



Copyright © 2019 T.C. Gençlik ve Spor Bakanlığı

<http://genclikarastirmalari.gsb.gov.tr/>

Gençlik Araştırmaları Dergisi • Aralık 2019 • 7(Özel Sayı) • 155-169

ISSN 2147-8473

Başvuru | 16 Ağustos 2019

Kabul | 21 Ekim 2019

Sosyal Hizmet Bölümü ve Halkla İlişkiler Bölümü Öğrencilerinin Bireysel ve Sosyal Sorumluluk Seviyeleri ile Girişimcilik Potansiyelleri Arasındaki İlişkinin Ölçülmesi

*Hilal Kılıç**

*Umut Solmaz***

Öz

Halkla İlişkiler ve Sosyal Hizmet alanları kamusal ve bireysel yararın ortaya çıkartılmasına yönelik faaliyetler çerçevesinde hareket etmektedir. Toplumsal sonuçları bağlamında, pek çok alanda yapısal dönüşümlere aracılık etmeleri, toplumu oluşturan bireyleri güven duygusuyla buluşturmaları, etik, ahlaki ve fayda unsurlarını rehber edinmeleri ortak noktaları olarak değerlendirilebilir. Bireysel ve sosyal sorumluluk ile girişimcilik kavramları Halkla İlişkiler ve Sosyal Hizmet alanlarının hedef kitleleri üzerinde düşünsel boyutuyla farkındalık yaratmaya, eylemsel boyutuyla da bireysel ve kamusal yararın ortaya çıkartılmasını sağlamaya yönelik unsurlardır. Özellikle gençlerin sosyal sorumluluk projelerindeki aktif rolleri üzerinden yaygınlaşan gönüllülük esaslı bireysel sosyal sorumluluk bilinci, bireyden topluma doğru ilerleyen pozitif etkiyi de beraberinde getirmektedir. Benzer bir değerlendirme Girişimcilik kavramı üzerinden yenilikçilik, yaratıcılık, bireysel ve toplumsal fayda ekseninde yapılabilir.

Halkla İlişkiler ve Reklamcılık Bölümü ve Sosyal Hizmet Bölümlerinde öğrenim gören üniversite öğrencilerinin bireysel sosyal sorumluluk seviyeleri ile girişimcilik potansiyelleri arasındaki ilişkinin alan ilgisinde ölçülmesine yönelik yapılan araştırmada, alanlararası ve kavramlararası ilişkinin ortaya konulması amaçlanmıştır. Araştırmada, nicel araştırma yöntemlerinden tarama (survey) yöntemi kullanılmıştır. Anket yoluyla elde edilen verilerin analizi ile, araştırmanın 6 adet hipotezi test edilmiştir. Sosyal sorumluluk ve girişimcilik arasındaki ilişkinin bölüm bazlı karşılaştırmalı olarak değerlendirilmesinin neticesinde, Sosyal Hizmet bölümü öğrencilerinin bireysel ve sosyal sorumluluk ve girişimcilik seviyelerinin Halkla İlişkiler bölümü öğrencilerinkinden farklı çıkmasının nedeninin alanların bazı özelliklerinden kaynaklı olabileceği öngörülmektedir. Bu yönüyle araştırmanın, Sosyal Hizmet ve Halkla İlişkiler alan literatürüne katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

Anahtar Kelimeler: Halkla İlişkiler, Sosyal Hizmet, Girişimcilik, Bireysel ve Sosyal Sorumluluk, Gönüllülük.

* Dr. Öğr. Üyesi, İstanbul Gelişim Üniversitesi, Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu, İşletme Bilgi Yönetimi, İstanbul, hkilic@gelisim.edu.tr ,ORCID: 0000-0002-6628-4080

** Araştırma Görevlisi, İstanbul Gelişim Üniversitesi, Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu, Sosyal Hizmet, İstanbul, usolmaz@gelisim.edu.tr, ORCID ID: 0000-0003-1112-3041

Abstract

The areas of Public Relations and Social Work Act within the framework of activities aimed at generating public and individual benefits. In the context of their social consequences, their mediating structural transformations in many areas, bringing together the individuals who make up the society with a sense of trust, and acquiring ethical, moral and beneficial elements as guides can be considered as common points. The concepts of individual and Social Responsibility and entrepreneurship are the elements aimed at creating intellectual awareness on the target groups of Public Relations and Social Work areas, and to bring out the individual and public benefit with their action dimension. The awareness of individual social responsibility based on volunteerism, which has become widespread especially through the active roles of young people in social responsibility projects, brings with it the positive impact that is moving from individual to society. A similar assessment can be made on the basis of innovation, creativity, individual and social benefit through the concept of entrepreneurship.

The aim of this study is to evaluate the relationship between individual social responsibility levels and entrepreneurial potential of university students studying in public relations and advertising department and Social Work departments in field interest. The survey method, one of the quantitative research methods, was used in the research. With the analysis of the data obtained through the survey, 6 hypotheses of the study were tested. As a result of the comparative evaluation of the relationship between social responsibility and entrepreneurship based on the department, it is envisaged that the individual and Social Responsibility and entrepreneurship levels of the students of the Department of Social Work differ from those of the Department of Public Relations because of some characteristics of the fields. In this respect, it is thought that the research will contribute to social work and Public Relations field literature.

Keywords: Public Relations, Social Work, Entrepreneurship, Individual and Social Responsibility, Volunteering.

Giriş

21. yüzyıl hemen her alanda değişim ve gelişimin hızlı yaşandığı, başlangıcı çok eskilere dayanan pek çok olgunun ekonomik, teknolojik, sosyal paradigmaların etkisiyle yeniden şekillendiği bir döneme işaret etmektedir. Tarihselliği ve pek çok alanla ilişkisi çerçevesinde incelendiğinde, Girişimcilik ve Bireysel Sosyal Sorumluluk kavramları da zamanla değişime uğramıştır.

İlkel toplumlarda çobanlığa dayanan ev ekonomisi ile başlayan Girişimcilik olgusu sırasıyla derebeylikler olarak adlandırılan, tarıma dayanan köy ekonomisi, el sanatlarına dayanan Kent Ekonomisi, 15. ve 19. yy arasında çeşitli iktisadi düşüncelerin etkisiyle (Merkantilizm¹, Fizyokrazi², Klasik İktisat) yeniden şekillenmiştir. 18. yy. da Sanayi Devrimi'nin gerçekleşmesiyle bireysel girişimcilik anlayışının güçlenmiştir. 2. Dünya savaşı ve sonrası yaşanan ekonomik, sistemsel ve toplumsal yapıdaki değişim ve katılımı

1 Merkantilizm, 1500 ve 1800 yılları arasında Batı Avrupa ülkelerindeki iktisadi fikir ve uygulamalar "merkantilizm" olarak adlandırılmıştır. Merkantilizm'in esaslı devlet idaresine dayanır ve ekonomi politikası, hem ekonominin hem de devletin birlikte büyümesini ve güçlenmesini sağlayacak temel bir araç olarak görülmüştür. (Marangoz, 2017:6)

2 Fizyokrazi, merkantilizm düşüncesinin aksine serbestiden yana bir iktisadi görüştür ve tarımsal üreticileri ön plana çıkarmıştır. Bu görüşteki insanlara göre, insan her davranışın yarar ve zararlarını hesaplar ve diğer insanlarla işbirliği yapmanın gereğini kabul eder. (Marangoz, 2017:7)

demokrasi anlayışı ve 21 yy. da bilgi toplumu ile birlikte değişen liderlik ve yönetim biçimleri, Girişimcilik olgusunu etkileyerek niteliksel olarak değiştirmiştir (Marangoz, 2017, s.4-11).

Günümüzde, küreselleşmenin de etkisiyle bilgi, sermaye ve emeğe ulaşımın kolaylaşması, bilişim sektörünün olağanüstü gelişimi, küçük çaplı sayılabilecek ancak etki alanı olarak çok büyük bir kitleyi ve coğrafyayı kapsayan girişimler, günümüz ekonomik ve sosyal ilişkilerinin de belirleyicisi olmuştur. Bu gelişmeler, büyük ölçekli girişimlerin yanısıra bireysel girişimleri de mümkün hale getirmiş bir anlamda rekabet bu kavram etrafında yeniden şekillenmeye başlamıştır. Fikir ve bilgi ekseninde buluşan genç ve bireysel girişimcilerin bireysel, toplumsal ve ekonomik faydayı ortaya koyan üretimleri bu kapsamda değerlendirilmektedir. Örneğin, sosyal medya paylaşım sitesi Facebook'un kurucusu Amerikalı genç girişimci Mark Zuckerberg, Türkiye'de yemeksepeti.com kurucularından Nevzat Aydın ve sayıları her geçen gün artan pek çok girişimci, girişimcilik olgusunun önemini anlatır niteliktedir.

Günümüzün, girişimcilik kadar önemli olduğu düşünülen, Bireysel ve Sosyal Sorumluluk kavramı ile ilgili literatür incelendiğinde, Kurumsal Sosyal Sorumluluk ve Bireysel Sosyal Sorumluluk olarak iki başlık etrafında çalışmaların yoğunlaştığı görülmektedir. Bu kavramlardan, bireysel sosyal sorumluluk

Bireylerin toplumsal sorunlara dönük bilinçlilik halidir ve eylemlerin gerçekleştirildiği grubun veya toplumun ihtiyaçlarına ve taleplerine bağlı olarak ortaya çıkar ve kapsamı değişebilir. Zorunluluk değil, gönüllülük temellidir... (Eraslan, 2011, s.83).

Kurumsal Sosyal Sorumluluk ise,

..., kuruluş, yaşama amacının bir parçası olarak sorumlu eylemleri analiz eder ve iyi olan işlerle meşgul olur, kuruluşun toplumun öncelikli ihtiyaçlarını karşılamaya yönelik eylemlere girişmesi daha çok muhtemeldir. (Peach,a.g.m., 192.'den aktaran Okay:2013, s.513).

İşletmelerin toplumsal yapıda etkin hale geldikleri dönemden itibaren Kurumsal Sosyal Sorumluluk kavramı daha bir önem kazanmış ve işletmelerin, toplumla ilişkileri sağlamlaştırmak üzere ağırlıklı olarak ekonomik, çevre ve sosyal çerçevede gönüllülük esasına dayalı projelerinden bahsedilir olmuştur.

Benzer şekilde bireysel ve sosyal sorumluluk kavramı da gönüllülük esasına dayanmaktadır.

İnsanın içinde bulunduğu toplumun sorunlarına duyarlılık göstermesi ve çözüme yönelik etkinliklerde bulunmasıdır (Eraslan, 2011, s.83). Bu açıdan bakıldığında, Gönüllülük olgusunun, Kurumsal Sosyal Sorumluluk ve Bireysel ve sosyal sorumluluk kavramlarını aynı zeminde buluşturduğu söylenebilir.

Bireysel ve Sosyal Sorumluluk ile Girişimcilik kavramlarının Halkla İlişkiler ve Sosyal Hizmet disiplinleri açısından önemi de, toplumun ihtiyaçlarının giderilmesinde ve sorunların çözümünde, Gönüllülük esasını ön planda tutmaları ile açıklanabilmektedir. Halkla İlişkiler alanında yaygın olan Kurumsal Sosyal Sorumluluk anlayışı kapsamındaki faaliyetler, daha

çok sivil toplum kuruluşları, vakıflar, işletmeler aracılığıyla gerçekleştirilirken, Sosyal Hizmet alanı için, ağırlıklı olarak devlet eliyle gerçekleştirilen projeler söz konusu olmaktadır. Bu faaliyetler ile toplumla kurulan iletişim, Halkla İlişkiler Uzmanı ve Sosyal Hizmet Uzmanı olarak nitelenen meslek gruplarına mensup kişiler aracılığıyla gerçekleştirilmektedir. Her iki alan için önemli olduğu olduğu düşünülen kavramlarla ilgili alan uzmanı adayları üniversite öğrencilerinin düşüncelerinin öğrenilmesi amaçlanmıştır. Bu doğrultuda bir vakıf üniversitesinin Halkla İlişkiler ve Reklamcılık Bölümü ile Sosyal Hizmet Bölümü öğrencilerine yönelik anket uygulaması gerçekleştirilmiştir. Sosyal Hizmet Bölümü öğrencilerinin girişimcilik düşüncesinin Halkla İlişkiler Bölümü öğrencilerine göre daha düşük seviyede ölçülmesinin nedeninin, alanın kendine has bazı özelliklerinden kaynaklı olabileceği düşünülmektedir. Sosyal Hizmet Bölümü öğrencilerinin kendi alanları ile ilgili faaliyetlerde kullanılacak gerekli kaynağın (emek, sermaye vb.) -özel girişimler hariç tutulduğunda- ağırlıklı olarak devlet tarafından sağlanacak olması ve birtakım resmi bürokratik süreçlere bağlı kalınarak iş ve işlemlerin yönetilmesi gerekliliğinden kaynaklandığı öngörülmektedir. Buna karşın, Girişimcilik düşüncesinin Sosyal Hizmet Bölümü öğrencilerine oranla Halkla İlişkiler Bölümü öğrencilerinde daha yüksek seviyede ölçülmesinin nedeni olarak yine alanın kendine özgü özelliklerinden kaynaklandığı düşünülmektedir. Halkla İlişkiler, alanında girişimci bir faaliyette bulunmanın Sosyal Hizmet alanına göre daha kolay olması, girişimci faaliyetlerin, ücretsiz ya da düşük maliyetli iletişim mecraları (sosyal medya) kullanılarak, interaktif kampanya içerikleri ile hedef kitleye kısa sürede ulaştırmanın mümkün olması şeklinde sıralanmaktadır.

Araştırmanın bir diğer bulgusuna göre, bireysel ve sosyal sorumluluk seviyelerinin her iki bölüm öğrencilerin de anlamlı bir fark oluşturmayacak boyutta olmasının nedeni olarak gönüllülük başta olmak üzere sosyal sorumluluk kavramının gerekliliklerinin aynı zamanda araştırmaya konu disiplinlerin mesleki gereklilikleri ile benzerlikler gösterdiği varsayımına dayandırılmıştır.

Bireysel Sosyal Sorumluluk Kavramı

Bireysel sosyal sorumluluk kavramı açıklanmadan önce Sosyal Sorumluluk kavramı açıklanmalıdır. Sosyal Sorumluluk kavramının ortaya çıkışı ile ilgili yaygın olan görüş 20. Yüzyılın başlarında Amerika Birleşik Devletleri'nde toplum -işletme etkileşimiyle ortaya çıktığı yönündedir (Graves ve Wdock'tan akt. Dalyan, 2007, s.31). İşletmeler açısından sosyal sorumluluk, işletmelerin çevresindeki kişi ve kuruluşlarla ortak çıkar gözeterek ortak amaçlar etrafında çaba göstermesi olarak ifade edilmektedir. İşletme-halk ilişkisinin ön planda olduğu yeni modelde ise, halkla ilişkiler politikaların uygulanması önemli bir yere sahiptir (Sabuncuoğlu, 2013, s.30).

Sosyal Sorumluluk kavramının önemli temsilcilerinden Oliver Sheldon "yönetimin ilk sorumluluğu topluma hizmettir. derken, 1923 yılında yazılmış olan "The Philosophy of Management" adlı kitabında ele aldığı görüş ile "Yönetimin gelişmesi bilimsel metodların kullanımına bağlıdır ve yönetimin temel sorumluluğu toplumsaldır". Sosyal sorumluluk olgusunun felsefesini ortaya koymaktadır. Sheldon Sosyal Sorumluluk kavramını sosyal çevre ile ilişkilendirmiş olup, sosyal çevrenin 4 temel gözleminden çıkarılacağını savunur. Bunlardan ilki çalışanlardaki toplumsal ilgi, ikincisi çalışanların kendileri için ayırarak

serbest zamanları konusundaki talepleri, üçüncüsü çalışanların sendikalar gibi büyük gruplarla işbirliği içinde olmaları ve sonucusu sorunların çözümünde bilimsel yaklaşım sergilemeleri şeklinde açıklar (Peltekoğlu, 2007, s.190).

Bir kuruluşun sosyal sorumluluk kapsamına giren belli başlı konuları, çalışanların bir meta olarak görülmesinden çok, doğanın korunmasına yönelik farkındalığın oluşması, çalışanların haklarının korunmasına yönelik bilincin oluşturulması, kuruluşun devlete olan sorumluluklarını yerine getirmesi ve toplumun eğitim, sanat, kültürel gibi belirli alanlardaki gelişimlere katkı sunması, kuruluşun faaliyetlerini gerçekleştirirken şeffaf politikalar izlemesi ve tüm bunların topluma dürüstlük ilkesi çerçevesinde duyurumunun yapılması şeklinde özetlenebilir (Sabuncuoğlu, 1992, s.13-14'den akt. Okay, 2013).

Bireysel sosyal sorumluluğun özellikleri şu şekildedir (Eraslan, 2011, s.83).

1. *Zorunluluk değil, gönüllülük temellidir...*
2. *Toplumsal yaşamda olup bitenlere karşı bir farkında olma halidir...*
3. *Duyuşsal bir süreç içerir ve öğretilebilirdir...*
4. *Bir proje yönetimi ve işbirliği sürecidir...*
5. *Toplumun genel ve özel tüm alanlarına dönüktür...*

Girişimcilik Düşüncesi

Girişimcilik kavramının anlamı üzerine Ortaçağ'da başlayan ve günümüze kadar süren tartışmalar devam etmekte olup, girişim, girişimcilik kavramları ile ilgili uzlaşmış ortak bir tanım bulunmamaktadır. Kavram üzerine düşünmek ve tartışmak önemli bir başlangıç noktası olarak kabul edilirken, tanımın kendisi kadar önemli bir unsur da girişimciliğin ekonomik olduğu kadar sosyal ve kültürel boyutlarının olmasıdır (Marangoz, 2016, s.1).

Bir görüşe göre, girişimciliğin tarihinin insanlık tarihi kadar eski olduğu, insanların gereksinimlerini karşılayabilmek için çeşitli üretimlere yönelmesiyle başladığı ve günümüze gelene kadar çeşitli evrelerden geçtiği yönündedir (Dolgun, 2003, s.9). Temel anlamıyla girişimcilik,

Fırsatları keşfetmek, seçmek, yorumlamak ve daha sonra belirsiz bir ortamda yenilik yapma yeteneğidir. Bunlar, başarıya ihtiyacı duyma, kontrol odağı, risk alma eğilimi, belirsizliğe tolerans, kendine güven ve yenilikçilik vb. dir (Marangoz, 2016, s.5) şeklinde açıklanmaktadır.

Ali Akdemir'e göre (2014), girişimci birey,

Bilgiyi temel alarak, genel eğilimlere ve kendisine uygun bir alanı seçerek ve/veya bilgisini girişimcilğe konu ederek, herhangi bir finansman yöntemi kullanıp (öz kaynaklarıyla, tasarrufuyla krediyle, borçla veya parasız) dünyalı tüm insanların yararı için mal ve hizmet üretmek amacıyla işletme açıp ekonomik gereksinimini, ekonomik zenginliğini, bağımsızlığını, sosyal prestijini, kendini kabul ettirmeyi ve kendisini aşmayı, açtığı işletmesinde sürdüren, sürdürme arzusunda ve çabasında olan herkes" girişimcidir.

Girişimcilik üzerine yabancı kaynaklardan literatüre aktarılan tanımlar ve çalışmalar da kavramın tarihselliği bağlamında anlamını ortaya koymaktadır.

Tablo 1. Girişimcilik Tanımları

KAYNAK	TANIM
Knight (1921)*	Belirsizlik ve riskten doğan karlardır
Schumpeter (1934)*	İşletme örgütü içinde yeni kombinasyonlar oluşturarak bunları uygulamaktır
Hoselitz (1952)*	Belirsizlik barındırmak... üretken kaynakların koordine edilmesi... yeniliklerin tanıtılması ve sermaye sağlamak.
Cole (1959)	Girişimcilik, kar odaklı bir işletme oluşturup geliştirme konusundaki maksatlı faaliyetidir.
McClelland	Orta derecede risk almaktır.
Casson (1982)	Kıt kaynakların koordine edilmesinde yargısal kararlardır.
Gartner (1985)*	Yeni örgüt kurmaktır.
Pottas (1985)	Yenilikçilik, risk, fırsatların belirlenmesi ve işletme kurmaktır.
Burch (1986)	Girişimcilik Fransızca'daki "entreprendre" kelimesinden gelmekte ve bunun anlamı "üstlenmek, fırsat yaratmak, yenilikçilik sayesinde ve işletme kurarak ihtiyaç ve istek gidermek" anlamına gelmektedir
Gartner (1988)	Yeni bir örgüt yaratmaktır
Herber ve Link (1988)	Varolan işi diriltmek, yeniden uyandırmaktır
Dollinger (1995)	Kazanç ve büyüme amaçlı, risk ve belirsizlik altında, yenilikçi ekonomik örgüt kurmaktır
O'Neil (1996)	Yenilikçilik sayesinde değişim yaratma becerisidir, kaynakların yeni biçimlerini ve birleşimlerini bulmaktır, ölçülü risk almaktır, varolan işlemleri geliştirmek ve yeniden organize etmektir ve belirsizlik durumlarında, kar için ekonomik aktiviteye yönelmektir
Barrow (1998)	Birçok beceriden yararlanarak belirli bir insani faaliyete değer katmaktır. Bunun için fırsatları bulup kullanarak harcanan çaba karşılığında gelir, bağımsızlık ve özsaygı kazanmaktır

Kaynak: Louw ve diğerleri akt., Güler, 2008, s.10 ve Dollinger, akt., Güler, 2008 s.10³

Girişimciliğin, günümüzde sıklıkla karşılaşılan bir başka boyutu da sosyal boyuttur. Sosyal boyutu ifade ederken kullanılan Sosyal Girişimci kavramı, sorunlara çözüm üreten fikirleri projeye dönüştürerek kişileri girişimciliğe yönlendiren fırsatlar yaratıp, topluca fayda yaratan kişilere sosyal girişimci denmektedir. Örneğin, TEMA VAKFI kurucusu sosyal girişimci olarak nitelendirilebilir (Akdemir, 2014, s.24). Girişimcilik gibi, sosyal girişimcilik de oldukça geniş kapsamlı ve zor tanımlanabilen bir olgudur. Aslında, sosyal girişimciler

3 2008 yılında tamamlanmış olan *Sosyal Girişimciliği Etkileyen Faktörlerin Analizi* başlıklı doktora tezinde yer alan Tablo-1 deki tanımların * işaretli olanlar Dollinger'den diğerleri Louw ve diğerleri'nden aktarılmıştır.

geleneksel kar amacı güden girişimcilere birçok açıdan benzemektedirler. Örneğin, yeni bir örgüt kurmaları, sosyo-ekonomik gelişmeye olan katkıları, fırsatları görebilmeleri, yenilikçi ve kararlı olmaları bu iki tip girişimcinin ortak özellikleri olarak sayılabilir (Güler, K., 2011, s.83).

Sosyal Girişimci tanımından hareketle, sosyal girişimcilik, toplumsal faydayı gözeterek yapılan eylemleri kapsamaktadır.

Sosyal Hizmet ve Halkla İlişkiler Bölümü İçin Bireysel Sosyal Sorumluluk ve Girişimcilik Düşüncesinin Önemi

Sosyal Hizmet, toplumdaki gereksinim duyan bireylere, onların fiziksel, ruhsal ve sosyal yapılarından gelen noksanlık, sorun ve tikanıklık hallerinde, koruma, gözetme, kendine yeten bir birey olmasını sağlamak amacıyla devlet tarafından, özel ve gönüllü uğraşlarla ortaya çıkan önlemlerdir (Tomanbay, 1999, s. 238). Bu tanımından da anlaşılacağı üzere sosyal hizmet mesleği, bireylerin refahını arttırmaya yönelik faaliyetlerden oluşmaktadır. Bu eğitimi alıp uygulamaları gerçekleştiren bireylere sosyal hizmet uzmanı denmektedir.

Sosyal hizmetin birçok faaliyet alanı bulunmaktadır. Bu faaliyet alanları mikro, mezo ve makro düzeyde değerlendirilmektedir. Mikro düzeyde, bireyin kendisine ve ona en yakın ilişkilere odaklanılmaktadır. Mezo düzeyde, kurum odaklı çalışmalar yer almaktadır. Makro düzeyde ise, örgüt, topluluk, devlet ve tüm toplumla olan çalışmalar bulunmaktadır; sosyal hizmet uzmanları yönetim, fon sağlama, kaynak geliştirme, politika analizi gibi durumlara dâhil olmaktadır (Sheafor ve Horejsi, 2016, s.28-29). Tüm bunları gerçekleştirirken sosyal hizmet uzmanının birtakım özelliklere sahip olması gerekmektedir. Girişimcilik, bireysel sosyal sorumluluk ve gönüllülük de bu özellikler arasında yer almaktadır.

Gönüllülük kavramı, özgür irade, maddiyata dayalı olmayan motivasyon ve başkalarının yararı olması şeklinde üçlü bir yapıda oluşmaktadır (UNV, 2011, s. 3). Sosyal hizmet öğrencilerinin sahip olması gereken birinci karakteristik özellik arasındadır. Çünkü sosyal hizmet uzmanı olarak mesleği icra ederken gönüllülük esasına ve bireyin yüksek yararını gözeterek eylemlerini gerçekleştirmektedir. “Mecburi gönüllülük” üzerine yapılan bir mesleki uygulamanın faydasının da düşük olacağı kaçınılmaz bir gerçektir. Gönüllülüğün yanında sosyal hizmet uzmanının bireysel sosyal sorumluluk bilincinin de yüksek olması gerekmektedir. Özellikle sivil toplum kuruluşlarında yapılacak olan çalışmalarda sosyal hizmet uzmanı olarak görev alan bireylerin sorumluluk bilincine sahip olması gerekmektedir. Girişimci bir kişilik sosyal hizmet uzmanları açısından önemlidir. Özellikle mezo düzeyde devlet politikalarında bireylerin bürokratik engellere takıldığı görülmektedir. Bu engelleri aşmak ve bireyin yararını gözetmek adına sosyal hizmet uzmanları girişimcilik özelliklerini kullanmalı ve bireylerin refahını arttırmak için çaba göstermelidir.

Halkla İlişkiler ile Sosyal Sorumluluk ilişkisi, Halkla İlişkiler’in kurumun sosyal sorumluluğu çerçevesinde yapılan bir etkinlik olmasından kaynaklıdır (Başok ve C.Değirmen, 2014, s.11). Sosyal Sorumluluk olgusunun Halkla İlişkiler alanında önemli bir yere sahip olduğunu gösteren, bir diğer görüş ise, Bernays’ın “ *halkla ilişkiler, kuruluşlar adına sosyal sorumluluğun uygulanmasıdır.*” Cümlesi ile açıklanabilir (Peltekoğlu, 2007, s.193).

Bu değerlendirmelerden hareketle, işletme ve toplum arasındaki iletişimin sağlaştırılmasında sosyal sorumluluk projelerinin hayata geçirilmesinde Halkla İlişkiler birimlerinin ve uzmanlarının önemli rolü vadir denilebilir. Halkla İlişkiler sosyal sorumluluk merkezli hareket ediyor da olsa halkla ilişkiler uzmanında bireysel sosyal sorumluluk anlayışına sahip olmaları beklenmektedir. Sosyal sorumluluk daha çok devlet ve işletmeler üzerinden iş gören bir kavram olmakla birlikte bireysel sosyal sorumluluğun gönüllülük esasına dayanması bu kavramı sosyal sorumluluk kavramından çok kesin çizgilerle olmasa da bir ölçüde ayırmaktadır. Bir Halkla İlişkiler uzmanında bulunması gereken özellikler incelendiğinde Girişimcilik ve sosyal sorumluluk ile ilişkili pek çok içeriği kapsadığı görülmektedir.

Yöneticilik niteliğine sahip, hızlı düşünebilen, ikna kabiliyeti yüksek, girişken, iletişim kurabilme yeteneğine sahip, genel kültür bilgisi sahibi, gündemi takip edebilen ve hedef kitleye yönelik olarak araştırma verilerini yorumlama yeteneğine sahip, olaylar hakkında tarihi bilgiye sahip dürüst, güvenilir, ele aldığı konuda süratle bilgi toplayabilen daha önceki bilgilerle bu bilgileri birleştirirerek müşterisine tavsiyede bulunabilme özellikleri olarak özetlenebilir (Newman,1990,s.251-252'den akt., Okay, 2013).

Amaç ve Önem

Bu araştırmanın amacı, sosyal hizmet ve halkla ilişkiler öğrencilerinin sosyal sorumluluk seviyeleri ile girişimcilik potansiyelleri arasındaki ilişkiyi ölçmektir. Çalışma, sosyal sorumluluk ve girişimcilik arasındaki ilişkiyi ortaya koyması bakımından önem arz etmektedir. Ayrıca Türkiye'de bulunan sosyal hizmet ve halkla ilişkiler literatürüne katkıda bulunması açısından da önemli olduğu düşünülmektedir.

Yöntem ve Hipotezler

Araştırmanın yöntemi olarak nicel araştırma yöntemlerinden tarama (survey) yöntemi kullanılmıştır. Bu yöntemde bir grubun belirli özelliklerini belirlemek için verilerin toplanması amaçlanmaktadır (Büyükoztürk vd, 2012, s. 14).

Araştırmada oluşturulan hipotezler şu şekildedir:

H1: Sosyal Hizmet ve Halkla İlişkiler bölümleri ile girişimcilik seviyesi arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir fark bulunmaktadır.

H2: Sosyal Hizmet ve Halkla İlişkiler bölümleri ile sosyal sorumluluk seviyesi arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir fark bulunmaktadır.

H3: Sınıf derecesi ile girişimcilik seviyesi arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır.

H4: Sınıf derecesi ile sosyal sorumluluk seviyesi arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir fark bulunmaktadır.

H5: Girişimcilik düşüncesi ile girişimcilik seviyesi arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır.

H6: Sosyal sorumluluk düşüncesi ile sosyal sorumluluk seviyesi arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir fark bulunmaktadır.

Veri Toplama Araçları

Araştırma doğrultusunda veri toplama aracı olarak 3 kısımdan oluşan bir anket formu oluşturulmuştur. Anket formunun ilk bölümünde katılımcıların demografik bilgilerini içeren sorulardan oluşan Kişisel Bilgi Formu kullanılmıştır. İkinci bölümünde “Bireysel ve Sosyal Sorumluluk Ölçeği” ve üçüncü bölümünde ise “Üniversite Öğrencileri Girişimcilik Ölçeği” kullanılmıştır. Araştırmada araçlarına ilişkin detaylı bilgi aşağıda yer almaktadır:

Kişisel Bilgi Formu: Araştırmacı tarafından hazırlanan kişisel bilgi formunda cinsiyet, yaş, öğrenim görülen fakülte ve sınıf düzeyi gibi bilgi toplamaya dönük sorulara yer verilmiştir. Bu soruların yanında öğrencilerin sorumluluk anlayışlarını ölçmeye yönelik sorularda sorulmuştur.

Bireysel ve Sosyal Sorumluluk Ölçeği: Öğrencilerin bireysel ve sosyal sorumluluk düzeyleri ile girişimcilik düzeylerini ölçmek adına yapılan bu çalışmada, bireysel ve sosyal sorumluluk düzeylerini ölçmek adına Filiz ve Demirhan’ın 2015 yılında Türkçe uyarlamasını yapmış olduğu “Bireysel ve Sosyal Sorumluluk Ölçeği” kullanılmıştır. Ölçeğin orijinal formu Weidong, Wright, Rukavina ve Pickering tarafından 2008 yılında “Personal and Social Responsibility Questionnaire(PSRQ)” adıyla geliştirilmiştir (Li vd., 2008). Ölçeğin orijinal dili İngilizce’dir. Ölçeğin orijinal formunun 14 maddeden oluştuğu, ilk yedi maddesinin sosyal sorumluluğu ve ikinci yedi maddesinin ise bireysel sorumluluğu temsil ettiği görülmektedir. Ölçeğin orijinalinde 253 öğrenci ile çalışılmış, güvenilirlik katsayısının 0,81 olduğu saptanmıştır. Filiz ve Demirhan’ın çalışmasında ise 250 öğrenci ile çalışılmıştır. Yapılan açımlayıcı ve doğrulayıcı faktör analizi sonucunda ölçeğin tek boyut sergilediği sonucuna ulaşılmıştır. Ölçeğin tek boyutunda toplamda 13 maddenin bulunduğu ve altılı likert tipi ölçüm kullanıldığı görülmektedir. Ölçekte “Kesinlikle katılmıyorum.” ifadesi bir puanla; “Kesinlikle katılıyorum” ifadesi ise altı puanla karşılanmıştır. Ölçekten alınabilecek en düşük puan 13 iken en yüksek puan 78 puan olarak bulunmuştur (Filiz ve Demirhan, 2015, s. 55). Bu doğrultuda orijinal ve Türkçe uyarlamada kullanılan bu ölçeğin güvenilir olduğu ve çalışmada kullanılabilirliği öngörülmektedir.

Üniversite Öğrencilerine Yönelik Girişimcilik Ölçeği: Öğrencilerin girişimcilik düzeyini ölçmek adına Yılmaz ve Sünbül tarafından 2009 yılında geliştirilen “Üniversite Öğrencilerine Yönelik Girişimcilik Ölçeği” kullanılmıştır. Ölçeğin geliştirilmesinde ilk olarak öğrencilere girişimciliğe yönelik kompozisyon yazdırıldığı ve toplamda 43 maddenin çıkarıldığı görülmektedir. Uzman görüşü çerçevesinde maddelerin sayısı 36’ya indirilmiş ve beşli likert ölçüm aracı kullanılmıştır. Bu seçeneklerden “Hiçbir Zaman” 1 puanla; “Çok Sık” ise 5 puanla değerlendirilmiştir. Açımlayıcı ve doğrulayıcı faktör analizi sonucunda ölçeğin tek boyutunun olduğu ve güvenilirlik katsayısının 0,90 olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Ölçeğin değerlendirilmesinde 36-64 puan çok düşük, 65-92 puan düşük, 93-123 puan orta, 124-151 puan yüksek ve 152-180 puan çok yüksek girişimciliğe işaret etmektedir (Yılmaz ve Sünbül, 2009).

Bu iki ölçek kullanılarak çalışmanın amaçlarına ulaşılması hedeflenmektedir. Sosyal Girişimcilik kavramının, Bireysel ve Sosyal Sorumluluk kavramına daha yakın olduğu düşünülse de, araştırmada Sosyal Girişimcilik ölçeği kullanılmamıştır. Bunun nedeni, Girişimcilik ölçeğinde, sosyal girişimciliği içeren soruların da yer alması ve girişimciliğin daha kapsayıcı özelliğinin bulunmasıdır.

Verilerin Analizi

Bu araştırma sosyal hizmet ve halkla ilişkiler öğrencilerinin bireysel-sosyal sorumluluk seviyeleri ile girişimcilik seviyeleri arasındaki ilişkiyi ölçmek amacıyla yapılmıştır. Bu kapsamda veri toplama araçlarından elde edilen veriler SPSS 25.0 programında analize tabi tutulmuştur. SPSS 25.0 paket programı verilerin anlamlılık ve ilişki düzeylerini belirlemek için kullanılmaktadır. Bu kapsamda veriler ilk olarak SPSS 25.0 programına işlenmiştir. İlk olarak verilerin güvenilirliğini test etmek adına SPSS 25.0 programında yer alan “Güvenirlilik Analizi” yapılmıştır. Sonrasında katılımcıların demografik özelliklerinin dağılımını ölçmek adına “Frekans Analizi” yapılmış ve bir tabloda derlenmiştir. Bu analizlerden sonra verilerin normal dağılıp dağılmadığını ölçmek adına normallik analizi yapılmıştır. Normallik değerlendirmesi yapılırken Tabachnick ve Fidell’in normallik varsayımı kabul edilmiştir. Tabachnick ve Fidell verilerin normal dağılımı için çarpıklık (Skewness) ve basıklık (Kurtosis) değerlerinin -1,5 ile +1,5 arasında olması gerektiğini kabul etmiştir (Tabachnick ve Fidell, 2013). Bu kapsamda değerlendirildiğinde Bireysel ve Sosyal Sorumluluk Ölçeği’nde normal bir dağılım bulunmuyorken (S: -1,924/K: 3,777); Üniversite Öğrencilere Yönelik Girişimcilik Ölçeği’nde normal bir dağılım bulunmuştur (S: 0,33/ K: - 0,773). Bu kapsamda sosyal sorumluluk düzeyi arasındaki ilişkileri ve farkları ölçerken non-parametrik testler yapılacaktır. Girişimcilik düzeyi arasındaki ilişkileri ve farkları ölçerken ise parametrik testler uygulanacaktır.

Araştırmanın bulgularının değerlendirilmesinde “Bireysel ve Sosyal Sorumluluk Ölçeği” ve “Üniversite Öğrencileri Girişimcilik Ölçeği” puanları kullanılmıştır. Bu ölçeklerden Üniversite Öğrencileri Girişimcilik Ölçeği’nin 36-64 puan arası çok düşük, 65-92 puan arası düşük, 93-123 arası orta düzeyde, 124-151 arası yüksek ve 151-180 arası çok yüksek şeklinde bir değerlendirmesi bulunmaktadır. “Bireysel ve Sosyal Sorumluluk Ölçeği”nin değerlendirmesinde ise 13-40 arası düşük, 40-61 arası orta ve 61-78 arası yüksek şeklinde bir değerlendirme yapılmıştır.

Tablo 2. Ölçeklere İlişkin Güvenirlilik Analizi Tablosu

Ölçek	Cronbach Alpha Kat Sayısı	N Değeri
Bireysel ve Sosyal Sorumluluk Ölçeği	0,942	13
Üniversite Öğrencilerine Yönelik Girişimcilik Ölçeği	0,945	36

Güvenirlilik analizinin birçok çeşidi bulunmaktadır. Bunlardan sosyal bilimlerde en çok kullanılanı ise iç tutarlılık güvenilirliğidir. İç tutarlılık güvenilirliği, ölçme aracında yer alan maddelerin kendi aralarında tutarlılık gösterip göstermediğini test etmek amacıyla kullanılmaktadır (Gürbüz ve Şahin, 2016, s.323). Bu kapsamda verilerin geçerlilik ve güvenilirliğini test etmek adına SPSS 25.0 programında güvenilirlik analizi yapılmıştır. Yapılan güvenilirlik analizi sonucunda iki ölçeğin de içtutarlılık katsayısının .090 üzeri olduğu ve güvenilir olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Bu bilgiler ışığında makalenin amacı doğrultusunda bölüm ve sınıf düzeyleri kullanılarak girişimcilik ve bireysel-sosyal sorumluluk düzeyleri kıyaslanmış ve bulgulara erişilmiştir. Son olarak ise girişimcilik düzeyi ve seviyesi ile sorumluluk düzeyi ve seviyesi arasındaki

ilişki ölçülmüştür. Bu analizin amacı ise bireylerin düşünceleri ile seviyeleri arasındaki paralellik olup olmadığını test etmektir. Ulaşılan tüm bulgular tartışma ve sonuç bölümünde literatür ile kıyaslanmıştır.

Araştırmanın Evren, Örneklem ve Sınırlılıkları

Bu araştırmanın evrenini İstanbul'da yer alan bir vakıf üniversitesi oluşturmaktadır. Bu evrenden amaçlı örneklem yoluyla sosyal hizmet ve halkla ilişkiler bölümü öğrencileri seçilmiştir. Amaçlı örneklem, araştırmacının kendi kişisel gözlemlerinden hareket ederek araştırma sorusuna uygun geldiğini düşündüğü belirli özellikleri taşıyan deneklerin seçildiği örnekleme yöntemidir (Gürbüz ve Şahin, 2016, s. 134). Bu örneklemin hesabında evren ve örneklem tablosundaki veriler kullanılmıştır. Evren ve örneklem tablosuna göre 0.03 örneklem hatası ile gerçekleşme olasılığının 0.5 ve gerçekleşmeme olasılığının 0.5 olduğu durumda ulaşılması gereken örneklem sayısı 92'dir (Yazıcıoğlu ve Erdoğan'dan akt: Şahin, 2014, s.126). Bu kapsamda toplam 246 kişiden oluşan iki bölüm öğrencilerinden 124 kişiye ulaşılmıştır. 124 kişi içinde sosyal hizmet bölümü öğrencilerinden birinci sınıfların 3, ikinci sınıfların 11 ve üçüncü sınıfların 38 öğrencisine ulaşılmış; halkla ilişkiler öğrencilerinden birinci sınıfların 36, ikinci sınıfların 8, üçüncü sınıfların 11 ve dördüncü sınıfların ise 17 öğrencisine ulaşılmıştır. Ulaşılan kişilere formlar yüz yüze görüşme ve sanal anket formu yoluyla uygulanmıştır. Anket formları 15 Mayıs 2019-15 Haziran 2019 tarihleri arasında öğrencilere yaptırılmıştır. Araştırmaya katılan öğrencilerin sınav dönemi ile araştırmanın yapılış tarihlerinin çakışması, çalışmanın gönüllü olmasından kaynaklı bazı katılımcıların formu doldurmak istememesi araştırmanın sınırlılıklarını oluşturmaktadır. Bu sınırlılıklara ek olarak sosyal hizmet bölümü öğrencilerinin araştırma döneminde dördüncü sınıflarının bulunmaması ve bölüm bazlı sınıf mevcutlarının denk olmaması sınırlılıkları da bulunmaktadır. Son olarak sosyal bilimlere özgü genel sınırlılıklar bu araştırma için de geçerli olmaktadır.

Tablo 3. Katılımcıların Cevaplarının Frekans Dağılımı

Durum		Frekans	Yüzde
Cinsiyet	Erkek	49	39,5
	Kadın	75	60,5
Bölüm	Sosyal Hizmet	52	41,9
	Halkla İlişkiler ve Reklamcılık	72	58,1
Sınıf	1.Sınıf	39	31,5
	2.Sınıf	19	15,3
	3.Sınıf	49	39,5
	4.Sınıf	17	13,7
Girişimci Olduğunu Düşünme	Evet	59	47,6
	Hayır	13	10,5
	Kısmen	52	41,9
Sorumluluk Bilincine İlişkin Düşünce	Evet	113	91,1
	Hayır	3	2,4
	Kısmen	8	6,5

Yapılan analiz sonucunda katılımcıların %60,5'inin kadın, %39,5'inin ise erkek olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Bölümlerle bir kıyaslama yapıldığında %41,9'unun sosyal hizmet bölümü, %58,1'inin ise halkla ilişkiler ve reklamcılık bölümü öğrencisi olduğu, %39,5'inin 3. sınıf ve % 31,5'inin 1. Sınıf öğrencisi olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Katılımcıların %47,6'sının kendisini girişimci olarak gördüğü, % 41,9'unun ise kararsız kaldığı sonucuna ulaşılmıştır. Okuduğu bölüme göre sorumluluk bilinci olmasının gerekliliği konusunda ise tamamına yakınının (%91,1) sorumluluk bilincinin olması gerektiğini düşündüğü sonucuna ulaşılmıştır.

Bulgular

Tablo 4. Bölüm İle Girişimcilik Seviyesi Arasındaki İlişki Tablosu

	Sosyal Hizmet		Halkla İlişkiler R.		T Değeri	P Değeri
	M	SS	M	SS		
Girişimcilik Ölçeği	130,48	17,75	145,02	18,84	-4,336	,000

Yapılan Bağımsız T Testi sonucunda Sosyal Hizmet öğrencileri ile (M=130.48/ SS=17.75) Halkla İlişkiler ve Reklamcılık (M=145,02/SS=18.84) öğrencileri arasında girişimcilik seviyesi açısından anlamlı bir farkın olduğu sonucuna ulaşılmıştır (t(122)= -4,336, p=.000). Halkla İlişkiler öğrencileri Sosyal Hizmet öğrencilerine göre girişimcilik seviyesi açısından daha fazla girişimci görünmektedirler.

Tablo 5. Bölüm İle Sosyal Sorumluluk Seviyesi Arasındaki İlişki Tablosu

	Sosyal Hizmet (M)	Halkla İlişkiler ve Reklamcılık (M)	p
Sosyal Sorumluluk Ölçeği	67,26	59,06	,209

Yapılan normallik analizi sonucunda sosyal sorumluluk ölçeğinin verilerinin normal dağılmadığı tespit edilmiş ve sosyal sorumluluk ölçeğine yapılan analizlerin non-parametrik analizler ekseninde yapılması kararlaştırılmıştır. Bu sonuçla bölüm ile sosyal sorumluluk seviyesi arasındaki ilişkiyi ölçmek için non-parametrik testlerden olan Mann Whitney U Testi yapılmıştır. Tabloda sosyal hizmet öğrencileriyle (M=67,26) Halkla İlişkiler ve Reklamcılık öğrencileri (M=59,06) arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir farkın bulunmadığı sonucuna ulaşılmıştır (p= .209).

Tablo 6. Sınıf ile Girişimcilik Seviyesi Arasındaki İlişki Tablosu

Model		Standardize Edilmemiş Bileşen		Standardize Edilmiş Bileşen	t	p
		B	Std. Hata	Beta		
1	Sabit	4,462	,682		6,543	,000
	GirisimcilikTop	-,008	,005	-,147	-1,640	,104
<i>R= .147 R²= .022</i>						

Yapılan regresyon analizi sonucunda sınıf ile girişimcilik seviyesi arasındaki ilişki ölçülmeye çalışılmıştır. Regresyon tablosuna bakıldığında R^2 değerinin %2.2 olduğu görülmektedir. Bu sonuç toplam varyansın %2.2'sinin açıklandığını göstermektedir. Bu doğrultuda sınıfın artmasıyla girişimcilik seviyesinin negatif yönde -.008 şeklinde azaldığı sonucuna ulaşılmıştır. Sonuç olarak sınıf ile girişimcilik seviyesi arasında negatif yönlü bir ilişki bulunmaktadır. Sınıf ve girişimcilik seviyesi arasındaki istatistiksel ilişkiye bakıldığında aralarında istatistiksel olarak anlamlı bir farkın bulunmadığı sonucuna ulaşılmıştır ($p=.104$).

Tablo 7. Sınıf ile Sosyal Sorumluluk Algısı Arasındaki İlişki Tablosu

	1. Sınıf	2. Sınıf	3. Sınıf	4. Sınıf	p
Sosyal Sorumluluk Ölçeği	56,71	70,37	69,32	46,47	0,64

Yapılan analizler sonucunda Üniversite Öğrencilerine Yönelik Sosyal Sorumluluk Ölçeği'nin normal dağılım göstermediği saptandığından ve sınıfların birden fazla grup olduğu bilindiğinden aradaki ilişkiyi ölçmek adına Kruskal Wallis Testi yapılmıştır. Bu test sonucunda sınıf grupları arasında anlamlı bir farkın olmadığı sonucuna ulaşılmıştır ($p=.064$).

Tablo 8. Girişimcilik Düşüncesi ile Seviyesi Arasındaki İlişki Tablosu

Model		Standardize Edilmemiş Bileşen		Standardize Edilmiş Bileşen	t	p
		B	Std. Hata	Beta		
1	Sabit	4,073	,580		7,021	,000
	Girisimcilik Top	-,015	,004	-,318	-3,707	,000
$R= .318 \quad R^2= .101$						

Yapılan regresyon analizi sonucunda girişimcilik düşüncesi ile seviyesi arasındaki ilişki ölçülmeye çalışılmıştır. Tablo 8'e bakıldığında R^2 değerinin %10.1 olduğu görülmektedir. Bu sonuç toplam varyansın %10.1'inin açıklandığını göstermektedir. Bu doğrultuda girişimci olma düşüncesinin varlığıyla girişimcilik seviyesi arasında negatif yönlü bir ilişki bulunmaktadır. Girişimci olma düşüncesi ile seviyesi arasında istatistiksel açıdan ise anlamlı bir ilişkinin bulunduğu sonucuna ulaşılmıştır ($p=.000$).

Tablo 9. Sosyal Sorumluluk Düşüncesi ile Sosyal Sorumluluk Seviyesi Arasındaki İlişki Tablosu

	Sorumluluk Düşüncesi (Evet)	Sorumluluk Düşüncesi (Hayır)	Sorumlu Düşüncesi (Kısmen)	p
Sosyal Sorumluluk Ölçeği	63,40	66,33	48,31	,508

Yapılan analizler sonucunda Üniversite Öğrencilerine Yönelik Sosyal Sorumluluk Ölçeği'nin normal dağılım göstermediği saptandığından ve sınıfların birden fazla grup olduğu

bulduğundan aradaki ilişkiyi ölçmek adına Kruskal Wallis Testi yapılmıştır. Yapılan Kruskal Wallis Testi sonucunda öğrencilerin sorumluluk bilinci ile seviyeleri arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir farkın olmadığı sonucuna ulaşılmıştır ($p=.508$).

Tartışma ve Sonuç

Sosyal Hizmet Bölümü ve Halkla İlişkiler bölümü, birey odaklı çalışmalar gerçekleştirilmektedir. Bu yüzden bu alanda çalışan uzman niteliğindeki bireylerin birtakım kişisel özelliklere sahip olması gerekmektedir. Bu araştırma Sosyal Hizmet ve Halkla İlişkiler öğrencilerinin bireysel ve sosyal sorumluluk ile girişimcilik düşünceleri ve seviyeleri arasındaki ilişkiyi ölçmek amacıyla yapılmıştır. Bu kapsamda ulaşılan sonuçlar şu şekildedir:

Sosyal Hizmet bölümü öğrencilerinin bireysel ve sosyal sorumluluk seviyeleri Halkla İlişkiler öğrencilerine göre yüksek çıkarken, girişimcilik seviyeleri Halkla İlişkiler bölümü öğrencilerinininkinden düşük çıkmıştır. Bölüm açısından incelendiğinde, iki bölüm öğrencileri arasında girişimcilik seviyesi açısından anlamlı bir fark bulunuyorken; sosyal sorumluluk seviyesi açısından anlamlı bir fark bulunmamıştır. Bu doğrultuda birinci hipotez doğrulanıyorken ikinci hipotez doğrulanamamıştır. Girişimcilik seviyesinin her iki bölümün birinci sınıfından itibaren yüksek çıktığı sonucuna ulaşılmıştır. Halkla İlişkiler uzmanının girişken özelliğe sahip olması, savunduğu fikirleri başkasına kabul ettirmek için mücadele etmesi, ikna kabiliyetinin yüksek olması, geniş bir genel kültür bilgisinin olması, kriz yönetimi konusunda bilgisinin olması, hızlı düşünebilme ve çözüm üretilme yeteneği, güncel olayları yakından takip etmek suretiyle hedef kitleyi etkileyebilecek sosyal verileri yorumlama yeteneğine sahip olması etkili iletişim yeteneği, farklı durumlarda farklı insanlarla iletişim kurabilme özgüveni, yöneticilik niteliğine sahip olması gibi özelliklerdir (Newman'dan aktaran Okay, 2013,s.69). Bu özelliklerin, Girişimcilik kavramına ilişkin temel bazı özelliklerle örtüştüğü görülmektedir. Bir girişimcide bulunması gereken özellikler olan sorumluluk sahibi olması, kendine güveniyor olması, verileri analiz edebilme yeteneğine sahip, sosyal yönü iyi olması belirsizliğe karşı toleranslı olması özellikleri ile örtüştüğü söylenebilir (Marangoz,2016, s.5-6). Bunlara ek olarak sosyal hizmet uzmanı, yaşam kalitesini yükseltmek amacıyla insan haklarını gözeten, yaşam koşullarının gelişmesini sağlayan, bireyin ve toplumun yaratıcılığını teşvik eden bir meslek elemanıdır (Cılga'dan akt: Yolcuoğlu, 2019, s.165). İki mesleğin ortak gayesi düşünüldüğünde mesleki açıdan benzer özelliklere sahip olduğu ve iletişimsel özellikleri bakımından da birbirine yakın olduğu öngörülebilmektedir.

Girişimcilik seviyelerinin Sosyal Hizmet bölümü öğrencilerinde düşük olmasına karşın Yıldırım ve Tuncay'ın yapmış olduğu bir çalışmada Sosyal Hizmet bölümü için sosyal girişimciliğin önemli olduğu belirtilmektedir (Yılmaz ve Tuncay, 2019, s.184). Literatürle örtüşmemesinin sebepleri arasında katılımcı sayısının azlığı sebep gösterilebilir. Benzer bir çalışma Sosyal Hizmet Bölümü ve Halkla İlişkiler Bölümü öğrencilerinin yüksek katılım sağladığı bir çalışmada Sosyal Girişimcilik ölçeği kullanılarak yapıldığında daha doğru sonuçlar elde edilebileceği öngörüsü ileriki çalışmalara ışık tutabilir. Öksüz'ün çalışmasında ise Halkla İlişkiler bölümü öğrencilerinin sosyal sorumluluğu bölümlerinin gereği olarak gördükleri sonucuna ulaşılmıştır (Öksüz, 2014, s. 71). Literatürle kıyaslandığında iki bölümün öğrencileri için sosyal sorumluluk ve girişimciliğin önemi yadsınmazdır.

Öğrencilerin tümünde girişimcilik seviyesi ile sınıf arasında negatif yönde bir regresyon ilişkisinin olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Sınıf ile sosyal sorumluluk seviyesi arasında ise anlamlı bir farkın bulunmadığı ve üçüncü sınıfta sosyal sorumluluk seviyesinin yükseldiği sonucuna ulaşılmıştır. Buradan hareketle, öğrencilerin almış olduğu eğitimin öğrencilerin sosyal sorumluluk seviyelerini arttırdığı söylenebilir. Fakat öğrencilerinin öğrenim gördükleri yarıyıl bağlamında sosyal sorumluluk ve girişimcilik seviyeleri arasında anlamlı bir ilişki bulunamamıştır. Bu yüzden üçüncü ve dördüncü hipotez doğrulanamamıştır.

Öğrencilerin girişimcilik düşüncesi ve girişimcilik seviyesinin ölçüldüğü Tablo 9'da iki durum arasında girişimci kişiliğinin olduğunu düşünenlerin girişimcilik seviyeleri arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir ilişkinin olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Sosyal girişimcilik, toplumsal sorunlara yönelik girişimcilik bakış açısıyla çözümler üretmek anlamına gelmektedir (Karğın, Aktaş ve Gökbnar, 2018, s.167). Yapılan araştırmalarda sosyal girişimcilik seviyelerinin öğrencilerde yüksek olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Sonuç olarak bireyler girişimci olduğunu düşündüğü gibi girişimcilik seviyeleri yüksektir. Dolayısıyla beşinci hipotez doğrulanmıştır. Şirin, Bilir ve Öz'ün yapmış olduğu bir çalışmada BESYO⁴ öğrencilerinin sosyal girişimcilik düzeylerinin yüksek olduğu sonucuna ulaşılmıştır (Şirin, Bilir ve Öz, 2018, s.42). Çavdar vd.'nin öğretmen adaylarıyla yapmış olduğu çalışmada sosyal girişimcilik seviyelerinin ortalamanın üstünde olduğu sonucuna ulaşılmıştır (Çavdar, Cumhur, Koç ve Doymuş, 2018, s.31). Bir başka çalışmada Sosyal girişimcilikte gençlerin oluşturduğu öğrenci topluluklarının gençlerin sosyal sorunlara yaklaşımlarını ve çözüm önerilerini olumlu yönde etkilediği sonucuna ulaşılmıştır (Bursalı ve Aksel, 2016, s.1). Uygun, Mete ve Güner'in yapmış olduğu bir çalışmada genç girişimcilerin girişimcilik seviyeleri ile özellikleri arasındaki ilişkide girişimcilik özelliği ile eğitim arasında ilişkinin olduğu sonucuna ulaşılmıştır (Uygun, Mete ve Güner, 2012, s. 154). Gümül, Çalık ve Kurt'un çalışmasında meslek yüksekokulu öğrencilerinin yüksek girişimcilik seviyesine sahip olduğu sonucuna ulaşılmıştır (Gümül, Çalık ve Kurt, 2017, s.104). Literatürle kıyaslandığında bulgular ile literatürün örtüştüğü görülmektedir.

Sosyal sorumluluk düşüncesi ile sosyal sorumluluk seviyesi arasındaki ilişkinin ölçüldüğü Tablo 10'da ise bireylerin sosyal sorumluluk düşüncesi ile sosyal sorumluluk seviyeleri arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir ilişki olmadığı sonucuna ulaşılmıştır. Yani bireylerin sorumluluk bilinci ile sorumluluk seviyeleri arasında bir bağlantı bulunmamaktadır. Buradan hareketle altıncı hipotez doğrulanamamıştır.

Bireysel ve Sosyal Sorumluluk ve Sosyal Girişimcilik ölçekleri kullanılarak yapılacak yeni bir araştırmanın literatüre katkı sağlayacağı bu alandaki araştırmacılar için öneri olarak sunulabilir.

4 BESYO "Besyo kelime anlamı olarak daraltılmış bir kelimedir. Açılımı Beden Eğitimi ve Spor Yüksekokulu'dur. <https://www.besyobilgiler.com/besyo-nedir.html>. (Erişim Tarihi: 11.08.2019)



Measurement of the Relationship Between Individual and Social Responsibility Levels and Entrepreneurial Potentials of the Students of the Department of Social Work and Public Relations and Advertising

*Hilal Kılıç**
*Umut Solmaz***

The Public Relations and Social Work areas are both acting within the framework of activities and cooperation aimed at the emergence of public and individual benefits. In the context of social consequences, it can be considered that they mediate structural transformations in many areas, bring together the individuals who form society with a sense of trust, ethics, morals and beneficial elements as common points. Considering these common areas of Public Relations and Social Work, it is thought that individual and social responsibility and entrepreneurship cases are essential for field practitioners/professionals. The concepts of individual and social responsibility and entrepreneurship are such elements to raise awareness on the target groups of Public Relations and Social Services with their intellectual dimension and adding to provide the emergence of individual and public benefit along with their operational dimension. The awareness of individual social responsibility based on volunteerism, which has become widespread especially through the active roles of young people in social responsibility projects, also brings positive impact from every individual to society. A similar assessment can be made through the concept of entrepreneurship on the axis of innovation, creativity, individual and social benefit.

* Asst. Prof. Dr. Istanbul Gelisim University, School of Applied Sciences, Business Information Management, Istanbul, hkilic@gelisim.edu.tr, ORCID: 0000-0002-6628-4080

** Research Assistant, Istanbul Gelisim University, School of Applied Sciences, Social Work, Istanbul, usolmaz@gelisim.edu.tr, ORCID ID: 0000-0003-1112-3041

The aim of this study is to determine the relationship between the social responsibility levels and entrepreneurship potentials of the university students who are studying in Public Relations and Advertising and Social Services Departments in the field of interest. The main point of the research is to demonstrate whether these departments in which students study their assessment of the concepts of individual and social responsibility and entrepreneurship have an impact on. In the study, a survey method was used from quantitative research methods. With the analysis of the data obtained through the survey, 6 hypotheses of the research were tested. As a result of the comparative evaluation of the relationship between the social responsibility and entrepreneurship, it is envisaged that the individual and social responsibility and entrepreneurship levels of the students of the Social Work Department differ from those of the students of the Public Relations Department that could be due to the some varied and differed characteristics of their specific fields. In this respect, it is thought that this research will contribute to the literature in the field of Social Work and Public Relations.

Purpose and Importance of Research

The aim of this research is to evaluate the relationship between the individual and social responsibility levels and entrepreneurial potentials of the students of the Department of Social Work, Public Relations and Advertising in the field interest which based on the concepts of entrepreneurship and individual and Social Responsibility, which are considered as the common denominator of the public relations and social service fields. The importance of the research is to reveal how the departments in which the students study affect this relationship and to determine the crucial points of intersection and dissociation.

Method and Hypotheses of Research

The method of survey was used as a method of quantitative research. This method aims to collect data to determine the specific characteristics of a group (Büyüköztürk et al, 2012, p. 14). In this context, a questionnaire consisting of 3 sections was designed to test the hypotheses of the research. The first part of the survey form is intended to collect the demographic information of the participants. The second part includes the “Scale of Individual and Social Responsibility” developed by Filiz and Demirhan (2015). In the last part of the survey form, the “University Students Entrepreneurship Scale” developed by Yılmaz and Sünbul (2009) was used. It is also aimed to achieve the objectives of the study by using these two scales.

Although the concept of the social entrepreneurship is thought to be closer to the concept of individual and Social Responsibility, the scale of Social Entrepreneurship has not been used in this research. The reason is that on the entrepreneurial scale, the involvement of the social entrepreneurship questions and entrepreneurship’s inclusive feature.

Hypotheses Created in the Research are Listed Below:

The hypotheses generated in the research are as below:

H1: There is a statistically significant difference between the Social Work and Public Relations departments and the level of entrepreneurship.

H2: There is a statistically significant difference between the Social Work and Public Relations departments and the level of social responsibility.

H3: There is a meaningful relationship between the grade of class and the level of entrepreneurship.

H4: There is a statistically significant difference between class grade and social responsibility level.

H5: There is a meaningful relationship between entrepreneurial thought and the level of entrepreneurship.

H6: There is a statistically significant difference between social responsibility thinking and social responsibility level.

The Data Tools

In line with the research, a survey form consisting of 3 parts was created as a data collection tool. In the first part of the questionnaire, a personal information form consisting of various questions containing demographic information of the participants was used. "Individual and Social Responsibility Scale" was used in the second part and "University Students Entrepreneurship Scale" was used in the third part. Detailed information on research tools is given below:

Personal Information Form: This form is prepared by the researcher and it includes questions about collecting information such as gender, age, faculty and class level. Beside these questions, there are additional questions are asked aiming at measuring students' understanding of responsibility.

Individual and Social Responsibility Scale: In order to measure students' individual and social responsibility and entrepreneurship levels, the "Individual and Social Responsibility Scale", which Filiz and Demirhan adapted in Turkish in 2015, was used in this study. The original form of the scale is developed by Weidong, Wright, Rukavina and Pickering in 2008 under the name "Personal and Social Responsibility Questionnaire(PSRQ)" (Li et al., 2008). The original language of the scale is English. The original form of the scale consists of 14 articles, the first seven articles represent social responsibility and the second seven articles represent individual responsibility. The scale is originally studied with 253 students and the reliability coefficient is 0.81.

Filiz and Demirhan studied with 250 students. As a result of the explanatory and confirmatory factor analysis, it was concluded that the scale exhibited in only one dimension. It is observed that there are 13 items in total in one dimension of the scale

and that six likert type measurements are used. On the scale, he said, “I absolutely disagree” and the statement was met with one point; the statement “I absolutely agree” was met with six points. The lowest score on the scale was 13 and the highest was 78 points (Filiz and Demirhan, 2015, p. 55). In this respect, it is envisaged that the scale used in the original and Turkish adaptation is reliable so that it can be used in this study.

Entrepreneurship Scale for University Students: The “Entrepreneurship Scale for University Students” is developed by Yilmaz and Sünbul in 2009 and it was used to measure the level of entrepreneurship of students. In the development of the scale, it is observed that the students were first printed essays for entrepreneurship and 43 items were removed in total. Within the framework of expert opinion, the number of substances was reduced to 36 and a five-likert measurement tool was used. Of these options, “never” was evaluated with 1 score; “too often” was evaluated with 5 points. It was concluded that the scale has only one dimension and that the reliability coefficient is 0.90 as a result of explanatory and confirmatory factor analysis. In the evaluation of the scale, 36-64 points are very low, 65-92 points are low, 93-123 points are medium, 124-151 points are high and 152-180 points are very high entrepreneurship (Yilmaz and Sünbul, 2009).

It is aimed to achieve the objectives of the study by using these two scales. Although the concept of social entrepreneurship is thought to be closer to the concept of individual and Social Responsibility, the scale of Social Entrepreneurship was not used in the research. This is because, on the scale of entrepreneurship, questions involving social entrepreneurship are also included, and the more inclusive feature of entrepreneurship is found.

Analysis Of The Data

This research was conducted to measure the relationship between individual-social responsibility levels and entrepreneurship levels of Social Work and Public Relations students. In this context, the data obtained from the data collection tools were analyzed in the SPSS 25.0 program. The SPSS 25.0 package program is used to determine the significance and relationship levels of the data. In this context, the data was first processed into the SPSS 25.0 program. First, to test the reliability of the data, the “reliability analysis” in the SPSS 25.0 program was carried out. Afterwards, a “frequency analysis” was performed to measure the distribution of the demographic characteristics of the participants and was compiled in a table. After these analyses, normality analysis was conducted to measure whether the data was normally distributed or not. When evaluating normality, Tabachnick and Fidell’s assumption of normality was accepted. Tabachnick and Fidell agreed that skewness and kurtosis values must be between -1.5 and +1.5 for normal distribution of data (Tabachnick and Fidell, 2013). In this context, while there was no normal distribution in the individual and social responsibility scale (s:-1.924/K: 3,777), there was a normal distribution in the entrepreneurship scale for university students (S: 0.33/ K: - 0.773). In this context, non-parametric tests will be conducted while measuring the relationships and differences between the level of social responsibility. Parametric tests will be applied when measuring the relationships and differences between the level of entrepreneurship.

In the light of this information, entrepreneurship and individual-social responsibility levels were compared and the findings were reached by using the department and class levels for the purpose of the article. Finally, the relationship between the degree and level of entrepreneurship and the degree and level of responsibility was measured. The purpose of this analysis is to test whether there are parallels between individuals' thoughts and their levels. All the findings were discussed and compared with the literature in the discussion and conclusion sections.

Universe, Sampling and Limitations of Research

The universe of this research consists of a foundation university located in Istanbul. Students of the Department of Social Work and Public Relations were selected from this universe by means of purposeful sampling. The purposeful sampling is the sampling method in which subjects with specific characteristics that the researcher consider appropriate the research problematic by acting from their own personal observations are selected (Gürbüz and Şahin, 2016, p. 134). The data in the universe and sample table were used in the calculation of this sample. According to the universe and sample table, the number of samples to be reached is 92 when the probability of realization with 0.03 sample error is 0.5 and the probability of non-realization is 0.5 (Akt by Yazıcıoğlu and Erdoğan: Şahin, 2014, p.126). In this context, 124 students from the two departments consisting of a total of 246 people were reached. Out of 124 people, Social Work Department students reached 38 students of first grades 3, second grades 11 and third grades; public relations students reached 36 students of first grades, 8 students of second grades, 11 students of third grades and 17 students of fourth grades. The forms were applied through face-to-face interview and virtual questionnaire. Between 15 June 2019 and 15 May 2019, the survey forms were commissioned to students. The limitations of the study are that some participants do not want to fill out the form due to the fact that the study was voluntary. In addition to these limitations, the students of the Department of Social Work do not have a fourth grade during the research period, and there are also limitations that the department-based class availability is not equivalent. Finally, the general limitations specific to the Social Sciences are applied to this research as well.

Findings

"Individual and Social Responsibility Scale" and "University Students Entrepreneurship Scale" scores were used to evaluate the findings of the study. From these scales, it is concluded that the entrepreneurship scale of university students has a very low rating of 36-64, low score of 65-92, moderate level of 93-123, high 124-151 and very high rating of 151-180. In the evaluation of "Individual and Social Responsibility Scale", there is a low of 13-40, a moderate of 40-61 and a high of 61-78 which were especially evaluated.

The analysis concluded that 60.5% of the participants were female and 39.5% were male. When compared to departments, 41.9% were students in the Department of Social Work, 58.1% were students in the Department of Public Relations and Advertising, 39.5% of the students in 1st in grade and 31.5% of them are in 3rd grade. It was concluded

that 47.6% of the respondents considered themselves as entrepreneurs, while 41.9% stayed undecided. It was also concluded that almost all of them (91.1%) thought that there should be a necessity of sense of responsibility according to the departments they studied.

The independent test concluded that there was a significant difference between Social Work students ($M=130.48/SS=17.75$) and Public Relations and Advertising students ($M=145.02/SS=18.84$) in terms of the entrepreneurship level ($t(122)=-4.336, p=.000$). Public Relations students appear to be more entrepreneurial in terms of entrepreneurship level than Social Work students.

As a result of the normality analysis, it was determined that the data of the social responsibility scale were not normally distributed and it was decided that the analyses of the social responsibility scale should be carried out on the axis of non-parametric analyses. The Mann Whitney U test, one of the non-parametric tests, was performed to measure the relationship between the departments and the level of social responsibility. The table concluded that there was no statistically significant difference between social work students ($M=67.26$) and Public Relations and Advertising students ($M=59.06$) ($p=.209$).

As a result of regression analysis, the relationship between class and entrepreneurship level was measured. In this respect, the level of entrepreneurship in the negative direction with the increase of the class -. It was concluded that it decreased in the form of 008. As a result, there is a negative correlation between class and entrepreneurship level. When we look at the statistical relationship between class and entrepreneurship level, we conclude that there is no statistically significant difference between them ($p=.104$).

The Kruskal Wallis test was performed to measure the relationship between the social responsibility scale for university students and because it was determined that the social responsibility scale for university students did not show normal distribution and because the classes were known to be more than one group. This test concluded that there was no significant difference between class groups ($p=.064$).

As a result of regression analysis, the relationship between Entrepreneurial thought and its level was measured. Accordingly, there is a negative correlation between the existence of entrepreneurial thinking and the level of entrepreneurship. It was concluded that there is a statistically significant relationship between the idea of being an entrepreneur and his level ($p=.000$).

The Kruskal Wallis test was performed to measure the relationship between the social responsibility scale for university students and because it was determined that the social responsibility scale for university students did not show normal distribution and due to the classes were known to be more than one group. As a result of the Kruskal Wallis test, it was concluded that there was no statistically significant difference between the students' awareness of responsibility and their levels ($p=.508$).

Discussion and Conclusion

The Department of Social Work and the Department of Public Relations carry out individual-oriented studies. Therefore, individuals who are experts in this field should have some personal characteristics. This research was conducted to measure the relationship between individual and Social Responsibility and entrepreneurial thoughts and levels of Social Work and Public Relations students. The results reached in this context are as follows:

While the individual and social responsibility levels of the Social Work Department students were higher than those of the public relations students, the entrepreneurship levels were lower than those of the public relations department students. When examined from the point of view of the department, there was a significant difference between the students of the two departments in terms of the level of entrepreneurship; there was no significant difference in terms of the level of social responsibility. In this respect, the first hypothesis was confirmed, while the second hypothesis could not be verified. It was concluded that the level of entrepreneurship was high from the first class of both departments.

The public relations expert has the ability to communicate effectively, to communicate with different people in different situations, to have the ability to manage, and to have the ability to think quickly and produce solutions, to have the ability to interpret social data that can affect the target audience by following current events closely, 2013, p.69). These characteristics seem to coincide with some of the basic characteristics of the concept of entrepreneurship. It can be said that the characteristics that should be found in an entrepreneur are responsibility, self-confidence, ability to analyze data, having good social attitude, and tolerance to uncertainty (Marangoz, 2016, p.5-6).

In addition, the social worker is a professional who cares about human rights in order to improve the quality of life, ensures the development of living conditions and encourages the creativity of the individual and society (Akt from Cilga: passenger, 2019, 165). Considering the common purpose of the two professions, it can be predicted that they have similar characteristics in terms of profession and that they are close to each other in terms of their communicative characteristics.

Although entrepreneurship levels are low in students of the Department of Social Work, a study by Yıldırım and Tuncay states that social entrepreneurship is important for the Department of Social Work (Yılmaz and Tuncay, 2019, P.184). Among the reasons why do not coincide with the literature is the lack of participants. A similar study may shed light on further studies in which more accurate results can be achieved by using the Social Entrepreneurship Scale in a research in which the students of the Department of Social Work and the Department of Public Relations have a high participation. Öksüz's study concluded that the students of the Department of Public Relations considered social responsibility as a requirement of their department (Öksüz, 2014, p. 71). The importance of Social Responsibility and entrepreneurship for the students of the two departments is undeniable when compared to the literature.

It was concluded that there was a negative regression relationship between entrepreneurship level and class in all students. It was concluded that there was no significant difference between class and social responsibility level and that the level of social responsibility rose in third grade. From this point on, it can be said that the education of the students increases the level of social responsibility of the students. However, there was no significant relationship between social responsibility and entrepreneurship levels in the context of the semester in which the students studied. Therefore, the third and fourth hypotheses could not be verified.

In Table 9, where the students' entrepreneurial thinking and entrepreneurship level are measured, it is concluded that there is a statistically significant relationship between the levels of entrepreneurship among those who think they have entrepreneurial personality. Social entrepreneurship is meant to produce solutions to social problems from an entrepreneurial perspective (Karğın, Aktaş and Gökbunar, 2018, p.167). The research concluded that the levels of social entrepreneurship are high in students. As a result, levels of entrepreneurship are high as individuals think they are entrepreneurs. Hence the fifth hypothesis is confirmed. A study conducted by Smurf, Bilir and Oz concluded that the social entrepreneurship levels of the students of Beşiktaş were high (Smurf, Bilir and Oz, 2018, p.42). Rye et al.'s study of teacher candidates concluded that levels of social entrepreneurship were above average (rye, Cumhur, Koç and saturated, 2018, p.31).

Another study concluded that student communities formed by young people in social entrepreneurship positively influence young people's approaches to social problems and their solution proposals (Bursali and Aksel, 2016, p.1). A study conducted by Uygul, Mete and Güner concluded that the relationship between entrepreneurship levels and characteristics of young entrepreneurs is related to entrepreneurship characteristics and tendency (Uygul, Mete and Güner, 2012, p. 154). The study of Gümül, Çalık and Kurt concluded that vocational school students have a high level of entrepreneurship (Gümül, Çalık and Kurt, 2017, p.104). When compared to the literature, it can be concluded that the findings and the outcomes are overlapping the literature.

In Table 10, where the relationship between social responsibility thinking and social responsibility level is measured, it is concluded that there is no statistically significant relationship between individuals' social responsibility thinking and social responsibility levels. In other words, there is no link between individuals' awareness of responsibility and their level of responsibility. The sixth hypothesis could not be verified. A new study using individual and Social Responsibility and Social Entrepreneurship scales can be presented as a recommendation for researchers in this field, which will contribute to the literature.

Kaynakça/References

- Akdemir, A. (2014). Yeni Ekonomide ve Yeni Dünyada İşletmecilik. Kocaeli: Umuttepe Yayınları
- Başok, N. ve Değirmen, C.G. (2014). Teoriden Pratiğe Halkla İlişkiler Projeleri Ödüllü Örnek Uygulamalar. Ankara: Nobel
- Büyüköztürk, Ş., Çakmak K. E., Akgün, E. Ö., Karadeniz, Ş. ve Demirel, F. (2012). *Bilimsel Araştırma Yöntemleri*. Ankara: PEGEM Akademi.
- Bursalı, M. Y. ve Aksel, İ. (2016). Sosyal Girişimciliğin Genç Aktörleri: Üniversite Öğrenci Toplulukları Örneği. *Sosyal ve Beşeri Bilimler Araştırmaları Dergisi*, 17, 37, 85-101.
- Coşkun, R., Altunışık, R. ve Yıldırım, E. (2017). *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri (SPSS Uygulamalı)*. Sakarya: Sakarya Yayıncılık.
- Çavdar, O., Cumhuri, F., Koç, Y. ve Doymuş, K. (2018). Öğretmen Adaylarının Sosyal Girişimcilik Özelliklerinin Çeşitli Değişkenler Açısından İncelenmesi. *Anemon Muş Alparslan Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 6, 27-33.
- Dalyan, F. (2007). Sosyal Sorumluluğun Temelleri. Coşkun Can Aktan (Ed.), Kurumsal Sosyal Sorumluluk İşletmeler ve Sosyal Sorumluluk (s.32-41). İstanbul: İGİAD
- Dolgun, U. (2003) Girişimcilik. İstanbul: Alfa
- Eraslan, L. (2011), Bireysel Sosyal Sorumluluk Ölçeğinin (BSS) Geliştirilmesi: Geçerlik ve Güvenirlik Çalışması. *Aile ve Toplum Eğitim Kültür ve Araştırma Dergisi*, 7, 24, 81-91. Erişim adresi: <https://toad.halileksi.net/sites/default/files/pdf/bireysel-sosyal-sorumluluk-olcegi-toad.pdf>
- Filiz B. ve Demirhan, G. (2015). Bireysel ve Sosyal Sorumluluk Ölçeği'nin Türk Diline Uyarlanma Çalışması. *Spor Bilimleri Dergisi*, 26, 2, 51-64.
- Güler, K.B. (2008). Sosyal Girişimciliği Etkileyen Faktörlerin Analizi (Doktora Tezi, Dokuze Yünlü Üniversitesi). Erişim adresi: <http://acikerisim.deu.edu.tr:8080/xmlui/bitstream/handle/20.500.12397/12264/231350.pdf>
- Güler, K.B. (2011). Yoksullukla Mücadelede Sosyal Girişimcilik: Ashoka Üyelerinden Sosyal Yenilikçi Örnek Uygulamalar. *Dokuze Yünlü Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 13, 3, 79-111.
- Gümül, F., Çalık, A. ve Kurt, H. (2017). Meslek Yüksekokulu Öğrencilerinin Girişimcilik Eğilimlerini İncelemeye Yönelik Bir Araştırma. *Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 19, 2, 91-107.
- Gürbüz, S. ve Şahin, F. (2016). *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri (Felsefe-Yöntem-Analiz)*. Ankara: Seçkin Yayınevi.
- Karğın, M., Aktaş, H. ve Gökbnar, R. (2018). Üniversitelerde Sosyal Girişimcilik: Fırsatlar ve Öneriler. *Yönetim ve Ekonomi Dergisi*, 25, 1, 155-170.
- Kejanlioğlu, B. (2005). Medya Çalışmalarında Kamusal Alan Kavramı. Meral Özbek (Ed.), Kamusal Alan içinde (s. 689-713). İstanbul: Hil.
- Li W, Wright PM, Rukavina P, Pickering M. (2008). Measuring Students' Perceptions Of Personal And Social Responsibility And Its Relationship To Intrinsic Motivation In Urban Physical Education. *Journal of Teaching in Physical Education*, 27, 167-178.
- Marangoz, M. (2016) Girişimcilikte Güncel Konular ve Uygulamalar. İstanbul: Beta
- Sabuncuoğlu, Z. (2013). İşletmelerde Halkla İlişkiler. Bursa: Alfa Akademi
- Okay, A. (2013). Halkla İlişkiler Kavram Strateji ve Uygulamaları. İstanbul: Der Yayınları
- Öksüz, B. (2014). Halkla İlişkiler Ve Kurumsal Sosyal Sorumluluk İlişkisi: Halkla İlişkiler Öğrencilerinin Görüşlerinin Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma. *Selçuk İletişim Dergisi*, 8, 3, 55-75.
- Peltekoğlu, F. (2007) Halkla İlişkiler Nedir?. İstanbul: Beta
- Sheafor, W. B. ve Horejsi, J. C. (2016). Sosyal Hizmet Uygulaması- Temel Teknikler ve İlkeler. Ankara: Nika Yayınevi.
- Şahin, B. (2014). Bilimsel Araştırma Yöntemleri. Abdurrahman Tanrıoğen (Ed.). *Metodoloji*, içinde (s. 111-130). Ankara: Anı Yayınevi.

- Şirin, E. Y., Bilir, P. F. ve Öz, G. (2018). Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Girişimcilik Eğilimleri: Beden Eğitimi ve Spor Yüksekokulu Örneği. *Gaziantep Üniversitesi Spor Bilimleri Dergisi*, 3, 3, 35-47.
- Tabachnick, G. B. ve Fidel, S. L. (2013). *Using Multivariate Statistics*, Boston: Pearson.
- Tekin, M., Soba, M. ve İltar, B. (2018). Girişimcilikte İş Ahlakı ve Sosyal Sorumluluk Algısı: AFİKAD Örneği. *Sosyal Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 18, 36, 131-146.
- Tomanbay, İ. (1999). *Sosyal Çalışma Sözlüğü*. Ankara: Selvi Yayınevi.
- UNV. (2011). *Dünyada Gönüllüğün Durumu Raporu*. İstanbul: Beyaz Gemi Eğitim Danışmanlık Yayıncılık.
- Yıldırım, B. ve Tuncay, T. (2019). Sosyal İnovasyonun ve Sosyal Girişimciliğin Sosyal Hizmet Mesleğinin Geleceğindeki Rolü. *Hacettepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 37, 1, 169-187.
- Yılmaz, E. ve Sünbül, M. A. (2009). Üniversite Öğrencilerine Yönelik Girişimcilik Ölçeğinin Geliştirilmesi. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 21, 195-203.
- Yolcuoğlu, İ. (2019). *Sosyal Hizmet/Sosyal Çalışma Bilim ve Mesleğine Giriş*. İstanbul: Nar Yayınevi.