

## Karara Varma İhtiyacı Ölçeğinin Türkçe Versiyonu: Geçerlilik ve Güvenilirlik Değerlendirmesi

İnci Dursun<sup>a</sup>

Kutalmış Emre Ceylan<sup>b</sup>

Ebru Tümer Kabadayı<sup>c</sup>

**Öz:** Karara varma ihtiyacı (KaVi) insanları, çabuk karar verme ve yargıda bulunmaya yönelten aciliyet hissi yaşamlarına sebep olan motivasyonel bir mekanizmadır. KaVi bir konuya ilişkin kararsızlık ve belirsizlik yaşamak yerine kesin bir karara varma yönündeki istek olarak tanımlanır. KaVi bilgi arama ve işleme süreçlerinin nasıl gerçekleştiğini anlamada önemli bir role sahiptir. Kalıcı kişisel bir eğilim olarak KaVi'nin ölçümüne yönelik bir ölçek geliştirilmiş, (Webster ve Kruglanski, 1994), kısaltılmış ve iyileştirilmiştir (Houghton ve Grewal, 2000). Bu araştırmanın amacı, indirgenmiş KaVi ölçeğinin Türkçe versiyonunu geliştirmek, ölçeğin faktör yapısını incelemek, geçerlilik ve güvenilirliğini test etmektedir. Gerekli veri İstanbul Kocaeli ve İzmir'de yaşayan toplam 1094 kişilik bir örneklemeden toplanmıştır. Önceki araştırma sonuçları ile paralel şekilde "hızlı karar verme" ve "yeni fikirlere kapalı olma" unsurları ayrı faktörler olarak belirlemiştir. Bu durum KaVi'nin ileri sürülen tek boyutluluk iddiası ile tutarsızlık sergilemiştir. Sonuçların olası nedenleri tartışılmış, üç boyutlu sadeleştirilmiş bir ölçüm modeli geliştirilmiş ve ölçüm kalitesi daha yüksek bir Türkçe KaVi ölçeğinin geliştirilebilmesine yönelik önerilerde bulunulmuştur.

**Anahtar Sözcükler:** Amatör epistemik teori, karara varma ihtiyacı ölçeği, ölçek geçeleme.

**JEL Sınıflandırması:** M31, M39

## Turkish Version of the Need for Cognitive Closure Scale: Evaluation of the Validity and Reliability

**Abstract:** Need for cognitive closure (NFCC) is a motivational mechanism leading people to experience a sense of urgency about reaching a closure in their decisions and judgments. It is defined as a desire an answer on a given topic compared to confusion and ambiguity. NFCC has acritical role for understanding how information is acquired and processed. A five facet scale was introduced (Webster and Kruglanski 1994), reduced and refined (Houghton ve Grewal, 2000) to assess NFCC as a stable individual disposition. This study aims to introduce the Turkish version of the reduced NFCC scale, assess its factor structure, and test its validity and reliability. Data was collected from a total sample of 1094 respondents live in İstanbul, Kocaeli and Yalova. In line with findings from previous studies, sub facets "decisiveness" and "closed mindedness" emerged as independent dimensions inconsistent with the proposed one-dimensional structure. Probable causes are discussed, a three facet scale was proposed and suggestions for an improved quality Turkish NFCC scale are provided.

**Keywords:** Lay epistemic theory, need for cognitive closure scale, scale validation.

**JEL Classification:** M31, M39

<sup>a</sup> Assist. Prof., Yalova University, Faculty of Economics and Administrative Sciences, Department of Business Administration, Yalova, Türkiye, inci.dursun@yalova.edu.tr

<sup>b</sup> Assist. Prof., Gelisim University, Faculty of Economics and Administrative Sciences, Department of Business Administration, İstanbul, Türkiye, keceylan@gelisim.edu.tr

<sup>c</sup> Assoc. Prof., Gebze Institute of Technology, Faculty of Business Administration, Department of Business Administration, Kocaeli, Türkiye, tumer@gyte.edu.tr

## 1. Giriş

İnsanların düşünme şekillerini derinden etkileyen bazı motivasyonel güçlerin olduğu sosyal ve bireysel psikoloji alanında genel kabul görmüş bir gerçektir (Neuberg vd. 1997a). İnsanların düşünme, bilgi işleme ve yargıya varma süreçleri ile yakından ilişkili bu motivasyonel güçlerden biri “karara varma ihtiyacı”dır. Amatör epistemik teori (Kruglanski vd., 1993) çerçevesinde tanımlanan dört bilgi edinme motivasyonundan biri olan “karara varma ihtiyacı” (KaVi) bir konu hakkında karışıklık veya belirsizlik yaşamaktansa, herhangi bir karara kesin olarak ulaşma (böylece zihindeki soruya nihai bir cevap bulma) arzusu olarak tanımlanmaktadır. Diğer bir ifadeyle KaVi, hakkında yargıya varılması gereken bir konu ile ilgili açık-kesin bir fikre duyulan isteği temsil etmektedir ve kesin bir yargıya ulaşmaya imkan vermek için sürmekte olan bilgi arama ve işleme sürecinin durdurulmasına yönelik bir mekanizma olarak görev yapmaktadır (Kruglanski ve Fishman, 2009). KaVi çevresel faktörlerin etkisi ile (örn: zaman baskısı, karara varılması gereken konunun özellikleri) tetiklenebileceği gibi kalıcı bir kişilik özelliği olarak da ele alınmaktadır. Kendini, belirli bir düzen arama, belirsizlikten rahatsız olma, hızlı karar verme, tutarlılık arama ve yeni fikirlere kapalı olma eğilimleri olarak dışa vuran KaVi (Webster ve Kruglanski, 1994) bilgi işleme ve bilgi yapısı oluşturma sürecinde farklılıklara sebep olmaktadır. Bu sebeple KaVi'nin tüketici karar verme sürecini açıklamaya yönelik olarak kullanıldığı görülmektedir. Henüz çok yaygınlaşmamış da olsa yapılan çalışmalarda, karara varma ihtiyacının satın alma öncesi bilgi arama faaliyetleri (Houghton ve Grewal, 2000), ikna çabalarına gösterilen tepkiler (Kruglanski vd., 1993), satın alma sürecinde alternatiflerin nasıl değerlendirileceği (Choi vd., 2008), hangi karar verme kurallarının kullanılacağı (Vermeir vd., 2002) ve zihinsel kısa yolların kullanımı (Cronley vd., 2005) gibi tüketim odaklı bilgi işleme süreçlerinde de etkili olduğunu gösteren bulgulara ulaşılmıştır.

Kavramı literatüre tanıtan Webster ve Kruglanski (1994) karara varma ihtiyacının kişiden kişiye nasıl farklılaştığını ortaya koyabilmek amacıyla ile kavramın beş yansımasını değerlendirmeye yönelik toplam 42 soruluk bir ölçek geliştirmiştir. Daha sonraki yıllarda bu ölçek farklı dillere çevrilerek kullanılmış, ölçeğin faktör yapısına dair bazı eleştiriler getirilmiş (örn: Neuberg vd. 1997a), ancak Kruglanski'nin (2004) de belirttiği gibi genel olarak yapısal ve fonksiyonel açıdan iyi sonuçlar vermiştir. Orijinal KaVi ölçeğinin 42 soruluk uzun yapısı eleştiri alan diğer bir nokta olmuş, ölçek farklı araştırmalarda farklı şekillerde kısaltılmış, bulguların değerlendirmesinde karmaşa yaratan bu yaklaşımı engellemek için de sadeleştirilmiş KaVi ölçekleri geliştirilmiştir (Örn: Houghton ve Grewal, 2000; Roets ve Hiel, 2011). Türkçe literatür incelendiğinde ölçeğin orijinal veya kısa versiyonlarının kullanıldığı herhangi bir araştırmaya rastlanmamıştır. Çevirisi yapılan ölçeklerde olası kültürel ve dilbilgisine ilişkin farklılıklar sebebi ile ölçeği oluşturan madde veya soruların farklı anlamlara gelmesi ve ölçeğin geçerlilik ve güvenilirliğinin zarar görmesi oldukça muhtemeldir (Rode, 2005). Bu sebeple zihinsel süreçlere ilişkin karmaşık soruların yer aldığı bu çok sorulu ölçeğin, orijinal dilinden başka bir dile çevrilmesinin ardından olduğu gibi kabul edilip araştırma modeline dahil edilmesi yerine faktör yapısı, geçerlilik ve güvenilirlik kriterleri açısından ön değerlendirmeye tabi tutulması ve gerekli uyarlamaların yapılması uygun bir yaklaşım olarak görülmektedir. Bu yaklaşım ile aynı zamanda literatürde KaVi'yi konu alan bir seri araştırmada tutarlı şekilde ortaya çıkan faktör yapısına ilişkin sorunların Türk örnekleminde de yaşanıp yaşanmayacağını belirlemek ve iyileştirme için gerekli yolları ortaya koymak mümkün olacaktır.

Bu kapsamda bu araştırmada karara varma ihtiyacı ölçeğinin sadeleştirilmiş Türkçe versiyonunun geçerliliğinin ve güvenilirliğinin test edilmesi, gerekli uyarlamaların yapılması ve

son olarak ölçüm kalitesi açısından daha üstün bir Türkçe KaVİ ölçeğinin geliştirilebilmesine yönelik önerilerde bulunulması amaçlanmaktadır. Böylece, tüketici davranışları, örgütsel davranış ve ya eğitim alanındaki Türk menşeli araştırmalarda kullanılabilir, gerekli ölçüm kalitesine sahip bir Türkçe KaVİ ölçeğinin ortaya konulmasına yönünde ilk adımın atılması hedeflenmiştir. Bu doğrultuda araştırma, karara varma ihtiyacının dayanağını oluşturan amatör epistemik teorinin tanıtılması ile başlamakta, karara varma ihtiyacının tüketim davranışlarındaki etkilerine yönelik bilgi verilmesi ile sürmekte ve ardından ölçüm kalitesinin değerlendirilmesine yönelik analizlerin sonuçlarının tartışılması ve gerekli önerilerin getirilmesi ile son bulmaktadır.

## 2. Karara Varma İhtiyacının Kaynağı Olarak Amatör Epistemik Teori

Karara varma ihtiyacının temel dayanağı olan amatör epistemik teoriye (lay epistemic theory, Kruglanski, 1989) göre "bilgi", doğruluğuna belirli derecede güvenilen önermeler veya birbiri ile ilişkili önermeler kümesinden oluşmaktadır. Kruglanski (1989) teorisinde, bilim insanları ve bilim ile uğraşmayan insanların (amatörlerin) bilgi edinme sürecinin birbirine çok benzediğini ve benzer faktörlerden etkilendiklerini ileri sürmektedir. Teoriye göre, amatör ve bilimsel bilgi edinme süreçlerinin her ikisi de benzer iki boyutu içermektedir. Bunlar (1) önermelere ilişkin içeriklerin geliştirilmesini kapsayan hipotez geliştirme boyutu, (2) geliştirilen önermelere belirli bir güven derecesi atfedilmesini içeren hipotez geçerliliği boyutudur. Bu boyutların her ikisi de belirli bir bilişsel kapasite ve motivasyon gerektirmektedir. Teoriye göre bilişsel kapasite, hafızada konuya ilişkin fikir öne sürmek için yeterli ve ulaşılabilir bir bilgi birikiminin olmasını temsil etmektedir. Bilgi edinmeye ilişkin diğer bir şart olan motivasyonu ise toplam dört türde incelemiştir (Kruglanski, 1989). Bilgi edinmeye yönelik motivasyon türlerini ayırmada iki boyut kullanılmaktadır. İlk boyutta karara varma ihtiyacı -karar vermektan kaçınma ayırımı yer almaktadır. Bu boyut kişi karara varmayı mı istiyor yoksa karara varmaktan kaçınarak açık bir zihne sahip olmayı mı istiyor noktasında ayırım yapmayı mümkün kılmaktadır. İkinci boyutta ise belirli- genel ayırımı vardır. Bu ayırım, kişinin ulaşmaya çalıştığı veya ulaşmaktan kaçındığı kararın belirli bir karar mı yoksa genel olarak tüm karar alma durumlarını kapsadığını sorgulamaktadır. Bu iki boyut açıdan değerlendirme yapıldığında bilgi edinmeye ilişkin Tablo1'de gösterilen dört farklı motivasyon ortaya çıkmaktadır.

**Tablo 1.** Epistemik Motivasyonların İki Boyutlu Sınıflandırması

KARARA VARMAYA YÖNELİK EĞİLİM			
	Karara varmaktan kaçınma	Karara varmaya ihtiyaç duyma	
KARARA VARMAYA YÖNELİK MOTİVASYONUN TÜRÜ	Genel (tüm karar durumlarında)	<b>Genel olarak karara varmaktan kaçınma ihtiyacı:</b> Belirli bir karara takılıp kalmanın istenmediği durumlarda yaşanır. Hatalı bir yargıda bulunmanın maliyetinin çok yüksek olmasından dolayı kişinin geçersiz bir karar vermektan korkmasıyla meydana gelir.	<b>Genel olarak karara varma ihtiyacı:</b> Kararsızlık ve belirsizlik halinden kurtulmayı sağlayacak her hangi bir karara varma ihtiyacını temsil etmektedir.
	Belirli bir karar durumunda	<b>Belirli bir karara varmaktan kaçınma ihtiyacı:</b> Bazen insanların verecekleri belirli kararlar istemedikleri sonuçlar doğuracağından bu kararlara varmaktan kaçınmalarını ifade eder. Bazı durumlarda da aslında "tam tersi karara" varma isteğini temsil edebilmektedir.	<b>Belirli bir karara varma ihtiyacı:</b> Bilgi edinme sürecinin istenilen veya arzu edilen bilgi yapısına ulaşmayı sağlayacak şekilde yanılaştırarak çekici görünen karara varma konusundaki ihtiyacı temsil etmektedir.

Kaynak: Kruglanski, A. W. (2004). *The Psychology of Closed Mindedness*. Psychology Press, New York: 6

### 3. Karara Varma İhtiyacı

Bu araştırmada kalıcı kişisel eğilim yaklaşımı ile uyumlu olan genel karara varma ihtiyacı üzerinde durulmuş, diğer motivasyon türlerine ilişkin derin bilgiye yer verilmemiştir (bilgi için: Kruglanski, 2004). Tablo1’de belirtildiği gibi karara varma ihtiyacı (KaVİ) kararsızlık ve belirsizlik halinden kurtulmayı sağlayacak her hangi bir karara varma ihtiyacını temsil etmektedir ve bu ihtiyaç karara varmanın getireceği fayda ve karara varamamaktan doğacak maliyete ilişkin algılara dayanmaktadır (Kruglanski ve Webster, 1996, Webster ve Kruglanski, 1998). KaVİ bir düzlem üzerinde düşünülürse, bu düzlemin bir ucu kesin bir cevaba duyulan çok güçlü ihtiyacı, diğer ucu herhangi bir yargıya kendini bağlamamaya yönelik güçlü ihtiyacı temsil edecektir. Kesin bir cevaba duyulan çok güçlü ihtiyacı temsil eden uca yaklaştıkça KaVİ güçlenirken diğer uca yaklaştıkça zayıflamaktadır (Kruglanski 2004). Kişinin karara varma ihtiyacının yüksek olmasının iki önemli sonucu bulunmaktadır (Kruglanski, 2004). Bunlardan ilki karara varmada yaşanacak herhangi bir gecikmenin yaşatacağı sıkıntıdan dolayı kişinin karara ulaşma konusunda aciliyet hissetmesidir. Bu aciliyet hissi sebebiyle kişi yüzeysel delillere dayanarak sonuca ulaşma eğilimindedir. Yazara göre karara varmaya yönelik yoğun ihtiyacın diğer bir sonucu ise bir kez karara ulaşıldığında bu karara bağlı kalma çabasıdır. Bu sebeple yüksek KaVİ’ye sahip kişiler dayanıklı, kalıcı kararlara ulaşma eğilimindedirler. Karara varmanın acilen gerekli olarak algılanması ve kalıcı kararlara duyulan bu ihtiyaç, en temelde bir karara ulaşma ihtiyacının ortaya çıktığının ve karara varamamanın psikolojik bir rahatsızlık yarattığının göstergeleridir. İnsanlar, bu psikolojik rahatsızlık halinden en çabuk şekilde kurtulmayı (karar varmada aciliyet hissi) bu hissi tekrar yaşamamayı (kararlara bağlı kalma eğilimi) dilemektedir.

#### 3.1. Karara Varma İhtiyacı ve Tüketici Davranışı

Bilgi oluşturma süreçleri, insanların birbirleriyle etkileşimlerinin temelini oluşturulduğundan KaVİ, (1) izlenim ve sosyal yargı oluşturma, (2) ikna, iletişim, empati gibi kişiler arası süreçler, (3) gruplar arası ilişkiler, (4) grup içi ilişkiler gibi sosyal davranışları açıklama açısından önemli bir role sahiptir ve bu sebeple sosyal ve bireysel psikoloji literatüründe geniş bir uygulama alanı bulmuştur (bilgi için: Kruglanski ve Fishman, 2009). Ancak, KaVİ pazarlama ve tüketici davranışları literatürü için nispeten çok daha yeni bir kavramdır. Tüketicilerin sayısız seçeneklerle karşı karşıya olduğu ve bu seçeneklerle ilgili çok yoğun bilgi bombardımanına tutulduğu, özellikle belirli ürünler için karar verme süreçlerinin daha zor ve daha fazla zihinsel efor gerektirdiği günümüzde KaVİ’nin tüketicilerin bilgi işleme ve sübjektif bilgi birikimlerinin nasıl oluşturduğunu açıklamada önemli rol oynayacağını söylemek mümkündür. Gerçekten de yapılan nadir çalışmalarda KaVİ’nin tüketici karar sürecinde gerekli bilgiyi edinme, işleme, yargıya varma süreçlerindeki etkisine ilişkin ampirik delillere rastlanmaktadır. Örneğin Kruglanski, vd. (1993) KaVİ’nin ikna ve iknaya karşı gösterilen direnç ile yakından ilişkili olduğunu göstermiştir. Bulgulara göre, kişinin KaVİ seviyesi konuya ilişkin sahip olduğu bilgi miktarına da bağlı olarak tüketicilerin ne kadar kolay ikna olduğu ile ilişkilidir. Tüketicinin konuya ilişkin belirli bir bilgi temelini varlığı durumunda karara varmaya yönelik güçlü ihtiyaç duyan kişi bu bilgiyi belirli bir görüş oluşturmada kullanmaktadır. Yüksek KaVİ sergileyen bu kişilerin aynı zamanda görüşlerine sadık kalmaları ve bu görüşe karşı bir bilgiyi değerlendirmeye alması daha az muhtemeldir. Diğer bir ifade ile ikna edilmeleri çok daha zordur. Yüksek KaVİ sergileyen ancak bilgisel temele sahip olmayan kişiler ise iknaya çok daha fazla açıktır. Bunun nedeni konu ile ilgili belirli görüş oluşturmaya yetecek bilgi sahibi olmamaları bu sebeple herhangi bir karara varmaktan mahrum kalmalarıdır. Bu durumda potansiyel bir ikna edici tarafından sunulmuş bile olsa herhangi bir bilgiyi kabul ederek belirli bir karar ulaşmayı seçeceklerdir (Kruglanski, vd. 1993).

KaVİ'nin ayrıca satın alma sürecinde ihtiyaç duyulan bilginin miktarı, ihtiyaç duyulan bilginin türü ve ipuçlarının kullanımı ile ilişkili olduğu görülmektedir. Cronley vd. (2005) tarafından belirtildiği gibi, insanlar çabuk karar vermek istediklerinde zihinsel kısa yolları (heuristics) daha fazla kullanmaktadır. Örneğin, "ürün ne kadar ender ise o kadar değerlidir" şeklinde çıkarımda bulunmak ve buna uygun satın alım gerçekleştirmek yüksek KaVİ hisseden insanlar için çok daha olasıdır (Cronley vd., 2005). Benzer şekilde, karara varma ihtiyacı nispeten yoğun olan tüketiciler seçim yapmaları gerektiğinde alternatifler üzerinde düşünmek yerine daha kolay olduğu ve sonuca çabuk ulaşmayı sağladığı için özellik temelli bilgi işleme yaparak karar vermektedir (Choi vd., 2008). Vermeir vd. (2002) de yüksek KaVİ sergileyen tüketicilerin, karar verirken, genellikle benzer karar verme kuralları kullandığına ve kararlarının çok daha kati olduğuna dair bulgulara ulaşmıştır. Amichai-Hamburger vd. (2004), KaVİ'nin daha özelden tüketicinin bilgiye hangi araçlardan ulaşacağına yönelik tercihlerini de etkilediğini göstermiştir. Araştırma bulgularına göre, tüketicilerin KaVİ seviyesi farklı özelliklerdeki ticari web sitelerinin hangisini kullanacağına etki etmektedir. Yüksek karara varma ihtiyacına sahip tüketiciler zaman baskısının olmadığı normal durumlarda, kısa sürede karara ulaşma ve o kararda sabit kalma motivasyonları ile tutarlı olarak, çok sayıda hiper linkin bulunduğu interaktif web sitelerinin yerine, içinde tüm bilgilerin sunulduğu ancak link içermeyen tek katmanlı web sitelerini tercih etmektedir. Literatürdeki bu bulgular genel olarak değerlendirildiğinde yüksek KaVİ sergileyen tüketicilerin daha az bilgi toplamaya meyilli oldukları ve bir ürünle ilgili bir yargıya varmak için gerekli bilgi işleme sürecini nispeten daha az yoğun yaşadıkları sonucuna varmak mümkündür.

### 3.2. Karara Varma İhtiyacı Ölçeği

Webster ve Kruglanski (1994) yalnızca durumsal bir motivasyon değil kalıcı bir kişisel eğilim olduğunu belirttikleri "karara varma ihtiyacı"nın ölçümüne yönelik yaptıkları çalışmada, kavramın farklı yansımaları olacağına dikkat çekmiştir. Teorik olarak karara varmaya yönelik güçlü bir ihtiyaç hisseden insanların, hayatlarında belirli bir sıra ve düzen aramaları, belirsizlik, kaos ve düzensizlikten nefret etmeleri bekleneceğinden yüksek KaVİ'nin ilk yansıması "sıra ve düzene duyulan ihtiyaç" olarak belirlenmiştir. Yoğun karara varma ihtiyacı hisseden insanların, karara varmamalarının getireceği belirsizlikten duygusal bir rahatsızlık hissedeceği dikkate alınarak ikinci yansımanın "belirsizlikten rahatsız olma" olacağı belirtilmiştir. Ayrıca yüksek karara varma ihtiyacı acilen karara ulaşma yönünde yoğun bir istek yaratacağından, "hızlı karar verme" KaVİ'nin bir diğer dışı vurumu olarak tanımlanmıştır. Yoğun karara varma ihtiyacı hissedildiğinde insanlar güvenli ve kalıcı bir bilgi yapısı arzulanacağından, farklı durumlarda tutarlılığı temsilen gelecekteki durumları "öngörülebilirlik" ve mevcut bilgi yapısına alternatif görüşleri veya tutarsız delilleri almaya gönülsüzlüğü temsil eden "yeni fikirlere kapalı olma" diğer iki yansıma olarak ortaya konulmuştur. Karara varma yönündeki güçlü ihtiyacın bu beş farklı yansımasını ölçümlemek için toplam 42 sorudan oluşan 6'lı likert tipi ölçek (1=kesinlikle katılmıyorum, 6=kesinlikle katılıyorum) meydana getirilmiştir. Ölçek daha sonra, ilki 281 öğrenci grubu, ikincisi 172 yetişkin grubu olmak üzere iki ayrı örnekleme ayrı ayrı test edilmiştir ve öne sürülen yapı onaylanmıştır. Aynı çalışma (Webster ve Kruglanski, 1994), kalıcı bir kişisel eğilim olarak ölçümlenen KaVİ'nin, laboratuvar ortamında farklı yöntemlerle manipüle edilerek meydana getirilen KaVİ ile benzer sonuçlara sebep olduğunu göstermiştir.

KaVİ ölçeği literatüre tanıtılmasından itibaren faktör yapısı ve Webster ve Kruglanski (1994) tarafından değinilen tek boyutluluk özelliği açısından eleştirilere maruz kalmış (Neuberg et al. 1997a), eleştirilere cevap veren Kruglanski vd. (1997) tek boyutluluk

iddiasında bulunmadıklarını, kavramın farklı kaynaklarından bahsedilerek aslında kavrama çok boyutlu olarak yaklaşıldığını, teorik alt yapısı izin verdiğinden tek bir KaVİ değeri oluşturmak için bu boyutların toplamının alınabileceğini ifade etmektedir. Ancak, kavramın beş alt unsurunun (düzen arama, belirsizlikten rahatsız olma, hızlı karar verme, öngörülebilirlik, yeni fikirlere kapalı olma) yazarların ölçek geliştirme (Webster ve Kruglanski,1994) makalelerinde kavramın “farklı dışa vurumları (yansımaları)”, eleştirilere cevap makalelerinde ise (Kruglanski vd., 1997) kavramın “farklı kaynakları” olarak belirtilmeleri ölçüm teorisinde karışıklık yarattığından yeni eleştirilere sebep olmuştur (Neuberg vd. 1997b). KaVİ ölçeğinin incelendiği daha sonraki araştırmalarda (örneğin Manetti vd. 2002, Roets ve Hiel, 2011) ölçeğin alt boyutlarının veya maddelerinin kavramın kaynakları olarak değil yansımaları olarak ele alındığı ve yansıtmalı bir ölçek olarak yapılandırıldığı görülmektedir. Kruglanski ve Fishman da (2009) ölçeğin Arapça, Almanca, Fransızca, İtalyanca, İspanyolca, Japonca, Korece gibi birçok dile çevrilerek farklı bağlamlarda kullanıldığının, farklı ülke ve kültürlerde aynı temel anlam ve yapıyı sergilediğine dair delillere ulaşıldığının altı da çizmiştir. Literatürdeki uygulamalar ve sonuçlar dikkate alındığında ölçeğin çok boyutlu ve yansıtmalı bir ölçek olarak değerlendirilebileceği sonucuna varmak mümkündür.

KaVİ ölçeğiyle ilgili eleştirilere konu olan diğer bir dezavantaj 42 soruluk ölçeğin uygulamada bazı zorlukları da beraberinde getirmesidir. Bu sorun ile karşılaşan araştırmacıların bir kısmı (örn: Keller, 2005; Kimmelmeier, 2010) ölçeğin farklı soru sayılarından oluşan daha kısa versiyonlarını kullanma yoluna gitmiştir. Roets ve Hiel (2011) tarafından belirtildiği gibi ölçeğin her araştırmacının kendi kontrolünde kısaltılması ve bazen hangi soruların kullanıldığına, herhangi bir geçirme yapıp yapılmadığına dair bilginin verilmemesi araştırmaların tekrarlanmasına ve sonuçların karşılaştırılmasına engel olmaktadır. Bu durumun doğal bir sonucu olarak, uygulamada cevaplayıcılara kolaylık sağlayarak ölçüm kalitesini artırmak temel motivasyonu ile KaVİ ölçeğinin sadeleştirilmiş formlarını oluşturmayı amaçlayan araştırmalar ortaya çıkmıştır. Genel olarak değerlendirildiğinde bu araştırmaların, KaVİ'nin yansımalarını gösteren beş alt boyutu temsil gücü en yüksek olan soruların seçimine dayandığı görülmektedir. Örneğin Houghton ve Grewal'ın (2000) 728 öğrenciden oluşan örneklem üzerinde yaptıkları çalışmaları ile 42 sorudan oluşan orijinal KaVİ ölçeğini geçerlilik ve güvenilirlik açısından daha iyi sonuçlar veren 20 soruluk bir ölçüm modeline indirgemıştır. Literatürde, nispeten daha kısa ölçeklere de rastlamak mümkün olmakla beraber (Roets ve Hiel,2011) bu araştırmada KaVİ'nin her boyutunu ölçmeye yönelik dört soruya yer veren, geçerlilik ve güvenilirlik açısından nispeten daha güçlü olduğu raporlanan Houghton ve Grewal (2000) versiyonunun kullanılması uygun görülmüştür.

**Tablo 2.** Örneklem Demografik Özellikleri

Öğrencilik durumu	Yüzde	Cinsiyet	Yüzde	Ailenin Aylık Geliri	Yüzde
Öğrenci	67.2	Kadın	46.7	1.000 TL'den az	4.9
Öğrenci değil	33.8	Erkek	53.3	1.000-3.000	54.5
				3.000-5.000	19.8
				5.000-7.000	12.2
				7.000-10.000	5.9
				10.000 TL'den fazla	2.8
Eğitim Seviyesi	Yüzde	Yaş	Yüzde	Medeni Hal	Yüzde
İlköğretim	8.7	18-24	24.4	Bekar	55.5
Lise	12.5	25-34	48.1	Evli	44.5
Lisans	29.9	35-44	18.8		
Lisansüstü	48.9	45-54	4.6		
		55 ve üstü	2.0		

#### 4. Metot

Webster ve Kruglanski (1994) tarafından geliştirilen, Houghton ve Grewal (2000) tarafından 20 soruya indirgenen ölçek, İngilizce'ye hakim, yönetim ve pazarlama alanlarında çalışmakta olan 4 Türk akademisyen tarafından ayrı ayrı Türkçe'ye çevrilmiştir. Çeviri alternatifleri, anket ile veri toplama sürecine aşına, ölçek geliştirme ve geçerleme prosedürüne hakim başka bir uzman tarafından benzerlik ve farklılıkları açısından değerlendirilmiş, uygun çeviri cümleleri seçilmiş ve gerekli görülen düzeltmeler yapılmıştır. Türkçe'ye çevrilen ölçek, 12 işletme doktora programı öğrencisi ile yüzyüze görüşülerek ön değerlendirmeye tabi tutulmuş, yanlış anlaşılma riski taşıdığı tespit edilen sorularda düzeltmelere gidilmiştir. Bu sürecin ardından, İstanbul'da bulunan 2 vakıf üniversitesinin işletme yüksek lisans öğrencilerinden oluşan 37 kişilik bir örneklem üzerinde bir ön test gerçekleştirilmiştir. Bulgular incelendiğinde ölçeğin faktör yapısına ve güvenilirliklerine dair dikkate değer bir sapma olmadığı kanaatine varılmış ve ölçek demografik özellikleri sorgulayan ifadeler ile birlikte bir anket forumuna yerleştirilmiştir.

**Tablo 3.** Keşifsel Faktör Analizi Sonuçları ve Cronbach Alfa Katsayıları

	Faktör Yüğü	Cronbach Alfa
Faktör1-Düzen arama		.81
KaV1	.729	
KaV2	.782	
KaV3	.705	
KaV4	.761	
Faktör2-Belirsizlikten rahatsız olma		.68
KaV5	.612	
KaV6	.782	
KaV7	.591	
KaV8	.550	
Faktör3- Hızlı karar verme		.69
KaV9	.500	
KaV10	.647	
KaV11	.796	
KaV12	.838	
Faktör4-Öngörülebilirlik		.74
KaV13	.693	
KaV14	.816	
KaV15	.786	
KaV16	.532	
Faktör5-Yeni fikirlere kapalı olma		.66
KaV17	.604	
KaV18	.757	
KaV19	.714	
KaV20	.627	

Orijinal KaV ölçeğinin geliştirilmesinde (Webster ve Kruglanski, 1994) ve kısaltılmasında (Houghton ve Grewal, 2000) öğrenci örnekleme kullanılmıştır. Bu araştırmada, KaV'nin sonuçlarının genelleştirilebilirliğinin daha az sorgulanmasını sağlamak amacı ile lisans ve lisansüstü öğrencilerden ve öğrenci olmayan yetişkinlerden oluşan nispeten daha heterojen bir örneklem çerçevesi çizilmiştir. Örneklem çerçevesindeki öğrencilere ulaşmak için kolayda örnekleme yöntemi kullanılmış, Kocaeli, İstanbul ve Yalova'da bulunan devlet ve vakıf üniversitelerinde işletme lisans, işletme tezli ve tezsiz yüksek lisans ve doktora programlarında kayıtlı toplam 900 öğrenciye ulaşılmış, 749 öğrenci ankete katılmıştır. Örneklem çerçevesinde yer alan öğrenci olmayan yetişkinlere ulaşmak için ise İstanbul'un 6

seminde (Kartal, Kadıköy, Ümraniye, Nişantaşı, Bahçelievler ve Fatih) yer alan açık alanlarda kolayda örnekleme yolu ile seçilen 1000 kişiye teklif götürülmüş, 385 kişi ankete katılmayı kabul etmiştir. Doldurulan anketlerin 50'si boş bırakılan cevapların çokluğu ve cevaplarda ağır basan tutarsızlıklardan dolayı elenmiştir. Tablo2 öğrenci ve öğrenci olmayan toplamda 1094 kişiden oluşan nihai örneklemin demografik özelliklerini sunmaktadır.

## 5. Analiz ve Bulgular

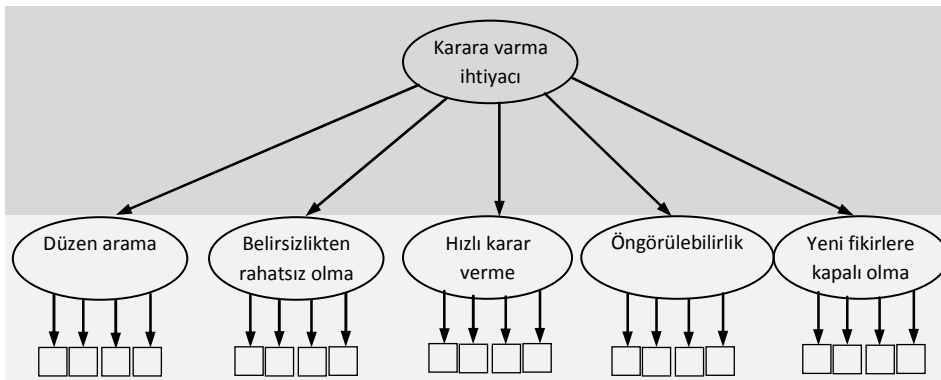
Bu araştırmada çok aşamalı bir analiz süreci uygulanmıştır. Sağlıklı sonuçların elde edilebilmesi için veri seti tesadüfi olarak iki eşit parçaya ayrılmıştır. 542 katılımcıdan oluşan keşif örnekleminde elde edilen veri, KaVi ölçeğinin literatürde önerilen yapısının değerlendirilmesi ve gerekli görülür ise sadeleştirmelerin gerçekleştirilmesi için kullanılmış, 552 katılımcıdan oluşan ikinci yarısı ise ulaşılan ölçüm modelinin testi için kullanılmıştır.

### 5.1. Keşif Amaçlı Analiz ve Bulgular

Analizlere başlamadan önce, KaVi ölçeğinde bulunan ters ifadeler düzeltilmiştir. Analizlerin ilk aşamasında, KaVi'nin ölçümünde kullanılan beş boyutun Türk örnekleminde için benzer şekilde belirip belirmediğini görmek amacıyla temel bileşenler analizi ve varimax rotasyon yöntemi kullanılarak keşifsel faktör analizi (KFA) uygulanmıştır. KFA sonuçları ve her faktör için hesaplanan Cronbach alfa katsayıları Tablo3'te sunulmuştur.

KFA'nın ardından KaVi'nin, beş alt boyutu olan ikinci düzey gizil bir değişken olarak yapılandırıldığı ölçüm modeli oluşturulmuştur. DFA sonuçları ki-kare istatistiği [ $\chi^2(165)=638,248$   $p<.001$ ] ve uyum iyiliği indeksleri [CMIN/DF=3.868; GFI= .89, NFI= .80, CFI= .84, RMSEA=.07] bu ölçüm modelinin veri ile beklenen uyumu sağlamadığını göstermiştir. Bulgular birinci düzeyde incelendiğinde maddelerin ait oldukları faktörlere .410 ile .828 arasında değişen katsayılar ile .01 seviyesinde anlamlı şekilde yüklendiği görülmektedir. İkinci düzeye ilişkin bulgular incelendiğinde ise "hızlı karar verme" ve "yeni fikirlere kapalı olma" boyutlarının faktör yükleri bazı sorunların sinyallerini vermektedir.

**Şekil 1.** Karara Varma İhtiyacı İkinci Düzey Ölçüm Modeli



"Hızlı karar verme" boyutunun faktör yükünün anlamlı ( $p<.01$ ) ancak çok düşük olduğu (katsayı = .165) görülmüştür. Bu araştırmada kullanılan indirgenmiş KaVi ölçeğinin geliştirildiği Houghton ve Grewal'ın (2000) çalışmasında da hızlı karar verme faktörünün ikinci düzey faktör yükünün benzer şekilde düşük olduğu dikkat çekmektedir (Bakınız Tablo4). Hızlı karar verme diğer birçok çalışmada da tek boyutluluğu bozan sorunlu bir faktör olarak ortaya



çıkıştır. Örneğin Neuberg vd. 1997a, hızlı karar verme faktörünün diğer faktörlerle birlikte hareket etmediğine, ayrı bir boyut olarak belirlediğine işaret etmektedir. Dört farklı ülkeden (ABD, İtalya, Hollanda ve Hırvatistan) alınan örneklem üzerinde ölçeğin yapısını incelemek için yapılan başka bir araştırmanın (Manneti vd, 2002) sonuçları, tüm ülkelerde hızlı karar verme faktörünün, ikincil düzey KaVi değişkenine yüklenme katsayılarının en düşük seviyede seyrettiği ortaya çıkmıştır. Bu sebeple daha sonraki çalışmalarda, KaVi ölçümünde bu faktörün ölçüm modellerinden çıkarıldığı görülmektedir (örn: Kosic, 2002). Bu çalışmada da, literatürdeki eğilime uygun olarak hızlı karar verme faktörü ölçüm modelinden çıkarılmıştır.

**Tablo 4.** İkinci Düzey Ölçüm Modeli Doğrulamalı Faktör Analizi Sonuçlarının Karşılaştırması

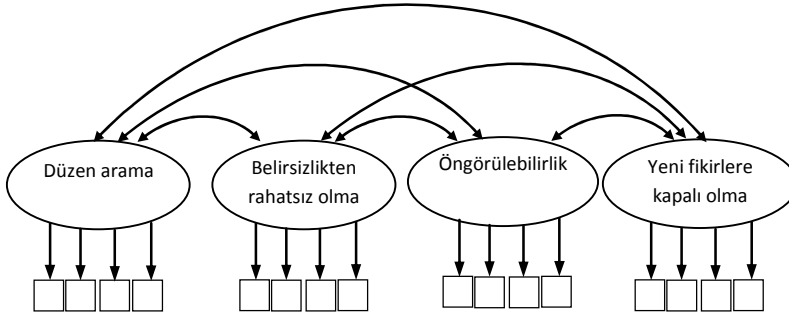
	Craonbach $\alpha$ H&G <sup>a</sup> Çalışma 1 Faktör Yüğü	Craonbach $\alpha$ H&G <sup>b</sup> Çalışma 2 Faktör Yüğü	Craonbach $\alpha$ Türk Örneklem Faktör Yüğü
<b>Faktör1-Düzen arama</b>	( $\alpha=80$ )	( $\alpha=80$ )	( $\alpha=81$ )
KaVi1	.814	.789	.731**
KaVi2	.883	.831	.755**
KaVi3	.515	.616	.744**
KaVi4	.707	.589	.628**
<b>Faktör2-Belirsizlikten rahatsız olma</b>	( $\alpha=63$ )	( $\alpha=79$ )	( $\alpha=58$ )
KaVi5	.758	.707	.751**
KaVi6	.593	.536	.600**
KaVi7	.543	.558	.467**
KaVi8	.612	.235	.549**
<b>Faktör3-Hızlı karar verme</b>	( $\alpha=73$ )	( $\alpha=73$ )	( $\alpha=69$ )
KaVi9	.543	.533	.410**
KaVi10	.518	.527	.446**
KaVi11	.745	.818	.740**
KaVi12	.751	.695	.828**
<b>Faktör4-Öngörülebilirlik</b>	( $\alpha=72$ )	( $\alpha=59$ )	( $\alpha=74$ )
KaVi13	.535	.599	.553**
KaVi14	.583	.737	.803**
KaVi15	.523	.735	.756**
KaVi16	.561	.695	.460**
<b>Faktör5-Yeni fikirlere kapalı</b>	( $\alpha=62$ )	( $\alpha=70$ )	( $\alpha=66$ )
KaVi17	.474	.463	.497**
KaVi18	.471	.701	.562**
KaVi19	.617	.688	.752**
KaVi20	.628	.585	.508**
<b>Karara varma ihtiyacı</b>	<b>İkinci Düzey Faktör Yüğü</b>	<b>İkinci Düzey Faktör Yüğü</b>	<b>İkinci Düzey Faktör Yüğü</b>
Faktör1-Düzen arama	.634**	.651**	.864**
Faktör2- Belirsizlikten rahatsız olma	.709**	.718**	.841**
Faktör3-Hızlı karar verme	-.223**	-.165	.165**
Faktör4-Öngörülebilirlik	.959**	.735**	.513**
Faktör5- Yeni fikirlere kapalı olma	.240**	-.288**	-.420**

\*\*p<.01, a Houghton ve Grewal'ın 2000 tarihli araştırmalarında raporladıkları 1. Çalışma sonuçları, b Houghton ve Grewal'ın 2000 tarihli araştırmalarında raporladıkları 2. Çalışma sonuçları

Hızlı karar verme faktörünün çıkarılmasının ardından dört boyutlu olarak tekrarlanan DFA sonuçları [ $c2(100)= 367.797$   $p<.001$ ] ve uyum iyiliği indeksleri [ $CMIN/DF=3.678$ ;  $GFI=.92$ ,  $NFI=.85$ ,  $CFI=.89$ ,  $RMSEA=.07$ ], dört boyutlu modelin veri ile nispeten daha uyumlu olduğunu göstermiş ancak süren bazı sorunlara da işaret etmiştir. İkinci düzey faktör yükleri incelendiğinde, yapılan ilk DFA sonuçlarında da görüldüğü gibi sorunlu olan bir diğer faktör “yeni fikirlere kapalı olma” faktörüdür. KaVi'nin faktör yapısını inceledikleri araştırmalarında, nispeten daha zayıf içsel tutarlılığa sahip yapısı, diğer faktörle olan zayıf ilişkisi nedeniyle Neuberg vd.'nin (1997a) yeni fikirlere kapalı olma boyutunun ölçüm modelindeki yerine ilişkin

net bir çıkarım yapamadığı görülmektedir. Manneti vd. (2002) bu faktöre ilişkin düşük içsel tutarlılık (farklı örneklerde Cronbach alfa katsayısı .43 ile .61 arasında değişmiştir) ve düşük faktör yükü (farklı örneklerde faktör yükü .28 ile .58 arasında değişmiştir) raporlamaktadır. Literatürdeki bulgularla benzer şekilde ölçeğin Türkçe versiyonuna yönelik bu araştırmada da yeni fikirlere kapalı olma boyutunun içsel tutarlılığı (Cronbach alfa katsayısı=.66) ve faktör yükü (katsayı=-,420,  $p<.01$ ) en düşük boyut olduğu tespit edilmiştir. Bu problemlerin ötesinde asıl dikkat çekici sonuç ölçekte yer alan ters ifadelerin düzeltilmiş olmasına rağmen, fikirlere kapalı olma boyutunun faktör yükünün eksi değerliğe sahip olmasıdır.

**Şekil 2.** Birinci Düzey Ölçüm Modeli



Daha ileri düzeyde bilgi edinmek, alt boyutlar arasındaki ilişkileri inceleyebilmek amacıyla hızlı karar verme boyutunun dışındaki dört faktörün yer aldığı birinci düzey bir ölçüm modeli geliştirilerek (bakınız Şekil2) doğrulayıcı faktör analizine tabi tutulmuş, ulaşılan korelasyon katsayıları Tablo5'te sunulmuştur. KaVi'nin tüm boyutlarının aynı yönde değişmesi yani birbirleri ile pozitif ilişkili olması beklenirken (Neuberg vd., 1997a) yeni fikirlere kapalı olma boyutunun, düzen arama, belirsizlikten rahatsız olma ve öngörülebilirlik boyutlarının tamamı ile negatif ilişkili olduğu tespit edilmiştir. Olası nedenleri daha sonra detaylı şekilde tartışılacak olan bu bulgulara dayanarak "yeni fikirlere kapalı olma" boyutunun da ölçüm modelinden çıkarılmasına karar verilmiştir. Kalan üç boyut ile yenilen DFA sonucunda ulaşılan ki-kare istatistiği örneklem hacminin genişliğine bağlı olarak anlamlı bulunmakla birlikte [ $\chi^2(51)= 155,012$   $p<.001$ ], ulaşılan uyum indeksleri veri ile ölçüm modeli arasında tatmin edici bir uyuma işaret etmiştir [CMIN/DF=3.039; GFI=.96, NFI= .92, CFI= .94, RMSEA=.06].

**Tablo 5.** Birinci Düzey Ölçüm Modeli Değişkenler Arası Korelasyon Katsayıları

	1	2	3
1.Düzen arama			
2.Belirsizlikten rahatsız olma	,747**		
3.Öngörülebilirlik	,396**	,429**	
4.Yeni fikirlere kapalı olma	-,362**	-,234**	-,546**

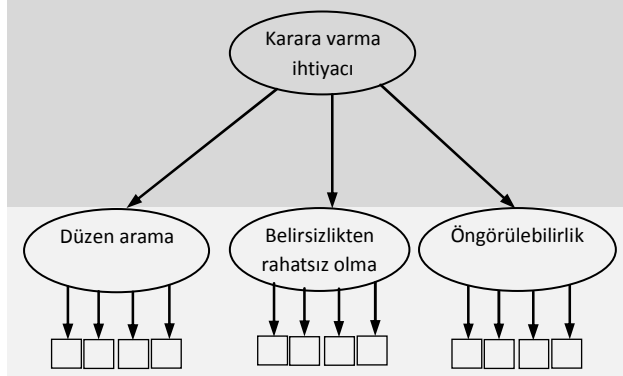
\*\*  $p<0.01$

## 5.2. Sadeleştirilmiş KaVi Ölçeğinin Testi

Analiz sürecinin ikinci aşamasında, toplanan verinin ikinci yarısı kullanılarak, bir önceki aşamada ortaya çıkan sadeleştirilmiş 3 faktörlü KaVi ölçüm modeli test edilmiştir. Ki-kare istatistiği benzer şekilde örneklem hacmine bağlı nedenlerle anlamlı bulunmuş [ $\chi^2(51)= 204.607$   $p<.001$ ], uyum iyiliği indeksleri ise keşif örnekleme oranla nispeten daha zayıf olsa

da kabul edilebilir bir uyuma işaret edecek şekilde şu değerleri almıştır: CMIN/DF=4.012; GFI=.94, NFI= .90, CFI= .92, RMSEA=.07. Analizler sonucu ulaşılan faktör yükleri, hesaplanan bileşik güvenilirlik ve ortalama açıklanan varyans değerleri Tablo 6'da sunulmuştur. Bileşik güvenilirlik değerlerinin tüm faktörler için kritik seviye olan .60'ın (Bagozzi ve Yi, 1988) üzerinde (Nunnally, 1978) olduğu görülmüştür. Bu sonuçlar üç boyutlu olarak yapılandırılan KaVİ ölçeğinin içsel tutarlılığa sahip olduğunu göstermektedir. Yakınsaklık geçerliliği için, her faktörün KaVİ'ye güçlü ve anlamlı şekilde yüklenip yüklenmediği incelenmiş, tüm yüklenmelerin anlamlı olduğu görülmüştür. KaVİ gizil değişkenine ait ortalama açıklanan varyans değerlerinin .50'nin üzerinde olması KaVİ için uyuma geçerliliğine dair ek deliller sunmuştur (Fornell ve Lacker, 1981).

**Sekil 3.** Karara Varma İhtiyacı Sadeleştirilmiş İkinci Düzey Ölçüm Modeli



**Tablo 6.** Düzenlenmiş Ölçüm Modeli Keşif ve Test Örneklerine Ait Doğrulayıcı Faktör Analizi Sonuçları, Hesaplanan Bileşik Güvenilirlik ve Ortalama Açıklanan Varyans Katsayıları

	Keşif örnekleme Faktör Yüğü	Test Örnekleme Faktör Yüğü
<b>Faktör1-Düzen arama</b>		
KaVİ1	,720**	,691**
KaVİ2	,770**	,704**
KaVİ3	,727**	,718**
KaVİ4	,645**	,674**
<b>Faktör2-Belirsizlikten rahatsız olma</b>		
KaVİ5	,742**	,685**
KaVİ6	,602**	,698**
KaVİ7	,466**	,521**
KaVİ8	,560**	,585**
<b>Faktör3-Öngörülebilirlik</b>		
KaVİ13	,552**	,680**
KaVİ14	,804**	,828**
KaVİ15	,755**	,689**
KaVİ16	,459**	,610**
	İkinci Düzey Faktör Yüğü	İkinci Düzey Faktör Yüğü
Karara varma ihtiyacı		
Faktör1-Düzen arama	,825**	,612**
Faktör2- Belirsizlikten rahatsız olma	,902**	,938**
Faktör3-Öngörülebilirlik	,473**	,537**
Bileşik güvenilirlik katsayısı	.79	.75
Ortalama açıklanan varyans değeri	.57	.51

\*\* p<0.01

## 6. Değerlendirmeler ve Öneriler

Bu araştırma, Webster ve Kruglanski (1994) tarafından 42 soru içerecek şekilde geliştirilen ardından Houghton ve Grewal (2000) tarafından 20 soruya indirgenen karar varma ihtiyacı (KaVİ) ölçeğinin Türkçeye çevrilerek, ölçeğin faktör yapısının, güvenilirlik ve geçerliliğinin test edilmesini kapsamaktadır. Araştırma bulguları KaVİ ölçeğine ilişkin daha eski çalışmaların bulguları ile paralellik göstermektedir. Neuberg vd. (1997), Houghton ve Grewal (2000), Mannetti vd. (2002) tarafından yapılan araştırmaların sonuçları ile benzer şekilde bireylerin karara varma ihtiyaçlarının ölçümünde belirsizlikten rahatsız olma, düzen arama ve öngörülebilirlik boyutları ölçüm kaliteleri ile ağır basmaktadır. Teorik olarak yüksek karara varma ihtiyacının göstergeleri olması beklenen hızlı karar verme ve yeni fikirlere kapalı olma boyutları ise ölçümleme sürecine bağlanabilecek bazı problemlerden dolayı diğer özelliklerle aynı çatı altında yer almamışlardır. Bu problemlerin olası kaynakları ve daha geçerli ve güvenilir bir Türkçe KaVİ ölçeğine ulaşmayı sağlayabilecek öneriler aşağıda tartışılmıştır.

### 6.1. “Hızlı Karar Verme” Faktörüne Ait Bulguların Değerlendirilmesi Öneriler

Kalıcı kişisel bir eğilim olarak karara varma ihtiyacının değerlendirilmesinde kullanılan KaVİ ölçeği karara varma ihtiyacının dışı yansımaları olduğu belirtilen beş boyutun bir araya getirilmesiyle oluşmuştur (Webster ve Kruglanski, 1994). KaVİ'nin boyutlarından biri olan hızlı karar verme eğilimi yargıda bulunma ve karar vermede aciliyet hissini yansıtmakta ve kararları ertelemeden, en kısa süre içinde, hızlı ve kendine güvenli şekilde verebilme açısından ölçülmektedir. Ancak Webster ve Kruglanski (1994) den sonra KaVİ ölçeğinin kullanıldığı birçok araştırma, teorik olarak hızlı karar vermenin KaVİ'yi yansıttığını ancak muhtemelen ölçümleme sürecine dayalı bazı hatalardan dolayı kavramın önerilen faktör yapısı ile uyuşmadığını göstermiştir. Hızlı karar verme faktörüne ilişkin raporlanan sorunlu bulgulardan biri faktörün ikincil düzey KaVİ değişkenine yüklenme katsayılarının bazen .05 düzeyinde anlamlı bazen anlamsız ancak her seferinde düşük ve bazen ters değerli olarak seyretmesidir (Neuberg vd. 1997, Houghton ve Grewal, 2000; Manetti vd., 2002). Diğer bir sorun ise hızlı karar verme faktörünün KaVİ'nin diğer boyutları ile ters yönlü birlikte değişim sergilemesidir (Houghton ve Grewal, 2000, Neuberg vd., 1997). KaVİ ölçeğinin Türkçe versiyonunun test edildiği bu çalışmada da hızlı karar verme faktörüne ilişkin benzer bir sonuç yaşandığı görülmektedir. Eksi değerli olmamak ile birlikte hızlı karar verme faktörü en düşük faktör yüküne sahip faktör olarak ortaya çıkmış ve ölçüm modelinden çıkarılması gerekmiştir.

Neuberg ve arkadaşlarına (1997a) göre hızlı karar verme faktörünün bu ayrı duruşu, kavramın ölçümünde motivasyonel bir “ihtiyaç”tan ziyade hız karar verme “kabiliyeti”ne odaklı soruların kullanılmasından kaynaklanmaktadır. Roets ve Van Hiel (2007) Neuberg vd'nin (1997a) bu iddiası ile uyumlu bulgulara ulaşmıştır. KaVİ ölçeğinin Türkçe versiyonuna ilişkin yapılacak gelecek araştırmalarda Roets ve Van Hiel (2007) tarafından hazırlanan ve tek boyutluluk şartına uygunluğu raporlanan “ihtiyaç” odaklı alternatif hızlı karar verme sorularının kullanılması ve test edilmesi faydalı olacaktır.

### 6.2. “Yeni Fikirlere Kapalı Olma” Faktörüne Ait Bulguların Değerlendirilmesi ve Öneriler

Türk örneklemini üzerinde yapılan araştırmada ikinci düzey faktör yüklerinde sorun yaşanan KaVİ boyutlarından bir diğeri yeni fikirlere kapalı olma faktörüdür. Yeni fikirlere

kapalı olma, bir konuya ilişkin varılan bir kararı koruma amacıyla, konuya ilişkin alternatif fikirlerle veya varılan karar ile uyumsuz delillerle karşılaşma konusundaki gönülsüzlüğü ifade etmektedir (Webster ve Kruglanski, 1994). Daha önceki çalışmalar KaVi'nin bu boyutunun ölçümüne ilişkin bazı sıkıntılara işaret etmiştir. Bu sıkıntıların başında içsel tutarlılık konusundaki zayıflık gelmektedir. Yeni fikirlere kapalı olma faktörü hem orijinal ölçeğin geliştirildiği Webster ve Kruglanski'nin (1994) çalışmalarında, hem de daha sonra Houghton ve Grewal (2000), Neuberger vd. (1997a) ve Mannetti vd. (2002) ve Roets vd.'in (2006) çalışmalarında güvenilirlik düzeyindeki düşüklükle dikkat çekmiştir. Benzer şekilde ölçeğin Türkçe versiyonunda da faktöre ilişkin güvenilirlik katsayısının önceki çalışmalarla benzer değerler aldığı ve .70' in altında seyrettiği görülmüştür.

Yeni fikirlere kapalı olma faktörüne ilişkin diğer sorun, faktörün KaVi tarafından ne kadar açıklandığını gösterir faktör yükündeki zayıflıktır. Önceki araştırmalarda ikinci ölçüm düzeyine ilişkin ulaşılan bulgular incelendiğinde hızlı karar verme faktöründen sonra en zayıf faktör yükünün yeni fikirlere kapalı olma boyutuna ait olduğu görülmektedir (Houghton ve Grewal, 2000; Manetti vd., 2002). Türk örnekleme üzerinde yapılan bu araştırmada ortaya çıkan ikinci düzey faktör yükleri incelendiğinde, literatür ile bire bir örtüşür şekilde yeni fikirlere kapalı olma faktörünün ikinci en düşük faktörü yükü değerine sahip olduğu görülmektedir. Teorik yapıdaki önemli rolü düşünülduğünde faktörün .5 ten düşük faktör yüküne rağmen ölçüm modelinde kalmasının uygun olduğu fikri öne sürülebilir. Ancak Türk örnekleme, daha önceki çalışmalardan farklı olarak yeni fikirlere kapalı olma boyutuna ait faktör yükü eksi değerlik almıştır. Teorik yapısı gereği KaVi'nin tüm boyutlarının birbirleri ile pozitif ilişkili olması beklenirken "yeni fikirlere kapalı olma" faktörünün, "düzen arama", "belirsizlikten rahatsız olma" ve "öngörülebirlilik" faktörlerinin tamamı ile negatif ilişkili olduğu görüldüğünden faktörün ölçüm modelinden çıkarılmasına karar verilmiştir.

Daha önceki çalışmalar incelendiğinde eksi değerlik faktör yükünün Houghton ve Grewal'ın (2000) araştırmasında da raporlandığı (Bakınız Tablo4 H&Gb sütunu son satır) ancak hakkında herhangi bir açıklama veya yorumlamaya gidilmediği görülmektedir. Ölçeğe ait (analizler esnasında düzeltilmiş olan) ters sorular incelendiğinde beklenenin tersi bulguların nedeninin sosyal istenirlik yanlılığı olabileceği anlaşılmaktadır. Yeni fikirlere kapalı olma faktörü ters maddelerle ölçümlendiğinde (yeni fikirlere açıklığı ölçer hale gelen) bu maddeler, farklı görüşlere açık olma, olayları daha kapsamlı olarak görebilme, sorunlara yönelik birden çok çözüm üretebilme gibi meziyet olarak algılanması muhtemel özellikler üzerinde odaklanmıştır. Bu maddelerde düşük değerler almak toplum tarafından "kötü " olarak nitelendirilebileceğinden katılımcıların bilinçli veya bilinçsiz olarak toplum tarafından daha iyi karşılanması kesin olan "açık fikirlilik" yönünde yüksek skorlar vermiş olması muhtemeldir. KaVi ölçeğinin Türkçe versiyonuna ilişkin yapılacak gelecek araştırmalarda bu yanlılıktan kaçınılabilmesi için ters ifadelerin cevaplayıcıların egosunu tehdit etmeyen ve böylece yanlılığa sebep olmayacak düz ve meziyet belirlemekten ziyade ihtiyaç belirtir ifadelerle dönüştürülerek kullanılması daha uygun görülmektedir.

## 7. Sonuç

Tüketici davranışları literatürdeki sayısız araştırma tüketicilerin satın alma karar sürecinde yaşadığı zihinsel süreçleri ve bu süreçlerde etkili faktörleri anlamayı böylece tüketicilerin ürünlerle ilgili bilgileri nasıl bulup nasıl işledikleri, ürün alternatiflerini nasıl değerlendirdikleri ve nasıl seçim yaptıkları, pazarlama iletişimi mesajlarına nasıl tepki verdikleri, ne kadar ikna oldukları veya neden ikna olmadıkları gibi konuları açıklığa kavuşturmayı amaçlamıştır. Bu açıdan bakıldığında zihinsel süreçlerde önemli rol oynayan

motivasyonel faktörlerden biri olan karara varma ihtiyacının tüketici davranışlarını anlamadaki önemli rolü açık şekilde görülmektedir. Türk literatüründe karara varma ihtiyacının ölçümü için kullanılan bir ölçeğe rastlanmadığından araştırma kapsamında Webster ve Kruglanski (1994) tarafından 42 soru içerecek şekilde geliştirilen ardından Houghton ve Grewal (2000) tarafından 20 soruya indirgenen İngilizce ölçek Türkçe'ye çevrilerek test edilmiştir. Araştırma sonuçları, ölçeğin hem orijinal dilinde hem de farklı dillere çevrilerek kullanıldığı araştırmaların sonuçlarına benzer sorunlara işaret etmiştir. Karara varma ihtiyacının yansımaları şeklinde tanımlanan bazı boyutlar ölçümleme sürecine bağlanabilecek nedenlerle teorik yapı ile uyumlu sonuçlar vermemiş bu sebeple ölçüm modelinden elenmiştir. Araştırma bulguları KaVİ'nin kavramsallaştırılmasında önemli rolleri olan bu boyutların ölçüm modelinden elenmelerini engelleyebilmek ve genel olarak ölçüm kalitesini iyileştirebilmek için bazı önlemlerin alınması gerektiğine işaret etmiştir. Gelecek çalışmalarda, kısaltılmış bir ölçek üzerinden ilerlemek yerine, 42 soruluk orijinal KaVİ ölçeğinin (Webster ve Kruglanski, 1994) tamamının Türkçe'ye çevrilerek boyutları temsil gücü en yüksek maddelerden oluşan kısa versiyonunun elde edilmesi, Roets ve Van Hiel (2007) tarafından hazırlanan ve tek boyutluluk şartına uygunluğu raporlanan "ihtiyaç" odaklı alternatif hızlı karar verme sorularının kullanılması, sosyal istenirlik yanlılığı yaratmayacak ve içsel tutarlılığı nispeten daha yüksek "yeni fikirlere kapalı olma" sorularının kullanılması faydalı olacaktır. Bu sayede ölçüm kalitesi açısından daha güçlü, teorik yapı ile birebir örtüşen bir Türkçe KaVİ ölçeğinin ortaya çıkarılması mümkün görünmektedir.

### Kaynaklar

- Amichai-Hamburger, Y., Fine, A. & Goldstein, A. (2004). The Impact of Internet Interactivity and Need for Closure on Consumer Preference. *Computers in Human Behavior*, 20, 103–117.
- Bagozzi, R. P. & Yi, Y. (1988). On the Evaluation of Structural Equation Models. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 16(1), 74-94.
- Choi, J.A.; Koo, M.; Choi, I. & Auh, S. (2008). Need for Cognitive Closure and Information Search Strategy. *Psychology & Marketing*, 25(11), 1027–1042.
- Cronley, M. L.; Posavac S.S; Meyer, T.; Kardes, F.R. & Kellaris, J.J. (2005). A Selective Hypothesis Testing Perspective on Price-Quality Inference and Inference-Based Choice. *Journal of Consumer Psychology*, 15(2), 159–169.
- Fornell, C. & Larcker, D. F. (1981). Evaluating Structural Equation Models with Unobservable Variables and Measurement Error. *Journal of Marketing Research*, 18(1), 39-50.
- Houghton, D. & Rajdeep Grewal (2000). Let's Get an Answer - Any Answer: Need for Consumer Cognitive Closure. *Psychology & Marketing*, 17: 911-934.
- Keller, J. (2005). In Genes We Trust: The Biological Component of Psychological Essentialism and Its Relationship to Mechanisms of Motivated Social Cognition. *Journal of Personality and Social Psychology*, 88: 686–702.
- Kemelmeyer, M. (2010). Authoritarianism and Its Relationship with Intuitive Experiential Cognitive Style and Heuristic Processing. *Personality and Individual Differences*, 48, 44–48.
- Kosic, A. (2002). Need for Cognitive Closure and Coping Strategies. *International Journal of Psychology*, 37(1), 35–43.

- Kruglanski, A. W., Webster, D. M., & Klein, A. (1993). Motivated Resistance and Openness to Persuasion in the Presence or Absence of Prior Information. *Journal of Personality and Social Psychology*, 65, 861-876.
- Kruglanski, A. W., & Webster, D. M. (1996). Motivated Closing of the Mind: "Seizing" and "Freezing". *Psychological Review*, 103, 263-283.
- Kruglanski, A. W., DeGrada, E., Pierro, A., Atash, M. N. & Webster, D. M. (1997). Psychological Theory Testing Versus Psychometric Nay-Saying: Comment on Neuberg et al.'s (1997) Critique of the Need for Closure. *Personality Processes and Individual Differences*, 73 (5), 1005-1016.
- Kruglanski, A. W. & Fishman, S. A. (2009). Need for Cognitive Closure. (Ed) Leary, M.R. & Hoyle, R. H, *Handbook of Individual Differences in Social Behavior* (ss. 343-353). New York: Guilford.
- Kruglanski, A. W. (1989). *Lay Epistemics and Human Knowledge: Cognitive and Motivational Bases*. Springer Science+Business Media, New York.
- Kruglanski, A. W. (2004). *The Psychology of Closed Mindedness*. Psychology Press, New York.
- Kruglanski, Arie W. (1989). *Lay Epistemics and Human Knowledge: Cognitive and Motivational Bases*. New York: Plenum.
- Mannetti, L., Pierro, A., Kruglanski, A., Taris, M T. & Bezinovic, P. (2002). A Cross-Cultural Study of the Need for Cognitive Closure Scale: Comparing Its Structure in Croatia, Italy, USA and the Netherlands. *British Journal of Social Psychology*, 41, 139–156.
- Neuberg, S. L., Judice, N. T. & West, S.G. (1997a). What the Need for Closure Scale Measures and What It Does Not: Toward Differentiating Among Related Epistemic Motives. *Journal of Personality and Social Psychology*, 72(6),1396-1412.
- Neuberg, S. L., West, S.G., Judice, N. T. & Thompson, M. M. (1997b). On Dimensionality, Discriminant Validity, and the Role of Psychometric Analyses in Personality Theory and Measurement: Reply to Kruglanski et al.'s (1997) Defense of the Need fo Closure Scale. *Journal of Personality and Social Psychology*, 73(5), 1017-1029.
- Rode, N. (2005). Translation of Measurement Instruments and their Reliability: An Example of Job-Related Affective Well-Being Scale. *Metodološki zvezki*, 2(1), 15-26.
- Roets, A. Van Hiel, A. & Cornelis, I. (2006). The Dimensional Structure Of The Need For Cognitive Closure Scale: Relationships with "Seizing" And "Freezing" Processes". *Social Cognition*, 24 (1), 22-45.
- Roets, A, & Van Hiel, A (2007). Separating Ability from Need: Clarifying the Dimensional Structure of the Need for Closure Scale. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 33, 266-280.
- Roets, A, & Van Hiel, A (2011). Item Selection and Validation of a Brief, 15-item Version of the Need for Closure Scale. *Personality and Individual Differences*, 50, 90–94.
- Vermeir, I; Kenhove P.V. & Hendrickx, H. (2002). The influence of Need for Closure on Consumers' Choice Behaviour. *Journal of Economic Psychology*, 23, 703–727.
- Webster, D. M. & Kruglanski, A. W. (1994). Individual Differences in Need for Cognitive Closure" *Journal of Personality and Social Psychology*, 67(6), 1049-1062.
- Webster, D. M., & Kruglanski, A. W. (1998). Cognitive and Social Consequences of the Need for Cognitive Closure. *European Review of Social Psychology*, 8, 133-173.

## Ekler

### Ek1. Webster Ve Kruglasnki (1994) Tarafından Geliştirilen 42 Soruluk Karara Varma İhtiyacı Ölçeğinin Houghton ve Grewal (2000) Tarafından Kısaltılmış 20 Soruluk Versiyonu

#### Faktör1-Düzen arama

- KaV1- Her şeyin detaylarıyla planlanmış olduğu bir hayat tarzına sahip olmak hoşuma gider.
- KaV2- Her şeyin belirli bir yerinin olmasını ve her şeyin yerinde olmasını isterim.
- KaV3- Yapılacak işlerle ilgili düzenli bir plan oluşturmanın hayattan zevk almama kolaylaştırdığını düşünüyorum.
- KaV4- Belirli saatler üzerine kurulmuş düzenli bir hayatın benim mizacıma uygun olduğunu düşünüyorum.

#### Faktör2-Belirsizlikten rahatsız olma

- KaV5- Genellikle yakın arkadaşlarla zaman geçirmeyi tercih ediyorum çünkü onların nasıl hareket edeceklerini tahmin edebiliyorum.
- KaV6- Belirsiz durumlardan hoşlanmam.
- KaV7- Beklenmedik hareketler yapabilecek insanlarla birlikte olmayı sevmem.
- KaV8- Nelerin olabileceğini bilmediğim bir duruma girmenin belirsizliği hoşuma gider.

#### Faktör3-Hızlı karar verme

- \*KaV9- Çoğu zaman karar vermekte zorlanırım
- \*KaV10- Kendimi kararsız biri olarak tanımlayabilirim.
- \*KaV11- Önemli kararları hızlı ve kendime güvenerek alırım.
- \*KaV12- Önemli kararları son ana kadar erteleme huyum var

#### Faktör4-Öngörülebilirlik

- KaV13- Bir kişinin söylediği sözün çok farklı anlamlara gelebildiği durumları hiç sevmiyorum.
- KaV14- Bir kişinin maksadını veya niyetini tam olarak anlayamadığım zaman huzursuz olurum.
- KaV15- Başıma gelen bir olayın sebebini anlayamadığımda huzursuz olurum.
- KaV16- Önemli bir konu hakkında kafam karıştığında kendimi çok kötü hissederim.

#### Faktör5-Yeni fikirlere kapalı olma

- \*KaV17- Bir sorun hakkında düşünürken, konu ile ilgili mümkün olduğu kadar çok sayıda farklı fikri göz önünde bulundururum.
- \*KaV18- Anlaşmazlık durumlarını değerlendirirken genellikle iki tarafın da ne kadar haklı olduğunu görürüm.
- \*KaV19- Bir problemle karşılaştığımda daima birçok olası çözüm yöntemi aklıma gelir.
- \*KaV20- Bir konuda karar vermiş olsam bile, konuyla ilgili farklı bir görüşü daha dikkate almaya daima istekliyimdir.

\* Ölçeğin Türkçe versiyonunda elenen sorular



Copyright of Business & Economics Research Journal is the property of Adem Anbar and its content may not be copied or emailed to multiple sites or posted to a listserv without the copyright holder's express written permission. However, users may print, download, or email articles for individual use.