne olursa olsun o sözü tutarım. 1 2 3 4 5
Bazen başkalarının arkasından kötü konuştuğum olur. 1 2 3 4 5
Asla başkalarının sırtından geçinmem. 1 2 3 4 5
Stresli olduğum durumlarda bile diğer insanlara arkadaşça ve kibarca yaklaşırım. 1 2 3 4 5
Tartışmalar esnasında her zaman tarafsız ve gerçekçi davranırım. 1 2 3 4 5
Geçmişte ödünç aldığım birşeyi geri veremediğim olmuştur. 1 2 3 4 5
Her zaman sağlıklı yiyecekler yerim. 1 2 3 4 5
Bazen karşımdakinden bir beklentim olduğu için ona yardım ederim. 1 2 3 4 5

Aşağıda bazı fikirler ve davranışlara ilişkin ifadeler yer almaktadır. Kendi görüş ve davranışlarınızı düşünerek bu ifadelere ne derece katıldığınızı belirtiniz
(1:Kesinlikle Katılmıyorum; 2:Katılmıyorum; 3:Kararsızım; 4:Katılıyorum; 5:Kesinlikle Katılıyorum)

Çevreyi korumak maksadıyla düzenlenen bir imza kampanyasına veya bir gösteriye katılabilirim. 1 2 3 4 5
Hava kirliliğini azaltmak amacıyla gideceğim yere bisiklet veya toplu taşıma ile gidebilirim. 1 2 3 4 5
Çevreyi iyileştirmek için çaba harcayan bir kuruma bir günlük kazancımı bağışlayabilirim. 1 2 3 4 5
Çamaşırlarımın bembeyaz olmasından vazgeçmem gerekse bile çevreyi kirletmeyen deterjan kullanmayı tercih edebilirim. 1 2 3 4 5
Devletin çevre kirliliğini daha iyi kontrol edebilmesini desteklemek için %5 daha fazla vergi ödemeye razı olabilirim..... 1 2 3 4 5
Hava kirliliğinin azaltılabilmesi için her ay ödediğim faturalara bir lira daha eklenmesine razı olabilirim. 1 2 3 4 5
Doğal kaynakların daha akıllıca kullanılmasını sağlayacaksa ailemin gelecek yıl toplam giderlerinin 120 lira artmasına razı olabilirim. 1 2 3 4 5
Benim için hesaplı olmasa bile çevreyi kirleten işletmelerin ürünlerini almaktan vazgeçebilirim. 1 2 3 4 5
Kısa vadede sonuçlarını göremesek bile çevre kirliliğini azaltmak için kişisel fedakarlıklar gösterebilirim. 1 2 3 4 5

Aşağıda bazı davranışlar yer almaktadır. Lütfen bu davranışları ne sıklıkta sergilediğinizi belirtiniz.

(1: Hiçbir zaman; 2: Nadiren; 3:Arasıra; 4: Sıklıkla; 5: Daima)

Para ödemek yerine internetten korsan müzik indiririm. 1 2 3 4 5
Bir ürünün orijinaline para vermektense taklit ürün satın alırım. 1 2 3 4 5
Para ödemektense internetten bedava film indiririm. 1 2 3 4 5
Bir kitabın orijinaline para ödemektense fotokopi çektirir veya internetten korsan olarak indiririm. 1 2 3 4 5

Aşağıda çevreye duyarlılıkla ilgili bazı davranışlar yer almaktadır. Lütfen bu davranışlara ne derecede belirtiniz.

(1:Kesinlikle Katılmıyorum 2:Katılmıyorum 3:Kararsızım 4:Katılıyorum 5:Kesinlikle Katılıyorum)

Konforundan feragat etmem gerekse bile çevreyi korumak için elimden geleni yapmak benim için ahlaki bir zorunluluktur..... 1 2 3 4 5
Daha pahalı olsa bile çevre dostu ürünler satın almak benim için bireysel ve ahlaki bir zorunluluktur..... 1 2 3 4 5
Çevrenin korunması, iyileştirilmesi konusunda elimden gelen tüm gayreti göstermek benim için ahlaki bir zorunluluktur..... 1 2 3 4 5
Daha pahalı olsa bile çevreye duyarlı şirketlerin ürünlerini satın almak benim için bireysel, ahlaki bir zorunluluktur..... 1 2 3 4 5