

Yaratıcı bir meslek grubu olarak tasarımcıların maruz kaldıkları mobbing faaliyetleri: Gaziantep halı sektöründe bir araştırma

Mobbing activities exposed by designers as a creative professional group: A research in the Gaziantep carpet industry

Mehmet Cıranoglu¹

Received Date: 01 / 01 / 2017

Accepted Date: 01 / 06 / 2017

Öz

Bu çalışmada, özgün ve özgür düşünmenin önemli olduğu bir meslek olarak halı tasarımcılarının maruz kaldıkları mobbing uygulamalarının tespit edilebilmesi ve bazı değişkenler açısından mobbing uygulamalarının algısal olarak bu meslektekileri nasıl etkilediğinin analizi amaçlanmıştır. Veriler, Gaziantep'teki halı firmalarında çalışmakta olan 96 tasarımcıdan toplanmıştır. Literatür taraması, madde havuzunun oluşturulması ve uzmanların değerlendirmelerinin ardından 23 maddelik anket elde edilmiştir. Bu anket tasarımcılara uygulanmış ve elde edilen sonuçlar SPSS programı yardımıyla analiz edilmiştir. Analizde, 4 ayrı faktör elde edilmiş ve bu faktörlerin hem ayrı ayrı hem de toplam olarak demografik faktörlerle ve işyerinin bulunduğu şehir, yönetici ve işyeri sahibi ile anlamlı bir ilişki içinde olup olmadığını anlamak için ANOVA ve T Testler yapılmıştır. Sonuç olarak geliştirilen soruların büyük çoğunluğuna "orta" düzeyde veya "katılıyorum" düzeyinde katılım olduğu görülmüş ve anket için hazırlanan soruların pratik olarak karşılıkları olduğu anlaşılmıştır. Ayrıca elde edilen ANOVA ve T Test sonuçlarına göre münferit olarak faktörlerin anlamlı ilişki içinde olduğu demografik özellikler dışında faktörlerin toplamının katılımcıların çalıştıkları şehir, yönetici, işyeri sahibi, eğitim durumu, meslekteki ve işyerindeki kıdemleri ve birimlerinde çalışan sayısı ile anlamlı ilişki içinde olduğu tespit edilmiştir.

Anahtar Sözcükler: Mobbing, Tasarımcı, Halı Sektörü

Abstract

In this study, it is aimed to evaluate the mobbing enforcements that carpet designers exposed to as professional occupation owners who have to think free and original. Also to analyze the perceptive differences for mobbing enforcements in terms of some parameters. The data was obtained from 96 designers working at the carpet factories in Gaziantep. A survey with 23-entry was gained through a research of the literature, a collection of pool of the items and the evaluation of the experts. This survey was applied to the designers and the results were analyzed by SPSS program. In this analysis, we got 4 factors and each factor was compared differently and totally by using ANOVA and T Tests whether they have a significant relationship with the demographic factors, city where the workplace is located, manager of department and business owner. As a result, it was found that the majority of the questions raised were "fair to middling" or "I agree", and it was understood that the questions prepared for the questionnaire were practically equivalent. It was also found that totally results are significantly related with "the number of the workers in the department, city where the workplace located, manager, workplace owner, education status, seniority in the workplace and at work" according to the obtained ANOVA and T tests.

Keywords: Mobbing, Designer, Carpet Sector

1. Giriş

Günümüzde insanların bir arada bulunduğu örgütlerde yoğun çalışma temposu, rekabet, iletişim engelleri, kıskançlık vb. birçok faktörün etkisiyle çalışanlar üzerinde stres yoğunlaşarak mobbing ve benzeri psikolojik baskılara dönüşebilmektedir (Gökçe, 2008, s.2). Böylesi ortam-

¹Dr., Uludağ University, Bursa/TURKEY, ciranoglu@uludag.edu.tr

larda ortaya çıkan mobbing, iş yaşamında sebep olduğu bir çok olumsuz sonuç dolayısıyla ayrı bir başlık olarak araştırılmaya başlanmıştır.

İş yaşamında psikolojik yıldırma anlamında ilk olarak 1984'te İsveç'te "İş Hayatında Güvenlik ve Sağlık" konulu bir raporun içinde H. Leymann (1996, s.167) tarafından ortaya atılmış olan mobbing, birinin ya da nadir olarak birkaç kişinin, bir veya daha fazla kişi tarafından (nadir olarak dört kişiden fazla) her gün ve birkaç ay süreyle sistematik olarak duygusal yönden zarar verici davranışlara maruz bırakılması şeklinde tanımlanmıştır. Tanıma göre, düşmanca ve etik olmayan iletişimi ifade eden mobbingin varlığından söz edebilmek için, sistematik bir şekilde, bir ya da birkaç kişi tarafından bir kişiye karşı olması ve sıklıkla (istatistikî olarak haftada bir kez) ve uzun bir dönemi (en az altı ay) kapsayacak şekilde gerçekleşmesi gerekmektedir.

Çok boyutlu ele alınması gereken bir konu olan mobbing üzerine çalışan araştırmacıların önemli bir tespiti şudur: "Psikolojik yıldırma yapanların kişiliklerini değiştiremeyiz. Psikolojik yıldırma önlemek için psikolojik yıldırma aktörlerini teşvik eden sistemi değiştirmek zordur" (McAvoy & Murtagh, 2003, s.5). Bu nedenle psikolojik yıldırma konusundaki araştırmaların önemli bir bölümü 'organizasyon yapısından kaynaklanan nedenler'e yönelmiştir. Bu çalışmada da bu kategori içinde değerlendirilebilecek olan bir meslek grubunun/departmanın örgüt içindeki algılanışı ve aynı grubun maruz kaldıklarını düşündükleri mobbing faaliyetleri üzerine bir incelemede bulunulmuştur çünkü bazı araştırmalara göre (Lewis vd., 2002, s.110; Shallcross, 2003, s.5) hızla artan bir işyeri problemi olarak mobbing, yaratıcılık gerektiren meslek gruplarıyla birlikte kadın yoğun işyerlerinde daha çok görülmektedir.

2. Literatür

2.1. Mobbing

Psikolojik yıldırma, İngilizce'de mobbing olarak kullanılmaktadır ve mob kökünden gelmektedir. Mob kelimesi Türkçe'de gürültücü kalabalık ya da karışıklık çıkarıcı anlamına; sıfat hali olan mobbish kelimesi ise, kaba anlamına gelmektedir (Elvira vd., 2003, s.2). Bir eylem biçimi olarak mobbing sözcüğü ise, psikolojik yıldırma, kuşatma, topluca saldırma, rahatsız etme veya sıkıntı verme anlamına gelmektedir (Guralnik, 1970, s.870).

Uluslararası Çalışma Örgütüne (ILO) göre ise mobbing; "birey veya grubu sabote etmek amacıyla yapılan, intikam duygusu, zalimce, kötü niyetli ve aşağılayıcı tavırlarla kendini gösteren davranış biçimi" şeklinde tanımlanmaktadır (<http://www.ilo.org/ehost>).

Mobbing ile ilgili ilk araştırmalar, Leymann ve Gustaffson (1984) tarafından yapılmıştır. Leymann, Almanya ve Danimarka'da 1985-1992 yılları arasında psikolojik tacizle ilgili birkaç çalışma yapmıştır. Leymann'dan sonra çok sayıda ülkede birçok araştırmacı tarafından mobbing üzerine psikososyal araştırmalar yapılmıştır (Groeblichhoff ve Becker, 1996, s.277).

Heinz Leymann mobbing kapsamında ortaya çıkan davranış şekillerini inceleyerek, mobbing davranışlarının genel bir profilini ortaya koymak amacıyla 45 ayrı davranış biçimi belirlemiş ve mobbing aktiviteleri tipolojisi içinde belirlenebilen davranışları, beş grup içinde değerlendirmiştir (Leymann, 1996, s.174). Bunlar;

1. Kurbanın kendini göstermesine ve doğru iletişim kurmasına dönük etkiler,
2. Kurbanın sosyal ilişkilerine saldırılar,

Cıranoglu, M. (2017). Mobbing activities exposed by designers as a creative professional group: A research in the Gaziantep carpet industry. *International Journal of Social Sciences and Education Research*, 3(2), 817-835.

3. Kurbanın itibarına saldırılar,
4. Kurbanın yaşam kalitesi ve mesleki durumuna saldırılar ve
5. Kurbanın sağlığına doğrudan saldırılar.

Yukarıda yer alan davranışlar belki bir defa uygulandığında kişiler tarafından hoş görülebilir. Fakat uzun dönem de sistematik olarak uygulanmaya başlandığı zaman mobbinge dönüşür (Davenport vd., 2003, s.47). Bizim çalışmamızda da tasarımcıların maruz kaldıkları mobbing faaliyetleri bu sınıflandırma dikkate alınarak değerlendirilmiştir.

2.2. Tasarım

“Her ürün, ister bir araba, bir tekstil ürünü, bir bina, bir elbise, bir basılı kağıt isterse de bir web sitesi olsun, tasarlanmış bir şeydir. Bireyler ya da yaratıcı ekipler prototip ürünler yaratırlar fakat son ürün, yani ‘gerçek şey’ başkaları tarafından üretilir. Tasarım sürecinin yaratıcı aşaması, ürünün üretimi başlamadan önce sona erer” (Holtzschue, 2002, s.4).

Tasarım, bir sorunun çözümü için geliştirilmiş plan ya da fikirdir (Lobach, 2001, s.14). Bir diğer tanımı ise; insanların gereksinimlerini karşılamayı hedefleyen, işlev, görünüm gibi her yönden yüksek düzeyde yenilik getirici karmaşık, yarı düzeyli bir olgudur (Sezgin, 1992, s.74).

Moda tasarımı içinde ele alınan halı tasarımı ise bir konu doğrultusunda, tüketicinin ekonomik ve sosyal yapısına uygun halıları bir dizi araştırma ve geliştirme çalışmaları ile iki ve üç boyutlu olarak yorumlama şeklinde tanımlanabilir. Model çizimleri ile iki boyutlu, dokuyarak üç boyutlu yapılan tasarım, bu alandaki yaratıcılığı geliştirmesi ve özgün modeller ortaya çıkmasına olanak vermesi bakımından önemli görülmektedir (Erdoğan, 2006, s.15).

Tasarımın oluşumunda, sahip olduğu beceri ve beraberinde öğrenimi, yaşam bilinci ve kültürü barındıran etkileşimiyle ana unsur tasarımcıdır (Gürsoy, 2010, s.204). Bir moda tasarımcısı olarak Tommy Hilfiger, iyi bir moda tasarımcısında, yaratıcılık, iş yapma becerisi, yönetim becerisi ve adanmışlık olması gerektiğini söylemektedir (Gehlar, 2006, s.13).

Moda tasarımcısı bunlarla beraber yaratıcı bir kişiliğe ve yeteneğe sahip olmalıdır (Tokuştpe, 2011, s.113). Sanatsal anlamda yaratıcılık ise her düzeyde var olan ve insan yaşamının her bölümünde kendini gösterebilen bir yeti, gündelik yaşamdan bilimsel çalışmalara dek uzanan, sanatsal alanda başarıların ortaya çıkmasına neden olan süreçler bütünü ve ayrıca bir tutum ve davranış biçimidir (San, 1993, s.71-72).

2.3. Tasarım sektöründe mobbingin araştırılmasının önemi

Christian Louboutin’e göre, bir moda tasarımcısının yaratıcılık düzeyini iyi bir tasarım algısı kadar özgünlüğü koruma hassasiyeti belirler ve tasarımcı bu düzeyi, kendisini bağımsız ve özgür hissettiği sürece sürdürebilir (Gehlar, 2006, s.25). Farklı olana karşı tepkilerin olması, belki de aykırılıkların kolay benimsenememesi, yaratıcılığı engelleyen önemli etmenlerden biridir (San, 2004, s.34).

Tasarımda tasarımcı; bilgi, deneyim ve sezgilerini, hata yapma korkusunu düşünmeden kullandığı zaman başarılı olmaktadır. Gurur, korku ve kıskançlık tasarımcının yaratıcı olmasını engellemektedir. Akılcı, cesaretli, deneyen, sürekli arayan, eleştirilmekten korkmayan, gelenek-

Cıranoglu, M. (2017). Yaratıcı bir meslek grubu olarak tasarımcıların maruz kaldıkları mobbing faaliyetleri: Gaziantep halı sektöründe bir araştırma. *International Journal of Social Sciences and Education Research*, 3(2), 817-835

leri bozmaktan, değişiklik önermekten, alışkanlıkların rahatlığını yitirmesinden hiçbir zaman korkmayan tasarımcı, yeteneğini kullanmada başarılı olmaktadır (Atalayer, 1994, s.23).

Yaratıcılığın en büyük engellerinden birisi, kişilerin çalıştıkları kurumlarda karşılaştıkları sorunlardır. Örgütlerde yaratıcılığın engeli; değişmeden kalmaya direnen bir yönetim, eski modellerin baskısı ve bunlara ek olarak üst düzeydekilerin astlarına güvensizliği ve kurulu düzene bağlılığıdır (Sungur, 1997, s.276).

ILO Raporuna göre, bazı meslek gruplarının mobbinge maruz kalma riski çok yüksektir. Sağlık çalışanları, yaratıcı meslek grupları, öğretmenler, sosyal hizmet uzmanları, ev işlerine yardım edenler ve genellikle tek başına çalışan insanlar bu grubun içinde yer almaktadır. Cinsiyete göre mesleğe bakıldığında ise, kadın öğretmenler, banka çalışanları ve satış elemanlarının mobbinge uğrama riskleri yüksektir (http://www.ilo.org/global/about-the-ilo/newsroom/news/WCMS_007970/lang--en/index.htm).

Diğer taraftan Davenport ve arkadaşlarına göre (2003, s.22), mobbing mağduru olma olasılığını arttıran özellikler, yaratıcı ve bağımsız düşünme ve yeni fikir ve yöntemleri ileri sürme yoluyla diğerlerini rahatsız etmektir. Bazı durumlarda ise, hedefin farklı bir tipte olması buna neden olabilir.

Çalışanların sektör veya departmanları değiştiğinde mobbinge maruz kalmalarında farklılıklar olmakta mıdır? Yapılan birçok araştırmanın bu soruya cevabı farklı olmaktadır dolayısıyla mobbinge uğramada sektör ve departman açısından genel bir yargı oluşturmanın yanlış olduğu söylenebilir. Bu yüzden her sektör veya departman kendi içerisinde değerlendirilmelidir.

Bu çalışmanın amacı da, daha önce yapılan araştırmalar göz önüne alınarak, Gaziantep halıcılık sektöründe çalışan tasarımcıların ne yönde ve ne tür mobbing uygulamalarına maruz kaldığını tespit etmektir. Buradan yola çıkılarak da tasarım gibi özgün ve özgür düşünce gerektiren bir meslekte mobbing algısının tasarımcıları nasıl etkilediği yorumlanacaktır.

3. Materyel ve yöntem

Metin metin metin metin metin metin metin metin metin metin metin metin metin metin Bu araştırmanın yürütülmesinde tarama modeli izlenmiştir. Tarama modelleri, geçmişte ya da halen var olan bir durumu var olduğu şekliyle betimlemeyi amaçlayan araştırma yaklaşımlarıdır. Bu tür araştırmalara konu olan birey, nesne ya da olay, kendi koşulları içinde ve olduğu gibi tanımlanmaya çalışılır (Karasar, 2003, s.77).

Araştırma; düzeyine göre “uygulama”, çevresine göre “alan”, yöntemine göre “betimsel” bir araştırmadır (Kaptan, 1998, s.45). Bu araştırmada, incelenen konu olan ‘halı tasarımcılarının maruz kaldıkları mobbing faaliyetleri’ olduğu gibi tespit edilmeye çalışılmıştır.

Veriler anket tekniği yoluyla toplanmıştır. Kullanılan anket, araştırmaya konu olan mobbing faaliyetlerine dönük soruları cevaplama konusunda katılımcıların çekinebilecekleri göz önünde tutularak, mevcut bir anket modülü kullanılarak bilgisayar ortamında hazırlanarak katılımcılara anketin bulunduğu internet adresi (<http://ps.bim.gantep.edu.tr/~egitim/>) mail yoluyla gönderilmiş ve bu adrese girerek anketi doldurmaları istenmiştir. Anketi dolduranların cevapları yararlanılan modül sayesinde gönderildiği anda sınıflandırılarak veri havuzunda toplanmıştır.

Cıranoglu, M. (2017). Mobbing activities exposed by designers as a creative professional group: A research in the Gaziantep carpet industry. *International Journal of Social Sciences and Education Research*, 3(2), 817-835.

Ankette Likert tipi beşli dereceleme ölçeği kullanılmıştır. Anket soruları; kesinlikle katılmıyorum (1), katılmıyorum (2), orta düzeyde katılıyorum (3), katılıyorum (4), ve kesinlikle katılıyorum (5) puan olarak gruplandırılıp değerlendirilmiştir. Her soru için frekans, yüzde, standart sapma ve aritmetik ortalamalar belirlenmiştir. Aritmetik ortalamalar, her sorudaki görüşün benimsenme düzeyinin göstergesi olarak kullanılmıştır. Anketteki beşli ölçeğin değer farkının ($5 - 1 = 4$) değer yargısına (5) bölünmesiyle elde edilen 0,80'lik aralıklar, benimsenme düzeyinin sınırlarını belirlemiştir. Buna göre, 1.00-1.80 arasında aritmetik ortalamaya sahip olan sorulardaki benimsenme düzeyi “Kesinlikle Katılmıyorum”, 1.81-2,60 arasındakiler “Katılmıyorum”, 2,61-3,40 arasındakiler “Orta Düzeyde Katılıyorum”, 3,41-4,20 arasındakiler “Katılıyorum”, 4,21-5,00 arasındakiler “Kesinlikle Katılıyorum” olarak yorumlanmıştır.

Ayrıca katılımcılara, şayet çalıştıkları il, yöneticileri veya işyeri sahibi farklı olsa idi aynı mobbing faaliyetlerine yine de maruz kalacaklarını düşünüp düşünmedikleri sorulmuş ve “katılıyorum” – “katılmıyorum” şeklinde cevaplamaları istenmiştir.

Araştırmaya katılanların bu sorulara verdikleri cevaplar ile cinsiyet ve pozisyon değişkenleri dikkate alınarak maruz kaldıkları mobbing faaliyetleri arasında anlamlı farklılık olup olmadığını belirlemek üzere “t” testi uygulanmış ve iki değişken arasında anlamlı bir fark olup olmadığına, $P < 0,05$ manidarlık düzeyine bakılarak karar verilmiştir.

Ayrıca eğitim düzeyi, yaş, meslekteki kıdem, firmadaki kıdem, birim çalışan sayısı ve firma çalışan sayısı açısından maruz kaldıkları mobbing faaliyetleri arasında anlamlı farklılık olup olmadığını belirlemek üzere ise “Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA)”, belirlenen farklılıkların hangi gruplar arasında olduğunu belirlemek için de “Scheffe ve LSD Testi” uygulanmıştır.

3.1. Evren ve Örneklem

Araştırmanın evrenini, Gaziantep ilindeki halı firmalarında çalışmakta olan tasarımcılar oluşturmaktadır. Bu firmalarda Gaziantep Halıcular ve Dokumacılar Odasının verilerine göre 400’ün üzerinde tasarımcı çalışmaktadır. Firmalarda çalışan tasarımcılara öncelikle firmalara tasarım programı satan bir firmadan alınan mail adresleri kullanılarak ulaşılmıştır. Bu yolla yeterli sayıda geri dönüş olmadığı için telefonla büyük ölçekli firmaların tasarım bölümleri aranarak elde edilen mail adreslerine aynı mail tekrar gönderilmiştir. Aranan firmalardan biri hariç diğerleri anketi tasarımcılara ulaştırmayı kabul etmiştir. Tüm gönderilen maillerin sonucunda toplam 47 tasarımcı anketi yarım bırakmış 96 tasarımcı ise tam olarak doldurup modüle göndermiştir. Toplanan verilere gerekli analizler yapılmış ve sonuçlara ulaşılmıştır. Araştırmaya katılanların frekans dağılımları Tablo.1’de verilmiştir. Yaş ve Firmada Kıdem sorularında son veri aralığına normal dağılımı bozacak sayıda (2 kişi) girdiği için son veri aralıkları bir önceki ile birleştirilmiştir.

3.2. Ölçme aracının oluşturulması

Bu ölçek hazırlanırken NAQ (Negative Acts Questionnaire (Einarsen&Raknes, 1997)) ile Bilgel vd. (2006) ile Işık (2007)’in kendi çalışmalarında kullandıkları mobbing davranışlarını içeren anketlerden yararlanılmıştır. İlk olarak söz konusu anketlerden yararlanılarak bir madde havuzu oluşturulmuştur. Daha sonra oluşturulan bu havuzdan, halı sektöründe uzun süre tasarımcı olarak çalışmış olan kişilere danışılarak 23 madde seçilmiş ve bu maddeler tasarımcıların maruz kalabilecekleri mobbing uygulamaları da göz önünde bulundurularak yeniden tasarlanmış/uyarlanmıştır. İlk bölümde demografik sorular, ikinci bölümde mobbing faaliyetleri, üçüncü

Cıranoglu, M. (2017). Yaratıcı bir meslek grubu olarak tasarımcıların maruz kaldıkları mobbing faaliyetleri: Gaziantep halı sektöründe bir araştırma. *International Journal of Social Sciences and Education Research*, 3(2), 817-835

bölümde ise şehir, yönetici ve işyeri sahibi farklı olsalar idi yine de aynı mobbing faaliyetlerine maruz kalacaklarını düşünüp düşünmedikleri sorulmuştur. Ölçme aracının mobbinge ilgili olan kısmı beşli Likert tipinde ölçeklendirilmiştir.

Yaygın olarak kabul edilen görüşe göre; güvenilirlik ve geçerlilik testleri için örneklem hacminin minimum %20'sinden veri toplanmalıdır (Taşkın & Akat, 2010, s.22). Bu araştırmada, ilgili sınamalar için 96 adet anket ile veri toplanmış olup bu sayı, hesaplanan örneklem büyüklüğünün %25'ine karşılık gelmektedir.

Tablo.1. Demografik Faktörlerin Frekans Dağılımları

Değişken		N	%	Değişken		N	%
Cinsiyet	Erkek	28	29,2	Eğitim	Lise	18	18,8
	Kadın	68	70,8		Önlisans	30	31,3
Firma Çalışan Sayısı	1-9 arası	2	2,1		Lisans	34	35,4
	10-49 arası	18	18,8		Lisansüstü	14	14,6
	50-249 arası	30	31,3	Yaş	15-24	6	6,3
	250 ve üzeri	46	47,9		25-34	52	54,2
Birim Çalışan Sayısı	1-5 arası	38	39,6		35 ve üzeri	38	39,5
	6-10 arası	30	31,3	Meslekte Kıdem	1-5 yıl	16	16,7
	11-15 arası	6	6,3		6-10 yıl	24	25,0
	16-20 arası	12	12,5		11-15 yıl	34	35,4
21 ve üzeri	10	10,4	16-20 yıl		14	14,6	
Firmada Kıdem	1-5 yıl	48	50,0	21 ve üzeri	8	8,3	
	6-10 yıl	30	31,3	Firma Yaşı	1-5 yıl	4	4,2
	11-15 yıl	10	10,4		6-10 yıl	24	25,0
	16 ve üzeri	8	8,3		11-15 yıl	24	25,0
Pozisyon	Çalışan	72	75,0		16-20 yıl	8	8,3
	Yönetici	24	25,0	21 ve üzeri	36	37,5	
Toplam		96	100	Toplam		96	100

3.3. Güvenirlik ve geçerlik

Anketin güvenilirliğini belirlemek üzere bir ön uygulama yapılmış ve ankete Reliability Analysis-Scale (Alpha) testi uygulanmıştır. Bu ön uygulama sonucunda güvenilirlik derecesi düşük çıkan maddeler atılarak tekrar bir uygulama yapılmış ve anketin güvenilirlik derecesi Alpha = 0,881 olarak bulunmuştur. Bu sonuç anketin güvenilir olduğunu ortaya koymuştur.

Cıranoglu, M. (2017). Mobbing activities exposed by designers as a creative professional group: A research in the Gaziantep carpet industry. *International Journal of Social Sciences and Education Research*, 3(2), 817-835.

Geliştirilen ankete uzman (bir halı tasarımcısı ve sayısal yöntemler konusunda yetkin bir öğretim üyesi) görüşleri doğrultusunda son şekli verildikten sonra anket tüm firmalarda uygulanmıştır.

Geçerlik, ölçme aracının amaca hizmet etme derecesi veya ölçülmek istenen şeyi gerçekten ölçüyor olması şeklinde ifade edilmektedir (Karasar, 2003, s.77). Verilerin faktör analizi için uygunluğu Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) katsayısı ve Bartlett Sphericity testiyle incelenmiştir. KMO katsayısının .60'dan yüksek olması ve Bartlett testinin anlamlı çıkması, verilerin faktör analizi için uygun olduğunu göstermektedir (Büyüköztürk, 2003, s.23). Bu araştırmadan elde edilen veriler için (Tablo.2) KMO katsayısı .771, Bartlett Sphericity testi ise 1102,773 ($p<0.000$) olarak anlamlı bulunmuştur. Eldeki verilerin faktör analizi için çok uygun olduğunu gösteren bu değerler elde edildikten sonra faktör analizi yapılmıştır.

Tablo 2. Faktör analizi uygunluk değerleri

KMO and Bartlett's Test		
Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		,771
	Approx. Chi-Square	1102,773
Bartlett's Test of Sphericity	df	136
	Sig.	,000

Anketten elde edilen verilere Temel Bileşenler Analizi yaklaşımıyla ve döndürme yöntemlerinden Varimax kullanılarak faktör analizi uygulanmıştır. Bu analiz sonrasında özdeğeri 1'in üzerinde olan toplam dört tane faktörün bulunduğu görülmüştür. Bu dört faktör toplam varyansın % 68.19'unu açıklamaktadır.

Cıranoglu, M. (2017). Yaratıcı bir meslek grubu olarak tasarımcıların maruz kaldıkları mobbing faaliyetleri: Gaziantep halı sektöründe bir araştırma. *International Journal of Social Sciences and Education Research*, 3(2), 817-835

Tablo 3. Faktör Analizi toplam varyans açıklama yüzde sonuçları

Faktör	Başlangıç Değeri			Toplam Açıklama Değerleri			Rotasyon Açıklama Değerleri		
	Toplam	Varyans Yüzdesi	Toplamalı Varyans Yüzdesi	Toplam	Varyans Yüzdesi	Toplamalı Varyans Yüzdesi	Toplam	Varyans Yüzdesi	Toplamalı Varyans Yüzdesi
1	7,268	42,754	42,754	7,268	42,754	42,754	3,711	21,831	21,831
2	1,807	10,627	53,382	1,807	10,627	53,382	2,812	16,540	38,371
3	1,391	8,183	61,564	1,391	8,183	61,564	2,581	15,185	53,556
4	1,127	6,629	68,193	1,127	6,629	68,193	2,488	14,637	68,193
5	,901	5,302	73,495						
6	,876	5,156	78,651						
7	,780	4,587	83,238						
8	,611	3,594	86,832						
9	,561	3,301	90,133						
10	,448	2,636	92,770						
11	,383	2,254	95,024						
12	,227	1,333	96,357						
13	,185	1,089	97,446						
14	,149	,879	98,325						
15	,114	,673	98,998						
16	,090	,527	99,525						
17	,081	,475	100,000						

Mobbing anketindeki maddelerin varimax yöntemiyle döndürülmüş faktör yük değerleri Tablo.3'te verilmektedir. Büyüköztürk (2003, s.44) ölçme aracındaki maddelerin faktör yük değerlerinin .45 ve üzeri olmasının seçim ve kullanım için iyi bir ölçüt olduğunu ifade etmektedir. Bizim çalışmamızda ölçme aracıda yer alan maddelerin faktör yükleri .454 ile .806 arasında değişmektedir.

İlgili faktörlerde yer alan maddelerin içeriğine bakılarak bu faktörlerin Leymann (1996) tarafından yapılan sınıflandırma ile örtüştüğü fark edilmiş ve faktörler bu sınıflandırma esas alınarak isimlendirilmiştir. Rotasyon açıklama değerlerine göre varyansın % 21.8'ini açıklayan ve 7 maddeden oluşan birinci faktöre giren mobbing faaliyetleri "kişinin yaşam kalitesi ve meslekî durumuna saldırı" başlığı ile; varyansın % 16.5'ini açıklayan ve 3 maddeden oluşan ikinci faktöre giren mobbing faaliyetleri "kendini göstermeyi ve iletişim oluşumunu etkilemek" başlığı ile; varyansın % 15.1'ini açıklayan ve yine 3 maddeden oluşan üçüncü faktöre giren mobbing faaliyetleri "sosyal ilişkilere saldırı" başlığı ile ve son olarak varyansın % 14.6'sını açıklayan ve 4 maddeden oluşan dördüncü faktöre giren mobbing faaliyetleri ise "kişinin itibarına ve sağlığı-

Cıranoglu, M. (2017). Mobbing activities exposed by designers as a creative professional group: A research in the Gaziantep carpet industry. *International Journal of Social Sciences and Education Research*, 3(2), 817-835.

na doğrudan saldırı” başlığı ile ifade edilmiştir. Son tahlilde bütün faktörlere tekrar Reliability Analysis-Scale (Alpha) testi uygulanmış ve faktörlerle birlikte sonuç aşağıdaki gibi çıkmıştır:

Tablo 4. Faktör bazında güvenilirlik testleri

Faktörler	Cronbach's Alpha	N of items
Faktör 1: Kişinin yaşam kalitesi ve meslekî durumuna saldırı	,864	7
Faktör 2: Kendini göstermeyi ve iletişim oluşumunu etkilemek	,722	3
Faktör 3: Sosyal ilişkilere saldırı	,820	3
Faktör 4: Kişinin itibarına ve sağlığına doğrudan saldırı	,775	4
TOPLAM	,886	17

4. Bulgular

Bu bölümde elde edilen ölçek kapsamında, öncelikle, araştırmaya katılanların toplamda ve faktör analizi sonucu yapılan sınıflandırmada ortaya çıkan “Yaşam Kalitesi ve Meslekî Duruma Saldırı”, “Kendini Gösterme ve İletişimi Etkilemek”, “Sosyal İlişkilere Saldırı” ve “İtibara ve Sağlığa Saldırı” boyutlarında maruz kaldıkları mobbing faaliyetleri genel olarak ortaya konacaktır.

Ardından maruz kalınan mobbing faaliyetlerinin hem genel hem de boyutları itibariyle; cinsiyet, pozisyon, firmanın bulunduğu şehir, yönetici, işyeri sahibi, eğitim durumu, yaş, meslekte kıdem, firmada kıdem, birim çalışan sayısı ve firma çalışan sayısı ile anlamlı bir ilişki içinde olup olmadığı tespit edilmeye çalışılacaktır. Aritmetik ortalamalar (katılım düzeyleri) ne kadar yüksek olursa maruz kalındığı iddia edilen olumsuz bir durumu ifade eden mobbing faaliyetlerinin olumsuz etkileri o kadar yüksek kabul edilecektir.

4.1. Katılanların Toplamda ve Dört Farklı Boyutta Maruz Kaldıkları Mobbing Faaliyetleri

Bu kısımda, diğer değişkenler dikkate alınmadan, katılımcıların toplamda ve “Yaşam Kalitesi ve Meslekî Duruma Saldırı”, “Kendini Gösterme ve İletişimi Etkilemek”, “Sosyal İlişkilere Saldırı” ve “İtibara ve Sağlığa Saldırı” boyutlarında maruz kaldıkları mobbing faaliyetleri değerlendirilecektir.

Tablo.5. Maruz kalınan mobbing faaliyetleri katılım düzeyleri

Faktörler	\bar{X}	SS
F1: Yaşam Kalitesi ve Meslekî Duruma Saldırı	3,45	1,06
F2: Kendini Gösterme ve İletişimi Etkilemek	3,22	1,08
F3: Sosyal İlişkilere Saldırı	2,85	1,14
F4: İtibara ve Sağlığa Saldırı	2,74	1,05
Toplam	3,46	0,92

a) Tablo 'teki bulgulara göre katılımcılar, Yaşam Kalitesi ve Meslekî Duruma Saldırı boyutunda yer alan mobbing faaliyetlerinin ‘ $\bar{X}=3,45$ ’ aritmetik ortalamasıyla “katılıyorum” düzeyin-

de gerçekleştiğini belirtmektedirler. En yüksek katılımın bu boyutta elde edilmiş olması halı tasarımcıları arasında maruz kalınan en çok mobbing faaliyetlerinin tasarımcıların yaşam kalitelerine ve meslekî durumlarına dönük mobbing faaliyetleri olduğunu göstermektedir.

b) Katılımcılar yine “orta düzeyde katılıyorum” düzeyinde ($\bar{X}=3,22$) “Kendini Gösterme ve İletişimi Etkilemek” boyutunda yer alan mobbing faaliyetlerine maruz kaldıklarını algılamışlardır. Katılım düzeyinin, düşük de olsa, ‘katılıyorum’ kategorisinde yer alan bu ikinci en yüksek boyut, katılımcıların firma içinde kendilerini gösterme ve iletişim konularında mobbinge uğradıklarını göstermektedir.

c) Birbirlerine yakın çıkan ($\bar{X}=2,85$ ve $\bar{X}=2,74$) “Sosyal İlişkilere Saldırı” ve “İtibara ve Sağlığa Saldırı” boyutlarında katılım düzeyi “katılmıyorum” olarak ortaya çıkmıştır. Bu sonuç bize tasarımcıların sosyal ilişkilerine, itibarlarına ve sağlıklarına dönük mobbing faaliyetlerine maruz kaldıklarını düşünmediklerini göstermektedir.

d) Son olarak Tablo.5’te boyutlara ayırmadan toplam olarak katılımcıların vermiş oldukları cevapların sonucunun ise, “katılıyorum” düzeyinde ($\bar{X}=3,46$) olarak ortaya çıktığı görülmektedir. Buna göre genel olarak katılımcılar mobbinge maruz kaldıklarını algılamaktadırlar.

4.2. Katılanların cinsiyetlerine göre maruz kaldıkları mobbing faaliyetleri

Araştırmaya katılanların maruz kaldıkları mobbing faaliyetlerinden cinsiyet bağımsız değişkeniyle anlamlı ilişki içinde olanlar Tablo.6’da gösterilmiştir:

Tablo 6. Katılımcıların maruz kaldıkları mobbing faaliyetlerinin cinsiyete göre t testi sonuçları

Faktörler	Erkek (N=28, %29,2)		Kadın (N=68, %70,8)		t	P	SD
	\bar{X}	SS	\bar{X}	SS			
F1	3,09	1,25	3,60	0,94	7,423	0,032*	94
F2	3,14	1,05	3,25	1,10	1,715	0,648	94
F3	2,38	1,06	3,04	1,12	1,195	0,009*	94
F4	2,55	1,05	2,82	1,05	0,057	0,257	94
Toplam	3,14	0,99	3,60	0,87	0,112	0,027*	94

Tablo.6’ya göre maruz kalınan mobbing faaliyetleri boyutlarından “Yaşam Kalitesi ve Meslekî Duruma Saldırı” ve “Sosyal İlişkilere Saldırı” boyutları ile toplam algılanan mobbing faaliyetlerinde kadın ve erkek katılımcıların yanıtları arasında 0,05 manidarlık düzeyinde anlamlı bir farklılık bulunmaktadır.

Bu farklılığın hem iki boyutta hem de toplamda kadın katılımcıların maruz kaldıkları mobbing faaliyetleri konularında erkeklere oranla daha yüksek mobbing algılamalarından kaynaklandığı görülmektedir. Kadınların mobbinge maruz kalma yönündeki algılarının daha yüksek olduğu literatürde başka çalışmalar tarafından da ortaya çıkarılmıştır (Lewis vd., 2002, s.110; Shallcross, 2003, s.5).

4.3. Katılanların pozisyonlarına göre maruz kaldıkları mobbing faaliyetleri

Araştırmaya katılanların maruz kaldıkları mobbing faaliyetlerinden pozisyonlarıyla anlamlı ilişki içinde olanlar tablo ‘da gösterilmiştir:

Cıranoglu, M. (2017). Mobbing activities exposed by designers as a creative professional group: A research in the Gaziantep carpet industry. *International Journal of Social Sciences and Education Research*, 3(2), 817-835.

Tablo 7. Katılımcıların maruz kaldıkları mobbing faaliyetlerinin pozisyona göre t testi sonuçları

Faktörler	Çalışan (N=72, %75)		Yönetici (N=24, %25)		t	P	SD
	\bar{X}	SS	\bar{X}	SS			
F1	3,65	1,04	2,83	0,85	1,151	0,001*	94
F2	3,32	1,13	2,91	0,88	4,955	0,111	94
F3	2,92	1,18	2,63	1,01	2,306	0,290	94
F4	2,91	1,03	2,22	0,95	0,174	0,005*	94
Toplam	3,61	0,92	3,01	0,78	1,738	0,006*	94

Tablo.7'ye göre maruz kalınan mobbing faaliyetleri boyutlarından “Yaşam Kalitesi ve Meslekî Duruma Saldırı” ve “İtibara ve Sağlığa Saldırı” boyutları ile toplam algılanan mobbing faaliyetlerinde yönetici ve çalışanların yanıtları arasında 0,05 manidarlık düzeyinde anlamlı bir farklılık bulunmaktadır.

Bu farklılığın hem iki boyutta hem de toplamda çalışan pozisyonundaki katılımcıların maruz kaldıkları mobbing faaliyetleri konularında yöneticilere oranla daha yüksek mobbing algılamalarından kaynaklandığı görülmektedir. Literatürde en çok kullanılan mobbing sınıflandırmalarından biri olan ve mobbingin yönünü esas alarak yapılan sınıflandırmaya göre en çok gerçekleşen mobbing faaliyetleri dikey uygulanan mobbing faaliyetleridir (Fettahlıoğlu, 2008, s.47). Dolayısıyla karşımıza çıkan bulgu bu durum tarafından da desteklenmektedir.

4.4. Katılanların firmanın bulunduğu şehir değişkenine göre maruz kaldıkları mobbing faaliyetleri

Araştırmaya katılanlara, çalıştıkları firma İstanbul, Ankara, İzmir gibi bir büyükşehirde olsa idi yine de maruz kaldıkları mobbing faaliyetlerine maruz kalıp kalmayacakları konusunda katılıyorum-katılmıyorum şeklinde iki uçlu soru yöneltilmiştir. Bu soruya katılanlarla katılmayanlar arasında “Kendini Gösterme ve İletişimi Etkilemek” boyutunda ve toplam maruz kalınan mobbing faaliyetleri üzerinde 0,05 manidarlık düzeyinde anlamlı farklılıklar bulunmaktadır (Tablo 8).

Tablo 8. “İstanbul, Ankara, İzmir gibi büyük illerde bir firmada çalışıyor olsam bunlarla karşı karşıya kalacağımı düşünmüyorum” ifadesine göre T Testi sonuçları

Faktörler	Katılmıyorum (N=48, %50)		Katılıyorum (N=48, %50)		t	P	SD
	\bar{X}	SS	\bar{X}	SS			
F1	3,25	1,25	3,65	0,79	22,526	0,062	94
F2	2,93	1,03	3,51	1,06	0,213	0,008*	94
F3	2,65	1,26	3,05	0,98	5,691	0,085	94
F4	2,57	1,22	2,91	0,83	13,535	0,111	94
Toplam	3,26	1,06	3,67	0,71	8,650	0,029*	94

4.5. Katılanların yönetici ve işyeri sahibi değişkenlerine göre maruz kaldıkları mobbing faaliyetleri

Katılımcılara yöneticileri veya çalıştıkları işyerinin sahipleri farklı kişiler olsalar idi yine de aynı mobbing faaliyetlerine maruz kalacaklarını düşünürler miydi sorusu yine katılıyorum-katılmıyorum şeklinde iki uçlu olarak sorulmuştur. Her iki değişken için de hem tüm boyutlar hem de toplam olarak maruz kalınan mobbing faaliyetlerine maruz kalınacağı konusunda 0,05 manidarlık düzeyinde –genellikle yüksek düzeyde- anlamlı farklılıklar ortaya çıkmıştır (Tablo.9 ve Tablo.10).

Tablo 9. “Yöneticim farklı bir kişi olsa bunlarla karşı karşıya kalacağımı düşünmüyorum” ifadesine göre T Testi sonuçları

Faktörler	Katılmıyorum (N=48, %50)		Katılıyorum (N=48, %50)		t	P	SD
	\bar{X}	SS	\bar{X}	SS			
F1	3,00	1,14	3,90	0,74	13,193	0,000*	94
F2	2,68	0,96	3,76	0,92	0,383	0,000*	94
F3	2,45	1,20	3,25	0,93	1,629	0,001*	94
F4	2,32	1,13	3,16	0,77	9,327	0,000*	94
Toplam	3,01	0,99	3,92	0,57	8,815	0,000*	94

Ortaya çıkan anlamlı farkın her iki değişken (yönetici ve patron) için de farklı kişi olmaları durumunda mobbing faaliyetlerine maruz kalınmayacağı yönünde ‘katılıyorum’ ifadesine verilen yanıtların ortalamasının ‘katılmıyorum’ ifadesine verilen yanıtların ortalamasından fazla çıkmasından kaynaklandığı anlaşılmaktadır. Mobbingin daha çok yukarıdan aşağıya dikey şekilde uygulanan sistematik bir psikolojik yıldırma durumu olduğu (Fettahlıoğlu, 2008, s.47) düşünüldüğünde bu yüksek düzeydeki anlamlı ilişki daha rahat anlaşılabilir.

Tablo 10. “İşyerimizin sahibi farklı bir kişi olsa bunlarla karşı karşıya kalacağımı düşünmüyorum” ifadesine göre T Testi sonuçları

Faktörler	Katılmıyorum (N=60, %62,5)		Katılıyorum (N=36, %37,5)		t	P	SD
	\bar{X}	SS	\bar{X}	SS			
F1	3,28	1,11	3,73	0,91	1,318	0,047*	94
F2	2,97	1,04	3,62	1,03	0,016	0,004*	94
F3	2,52	1,08	3,40	1,03	0,057	0,000*	94
F4	2,68	1,18	2,84	0,81	8,288	0,464*	94
Toplam	3,28	0,99	3,77	0,70	5,908	0,011*	94

Cıranoglu, M. (2017). Mobbing activities exposed by designers as a creative professional group: A research in the Gaziantep carpet industry. *International Journal of Social Sciences and Education Research*, 3(2), 817-835.

4.6. Katılanların eğitim durumlarına göre maruz kaldıkları mobbing faaliyetleri

Katılımcıların maruz kaldıkları mobbing faaliyetlerinde, varyans analizi sonuçları ışığında, “Yaşam Kalitesi ve Meslekî Duruma Saldırı” ve “Kendini Gösterme ve İletişimi Etkilemek” boyutları ile toplam mobbing algısı açısından eğitim durumlarına göre 0.05 manidarlık düzeyinde anlamlı farklılıklar olduğu görülmektedir.

Tablo 11. Katılımcıların maruz kaldıkları mobbing faaliyetlerinin eğitim durumuna göre ANOVA sonuçları

Faktörler	Lise (a) (N=18)		Önlisans (b) (N=30)		Lisans (c) (N=34)		Lisansüstü (d) (N=14)		Varyans		Fark Olan Gruplar (Scheffe/LSD)
	\bar{X}	SS	\bar{X}	SS	\bar{X}	SS	\bar{X}	SS	F	P	
1	3,41	1,04	4,02	0,61	3,17	0,89	2,93	1,64	5,486	0,002*	b-c, b-d
2	3,77	0,90	3,28	1,14	3,21	0,78	2,38	1,35	4,977	0,003*	a-d
3	3,22	0,97	3,04	1,01	2,74	1,19	2,23	1,30	2,461	0,068	---
4	3,30	0,81	2,68	0,61	2,61	1,15	2,46	1,57	2,313	0,081	---
T	3,77	0,79	3,75	0,54	3,30	0,79	2,87	1,55	4,266	0,007*	b-d

Bu farklılıkları incelediğimizde, Scheffe/LSD analizlerine göre “Yaşam Kalitesi ve Meslekî Duruma Saldırı” boyutunda anlamlı farkın önlisans mezunları ile lisans ve lisansüstü mezunlar arasında oluşan farktan kaynaklandığı, “Kendini Gösterme ve İletişimi Etkilemek” boyutunda anlamlı farkın lise mezunları ile lisansüstü mezunlar arasındaki farktan kaynaklandığı, toplamda ise önlisans ve lisansüstü mezunlarının algılarındaki farktan kaynaklandığı görülmektedir.

4.7. Katılanların meslekteki kıdemlerine göre maruz kaldıkları mobbing faaliyetleri

Varyans analizi sonuçları ışığında, “Yaşam Kalitesi ve Meslekî Duruma Saldırı” boyutu ile toplam mobbing faaliyetleri arasında, katılımcıların meslekteki kıdemlerine göre 0.05 manidarlık düzeyinde anlamlı farklılıklar olduğu görülmektedir.

Tablo 13. Katılımcıların maruz kaldıkları mobbing faaliyetlerinin meslekteki kıdeme göre ANOVA sonuçları

Faktörler	1-5 (a) (N=16)		6-10 (b) (N=24)		11-15 (c) (N=34)		16-20 (d) (N=14)		≥21 (e) (N=8)		Varyans		Fark Olan Gruplar (Scheffe/LS)
	\bar{X}	SS	\bar{X}	SS	\bar{X}	SS	\bar{X}	SS	\bar{X}	SS	F	P	
1	3,39	0,96	3,59	0,99	3,42	1,10	3,91	0,92	2,42	0,98	2,865	0,028*	d-e
2	3,33	0,97	2,83	1,08	3,27	1,16	3,71	0,53	3,08	1,43	1,629	0,174	---
3	2,66	1,10	3,19	1,11	2,74	1,19	3,04	1,08	2,33	1,12	1,242	0,299	---
4	2,75	1,27	2,89	0,94	2,57	0,90	3,28	1,09	2,06	1,13	2,208	0,074	---
T	3,39	0,80	3,61	0,79	3,38	0,96	3,94	0,85	2,70	1,09	2,696	0,036*	b-e, d-e

Cıranoglu, M. (2017). Yaratıcı bir meslek grubu olarak tasarımcıların maruz kaldıkları mobbing faaliyetleri: Gaziantep halı sektöründe bir araştırma. *International Journal of Social Sciences and Education Research*, 3(2), 817-835

Bu farklılıkları incelediğimizde, Scheffe/LSD analizlerine göre “Yaşam Kalitesi ve Meslekî Duruma Saldırı” boyutunda anlamlı farkın 16-20 yıl arası meslekî kıdeme sahip olanlarla 20 yıldan fazla meslekî kıdeme sahip olanlar arasındaki farktan kaynaklandığı görülmektedir. Maruz kalınan toplam mobbing faaliyetlerinde ise 20 yıldan fazla meslekî kıdeme sahip olanlarla 6-10 ve 16-20 yıl arası meslekî kıdeme sahip olanlar arasındaki farktan ortaya çıktığı anlaşılmaktadır.

4.8. Katılanların firmadaki kıdemlerine göre maruz kaldıkları mobbing faaliyetleri

Katılımcıların çalıştıkları firmadaki kıdemleri ile maruz kaldıkları mobbing faaliyetlerinin tüm boyutları arasında 0.05 manidarlık düzeyinde anlamlı ilişki olduğu görülmektedir.

Tablo 14. Katılımcıların maruz kaldıkları mobbing faaliyetlerinin firmadaki kıdeme göre ANOVA sonuçları

Faktörler	1-5 (a) (N=48)		6-10 (b) (N=30)		11-15 (c) (N=10)		16-20 (d) (N=2)		≥21 (e) (N=6)		Varyans		Fark Olan Gruplar (Scheffe/LSD)
	\bar{X}	SS	\bar{X}	SS	\bar{X}	SS	\bar{X}	SS	\bar{X}	SS	F	P	
1	3,65	0,95	3,63	0,92	3,08	1,00	1,00	0,00	2,33	1,15	6,522	0,000*	a-d, a-e, b-d
2	3,34	1,01	3,33	1,03	2,93	0,81	1,00	0,00	2,88	1,64	2,866	0,028*	a-d, b-d, c-d
3	3,04	1,18	2,93	0,99	2,26	1,05	1,00	0,00	2,55	1,24	2,595	0,042*	a-d, b-d
4	2,79	1,00	3,00	1,07	2,30	0,90	1,00	0,00	2,41	1,10	2,577	0,043*	a-d, b-d
T	3,63	0,76	3,61	0,92	3,15	0,60	1,11	0,00	2,72	1,29	6,11	0,000*	a-d, b-d

Scheffe/LSD analizlerine baktığımızda, “Yaşam Kalitesi ve Meslekî Duruma Saldırı” boyutundaki 1-5 yıl arası kıdeme sahip olanlarla 20 yıldan fazla kıdeme sahip olanlar arasındaki anlamlı fark haricinde tüm boyutlardaki anlamlı farklılıkların 16-20 yıl arası kıdeme sahip olanlarla diğer kıdemliler arasındaki farklardan kaynaklandığı anlaşılmaktadır. Anlamlı farklılığa sahip olan kıdem süreleri bu başlık altında detaylı verilmemiştir. Sebebi sonuç kısmında ele alınacaktır.

4.9. Katılanların birimlerinde çalışanların sayısına göre maruz kaldıkları mobbing faaliyetleri

Katılımcıların maruz kaldıkları mobbing faaliyetlerinde, varyans analizi sonuçları dikkate alındığında, “Yaşam Kalitesi ve Meslekî Duruma Saldırı”, “Kendini Gösterme ve İletişimi Etkilemek” ve “İtibara ve Sağlığa Saldırı” boyutları ile toplam mobbing algısı kapsamında birim çalışan sayılarına göre 0.05 manidarlık düzeyinde anlamlı farklılıklar olduğu görülmektedir.

Cıranoglu, M. (2017). Mobbing activities exposed by designers as a creative professional group: A research in the Gaziantep carpet industry. *International Journal of Social Sciences and Education Research*, 3(2), 817-835.

Tablo 15. Katılımcıların maruz kaldıkları mobbing faaliyetlerinin tasarım biriminde çalışan sayısına göre ANOVA sonuçları

Faktörler	1-5 (a) (N=38)		6-10 (b) (N=30)		11-15 (c) (N=6)		16-20 (d) (N=12)		≥21 (e) (N=10)		Varians		Fark Olan Gruplar (Scheffe/LSD)
	\bar{X}	SS	\bar{X}	SS	\bar{X}	SS	\bar{X}	SS	\bar{X}	SS	F	P	
1	3,65	0,96	3,63	0,84	3,76	0,63	3,07	1,45	2,40	1,11	3,983	0,005*	a-e, b-e
2	3,63	0,91	3,26	0,96	2,33	0,59	2,55	1,51	2,86	1,00	4,302	0,003*	a-d
3	2,96	1,20	2,68	0,86	3,11	0,95	3,11	1,57	2,46	1,20	0,751	0,560	---
4	3,09	0,89	2,60	0,79	2,00	0,59	2,91	1,54	2,10	1,38	3,199	0,017*	a-c, a-e
T	3,72	0,78	3,49	0,69	3,33	0,44	3,24	1,48	2,76	1,11	2,528	0,046*	a-e, b-e

Bu farklılıkları incelediğimizde, Scheffe/LSD analizlerine göre “Yaşam Kalitesi ve Meslekî Duruma Saldırı” boyutunda anlamlı farkın 20’den fazla çalışanı olan tasarım birimlerinde çalışanlarla 1-5 ve 6-10 arası çalışanı olan tasarım birimlerinde çalışanların maruz kaldıkları mobbing faaliyetleri arasındaki anlamlı farktan kaynaklandığı anlaşılmaktadır. “Kendini Gösterme ve İletişimi Etkilemek” boyutunda ise anlamlı farkın 1-5 arası çalışanı olan tasarım birimleri ile 16-20 arası çalışanı olan tasarım birimlerinde çalışanlar arasındaki farktan ortaya çıktığı görülmektedir. “İtibara ve Sağlığa Saldırı” boyutunda anlamlı farklılığın 1-5 arası çalışanı olan tasarım birimleri ile 11-15 ve 20’den fazla çalışanı olan tasarım birimlerinde çalışanların mobbing algılarından kaynaklandığı anlaşılmaktadır. Son olarak maruz kalınan toplam mobbing faaliyetlerindeki anlamlı farklılığın ise 20’den fazla çalışanı olan tasarım birimlerinde çalışanlarla 1-5 ve 6-10 arası çalışanı olan tasarım birimlerinde çalışanlardan ortaya çıktığı görülmektedir.

5. Sonuç

Bu bölümde, bulgulardan yararlanılarak elde edilen sonuçlar ve değerlendirmeler yer almaktadır. Bulgulara göre halı sektöründe çalışan tasarımcıların toplamda $\bar{X}=3,46$ ile mobbing faaliyetlerine maruz kaldıkları ortaya çıkmaktadır.

Mobbing faaliyetlerini sınıflandırdığımız boyutlar ele alındığında ise toplam varyansın çoğunu (%38) açıklayan iki boyutta mobbinge maruz kaldıklarını “katılıyorum düzeyinde belirttikleri; diğer iki boyutta ise mobbinge maruz kaldıklarını “katılıyorum” düzeyinde belirtmedikleri anlaşılmaktadır.

Mobbinge maruz kalınan iki boyutun; *kişinin yaşam kalitesi ve meslekî durumuna yapılan saldırılar* ile *kendisini göstermeyi ve iletişimini olumsuz etkileyen davranışlar* olduğu görülmektedir.

Kişinin *sosyal ilişkilerine, itibarına ve sağlığına ise doğrudan saldırı* olduğu “katılıyorum” düzeyinde bir kabul görmemiştir. Buradan tasarımcıların daha çok mesleklerinin doğası gereği önemsedikleri yaşam biçimi, iletişim ve kendini gösterme konularında mobbinge maruz kaldıkları sonucu ortaya çıkmaktadır.

T testlerinden elde edilen bulgularda ilk göze çarpan tasarımcıların yöneticileri ve çalıştıkları işyerlerinin sahipleri ile ilgili sorulan iki uçlu (katılıyorum-katılmıyorum) sorulara verdikleri

cevapların, maruz kalınan mobbing faaliyetleriyle hem toplamda hem de tüm boyutlarıyla 0.05 manidarlık düzeyinde yüksek bir ilişki içinde olmasıdır. Mobbingin daha çok yukarıdan aşağıya hiyerarşik düzen içinde gerçekleşen bir işyeri problemi olduğu göz önüne alındığında, yönetici ya da patronun farklı bir kişi olması durumunda maruz kalınan mobbing faaliyetlerinin –en azından mevcut düzeyde- gerçekleşmeyeceğinin düşünülmesi aslında beklenen bir sonuçtur.

“İstanbul, Ankara, İzmir gibi büyük illerde bir firmada çalışıyor olsam bunlarla karşı karşıya kalacağımı düşünmüyorum” ifadesine verilen yanıtlarda da “katılmıyorum” yanıtına katılımın anlamlı düzeyde fazla olması da önemli bir sonuçtur. Genellikle aile işletmelerinin bulunduğu ve kurumsallaşmanın itibarı olarak daha zayıf olduğu Gaziantep ilinde yapılan bu araştırmada elde edilen bu sonuçtan işletmelerin kurumsallaşması ve işletme içi ilişkilerin profesyonelleşmesine dönük bir öneri çıkarılabilir.

T testlerinde demografik faktörlerden cinsiyet ve pozisyon için maruz kalınan mobbing faaliyetlerinin anlamlı farklılık gösterip göstermediklerine bakılmış ve her iki özellik için de anlamlı farklılıklar olduğu görülmüştür. Cinsiyet kriterinde kadınların, pozisyon kriterinde ise çalışanların daha çok mobbinge maruz kaldıkları konusunda “katılım oranları” ortaya çıkmıştır. Her iki durum da daha önce literatür kısmında bahsedilen bilgilerle örtüşmektedir Lewis vd., 2002:110; Shallcross, 2003:5; Fettahlıoğlu, 2008:47).

ANOVA testlerinin sonuçlarında ise “firmada çalışan sayısı” ve “yaş” hariç tüm kriterlerde hem toplam hem de farklı boyutları ile maruz kalınan mobbing faaliyetleri konusunda 0.05 manidarlık düzeyinde anlamlı farklılıklar ortaya çıkmıştır.

ANOVA testlerinde 0.05 manidarlık düzeyinde farklılıkların çıktığı önemli bir kriter “eğitim” kriteri olmuştur. Hem “kişinin yaşam kalitesi ve meslekî durumuna saldırı” boyutunda hem “kendini göstermeyi ve iletişim oluşumunu etkilemek” boyutunda hem de toplamda bakıldığında katılımcılardaki eğitim seviyesi azaldıkça mobbinge maruz kalma oranları artmaktadır. Bu anlamlı farklılığın, meslekî özgüven, iletişim gibi konularda daha az eğitilmiş ve hepsi çalışan pozisyonunda olanların, daha yüksek eğitilmiş ve çoğu yönetici pozisyonunda olanlardan daha çok mobbinge maruz kaldıklarını düşünmelerinden kaynaklandığı söylenebilir.

Firmadaki kıdem kriteri diğer verilerle birlikte değerlendirildiğinde, firmada 16 yıldan fazla kıdeme sahip olan tasarımcıların çoğunun aynı zamanda yönetici ve mesleki kıdem açısından da 20 yıldan fazla tecrübeye sahip oldukları göz önünde bulundurulduğunda, bu 8 tasarımcının mobbinge maruz kaldıklarına dair katılım oranlarının diğer gruplara oranla çok daha düşük olması anlaşılır görünmektedir. Çünkü hem meslekî olarak kıdemli hem de yönetici pozisyonda çalışanlar genel olarak mobbing açısından kurban olmamaktadırlar (Işık, 2007, s.39-40).

Meslekî kıdemleri dikkate alındığında ise katılımcılardan 20 yıldan fazla kıdeme sahip olanlarla daha az kıdeme sahip olanlar arasında hem toplam olarak hem de “kişinin yaşam kalitesi ve meslekî durumuna saldırı” boyutunda 0.05 manidarlık düzeyinde bir farklılık göze çarpmaktadır. Bu farkın her biri aynı zamanda yönetici olan 20 yıldan fazla kıdeme sahip olan katılımcıların mobbinge maruz kaldıkları yönünde verdikleri yanıtların ortalamalarının düşük olmasından kaynaklandığı görülmektedir. Yani hem meslekî olarak oldukça kıdemli olan hem de yönetici pozisyonunda olan kişilerin mobbinge maruz kaldıklarını çok düşünmemeleri literatürün de desteklediği bir gerçek olarak bu durumu açıklamaktadır.

Cıranoglu, M. (2017). Mobbing activities exposed by designers as a creative professional group: A research in the Gaziantep carpet industry. *International Journal of Social Sciences and Education Research*, 3(2), 817-835.

Son olarak bir diğer anlamlı ilişkinin de firmalardaki tasarım birimlerinde çalışanların sayısı dikkate alındığında ortaya çıktığı görülmektedir. Öyle ki, “sosyal ilişkilere saldırı” boyutu hariç tüm boyutlarda ve toplamda 1-5 arası çalışan sayısı olan birimlerde çalışan tasarımcıların maruz kaldıkları mobbing faaliyetlerinin ortalamalarının daha çok çalışanı olan birimlerde çalışan tasarımcıların maruz kaldıkları mobbing faaliyetlerinin ortalamalarından önemli ölçüde yüksek düzeyde olmasından kaynaklandığı anlaşılmaktadır. Buradan çıkan sonuç; çalışan sayısı az olan birimlerde çalışanlar ‘sosyal ilişkilerin’ dışında birbirleriyle daha fazla uğraşmaktadırlar. Başka bir ifadeyle, sosyal olarak birbirlerine ihtiyaç duymakta fakat meslekî olarak sert rekabet edebilmektedirler.

Sonuç olarak, Uluslararası Çalışma Örgütü’nün raporuna göre, mobbing, orta ve uzun vadede kişilerarası ilişkilere, işletmeye ve tüm iş ortamına zarar verir. İşverenler, mobbing nedeniyle oluşan iş kaybının direkt ve dolaylı maliyetlerine (verimlilik ve üretkenlikte düşüş, ürün kalitesinde azalma, işletme imajında kayıp, müşteri sayısındaki gerileme vs.) katlanmak zorunda kalırlar (<http://www.ilo.org>). Bu yüzden mobbing olup olmadığı, var ise ne tür önlemler alınması gerektiği iş yerleri için önem taşımaktadır. Çalışmamızda ortaya çıkan sonuçlara göre ise halı firmalarında çalışan tasarımcılar mobbinge maruz kalmaktalar ve bu durum onların özgür ve özgün düşünme yeteneklerini etkileyebilecek olduğu için firma sahipleri/yöneticileri tarafından önlemler alınması gerekmektedir.

Kaynakça

- Atalayer, F. (1993). *Görsel Sanatlarda Estetik İletişim*. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları, No: 770, Güzel Sanatlar Fakültesi Yayınları, No: 6
- Bilgel, N.; Aytaç, S.; Bayram, N. (2006). Bullying in Turkish white-collar workers. *Occupational Medicine*, 56 (4), 226–231.
- Devanport, N.; Schwartz, R.D.; Elliott, D.P. (2003). *Psikolojik Siddet İşyerinde Duygusal Taciz*. Sistem Yayıncılık, Çev: Osman Cem Onertoy, 1. Baskı, İstanbul.
- Einarsen, S. & Raknes, B.I. (1997). Harrasment in the workplace and the victimization of men. *Violence and Victims*. *Violence and Victims*, 12 (3), 247-263.
- Elvira, K.; Filakovic, P.; Muzinic, L.; Matek M., Vondracek, S. (2003). Mobbing. *Rad Sigur*, 7, 1-20.
- Erdoğan, N. (2006). *Moda Tasarımı Programlarında Tasarımcıya Kazandırılan Yeterliliklerin Hazır Giyim Sektörünün Beklentilerini Karşılama Düzeyinin İncelenmesi*. Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, Ankara.
- Fettahlioğlu, Ö. O. (2008). *Örgütlerde Psikolojik Şiddet (Mobbing): Üniversitelerde Bir Uygulama*. Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Doktora Tezi, İzmir.
- Gehlar, M. (2006). *Moda Tasarımcısının İş Kurma Rehberi*, Güncel Yayıncılık, İstanbul
- Gökçe, A.T. *Mobbing: İş Yerinde Yıldırma Eğitim Örneği* (1.Baskı). Ankara: Pegem Yayınevi.
- Groeblinghoff, D. & Becker, M. (1996). A Case Study of Mobbing And The Clinical Treatment of Mobbing Victims. *European Journal of Work And Organizational Psychology*, 5(2), 277-294.
- Guralnik, D.B. (1970). *Webster’s New World Dictionary*. New York, The World Publishing Company
- Gürsoy, A.T. (2010). *Giyim Kültürü ve Moda*. Türkiye Tekstil Sanayi İşverenleri Sendikası, İstanbul
- Holtzschue, L. (2002). *Rengi Anlamak*, Duvar Yayınları, İzmir
- ILO (International Labor Office) (1998). Violence on the Job- A Global Problem. *ILO Report*. http://www.ilo.org/global/about-the-ilo/newsroom/news/WCMS_007970/lang--en/index.htm

Cıranoglu, M. (2017). Yaratıcı bir meslek grubu olarak tasarımcıların maruz kaldıkları mobbing faaliyetleri: Gaziantep halı sektöründe bir araştırma. *International Journal of Social Sciences and Education Research*, 3(2), 817-835

- ILO (International Labour Organization), (1998). *World of Work: When Working Becomes Hazardous*, No.26. <http://www.ilo.org/ehost>
- Işık, E. (2007). *İşletmelerde Mobbing Uygulamaları İle İş Stresi İlişkisine Yönelik Bir Araştırma*. Yıldız Teknik Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul.
- Jacqueline L.; Diane, C.; Kay, H. W. (2002). Addressing Issues of Workplace Harassment: Counselling the Targets. *Journal of Employment Counseling*, 39 (3), 109-116.
- Leymann, H. (1996). The Content and Development of Mobbing at Work. *European Journal of Work and Organizational Psychology*. Vol. 5 (2), 167-184.
- Linda, S. (2003). The Workplace Mobbing Syndrome, Response and Prevention in the Public Sector. *Workplace Mobbing Conference*. Brisbane.
- Lobach, B. (2001). *Design Industrial*. Portekiz.
- McAvoy, B.R. & Murtagh, J. (2003). Workplace bullying: The silent epidemic. *British Medical Journal*, 326, 776-777. Doi: 10.1136/bmj.326.7393.776
- San, İ. (1993). "Yaratıcılık Tanımı ve Sanatsal Yaratmaya Örnekler" *Yaratıcılık ve Eğitim* (yay. Haz. A. Ataman). TED Eğitim Dizisi. no:17, Ankara: TED yay.
- San, İ. (2004). *Sanat ve Eğitim: Yaratıcılık, Temel Sanat Kuramları, Sanat Eleştirisi Yaklaşımları*. (Genişletilmiş 3. Baskı). Ankara: Ütopya Yayınevi.
- Seçim, E. (2013). *Sosyo Ekonomik Ve Kültürel Yaşantıların Moda Tasarımı Öğrencilerinin Koleksiyonlarına Ve Tasarım Değerlerine Yansımaları*. Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, Ankara.
- Sezgin, Ş. & Önlü, N. (1992). Tekstilde Tasarım Olgusu. *Tekstil ve Mühendis Dergisi*, 6 (32), 74-83.
- Stale, E. (1999). The Nature and Causes of Bullying at Work. *International Journal of Manpower*, 20 (1/2), 16-27.
- Stale, E.; Bjorn, I.R.; Stig, B.M. (1994). Bullying and Harrasment at Work and Their Relationships to Work Environment Quality: An Exploratory Study. *Europen Journal of Work and Organizational Psychologist*, 4 (4), 381-401.
- Sungur, N. (1997). *Yaratıcı Düşünce* (2. Baskı), İstanbul: Evrim Yayınevi.
- Tınaz, P. (2006). *İşyerinde Psikolojik Taciz (Mobbing)*, 1.B., İstanbul: Beta Basım Yayım Dağıtım A.Ş.
- Tokuştepe, M. (2011). *Popüler Kültür Öğelerinin Yansıtıldığı Televizyon Dizilerinin Lisans Düzeyinde Moda Tasarımı Eğitimi Alan Öğrencilerin Yaratıcılığına Etkisi*. Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, Ankara.

Extended abstract in English

The most important point is to understand the reasons of mobbing which are caused by organizational structure and climate. Because mobbing is an emotional abuse in the workplace. "Ganging up" by co-workers, subordinates or superiors, to force someone out of the workplace through rumor, innuendo, intimidation, humiliation, discrediting, and isolation. Malicious, non-sexual, non-racial, general harassment. And mobbing is typically found in work environments that have poorly organized production or working methods and incapable or inattentive management. So, in this study, it is aimed to evaluate the mobbing enforcements that carpet designers exposed to as professional occupation owners who have to think free and original. Also to analyze the significant correlations between mobbing enforcements and some parameters like the workplace located, manager, workplace owner, education status, age, seniority in the workplace etc.

To recognize these correlations, we improved a scale and applied this scale to 96 of total 400 designers. A survey with 23-entry was gained through a research of the literature, a collection of pool of the items and the evaluation of the experts. And by this survey a data collected from 96 designers working at the carpet factories in Gaziantep and results were analyzed by SPSS program. The scale explains 68% of the total variance. In this analysis, we got 4 factors and each factor was compared differently and totally by using ANOVA and T Tests whether they have a significant correlation with the demographic factors, city where the workplace is located, manager of department and business owner.

As a result, it was found that the majority of the questions raised were "fair to middling" or "I agree", and it was understood that the questions prepared for the questionnaire were practically equivalent. It was also found that totally results are significantly correlated with "the number of the workers in the department, city where the workplace located, manager, workplace owner, education status, age, seniority in the workplace and at work" according to the obtained ANOVA and T tests. The first result to be emphasized is that the participants were exposed to mobbing by an average of 3,46.

The most conspicuous results in T tests are correlations of mobbing activities exposed by designers with manager and work place owner variables. Also in totally and in all dimensions of mobbing perception of designers are significantly different at 0.05 significant level by these variables. Another interesting result is about gender and position criterias. For gender criteria, women participants' perception meaning for mobbing activities is higher than men participants' perception. On the other hand, as an expected result, the exposed mobbing activities by the participants in the executive position is less than the participants in the worker position. By ANOVA tests, we found that all the criterias except the number of employees in the company, have a significant correlation with mobbing activities exposed by designers. But when exposed mobbing activities are evaluated on the basis of factors emerging on the scale, some of them have a significant correlation with these criterias some of them not. We explained the detailed results in our study