

Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi
Sosyal Bilimler Enstitüsü



Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi
Journal of Social Sciences Institute



<https://sbe.nevsehir.edu.tr>

**NEVŞEHİR HACI BEKTAŞ VELİ ÜNİVERSİTESİ
SBE DERGİSİ**

**NEVŞEHİR HACI BEKTAŞ VELİ UNIVERSITY
JOURNAL OF ISS**

Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi SBE Dergisi yılda iki kez yayımlanan uluslararası hakemli bir dergi olup, Scientific Indexing Services, InfoBase Index, Open Academic Journals Index, ASOS Index, Sparc Indexing, J-Gate, International Institute of Organized Research (I2OR), Journal Factor ve SOBIAD veri tabanlarında indekslenmektedir.

Nevşehir Hacı Bektaş Veli University Journal of ISS is an international peer-reviewed journal published twice a year. The journal is indexed in Scientific Indexing Services, InfoBase Index, Open Academic Journals Index, ASOS Index, SPARC Indexing, J-Gate, International Institute of Organized Research (I2OR), Journal Factor and SOBIAD.



**Cilt 8, Sayı 1, Haziran 2018
Volume 8, Number 1, June 2018**

**NEVŞEHİR HACI BEKTAŞ VELİ ÜNİVERSİTESİ
SBE DERGİSİ**

Amaç ve Kapsam: Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi SBE Dergisi'nin amacı, sosyal bilim alanlarında ve disiplinlerarası çalışmalarda yüksek akademik standartlarda bilime katkı sağlamak, global bir bakış açısıyla özgür bilimsel düşünce gücünü desteklemek, meslek kuruluşları ve bireylerin ulusal ve uluslararası gelişmelerine yardımcı olmak, alanındaki gelişmeleri takip etmek ve bu alanlarda Türkçe ve İngilizce akademik kaynak oluşturmaktır.

Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi SBE Dergisi Arkeoloji, Antropoloji, Psikoloji, Felsefe, Sosyoloji, Coğrafya, Edebiyat, Dil, Eğitim Bilimleri, İşletme, Girişimcilik, Örgütsel Davranış, İktisat, Turizm, İstatistik, Hukuk, Siyaset Bilimi, Kamu Yönetimi, Uluslararası İlişkiler, İletişim, Tarih, Sanat Tarihi, Güzel Sanatlar ve Spor Yönetimi gibi sosyal bilim alanlarındaki bilimsel çalışmaların yanı sıra disiplinlerarası çalışmalara da yer veren uluslararası hakemli bir dergidir. Derginin yayın dili Türkçe, İngilizce ve Almancadır.

Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi SBE Dergisi, uluslararası hakemli dergi statüsünde yılda iki kez yayımlanmaktadır.

Telif Hakkı: Dergide yayımlandıktan sonra, yayımlanan yazıların telif hakkı Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsüne aittir. Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsünün yazılı izni olmaksızın dergide yayımlanan hiçbir materyal herhangi bir şekilde basılamaz, çoğaltılamaz, fotokopi veya teksir edilemez. Dergide yayımlanan yazıların bilimsel ve hukuki sorumluluğu yazarlarına aittir.

Yazışma ve Abonelik Adresi

Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürlüğü, Nevşehir, TÜRKİYE
Tel: +90 384 228 10 00 Faks: +90 384 228 10 39
e-posta: sbedergi@nevsehir.edu.tr

**NEVŞEHİR HACI BEKTAŞ VELİ UNIVERSITY
JOURNAL OF ISS**

Aim and Scope: The aim of Nevşehir Hacı Bektaş Veli University Journal of ISS is to contribute in the fields of social science and multidisciplinary studies with high standards of academics, to support the power of free scientific thought on a global perspective, to assist the development of professional organizations and individuals in national and international scales, to follow developments in the fields of social science and to create Turkish and English academic source for the fields.

Nevşehir Hacı Bektaş Veli University Journal of ISS is an international double blind peer-reviewed journal that covers multidisciplinary studies in addition to the fields of social sciences such as Archeology, Anthropology, Psychology, Philosophical, Sociology, Geography, Literature, Linguistics, Educational Sciences, Business Management, Organizational Behavior, Entrepreneurship, Economics, Tourism Management, Statistics, Law, Political Science, Public Administration, International Affairs, Communication Sciences, General History, History of Art, Fine Arts, Sport Management and multidisciplinary studies. The languages of the Journal are Turkish, English and German.

Nevşehir Hacı Bektaş Veli University Journal of ISS is an international peer-reviewed journal and published biannually.

Copyright: After publication, the copyrights of articles belong to Nevşehir Hacı Bektaş Veli University Institute of Social Sciences. No material published in this journal may be reproduced, stored, transmitted or disseminated in any forms or by any means without obtaining written permission from Nevşehir Hacı Bektaş Veli University Institute of Social Sciences. Legal and scientific responsibility for articles belongs to the authors themselves.

Correspondence and Subscription Address

Nevşehir Hacı Bektaş Veli University, Institute of Social Sciences, Nevşehir, TURKEY
Tel: +90 384 228 10 00 Fax: +90 384 228 10 39
e-mail: sbedergi@nevsehir.edu.tr

**NEVŞEHİR HACI BEKTAŞ VELİ ÜNİVERSİTESİ
SBE DERGİSİ**

**NEVŞEHİR HACI BEKTAŞ VELİ UNIVERSITY
JOURNAL OF ISS**

Sahibi (Owner)

Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi Adına
Prof. Dr. Mazhar BAĞLI (Rektör/Rector)

Editör (Editor-in-Chief)

Dr. Öğr. Üyesi Vedat AKTEPE

Editör Yardımcıları (Assistant Editors)

Arş. Gör. İbrahim YAĞLI

Arş. Gör. Mevlüt UĞURLU

Dil Editörleri (Language Editors)

Dr. Öğr. Üyesi Bengü AKSU ATAÇ

Dr. Öğr. Üyesi Sevtap GÜNAY KÖPRÜLÜ

Yayın Kurulu (Editorial Board)

Dr. Öğr. Üyesi Vedat AKTEPE

Dr. Öğr. Üyesi Seçil HİRİK

Dr. Öğr. Üyesi Hatice DOĞAN

Doç. Dr. Abdülkadir UZUNÖZ

Danışma Kurulu (Advisory Board)

Prof. Dr. Ahmet Ali GAZEL	Afyon Kocatepe Üniversitesi
Prof. Dr. Ahmet Hikmet EROĞLU	Ankara Üniversitesi
Prof. Dr. Ahmet KARADOĞAN	Kırıkkale Üniversitesi
Prof. Dr. Ahmet SABAN	Necmettin Erbakan Üniversitesi
Prof. Dr. Ahmet ŞİMŞEK	İstanbul Üniversitesi
Prof. Dr. Ali MEYDAN	Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi
Prof. Dr. Alper ASLAN	Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi
Prof. Dr. Arif SARIÇOBAN	Selçuk Üniversitesi
Prof. Dr. Bekir BULUÇ	Gazi Üniversitesi
Prof. Dr. Cemalettin İPEK	Ahi Evran Üniversitesi
Prof. Dr. Cemil ÖZTÜRK	Marmara Üniversitesi
Prof. Dr. Cengiz DÖNMEZ	Gazi Üniversitesi
Prof. Dr. Cevdet AVCIKURT	Balıkesir Üniversitesi
Prof. Dr. Çavuş ŞAHİN	Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi
Prof. Dr. Erdoğan GAVCAR	Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi
Prof. Dr. Eren YÜRÜDÜR	Gaziosmanpaşa Üniversitesi
Prof. Dr. Ertan ÖZENSEL	Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi
Prof. Dr. Ferruh AĞCA	Eskişehir Osmangazi Üniversitesi
Prof. Dr. Hakan SARITAŞ	Pamukkale Üniversitesi
Prof. Dr. Handan DEVECİ	Anadolu Üniversitesi
Prof. Dr. Hasan Ali KARASAR	Kapadokya Üniversitesi
Prof. Dr. Hayati AKYOL	Gazi Üniversitesi
Prof. Dr. Hilmi DEMİRKAYA	Akdeniz Üniversitesi
Prof. Dr. İlhan ÖZTÜRK	Çağ Üniversitesi
Prof. Dr. İsa KORKMAZ	Necmettin Erbakan Üniversitesi
Prof. Dr. Kadir ULUSOY	Mersin Üniversitesi
Prof. Dr. Mazhar BAĞLI	Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi
Prof. Dr. Mehmet Ali ÇAKMAK	Gazi Üniversitesi
Prof. Dr. Mehmet GÜLTEKİN	Anadolu Üniversitesi
Prof. Dr. Mehmet KARAKAŞ	Afyon Kocatepe Üniversitesi
Prof. Dr. Muammer DEMİREL	Uludağ Üniversitesi
Prof. Dr. Muhsin KAR	Niğde Ömer Halisdemir Üniversitesi
Prof. Dr. Nihat ÇALIŞKAN	Ahi Evran Üniversitesi
Prof. Dr. Osman SAMANCI	Atatürk Üniversitesi
Prof. Dr. Ramazan SEVER	Giresun Üniversitesi
Prof. Dr. Refik BALAY	Ahi Evran Üniversitesi
Prof. Dr. Rüştü YEŞİL	Ahi Evran Üniversitesi
Prof. Dr. A. Seda SARACALOĞLU	Adnan Menderes Üniversitesi
Prof. Dr. Selma YEL	Gazi Üniversitesi
Prof. Dr. Şevki ÖZGENER	Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi
Prof. Dr. Şule AYDIN	Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi
Prof. Dr. Ünal İBRET	Kastamonu Üniversitesi
Prof. Dr. Zülfikar DURMUŞ	Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi

Alan Editörleri (Section Editors)

Doç. Dr. Adem ÖGER	Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi
Doç. Dr. Adem ÇATAK	Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi
Doç. Dr. Ali Osman KURT	Ankara Yıldırım Beyazıt Üniversitesi
Doç. Dr. Berrin GÜZEL	Adnan Menderes Üniversitesi
Doç. Dr. Bülent GÜL	Hacettepe Üniversitesi
Doç. Dr. Duygu EREN	Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi
Doç. Dr. Elvan YALÇINKAYA	Ömer Halis Demir Üniversitesi
Doç. Dr. Emrah ÖZKUL	Kocaeli Üniversitesi
Doç. Dr. Ergün ÖZTÜRK	Erciyes Üniversitesi
Doç. Dr. Ersan ERSOY	Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi
Doç. Dr. Fatma SAÇLI UZUNÖZ	Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi
Doç. Dr. Hasan YAVUZER	Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi
Doç. Dr. Mesut GÜN	Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi
Doç. Dr. Muhittin ÇALIŞKAN	Necmettin Erbakan Üniversitesi
Doç. Dr. Mustafa BAŞARAN	Yıldız Teknik Üniversitesi
Doç. Dr. Nilüfer ŞAHİN PERÇİN	Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi
Doç. Dr. Nuray KURTDEDE FİDAN	Afyon Kocatepe Üniversitesi
Doç. Dr. Serap ÇOBAN	Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi
Doç. Dr. Şefika Dilek GÜVEN	Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi
Doç. Dr. Tekin ÇELİKKAYA	Ahi Evran Üniversitesi
Doç. Dr. Yunus ARSLAN	Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Abdullah ÖZDAĞ	Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Aysun ERGİNER	Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Didem KOBAN	Hacettepe Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Durdağı AKAN	Atatürk Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Erkan HİRİK	Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Hüseyin KALEMLİ	Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Lokman Tanrıkulu	Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Mevlüt GÜNDÜZ	Süleyman Demirel Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Mustafa ARSLAN	Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Mustafa TAHİROĞLU	Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Recep KÜREKLİ	Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Seçil HİRİK	Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Sevim GÜVEN	Gaziosmanpaşa Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Sevtap GÜNAY KÖPRÜLÜ	Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Soner METE	Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi

Bu Sayının Hakem Listesi (List of Reviewers for Volume 8 Number 1)

Prof. Dr. Şevki ÖZGENER	Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi
Doç. Dr. Ali Ender ALTUNOĞLU	Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi
Doç. Dr. Demet KOCATEPE	Sinop Üniversitesi
Doç. Dr. Emrah ÖZKUL	Kocaeli Üniversitesi
Doç. Dr. Ersan ERSOY	Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi
Doç. Dr. İbrahim YILMAZ	Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi
Doç. Dr. Lütfi BUYRUK	Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi
Doç. Dr. Mesut GÜN	Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi
Doç. Dr. Muhammet KOÇAK	Gazi Üniversitesi
Doç. Dr. Nilüfer Şahin PERÇİN	Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi
Doç. Dr. Yasin BİLİM	Necmettin Erbakan Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Ali KAYA	Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Ali ÖZTÜRK	Bartın Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Aylin Yonca GENÇOĞLU	Erciyes Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Birkan GÜLDENOĞLU	Ankara Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Eda Özgül KATLAV	Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Ergin ERGİNER	Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Erkan HİRİK	Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Fatih PEKTAŞ	Aksaray Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Ferda ÜSTÜN	Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Görkem BİRİNCİ	Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Mustafa ARSLAN	Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Mustafa Cem OĞUZ	Niğde Ömer Halisdemir Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Mustafa Tahir DEMİRSEL	Selçuk Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Murat ŞENGÜL	Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Ömer TEKİN	Selçuk Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Sevtap Günay KÖPRÜLÜ	Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi

İÇİNDEKİLER	Sayfa
<i>Araştırma Makalesi</i>	
Restoran Müşterilerinin Sağlık Bilincinin Sağlıklı Yeme Davranışına Etkisi <i>Celil ÇAKICI, Erşan YILDIZ</i>	1-22
<i>Araştırma Makalesi</i>	
Üniversite Öğrencilerinin Yaşam Boyu Öğrenme Eğilimleri <i>Davut KARAMAN, Ufuk AYDOĞMUŞ</i>	23-44
<i>Araştırma Makalesi</i>	
Örgütsel Özdeşlemenin Bireysel Yaratıcılık Üzerindeki Etkisi: Bankacılık Sektöründe Bir Araştırma <i>Metin KAPLAN, Buket CANAL</i>	45-57
<i>Araştırma Makalesi</i>	
İçsel Pazarlama Faaliyetlerinin İşgören Yetkinliği Üzerine Etkisi: Nevşehir'deki Otel İşletmelerinde Bir Uygulama <i>Duygu EREN, Gökhan ONAT</i>	58-76
<i>Araştırma Makalesi</i>	
Almancada Öneki Fiiller: "Ein" Öneki Örneğinde Bir İnceleme <i>Zeki USLU, Huriye HABACI</i>	77-91
<i>Araştırma Makalesi</i>	
Kaynaştırma Uygulamalarının Tarihsel Süreci ve Türkiye'de Uygulanan Kaynaştırma Modelleri <i>Tansel YAZICIOĞLU</i>	92-110
<i>Araştırma Makalesi</i>	
Polisin "Dışa Dönüklüğü" Üzerine Bir Araştırma: BM Haiti Misyonu Örneği <i>Savaş ŞİMŞEK</i>	111-134
<i>Araştırma Makalesi</i>	
Turizm Eğitimi Alan Öğrencilerin Dışadönüklüklerinin Otel Departman Tercihine Etkisinde Hizmet Yönelimlerinin Aracılık Rolü <i>A.Celil ÇAKICI, Murat ÖZDAMAR</i>	135-159
<i>Araştırma Makalesi</i>	
Konaklama İşletmelerinde Kuşaklar Bağlamında İşveren Marka Algısı İle Çalışma Yaşam Kalitesi İlişkisi <i>Mehmet Tahir DURSUN, Engin Deniz ERİŞ</i>	160-179
<i>Araştırma Makalesi</i>	
İyi Yönetişim İlklerinden Katılımın Uygulanması Hususunda Teorik Bir Değerlendirme <i>Emrah FİRİDİN, Abdullah UZUN</i>	180-197

CONTENT	Page
<i>Research Article</i> The Impact Of Restaurant Customers' Health Consciousness On Healthy Eating Habits <i>Celil ÇAKICI, Erşan YILDIZ</i>	1-22
<i>Research Article</i> Living Length Learning Trends Of University Students <i>Davut KARAMAN, Ufuk AYDOĞMUŞ</i>	23-44
<i>Research Article</i> The Effect Of Organizational Identification On Individual Creativity: A Survey In The Banking Sector <i>Metin KAPLAN, Buket CANAL</i>	45-57
<i>Research Article</i> The Impact Of Internal Marketing On Employee Competency: A Case Of In The Hotel Businesses In Nevşehir <i>Duygu EREN, Gökhan ONAT</i>	58-76
<i>Research Article</i> Prefix And Particle Verbs In German: A Study On The Example Of The Particle "Ein" <i>Zeki USLU, Huriye HABACI</i>	77-91
<i>Research Article</i> The History Of Inclusive Education And Exclusive Models Which Practiced In Turkey <i>Tansel YAZICIOĞLU</i>	92-110
<i>Research Article</i> A Study On "Extroversionism" In Police Organization: An Example Of UN Haiti Mission <i>Savaş ŞİMŞEK</i>	111-134
<i>Research Article</i> The Mediating Role Of Tourism Students' Service Orientation At The Impact Of Their Extraversion On Hotel Department Preferences <i>A. Celil ÇAKICI, Murat ÖZDAMAR</i>	135-159
<i>Research Article</i> Relationship Between Employer Brand Perception And Quality Of Worklife In The Context Of Generations In Hospitality Enterprises <i>Mehmet Tahir DURSUN, Engin Deniz ERİŞ</i>	160-179
<i>Research Article</i> A Theoretical Assessment On The Implementation Of Participation In Good Governance Principles <i>Emrah FİRİDİN, Abdullah UZUN</i>	180-197

RESTORAN MÜŞTERİLERİNİN SAĞLIK BİLİNCİNİN SAĞLIKLI YEME DAVRANIŞINA ETKİSİ

Geliş Tarihi: 14.09.2017

Kabul Tarihi: 27.10.2017

E-ISSN: 2149-3871 Sayfa: 1-22

Prof. Dr. A. Celil ÇAKICI
Mersin Üniversitesi, Turizm Fakültesi
celilcakici@mersin.edu.tr
ORCID No:0000-0002-9192-1969

Öğr. Gör. Erşan YILDIZ
Erciyes Üniversitesi, Sosyal Bilimler Meslek Yüksek Okulu
eyildiz@erciyes.edu.tr
ORCID No: 0000-0001-9761-3185

Araştırma Makalesi

ÖZ

Dışarıda yemenin yaygınlaştığı ve sağlık sorunlarının arttığı günümüzde sağlıklı yeme içme talebi, sağlık bilincinin bir türevi haline gelmektedir. Bu çerçevede; restoran müşterilerinin sağlık bilincinin sağlıklı yeme davranışına etkisini ortaya koymak üzere bir araştırma yapılmıştır. Tanımlayıcı türde tasarlanan araştırmada veriler, literatürden yararlanılarak geliştirilen bir anket ile toplanmıştır. Evreni, tüm tüketiciler oluşturmakla birlikte; çalışma evreni, Kayseri’de ayda en az bir kez dışarıda yemek yeme alışkanlığında olan, 20-64 yaş aralığındaki bireyler olarak tanımlanmıştır. Anket, kota örnekleme esasına göre 01 Kasım 2016 ile 31 Ocak 2017 tarihleri arasında, anketörler aracılığıyla yüz yüze uygulanmıştır. Geçerli kabul edilen 551 anketin verileri, tanımlayıcı istatistiklerin yanı sıra, faktör ve regresyon analizine tabi tutulmuştur. Sağlık bilinci, pozitif ve negatif sağlık bilinci şeklinde iki boyutlu bir yapı sergilerken, sağlıklı yeme davranışı tek boyutlu bir yapıdır. Pozitif sağlık bilincinin sağlıklı yeme davranışını olumlu olarak, negatif sağlık bilincine kıyasla daha fazla etkilediği ortaya çıkmıştır. Araştırma, sağlık bilincinin ailede verilmeye başlanması, bunun eğitim yıllarında pekiştirilmesi ve medyanın etkileyici gücünden yararlanılması önerisi ile son bulmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Sağlık Bilinci, Sağlıklı Yeme Davranışı, Restoran Müşterisi.

THE IMPACT OF RESTAURANT CUSTOMERS' HEALTH CONSCIOUSNESS ON HEALTHY EATING HABITS

ABSTRACT

Nowadays, when eating out has become widespread and health problems are increasing, healthy eating demands have transformed into a derivative of health consciousness. Thus, a research was conducted with a view to reveal the impact of restaurant customers' health consciousness on healthy eating habits. In the study, which was designed in the form of a descriptive research, the data were collected by means of a questionnaire developed following literature review. While all consumers constituted the population, the target population of the study consisted of individuals between the ages of 20-64, living in Kayseri and with the habit of eating out at least once a month. Pollsters implemented the questionnaire face-to-face on the basis of quota sampling between the dates of 01 October, 2016 and 21 January, 2017. Subsequently, the data acquired from valid 551 questionnaires were analysed through factor and regression analysis as well as descriptive statistics. While health consciousness presented a two-dimensional structure, i.e. positive and negative health consciousness, healthy eating behaviours revealed a one-dimensional structure. It was also find out that positive health consciousness influenced healthy eating habits more positively than negative health consciousness. The research concluded with the recommendation that health consciousness education should start in the family, be reinforced during the years of study, and finally the influential and impressive power of media should be utilised.

Keywords: Health Consciousness, Healthy Eating Habits, Restaurant Customers.

1. GİRİŞ

Sağlık "hastalık veya sakatlığın olmaması değil, tamamen fiziksel, zihinsel ve sosyal rahatlamanın bir ifadesi" olarak tanımlanmaktadır (Lin, 2014: 249). Hava, su ve gürültü kirliliğinin artan seviyesi, iklim değişikliği, zayıflamış ozon tabakası sağlıkla ilgili birçok sorunlara yol açmıştır (Ture ve Ganesh, 2012: 42). Artan sorunlarla birlikte; tüketiciler beslenme, sağlık ve yiyeceğin kalitesiyle ilgili daha bilinçlenmiş ve sağlık, yiyecek alımları için önemli bir kriter haline gelmiştir (Chen, 2009: 166).

Sağlık bilinci, bireyin iyi bir yaşam kalitesiyle sağlığı üzerine dikkatini verme eğilimidir (Narayana, 2009: 87). Sağlık bilincinin oluşmasını ve sağlıklı beslenmeye olan ilginin artmasını sağlayan birçok husus vardır. Sağlıklı beslenmeye olan kamu ilgisi, şişmanlık, kanser ve kalp-damar hastalıkları gibi çeşitli insan sağlığı bozukluklarındaki artışla paralel artmıştır (Tudoran vd., 2009: 568). Benzer şekilde, son yıllarda kamu sağlık sistemi ve medya alanındaki girişimler, sağlıklı gıdalara olan talebin artmasına neden olmuştur (Maddock vd., 1999: 270).

Sağlık konusunda bilinç geliştirilmesi, kişisel bir problem ve/veya bilgilenme sonucu ortaya çıkabilir. Farklı kaynaklardan alınan bilgi ya da tavsiyelerden sonra sağlıklı yemeye çabalayabilir ve aynı zamanda birçok kişi sağlık problemlerinden ötürü yeme alışkanlıklarını değiştirmek isteyebilir, ancak çoğu, karşılaştıkları zorluklardan dolayı eski yeme alışkanlıklarına geri dönmektedir ve diğer birçoğu da zorluklardan ve ilgisizlikten ötürü yeme alışkanlıklarını bile değiştirmeyi denememektedir. Bu zorluklar genelde; sosyal durumlar, lezzet, yiyeceğin maliyeti, eğitim seviyesi gibi hususları içermektedir (Lappalainen vd., 1997: 536). Pek çok ülke bu tür zorlukları aşmak ve sağlıklı bir diyet oluşturmak için ücretsiz sağlık programları geliştirmiş, sağlıklı beslenme konusunda atılacak adımlarla ilgili anlaşmalar yapmışlar ve bir takım kurallar koymuşlardır. Bu kurallarda çeşitliliğe, dengeye, az yağa, daha fazla sebze ve lifli gıdaya vurgu yapmaktadır (Margetts vd., 1997: 523). Dolayısıyla sağlık bilinci geliştikçe sağlıklı beslenmenin arttığını düşünmek olasıdır. İşte bu çalışmada, dışarıda yemek yiyen restoran müşterilerinin sahip olduğu sağlık bilincinin sağlıklı yemekler tercihine, dolayısıyla da sağlıklı beslenmeye etkisi ortaya konmaya çalışılmaktadır.

2. LİTERATÜR TARAMASI

Dünya Sağlık Örgütü'nün (WHO) tanımına göre, sağlık; tamamen fiziksel, ruhsal ve sosyal rahatlama ve sadece hastalık veya sakatlık yokluğu hali değil, aynı zamanda sağlığa ortak tehditleri karşılamak ve evrensel refahı teşvik etmek için bağlılığı ifade eder (Narayana, 2009: 87). Günümüzde, dünya genelinde tüketiciler sağlık konusunda son derece endişe duymakta, çünkü sağlık onların yaşam tarzlarını oluşturmaktadır (Lorinczi, 2008: 2).

Sağlık bilinci konusunda birçok araştırma olmakla birlikte, kavramsal ve operasyonel tanımlar tutarlı değildir (Hong, 2011: 345). Sağlık bilinci, sağlık faaliyetleri için hazır olma seviyesinin bir değerlendirmesidir (Jindabot, 2015: 3). Ayrıca, bir bireyin yaşam aktivitelerine sağlık sorunlarının entegrasyonu olarak tanımlanır (Jayanti ve Burns, 1998: 10). Aynı zamanda sağlık bilinci, kişinin sağlığına nasıl dikkat ettiğiyle ilgilidir (Iversen ve Kraft 2006: 603). Başka bir ifadeyle, sağlık bilinci bireylerin sağlığı üzerindeki yaşam tarzının etkisinin farkında olup olmadığını gösterir (Wardle ve Steptoe, 2003: 441).

Sağlık bilinci kavramı Gould (1990) tarafından kullanılmıştır (Narayana, 2009: 87). Gould, (1990) sağlık bilincinin, vitamin alımı, kalori azaltma gibi beslenme alışkanlıkları ile pozitif bir şekilde ilişkili olduğunu belirtmiştir (Ture ve Ganesh, 2012: 42). Gould, (1990) ayrıca, sağlık bilincine sahip insanların sağlıklı ilgili bilgi arayarak sağlıklı ilgili sorunları

tartıştığını ifade etmektedir (Ture ve Ganesh, 2012: 42). Gould'un yaptığı çalışmaların dışında sağlık bilinciyle ilgili bir takım çalışmalar bulunmaktadır. Bu çalışmalardan bazıları; Wardle ve Steptoe (2003); Bogue vd. (2005), Sun (2008); Michaelidou ve Hassan (2008); Narayana (2009); Chen (2009); Hong (2009); Hwang ve Cranage (2010); Chen (2011); Ture ve Ganesh (2012); Lee vd. (2014); Jindabot (2015) olarak sıralanabilir.

Bogue vd. (2005) tarafından yapılan çalışmanın amacı; diyet, sağlık ve sağlık arttırıcı gıdalara İrlandalı tüketicilerin tutumlarını incelemektir. Kadınların besin bilgisi ve sağlık konusunda erkek katılımcılardan daha donanımlı olduğu ve günlük sağlık arttırıcı gıda tüketimine dönük tutum bakımından da cinsiyete göre farklılıklar olduğu belirlenmiştir. Yine bu çalışmada; bu duruma ilişkin; kadınların erkeklerden daha fazla balık, meyve ve sebze tükettiği ve sağlık yararları ile daha ilişkili olduğunun belirlendiği ifade edilmektedir. Michaelidou ve Hassan (2008) tarafından yapılan çalışmada; organik ürünler kapsamında tutum ve satın alma niyetinin tahmininde sağlık bilinci, gıda güvenliği endişesi ve etik öz kimliğin rolünü incelemektedir. Çalışmaya göre; önceki bazı araştırma bulgularının aksine, sağlık bilinci, tutum ve satın alma niyetinin tahmininde en az önemli motivasyon olarak görünürken, en önemli belirleyicisi olarak gıda güvenliği tespit edilmiştir.

Chen (2009) tarafından yapılan çalışmanın amacı; sağlık bilinci ve çevresel davranışların bireyin sağlıklı yaşam tarzı ile organik gıdalara doğru tüketici tutumunu etkileyip etkilemediğinin hipotezini test etmektir. Bu çalışmaya göre; kişinin sağlığı ve çevre için duyduğu endişe organik gıdalar satın almak için en yaygın kullanılan iki önemli motivasyon olduğu, hatta daha önceki çalışmalara göre sağlığın daha da önem kazandığı belirlenmiştir ki, bu sonuçlar aynı zamanda daha önceki çalışmalarla tutarlıdır. Ayrıca, Chen (2009) ve Michaelidou ve Hassan'ın (2008) çalışmalarında; yiyecek tüketimi açısından sağlık bilinçli tüketicilerin organik yiyeceklere karşı daha olumlu tutumlara sahip ve organik ürünlerin daha sağlıklı, üstün kalite ve daha lezzetli olduğunu düşündüğü ifade edilmiştir (Wardle ve Steptoe, 2003: 31).

Sağlık bilinçli tüketiciler, sağlığının farkında olan ve bu durumdan endişe duyanlardır. Sağlıklarını geliştirmek ve/veya korumak için hayat kalitesine ve öz bilinçli olmaya heveslidirler. Bu tür bireyler, beslenme ve fiziksel zindelle ilgili ve bunların öneminin farkındadırlar (Kraft ve Goodell, 1993: 18). Tüketicilerin çoğu, sağlıklı gıda ile ilgili konularda ilgilerini açık etmektedir. Böylece sağlık, gıda alımları için önemli bir belirleyici ve birçok tüketici için kalite parametreleri haline gelmektedir (Chen, 2011: 255). Bu nedenle, sağlık bilinçli tüketici, sağlıklı gıda ürünleri tüketmek gibi, sağlıklı eylemleri dikkate alarak birlikte iyi bir sağlık için bir şeyler yapmayı tercih edendir (Jindabot, 2015: 3).

Beslenme ve sağlık arasındaki bağlantının iyi kurulması ve beslenmenin iyileştirilmesi küresel sağlık politikasının ana önceliklerinden biridir (Lake vd., 2007: 176). Bu bağlamda 1990'lı yıllarda Amerika ve İngiltere'de sağlıklı beslenme ile ilgili devlet tarafından bazı çalışmalar yapılmıştır. 2000'li yıllarda ise Amerika'da sağlıklı beslenme için güncel tavsiyeler, sağlığın iyileştirilmesi için "Sağlıklı İnsanlar 2010 Hedefleri" doğrultusunda ve "Amerikalılar İçin Diyet Rehberi"nde özetlenmiştir (Croll vd., 2001: 193). Bu rehberde, doymuş yağ ve kolesterolü düşük bir diyet seçmek için insanları teşvik etmek; kepekli tahıllar üzerinde durularak meyve, sebze ve tahıl gibi her gün farklı bir yemek ve her gün fiziksel olarak aktif olmak gibi hususlar bulunmaktadır (Croll vd., 2001: 193).

Literatürde sağlıklı yeme ile ilgili birçok çalışma bulunmaktadır. Bu çalışmalarda genelde sağlıklı yeme kavramı, sağlıklı yeme davranışı ve yiyecek seçimiyle birlikte ele alınmıştır. Sağlıklı yeme kavramını inceleyen çalışmalardan bazıları; Charles ve Kerr (1988); Santich (1994); Keane ve Willetts (1996); Margetts vd. (1997); Povey vd. (1998) olarak sıralanabilir (Lake vd., 2007: 176). Farklı ülkelerdeki insanlara sorular sormak suretiyle sağlıklı yeme konusunda görüşlerin alındığı bazı çalışmalar da bulunmaktadır. Bu çalışmalardan bazıları; Margetts vd. (1997); Martinez-Gonzalez vd. (1998); Povey vd. (1998); Fagerli ve Wandel (1999); Martinez-Gonzalez vd. (2000); Croll vd. (2001) olarak sıralanabilir (Akamatsu vd., 2005). Bu çalışmalara ilaveten; Lappalainen vd. (1997); Lappalainen vd. (1998); Croll vd. (2001); Roininen (2001); Akamatsu vd. (2005); Lake vd. (2007); Sun (2008); Jones (2010); Orji ve Mandryk (2014) gibi önemli çalışmalar da bulunmaktadır.

Lappalainen vd. (1998), Avrupa Birliği üyesi ülkelerdeki yetişkinlerin gıda, beslenme ve sağlık konusundaki tutumlarını belirlemek istemişlerdir. Bireylerin çoğunluğu, kendilerini yeterince sağlıklı hissettikleri için diyetlerini değiştirmeye ihtiyaç duymadıklarına inanmaktadır. Ayrıca yiyecek seçiminde fiyatın önemli olduğu, bilgi eksikliğinin ise önemli bir engel oluşturmadığına inanılmaktadır. Croll vd. (2001), gençler arasında sağlıklı ve sağlıksız beslenmenin anlamlarını ve sağlıklı beslenmenin önemini ortaya koymak için bir araştırma yapmışlardır. Bu çalışmaya göre; gençler, sağlıklı yiyeceklerle ilgili önemli miktarda bilgiye sahipler ve sağlıklı beslenmenin orta düzeyi, dengeyi ve çeşitliliği içerdğine inanmaktadırlar. Bu bilgiye rağmen sağlıklı beslenme tavsiyelerini takip etmekte zorlandıkları ve sık sık sağlıksız yiyecekler tükettikleri de belirlenmiştir. Sağlıklı yemelerine engel olarak ta, zamanın yetersizliği, okuldaki sağlıklı yiyeceklerin azlığı ve sağlıklı beslenme tavsiyelerini takip etmedeki kaygı eksikliği olarak ifade etmişlerdir.

Akamatsu vd. (2005), Japon işçilerin sağlıklı beslenmeyi nasıl açıkladıkları ve anlamlandırdıkları üzerine çalışmıştır. Buna göre; besleyici-

dengeli bir yemek yeme ve bol sebze yemek getirilen açıklamalardan birisi iken, diğeri, yemek yeme stilleri, alışkanlıkları yiyecekler ve besin ile ilgilidir. Sağlıklı yeme ile ilgili olarak Sun (2008) yaptığı çalışma ile sağlık endişesi ve sağlıklı beslenme tutumları arasındaki ilişkiyi yeniden teyit etmiştir. Ayrıca, olası bir hastalığın gelişimi kaynaklı sağlık endişesinin sağlıklı beslenmeye etkisinde yiyecek seçim motivasyonunun tam aracı olduğu bulgulanmıştır. Kalori tüketiminden kaynaklı sağlık endişesinin sağlıklı yemeye etkisinde ise yiyecek seçim motivasyonu kısmi aracı durumundadır. Bunun anlamı, bireyler hastalık endişesi taşıdıklarında yiyecek seçimine kalori kaynaklı endişe durumuna kıyasla çok daha fazla önem vermektedirler. Dolayısıyla, hastalık ihtimalinde yeme-içme davranışlarına çok daha fazla özen gösterilmektedir.

2.1. Araştırmanın Amacı

Araştırmanın amacı, restoran müşterilerinin sahip olduğu sağlık bilincinin, sağlıklı beslenmeye etkisini ortaya koymaktır. Elde edilen bulguların, restoran sahipleri yöneticilerine müşteriler açısından sağlıklı yiyecek seçeneklerinin ne kadar önemli olduğu, sağlıklı yiyecekler bakımından menülerde nasıl değişiklik yapmaları gerektiği konularında yardımcı olabileceği söylenebilir. Böylece, sağlıklı yiyecek sunan işletmelerin ve seçeneklerin çoğalmasıyla, tüketicilerin sağlıklı yeme güdülerine de cevap verilebilen bir sektör yaratılabilecektir.

Sağlık gündeme geldiğinde birçok konuyla ilişkilendirilmektedir. Bu konulardan bir tanesi de sağlıklı beslenme arasındaki bağın ne kadar kuvvetli olduğudur. Son zamanlarda, sağlıksız beslenme, obezite ve diğer sağlık sorunları salgınına önemle dikkat çekilmektedir (Jones, 2009: 344). Batıda yaşayanlar, kalp hastalıkları ve obezite ile ilişkilendirilen yağ asitleri hakkında bilgi edinmekteydi (Roininen, 2001: 16). Hayvan yemindeki antibiyotikler ve hormonların yanı sıra, çiftliklerde aşırı böcek ilacı kullanımının endişesi, Belçika dioksin skandalı, ayak ve ağız salgını, deli dana hastalıklı etlerin piyasaya sürülmesi artan yiyecek sağlama krizleri, geleneksel üretiminden kaynaklanan gıda kalitesi, tüketicilerde güven kaybına neden olmuştur (Chen, 2009: 165). Yaşanan bu güven kayıpları, tüketicileri sağlık ve beslenme konusunda daha bilinçli hale getirmiştir.

Sağlık bilinçli tüketicilerin hayatlarına yön vermede ilk yapacakları, sağlıklı eylem ve sağlıklı yeme konusunda atacağı adımlardır. Sağlıklı yeme, sırasıyla güncel diyet önerileri karşılamak için tüketilen meyve ve sebzeler, yağ ve lif miktarları vb. olarak görülebilir (Roininen, 2001: 19). İnsanların vakitlerinin çoğunu dışarıda geçirmeleri ve dışarıda yemek zorunda kalmaları dikkate alınır, restoran vb. yerlerde sağlıklı beslenmenin ne kadar önemli olduğu ve olacağı ortaya çıkmaktadır. Kısacası, dışarıda yemek

yeme artarken bu gıdaların, sağlık ve kilo üzerindeki etkilerine odaklanmaya başlanmıştır (Jones, 2009: 344). Dolayısıyla restoran müşterilerinin sağlık bilinçlerinin sağlıklı beslenmelerine etki ettiği iddiası ortaya atılabilir ve aşağıdaki hipotez yazılabilir.

H₁: Restoran müşterilerinin sağlık bilinci, sağlıklı yeme davranışını olumlu yönde etkiler.

3. ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ

Tanımlayıcı türde tasarlanan araştırmada veriler alan yazından yararlanılarak geliştirilen bir anket ile toplanmıştır. Ankette, demografik soruların yanı sıra sağlık bilinci ve sağlıklı beslenmeye dönük iki de ölçek bulunmaktadır. Birinci ölçek, Chen (2011) tarafından geliştirilen 11 maddeli sağlık bilinci ölçeğidir. İkincisi ise, sağlıklı yemeye dönük Dutta-Bergman (2005) tarafından geliştirilen 10 maddeli ölçektir. Her iki ölçekte bulunan ifadelerin tepki kategorileri beşli Likert derecesine (1:kesinlikle katılmıyorum.....5:kesinlikle katılıyorum) tabi tutulmuştur.

Araştırmanın evrenini tüm tüketiciler oluşturmaktadır. Bununla birlikte çalışma evreni, pratik sebeplerle Kayseri’de ikamet eden, ayda en az bir defa dışarıda yeme alışkanlığı olan 20 ile 64 yaş aralığındaki kişiler oluşturmaktadır. 5’er yaş aralığı ile oluşturulan yaş gruplarına ait nüfus bilgilerinin elde edilmesinden sonra, tesadüfi örnekleme yapmanın zorluğu karşısında, yaş gruplarına göre kota örneklemesinin yapılmasına karar verilmiştir. Yapılan hesaplama neticesinde her gruptan en az kaç kişiye anket yapılması gerektiği tespit edilmiş olup, toplamda en az 400 anket yapılması gerektiği belirlenmiştir. Anketler, 01 Kasım 2016-31 Ocak 2017 tarihleri arasında anketörler kanalı ile uygulanmıştır. Bu dönemin sonunda başlangıçta hedeflenen 400 anket sayısı aşılmış ve toplamda 577 tane anket elde edilmiştir.

Elde edilen verilere, her iki ölçek için ayrı ayrı olmak üzere kayıp veri analizi uygulanmıştır. Toplamda sekiz gözlem silinerek, sonraki analizler 569 gözlem üzerinden yapılmıştır. Kayıp verilerin tesadüfen ortaya çıktığını söyleyebilmek için değişken çiftleri arasındaki korelasyonun düşük ve istatistiksel olarak da anlamsız ($p>0,05$) olması gerekir (Kalaycı, 2014: 22). Korelasyon katsayılarının incelenmesi sonucu, %20’nin altında gerçekleşen kayıp verilerin tesadüfen ortaya çıktığı anlaşıldığından, yerlerine serinin ortalamasının atanmasına karar verilmiştir.

Çoklu sapan analizi sonrasında, toplamda 18 gözlem veri setinden silinmiştir. Böylece, analizler 551 anketin verisi üzerinden tamamlanmıştır. Çoklu sapan analizinden sonra Kalaycı (2014: 215-216) tarafından belirtildiği şekilde çoklu normal dağılım analizi gerçekleştirilmiştir. Sıralı

Mahalanobis değerleri ile ki-kare ters değerleri arasındaki korelasyon katsayısı 11 maddeli sağlık bilinci ölçeği için 0,983, 10 maddelik sağlıklı yeme davranışı için 0,985 olarak bulunmuştur. Kalaycı'nın (2014: 231) kitabında yer alan, ölçeklerin madde sayısını serbesti derecesi olarak esas alan %01'deki tablo değerleri sırasıyla 0,860 ve 0,868 olup; hesaplanan korelasyon değerlerinin tablo değerinden büyük olması nedeniyle verilerin çoklu normal dağılım gösterdiği kanaatine varılmıştır.

Verilerin analizinde; tanımlayıcı istatistiklerin yanı sıra, faktör ve regresyon analizinden yararlanılmıştır. Faktör analizinde; bir maddenin bir faktöre boyutlanabilmesi için ilgili faktör ile en az 0,450 ve üzerinde yüke sahip olanların dikkate alınmasına karar verilmiştir. Faktör sayısının belirlenmesinde özdeğeri 1'den büyük olanların değerlendirmeye alınması (Kalaycı, 2014: 322) ve Varimax dönüşümü yapılması uygun görülmüştür. Eşkökenliliğin en az 0,500 ve üstü olması istenmiştir.

3.1. Geçerlik

Ölçeklerin geçerliliği konusunda daha önce kullanılmış olmasına dikkat edilmiştir. İngilizce olan ölçekler, deneyimli akademisyenlerin görüşleri doğrultusunda Türkçeye çevrilmiş, ardından başka bir İngilizce Okutmanından tekrar İngilizceye çevirmesi istenmiştir. Orijinal ifadeler ile tekrar çevrilmiş ifadeler arasında anlamsal farklılıkların olmadığı görülmüştür.

Ölçeklerin yapı geçerliği için açıklayıcı faktör analizinden yararlanılmıştır. Sağlık bilinci ölçeğinde iki boyut tespit edilmiş ve toplam varyansın %62,6'sını açıklamıştır. Sağlıklı yeme davranışında ise, tek boyutta toplam varyansın %52,8'ini açıklamıştır. Her iki ölçekte elde edilen boyutların, literatürle de uyumlu olduğu tespit edilmiştir.

3.2. Güvenirlik

Güvenirlik analizi; ölçeğin tamamına, ölçeği ikiye bölme, örnekleme tesadüfen ikiye bölme, tek ve çift numaralı maddelere göre Cronbach Alpha değerlerine bakılarak gerçekleştirilmiştir. Ayrıca güvenilirlik analizinde madde-toplam korelasyonları ve çoklu açıklayıcılık katsayıları (çoklu R^2) da incelenmiştir. Sağlık bilinci ve sağlıklı yeme ölçeklerine ilişkin güvenilirlik analizi sonuçları Tablo 1'de gösterilmektedir. Güvenirlik konusunda; madde bütün korelasyonların +250'den büyük olması (Kalaycı, 2014: 412) ve çoklu R^2 değerlerinin 0 ile +1 arasında değişmekle birlikte +1'e yaklaşması istenirken 0,300'den küçük olmaması arzu edilen bir durumdur (Alpar, 2012: 391).

Yapılan incelemede; sağlık bilinci ölçeğinde, madde-bütün korelasyonları 0,361-0,624 arasında değişmekte ve çoklu açıklayıcılık (R^2) katsayıları ise 0,188-0,590 aralığındadır. Bu ölçekteki ters kodlama gerektiren bir maddenin R^2 değeri 0,188 olup; bunun dışındaki en küçük değer 0,230'dur. Sağlıklı yeme ölçeğinde ölçeğinin madde-bütün korelasyonları 0,511-0,689 arasında değişmekte ve çoklu açıklayıcılık (R^2) katsayıları ise 0,334-0,504 aralığındadır. Diğer yandan her iki ölçekte herhangi bir madde silindiğinde ölçeğin iç tutarlılık katsayısını dikkate değer şekilde yükseltecek herhangi bir maddenin varlığına da rastlanmamıştır. Böylece her üç ölçeğinde oldukça güvenilir olduğu kanaatine varılmıştır (Kalaycı, 2014: 405).

Tablo 1: Ölçeklerin Güvenirlik Analizi Sonuçları

	Sağlık Bilinci	Sağlıklı Yeme
Örnek büyüklüğü	551	551
Madde Sayısı	11	10
Ölçeğin ilk yarısı için Alfa katsayısı	0,793	0,844
Ölçeğin ikinci yarısı için Alfa katsayısı	0,719	0,806
Tek numaralı ölçek maddeleri için Alfa katsayısı	0,625	0,809
Çift numaralı ölçek maddeleri için Alfa katsayısı	0,658	0,794
Rastgele seçilen 267 anket için Alfa katsayısı	0,799	0,889
Rastgele seçilen 284 anket için Alfa katsayısı	0,806	0,894
En küçük ve büyük madde-bütün korelasyon değeri	0,361-0,624	0,511-0,689
Negatif madde-bütün korelasyon değeri	Yok	Yok
En küçük ve büyük çoklu R^2 değeri	0,188-0,590	0,334-0,504
Madde silindiğinde, en küçük ve büyük Alfa değeri	0,769-0,806	0,876-0,888
Tüm ölçek için Alfa katsayısı	0,802	0,891

4. BULGULAR VE TARTIŞMA

Araştırmaya katılanların demografik bilgileri Tablo 2'de sunulmaktadır. Buna göre, katılımcıların yaklaşık %45'i kadın, %55'i erkektir. 20-29 yaş arası katılımcıların yaklaşık dörtte bir oranında olduğu, diğer bir dörtte birlik kesimi ise 30-39 yaş arası teşkil ettiği görülmektedir. 40-49 yaş arası ise yaklaşık beşte birlik bir oranı oluşturmaktadır. Yaklaşık üçte ikisi evli olup; yarı dolaylı memurdur. Yine yaklaşık yarısı lisans ve daha üstü eğitim düzeyinde olup; %55'i 2500-5000.-TL arasında aylık kişisel gelire sahiptir.

Tablo 2: Katılımcıların Demografik Özelliklerine Göre Dağılımı

ÖZELLİK	f	%	ÖZELLİK	f	%
Cinsiyet (n:545)			Medeni Durum (n:477)		
Erkek	302	55,4	Bekâr	124	26,0
Kadın	243	44,6	Evli	353	74,0
Yaşınız (n:551)			Meslek (n:533)		
20-29	129	23,4	Memur	283	53,1
30-39	149	27,0	İşçi	41	7,7
40-49	121	22,0	Serbest meslek	24	4,5
50-59	112	20,3	Emekli	50	9,4
60-69	40	7,3	Diğer	135	25,3
Eğitim Durumu (n:549)			Aylık Kişisel Gelir (n:540)		
Lise ve altı	108	19,7	1500-2000	122	22,6
Ön Lisans ve lisans	258	47,0	2001-3000	159	29,4
Lisansüstü	183	33,3	3001-5000	206	38,1
			5001 ve üstü	53	9,8

Tablo 3, sağlık bilinci ölçeğine uygulanan faktör analizi sonuçlarını göstermektedir. 11 maddeli ölçeğe uygulanan analizde; üç maddenin eşkökenliliğinin 0,500'un altında olduğu görülmüş ve ölçekten çıkarılmıştır. 8 madde ile yapılan çözümlemede; KMO değeri % 77,9 olarak bulunmuştur. Bartlett küresellik testi (X^2 : 1514,684; s.d.: 28; $p < 0,001$) ise istatistiksel olarak anlamlıdır. Bunlara göre veri setine faktör analizi uygulanabilir (Kalaycı, 2014: 322). Hatta Bartlett testinin anlamlı olması, verinin çok değişkenli normal dağılıma uyduğu şekilde de yorumlanabilir (Çokluk, Şekercioğlu ve Büyüköztürk, 2010: 208)

Faktör analizi sonrası, 8 maddelik ölçek iki boyutlu bir yapı ortaya koymuştur. İlk faktör 5 maddeden oluşmakta ve toplam varyansın %35'ini açıklamaktadır. Bu faktörde; "Sağlığa çok dikkat etme" (0,833), "Sağlıklı yiyecekler tüketme ve sağlıksız yiyeceklerden vazgeçme" (0,758), "İyi sağlık bilincine sahip olma" (0,732), "Sağlık, üzerinde sıklıkla durma" (0,699) ve "Sağlık uğruna her şeyden vazgeçme" (0,686) maddeleri bir faktöre boyutlanmıştır. Faktörü oluşturan maddelere göre, faktöre "Pozitif sağlık bilinci" adı verilmiştir. Bu faktörde, özellikle sağlığa çok dikkat etme maddesi belirleyici konumundadır.

İkinci faktör 3 maddeden oluşmakta ve toplam varyansın %27'sini açıklamaktadır. Bu faktörde; "Yapılanların sağlıklı olup olmadığını çok sık düşünmeme" (0,882), "Yenilen gıdaların iyi olup olmadığını sorgulamama" (0,862) ve "Bir şeyin iyi olup olmadığını sürekli kendine sormama" (0,794) maddeleri bir faktöre boyutlanmıştır. Faktörü oluşturan maddelere göre, faktöre "Negatif sağlık bilinci" adı verilmiştir. Bu faktördeki tüm maddelerin

yüklerinin 0,700'ün üstünde olması nedeniyle tüm maddelerin majör özellikte olduğu söylenebilir.

Tablo 3: Sağlık Bilinci Ölçeğine Uygulanan Faktör Analizi Sonuçları

SAĞLIK BİLİNCİYLE İLGİLİ FAKTÖRLER	Yükü	Öz değeri	Açıklanan Varyans	Ortalama	Alfa
I. POZİTİF SAĞLIK BİLİNCİ (5 Madde)		3,233	35,122	3,617	,805
4)Bence sağlık konusunu hayatımda oldukça fazla dikkate alıyorum.	0,833			3,4545	
3)Mümkün olduğunca çok sağlıklı besinler tüketmeye ve sağlıksız olanları tüketmekten vazgeçmeye hazırım.	0,758			3,8530	
2)Kendimi sağlık konusunda oldukça bilinçli sayıyorum.	0,732			3,4936	
11)Sağlığım, üzerinde sıklıkla durduğum bir konudur.	0,699			3,6611	
6)Sağlığım benim için o kadar önemlidir ki uğruna birçok şeyi feda etmeye hazırım.	0,686			3,6211	
II. NEGATİF SAĞLIK BİLİNCİ (3 Madde)		1,776	27,482	2,782	,816
9)Yaptığım her şeyin sağlıklı olup olmadığını çok sık düşünmem. R	0,882			2,8205	
10)Yediklerimin benim için iyi olup olmadığını kendime her zaman sormak istemem. R	0,862			2,7901	
8)Bir şeyin benim için iyi olup olmadığını kendime sürekli sormam. R	0,794			2,7368	
<p><i>Varimax rotasyonlu temel bileşenler analizi. Açıklanan toplam varyans: % 62,604</i> <i>KMO örneklem yeterliliği: % 77,9; Bartlett's küresellik testi: X^2: 1514,684, s.d.:28, $p < 0.0001$;</i> <i>Genel ortalama: 3,304; Ölçeğin tamamı için Alpha: ,787;</i> <i>Yanıt kategorileri: 1:Kesinlikle katılmıyorum ... 5:Kesinlikle katılıyorum</i></p>					

Tablo 4, sağlıklı yemek yeme davranışı ölçeğine uygulanan faktör analizi sonuçlarını göstermektedir (9.madde, eşkökenliliğinin 0,358 nedeniyle ölçekten çıkarılmıştır). KMO değeri % 91,2 tespit edilmiş olup; maddeler arasında anlamlı korelasyonlar olduğu Bartlett küresellik testi (X^2 : 2102,246; s.d.:36; $p < 0,001$) ile bulunmuştur. Bu durum veri setinin faktör

analizine uygunluğuna işaret etmektedir (Kalaycı, 2014:322). Faktör analizi, 9 maddelik ölçeğin tek boyutlu bir yapı ortaya koyduğu ve toplam varyansın %53'ünü açıkladığını ortaya koymuştur. Maddelerin faktör yükleri sırasıyla şöyledir: "Lifli gıdalar tüketme" (0,774), "Tuz oranı yüksek yiyeceklerden sakınma" (0,747), "Vitaminli ve mineralli yiyecekler seçme" (,739), "Yağ oranı yüksek yiyeceklerden sakınma" (0,735), "Fazla şeker tüketmekten endişelenme" (0,734), "Kolesterolü yüksek yiyeceklerden sakınma" (0,718), "Düşük kalorili yiyecekleri tüketme" (0,713), "Kiloyu kontrol altında tutma" (0,704) ve "Yeterince kalsiyum alma isteği" (0,675). Faktöre "Sağlıklı Yeme Davranışı" adı verilmiş olup; hemen hemen tüm maddelerin majör madde (yük>0,700) durumunda olduğu tespit edilmiştir.

Tablo 4: Sağlıklı Yemek Yeme Davranışı Ölçeğine Uygulanan Faktör Analizi Sonuçları

SAĞLIKLI YEME DAVRANIŞIYLA İLGİLİ FAKTÖRLER	Yükü	Öz değeri	Açıklanan Varyans	Ortalama	Alfa
I. SAĞLIKLI YEMEK YEME NİYETİ (9 Madde)		4,756	52,847	3,536	,888
5)Yeterince lifli (tahıl ürünleri) yiyecekler yemek için özel bir çaba sarf ederim.	0,774			3,3745	
3)İçinde tuz oranı yüksek olan yiyeceklerden sakınmaya çalışırım.	0,747			3,8145	
7)Vitaminler ve minerallerle zenginleştirilmiş yiyecekler seçmeye çalışırım.	0,739			3,6866	
1)Yağ oranı yüksek yiyeceklerden sakınmaya çalışırım.	0,735			3,7532	
4)Ne kadar şeker tüketeyeğimle ilgili endişelenirim.	0,734			3,6404	
2)Kolesterolü yüksek yiyeceklerden (yumurta sarısı, karaciğer, tereyağı gibi) sakınmaya çalışırım.	0,718			3,2813	
6)Düşük kalorili ve kalorisi azaltılmış yiyeceklerin (şeker, yağ ve unu az) çoğunu tüketirim.	0,713			3,4197	
8)Kilomu kontrol altında tutmak için ne yediğime dikkat ederim.	0,704			3,6083	

10)Yediklerimden yeterince kalsiyum alıp-almadığım konusunda endişelenirim.	0,675			3,2482	
<i>Varimax rotasyonlu temel bileşenler analizi. Açıklanan toplam varyans: % 52,847 KMO örneklem yeterliliği: % 91,2; Bartlett's küresellik testi: X^2: 2102,246, s.d.:36, $p<0.0001$; Genel ortalama: 3,536; Ölçeğin tamamı için Alpha: ,888; Yanıt kategorileri: 1:Kesinlikle katılmıyorum ... 5:Kesinlikle katılıyorum</i>					

Tablo 5, sağlık bilincinin sağlıklı yeme davranışına etkisini ortaya koymak için yapılan regresyon analizi sonucunu göstermektedir. Buna göre model bir bütün olarak geçerli olup ($F_{2;548}$: 145,061, $p<0,001$); sağlık bilinci sağlıklı yeme davranışının %34,4'ünü açıklamaktadır. Buna göre; pozitif sağlık bilinci sağlıklı yeme davranışını negatif sağlık bilincine göre daha fazla etkilemektedir. Pozitif sağlık bilincindeki bir birimlik artış, sağlıklı yeme davranışını 0,529 birim artırırken, negatif sağlık bilinci 0,104 birim kadar artırmaktadır.

Tablo 5: Sağlık Bilincinin Sağlıklı Yeme Davranışına Etkisi

	Standardize edilmemiş katsayılar		Standardize katsayılar	t	Anlam düzeyi
	B	Std. Hata	Beta		
Sabit	1,002	0,154		6,502	0,000
SB1.Pozitif sağlık bilinci	0,603	0,046	0,529	13,140	0,000
SB2.Negatif sağlık bilinci	0,114	0,044	0,104	2,574	0,010
Bağımlı değişken: Sağlıklı yeme, R: 0,588; R^2 :0,346; Düzeltilmiş R^2 :0,344; Model için $F_{2;548}$: 145,061, $p<0,001$ En büyük VİF: 1,356, En düşük Tolerans:0,737, En büyük CI:13,011					

5. SONUÇ VE ÖNERİLER

Restoran müşterilerinin sağlık bilinçlerinin sağlıklı yeme davranışına etkisini ortaya koymak üzere yapılan araştırmada; müşterilerin sağlık bilinci, pozitif ve negatif sağlık bilinci olmak üzere iki boyutlu bir yapı ortaya koymuştur. Bireyin sağlığına çok dikkat etmesi, sağlıklı yiyecekler tüketmesi ve sağlıksız yiyeceklerden kaçınması, pozitif sağlık bilincini oluşturmaktadır. Buna karşın, yapılan ve yenilen şeylerin sağlıklı olup olmadığını pek sorgulamama, negatif sağlık bilincini teşkil etmektedir. Sağlık bilinci ölçeği sonuçları bağlamında; bireylerin sağlıklarına çok önem

veren, sağlıklı yemek yeme için ne gerekiyorsa yapmaya hazır olan ve yaptıklarının sağlıklı olup olmadığını sık sık sorgulayan bir sağlık bilincine sahip olmaya başladıkları kanaatine varılabilir.

Literatürde çalışmanın sonuçlarını destekleyen bazı çalışmalar bulunmaktadır. Wardle ve Steptoe (2003) tarafından yapılan çalışmada; sağlık bilinci, bağımsız olarak egzersiz veya az meyve ve sebze alımının eksikliği ile ilişkilendirilmiş ve düşük sağlık bilinçli insanlar, yüksek sağlık bilinçli insanlardan daha yüksek bir oranda bu davranışları sergilemiştir. Gould (1988) çalışmasında; sağlık bilinci yüksek seviyede olan bireylerin düzenli sağlık kontrolü yapmaya ve kalp hastalığı ve kanseri önlemek için sağlıklı bir diyet sürdürmeye yönelik olumlu tutumlara sahip olduklarının iddia edildiğini ifade etmiştir. Buna dayanarak sağlık faaliyetlerine yönelik tutum üzerinde sağlık bilincinin etkisi olduğu açıktır (Wardle ve Steptoe, 2003: 31). Royne vd. (2014) sağlık bilincinin, tüketicilerin ürünlerin yararlarını algılamada ve yararlı ürünleri kullanma eğilimi göstermede etkili olduğunu bulmuştur. (Jindabot, 2015: 3). Choi ve Zhao (2010) çalışmasında, sağlık bilgisi ve eğitim düzeylerinin sağlık bilgisi işleminde ve sağlıklı davranış seçiminde yardımcı olduğunun tespit edildiğini ve bu sonucun Moorman ve Matulich (1993) bulgularını desteklediğini ifade etmiştir. Sağlık bilgisi konusunda daha eğitilmiş ve bilgilendirilmiş olan katılımcılar, düşük kalorili yemek seçimi konusunda daha fazla fikir birliğine sahip olduğu tespit edilmiştir (Choi ve Zhao, 2010: 246).

Restoran müşterilerinin sağlıklı yemek yeme davranışı, tek boyutlu bir yapı ortaya koymuştur. Sağlıklı yeme davranışı ölçeğindeki tüm maddelerin önemsendikleri söylenebilir. Sun (2008) tarafından yapılan çalışmada, sağlık endişesi ve sağlıklı beslenme davranışları arasında ilişki olduğu tespit edilmiştir. Yirminci yüzyılın sonlarında Avrupa'da veya ABD'de yapılan pek çok çalışma (Hayes ve Ross, 1987; Tuorila ve Pangborn, 1988; Towler ve Shepherd, 1992; Richardson vd., 1993; Wardle, 1993; Steptoe vd., 1995; Tuorila, 1997; Lindeman ve Stark, 1999), sağlıkla ilgili tutumların yiyecek tercihini etkileyen önemli bir faktör olduğunu göstermiştir (Roininen, 2001: 17). Sağlık kaygısı ve beslenme bilgi düzeyleri yüksek olan bireylerin, daha fazla ödeme yaparak sağlıklı yiyecekler satın almak ve yiyecek satın alırken beslenme etiketlerini kullanmada daha istekli olduğu belirlenmiştir. Bu nedenle, sağlık bilinci yüksek tüketicilerin, daha düşük sağlık bilinçli tüketicilerden sağlıklı gıda seçenekleri sunan ve beslenme bilgisi veren restoranlara daha olumlu tepkiler vereceği varsayılmıştır (Lee vd., 2014: 31). Verilen bu örneklerin de desteklediği gibi, sağlık bilincinin sağlıklı yeme davranışını olumlu yönde etkilediği sonucu ortaya çıkmıştır. Ayrıca insanların pozitif sağlık bilinci, sağlıklı yeme davranışını negatif sağlık bilincine kıyasla daha fazla olumlu yönde etkilediği tespit edilmiştir.

Burada şaşırtıcı olan, ancak kültürel nedenlerle açıklanabilecek olan negatif sağlık bilincinin sağlıklı yeme davranışını az da olsa olumlu yönde etkilemesidir. Toplum olarak sakatatlara ve ızgaralara düşkünlüğümüz ortadadır. Etin yanında protein emilimini azaltan yoğurt ve ayran gibi gıdaların tüketilmemesi gerektiğini (Gıda Güvenliği Hareketi, 2009) biliriz, ama böyle davranmaktan da çoğu zaman kendimizi alıkoyamayız. Dolayısıyla, negatif sağlık bilincinin sağlıklı yeme davranışına az da olsa olumlu yönde katkıda bulunduğunu yadırgamamak gerekir. Bu konuda medyanın yapılması veya yenmesi sağlık açısından sakıncalı şeyleri, toplumsal fayda anlamında halka ısrarla duyurmasında fayda vardır.

Sağlıklı yemek yeme taleplerinin arttığı günümüzde, sağlıklı beslenme taleplerine cevap vermesi gereken lokantaların sağlıklı gıda seçenekleri konusunda neler yapılabileceğini belirlemek, teşvik etmek ve yardımcı olmak için lokantalara gereken destek verilmelidir. Restoranlar da kamuoyunun dikkatini sağlıklı beslenmeye teşvik etmedeki rolü üzerine odaklanmalıdır (Jones, 2009: 344). Restoran yöneticilerinin müşterilerin sağlıklı yemek yeme taleplerini dikkate almaları ve bu talebi karşılamak için ilk olarak mönü kartlarında değişikliğe gitmeleri gerektiği öngörülmektedir. Hatta daha da ileri gidilerek bazı restoranların hizmet konseptlerini sağlıklı yemekler üzerine şekillendirmeleri yeni bir akımın doğmasına sebebiyet verebileceği düşünülmektedir. Restoran yöneticilerinin asgari standartları karşılamak için yemek kalitesi, çeşitliliği, sağlık ve hijyen konularında titiz davranmaları gerekmektedir (Özdemir, 2010: 229).

Restoranların sağlıklı yemek hizmeti verebilmeleri için yiyeceklerin üreticileri tarafından doğal ürünlerin üretilmesi de gerekmektedir. Bu konuda üreticilere eğitimler verilmeli ve denetimler arttırılıp, sürekli hale getirilmelidir. Sadece sağlıklı yiyeceklerin üretilmesi ve sağlıklı yemeklerin yapılmasının yeterli olmayacağı aşikârdır. Tüketicilerin sağlıklı yemek yemeğe teşvik edilmesi ve sağlık bilinci oluşturulması için, yaşamın her alanında olduğu gibi, gıda seçimi ve beslenme konusunda da medya yoğun şekilde kullanılmalıdır. Geleneksel gıdaların sağlıklı beslenmedeki önemi üzerinde durularak, sağlıksız beslenmenin gittikçe yaygınlaştığı genç nüfus bilinçlendirilmeli ve hatta beslenmede farkındalık yaratmak bir devlet politikası olarak ele alınmalıdır (Kocatepe ve Tırıl, 2015: 61).

Sağlık bilinci ve sağlıklı yeme davranışı yaratılmasında medyanın, ailenin ve eğitim kurumlarının rolü göz ardı edilmemeli ve bu unsurların etkin kullanımı için çalışmalar başlatılmalıdır. Ellison vd. (2013) tarafından yapılan araştırmada; kalori miktarları gıda paketi üzerine konulduğunda, sağlık bilinçli tüketicilere düşük etki yaptığı bulunmuştur. Buna karşılık, sağlık bilinci düşük tüketiciler, sayısal kalori etiketleri ile daha ilgili gibi görünmektedir, Ayrıca, Hong (2011), medyadaki sağlık mesajlarını bireyin

nasıl benimseyeceği üzerine, sağlık bilincinin, hem doğrudan hem de dolaylı etkiye sahip olduğunu bulmuştur (Jindabot, 2015: 3).

Lappalainen vd. (1997) tarafından yapılan çalışmada; kişilerin sağlıklı yeme konusunda planlar yapabileceği, ancak uygulamada karşılaştıkları zorluklar yüzünden eski yeme alışkanlıklarına geri dönebileceği ifade edilmektedir. Bu zorlukların da genelde; sosyal durumlar, lezzet, yiyeceğin maliyeti, eğitim seviyesi gibi hususları içerdiği belirtilmektedir. Dolayısıyla sağlık bilinci ve sağlıklı yeme davranışı yaratılmasında eğitimin ne kadar önemli olduğu görülmektedir.

Müşterilerin restorana karar vermelerini etkileyen faktörlerden bir tanesinin aile yaşam dönemi olduğunu ifade eden çalışmalar (Lewis 1981; Authy 1992; Gregoire vd., 1995; Kivela vd., 1999a; Yüksel ve Yüksel 2002; Kim vd., 2010; Harrington vd., 2011) bulunmaktadır (Albayrak, 2014: 192). Bireyin ailesiyle geçirdiği dönemde ailesinden aldığı bilgi ve kültürün sağlık bilincinin oluşmasına önemli katkıları olacağı kaçınılmazdır. Oluşan sağlık bilincinin de sağlıklı yeme davranışının yaratılmasına aracılık etmesi muhtemeldir.

Araştırma ile ilgili bir takım kısıtlıklar da mevcuttur. Tesadüfi olmayan kota örnekleme yönteminin kullanılması, araştırma sonuçlarının evrene genellenememesi için önemli bir kısıttır. Yine araştırmaya katılan katılımcıların meslek gruplarına göre dengeli oluşturulamaması, katılımcıların ağırlıklı memurlardan oluşması ayrı bir kısıt olarak görülmektedir. Bununla birlikte, çalışma evreninin özelliği gereği, Kayseri halkının geçmişten gelen beslenme kültürü coğrafi özelliklerinden dolayı ağırlıklı tahıl ürünlerinden yapılan hamur işi dediğimiz yemeklerden oluşmaktadır. Araştırmanın sonuçlarına göre, Kayseri halkında sağlık bilincinin oluşmaya başladığı ve sağlıklı yemeğe doğru yöneldiği ortaya çıksa da, bu tarz beslenen halkın alışkanlıklarını bırakıp, sağlıklı beslenebileceği yiyeceklere yönelmesi oldukça zor görünmektedir. Böylesi bir durum da beslenme alışkanlıklarının yarattığı bir kısıt olarak görülmektedir. Bundan sonraki araştırmalarda araştırmacıların tesadüfi bir yöntemle ve başka bir bölgede araştırma yapmaları önerilebilir.

KAYNAKÇA

Albayrak, A. (2014). Müşterilerin Restoran Seçimlerini Etkileyen Faktörler: İstanbul Örneği. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 25(2), 190-201.

Alpar, R. (2012). *Uygulamalı İstatistik Ve Geçerlik Güvenirlik*, İstanbul: Detay Yayıncılık.

Akamatsu, R., Maeda, Y., Hagihara, A. And Shirakawa, T. (2005). Interpretations And Attitudes Toward Healthy Eating Among Japanese Workers. *Appetite*, 44(1), 123-129.

Bogue, J., Coleman, T. And Sorenson, D. (2005). Determinants Of Consumers' Dietary Behaviour For Health-Enhancing Foods. *British Food Journal*, 107(1), 4-16.

Chen, M. F. (2009). Attitude Toward Organic Foods Among Taiwanese As Related To Health Consciousness, Environmental Attitudes, And The Mediating Effects Of A Healthy Lifestyle. *British Food Journal*, 111(2), 165-178.

Chen, M. F. (2011). The Joint Moderating Effect Of Health Consciousness And Healthy Lifestyle On Consumers' Willingness To Use Functional Foods In Taiwan. *Appetite*, 57(1), 253-262.

Choi, J. And Zhao, J. (2010). Factors Influencing Restaurant Selection In South Florida: Is Health Issue One Of The Factors Influencing Consumers' Behavior When Selecting A Restaurant?. *Journal Of Foodservice Business Research*, 13(3), 237-251.

Croll, J. K., Neumark-Sztainer, D. And Story, M. (2001). Healthy Eating: What Does It Mean To Adolescents?. *Journal Of Nutrition Education*, 33(4), 193-198.

Çokluk, Ö., Şekercioğlu, G. Ve Büyüköztürk, Ş. (2010). *Multivariate Statistics For The Social Sciences: Spss And Lisrel Applications*. Ankara: Pegem Akademi.

Dutta-Bergman, M. J. (2005). Developing A Profile Of Consumer Intention To Seek Out Additional Information Beyond A Doctor: The Role Of Communicative And Motivation Variables. *Health Communication*, 17(1), 1-16.

Hong, H. (2011). An Extension Of The Extended Parallel Process Model (Eppm) In Television Health News: The Influence Of Health Consciousness On Individual Message Processing And Acceptance. *Health Communication*, 26(4), 343-353.

Gıda Güvenliği Hareketi (2009). Beslenmede Doğru Bilinen Yanlışlar. [Http://Www.Gidahareketi.Org/-Beslenmede-Dogru-Bilinen-Yanlislar-606-Haberi.aspx](http://www.gidahareketi.org/-Beslenmede-Dogru-Bilinen-Yanlislar-606-Haberi.aspx) Adresinden 09 Eylül 2017 Tarihinde Edinilmiştir.

Iversen, A. C. And Kraft, P. (2006). Does Socio-Economic Status And Health Consciousness Influence How Women Respond To Health Related Messages In Media? *Health Education Research*, 21, 601-610.

Jayanti, R. K. And Burns, A. C. (1998). The Antecedents Of Preventive Health Care Behavior: An Empirical Study. *Journal Of The Academy Of Marketing Science*, 26(1), 6-15.

- Jindabot, T. (2015). The Relationship Of Thai Consumers' Health Consciousness And Perceived Value: *Prince Of Songkla University, Thailand*, 1-10.
- Jones, C. S. (2009). Taking Up Space? How Customers React To Health Information And Health Icons On Restaurant Menus. *Journal Of Food Service Business Research*, 12(4), 344-363.
- Kalaycı, Ş. (2014). *Spss Uygulamalı Çok Değişkenli İstatistik Teknikleri*, Ankara: Asil Yayın Dağıtım.
- Kocatepe, D. Ve Tırıl, A. (2015). Sağlıklı Beslenme Ve Geleneksel Gıdalar, *Journal Of Tourism And Gastronomy Studies*, 3(1), 55-63.
- Kraft, F. B. Ve Goodell, P. W. (1993). Identifying The Health Conscious Consumer. *Marketing Health Services*, 13(3), 18.
- Lake, A. A., Hyland, R. M., Rugg-Gunn, A. J., Wood, C. E., Mathers, J. C. And Adamson, A. J. (2007). Healthy Eating: Perceptions And Practice (The Ash30 Study). *Appetite*, 48(2), 176-182.
- Lappalainen, R., Saba, A., Holm, L., Mykkanen, H., Gibney, M. J. And Moles, A. (1997). Difficulties In Trying To Eat Healthier: Descriptive Analysis Of Perceived Barriers For Healthy Eating. *European Journal Of Clinical Nutrition*, 51(2), 536.
- Lappalainen, R., Kearney, J. And Gibney, M. (1998). A Pan Eu Survey Of Consumer Attitudes To Food, Nutrition And Health: An Overview. *Food Quality And Preference*, 9(6), 467-478.
- Lee, K., Conklin, M., Cranage, D. A. And Lee, S. (2014). The Role Of Perceived Corporate Social Responsibility On Providing Healthful Foods And Nutrition Information With Health-Consciousness As A Moderator. *International Journal Of Hospitality Management*, 37, 29-37.
- Lin, C. H. (2014). Effects Of Cuisine Experience, Psychological Well-Being, And Self-Health Perception On There Visit Intention Of Hot Springs Tourists. *Journal Of Hospitality & Tourism Research*, 38(2), 243-265.
- Lorinczi, K. (2008). The Effect Of Health Conscious Trends On Food Consumption. In *2008 International Congress, August 26-29, 2008, Ghent, Belgium* (No. 44325). European Association Of Agricultural Economists.
- Maddock, S., Leek, S. And Foxall, G. (1999). Healthy Eating Or Chips With Everything?. *Nutrition & Food Science*, 99(6), 270-277.
- Margetts, B. M., Martinez, J. A., Saba, A., Holm, L., Kearney, M. And Moles, A. (1997). Definitions Of 'Healthy' Eating: A Pan-Eu Survey Of Consumer Attitudes To Food, Nutrition And Health. *European Journal Of Clinical Nutrition*, 51(2), 523.
- Michaelidou, N. And Hassan, L. M. (2008). The Role Of Health Consciousness, Food Safety Concern And Ethical Identity On Attitudes And Intentions Towards Organic Food. *International Journal Of Consumer Studies*, 32(2), 163-170.
- Narayana, N. V. V. S. (March, 2009) Development Of Health Consciousness Scale. *Journal Of Indian Health Psychology*, 3(2), 87-102.

- Özdemir, B. (2010). Dışarıda Yemek Yeme Olgusu: Kuramsal Bir Model Önerisi, *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 21(2): 218-232.
- Roininen, K. (2001). *Evaluation Of Food Choice Behavior: Development And Validation Of Health And Taste Attitude Scales*. University Of Helsinki.
- Sun, Y. H. C. (2008). Health Concern, Food Choice Motives, And Attitudes Toward Healthy Eating: The Mediating Role Of Food Choice Motives. *Appetite*, 51(1), 42-49.
- Tudoran, A., Olsen, S. O. And Dopico, D. C. (2009). The Effect Of Health Benefit Information On Consumers Health Value, Attitudes And Intentions. *Appetite*, 52(3), 568-579.
- Ture, R. S. And Ganesh, M. P. (2012). Effect Of Health Consciousness And Materialvalues On Environmental Belief And Pro-Environmental Behaviours. *International Proceedings Of Economics Development And Research*, 43, 41-45.
- Wardle, J. And Steptoe, A. (2003). Socio Economic Differences In Attitudes And Beliefs About Healthy Lifestyles. *Journal Of Epidemiology And Community Health*, 57(6), 440-443.

EXTENDED SUMMARY

Purpose

The aim of the research was to reveal the impact of restaurant customers' health consciousness on healthy eating habits. The data might assist restaurant owners and managers during the process of changing their menus to promote health and healthy food, as well as establishing the significance of healthy food options for restaurant customers. Therefore, subsequent to the increase in the food businesses and alternatives that offer healthy food, a sector that is more responsive to consumers' healthy eating habits can be established.

Methodology

In the study, which was designed as a descriptive research, the data were collected by means of a questionnaire developed following literature review. It consisted of questions concerning demographics, along with two separate scales for health consciousness and healthy eating habits. Developed by Chen (2011), the first scale, which measured health consciousness, consisted of 11 items while the second scale, which measured participants' healthy eating habits and developed by Dutta-Bergman (2005), consisted of 10 items. Both of them were prepared with 5-point Likert scale response categories (1: Strongly Disagree ... 5: Strongly Agree).

All consumers constituted the population of the study. However, for practical purposes, the target population of the study was limited to the individuals between the ages of 20-64, living in Kayseri and with the habit of eating out at least once a month. Subsequent to acquiring demographic information related to the age groups, which were created with the age range of 5 years, it was decided to carry out quota sampling according to the age groups in the face of the difficulty of random sampling. Consequently, the minimum number of surveys for each age group was determined; and it was found out that the study required at least 400 surveys. Pollsters implemented the questionnaires between the dates of 01 October, 2016 and 31 January, 2017. The data were analysed by means of descriptive statistics, as well as factor and regression analysis.

Findings/Results

45 % of the participants were female while 55 % were male. The age groups of 20-29 and 30-39 respectively constituted approximately one fourth of the participants while the age group of 40-49 constituted approximately one fifth of the participants. Nearly five thirds of the participants were married, and nearly half of them were civil servants. Additionally, nearly half of them had a graduate or higher educational degree. Moreover, 55 % of the participants had a monthly income of 2500-5000 TL.

The Health Consciousness scale was analysed by factor analysis. Consequently, the scale with 8 items revealed a two dimensional structure. The first factor consisted of 5 items and explained 35 % of total variance. "Paying attention to one's health" (0,833), "Consuming healthy food and avoiding junk food" (0,758), "Possessing a high level of health consciousness" (0,732), "Frequently emphasizing health" (0,699), and finally "Giving up everything else for the sake of wellbeing"

(0,686) constituted the first factor, which was named “Positive Health Consciousness”. Among these, “Paying attention to health” is the major item.

The second factor consisted of three items and explained 27 % of total variance. “Not thinking too often about the healthiness of the actions” (0,882), “Not questioning the healthiness of the consumed food” (0,862) and “Not asking oneself constantly if something is good” (0,794) constituted the second factor, which was named “Negative Health Consciousness”. Since the factor loadings of these items were all above 0,700, they all possessed major attributes.

Meanwhile, as a result of the factor analysis of Healthy Eating Habits scale, it was found out that the 9-item scale revealed a one dimensional structure and explained 53 % of total variance. Factor loadings of the items in the Healthy Eating Habits scale are as follows: “Consuming high fibre foods” (0,774), “Avoiding foods with high level of salt” (0,747), “Choosing foods with vitamins and minerals” (0,739), “Avoiding foods with high level of fat” (0,735), “Worrying about consuming excessive sugar” (0,734), “Avoiding foods with high cholesterol levels” (0,718), “Consuming low-calorie foods” (0,713), “Keeping the weight under control” (0,704) and “The desire to get enough calcium” (0,675). The factor was named “Healthy Eating Habits”, and all items of this factor were discovered to be major items (factor loadings > 0.700)

A regression analysis was carried out in order to ascertain the impact of health consciousness on healthy eating habits. Accordingly, the model was discovered to be valid as a whole ($F_{2,548}: 145,061, p < 0,001$) and health consciousness explained 34,4 % of healthy eating habits. Hence, it can be deduced that positive health consciousness influences healthy eating habits more than negative health consciousness. Moreover, a unit increase in positive health consciousness further enhanced healthy eating habits by 0,529 units while negative health consciousness enhanced healthy eating habits by 0,104 units.

Conclusion and Discussion

As a result of the study, which aimed to reveal the impact of restaurant customers’ health consciousness on healthy eating habits, customers’ health consciousness revealed a two-dimensional structure, i.e. positive and negative health consciousness. Paying attention to one’s health, and consuming healthy food and avoiding junk food constituted positive health consciousness. On the contrary, not questioning the healthiness of the prepared and consumed food constituted negative health consciousness. Within the context of health consciousness scale, it can be deduced that individuals have acquired more health consciousness and started to pay more attention to their wellbeing, are ready to make every effort to eat healthy food and frequently question whether or not their actions are healthy.

Restaurant customers’ healthy eating habits revealed a one dimensional structure. It is discovered that all items in the healthy eating habits scale were considered important. Meanwhile, it is also found out that individuals are more and more willing to buy healthy foods by paying more, and read nutritional labels when buying foods. The findings of the study further point out that health consciousness influences healthy eating habits positively. Likewise, the study deduces that positive health consciousness influences healthy eating habits more positively compared to

negative health consciousness. Surprisingly, negative health consciousness, which can be explained through cultural reasons, influences healthy eating habits positively, even if just a bit. Our society is obviously very fond of offal and grills. Even though we know that we should not consume yoghurt or ayran with meat (Food Safety Movement, 2009), most of the time we do not avoid this mixture. Hence, minor positive impact of negative health consciousness on healthy eating habits should not be regarded odd. Therefore, the media should insistently announce inedible things for the benefit of the society.

ÜNİVERSİTE ÖĞRENCİLERİNİN YAŞAM BOYU ÖĞRENME EĞİLİMLERİ

Geliş Tarihi: 24.11.2017

Kabul Tarihi: 24.05.2018

E-ISSN: 2149-3871 **Sayfa:** 23-44

Öğr. Gör. Dr. Davut KARAMAN
Alanya Alaaddin Keykubat Üniversitesi, ALTSO MYO
davut.karaman@alanya.edu.tr
ORCID No: 0000-0001-9097-3460

Öğr. Gör. Ufuk AYDOĞMUŞ
Alanya Alaaddin Keykubat Üniversitesi, ALTSO MYO
ufuk.aydogmus@alanya.edu.tr
ORCID No: 0000-0003-3296-3760

Araştırma Makalesi

ÖZ

Günümüzde ortalama insan ömrünün geçmiş yıllara göre daha uzun olması ve bununla birlikte bilgi kaynaklarındaki hızlı artış insanların sürekli yeni şeyler öğrenmesini zorunlu hale getirmektedir. Yükseköğrenim kurumları sayısındaki nicel artışlar sonucu üniversite öğrenimi gören öğrenci sayısı da eş zamanlı olarak artmaktadır. Bununla birlikte başta teknolojik gelişmeler ve iletişim imkânlarında yaşanan hızlı değişimlere rağmen öğrenim görenlerin, öğrenme düzeylerinde benzer oranda bir artışın görülememesi toplumda genel kabul gören önemli bir durum haline gelmektedir. Söz konusu hedef kitlenin üniversite düzeyinde öğrenim gören kişilerin olması ise olayın önemini daha da artırmaktadır. Bu çalışmada üniversitede öğrenim gören öğrencilerin “yaşam boyu öğrenme” eğilimleri ölçülerek, yeni bilgilere ulaşmaya ne kadar istekli, meraklı ve motive olduklarının ortaya konulması amaçlanmıştır. Bu amaç doğrultusunda, Uşak Üniversitesi Eşme MYO’da farklı programlarda öğrenim gören öğrencilere, geçerliliği ve güvenilirliği test edilmiş altılı likert dereceleme türünde hazırlanan “yaşam boyu öğrenme eğilimlerini belirleme ölçeği” kullanılarak, demografik özellikleri de kapsayan bir ölçekten yararlanılmaktadır. Araştırma sonucu elde edilen veriler için gerekli analizler yapılarak üniversite öğrencilerinin yaşam boyu öğrenme düzeyleri tespit edilmiştir. Buna göre üniversiteye girişin sınavlı veya sınavsız olması büyük önem taşımakta olduğu, cinsiyete ve sınıf düzeylerine göre önemli farklılıkların olduğu ortaya çıkmıştır.

Anahtar Kelimeler: Yaşam Boyu Öğrenme, Güdülenme, Yükseköğrenim.

LIVING LENGTH LEARNING TRENDS OF UNIVERSITY STUDENTS

ABSTRACT

Today, average of life is longer from the past year sat the same time and information sources is increas in grapidly; so that people compulsory to learn constantly new things. Result of quantitative increase in the number of higher education institutions, the number of students in university education is also increasing simultaneously. Despite technological development and rapid changes in communication opportunities, a change can not be seen at a similar rate in the level of learning, it is becoming an important condition generally accepted in the society. Concerning target groups are educated at the university level, so this is further increases the importance of the event. In this study, by measuring "life long learning" trends of students are measured at the university, how much willing to reach new information, to reveal that they are curious and motivated is intended. For this purpose, to students studying in different programs at Usak University Esme Vocational School, "to determine life longlearning tendencies of scale" it has benefited from a scale covering demographic characteristics validity and reliability tested and made in the six-point Likert grading type. As a result, life-longlearning levels of students were determined by making there quired analysis. Accordingly, it is of great importance is that the examination of entrance to university, students have emerged as a significant variation by gender and classlevel.

Keywords: Life Long Learning, Motivation, Higher Education.

1. GİRİŞ

Eğitim; kişileri içerisinde yaşadığı toplumun sağlıklı bir bireyi haline getirmeyi hedefleyen, bu amaçla bireylerde istenilen davranışların sergilenmesini sağlayacak değişiklikleri meydana getirmeyi hedefleyen bir sistemdir (Aksoy, 2013: 23). Eğitim sisteminde aynı anda çok fazla birey eğitim aldığından, kişiye özel programların hazırlanması zorlaşmakta ve tekbir eğitim kalıbıyla aynı özellikte bireyler yetiştirme üzerine yoğunlaşmaktadır. Yaygın eğitim özelliği taşıyan bu sistem bireysel özellikleri göz ardı etmekte ve bireysel bazda ihtiyaçları karşılamada yetersiz kalmaktadır.

Çevresel faktörlerde yaşanan hızlı değişim göz önüne alındığında tek düze bir hal almış ve ihtiyaçları karşılamada yetersiz kaldığı görülen eğitim sisteminin bu değişime ayak uydurması ve yenilenmesi gerekmektedir. Özellikle bilgi-iletişim teknolojileri alanında yaşanan gelişim var olan bilgilerin hızlı bir şekilde tüketilmesine ve güncelliğini yitirmesine sebep olmaktadır. Kitlese eğitim yapıldığı bir sistemde hızla tüketilen bilgilerin aynı hızda yenilenip bireylere tek elden sunulması çok zordur. Ayrıca, yaşanan değişim ve dönüşüm hareketleri bireylerin okullarda öğrendikleri

bilgilerle yaşamlarını devam ettirmelerini de zorlaştırdığı gibi çevresel uyumsuzluklar yaşamlarını da kaçınılmaz kılmaktadır. Bu nedenle bireylerin, çevresel değişimlere hızlı bir şekilde adapte olması ve yabancılaşmayı en aza indirmeleri gerekmektedir.

Yaşanan bu zorluğun aşılması için sistem yöneticileri yeni arayışlar içerisine girmiştir. Bu kapsamda bireylere bilgiyi verme anlayışına dayalı sistemden, bireylere bilgiye ulaşma yollarını öğretme sistemine doğru yönelim başlamıştır (Önal, 2010: 102). Eğitim sistemlerinde ihtiyaç duyulan bu değişimin adı ise “yaşam boyu öğrenme” olarak karşımıza çıkmaktadır. Jarvis (2010) sistemin amacını; bireylerde öğrenme kültürünü oluşturmak olarak ifade etmiştir. Chapman ve Aspin (1997) ise sistemin amacını üç başlıkta açıklamıştır. Bunlar; nitelikli ve alanında uzman iş gücü yaratmak, sürdürülebilir başarıyı yakalamak amacıyla kişisel gelişimin önünü açmak, her yönüyle daha güçlü bir toplum meydana getirmektir. Yaşam boyu öğrenme ile eğitim ve öğrenme insan hayatının sadece bir bölümüne sıkıştırılmaktan kurtarılmış ve tüm hayatı kapsayan bir süreç haline dönüştürülmüş olacaktır (Soran vd., 2006: 202).

2. YAŞAM BOYU ÖĞRENME KAVRAMI VE GELİŞİMİ

Günlük hayatta yaşanan hızlı değişim insanları sürekli yeni şeyler öğrenmek, bilgi ve becerilerini geliştirmek zorunda bırakmaktadır. Çevresiyle olan uyumunu kaybetmek istemeyen bireyler, bu sürece ayak uydurmaya çalışmaktadırlar. Ayrıca, teknolojik gelişmelerin iş dünyasında kullanılmasıyla bireyler yeni beceriler öğrenmek zorunda kalmaktadır. Kendisini yenileyemeyen bireyler ise işsizlik tehlikesiyle karşı karşıyadır. Bu zorlu süreçte bireyleri yaşanan gelişmelere adapte edecek en önemli unsur eğitimidir.

Eğitim, gelişmek ve kalkınmak isteyen toplumların çağlar boyu kullandıkları ana araç olmuştur. Toplumları ileri götüren ve kalkınmasını sağlayan değerler eğitimle oluşan bilgi birikimi sonucunda ortaya çıkmıştır. Eski yıllarda çağın gerektirdiği formlarda uygulanan eğitim süreci, günümüzde yaygın ve örgün olarak uygulanmaktadır (Van Der Veen, 2006). Ancak, gelinen noktada toplumların bilgi tabanlı bir zemine kayması neticesinde mevcut eğitim sistemi yetersiz kalmıştır. Bireylerin, çağın gerektirdiği donanıma sahip olabilmesi ve bunun yollarını araştırabilmesi için, eğitim sistemlerinin kişilere bilgiye ulaşmayı öğretme üzerine odaklanması gerektiği konusu ortaya atılmıştır. Bu noktada ortaya çıkan yaşam boyu öğrenme kavramı, çok eski yıllardan beri tartışıla gelmesine rağmen, uygulanması ve içeriği noktalarında doyurucu ve tatmin edici bir noktaya ulaşılamamıştır (Storey ve Michele, 2018).

Yaşam boyu öğrenme, varolan eğitim sistemini yeniden ele almayı, örgün eğitim sistemi ve bunun yanında diğer tüm sistemlerini ileri götürmeyi amaçlayan bir kavramdır (Güleç vd., 2012: 35). Bir başka tanımlamaya göre yaşam boyu öğrenme, kişilerin yaşamları boyunca bilgilerini, beceri seviyelerini, yeterliliklerini geliştirmeyi amaçlayan tüm etkinliklerdir (Günüç vd., 2012: 309). Yaşam boyu öğrenme örgün, yaygın, mesleki, hizmet içi ve hizmet dışı tüm eğitim süreçlerini kapsamaktadır. Öğrenmenin zaman, mekan ve demografik değişkenlere bağlı kalmaksızın her zeminde ve şartta gerçekleşebileceği inancını içerisinde barındırmaktadır (Dinevski ve Dinevski, 2004). Kavram üzerine pek çok araştırma yapılmış ve kavramın temsil ettiği bazı temel ilkeler belirlenmiştir. Bunlar (Ersoy ve Yılmaz, 2009: 807-808);

- Herkesi kapsayan ve eskilerin bir kenara bırakıldığı temel beceriler geliştirmek,
- İnsan kaynaklarını ön plana alıp bu alana daha fazla yatırım yapmak,
- Öğrenmeye yönelik faaliyetlerin sürekliliğini sağlamak amacıyla teşvik ve destekler sağlamak,
- Yeni ve çağa uygun öğrenme yolları bulmak, var olanları iyileştirmek,
- Toplumun tüm kesiminin bilgiye ulaşmasına olanak sağlamak,
- Yaşam boyu öğrenmenin hayata geçmesi amacıyla sunulan imkânlarla herkesin ulaşmasını sağlamaktır.

Yaşam boyu öğrenme de içsel faktörler büyük önem taşımaktadır. Yani öncelikli olarak bireylerin bu sürece istekli bir şekilde katılmaları gerekmektedir. Çünkü hiç kimse istemediği bir şeyi öğrenmek ve onun için vakit harcamak istemez (Coşkun ve Demirel, 2012: 110). Ayrıca, yaşam boyu öğrenme doğumdan ölüme kadar devam eden bir süreci kapsamaktadır. Yani, süreç yaşamın yalnızca belirli bir zaman dilimini değil tamamını kapsayan ve süreklilik arz eden bir yapıdadır (Nyiri, 1997).

Kavram tarihsel süreç içerisinde birçok kez gündeme gelmiş ve tartışılmıştır. 1919 yılında İngiltere’de Dünya Yetişkin Eğitimi Derneği kurulmuştur. Derneğin amacı orduda ve ülke ekonomisinde önemli rol oynayan sektörlerde çalışan bireylerin kısa süre içerisinde yeni bir eğitime tabi tutulmasıdır. Bu amaç çerçevesinde Dünya Yetişkin Eğitimi Derneği kurulmuştur. Dernek yetişkin eğitiminin önemine dikkat çekmek ve bu yönde bir farkındalık oluşturmak amacıyla Dünya Konferansı adıyla bir etkinlik düzenlemiştir (Field, 2001: 5). Konferansın dünya üzerinde bir hareketlilik meydana getirmesi üzerine 1949’da Danimarka’da ikincisi düzenlenmiştir.

1960 yılında ise Motreal'de 51 ülke temsilcisinin katılımıyla uluslararası nitelikli büyük kongre daha düzenlenmiştir. 1972 yılında ise Tokyo'da aynı konu üzerine bir kongre daha toplanmıştır. Bu kongre somut çıktıları bakımından diğer kongrelere oranla ön plana çıkmıştır (Lowe, 1985).

Konferansta yaşam boyu eğitim ile belirlenen temel ilkeler şu şekildedir (Lowe, 1985);

- Yaşam boyu öğrenme mevcut eğitim sistemlerinden ayrı düşünülmemelidir.
- Yaşam boyu öğrenmenin uygulanmasıyla ilgili gerekli yasal düzenlemeler yapılmalıdır.
- Yaşam boyu öğrenme kavramı, mevcut eğitim sistemlerinin bir alternatifi değildir. Var olan tüm eğitim sistemlerini kapsayan çatı bir kavram niteliği taşımaktadır.

Montreal Konferansı ile uluslararası bir nitelik kazanan kavram, Tokyo'da gerçekleştirilen Yaşam Boyu Eğitim Çerçevesinde Yetişkin Eğitimi Konferansı ile daha somut bir hal almaya başlamıştır. 1970'li yıllarda kavramın ülke eğitim sistemlerine girebilmesine yönelik önemli adımlar atılmaya başlanmıştır. UNESCO bu çabaların öncülüğünü yapan kurum olmuştur. Avrupa Konseyi ise kavramı derinlemesine incelemek suretiyle hızla uygulamanın yollarını aramaya başlamıştır. İlerleyen yıllarda Avrupa ülkelerinin ekonomik alanda yakaladığı başarılar özellikle gelişmekte olan ve az gelişmiş üçüncü dünya ülkelerinin hayat boyu öğrenme kavramına olan ilgisini arttırmıştır.

Kavram ile ilgili en fazla girişimi Avrupa Topluluğu'nun yapması, bu alanda yaşanan ilklerinde bu topluluk içerisinde çıkmasında önemli rol oynamıştır. Avrupa topluluğu içerisinde işsizlerin yeniden işgücü piyasasına kazandırılmaya çalışılması, mesleki eğitimin daha sistematik bir hale getirilme çabaları, bireylerin işgücü piyasasının gereklerini karşılayacak bir donanıma sahip olmalarına yönelik arayışlar Avrupa Topluluğu'nun hayat boyu öğrenme kavramına olan ilgisinin temel nedenleri olarak karşımıza çıkmaktadır (Aksoy, 2013: 37).

Kavramın ilk ortaya çıkış sürecine ve 2000'li yıllar öncesinde kavramla ilgili çalışmalara bakıldığında kavramın ilk olarak ekonomik düşünce üzerine inşa edildiği sonucuna ulaşılmaktadır. Çünkü kavramın ana amaçlarından birisi nitelikli iş gücü oluşturabilmektir (Weisskirch, 2018). Birçok ülke, hayat boyu öğrenme kavramını nitelikli iş gücü oluşturmak ve ekonomik kalkınmayı sağlayabilmek amacıyla ele almış ve bu yönde kullanmaya çalışmıştır. Günümüze gelindiğinde ise kavramın yalnızca bu

düşünceye sıkıştırılıp bırakılmasının yanlış olduğu görülmektedir. Son zamanlarda yapılan çalışmalarda kavramın bu sığılıktan çıkartılıp kavramsallaştırılması üzerine yoğunlaşmıştır. Bu kapsamda kavramının yalnızca ekonomik hayata değil aynı zamanda sosyal hayata olan katkıları da ele alınmaya başlanmıştır.

Hayat boyu öğrenme kültürünün bir toplum içerisinde yerleşebilmesi için örgün eğitim kurumları tek başına yeterli değildir. Çünkü örgün eğitim birey yaşantısının belirli bir dönemini kapsamakta ve sonraki dönem yaşantısına etki edememektedir. Bu nedenle bireyleri yaşam boyu öğrenme konusunda teşvik edecek ve motivasyonu yükseltecek başka kurumlara ihtiyaç duyulmaktadır. Aksoy (2013: 44) kütüphaneler, yerel yönetimler, işverenler, sosyal hizmet kuruluşları ve kültürel gruplar gibi kuruluşların bu yolda sorumluluk alması gerektiğini ve içerisinde faaliyet gösterdikleri toplum için yeni öğrenme fırsatları sunmaları gerektiğini belirtmiştir. Ancak bu şekilde yaşam boyu öğrenme hayatın tüm fakültelerine yayılabilir ve bireyler bu yolda motive edilebilir.

3. YAŞAM BOYU ÖĞRENMEYİ ETKİLEYEN TEMEL FAKTÖRLER

Yaşam boyu öğrenme süreci kendine has temel özelliklere sahiptir. Bütünsellik, entegrasyon, esneklik, demokratikleşme ve kendini gerçekleştirme sürecini belirleyen ve bireylerin sürece uyumu üzerinde etkin rol oynayan karakteristik özellikleridir. Yaşam boyu öğrenme süreci bireylerin örgün eğitimden başlayarak hayatları boyunca devam eden öğrenme süreçlerini kapsamaktadır. Bu haliyle bütünsel bir nitelik taşımaktadır. Örgün eğitim sistemine, okul dışı yaşamı da eklemek amacını taşımaktadır. Bu haliyle entegrasyon özelliğini taşımaktadır. Kavram esnek bir yapıdadır. Yeniliklerin öğrenilmesine yöneliktir ve bu yüzden her türlü değişikliğe kolayca adapte edilebilmektedir. Yaşam boyu öğrenme yalnızca okul çağındaki nüfusu değil toplumun tüm kesimini kapsamakta ve herkese çağın gereklerine uygun bilgileri öğrenme fırsatı sunmaktadır. Bu haliyle demokratik bir yapıdadır. Bireylere yaşamları boyunca yeteneklerini keşfetme ve bunları geliştirme imkânı sunmaktadır. Bu haliyle kendini gerçekleştirme özelliğini bünyesinde barındırmaktadır (Cropley ve Dave, 1978; Osborne, 2018).

Bireyler kendilerini gerçekleştirmek için yeteneklerini sürekli geliştirmek ve çağın gereklerine uygun bir hale getirmeleri gerekmektedir. Bu nedenle yaşam boyu öğrenmeye ihtiyaç duyarlar (Blaschke, 2018). Ancak, bireylerin tamamının yaşam boyu öğrenme hedefine ulaşması zordur. Çünkü, bu hedefe giden yolda bireylerin karşılaşacağı pek çok durum ve yaşam boyu

öğrenme sürecini etkileyen birçok faktör bulunmaktadır. Günüş ve arkadaşları (2012) yapmış oldukları çalışma ile yaşam boyu öğrenme sürecini etkileyen faktörleri kavramsal bir çerçevede ortaya koymuştur. Kişiler yaşamları boyunca örgün ve yaygın eğitim sistemlerinin yanı sıra yaşamak yoluyla edindiğı tecrübelerle de öğrenmeye devam etmektedir. Bu süreç kavramsal modelin ilk tabakasını oluşturmaktadır. İlk tabakada devam eden süreç sonucunda bireyler kişisel, mesleki ve sosyal anlamda gelişim göstermektedir. Devam eden bu süreci etkileyen faktörler ise çalışmada yer aldığı şekilde aşağıda verilmiştir (Günüç vd., 2012: 313).

Yaş: Bireyler her yaş döneminde yeni şeyler öğrenmeye ve yeni tecrübeler kazanmaya devam etmektedir. Formel ve informel bir süreç içerisinde devam eden bu öğrenme süreci yaş dönemleri içerisinde farklılıklar göstermektedir. Yetişkinlik döneminde bireyler daha bilinçli ve planlı bir şekilde hareket edebilmektedir. Çocukluk döneminde öğrenme faaliyetleri kişilerin iradeleri dışında ve bilinçsiz bir şekilde gerçekleşirken, yetişkinlik döneminde bireylerin daha fazla tecrübe sahibi olmaları nedeniyle kendi belirledikleri hedefler ve yaptıkları planlamalar doğrultusunda öğrenme sürecine yön verebilmektedirler.

Ekonomi ve Politika: Yaşam boyu öğrenme uygulamalarına ilişkin dönemler ülkelerin plan ve politikalarına göre değişiklikler gösterebilmektedir. Bazı ülkeler işsizliğe çare bulmak ve kadınları ekonomik yaşama dâhil etmek amacıyla programları yetişkinlik döneminde uygularken, bazı ülkeler ise yaşam boyu öğrenmenin kültürel bir hal alması ve topluma yerleşebilmesi için çocukluk döneminden başlayarak uygulamaktadır (Beycioğlu ve Konan, 2008: 378-379).

Motivasyon: Yaşam boyu öğrenme süreci zorunlu bir süreç olmadığından, bireylerin bu süreç içerisine girmeleri ve yaşam boyu öğrenmeyi devam ettirebilmeleri için ihtiyaç duydukları en önemli şey motivasyondur. Süreç içerisinde bireyler pek çok sorunla karşılaşabilmekte ve bunlarla mücadele etmek ve yaşam boyu öğrenmeye devam etmek için yüksek motivasyona ihtiyaç duymaktadırlar. Yapılan çalışmalarda motivasyon ve istekliliğın yaşam boyu öğrenme süreci üzerinde önemli etkileri olduğu ve isteksiz bireylerin süreci devam ettirmekte zorlandıkları tespit edilmiştir (Coşkun ve Demirel, 2012: 116; Ayaz, 2016: 45).

Rol Model Olarak Öğretmen: Yaşam boyu öğrenme sürecinde öğretmenlerin önemli bir rolü bulunmaktadır. Öğretmenler, özellikle yaşam boyu öğrenmenin erken yaşlarda ve okul çağındaki çocuklar tarafından özümsemesi konusunda topluma rol model olması beklenmektedir (Gencel, 2013: 248). Öğretmenlerinde öğrenmeye ihtiyacı olduğu ve her konuyu

bilmediği konusunun yaşam boyu öğrenen bireylere aktarılması ve bu yolla sürece motive olmalarının sağlanması gerekmektedir (Günüç vd., 2012: 315).

Eğlenerek Öğrenme: Öğrenme süreci üzerine yapılan birçok araştırmada bireylerin eğlenerek öğrenmelerinin, öğrenme sürecini kolaylaştırdığını ortaya koymuştur (Özyürek ve Çavuş, 2016). Bu nedenle öğrenme sürecinde bireylerin neşeli vakit geçirmelerinin sağlanması hem öğrenmelerini kolaylaştıracak hem de öğrenme sürecine ilişkin motivasyon seviyesinin yüksek kalmasına olanak sağlayacaktır.

Kültürel Yapı: Öğrenme sistemleri toplumdan topluma farklılıklar göstermektedir. Bu nedenle ülkelerin yaşam boyu öğrenmeye yönelik ilgisi de az veya çok olabilmektedir. Yaşam boyu öğrenme sürecinin önemli faydalar getireceğini gören ülkeler bu yönde plan ve politikalar yapmak suretiyle vatandaşlarını yaşam boyu öğrenme sürecine doğru yönlendirmişlerdir. Bu ülkeleri gelişmişlik düzeyinde ilerleme yaşanması ve başka ülkelerin dikkatini çekmiş ve yaşam boyu öğrenme sürecinin eğitim politikaları arasına girmesine olanak sağlamıştır.

Okuryazarlık: Ülkelerin ekonomi alanında gelişmesi ve küresel alanda yer alabilmesinin önemli değişkenlerinden birisi okuryazarlık oranıdır (Aksoy, 2013: 35). Çünkü toplumu oluşturan bireylerin toplumsal birikimlerden istifade etmeleri, toplum içerisinde yer alan bilgileri kullanmayı öğrenmeleri ve toplumu ileriye götürecek değişimlere imza atabilmeleri okuryazarlıkla mümkündür (Önal, 2010: 106). Etkin bir yaşam boyu öğrenme süreci için bireylerin okuryazarlık türleri hakkında bilgi sahibi olması ve bunları kullanma yetilerinin olması gerekmektedir. Bilgisayar okuryazarlığı, e-okuryazarlığı, gazete okuryazarlığı, bilgi okuryazarlığı, politika okuryazarlığı, medya okuryazarlığı (Bruce, 2003) bunların başında gelmektedir.

Tutum: Bireylerin öğrenmeye yönelik tutumu gerek öğrenme sürecine girmeleri, gerekse de bu süreç içerisinde yeni şeyler öğrenme durumları üzerinde büyük bir etkiye sahiptir. Yaşam boyu öğrenme sürecine karşı istekli olan bireyler kişisel açıdan daha fazla gelişim gösterme şansına sahip olacakları gibi, karşılaşılan sorun ve problemlerde sürecin devam edebilmesi için gerekli motivasyonu da bu istek sayesinde yakalayabileceklerdir.

Yeterlilikler: Yaşam boyu öğrenme sürecinden bireylerin elde edeceği çıktılar, bazı yeterliliklere sahip olmaları ile mümkün olacaktır. Bu yeterlilikler ana dil ve yabancı dili kullanma düzeyi ve iletişim becerisi, matematik okuryazarlığı, analitik düşünce, dijital dünyaya yönelik yeterlilik seviyesi, öğrenmeyi öğrenme becerisi, girişimcilik vb.'dir (Günüç, 2012:316).

Bilgi ve İletişim Teknolojileri: Bilgi ve iletişim teknolojilerinin kullanımının öğrenme süreçleri üzerinde önemli bir etkisi olduğu yadsınamaz bir gerçektir. Çağımızın teknoloji çağı olması ve teknolojinin hayatın her alanına girdiği göz önüne alındığında, eğitim ve öğretim süreçlerinin bu teknolojilerden bağımsız olması düşünülemez. Bu nedenle yaşam boyu öğrenme süreci ile bilgi ve iletişim teknolojileri arasında da sıkı bir ilişki vardır (Beycioğlu ve Konan, 2008). Bireyler sürekli değişen ve güncellenen teknolojilere adapte olabilmek için yaşam boyu öğrenme becerisine ihtiyaç duydukları gibi, yaşam boyu öğrenme sürecinin daha hızlı ve sağlıklı bir şekilde ilerleyebilmesi içinde bilgi ve iletişim teknolojilerine gereksinimleri vardır.

Deneyim: Rowell ve Kazanas (1998) bireylerin sahip oldukları tecrübelerle yeni şeyler kazandıklarını belirtmektedir. Günüş ve arkadaşları (2012: 317) ise öğrenme alışkanlığını kazanmış öğrenme süreciyle ilgili planlama yapabilen ve süreç sonunda sorunlarla başa çıkabilme yetisi kazanan bireylerin öğrenme sürecine ilişkin yüksek düzeyde deneyime sahip olabileceklerini ifade etmişlerdir.

4. METODOLOJİ

Bu çalışmanın amacı meslek yüksekokulu öğrencilerinin yaşam boyu öğrenme düzeylerini ve demografik açıdan belirleyenlerini tespit etmektir. Yükseköğretim, bireylerin formel eğitim sistemi içerisinde eğitimlerini aldıkları son noktayı teşkil etmektedir. Örgün eğitim sisteminde bu noktadan sonra bireyleri yeni şeyler öğrenmeleri adına motive edici bir basamak bulunmamaktadır. Yani bireylerin bu aşamada hazır bulunuşluk noktasına ulaşmış olması gerekmektedir. Bunun yanında, örgün eğitim hayatı sonrasında, çevresel değişimlere ayak uydurabilecek, yeni gelişmelere kolayca adapte olabilecek donanıma da sahip olması gerekmektedir.

Bireylerin tüm bu gereklilikleri yerine getirebilmeleri yaşam boyu öğrenme güdüsüne sahip olmalarından geçmektedir. Bireylerin içsel motivasyonları ve çevresel değişim ve dönüşümler onları eğitim hayatı sonrası öğrenmeye teşvik eden yegane etkenler olmaktadır. Bu amaçla eğitim hayatından, iş hayatına geçişte eşik olarak kabul edilebilecek yükseköğretim kurumları araştırmanın evreni olarak belirlenmiştir. Çalışmanın alt problemleri ise aşağıdaki gibidir:

- Yükseköğrenim öğrencilerinin öğrenmeyi düzenleme yetkinlikleri var mıdır?
- Yükseköğrenim öğrencilerinin yaşam boyu öğrenmeyi sağlamada içsel motivasyon ve merak düzeyleri yeterli midir?

Bir durum tespiti yapmak amacını taşıyan bu çalışma da Coşkun (2009) tarafından geliştirilen ve altılı likert (çok uyuyor, kısmen uyuyor, çok az uyuyor, çok az uymuyor, kısmen uymuyor, hiç uymuyor) dereceleme türünde hazırlanmış olan “Yaşam Boyu Öğrenme Eğilimlerini Belirleme Ölçeği” ile veriler elde edilmiştir. Ölçek içerisinde yer alan 27 soru “güdülenme, motivasyon” (6 madde, olumlu), “sebat” (6 madde, olumlu), “öğrenmeyi düzenlemede yoksunluk” (6 madde, olumsuz) ve “merak yoksunluğu”(9 madde, olumsuz) olmak üzere dört faktör altında toplanmıştır.

Araştırmanın çalışma grubunu Uşak Üniversitesi Eşme Meslek Yüksekokulu’nda öğrenim gören öğrenciler arasından tesadüfi örneklem yoluyla seçilmiş, farklı bölüm ve sınıflarda okuyan 324 öğrenci oluşturmaktadır.

Örneklem grubundan elde edilen veriler SPSS programında analiz edilerek bulgular yorumlanmıştır. Bulgular %95 güven aralığında, %5 anlamlılık düzeyinde değerlendirilmiştir. Ölçeğin güvenilirliği hesaplanmış ve $\alpha=0,837$ bulunmuştur. Böylece ölçeğin yaşam boyu öğrenme eğilimlerini belirlemede verilerin oldukça güvenilir olduğu görülmüştür. Ölçeğin yapısal geçerliliği ise faktör analizi aracılığıyla test edilmiştir. Elde edilen bulgular diğer analiz bulgularıyla birlikte aşağıda sunulmuştur.

a. Bulgular ve Yorum

Çalışma kapsamında elde edilen verilerin analizi sonrası önemli bulgulara ulaşılmıştır. Örneklem grubunda yer alan katılımcıları daha iyi tanımak ve haklarında bilgi sahibi olabilmek amacıyla, bulgular bölümünde ilk olarak katılımcıların demografik profili sunulmuştur (Bkz. Tablo 1). Buna göre katılımcıların %42’si erkek, %58’i ise kadındır. Katılımcıların tamamına yakını (%91) 17-22 yaş aralığında yer almaktadır. Üniversite okumakta olduğu bölüme sınav ile yerleşen katılımcıların oranı %91.4’tür. Katılımcıların %34.9’u bankacılık ve sigortacılık bölümünde eğitim görürken, %25’i lojistik, %20.1’i laborant ve veteriner sağlığı, %11.7’si büro yönetimi ve yönetici asistanlığı, %8.3’ü muhasebe ve vergi uygulamaları bölümlerinde eğitim almaktadır. Birinci sınıfta olan katılımcıların oranı %55.2, ikinci sınıfta olan katılımcıların oranı %37.7, sınıf tekrarı yapan katılımcıların oranı ise %7.1’dir.

Tablo 1: Katılımcıların Demografik Profili

Cinsiyet	n	%	Bölüm	n	%
Bay	136	42	Bankacılık ve Sigortacılık	113	34,9
Bayan	188	58	Büro Yönetimi ve Yönetici As.	38	11,7
Yaş	n	%	Muhasebe ve Vergi Uyg.	27	8,3
17-22	295	91	Lojistik	81	25
23-28	27	8,3	Laborant ve Veteriner Sağ.	65	20,1
29-34	2	0,6	Sınıf	n	%
35 ve üzeri	0	0	Birinci Sınıf	179	55,2
Yerleşme Türü	n	%	İkinci Sınıf	122	37,7
Sınavlı	296	91,4	Tekrar	23	7,1
Sınavsız	28	8,6			

Tablo 2’de ölçeğe yönelik ortalamalar gösterilmiştir. Analiz sonucunda elde edilen faktör ortalamalarına bakıldığında katılımcıların motivasyon ($\bar{X}=1.79$) ve sebat ($\bar{X}=2.43$) konularında iyi durumda oldukları; merak ($\bar{X}=3.87$) ve öğrenmeyi düzenleme ($\bar{X}=4.03$) konularında ise bazı sorunlar yaşadıkları, yeni şeyler öğrenme konusunda yetersiz oldukları ifade edilebilir.

Katılımcıların kendimi geliştirmek için farklı alanlarda yeni bilgi ve beceriler kazanmak tam bana göredir ($\bar{X}=1.58$), kişisel gelişimimi sağlayacağına inanırsam her türlü bilgiyi kolaylıkla öğrenebilirim ($\bar{X}=1.59$), hayattaki öncelikli hedeflerimden birisi de sürekli yeni bilgi ve beceriler kazanarak kişisel gelişimimi sağlamaktır ($\bar{X}=1.84$), yeterli maddi olanaklara sahip olsam da kişisel gelişimim için yeni bilgi ve beceriler kazanmaya devam ederim ($\bar{X}=1.77$), sürekli yeni şeyler öğrenmek benim için bir tutkudur ($\bar{X}=1.86$), yeni bilgi ve beceriler öğrenme konusunda arkadaşlarımdan daha istekliyim ($\bar{X}=2.14$) önermelerine verdikleri yüksek düzeyli olumlu cevaplar, *motivasyon* konusunda çok iyi durumda olduklarını göstermektedir.

Katılımcıların öğrendiğim konu zor ve karmaşık da olsa onu en iyi biçimde öğrenmek için çabalarım ($\bar{X}=2.13$), öncelikli hedeflerimi gerçekleştirirken bunlarla ilgili olmayan yeni bilgi ve beceriler de kazanmaya çalışırım ($\bar{X}=2.19$), herhangi bir zorunluluk olmadan yeni bilgi ve beceriler kazanmak için kendiliğimden çabalarım ($\bar{X}=2.23$), zamanımın büyük bir kısmını öğrenmek amacıyla araştırma yapmaya harcamak hoşuma gider ($\bar{X}=2.62$), programım yoğun olsa bile, kendi kendime yeni bilgi ve beceriler öğrenmek için fırsatlar yaratırım ($\bar{X}=2.69$), yeni bilgi ve beceriler öğrenebilmek için özel harcamalarımdan pay ayırırım ($\bar{X}=2.74$) önermelerine verilen cevaplar *sebat faktörünün* ortalamasını olumlu yönde yükseltmiştir.

Mesleğimle ilgili olmayan konularda yeni bilgi ve beceriler kazanmanın bana yararı olacağına inanmam ($\bar{X}=3.73$), mesleğimle ilgili yeni karşılaştığım bir bilgi veya beceriyi öğrenmekte zorlanacağımı düşünüyorum ($\bar{X}=3.77$) gibi ifadeler katılımcıların *öğrenmeyi düzenleme* noktasındaki ortalamalarını kısmen düşüren önermeler olarak tespit edilmiştir. Kişisel gelişimim için harcayacağım zamanı sevdiğilerimle birlikte geçirmeyi tercih ederim ($\bar{X}=3.13$), zorunlu haller dışında yeni şeyler öğrenmek için çaba harcamak yerine, hobilerimle ilgilenmeyi tercih ederim ($\bar{X}=3.41$), zorunlu değilsem (sınav, proje vb. için) zamanımı araştırma yaparak kaybetmek istemem ($\bar{X}=3.81$) ve öğrendiğim konudan sorumlu değilsem (sınav vb. olmayacaksam) eksiklerimi tamamlamak için çaba harcamayı gerekli görmem ($\bar{X}=3.85$) ifadelerine verilen cevaplar ise *merak faktörüne* ait ortalamayı önemli oranda düşüren ifadeler olarak belirlenmiştir.

Tablo 2: Ölçeğe İlişkin Ortalamalar Tablosu

Faktörler ve Önermeler	\bar{X}
Faktör 1. Motivasyon	1,79
1. Kendimi geliştirmek için farklı alanlarda yeni bilgi ve beceriler kazanmak tam bana göredir.	1,58
2. Kişisel gelişimimi sağlayacağına inanırsam her türlü bilgiyi kolaylıkla öğrenebilirim.	1,59
3. Hayattaki öncelikli hedeflerimden birisi de sürekli yeni bilgi ve beceriler kazanarak kişisel gelişimimi sağlamaktır.	1,84
4. Yeterli maddi olanaklara sahip olsam da, kişisel gelişimim için yeni bilgi ve beceriler kazanmaya devam ederim.	1,77
5. Sürekli yeni şeyler öğrenmek benim için bir tutkudur.	1,86
6. Yeni bilgi ve beceriler öğrenme konusunda arkadaşlarımdan daha istekliyim.	2,14
Faktör 2. Sebat	2,43
7. Zamanımın büyük bir kısmını öğrenmek amacıyla araştırma yapmaya harcamak hoşuma gider.	2,62
8. Programım yoğun olsa bile, kendi kendime yeni bilgi ve beceriler öğrenmek için fırsatlar yaratırım.	2,69
9. Yeni bilgi ve beceriler öğrenebilmek için özel harcamalarımdan pay ayırırım.	2,74
10. Herhangi bir zorunluluk olmadan yeni bilgi ve beceriler kazanmak için kendiliğimden çabalarım.	2,23
11. Öncelikli hedeflerimi gerçekleştirirken bunlarla ilgili olmayan yeni bilgi ve beceriler de kazanmaya çalışırım.	2,19
12. Öğrendiğim konu zor ve karmaşık da olsa onu en iyi biçimde öğrenmek için çabalarım.	2,13

Faktör 3. Öğrenmeyi Düzenlemede Yoksunluk	4,03
13. Mesleğimle ilgili olmayan konularda yeni bilgi ve beceriler kazanmanın bana yararı olacağına inanmam.	3,73
14. Sadece kişisel gelişimimi sağlamak için sürekli yeni bilgi ve beceriler kazanmak bana anlamsız gelir.	4,11
15. Çevremdekilerin öğrenme sürecime yapacakları katkıları önemsemem.	4,02
16. Zorunlu haller dışında mesleğimle ilgili bilgi kaynaklarını (kitap, internet vb.) kullanmam.	4,39
17. Mesleğimle ilgili yeni karşılaştığım bir bilgi veya beceriyi öğrenmekte zorlanacağımı düşünüyorum.	3,77
18. Öğrendiklerimle ilgili olarak kendi kendimi değerlendirmem yeni konuları öğrenmeme engel olur.	4,16
Faktör 4. Merak Yoksunluğu	3,87
19. Zorunlu değilsem (sınav, proje vb için) zamanımı araştırma yaparak kaybetmek istemem.	3,81
20. Kişisel gelişimim için harcamayacağım zamanı sevdiğilerimle birlikte geçirmeyi tercih ederim.	3,13
21. Öğrendiğim konudan sorumlu değilsem (sınav vb. olmayacaksam) eksiklerimi tamamlamak için çaba harcamayı gerekli görmem.	3,85
22. Zorunlu olmadıkça sadece yeni şeyler öğreneceğim diye kurs ve seminerlere katılmanın bana zaman kaybettireceğini düşünürüm.	4,29
23. Sadece merak ediyorum diye bir konuyu öğrenmek için vakit ayırmam.	4,33
24. Kütüphanelerin sıkıcı yerler olduğunu düşünürüm.	4,17
25. Zorunlu haller dışında yeni şeyler öğrenmek için çaba harcamak yerine, hobilerimle ilgilenmeyi tercih ederim.	3,41
26. Eğer beni maddi olarak sıkıntıya düşürecekse yeni bilgi ve beceriler öğrenmek için çaba harcamak istemem.	3,65
27. Sürekli yeni bilgi ve beceriler öğrenmek zorunda hissetmek beni rahatsız eder.	4,26

Tablo 3’de gösterildiği gibi yaşam boyu öğrenme ölçeğini oluşturan dört boyutun birbirleriyle olan ilişkilerini test etmek amacıyla korelasyon analizi gerçekleştirilmiştir. Buna göre motivasyon ve sebat ($r=,683$; $p=,000<,01$) arasında pozitif yönlü anlamlı bir ilişki vardır. Motivasyon ile ÖDY ($r=-,187$; $p=,000<,01$) ve MY ($r=-,271$; $p=,000<,01$) arasında ise negatif yönlü anlamlı bir ilişki vardır. Sebat ile MY ($r=-,216$; $p=,000<,01$) arasında negatif yönlü anlamlı bir ilişki vardır. ÖDY ile MY arasında ($r=,688$; $p=,000<,01$) arasında pozitif yönlü anlamlı bir ilişki vardır. Sebat ile ÖDY arasında negatif yönlü bir ilişki olmasına rağmen bu ilişki istatistiksel açıdan anlamlı bulunmamıştır ($r=-,063$; $p=,125>,05$).

Tablo 3: Faktörler Arası İlişkilere Yönelik Korelasyon Analizi

Değişkenler	1.	2.	3.	4.
1.Motivasyon	1			
2.Sebat	,683*	1		
3.ÖDY	-,187*	-,063	1	
4.MY	-,271*	-,216*	,688*	1

ÖDY: Öğrenmeyi Düzenlemede Yoksunluk

MY : Merak Yoksunluğu

Tablo 4’te merak faktörünün cinsiyetlere göre farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla t testi gerçekleştirilmiştir. Analiz sonucunda anlamlı bir farklılığa rastlanmıştır ($t=-3,200$; $p=,002<,05$). Buna göre bayan katılımcılar ($\bar{X}=4.07$), erkek katılımcılara oranla ($\bar{X}=3.60$) merak yoksunluğu konusunda daha az sorun yaşamakta olduğu veya başka bir ifade bayan katılımcıların öğrenme faaliyetlerine karşı daha meraklı oldukları görülmektedir.

Tablo 4: Merak Faktörünün Cinsiyet Değişkenine Göre Değerlendirilmesi

Değişken	N	\bar{X}	T	p
Bay	136	3,60		
Bayan	187	4,07	-3,200	0,002

Tablo 5’de motivasyon faktörünün yerleşme türü değişkenine göre farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla t testi gerçekleştirilmiştir. Analiz sonucunda anlamlı bir farklılığa rastlanmıştır ($t=-3,516$; $p=,001<,05$). Buna göre okumakta olduğu bölüme sınav ile gelen öğrencilerin motivasyon seviyesi ($\bar{X}=1.78$), sınavsız gelen öğrencilere ($\bar{X}=3.60$) oranla daha yüksektir.

Tablo 5: Motivasyon Faktörünün Yerleşme Türü Değişkenine Göre Değerlendirilmesi

Değişken	N	\bar{X}	T	p
Sınavlı	296	1,78		
Sınavsız	27	3,98	-3,516	0,001

Tablo 6’da sebat faktörünün yerleşme türü değişkenine göre farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla t testi gerçekleştirilmiştir. Analiz sonucunda anlamlı bir farklılığa rastlanmıştır ($t=-2,224$; $p=,003<,05$). Buna göre okumakta olduğu bölüme sınav ile gelen öğrencilerin sebat durumu ($\bar{X}=2.43$), sınavsız gelen öğrencilere ($\bar{X}=3.47$) oranla daha yüksektir.

Tablo 6: Sebat Faktörünün Yerleşme Türü Değişkenine Göre Değerlendirilmesi

Değişken	N	\bar{X}	T	p
Sınavlı	296	2,43	-2,224	0,003
Sınavsız	27	3,47		

Tablo 7’de merak yoksunluğu faktörünün yerleşme türü değişkenine göre farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla t testi gerçekleştirilmiştir. Analiz sonucunda anlamlı bir farklılığa rastlanmıştır ($t=-1,367$; $p=,027<,05$). Buna göre okumakta olduğu bölüme sınav ile gelen öğrenciler ($\bar{X}=3.85$), sınavsız gelen öğrencilere ($\bar{X}=4.20$) oranla merak hususunda daha az sorun yaşamaktadır. Başka bir ifade ile sınavlı gelen öğrencilerin öğrenme konusunda daha meraklı oldukları söylenebilir.

Tablo 7: Merak Yoksunluğu Faktörünün Yerleşme Türü Değişkenine Göre Değerlendirilmesi

Değişken	N	\bar{X}	T	p
Sınavlı	296	3,85	-1,367	0,027
Sınavsız	27	4,20		

Tablo 8’de motivasyon faktörünün sınıf değişkenine göre farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla varyans analizi yapılmıştır. Analiz sonucunda anlamlı bir farklılığa rastlanmıştır ($F=3,112$; $p=,015<,05$). Buna göre birinci sınıfta öğrenim görmekte olan öğrencilerin motivasyon seviyesi ($\bar{X}=1.70$), ikinci sınıfta öğrenim gören ($\bar{X}=1.86$) ve sınıf tekrarı yapan öğrencilere oranla ($\bar{X}=2.81$) biraz daha yüksektir.

Tablo 8: Motivasyon Faktörünün Sınıf Değişkenine Göre Değerlendirilmesi

Değişken	N	\bar{X}	F	p
Birinci Sınıf	179	1,70		
İkinci Sınıf	122	1,86	3,112	,015
Tekrar	23	2,81		

Tablo 9’da öğrenmeyi düzenlemede yoksunluk faktörünün sınıf değişkenine göre farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla varyans analizi yapılmıştır. Analiz sonucunda anlamlı bir farklılığa rastlanmıştır ($F=12,143$; $p=,000<,05$). Buna göre birinci sınıfta öğrenim görmekte olan öğrenciler ($\bar{X}=4.47$) öğrenmeyi düzenleme konusunda ikinci

sınıfta öğrenim gören ($\bar{X}=3.98$) ve sınıf tekrarı yapan öğrencilere oranla ($\bar{X}=3.75$) daha az sorun yaşamaktadır.

Tablo 9:Öğrenmeyi Düzenlemede Yoksunluk Faktörünün Sınıf Değişkenine Göre Değerlendirilmesi

Değişken	N	\bar{X}	F	p
Birinci Sınıf	179	4,47		
İkinci Sınıf	122	3,98	12,143	,000
Tekrar	23	3,75		

5. SONUÇ VE ÖNERİLER

Araştırma sonucuna göre katılımcıların yaşam boyu öğrenme ölçeğinin alt boyutlarına göre bir değerlendirme yapıldığında motivasyon ve sebat konularında oldukça iyi düzeyde oldukları, fakat öğrenmeyi düzenleme ve merak yoksunluğu konularında ise olumsuz düzeyde oldukları görülmektedir. Başka bir ifade ile yeni bir şeyler öğrenme konusunda öğrencilerin çok istekli olmadıkları görülmektedir (Coşkun ve Demirel, 2012; Tunca vd., 2015; Ekşioğlu, 2017; Karaduman ve Tarhan, 2017).

Cinsiyet faktörüne göre bir değerlendirme yapıldığında ise bayan öğrencilerin yaşam boyu öğrenme alanındaki merak düzeyinin erkek öğrencilere göre daha yüksek düzeyde olduğu görülmektedir. Motivasyon faktörü öğrencilerin üniversiteye sınavlı giriş ve sınavsız geçiş kriteri olarak değerlendirilmiştir. Bunun sonucunda ise sınavlı giriş yapan öğrencilerin yaşam boyu öğrenmede motivasyon düzeylerinin sınavsız geçiş yapan öğrencilere göre daha yüksek olduğu görülmektedir.

Sebat faktörü öğrencilerin üniversiteye sınavlı giriş ve sınavsız geçiş kriteri olarak değerlendirilmiştir. Bunun sonucunda ise sınavlı giriş yapan öğrencilerin yaşam boyu öğrenmede sebat düzeylerinin sınavsız geçiş yapan öğrencilere göre daha yüksek olduğu görülmektedir. Motivasyon ve sebat faktörlerinin bir sonucu olarak meslek yüksekokullarında başarı düzeyinin artırılması için sınavsız geçişlerin kaldırılmasının ne kadar yararlı olduğu, motivasyonu düşük ve sebat gösteremeyen bireylerin başarılı olma ihtimallerin de düşük olabileceği düşünülmektedir (Aydın vd., 2017; Holford vd., 2017; Kızıl ve Gencer, 2017; Uzunbacak vd., 2017; Esplen vd., 2018).

Merak yoksunluğu faktörü öğrencilerin üniversiteye sınavlı giriş ve sınavsız geçiş kriteri olarak değerlendirilmiştir. Bunun sonucunda ise sınavlı giriş yapan öğrencilerin yaşam boyu öğrenmedeki merak düzeylerinin sınavsız geçiş yapan öğrencilere göre daha yüksek olduğu görülmektedir. Başka bir ifade ile sınavlı gelen öğrencilerin öğrenme konusunda daha meraklı oldukları söylenebilir (Lujan ve DiCarlo, 2017; Yamashita vd., 2017).

Sınıf düzeyine göre yapılan motivasyon analizi sonuçlarına göre ise birinci sınıftaki öğrencilerin hem ikinci sınıf hem de sınıf tekrarı yapan öğrencilere göre daha yüksek olduğu görülmektedir. Sınıf tekrarı yapan öğrencilerin motivasyon düzeyi ise en düşük seviyededir. Üniversite öğrencilerinin ilk yıllarda motivasyonlarının yüksek, sonrasında ise düştüğü görülmektedir (Deveci ve Ayish, 2017; Dikmen vd., 2017). Bunun sebepleri araştırılarak, motivasyonu düşüren unsurların giderilmesi yönünde çalışmaların yapılması başarı düzeyine olumlu yönde katkı yapacaktır.

Sınavsız geçiş öğrencilerine ait ortalamalar tek başına ele alındığında, bu öğrencilerin yaşam boyu öğrenme eğiliminde oldukları görülmüştür. Ortalamayı aşağıya çeken durum ise sınavsız geçiş yapan öğrenci ortalamaları olmaktadır. Bu durum yapılan farklılık testleri ile de ortaya koyulmuştur.

Türk eğitim sisteminde meslek lisesi mezunu öğrencilerin alanlarıyla ilgili bir meslek yüksekokuluna sınavsız geçiş hakkı bulunmaktadır. Diğer liselerde öğrenim gören öğrenciler ise ÖSYM tarafından gerçekleştirilen sınavlardan aldıkları puanlara göre yükseköğretime geçiş yapmaktadır. Yapılan çalışmalarda bu durumun sistem içerisinde önemli problemler meydana getirdiği ortaya koyulmuştur. Sınavsız geçiş yapan öğrencilerin başarı düzeylerinin sınavla gelen öğrencilere göre düşük olması (Leylek ve Gürten, 2015); sistemin eğitim kalitesini düşüren, kurumsal kültürün oluşmasına engel teşkil eden ve ilerlemeyi zorlaştıran bir yapı meydana getirmesi gibi sorunlar bunların başlıcalarıdır (Karagül vd., 2011).

Çalışma kapsamında sınavsız geçiş yapan öğrencilerin yaşam boyu öğrenme eğilimlerinin sınavlı giriş yapan öğrencilere oranla düşük olmasının tespit edilmesi, sınavsız geçiş sisteminin meydana getirdiği bir başka problem olarak literatüre kazandırılmıştır. Ayrıca, sınavsız giriş yapan öğrencilerin meslek yüksekokulu çıkışlı olmaları, mesleki eğitimde yaşam boyu öğrenme üzerine bazı eksikliklerin yaşandığını da ortaya koymaktadır.

Çalışmanın başka örneklerde yenilenmesi, elde edilen bulguların genellenebilmesi açısından önem taşımaktadır. Ayrıca, çalışma kapsamında kullanılan ölçeğin başka çalışmalarda kullanılması durumunda, elde edilen verilerin yeniden geçerlilik ve güvenilirliğinin kontrol edilmesi, çalışma sonucunda ortaya koyulacak bulguların sağlıklı olabilmesi açısından gerekli görülmektedir.

Yaşam boyu öğrenme ölçeğinin kişilik, öğrenci başarısı, özyeterlilik, kariyer hedefi, iş yaşamında başarı gibi değişkenlerle ele alınması, uluslararası karşılaştırmaların yapılması konunun derinleştirilmesi ve literatürün zenginleştirilmesi açısından tavsiye edilmektedir.

KAYNAKÇA

- Aksoy, M. (2013). Kavram Olarak Hayat Boyu Öğrenme Ve Hayat Boyu Öğrenmenin Avrupa Birliği Serüveni. *Bilig Dergisi*, 64(2), 23-48.
- Ayaz, C. (2016). *Öğretmenlerin Yaşam Boyu Öğrenme Eğilimlerinin Bazı Değişkenler Açısından İncelenmesi (Mardin İli Örneği)*, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Bartın Üniversitesi, Bartın.
- Aydın, M., Merdan, R. Ve Akyürekli, Ö. (2017). Yükseköğretimde Mesleki Eğitimin Önemi Ve Bir Alan Araştırması. 4. *Ulusal Meslek Yüksekokulları Sosyal Ve Teknik Bilimler Kongresi (Mestek)*, 11-13 Mayıs, Burdur.
- Beycioğlu, K. Ve Konan, N. (2008). Yaşam Boyu Öğrenme Ve Avrupa Eğitim Politikaları. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 7(24), 369-382.
- Blaschke, L. M. (2018). *Self-Determined Learning (Heutagogy) And Digital Media Creating Integrated Educational Environments For Developing Lifelong Learning Skills*. The Digital Turn In Higher Education. Springer Vs, Wiesbaden, 129-140.
- Bruce, B. C. (2003), *Literacy In The Information Age: Inquiresin To Meaning Making With New Technologies*, Newark: International Reading Association.
- Chapman, J. And Aspin, D. (1999). *Schools And The Learning Community: Laying The Basisfor Learning Across The Lifespan*. (Eds.) Aspin, D., Chapman, J., Hatton, M. And Sawono, Y., International Handbook On Lifelong Learning, Kluwer Press International, Dordecht.
- Coşkun, Y. D. (2009). *Üniversite Öğrencilerinin Yaşam Boyu Öğrenme Eğilimlerinin Bazı Değişkenler Açısından İncelenmesi*, Yayınlanmamış Doktora Tezi, Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Coşkun, Y. D. Ve Demirel, M. (2012). Üniversite Öğrencilerinin Yaşam Boyu Öğrenme Eğilimleri. *Hacettepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 42, 108-120.
- Cropley, A. J. And Dave, R. H. (1978). *Lifelong Education And The Training Of Teacher*, Oxford: Pergamon Publications.
- Deveci, T. And Ayish, N. (2017). Correlation Between Critical Thinking And Lifelong Learning Skills Of Freshman Students. *Bartın Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 6(1), 282-303.
- Dikmen, Y., Uslu-Yuvacı, H. Ve Erol, F. (2017). The Investigation Of Lifelong Learning Tendencies In Medical Faculty Students. *Journal Of Human Sciences*, 14(3), 2399-2408.
- Dinevski, D. And Dinevski, I. V. (2004). The Concepts Of University Lifelong Learning Provision In Europe. *Transition Studies Review*, 11(3), 227-235.
- Ekşioğlu, S., Tarhan, S. Ve Çetin-Gündüz, H. (2017). Yaşam Boyu Öğrenme Eğilimleri İle Özyetkinlik Beklentisi Ve Kişilik Özellikleri Arasındaki İlişkinin İncelenmesi. *Kastamonu Eğitim Dergisi*, 25(5), 1925-1940.

- Ersoy, A. Ve Yılmaz, B. (2009). Yaşam Boyu Öğrenme Ve Türkiye’de Halk Kütüphaneleri. *Türk Kütüphaneciliği*, 23(4), 803-834.
- Esplen, M. J., Wong, J., Green, E., Richards, J. And Li, J. (2018). Building A High Quality Oncology Nursing Workforce Through Lifelong Learning: The De Souza Model. *International Journal Of Nursing Education Scholarship*, 15(1).
- Field, J. (2001). Lifelong Education. *International Journal Of Lifelong Education*, 20 (1/2), 3-15.
- Gencil, İ. E. (2013). Öğretmen Adaylarının Yaşam Boyu Öğrenme Yeterliklerine Yönelik Algıları. *Eğitim Ve Bilim Dergisi*, 38(170), 237-252.
- Güleç, İ., Çelik, S. Ve Demirhan, B. (2012). Yaşam Boyu Öğrenme Nedir? Kavram Ve Kapsamı Üzerine Bir Değerlendirme. *Sakarya University Journal Of Education*, 2(3), 34-48.
- Güntüç, S., Odabaşı, H. F. Ve Kuzu, A. (2012). Yaşam Boyu Öğrenmeyi Etkileyen Faktörler. *Gaziantep Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 11(2), 309 -325.
- Holford, J., Hodge, S., Milana, M. And Waller, R., (2017). Lifelong Learning For Quality Education: Exploring The Neglected Aspect Of Sustainable Development Goal 4. *International Journal Of Lifelong Education*, 36(5), 509-511.
- Karaduman, A. Ve Tarhan, S. (2017). Üniversite Öğrencilerinin Yaşam Boyu Öğrenme Eğilimleri İle Özyeterlik Algıları Arasındaki İlişkinin Belirlenmesi. *Journal Of Human Sciences*, 14(1), 355-375.
- Karagül, K., Karagül, N. Ve Doğan, M. (2011), Sınavlı Ve Sınavsız Geçiş İçin Akademik Bir Karşılaştırma. II. Uluslararası, VI. Ulusal Meslek Yüksekokulları Sempozyumu.
- Kızıl, C. Ve Gencer, K. (2017). Muhasebe Dersi Alan Öğrencilerin Başarısına Etki Eden Faktörlerin Tespiti: Yalova Üniversitesi’nde Bir Uygulama. *Siyasal Bilgiler Fakültesi Dergisi*, 1/2, 67-110.
- Leylek, R., Ve Gürten, E. (2015). Meslek Yüksekokullarına Sınavlı-Sınavsız Geçiş Sistemiyle Yerleşen Öğrencilerin Temel Matematik Becerilerinin Karşılaştırılması. *Electronic Journal Of Vocational Colleges*, 5(6), 40-46.
- Lowe, J. (1985). *Dünyada Yetişkin Eğitimine Toplu Bakış*. Çev. Turhan O., Unesco Türkiye Milli Komisyonu, Ankara.
- Lujan, H. L. And Dicarolo, S. E. (2017). A Personal Connection: Promoting Positive Attitudes Towards Teaching And Learning. *Anatomical Sciences Education*, 10(5), 503-507.
- Nyiri, R. B. (1997). The Relationship Between Effective Teaching, Lifelong Learning And The Implementation Of Current Best Practices, Usa: Deuquesne University.
- Osborne, M. (2018). *Inclusivity And Lifelong Learning: An Introduction*. In *Entrepreneurial Learning City Regions* (Pp. 295-298). Springer, Cham.

- Önal, İ. (2010). Tarihsel Değişim Sürecinde Yaşam Boyu Öğrenme Ve Okuryazarlık: Türkiye Deneyimi. *Bilgi Dünyası Dergisi*, 11(1), 101-121.
- Özyürek, A. Ve Çavuş, Z. S. (2016). İlkokul Öğretmenlerinin Oyunu Öğretim Yöntemi Olarak Kullanma Durumlarının İncelenmesi. *Kastamonu Eğitim Dergisi*, 24(5), 2157-2166.
- Soran, H., Akkoyunlu, B. Ve Kavak, Y. (2006). Yaşam Boyu Öğrenme Becerileri Ve Eğitimcilerin Eğitimi Programı: Hacettepe Üniversitesi Örneği. *Hacettepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 30, 201-210.
- Storey, V. A. And Michele G. G. (2018). *Investing In The Future: Developing Education Lifelong Learning Track. Advocacy In Academia And The Role Of Teacher Preparation Programs*. IGI Global, 288-301.
- Tunca, N., Alkın-Şahin, S. Ve Aydın, Ö. (2015). Öğretmen Adaylarının Yaşam Boyu Öğrenme Eğilimleri. *Mersin Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 11(2), 432-446.
- Uzunbacak, H. H., Mesci, H. Ve Deniz-Uzunbacak, S. (2017). Adalet Meslek Yüksekokulu Öğrencilerinin Mesleki Eğitimden Sonuç Beklentileri. *Süleyman Demirel Üniversitesi Vizyoner Dergisi*, 8(8), 41-55.
- Van Der Veen, R. A. (2006). Communication And Creativity: Methodological Shifts In Adult Education. *International Journal Of Lifelong Education*, 25 (3), 231-240.
- Weisskirch, R. S. (2018). Grit, Self-Esteem, Learning Strategies And Attitudes And Estimated And Achieved Course Grades Among College Students. *Current Psychology*, 37(1), 21-27.
- Yamashita, T., Lopez, E. B., Saligo, M. And Keene, J. R. (2017). Older Lifelong Learners' Motivations For Participating In Formal Volunteer Activities In Urban Communities. *Adult Education Quarterly*, 67(2), 118-135.

EXTENDED SUMMARY

Purpose

Rapid change in everyday life has forced people to constantly learn new things, develop knowledge and skills. Individuals who do not want to lose harmony with the environment are trying to keep up with this process. Moreover, with the use of technological developments in the business world, individuals have to learn new skills. If individuals are unable to renew itself faced with the threat of unemployment. In this difficult period, education is the most important factor that will adapt the developments of the individuals. Education should not be confined to schools alone, but must be sustainable. Lifelong learning includes all formal, vocational, in-service and out-of-service training processes. It is based on the idea that learning can take place at all times and conditions, regardless of time, space and demographic variables. The universities have emerged specialization is the attractive force of the economy. Therefore university education in basic skills are acquired that can last for life. In a constantly changing world, learning must become a lifestyle. Otherwise it will be difficult to catch up with a qualified development process.

Methodology

In the study, it was aimed to determine the lifelong learning levels of vocational high school students. Data were obtained with the "Lifelong Learning Trend Determination Scale" which was prepared by Coşkun (2009) and developed in the form of six Likert grading (very suitable, partially appropriate, not very suitable, not very suitable, not suitable, not suitable at all). As a result of the factor analysis for the related scale consisting of 27 questions in total, it was determined that lifelong learning characteristics are four different sub-dimensions qualifying positive and negative. The first factor is the dimension of motivation (6 items, positive), the second factor is the dimension of persistence (6 items, positive), the third factor is the dimension of lack of learning regulation (6 items, negative), the fourth factor is the curiosity poverty dimension (9 items, negative). The subjects of the study were selected through random sampling among the students studying at Eşme Vocational School of Usak University. This group consists of 324 students in different departments and classes. The obtained data were analyzed in the SPSS program and the findings were interpreted. The findings were evaluated at the 95% confidence interval and at the 5% significance level. The reliability of the scale was calculated and $\alpha = 0.837$. The analysis results in determining the scale of trends showed that lifelong learning is a valid and reliable scale. However, the data also appear to be quite reliable.

Results

When the average of the factors obtained as a result of the analysis were examined, it was found that the participants were in good condition in terms of motivation ($\bar{X} = 1.79$) and persistence ($\bar{X} = 2.43$); curiosity ($\bar{X} = 3.87$) and learning regulation ($\bar{X} = 4.03$) have some problems and are insufficient to learn new things.

Participants can easily learn all kinds of information ($\bar{X} = 1.59$) "if I believe that they will provide personal development" ($\bar{X} = 1.58$), "to acquire new knowledge and skills in different fields to develop oneself" I continue to acquire new knowledge and skills for my personal development ($\bar{X} = 1.77$) ", "to learn new things constantly

is a passion for me ($\bar{X} = 1.86$), "and" I am more willing to learn new knowledge and skills than my friends ($\bar{X} = 2.14$) "suggest that they are very good at motivation.

The "t" test was conducted to determine whether the curiosity factor differs from gender. Significant differences were found in the analysis result ($t = -3.200$; $p = .002 < .05$). In our study, female participants ($\bar{X} = 4.07$) and male participants ($\bar{X} = 3.60$) were more curious about learning activities.

Conclusion and Discussion

According to the results of the study, when the participants were assessed according to the subscales of the lifelong learning scale, they were found to be at a fairly good level in motivation and perseverance, but they were found to be at a negative level in terms of learning regulation and lack of curiosity. In other words, it seems that students are not very willing to learn something new.

When an evaluation is made according to the gender factor, it is seen that the level of curiosity in life-long learning of female students is higher than that of male students. The motivation factor was evaluated as the entrance examination and non-examination passing grade to the university. As a result, it is seen that the motivational levels of the students who entered the exam were higher than those who did not enter the exam.

The Curiosity Poverty factor was used as a criterion for the transition of students to the university without entering the exam and entering the exam. As a result, it is seen that the students who entered the exam had higher levels of curiosity in life-long learning than the students who did not enter the exam. In other words, it can be said that the students who came to the exam are more interested in learning.

According to the results of the motivation analysis according to the class level, it is seen that the first class students are higher than the second class students. The motivation level of the students who make the class repetition is the lowest level. It is seen that university students have high motivation in the first years and then fall down. Investigating the reasons for this, making efforts to eliminate the motivational elements will contribute positively to the level of achievement.

ÖRGÜTSEL ÖZDEŞLEMENİN BİREYSEL YARATICILIK ÜZERİNDEKİ ETKİSİ: BANKACILIK SEKTÖRÜNDE BİR ARAŞTIRMA*

Geliş Tarihi: 08.01.2018

Kabul Tarihi: 24.05.2018

E-ISSN: 2149-3871 Sayfa: 45-57

Doç. Dr. Metin KAPLAN

Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi

mkaplan@nevsehir.edu.tr

ORCID No: 0000-0001-8321-0262

Buket CANAL

Kastamonu Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Doktora Programı

Buket.dsn3@gmail.com

ORCID No:0000-0001-7810-3374

Araştırma Makalesi

ÖZ

Örgütsel özdeşleşme, günümüzde örgütsel davranış kapsamında giderek yaygın konuma gelmektedir. Örgütsel özdeşleşme yönetimin olduğu bilimlerde öne çıkmaktadır. Örgütsel özdeşleşme kavramının üyeler ile örgütteki bağın kuvvetli olmasından dolayı önemli bir algı olması ilerde pek çok çalışanların davranışlarını tanımlayabilecek olgu olduğu için önemi giderek artmaktadır. Bilgi çağında bilgi sahibi olmak artık tek başına yeterli gelmemektedir. Özellikle ihtiyaç duyulan tek şey yaratıcılıktır. Teknolojik çağdan bilgiler yoğun olduğu yaşantıya geçişlerde örgütün başarısı, sahip olduğu insan gücünün nicelik ve niteliğini doğrudan etkilemektedir.

Bu çalışmanın amacı, örgütsel özdeşleşmesinin bireysel yaratıcılık üzerindeki etkisini analiz etmektir. Bu araştırmanın örneklemini, Nevşehir ilinde faaliyet gösteren bankalarda çalışan iş görenler oluşturmaktadır (n=237). Örgütsel özdeşleşmenin bireysel yaratıcılık üzerindeki etkisini analiz etmek için bahsedilen örneklemden elde edilen veriler basit doğrusal regresyon analizi yardımıyla test edilmiştir.

Araştırma bulgularına göre örgütsel özdeşleşmesinin bireysel yaratıcılık üzerinde pozitif bir etkiye sahip olduğu belirlenmiştir.

Son olarak bu çalışmanın bazı kısıtlarına yer verilmiş ve gelecekte yapılacak çalışmalara yol gösterici öneriler sunulmuştur.

Anahtar Kelimeler: Örgütsel Özdeşleşme, Bireysel Yaratıcılık, Banka İşletmeleri.

*Bu çalışma Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü'nde Doç. Dr. Metin KAPLAN danışmanlığındaki "Örgütsel Özdeşleşmenin Bireysel Yaratıcılık Üzerindeki Etkisi" başlıklı yüksek lisans tezinden türetilmiştir.

THE EFFECT OF ORGANIZATIONAL IDENTIFICATION ON INDIVIDUAL CREATIVITY: A SURVEY IN THE BANKING SECTOR

ABSTRACT

Organizational identification today is becoming increasingly widespread in the context of organizational behavior. Organizational identification has come to the forefront in the science of management. Since the concept of organizational identification is a strong sense of association with members and organization, it is increasingly important that it is a phenomenon that can define the behavior of many employees in the future. Having knowledge in the age of information is not sufficient by itself anymore. Especially the only thing needed is creativity. In the transition to life where technological contemporary information is intense, the success of the organization directly affects the quantity and quality of the human power it possesses.

The purpose of this study is to analyze the effect of organizational identification on individual creativity. The research sampling consists of employees in banks in Nevşehir Province (n=237). Data acquired from mentioned research sampling has been analyzed by means of the Linear Regression Analysis to show the effect of organizational identification on individual creativity.

According to the research findings, it is determined that organizational identification had a positive effect on individual creativity.

Finally, it was presented that the study has some limitations and suggestions about the research to be done in similar topics in the future.

Keywords: Organizational Identification, Individual Creativity, Banking Management.

1. GİRİŞ

Günümüzde örgütlerin varlıklarını devam ettirebilmeleri için kaynaklarını en üst düzeyde kullanmaları gerekmektedir. Küreselleşen dünyada örgütlerin rekabet edebilmesi için mevcut olan maddi kaynakların önemi büyük olsa da insan kaynağının rolü daha fazladır. İnsan kaynağı, örgütlerin üretim faktörlerinin başında gelmektedir ve örgüt için değişmez bir unsurdur. Bundan dolayı örgütlerin hedeflerine ulaşması için nitelikli ve yaratıcı çalışanlara sahip olması zorunluluk arz etmektedir. Örgütün başarıya ulaşmasında çalışanların göstermiş olduğu performans, doğrudan etkilidir.

Bu çalışmada değinilen örgütsel özdeşleşme, örgütler için önemli değişken haline gelmiştir. Örgütsel özdeşleşme, üyelerin örgütteki değerleri tanımlama şekli ve inanmış olduğu tutum ve davranışları ifade etme derecesidir (Dutton vd., 1994:239-263). Bireyler, aidiyet ihtiyacını karşılamak için örgütlerle özdeşleşirler. Örgütler ise kalıcılığı ve verimliliği artırmak için çalışanların örgüt ile özdeşleşmesini isterler. Çünkü özdeşleşmenin çalışanlar üzerinde olumlu bir etkisi vardır. Örgüt ile özdeşleşen çalışanlar kendilerini

örgütün bir parçası olarak görmektedir. Örgütleriyle özdeşleşen çalışanlar performanslarını sürekli artıracak ve örgütte kalıcılık sağlayacaktır. Özdeşleşme düzeyi yüksek olan çalışanların işten kaytarma ve devamsızlık düzeyi, personel devir hızı, tükenmişlik, işe gelmeme oranı azalacak, örgüte duyulan bağlılık ve işe karşı tatmin duygusu artacaktır. Özdeşleşen örgüt üyeleri örgütün değerleriyle bir bütün oluşturacaklardır. Bu da örgütsel kimliği olumlu yönde etkileyecektir.

Hızla değişen ve gelişen küresel dünyada örgütler değer yaratmak için yeni uygulamalara yönelmek durumundadır. Bu değeri yaratacak faktörlerin başında yaratıcılık gelmektedir. Yaratıcılık; birey ve örgütlerin, faydalı ve yeni bir ürün, süreç veya fikir hayal ederek bunları yaşamda uygulama kabiliyetidir (Naktiyok, 2004: 162). Yaratıcılık sayesinde yeni farklar ortaya çıkarılarak mal ve hizmete dönüştürülecektir. Yeni olanı topluma sunmak ve örgütte faaliyete geçirmek için önemli olan kaynak yine insandır. Buradan hareketle örgütsel özdeşleşmeyi etkileyen birçok unsur bulunmaktadır. Bunlardan birisi olan bireysel yaratıcılık, kişilerin hayallerinde olanları gerçekleştirmesi, zihindekileri harekete geçirmesi, olasılıkları öne sürme gibi yöntemlerle problemin kesin olarak farkına varma ve bunla alakalı olarak farklı bir görüşü veya kavramı ortaya atmasıdır. Ayrıca yaratıcı yönetime sahip örgütler gelişen olaylara daha kısa sürede uyum sağlayabilmektedir.

Sürekli değişimin yaşandığı, rekabetin hızlandığı iş dünyasında, çalışanların yaratıcılığı sayesinde örgütler rekabet üstünlüğü elde edecektir. Rekabet üstünlüğü ise rakiplerine göre geleceği daha iyi görmek, müşterilerinin beklentilerine cevap vermek, çalışanlarını örgüte bağlılığını artırmak, değişime ve gelişime adapte olmak, bilgiyi sürekli yenilemek gibi koşulları sağlayacaktır. Rekabetçi koşullarda ve bunların yönetiminde gerçekleşen değişiklikler çalışan kişilerin sadık olması ve örgüte olan bağlılığın kuvvetli biçimde yapılmasını sağlamaktadır. Bundan dolayı örgütlerde çalışanları memnun etmek, hizmet üretmek kadar önemlidir. Çalışmada yer verilen banka çalışanlarının hizmete katkıları ele alınmıştır. Son yıllarda bankacılık sektöründe hizmet anlayışında müşteri ve kalite yönetimi üzerinde çok fazla durulan alanlardır. Bankacılık sektöründe çalışanlarının tutum ve davranışları hem müşteri odaklı bir yönetimi hem de toplam kalite anlayışının temel öğelerinden biri olarak değerlendirilmektedir.

Bu amaç doğrultusunda Nevşehir ilindeki bankaların çalışanlarına örgütsel özdeşleşmenin bireysel yaratıcılığa etkisi ile ilgili bir saha araştırması yapılmıştır. Bu çalışmanın araştırma sorusu; örgütsel özdeşleşme bireysel yaratıcılığı nasıl etkilemektedir? Bu bağlamda bu çalışmanın amacı, örgütsel özdeşleşmenin bireysel yaratıcılık üzerindeki etkisini ortaya koymaktır.

2. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

Örgütsel özdeşleşme konusunda birçok araştırmacılar değişik tanımlar yapmıştır. İlk defa Freud “psikanalizde özdeşim kavramını, başka bir insanla kurulan duygusal bağın ilk dışavurumu” şeklinde ifade etmiştir. Freud’un ifadesinden yola çıkan Lasswell (1965) özdeşleşme kavramını genişleterek kullanmıştır (Gautam vd., 2004: 302). Ashford ve Mael örgütsel özdeşleşme kavramını; örgütteki amaçlarla bireylerin amaçlarının artarak birbirleriyle uyum içerisinde olma şeklinde tanımlar (İşcan, 2006: 162). Dukerich vd. (1994:239) göre ise örgütsel özdeşleşme; bireyin, kendisini ifade ederken yer verdiği kelimelerle, örgütü ifade ederken yer verdiği kelimelerin birbirlerine benzemesidir. Yani çalışanın örgütüyle özdeşleşmesi, bireyin benliğiyle örgüt üyeliğine bağlılık derecesini gösterir. Mesela bir şirkette çalışan bir üye, şirket gibi kendini başarılı ve rekabetçi şeklinde ifade ediyorsa, örgütüyle özdeşleşmiş olduğu belirtilebilir Buradan yola çıkarak örgütsel özdeşleşme ile alakalı ifadelerin ortak tarafı, örgüt üyelerinin örgüt üyeliğini kendisiyle bilişsel olarak (kendisini örgüt ile bütün olan bir parça hissetmek ya da örgüt değerleriyle kendi değerlerini içlerinde içselleştirmek gibi), duygusal olarak (örgüte üye olmaktan duyulan gurur) ya da her iki durumla birlikte kendisini örgüte bağlı hissetmesidir (Riketta, 2005: 361).

Örgütsel özdeşleşmesi kuvvetli üyeler, örgüte karşı inanmış olduğu özellikleri kendisi ile ilgili inanmış olduğu özellikleri bütünleştirir. Üyelerin örgütsel özdeşleşmesi güçlü olduğunda bireylerin örgütsel amaçlı benlikleri merkez hal alır bundan dolayı birey benlikteki başka kimliklerden kaçır, neticede bireyin kendisini tanımlamasında örgütsel üyeliğe çok fazla yer verilir. Buradan hareketle örgütte üyenin kimliği, başka kimliklere oranla fazla dikkat çekiyorsa eğer üye de örgütü ifade ederken seçtiği kelimeleri kendini ifade ederken kullanırsa örgütle özdeşleşiyor demektir (Edward, 2005: 212).

Bu çalışmada örgütsel özdeşleşme üzerinde etkisi olan bireysel yaratıcılık algılarına odaklanılmıştır.

Anlamı bakımından yaratıcılık, mevcut olan bilgileri, düşünceleri ya da herhangi bir şeyi tekrar düzenleyip değişikliklere yol açma ya da daha önce var olmayan olayı, bilgiyi, maddeyi, düşünceyi vb. durumları ortaya çıkarma sürecidir. Bireysel yaratıcılık kavramı, farklılıkları ve üreten düşünceleri harekete geçirerek olağan ve alışılmış fikirden değişik fikirlere yönelerek, sonucunda çalışanlara ve örgütlere memnuniyet sağlayan orijinallik, verimlilik ve duyarlılığın olmasıdır. Bireylerin zihnindeki bilgilerin içinde başka bireylerce yararlı olabilecek farklı ve yeni fikirleri ortaya koymak için ilişkilerin kurulması ve yeniden düzenlenmesidir. Bilgi çağında bilgi sahibi olmak artık tek başına yeterli gelmemektedir. Özellikle ihtiyaç duyulan tek şey yaratıcılıktır. Teknolojik çağdan bilgiler yoğun olduğu yaşantıya geçişlerde örgütün başarısı, sahip olduğu insan gücünün nicelik ve niteliğini

doğrudan etkilemektedir. Rekabetin söz konusu olduğu durumlarda, rekabetin üstünlüğünün sağlanmasında esas prensip tüketicilere tatminlik sunmaktır. Tüketicilerin taleplerini karşılamak için işgücünden istenen özelliklerse; yaratıcılığa, özgünlüğe, sorun çözme becerisine ve teknolojinin sağladığı bilgi ve becerilere sahip olmaktır. Bundan dolayı, her örgüt yalnızca tek bir ana rekabet gücüne ihtiyaç duymaktadır: o da yaratıcılık ve yenilikçiliktir (Aksüzek, 2008: 28).

Örgütsel özdeşleşme ile bireysel yaratıcılık birbirini tamamlayan iki kavram olarak karşımıza çıkmaktadır. Yapılan araştırmalar örgütsel özdeşleşme ile bireysel yaratıcılık arasında pozitif yönlü ilişkiler olduğunu göstermektedir.

Örgütsel özdeşleşme ile bireysel yaratıcılık birbirini destekleyen kavramlardır ve bu bulgu literatürdeki Rotondi (1974) tarafından yapılan çalışmanın bulguları ile benzerlik göstermektedir. Carmeli vd. (2007) göre örgütsel özdeşleşme bireysel yaratıcılığın önemli öncüllerinden biridir ve iş ortamında yaratıcı davranışları artırmaktadır, yani bu bulgu çalışmanın sonuçlarını desteklemektedir. Cohen-Meitar, Carmeli ve Waldman'a (2009) göre belirli bir sosyal grupla özdeşleşme, bireyleri o grup için daha fazla iş ortaya koymaya yöneltebilir ve böyle bir özdeşleşme, çalışanlarda yaratıcı düşünmeyi, yeni ve yararlı çözümler üretmeyi sağlayabilir (Akt. Akyüz, 2015: 210).

Söz konusu araştırma bulgularından hareketle aşağıdaki hipotez kurulmuştur:

Hipotez 1: Örgütsel özdeşleşme, bireysel yaratıcılık üzerinde pozitif bir etkiye sahiptir.

3. YÖNTEM

Araştırmada anket tekniği kullanılmıştır. Öncelikle örneklemin nasıl belirlendiği açıklanmış olup, kullanılan ölçekler ve güvenilirlik katsayıları hakkında bilgi verildikten sonra, analiz yöntemleri ve araştırma bulgularına yer verilmiştir.

3.1. Örneklem

Araştırmanın evrenini Türkiye' deki banka çalışanları oluşturmaktadır. Ancak zaman ve maliyet kısıtlı olması sebebiyle örneklem seçimi yoluna gidilmiştir. Araştırmanın örneklemini Nevşehir il ve ilçelerinde çalışan banka çalışanları olarak belirlenmiştir. Örneklemde, Nevşehir il ve ilçelerinde toplam 42 adet banka şubesi bulunmaktadır. Bu banka şubelerinden 4 tanesi anket uygulamasını kabul etmemiştir. Anket uygulamasını kabul eden 38 banka şubesinin yöneticileriyle yapılan

görüşmeler neticesinde toplam çalışan personel sayısının 280 olduğu tespit edilmiştir. Bu noktadan hareketle anketin uygulanmasında tam sayı tespiti sağlanamamıştır. Örneklem çerçevesindeki tüm personele anket formu dağıtılmıştır. Geri dönen anket sayısı 237'dir. Değerlendirmeye dâhil edilmeyen anket bulunmamaktadır. Anketlerin geri dönüş oranı % 85 tir. Bu oran bu tür araştırmalar için bilimsel olarak kabul edilebilir bir orandır (Ogbanna ve Harris, 2000: 773).

3.2. Veri Toplama Tekniği ve Ölçekler

Araştırmada anket tekniğine yer verilmiştir. Bankacılık sektöründe çalışanların, örgütsel özdeşleşmenin bireysel yaratıcılık üzerinde etkisini belirlemek amacıyla kullanılan anket üç kısımdan oluşmakta olup; örgütsel özdeşleşme, bireysel yaratıcılık ve demografik özellikler ile ilgili sorular yer almaktadır.

Örgütsel özdeşleşme düzeyini ölçmek amacıyla Mael ve Ashforth' un (1992) geliştirdiği tek boyutlu ölçek yer almaktadır. Örgütsel özdeşleşme ölçeği 5' li likert tipi 6 ifadeden oluşmaktadır. (1= Kesinlikle Katılmıyorum, 2= Katılmıyorum, 3=Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum, 4=Katılıyorum, 5=Kesinlikle Katılıyorum). Cronbach's Alpha katsayısı ise 0,86 olarak hesaplanmıştır. Güvenilirlik katsayıları 0,70'ın üzerinde olduğundan yeterli olduğu ifade edilebilir.

Bireysel yaratıcılık algılamalarını ölçmek amacıyla Tierney vd. (1999) tarafından geliştirilen, Zhou ve George's (2001) tarafından biçimlendirilen ölçek kullanılmıştır. Bu ölçek 5' li likert tipi 13 maddelik ifadeden oluşmaktadır. (1=Kesinlikle Katılmıyorum, 2=Katılmıyorum, 3=Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum, 4=Katılıyorum, 5=Kesinlikle Katılıyorum). Cronbach's Alpha katsayısı ise 0,95 olarak hesaplanmıştır. Güvenilirlik katsayıları 0,70'ın üzerinde olduğundan yeterli olduğu ifade edilebilir.

Ankette katılımcıların cinsiyeti, medeni durumu, yaşı, eğitim durumu, iş deneyimi ve çalışmakta oldukları departmanı belirlemeye yönelik sorular bulunmaktadır.

4. ARAŞTIRMANIN BULGULARI

Uygulanan anketler sonucunda elde edilen verilere, araştırma amacına uygun olarak çeşitli istatistik analizler uygulanmıştır.

Araştırma kapsamında değerlendirilen çalışanların demografik özellikleri Tablo 1' de verilmiştir.

Tablo 1. Anketi Cevaplayan Çalışanların Demografik Özellikleri

Özellikler	F	%	Özellikler	F	%
Cinsiyet			Medeni Durum		
Erkek	168	70,9	Evli	174	73,4
Kadın	69	29,1	Bekâr	63	26,6
Yaş			Eğitim Düzeyi		
25 yaş ve aşağısı	6	2,5	Lise	12	5,1
26-35 yaş arası	152	64,1	Meslek Yüksekokulu	61	25,7
36-45 yaş arası	67	28,3	Fakülte ve Dengi Okul	151	63,7
46-55 yaş arası	8	3,4	Master ve Doktora	13	5,5
56 yaş ve üzeri	4	1,7			
İş Deneyimi			Çalışmakta Olduğunuz Departman		
1 yıldan az	7	3,0	Gişe Görevlisi	49	20,6
1-5 yıl	92	38,8	Satış ve Müşteri Temsilcisi	101	42,6
6-10 yıl	92	38,8	Servis Yetkilisi	22	9,3
11 yıldan fazla	46	19,4	Operasyon Yetkilisi	21	8,9
			Uzman ve Uzman Yardımcıları	17	7,2
			Müdür	8	3,4
			Diğer	19	8,0

n = 237

Tablo 1’ deki çalışanların demografik özellikleri ile ilgili araştırma sonuçları incelendiğinde; katılımcıların %70,9’unun erkek, %29,1’in kadın olduğu görülmüştür. Medeni durum açısından bakıldığında %73,4 ünün evli, %26,6 sının bekâr olduğu anlaşılmıştır. Anketin uygulandığı banka çalışanlarının yaş aralığı dağılımı açısından dağılımı incelendiğinde ise; %2,5’ inin 25 yaş ve aşağısı, %64,1’ inin 26-35 yaş arası, %28,3’ ünün 36-45 yaş arası, % 3,4’ ün 46-55 yaş arası, % 1,7’ sinin ise 56 yaş ve üzeri olduğu görülmüştür. Anketi cevaplayan çalışanların % 5,1’ in lise, % 25,7’ sinin meslek yüksekokulu, % 63,7’ sinin fakülte ve dengi okul, %5,5’ nin ise master ve doktora eğitimine sahip olduğu tespit edilmiştir. Çalışanların söz konusu bankalardaki çalışma süreleri açısından değerlendirildiğinde % 3,0’ ün 1 yıldan az, % 38,8 ‘ inin 1-5 yıl arası, % 38,8 ‘ inin 6-10 yıl arası, % 19,4 ‘ ünün ise 11 yıldan fazla süre ile çalışıldığı görülmüştür. Araştırmaya katılan çalışanların görev yaptıkları departmanlar açısından değerlendirme yapıldığında % 20,6’ sının gişe görevlisi, % 42,6’ sının satış ve müşteri temsilcisi, %9,3’ ünün servis yetkilisi, % 8,9’ unun operasyon yetkilisi, %7,2’ sinin uzman ve uzman yardımcıları, % 3,4’ ünün müdür, % 8,0 ‘in diğer departmanda çalıştığı görülmüştür.

Örgütsel özdeşleşme ve bireysel yaratıcılığın ortalamaları, standart sapmaları, değişkenler arasındaki korelasyon katsayıları ve Cronbach Alpha değerleri Tablo 2’ de verilmiştir.

Tablo 2. Tanımlayıcı İstatistikler, Değişkenler Arasındaki Korelasyonlar ve Cronbach Alpha Değerleri

	Aritmetik Ortalama	Standart Sapma	1	2
1. Örgütsel Özdeşleşme	3.78	0.87	(0.86)	
2. Bireysel Yaratıcılık	3.85	0.67	,498**	(0.95)

** Korelasyon 0.01 düzeyinde anlamlıdır. (İki yönlü)

Tablo 2. incelendiğinde örgütsel özdeşleşme ve bireysel yaratıcılık ($r=0.498$; $p<0.01$) arasında pozitif ve anlamlı bir ilişki olduğu tespit edilmiştir. Yani örgütsel özdeşleşme düzeyi arttıkça bireysel yaratıcılığın artacağı ifade edilebilir.

Örgütsel özdeşleşmenin bireysel yaratıcılığa ilişkin yapılan basit regresyon analiz sonuçları aşağıdaki Tablo 3. ‘te gösterilmiştir.

Tablo 3. Örgütsel Özdeşleşme Açısından Bireysel Yaratıcılığa İlişkin Basit Regresyon Analizi Sonuçları

Bağımsız Değişkenler	β	Standardize Edilmiş β	Standart Hata	t Değeri	Sig.
Sabit		2,395			
Değişken		0,386	0,170	14,053	0,000
Örgütsel Özdeşleşme	0,498		0,44	8,800**	0,000
F					77,448
Düzeltilmiş R ²					0,245
Std. Error of the Estimate					0,588
Anlamlılık Düzeyi					0,000

Bağımlı Değişken: **Bireysel Yaratıcılık**

** $p<0,01$

Örgütsel özdeşleşme algılamalarının bireysel yaratıcılık üzerindeki etkisini tespit etmek amacıyla basit regresyon analizi uygulanmıştır.

Tablo 3.’e göre regresyon analizi sonucu incelendiğinde modelin anlamlı olduğu ifade edilebilir. (Düzeltilmiş R² =0,245; $F_{(1,235)}=77,448$; $p<0,01$). Bu sonuçlara göre bireysel yaratıcılıktaki varyansın % 24,5’ inin

örgütsel özdeşleşme tarafından açıklandığı söylenebilir. Analiz sonucuna göre, örgütsel özdeşleşmenin ($\beta = 0,498$; $p < 0,01$) bireysel yaratıcılığı pozitif yönde etkilediği tespit edilmiştir. Bu bulguya göre Hipotez 1 desteklenmiştir.

5. SONUÇ

Küresel ölçekte sürdürülebilir rekabet avantajı elde etmek, nitelikli ve yaratıcı insan kaynakları kadar bu insan kaynağının, örgüt amaç, değer ve kültürünü benimsemesini, içselleştirmesini ve örgütün bir parçası olabilmesi de gerekmektedir. Bu nedenle çalışanların örgütle özdeşleşmesinin öncülleri ve sonuçlarının irdelenmesi işletmeler açısından önemli araştırma konusudur. Özellikle hizmet işletmelerinde çalışanlar müşteri ile doğrudan bağlantı kurmak zorunda olduklarından onların örgütlerini özümsemeleri, yapıcı davranışları müşterilere yansımaları sonucu doğuracaktır. Bu amaç doğrultusunda, bu çalışmada Nevşehir il ve ilçelerinde bulunan banka şubelerinde çalışan personelin, örgütsel özdeşleşmenin bireysel yaratıcılık üzerindeki etkileri incelenmektedir.

Bağımsız değişkenin (örgütsel özdeşleşmenin) bağımlı değişken (bireysel yaratıcılık) üzerindeki etkisini belirlemek için basit regresyon analizi kullanılmıştır. Basit regresyon analizi sonucuna göre; banka çalışanlarının örgütsel özdeşleşmelerinin bireysel yaratıcılık üzerinde pozitif etkiye sahip olduğu görülmektedir. Bu sonuca göre çalışanların bankalarına yönelik örgütsel özdeşleşmelerinin artmasının, bireysel yaratıcılığı arttıracak ifade edilebilir. Banka işletmesi yöneticilerinin örgütsel özdeşleşmeyi destekleyici tedbirler olarak bireysel yaratıcılığı arttırmanın mümkün olacağı söylenebilir.

Çalışmada örgütsel özdeşleşmenin bireysel yaratıcılık üzerinde pozitif etkiye sahip olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Örgütsel özdeşleşme ile bireysel yaratıcılık birbirini destekleyen kavramlardır ve bu bulgu literatürdeki Rotondi (1974) tarafından yapılan çalışmanın bulguları ile benzerlik göstermektedir. Carmeli vd. (2007)'e göre örgütsel özdeşleşme bireysel yaratıcılığın önemli öncüllerinden biridir ve iş ortamında yaratıcı davranışları arttırmaktadır, yani bu bulgu çalışmanın sonuçlarını desteklemektedir. Cohen-Meitar vd. (2009) göre belirli bir sosyal grupla özdeşleşme, bireyleri o grup için daha fazla iş ortaya koymaya yöneltebilir ve böyle bir özdeşleşme, çalışanlarda yaratıcı düşünmeyi, yeni ve yararlı çözümler üretmeyi sağlayabilir (Akt. Akyüz, 2015: 210). Bu bulgular çalışmanın sonuçlarını destekleyici niteliktedir.

Araştırma sonuçları çerçevesinde banka işletmeleri çalışanlarının örgütsel özdeşleşme düzeylerini arttırmak için bireysel yaratıcılık ile ilgili bazı öneriler ortaya konabilir. Bunlar:

-Personele işletmenin bir parçası olduğunu hissettirmeleri için işini planlama, işinde inisiyatif kullanma ve karar verme olanağı verilmelidir.

-Bireysel yaratıcılığın gelişimi için uygun ortamlar yaratılarak çalışanların motivasyonları sağlanarak örgütle özdeşleşmeleri artırılmalıdır.

-Çalışanların beklentileri ve ihtiyaçları dikkate alınarak, kendilerini geliştirme fırsatı sağlanmalıdır.

Bahsi geçen hususlar dikkate alınmadığı takdirde bankalarda hizmet kalitesi düşecek, müşteri tatmini azalacak, çalışan devir hızı artacak ve örgütsel etkinlik ve verimlilik azalacağından rekabetçi üstünlük sağlanamayacaktır.

Bu araştırmanın belli kısıtları mevcuttur. Temel kısıtlayıcısı araştırmanın sadece Nevşehir’de faaliyet gösteren bankalar örneklemi ile sınırlı tutulmuş olmasıdır. Dolayısıyla araştırma sonuçları sadece Nevşehir ölçeğinde geçerlidir. Bu çalışmanın sonuçları ileride yapılacak olan ölçeklere yol gösterici olabilir. Genelleme yapılabilmesi için araştırma konusu ile ilgili farklı sektörlerde yapılacak araştırmaları gerekli kılmaktadır. İkinci kısıt, bu çalışmada araştırmaya katılanların anketi cevaplamaya yeterince zaman ayıramamalarıdır.

Bu çalışma örgütsel özdeşleşmenin bireysel yaratıcılık üzerindeki etkileri incelemektedir. Gelecekteki çalışmalarda özdeşleşmenin alt boyutları ile birlikte örgüte ilişkin sosyal davranışların bireysel yaratıcılık üzerindeki etkileri irdelenebilir.

KAYNAKÇA

Aksüzek, S. (2008). *İşletmelerde Rekabet Avantajı Olarak Yaratıcı Düşünce Deneyimlerinin Yararlanılması Üzerine Bir Araştırma*, Gazi Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yönetim ve Organizasyon Bilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi, Ankara.

Akyüz, B. (2015). Örgütsel Sessizlik ve Bireysel Yaratıcılık Performansı İlişkisi: Örgütsel Özdeşleşmenin Aracılık Rolü. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 44.

Dutton, J. E., Dukerich, J. M. and Harquail, C. V. (1994). Organizational Images and Member Identification. *Administrative Science Quarterly*, 39(2), 239-263.

Edward, M. (2005). Organizational Identification: A Conceptual and Operational Review. *International Journal Of Management Reviews*, 7(4), 207-230.

Guatam, T., Van, D. R. and Wagner, U. (2004). Organizational Identification and Organizational Commitment: Distinct Aspects Of Two Related Concepts. *Asian Journal Of Social Psychology*, 7(3), 301-315.

İşcan, Ö. F. (2006). Dönüştürücü/Etkileşimci Liderlik Algısı Ve Örgütsel Özdeşleşme İlişkisinde Bireysel Farklılıkların Rolü. *Akdeniz İİBF Dergisi*, 11(6), 160-177.

Mael, F. and Ashforth, B. E. (1992). Alumni And Their Alma Mater: A Partial Test Of The Reformulated Model Of Organizational Identification. *Journal Of Organizational Behaviour*, 13, 103-123.

Naktiyok, A. (2004). *İç Girişimcilik*. İstanbul: Beta Yayınları.

Ogbanna, E. and Harris, L. C. (2000). Leadership Style, Organizational Culture And Performance: Empirical Evidence from UK Companies. *International Journal Of Human Resource Management*, 11(4), 766-788.

Riketta, M. (2005). Organizational Identification: A Meta-Analysis. *Journal Of Vocational Behavior*, 66(2), 358-384.

Tierney, P., Farmer, S. M. and Graen, G. B. (1999). An Examination Of Leadership and Employee Creativity: The Relevance Of Traits and Relationships. *Personnel Psychology*, 52, 591-620.

Zhou, J. and George, J. M. (2001). When Job Dissatisfaction Leads To Creativity: Encouraging The Expression Of Voice. *Academy Of Management Journal*, 44, 682-696.

EXTENDED SUMMARY

Purpose

Individuals identify with the organisations in order to satisfy their belongingness and decrease uncertainty. The organisation wants to strengthen the identification of the member, because it believes that the identification has a positive effect on the employees' performances. So, the organisational identification became an important variable for the studies of the organisational behaviours. The relationship between the organisation and the employee affects the individual's behaviours and manners.

Today the businesses is researching the ways of being benefited from the capacity of the employees' creativity and is being engaged in the detections of the factors that increase and decrease the individual's creativity performance. At ever-developing and growing sectors, it became one of important subjects that how individual creativity has contributed to the organisations. The purpose of the study is to show the relationship between the organisational identification and the performance perception of the employees' individual creativity. The sub purpose of this study is to show whether there are significant differences between the levels of the identification or not, in terms of the demographic features of the employees. In accordance with the purpose of the research, the employees, who work at banking sectors in Nevşehir, will be collected data via questionnaire. With gathered data, it will be shown that how the organisational identification has an effect on the individual creativity.

Methodology

Preparing a questionnaire under the title of methodology is dealt with the method of sample and data analysis.

The questionnaire used for the purpose of detecting that banking employees' organisational identification has an effect on the individual creativity, consists of three parts.

In the first part of the questionnaire, so as to measure the organisational identification, there is a scale developed by Mael and Ashford (1992). The organisational identification scale has five point likert scale and six statements. (1=strongly disagree, 2=disagree, 3=neither agree nor disagree, 4=agree, 5=strongly agree)

In the second part of the questionnaire, so as to measure the perception of individual creativity, the scale developed by Tierner, Farmer and Graen (1999) and formed by Zhou and George (2001) has been used. The type of the scale has five point likert scale and thirteen statements. (1=strongly disagree, 2=disagree, 3=neither agree nor disagree, 4=agree, 5=strongly agree)

In the third part of the questionnaire, there are questions about the gender, the marital status, the age, the education status, the experience and the employees' department of the participants.

In relation to the results of the research, there are below hypotheses.

Hypothesis 1: The organisational identification has a positive effect on the individual creativity.

Findings

With gathered data based on the result of the research, various statistical analyses, that are suitable for the purpose of the research, have been applied.

While the results of the research related with the demographic features of employees have been analysed, it is seen that there are 70,9 percent male participant and 29,1 percent female participants.

It has been determined that the arithmetic mean of the organisational identification between banking employees is 3.78. It has been determined that the arithmetic mean of individual creativity between banking employees is 3.85.

According to the results of analysis it has been determined that there is a positive and significant relationship between the organizational identification it can be expressed that and the individual creativity. That is, it can be expressed that the more the level of the identification increases, the more individual creativity increases. It is seen that the organizational identification has affected the individual creativity in a positive way.

Conclusion and Discussion

Acquiring the advantage of sustainable rivalry at global scale needs being a part of the organization and indigenizing the purpose, value and culture of the organization human resource as qualified and creative as human resources. So the premises of the organisational identification of the employees and analysis of the results are important research subject as businesses. Especially at service business, because the employees must directly contact with the clients what they internalize their organisation and their constructive behaviours will lead to reflecting on the clients. With this purpose, in this study, it has been searched that the employees of the bank branches in the counties of Nevşehir and the organisational identification have effects on the individual creativity.

The simple regression analysis has been used to detect that the independent variable (organisational identification) has an effect on the dependent variable (the individual creativity). According to the result of the simple regression analysis, it is seen that the organisational identification of banking employees has a positive effect on the individual creativity. According to this result, it can be expressed that the increase of the organisational identification for the banks of the employees will increase the individual creativity. It can be said that it is possible to increase the individual creativity if the managers of the banking business take some preventions that support the organisational identification.

This research has definite constraints. Basic restraint of the research is only being restrained with the banking samples to be active in Nevşehir. The results of the research may be a guide for the scales of the future. So as to be generalised, the research subject necessitates the research that can be made at different sectors. The second constraint is the fact that someone, who join in the survey, have no time to fill in the questionnaire.

This study is searching the fact that the organisational identification has effects on the individual creativity. In the studies of the future, it can be analysed that social behaviours based on the organisation with the sub dimensions of the identification have effects on the individual creativity.

İÇSEL PAZARLAMA FAALİYETLERİNİN İŞGÖREN YETKİNLİĞİ ÜZERİNE ETKİSİ: NEVŞEHİR'DEKİ OTEL İŞLETMELERİNDE BİR UYGULAMA *

Geliş Tarihi: 26.03.2018

Kabul Tarihi: 05.06.2018

E-ISSN: 2149-3871 Sayfa: 58-76

Doç. Dr. Duygu EREN
Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi, Turizm Fakültesi
dygeren07@gmail.com
ORCID No: 0000-0002-9959-9521

Gökhan ONAT
gonat11@gmail.com
ORCID No: 0000-0001-5072-948X

Araştırma Makalesi

ÖZ

Bu çalışmanın amacı, Nevşehir’deki üç, dört ve beş yıldızlı otel işletmelerindeki içsel pazarlama faaliyetlerinin işgören yetkinliği üzerindeki etkisini araştırmaktır. Bu amaçla, içsel pazarlama faaliyetlerinin boyutlarının işgören yetkinliği üzerindeki etkisini belirlemeye yönelik bir model önerilmiş ve bu model çoklu regresyon analizi ile test edilmiştir. Otel işletmelerindeki içsel pazarlama faaliyetlerini ölçmek için daha önce geliştirilen bir ölçek kullanılmıştır. Otel işletmelerinde işgören yetkinliğini ölçmek için önceden geliştirilmiş bir ölçek bulunmaması nedeniyle bu çalışma için bir işgören yetkinliği ölçeği oluşturulmuştur. Örneklem yöntemi olarak yargısal örneklem tercih edilmiş ve araştırmanın kapsamına Nevşehir’deki üç, dört ve beş yıldızlı otellerdeki işgörenler dâhil edilmiştir. Veriler anket yöntemi ile toplanmıştır. Araştırma sonucunda içsel pazarlama faaliyetlerinin işgören yetkinliğini pozitif ve anlamlı yönde etkilediği görülmüştür. Vizyon geliştirme işgören yetkinliğini negatif ve anlamsız bir şekilde etkilemektedir. Buna karşılık kişisel gelişim ve ödüllendirme boyutlarının yapılan çoklu regresyon analizi sonucunda işgören yetkinliğini pozitif ve anlamlı yönde etkilediği ortaya çıkmıştır.

Anahtar Kelimeler: İçsel Pazarlama, İşgören Yetkinliği, Otel İşletmeciliği, Nevşehir.

*Bu makale Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı tarafından kabul edilen “İçsel Pazarlama Faaliyetlerinin İşgören Yetkinliği Üzerine Etkisi: Nevşehir’deki Otel İşletmelerinde Bir Uygulama” isimli yüksek lisans tezinden derlenmiştir.

THE IMPACT OF INTERNAL MARKETING ON EMPLOYEE COMPETENCY: A CASE OF IN THE HOTEL BUSINESSES IN NEVŞEHİR

ABSTRACT

The purpose of this study is to examine the impact of three, four, and five-star hotel businesses' internal marketing activities on employee competence. With this end in view, a model for determining the impact of dimensions of internal marketing on employee competence was proposed and this model was tested through multiple regression analysis. A previously developed scale was used in order to measure internal marketing activities in hotel businesses. Since no scale to measure employee competence was found in hotel businesses, employee competence scale was developed for this study. As sampling method, judgmental sampling was preferred and employees of three, four, and five-star hotels in Nevşehir were included in the study. Data were collected via questionnaires. In the result of the research, it was discovered that internal marketing activities had a positive and significant impact on employee competence. Vision development affected employee competence negatively and insignificantly. On the other hand, in the result of multiple regression analysis done, it was discovered that personal development and reward dimensions affected employee competence positively and significantly.

Keywords: Internal Marketing, Employee Mompentence, Hotel Businesses, Nevşehir.

1. GİRİŞ

Turizm sektöründeki hızlı büyümeyle birlikte işletmelerin sayısında büyük bir artış görülmektedir. Turizm alanında faaliyet gösteren bu işletmelerin sayısının büyük bir şekilde artış göstermesinin bir sonucu olarak işletmeler arasındaki rekabetin üst seviyelere çıktığı gözlenmektedir. Bu turizm işletmeleri rekabet üstünlüğü sağlamak için hizmet sunumunun ve kalitesinin dikkate alınması gerektiğini fark etmiş ve bu noktada insan kaynaklarının önem kazandığı görülmüştür (Biçer ve Düztepe, 2003). Değişim içindeki zaman ve değerlerin etkisiyle, farklı oluşum kazanan turizm dünyası farklı bir müşteri çeşidiyle karşı karşıya kalmıştır. Satın almanın son aşamasının, benimseme aşaması olduğu ve ihtiyacın karşılanması halinde, satın almada bulunan kişinin o ürünün sürekli müşterisi olacağı dikkate alındığı zaman, günümüzde işletmeler, 'ne üretirsem satarım anlayışı yerine alıcıyı memnun edersem satarım' düşüncesi ile faaliyet göstermek zorunda kalmışlardır. Özellikle, insan faktörünün ön plana çıktığı hizmet sektöründe bu şekildeki bir düşüncenin uygulamaya dönüşmesi ise işgörenin (iç müşteri) ihtiyaçlarına ve beklentilerine cevap vermek, onların rahat, sağlıklı ve güvenilir ortamda çalışmalarını sağlamak, maddi ve manevi açıdan onları tatmin etmekle

sağlanabilmektedir. Başka bir deyişle müşterilerin (dış müşteri) memnuniyeti öncelikle işletme çalışanlarının memnuniyeti ile ilişkilidir. Çünkü işletme süreçlerinde karşılaşılabilecek bir aksaklık, sunulan ürünlere yansiyabileceğinden, dış müşteri memnuniyetini sağlamak için bir işletmede yer alan bütün bölümlerin göz önüne alınarak işletme stratejilerini belirlemek daha yararlı olacaktır.

South West Hava Kurumu yönetim başkanı 1996 yılında, şirketin 25. kuruluş yıldönümünde yapmış olduğu konuşmada, içsel pazarlamanın önemini şöyle ifade etmiştir: “İşletmeler için kim önce gelir müşteriler mi, çalışanlar mı yoksa hissedarlar mı? Bu sorunun cevabı konusunda asla bir tereddüdüm yoktur. Çalışanlar önce gelir. Eğer onlar mutlu, tatminkâr, kendilerini işine vermiş ve enerjikler, tüketiciler için ellerinden gelenin en iyisini yapacaklar ve dolayısıyla müşteriler tekrar gelecekler; bu da hissedarları mutlu edecektir” (Bansal vd., 2001:62). İçsel pazarlamanın önemini çok net bir şekilde ifade eden bu görüş sonrasında içsel pazarlamanın önemi günümüzde giderek artmıştır. İşgörenler bir müşteri gibi görülerek öncelikle işgörenlerin istek ve ihtiyaçları giderilmeye çalışılmış ve bu dolaylı olarak müşteri memnuniyeti olarak geri dönüt sağlamıştır.

İşletmelerin günümüzdeki en önemli sorunlarından birisi, doğru işe doğru ve iyi eğitilmiş işgörenleri istihdam etmektir. Günümüzde işgörenlerin bir işletmede ömür boyu çalışarak, örgütsel basamaklar boyu yükselmesi önemini yitirmiştir. Örgütlerin günümüzdeki en önemli özellikleri arasında bilgi, esneklik ve hız yer almaktadır. Bu sebeple örgütlerin işgörenlerden beklentileri, buna bağlı örgütsel yapıları değişmiş ve dolayısıyla hem örgütlerin hem de işgörenlerin kariyere bakış şekillerinde esneklik, sınırsızlık ve uzmanlık ön plana gelmiştir. İnsan kaynakları, farklılıklara bilgi, beceri, yetenek ve tutumlara sahip çalışanlara, kendini bir kuruma aday olan çalışanlardan daha fazla önem vermektedir. Bu nedenle bağlılık ve sadakat yerini, bir işte üstün performans sergilemeyi sağlayan bilgi, tutum, beceri gibi gözlemlenebilir davranışların hepsine yani yetkinliklere bırakmıştır (Kordon, 2006).

İçsel pazarlama uygulamalarının sonrasında işgörenlerde bir takım gelişmeler gözlenmektedir. Bu gelişmelerden birkaçı şu şekilde özetlenebilir: işgören iş uyumu artmaktadır, işgören motivasyonu artmaktadır, örgütsel bağlılığı artmaktadır, işgörenlerin işi hakkındaki bilgi ve becerileri artmaktadır, işgören verimliliği artmaktadır ve işgören kazaları azalmaktadır. İçsel pazarlama sonrasında gözlenen bu gibi gelişmeler işgören yetkinliğini etkilemektedir. Bu nedenle içsel pazarlama sonrasında gözlenen bu gibi gelişmeler işgören yetkinliğinin odak noktasını oluşturmaktadır (Demir vd., 2008).

Bu çalışmanın amacı, Nevşehir ilindeki üç, dört ve beş yıldızlı otellerin içsel pazarlamayı uygulama düzeylerini ve söz konusu otel

işletmelerinde çalışan işgörenlerin yetkinlik düzeylerini belirlemek ve içsel pazarlama uygulamalarının işgören yetkinliği üzerindeki etkisini model aracılığı ile test etmektir. İçsel pazarlama faaliyetlerinin işgören yetkinliği üzerindeki etkisini belirlemek hizmet işletmelerinin başarısı ve karlılığı açısından önem arz etmektedir. İnsan kaynağına verilen önem ve insanın yetenekleri başarının önemli belirleyicilerindendir. Birçok araştırma, içsel pazarlamada işgörenlerin bir müşteri gibi görülerek önce işgörenin istek ve ihtiyaçlarının iyi bir şekilde karşılanması üzerinde durmaktadır. Bu nedenle işgörenler gerekli bilgi ve beceriyle donatılmaktadır. İçsel pazarlama faaliyetleri uygulandıkça işgören yetenekleri artmaktadır. İçsel pazarlama faaliyetleri sonucunda işgören yetkinliğinin hangi düzeyde değiştiğini ortaya koymak işletmeler açısından önem arz etmektedir. Bu araştırmanın sonucunda içsel pazarlama faaliyetleri ve işgören yetkinliği arasındaki ilişkisi ortaya konulmakta ve hizmetin kalitesinin artırılmasında yetkinliklerin önemi açıklanmaktadır. Çalışmanın otel işletmelerinde içsel pazarlamayı kullanarak otel çalışanlarının yetkinliklerini geliştirmek ve artırmak isteyen otel işletmeleri yöneticilerine yol gösterici olacağı düşünülmektedir.

2. YAZIN TARAMASI

Türkçe ve yabancı yazında içsel pazarlama faaliyetleri ile işgören yetkinliği arasındaki ilişkiyi ölçen bir çalışmaya rastlanmamıştır. Bu nedenle bu iki kavram arasındaki ilişkiyi açıklayabilmek için boyutlar bazında ele alınmıştır.

İçsel pazarlama yazınında, içsel pazarlama uygulamalarının özellikle hizmet işletmeleri için öneminin büyük olduğu ve temelinde işgörenlerin ihtiyaçlarının tespiti ve bu ihtiyaçların karşılanması doğrultusunda işgörenlerin aidiyet duygusunun geliştiği ve işletmeyi sahiplendiği tespit edilmiştir (Özdemir, 2014). Bu nedenle işletmeler öncelikle iç müşterilerin ihtiyaç ve beklentilerini karşılamalıdır. İşletmeler işgörenlerin işleriyle ilgili sahip olması gereken bilgi, beceri ve davranışları işgörene kazandırmak için gerekli eğitimlerin verilmesi ve ilgili faaliyetlerin yapılmasından sorumludurlar. Bu faaliyetler sonucunda işgörenler işleriyle ilgili sahip olması gereken bilgi ve becerileri elde edeceklerdir (Berry vd., 1994; Gremler vd., 1994; Ahmed ve Rafiq, 2003; Chang ve Chang, 2007; Doukakis ve Kitchen, 2004; Varinli, 2006; Sasser ve Arbeit, 1976).

İçsel pazarlama faaliyetlerinin başında, çalışanlara kişisel gelişimlerini sağlamak ve performanslarını geliştirmek için düzenlenen eğitimler, konforlu ve güvenli bir çalışma ortamının sağlanması, maaş dağılımının adil bir şekilde düzenlenmesi, ücretli ve ücretsiz izin hakları ile sigorta haklarından dürüst bir şekilde faydalandırılması,

maddi veya manevi teşviklerin sağlanması, ayın elemanı seçimi, çalışanlara özel partiler, kutlamalar ve eğlenceli toplantıların düzenlenmesi gibi uygulamalar gelmektedir (Özdemir, 2014). Bu uygulamalar sonucunda; işgörenlerin işteki performansı artacaktır, örgütsel bağlılık artacaktır, işgören devir hızı düşecektir, işgörenlerin işi hakkında bilgisi artacaktır, işgörenlerin işi hakkında becerisi artacaktır, işgören verimliliği artacaktır. İçsel pazarlama uygulamaları sonucunda ortaya çıkacak olan bu gibi sonuçlar işgören yetkinliğini artıracığı düşünülmektedir.

İçsel pazarlamanın boyutları olan vizyon geliştirme, kişisel gelişim ve ödüllendirmenin de işgören yetkinliğini etkilediği düşünülmektedir. Vizyon, mevcut gerçekler ile gelecekte beklenen koşulları birleştirerek, kurum için arzu edilen bir gelecek imajı yaratmaktır. Başka bir deyişle vizyon, kurum ile ilgili hayal edilen gelecektir (Koçel, 1998: 76). Yöneticilerin vizyon sahibi olmaları ve bunu işgörenleri ile paylaşmaları gerekir. Çünkü başarılı örgütlerin en önemli özelliklerinden biri örgüt adına işgörenlerinin andığı ve paylaştığı bir vizyona sahip olmalarıdır. Yani vizyon sahibi olan örgütler diğer örgütlere istinaden daha iyi performans göstermektedir. Bu nedenle içsel pazarlamanın boyutu olan vizyon geliştirmenin işgören yetkinliğini etkilediği düşünülmektedir. Kişisel gelişim: İş hayatındaki sürekli ve hızlı gelişmeler, çalışanların bilgi ve yeteneklerinin de sürekli olarak geliştirilmesini gerekli kılmaktadır. Eğitim ve geliştirme faaliyetleri; işgörenin daha fazla bilgili olup yeterlilik kazanmasına ve yüksek beceri elde etmesine neden olur. Bunun sonucunda da; kişisel özgüven ve önem duygusunda artış, yüksek motivasyon, kendi kendini denetleme, iş tatmini ve örgütsel bağlılıkta artış, iş kazalarında azalma, verimlilik artışı gibi hem kişisel hem de örgütsel pek çok fayda sağlanır (Mucuk, 2003: 329–330). İçsel pazarlamanın bir boyutu olan kişisel gelişimin işgören yetkinliğini etkilediği düşünülmektedir. Ödüllendirme: Performans değerlemesi sonucunda standartların üstünde başarı gösteren işgörenlerin ödüllendirilmesinin bir işletme politikası olarak kabul edilmesi; başarılı kişileri işletmeye çekmenin yanında, diğer çalışanlara örnek olma, işgören devir hızının düşük olması, örgütsel bağlılığı artırma, verimlilik ve karlılığı yükseltme, rekabet avantajı sağlama gibi pek çok yararlar sağlayabilir (Bansal vd., 2001: 68). Ödül denince sadece maddi düşünmemek gerekir. Prim, terfi gibi maddi unsurlar yanında manevi unsurlarla ödüllendirilme yararlı olabilir. Ödüllendirme sonucunda işletme ve personel bazında gerçekleşen bu faydaların işgören yetkinliğini etkileyeceği düşünülmektedir.

İçsel pazarlama anlayışına göre bir işletmenin ilk pazarı çalışanlarıdır. İçsel pazarlama uygulamaları yolu ile çalışan ihtiyaçlarının giderilmesi, çalışanların motive edilmesi, çalışanların iş

tatminini arttırarak, örgütten ayrılma eğilimini azaltmakta ve işletme performansı artmaktadır. Böylelikle dış müşteri tatmini ve sadakati yaratılmaktadır (Ahmet ve Rafiq, 2003). İçsel pazarlama, işletmenin tüketicilere iyi hizmet vermesini sağlamak amacıyla işgörenleri bilgilendirme, eğitme ve motive etme faaliyetleridir (Chang ve Chang, 2007:266). İçsel pazarlama, çalışanların örgüt içerisinde oluşturdukları bir iç pazar fikrinden ortaya çıkmıştır. Bu pazardaki işgörenlerin, yani iç müşterilerin, dış müşterilerin beklentilerini ve isteklerini karşılayabilmeleri için; eğitime, ödüllendirilmeye, geliştirilmeye, motivasyona ve bilgilendirilmeye ihtiyaçları vardır (Doukakis ve Kitchen, 2004: 421). İçsel pazarlama uygulamaları hizmet sektöründe daha çok önem göstermektedir. Çünkü hizmet sektöründe verilen hizmetin kalitesi, büyük ölçüde hizmeti sunan işgörenin davranışlarına ve tutumuna bağlıdır (Varinli, 2006: 108). Hizmet işletmeleri, işi müşterilerine satabilmeleri için önce çalışanlarına satmalıdırlar. Nitekim içsel pazarlama Sasser ve Arbeit (1976) tarafından “işletmeyi çalışanlarına satmak” şeklinde tanımlanmıştır(Sasser ve Arbeit, 1976).Yukarıda görüldüğü üzere içsel pazarlama uygulamalarının sonucu olarak işgörenlerin işleri hakkında bilgi, beceri, tutum ve davranışları gelişme göstermektedir. Bir iş hakkında bilgi, beceri, tutum ve davranışları gelişen işgörenler o iş hakkında daha fazla yetkin olacağı düşünülmektedir.

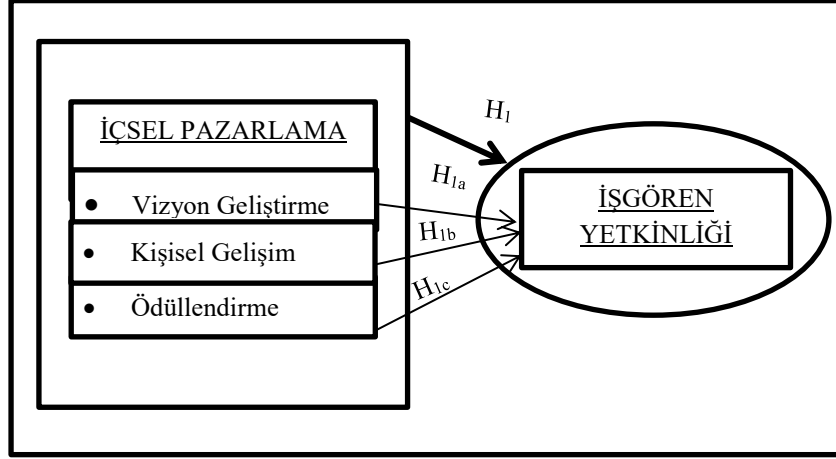
3. ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ

3.1. Araştırmanın Değişkenleri ve Ölçümü

Araştırmada, Nevşehir ilindeki otel işletmelerinde içsel pazarlama faaliyetlerinin işgören yetkinliği üzerindeki etkisi ölçülmüştür. Bu nedenle araştırmanın bağımsız değişkeni, içsel pazarlama faaliyetleridir. İçsel pazarlama faaliyetlerini ölçmek için Foreman ve Money (1995) tarafından geliştirilen içsel pazarlama ölçeği kullanılmıştır. Ölçek vizyon geliştirme, kişisel gelişim ve ödüllendirme olmak üzere 3 boyuttan ve 15 maddeden oluşmaktadır. Bu 15 maddenin 1,2,11’inci maddeleri vizyon geliştirmeyi, 3,4,5,6,7,13,14,15’inci maddeleri kişisel gelişimi, 8,9,10,12’nci maddeleri ise ödüllendirme boyutunu ölçmektedir. Araştırmanın vizyon geliştirme, ödüllendirme ve kişisel gelişim gibi konuları 4 aralıklı (1=kesinlikle katılmıyorum, 2=katılmıyorum, 3=katılıyorum, 4=kesinlikle katılıyorum) likert tipi ölçekle ölçülmüştür.

Araştırmanın bağımlı değişkeni ise işgören yetkinliğidir. Otel işletmelerinde işgören yetkinliğini ölçmek için işgören yetkinliği alanında yazılan kitap ve makalelerden yararlanılarak bu çalışma için bir ölçek oluşturulmuştur. Bu ölçekte işgören yetkinliği tek boyut ve 37 maddeden oluşmaktadır (Olalı ve Korzay, 1993; Akoğlan Kozak, 2009;

Şener, 2009; Karaman, 2016; Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2009; Kordon, 2006; Boyatzıs, 1982). Araştırmanın işgören yetkinliği konusu 4 aralıklı (1=kesinlikle katılmıyorum, 2=katılmıyorum, 3=katılıyorum, 4=kesinlikle katılıyorum) likert tipi ölçekle ölçülmüştür.



Şekil 1. İçsel Pazarlama Uygulamaları ve İşgören Yetkinliği İlişkisi

Araştırmanın kavramsal çerçevesi doğrultusunda belirtildiği üzere içsel pazarlama faaliyetleri boyutlarının işgören yetkinliği üzerinde etkisinin olacağı varsayılmaktadır. Bu bağlamda, araştırma boyutları arasındaki ilişkiyi ortaya çıkarmak amacıyla aşağıdaki hipotezler geliştirilmiştir.

Hipotez 1: İçsel pazarlama uygulamalarının işgören yetkinliği üzerine anlamlı bir etkisi vardır.

Hipotez 1a: Vizyon geliştirmenin işgören yetkinliği üzerine anlamlı bir etkisi vardır.

Hipotez 1b: Kişisel gelişimin işgören yetkinliği üzerine anlamlı bir etkisi vardır.

Hipotez 1c: Ödüllendirmenin işgören yetkinliği üzerine anlamlı bir etkisi vardır.

3.2. Örneklem

Araştırmada örneklem yöntemi olarak, olasılığa dayalı olmayan (tesadüfi olmayan) örneklem yöntemlerinden yargısal örneklem yöntemi kullanılmıştır. Yargısal örneklem yönteminde, örneğe kimin seçileceği kararı, bir uzmana ya da konu hakkında daha çok bilgiye sahip olması sebebiyle araştırmacının kendisine bırakılır (Nakip, 2006). Araştırmacı, ilgisine, bilgisine dayanarak, evrenin

parçası olan daha küçük bir gruptan örnek seçer. Bu örneğin evreni oluşturan işgörenleri en iyi şekilde temsil etmesine dikkat etmelidir (Bernard, 2000; Robson, 2002). Araştırma çevresini oluşturan evren ne derece benzer ise ve araştırmacı evreni ne derece iyi tanıyorsa, bu yöntemle seçilen örnekler çok iyi sonuçlar verecektir (Arıkan, 1995). Ancak, yargısal örnekleme yöntemi ile seçilen örneğin evreni temsil etme derecesini tam olarak bilinmediğinden, evrene genelleme yapılamamaktadır (İslamoğlu, 2009). Bunun nedeni olarak da aynı çevrede farklı örnekleme gruplarıyla yapılacak aynı çalışma farklılık gösterebilmektedir.

Araştırmanın evrenini Nevşehir ilindeki otel işletmeleri işgörenleri oluşturmaktadır. Nevşehir İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü'nün 2017 yılı verilerine göre Nevşehir ilinde 2732 yatak kapasiteli 5 adet 5 yıldızlı, 3961 yatak kapasiteli 16 adet 4 yıldızlı, 314 yatak kapasiteli 4 adet 3 yıldızlı otel işletmesi bulunmaktadır. Araştırmanın evren büyüklüğünü belirlemek için yatak başına düşen işgören sayısından yola çıkılarak hesaplanmıştır. Anket formu, Nevşehir ilindeki üç, dört ve beş yıldızlı otel çalışanlarının büyük çoğunluğuna yüz yüze uygulanmıştır. Yüz yüze görüşme sağlanmayan otel çalışanları için anket formları bırakılmış ve kısa bir süre içerisinde toplanmıştır. Anket uygulaması Kasım 2016 ile Şubat 2017 arasında gerçekleştirilmiştir. Örneklem büyüklüğüne ulaşabilmek adına 300 adet anket çoğaltılmış ancak 270 adet anket formu uygulanmıştır. Anketlerin incelenmesi sonucu kullanılabilir anket sayısı 251 olarak belirlenmiş ve analize tabi tutulmuştur. Cevaplanma oranı yaklaşık %84'dür.

3.3. Veri Toplama Yöntemi ve Verilerin Analizi

Veriler, yukarıda tanımlanan bağımlı ve bağımsız değişkenlerle ilgili ölçek maddelerini ve işgörenlerin demografik özellikleri ile ilgili soruları içeren nicel bir veri toplama tekniği olan anket yolu ile toplanmıştır. Anket, Nevşehir ilindeki otellerde çalışan işgörelere uygulanmıştır. Toplanan veriler, bilgisayar ortamında analiz edilmiştir. Araştırmada veriler normal dağılım gösterdiğinden dolayı parametrik analiz yöntemleri tercih edilmiştir. Verilerin normal dağılım gösterip göstermediği histogram grafiği çizilerek ve aynı zamanda çarpıklık ve basıklık değerlerine bakılarak değerlendirilmiştir. Bu nedenle, analizlerde, frekans ve yüzde dağılımları gibi merkezi eğilim ölçüleri ile korelasyon ve regresyon gibi istatistiksel analiz yöntemlerinden faydalanılmıştır.

Araştırmaya ilişkin veriler, yukarıda tanımlanan bağımsız (içsel pazarlama) ve bağımlı (işgören yetkinliği) değişkenlerle ilgili ölçek maddelerini ve araştırmaya katılan katılımcıların demografik özellikleri ile ilgili sorular içeren anket yolu ile toplanmıştır. Anket,

Nevşehir ilindeki üç, dört ve beş yıldızlı otel işletmelerinin işgörenlerine uygulanmıştır. Toplanan veriler bilgisayar ortamında analiz edilmiştir. Araştırmada veriler normal dağılım gösterdiği için parametrik analiz yöntemleri tercih edilmiştir. Analizlerde, frekans ve yüzde dağılımları, aritmetik ortalama gibi merkezi eğilim ölçüleri ile faktör analizi, korelasyon ve regresyon gibi istatistiksel analizlerden yararlanılmıştır. Verilerin çözümlenmesinde bahsedilen analizlerin uygulanabilmesi için tek değişkenli normallik testi uygulanmıştır. Çalışmada kullanılan veri setinin normal dağılım gösterip göstermediği standart sapma, basıklık ve çarpıklık değerlerine göre test edilmiştir.

4. ARAŞTIRMANIN BULGULARI

4.1. Araştırmada Kullanılan Ölçeklerin Güvenilirlikleri ve Geçerlilikleri

Hair vd. (1998), araştırmalarda kullanılan ölçeklerin kabul edilebilir güvenilirlik katsayısının (Cronbach Alpha) 0.70 ve üzerinde olması gerektiğini belirtmektedir (Hair vd., 1998). Bazı kaynaklarda bu sayı 0,60 veya 0,50 olarak kabul edilmektedir. Bu çalışmada kabul edilebilir minimum güvenilirlik düzeyi 0,70 olarak belirlenmiştir. Tablo 1’de görüldüğü üzere, araştırmada kullanılan ölçeklerin büyük çoğunluğunun güvenilirlik katsayısının yüksek ve tatmin edici düzeyde ($\alpha > 0.70$) olduğu gözlenmiştir.

Tablo 1. Araştırmada Kullanılan Ölçekler ve Güvenilirlik Katsayıları

Ölçekler	Madde sayısı	Cronbach Alpha (α)
İçsel Pazarlama Uygulamaları	15	0.790
Vizyon Geliştirme	3	0.702
Kişisel Gelişim	8	0.881
Ödüllendirme	4	0.712
İşgören Yetkinliği	31	0.804

Geçerlilik, bir test veya ölçeğin ölçülmek istenen şeyi ölçme derecesini ifade etmektedir (Altunışık, vd., 2012). Araştırmada kullanılan ölçeklerin uzaksak (divergent validity) geçerlilikleri için öncelikle ölçeklerin madde korelasyonuna bakılmış ve ölçekte yer alan her bir maddenin kendi boyutu (ilgili maddenin kendi boyut toplamından çıkartılarak) ve diğer boyutlar ile korelasyonları incelenmiştir. Öncelikle içsel pazarlama ölçeğinde yer alan her bir maddenin (önermenin) kendi boyutu (maddenin kendisi boyut toplamından çıkarılarak) ve diğer boyutlar ile korelasyonuna bakılmıştır. Analiz sonuçları, maddelerin kendi boyutu ile diğer boyutlardan daha yüksek korelasyon sergilediğini ortaya koymuştur.

Daha sonra aynı analiz işgören yetkinliği ölçeği için yapılmıştır. İşgören yetkinliğinde yer alan maddelerin de kendi boyutu ile diğer boyutlardan daha yüksek korelasyon sergilemektedir.

4.2. Araştırmaya Katılan İşgörenlerin Özellikleri

Tablo 2’de araştırmaya katılan işgörenlerin özelliklerine ilişkin bilgiler yer almaktadır.

Tablo 2. Araştırmaya Katılan İşgörenlerin Özellikleri

	N	Frekans	Yüzde (%)
Cinsiyet	251		
Kadın		100	39,8
Erkek		151	60,2
Yaş	251		
17- 25 arası		39	15,5
26- 35 arası		146	58,2
36- 45 arası		60	23,9
46- 55 arası		6	2,4
Öğrenim Durumu	251		
İlköğretim		16	6,4
Lise		107	42,6
Ön lisans		44	17,5
Lisans		82	32,7
Lisansüstü		2	0,8
İşletmenin Statüsü	251		
5 yıldız		102	40,6
4 yıldız		128	51,0
3 yıldız		21	8,4
Bölüm	251		
Önbüro		57	22,7
Kat hizmetleri		58	23,1
Yiyecek- içecek		93	37,1
İnsan kaynakları		10	4,0
Diğer		33	13,1
Sektörde çalışma süresi	251		
1 yıldan az		12	4,8
1-3 yıl arası		32	12,7
4- 6 yıl arası		52	20,7
7- 9 yıl arası		79	31,5
10 yıl ve üzeri		76	30,3

Tablo 2’de görüldüğü gibi araştırmaya katılan işgörenlerin çoğunluğunu erkekler oluşturmaktadır (%60,2). Kadınlar ise % 39,8’lik bir orana sahiptir. İşgörenlerin yaş aralığı dikkate alındığında % 58,2’lik oranla 26-35 yaş aralığında olanların çoğunluğu oluşturduğu görülmektedir. Diğer yaş grupları incelendiğinde işgörenlerin

%15.5'inin 17-25 yaş aralığında, %23.9'unun 36-45, %2.4'ünün 46-55 yaş aralığındadır. İşgörenlerin öğrenim durumları değerlendirildiğinde anketi cevaplayan işgörenlerin %6.4'ünün ilköğretim, %42.6'sının lise, %17.5'inin ön lisans, %32.7'sinin lisans ve %0.8'inin lisansüstü eğitim aldığı görülmektedir. Anketin yapıldığı işletmelerin %40.6'sının 5 yıldızlı, %51'inin 4 yıldızlı, %8.4'ünün ise 3 yıldızlı otel işletmelerinde çalışan işgörenler oluşturmaktadır.

Anketi cevaplayan işgörenlerin bölümleri değerlendirildiğinde %22.7'sinin önbüroda, %23.1'inin kat hizmetlerinde, %37.1'inin yiyecek-içecek bölümünde, %4'ünün insan kaynakları bölümünde ve %13.1'inin ise diğer bölümlerde çalıştıkları anlaşılmaktadır. İşgörenlerin sektörde çalışma yılı oranları %4.8'i 1 yıldan az, %12.7'si 1-3 yıl arası, %20.7'si 4-6 yıl arası, %31.5'i 7-9 yıl ve %30.3'ü ise 10 yıl ve üzeri şeklindedir.

4.3. İçsel Pazarlama Uygulamaları ve İşgören Yetkinliğine İlişkin Bulguların Değerlendirilmesi

Tablo 3'te içsel pazarlamanın alt ölçeklerine ve işgören yetkinliğine ilişkin bazı tanımlayıcı istatistikler verilmiştir.

Tablo 3. Araştırmada Kullanılan Ölçekler ve Alt Ölçeklerle İlgili Bazı Tanımlayıcı İstatistikler

Ölçekler*	Genel Ortalama ¹	Standart Sapma
İçsel pazarlama uygulamaları	3.11	0.36
Vizyon geliştirme	3.27	0.43
Kişisel gelişim	2.90	0.62
Ödüllendirme	3.42	0.38
İşgören yetkinliği	2.98	0.33

*Ölçek:(1=kesinlikle katılmıyorum, 2=katılmıyorum, 3=katılıyorum, 4=kesinlikle katılıyorum şeklinde derecelendirilmiştir).

Tablo 3'te işgörenlerin içsel pazarlama uygulamalarına ilişkin algılarının genel ortalamadan yüksek olduğu anlaşılmaktadır (3.11). İçsel pazarlama boyutlarından ödüllendirme boyutunun ortalaması diğer boyutlara göre daha yüksektir (3.42). Bu durumda işgörenler içsel pazarlama uygulamalarından ödüllendirme ile ilgili uygulamaların daha olumlu algılandığı gözlenmektedir. Fakat kişisel gelişim boyutunun (2.90) diğer boyutlara oranla düşük olduğu gözlenmektedir. İşletmelerin kişisel gelişime yönelik içsel pazarlama uygulamalarının işgörenler tarafından daha olumsuz algılandığı ve işletmelerin bu konudaki uygulamalara daha az yoğunlaştığı söylenebilir.

İşgören yetkinliğine ilişkin değerlendirmenin olumlu olduğu görülmektedir. İşgören yetkinliği ifadelerinin ortalamaları incelendiğinde “iş yerinde bir plan ve programa göre çalışırım” (3,49), “işim hakkında muhakeme (kıyaslama-yargılama) yaparım” (3,49) ve “işim konusunda her zaman iş birliğine (dayanışmaya) açığım” (3,41) ifadeleri en yüksek ortalamaya sahiptir. İşgören yetkinliği açısından düşük ortalamaya sahip özellikler ise, “İşim hakkında bir karar alırken yöneticilerim/şeflerim bana sorar” (1,78), “İşimin gerektirdiği disiplin kurallarını bilirim” (1,88) ve “İşimin gerektirdiği disiplin kurallarına göre davranırım” (1,90)’dır.

4.4. İçsel Pazarlama Uygulamalarının ve İşgören Yetkinliği Arasındaki İlişki

Tablo 4’te içsel pazarlamayı oluşturan boyutlar ile işgören yetkinliği arasındaki korelasyon katsayıları verilmiştir. Tablo incelendiğinde genel olarak içsel pazarlama boyutları ve işgören yetkinliği arasındaki korelasyon katsayıları $p=0,001$ ve $p=0,005$ düzeyinde pozitif ve anlamlıdır. En yüksek korelasyon içsel pazarlama boyutlarından ödüllendirme ve işgören yetkinliği arasında olduğu gözlenmektedir (0.511). En düşük korelasyon işgören yetkinliği ve vizyon geliştirme arasında gözlemlenmektedir (0.129). İşgören yetkinliği, vizyon geliştirme, kişisel gelişim ve ödüllendirme arasındaki ilişki pozitif ve anlamlıdır. Yani değişkenler arasında birlikte artma ve birlikte azalma söz konusudur. Genel olarak işgören yetkinliği ile içsel pazarlama arasındaki korelasyona bakıldığında ise (0,511) bu ilişkinin yine pozitif ve anlamlı olduğu görülmektedir.

Tablo 4. İçsel pazarlama ve işgören yetkinliği Arasındaki Korelasyon Kat Sayıları (Pearson)

	Vizyon geliştirme	Kişisel gelişim	Ödüllendirme	İçsel Pazarlama
İşgören yetkinliği	.129*	.499**	.511**	.511**

* Korelasyon 0.05 düzeyinde anlamlıdır (çift yönlü).

** Korelasyon 0.01 düzeyinde anlamlıdır (çift yönlü).

Otel işletmelerinde içsel pazarlama uygulamaları ile işgören yetkinliği arasındaki ilişkiyi ortaya koymak amacıyla Şekil 1’de yer alan araştırma modeli test edilmiştir. Daha önce de açıklandığı üzere içsel pazarlama uygulamaları 3 boyuttan oluşmaktadır. İçsel pazarlama boyutlarının her biri bağımsız değişken olarak yer almaktadır (vizyon geliştirme, kişisel gelişim ve ödüllendirme). Bağımlı değişken olan işgören yetkinliği tek boyuttan oluşmaktadır. Bağımsız değişkenlerin

işgören yetkinliği üzerindeki etkisini ve açıklayıcılığını test etmek için çoklu regresyon analizi yapılmıştır.

Çoklu bağlantı problemi, ikiden fazla bağımsız değişken arasındaki güçlü korelasyonu ifade etmektedir. Çoklu bağlantı, bağımsız değişkenlerin bazıları arasında yüksek derecelerde korelasyon olması durumudur. Çoklu bağlantı probleminin ortaya çıktığı durumlarda, bağımsız değişkenin açıklayıcılığı azalmaktadır (Hair vd.,1998).Araştırma modeli test edilmeden bağımsız değişkenler arasında çoklu bağlantı olup olmadığını belirlemek için varyans artış faktörüne (VIF) ve tolerans değerlerine bakılmıştır. Yapılan analiz sonucunda içsel pazarlama uygulamalarının VIF ve tolerans değerlerinin 10,0 dan küçük ve 0,10'dan ise büyük olduğu gözlenmiştir. Bu bulgular doğrultusunda bağımsız değişkenlerde çoklu bağlantı sorununun olmadığı söylenebilir.

Tablo 5. İçsel Pazarlamanın İşgören Yetkinliği Üzerindeki Etkisine İlişkin Çoklu Regresyon Analizi Sonuçları

Araştırma Modelinin Özet İstatistikleri (Uyum İyiliği)					
Çoklu R katsayısı= 0.568					
$R^2 = 0.322$					
Uyarlanmış $R^2= 0.314$					
Standart hata= 8.569					
	B	SE _{β}	B	t	Sig
SABİT	43.252	5.890		7.343	0.000
V.G	-1.107	0.574	-0.125	-1.930	0.055
K.G	1.473	0.318	0.383	4.631	0.000
Ö.D	1.777	0.436	0.288	4.080	0.000

Tablo 5'te İşgören yetkinliğini etkileyen içsel pazarlamanın boyutlarına ilişkin regresyon bulguları yer almaktadır. Tablo 6'ya göre içsel pazarlama uygulamaları işgören yetkinliğindeki varyansın %31' ini açıklamaktadır (Ad. $R^2=0.314$) bu durum içsel pazarlamanın işgören yetkinliği üzerinde etkisi olduğunu göstermektedir. İçsel pazarlama uygulamalarının boyutlarından kişisel gelişim ($\beta=0.383$) ve ödüllendirme (0,288) işgören yetkinliği boyutlarının üzerinde anlamlı bir etkisi vardır. Kişisel gelişim boyutu işgören yetkinliğini daha fazla etkilemektedir. Ancak içsel pazarlama uygulamalarının ($t=-1.930$; $p=0.055$) vizyon geliştirme üzerinde negatif yönlü ve anlamlı olmayan bir etkisi vardır.

Bilgi çağı ve küreselleşmenin aynı anda yaşandığı günümüzde insanın bilgisi, yaratıcılığı, tecrübesi ve yetenekleri işletmelerin rekabette üstünlük sağlamaları için temel dayanak noktası olmuş, böylece insan kaynaklarının önemi daha da artmıştır. İş yaşamında başarılı olmak isteyen işletmeler, çalışanlarından daha yüksek

performans göstermesini, müşteriye odaklanma kavramına uygun davranışlar sergilemelerini, süreç odaklı düşünmelerini, belli sorumlulukları alarak liderliği daha fazla üstlenmelerini ve şirketin rekabet avantajı elde etmesini sağlayan yeterliliklerine daha yüksek oranda katkıda bulunmalarını beklemektedirler (Biçer ve Düztepe, 2003:13). Çevremizdeki işletmelerden farklılaşarak faaliyet gösterdiğimiz alandaki müşterilerimizin memnuniyetini artırmak işgörenlerimiz tarafından sağlandığı düşünülürse, bu işgörenler yapmakta oldukları iş hakkında daha fazla bilgiye ihtiyaç duyarken bu bilgiyi uygulayacak yeteneklere de ihtiyaç duymaktadır. Sahip oldukları bu bilgi ve beceriyi kullanan işgörenler diğer işgörelere göre daha yüksek performans göstermektedir. Bu nedenle yetkinliklerin bütün işgörelere kazandırılması gerekmektedir. İşgörelere bu yetkinlikleri kazandırmanın bir yolu olarak içsel pazarlama uygulamaları düşünülmüştür ve buna ilişkin hipotezler oluşturularak regresyon analizine tabi tutulmuştur.

Çoklu regresyon analizi sonucunda içsel pazarlamanın boyutları olan kişisel gelişim ve ödüllendirmenin işgören yetkinliği üzerine doğru yönlü ve anlamlı bir etkiye sahip olduğu ve vizyon geliştirmenin ise ters yönlü ve anlamsız etkiye sahip olduğu anlaşılmaktadır. Bu durumda hipotez 1 kabul edilmekte ve içsel pazarlama uygulamalarının işgören yetkinliği üzerinde etkisinin olduğu desteklenmektedir.

5. SONUÇ VE ÖNERİLER

Küreselleşme sonucunda ülkeler arası her türlü sınırın kalktığı günümüzde turizm işletmeleri arasındaki rekabet yoğunlaşmıştır. Bu nedenle hizmet üreten işletmelerin rekabette fark yaratabilecek en önemli unsurlarından biri işgörenlerdir. İşletmelerin rekabette üstünlük sağlayacak işgücünü daha nitelikli hale getirmeleri gerekmektedir. Bu sebeple işgücü günümüzde işletmeler için yönetilmesi gereken en önemli faktörlerden biri olarak ön plana çıkmaktadır. Daha etkin ve verimli bir şekilde yönetilmesi gereken iş gücü diğer işletmelerde olduğu gibi turizm işletmelerinde de işgören yetkinliğini işaret etmektedir.

Günümüzde, turizm işletmeleri gelecekte de var olabilmek, karlılık ve verimliliklerini devam ettirebilmek için üstün performansa ihtiyaç duymaktadırlar. Bu üstün performansı elde edebilmek için turizm işletmeleri, üstün performans sağlayan işgörelere gereksinim duymaktadır. Bu noktada içsel pazarlama faaliyetleri devreye girmektedir. İçsel pazarlama faaliyetleri, üstün performansın elde edilmesinde işgörenlerin rollerini belirleyecek ve bu rolleri işgörenlerin gerçekleştirebilmeleri için gerekli eğitimlerin verilmesini ve ilgili faaliyetlerin yapılmasını sağlayacaktır. Gerçekleşen bu içsel pazarlama

faaliyetleri sonucunda işgörenler ilgili yetkinlikleri kazanması beklenmektedir.

İşgörenlerin daha verimli olabilmesi adına işletmeler içsel pazarlama kapsamında bir takım uygulamalar yürütmektedir. Bu uygulamalar; vizyon geliştirme, kişisel gelişim ve ödüllendirme olarak üç temel alanda toplanmaktadır. Bu faaliyetlerin temel amaçları işgörenlerin gelişimi sağlayarak gerek işletme gerekse departman bazında işgörenlerin daha verimli ve etkili performans göstermelerini sağlamaktır. Bu sayede dolaylı yönden işletmenin performansı artacaktır. Performansı artan işletmelerde verimlilik ve etkililik arttığı için işletme hedeflerini yakalamak ve hatta bu hedeflerin üzerine çıkmak mümkün hale gelecektir. Bu sayede işletmelerin performansı artacak, işletmenin büyümesi ve devamlılığı sağlanacaktır.

Araştırmanın sonuçlarına göre içsel pazarlama uygulamaları sonucunda işgörenlerde bazı gelişmeler beklenmektedir. Bu gelişmeler sonrasında işgörenlerin yaptıkları işle ilgili bilgi, beceri, tutum ve davranışları yani yetkinlikleri gelişmektedir. Yapılan çoklu regresyon sonrasında elde edilen bulgular tezimizi doğrulamaktadır. Yani içsel pazarlama faaliyetlerinde bulunan işletmelerdeki işgörenlerin yetkinlikleri artmaktadır. Bu nedenle bu tezde elde edilen bulgular otel işletmelerinin içsel pazarlama faaliyetlerine önem göstermeleri gerektiğini ve otel işletmelerinde verilen eğitimlerin geliştirilerek yaygınlaştırılması gerektiğini vurgulamaktadır. Bu sayede işgörenler sorumlu olduğu işi daha etkin bir şekilde yerine getirecektir ve dolayısıyla yetkin işgörenlerin işletmeye birçok katkı sağlayacağı ön görülmektedir.

Bu araştırmada içsel pazarlama uygulamalarının işgören yetkinliği üzerine etkisi işgörenler açısından ele alınmıştır. Gelecek çalışmalar içsel pazarlama uygulamalarının işgören yetkinliği üzerindeki etkisi yöneticiler açısından ele alınması faydalı olacaktır. Literatürde işgören memnuniyeti ile müşteri memnuniyeti arasında doğru yönlü ilişkiyi ortaya koyan çalışmalar mevcuttur. Yapılacak yeni çalışmalarda işgören yetkinliği ile işgören memnuniyeti arasında ilişkinin ortaya konulması içsel pazarlama uygulamalarının müşteri memnuniyetine dolaylı etkisini açıklamaya yönelik önemli çalışma olacağı düşünülmektedir. Literatürdeki bu boşluğun doldurulması gelecek çalışmalar için faydalı olacağı düşünülmektedir.

KAYNAKÇA

- Ahmed, P. And Rafiq, M. (2003). Internal Marketing Issues And Challenge. *European Journal Of Marketing*, 37(9), 1177-1186.
- Akoğlan Kozak, M. (2009). *Otel İşletmelerinde Kat Hizmetleri Yönetimi*, Ankara: Detay Yayıncılık.
- Altunışık, R., Bayraktaroğlu, S. Ve Yıldırım, E. (2012). *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri*, İstanbul: Sakarya Yayınları.
- Arıkan, R. (1995). *Araştırma Teknikleri Ve Rapor Yazma*, Ankara: Asil Yayımevi.
- Bansal, H.S., Mendelson, M. B. And Sharma, B. (2001). The Impact Of Internal Marketing Activitieson External Marketing Outcomes. *Journal Of Quality Management*, 6, 61-76.
- Bernard, H. R. (2000). *Social Research Methods*, London: Sage Publications.
- Berry, L., Parasuraman, A. And Zeithaml, V. A. (1994). Improving Service Quality In America: Lessons Learned. *The Academy Of Management Executive*, 8(2), 32-52.
- Biçer, G. Ve Düztepe, Ş. (2003). Yetkinlikler Ve Yetkinlik Sistemleri. *Havacılık Ve Uzay Teknolojileri Dergisi*, 1(2), 13-20.
- Boyatzıs, R. (1982). *The Competent Manager: A Model For Effective Performance*, New York: John Wiley Ve Son.
- Chang, C. S. And Chang, H. H. (2007). Effects Of Internal Marketing On Nurse Job Satisfaction And Organizational Commitment: Example Of Medical Centers İn Southern Taiwan. *Journal Of Nursing Research*, 14(4), 265-274.
- Demir, H., Usta, R. Ve Okan, T. (2008). İçsel Pazarlamanın Örgütsel Bağlılık Ve İş Tatminine Etkisi. Hacettepe Üniversitesi. *İktisadi Ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 26 (2), 135-161.
- Doukakis, I. P. And Kitchen, P. J. (2004). Internal Marketing In UK Banks: Conceptual Legitimacyor Window Dressing?. *The Internal Journal Of Bank Marketing*, 22(6), 421-452.
- Foreman, S. K. And Money, A. H. (1995). Internal Marketing: Concepts, Measurement And Application. *Journal Of Marketing Management*, (11), 755-768.
- Gremler, W. E., Bitner, M. J. And Evans. K. R. (1994). The Internal Service Encounter. *International Journal Of Service Industry Management*, 5(2), 34-56.
- Hair, J. F., Anderson, R. E., Tatham, R. L. And Black W. C. (1998). *Multivariate Data Analysis* (5th Edition), Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall.
- İslamoğlu, A. H. (2009). *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri*, İzmit: Beta Yayınları.
- Karaman, A. (2016). *Otel İşletmeciliği*, Konya: Eğitim Yayımevi.

- Koçel, T. (1998). *İşletme Yöneticiliği*, İstanbul: Beta Yayıncılık.
- Kordon, E. (2006). *Yetkinliklere Dayalı Kariyer Planlama Ve Endüstri Mühendisliği Öğrencileri İçin Bir Uygulama*, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Pamukkale Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Denizli.
- Kültür Ve Turizm Bakanlığı (2009). *Yiyecek Ve İçecek Servisi*, Ankara: Hazer Reklam.
- Mucuk, İ. (2003). *Modern İşletmecilik*, İstanbul: Türkmen Kitabevi.
- Nakip, M. (2006). *Pazarlama Araştırmaları, Teknikler Ve (SPSS Destekli) Uygulamalar*, Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Olalı, H. Ve Korzay, M. (1993). *Otel İşletmeciliği*, İstanbul: Beta Basım Yayım Dağıtım.
- Özdemir, G. (2014). Hizmet İşletmelerinde İçsel Pazarlama Yaklaşımı, *İş, Güç Endüstri İlişkileri Ve İnsan Kaynakları Dergisi*, Yaşar Üniversitesi; 16(1).
- Robson, C. (2002). *Real Wold Research*, Oxford: Blackwell.
- Sasser, W. And Arbeit, S. (1976). *Selling Jobs In The Service Sector*.
- Şener, B. (2009) *Konaklama İşletmelerinde Önbüro Yönetimi*, Ankara: Detay Yayıncılık.
- Varinli, İ. (2006). *Pazarlamada Yeni Yaklaşımlar*, Ankara: Detay Yayıncılık.

EXTENDED SUMMARY

Purpose

The purpose of this study is to examine the impact of three, four, and five-star hotel businesses' internal marketing activities on employee competence. With this end in view, a model for determining the impact of dimensions of internal marketing on employee competence was proposed and this model was tested through multiple regression analysis.

Methodology

Data were collected through questionnaires which include scale items on the dependent and independent variables of the study and demographic characteristics of employees who are included in the study. The questionnaire consisted of three parts. In the first part, the internal marketing scale was included. In order to measure internal marketing activities in hotel businesses, the scale developed by Foreman and Money (1995) was used. In the second part of the questionnaire, employee competence was measured. The literature on employee competence was reviewed. However, no scale which let the employees evaluate themselves on employee competence was found in the studies reviewed. For this reason, a scale was developed for this study by reviewing the books and articles on employee competence. In the third part of the questionnaire, demographic questions were included, such as gender, age, level of education, years of experience, on-the-job training, and etc. regarding respondent employees.

Findings/Results

In the result of the multiple regression analysis conducted, it was discovered that internal marketing applications explained 31% of the variance in employee competence (Ad. $R^2=0.314$). This shows that internal marketing has an impact on employee competence. Personal development ($\beta=0.383$) and reward (0,288) dimensions of internal marketing have a significant impact on employee competence dimensions. Personal development dimension has a higher impact on employee competence. However, internal marketing applications ($t=-1.930$; $p=0.055$) have a negative and insignificant impact on vision development. Thus, hypothesis 1 was accepted and it was confirmed that internal marketing applications have an impact on employee competence.

Conclusion and Discussion

Competition among tourism businesses got fiercer in today's world where any borders between countries are somewhat removed due to globalization. In the businesses which produce services, one of the most important factors that could make a difference in the competition is employees. Businesses should make their manpower, which will give them an advantage in the competition, much qualified. Thus, manpower is one of the most important factors to be managed for today's businesses. The manpower, which should be managed more effectively and efficiently, indicates employee competence for tourism businesses as it does for other businesses.

Today, tourism businesses need superior performances in order to survive for the future and maintain their profitability and efficiency. In order to attain this superior performance, tourism businesses need employees who can achieve superior performance. This is the point where internal marketing

activities take place. Internal marketing activities determine employees' roles in attaining this superior performance, let the employees to be trained accordingly and related activities to be conducted to make them perform these roles. As a result of these activities, employees are expected to gain related competencies.

Businesses conduct some activities for internal marketing to make the employees more efficient. These activities are grouped into three major areas as vision, personal development, and reward. The main purpose of these activities is to make the employees perform more efficiently and effectively for the department and business by making the employees develop. Thus, the business' performance increases indirectly. It is possible to attain goals and even overachieve these in the businesses with improved performance due to increased efficiency and effectiveness. Thus, the businesses' performance is increased and growth and sustainability can be achieved.

Results of the study indicate that some developments in the employees are expected based on internal marketing activities. After these developments, employees' competencies, namely, their knowledge, skills, attitudes, and behavior of/towards the work they are doing, are improved. The results of the multiple regression analysis confirm our thesis. In other words, the competencies of employees of the businesses in which internal marketing activities are conducted are improved. For this reason, the findings of this thesis emphasize that hotel businesses should pay attention to internal marketing activities and the trainings in hotel businesses should be improved and extended. Thus, the employees can do the work under their responsibility more efficiently; so, the competent employees are expected to contribute to the business in many ways.

In this study, the impact of internal marketing activities on employee competence were examined from the viewpoint of employees. It could be useful if the future research examines the impact of internal marketing activities on employee competence from the viewpoint of managers. In the literature, there are studies which indicate the positive relationship between employee satisfaction and customer satisfaction. If future research discovers any relationship between employee competence and employee satisfaction, the probable indirect impact of internal marketing activities on customer satisfaction will be justified. If this gap in the literature is filled, it is expected to be useful for future research.

ALMANCADA ÖNEKLİ FİLLER: “EIN” ÖNEKİ ÖRNEĞİNDE BİR İNCELEME

Geliş Tarihi: 07.05.2018
Kabul Tarihi: 12.06.2018
E-ISSN: 2149-3871 **Sayfa:** 77-91

Prof. Dr. Zeki USLU
Selçuk Üniversitesi, Edebiyat Fakültesi
zekiuslu@selcuk.edu.tr
ORCID No: 0000-0002-9145-0845

Huriye HABACI
Selçuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü
Yüksek Lisans Öğrencisi
Huriye.Habaci@hotmail.com
ORCID No: 0000-0002-9286-7781

Araştırma Makalesi

ÖZ

Önekli fiiller Almancada çok yaygındır. Ancak yabancı dil olarak Almanca öğretiminde yeterince ele alındığı söylenemez. Gerek ders kitaplarında gerekse ders içeriklerinde önekli fiiller üzerinde çok az durulmaktadır. Oysa bu fiiller iletişimin vazgeçilmez öğeleridir. Bu durum Almanca öğrencilerinin sözcük dağarcığında ve dil kullanımında sorunlara neden olmaktadır. Gözlemler Almanca öğrencilerinin çoğunlukla yalnızca temel fiilleri öğrendikleri ve önekli fiillerin olanaklarından yararlanmadıklarını göstermektedir. Bu çalışmanın amacı Almancadaki önekli fiilleri “ein” öneki örneğinde incelemektir. Almancada önekli fiiller ikiye ayrılır; öneki ayrılan fiiller ve ayrılmayan fiiller. “Ein” ayrılan önektir ve birleştiği temel fiilin hem sözdizimsel hem de anlamsal özelliğini etkilemektedir. Sözdizimsel olarak temel fiilin istemi ve değerliğinde değişimlere neden olmaktadır. Anlam bakımından temel fiile bir şeyin içine doğru yönelme, içine girme, içine yerleştirme ve yeni bir duruma geçme gibi özellikler kazandırmaktadır. “Ein” önekli fiiller bu özelliklerine göre sınıflandırılmış, Türkçe karşılıkları yazılmış ve örnek tümcelerle gösterilmiştir. Çekimli bir dil olan Almanca ile sondan eklemeli bir dil olan Türkçenin yapısal farklılıkları nedeniyle bu tür çalışmaların Almanca öğrencileri için yararlı olacağı öngörülmektedir.

Anahtar Kelimeler: Önekli fiiller, Ayrılmayan Fiiller, “Ein” Öneki, Sözcük Yapımı, Almanca.

PREFIX AND PARTICLE VERBS IN GERMAN: A STUDY ON THE EXAMPLE OF THE PARTICLE “EIN”

ABSTRACT

Prefix- and particle verbs have an important place in German vocabulary. But they are not treated enough in the teaching of German as a foreign language. This causes problems with vocabulary learning and language usage. Observations show that Turkish learners of German learn only the basic verbs and do not benefit from the possibility of prefix verbs. The aim of this work is to examine prefix and particle verbs in the German on the example of the particle "ein". In German there are two different prefix verbs; separable verbs and inseparable verbs. "ein" is a separable particle and influences the syntactic and semantic features of the basic verb. It changes syntactically the valence and value of the basic verb. This particle shows semantically “in” one direction, go in, bring in and enter a new state. Particle verbs with "ein" were classified according to these properties and shown with their Turkish equivalents in examples. Because of the structural differences of German and Turkish, the prefix and particle verbs in foreign language teaching should be treated more. It is envisaged that Turkish learners of German benefit from the research on prefix and particle verbs.

Keywords: Prefix and Particle Verbs in German, Inseparable Verbs, The Particle “Ein”, Morphology.

1. GİRİŞ

Almanca önekli fiiller bakımından zengin bir dildir. Öneklerin diğer sözcük türlerinde olduğu gibi fiillerle sözcük yapımında da önemli bir işlevi vardır. Almanca çekimli bir dil olmasına rağmen pek çok temel fiil öneklerle birleşerek yeni anlamlar kazanmaktadır. Bu özellik sözcük dağarcığı için bir zenginlik olarak değerlendirilebilir. Mater (1966) Almanda temel fiil sayısının 3205 olduğunu, bunlardan 1581’inin önek almayan özellikte kullanıldığını, diğer 1624 fiilden ise önekler yardımıyla 11356 yeni fiil türetildiğini belirtmektedir (Aktaran: Mungan, 1986: 24; Bağatır vd., 2016: 394). Temel fiillerin önek alma özellikleri birbirinden farklıdır. Bazılarından yüzün üzerinde önekli fiil türetilirken bazıları yalnızca birkaç önekle birleşebilmektedir. Ancak önekli fiillerin sayısı diğer fiillerin sayısından çok çok fazladır. Bu veri Almanca sözvarlığında önekli fiillerin yeri ve önemini göstermektedir. Öneklerin fiille birleşme olanakları ve çeşitliliği şöyle bir örnekle gösterilebilir (Balcı vd., 2010: 212):

	Ziehen: çekmek.		
<i>abziehen</i>	çekip çıkarmak	<i>fortziehen</i>	sürüklemek
<i>anziehen</i>	giydirmek	<i>großziehen</i>	büyütmek
<i>aufziehen</i>	çekerek açmak	<i>nachziehen</i>	neden olmak
<i>ausziehen</i>	çıkarmak, soymak	<i>überziehen</i>	kılıf geçirmek
<i>beziehen</i>	ilişkilendirmek	<i>umziehen</i>	taşınmak

<i>beziehen</i>	fikir danışmak	<i>unterziehen</i>	altına giymek
<i>durchziehen</i>	durmadan ilerlemek	<i>verziehen</i>	kötü eğitmek
<i>einziehen</i>	bir yere taşınmak	<i>vollziehen</i>	icra etmek
<i>entziehen</i>	birinden almak	<i>vorziehen</i>	öne çekmek
<i>erziehen</i>	eğitmek	<i>zuziehen</i>	kapatmak

“Ziehen” temel fiilin başına eklenen her bir öneğin fiile yeni ve farklı birkaç anlam kattığını düşünürsek önekli fiillerin işlevi daha iyi anlaşılabilir. Almancada öneklerle biçimsel, sözdizimsel ve anlamsal açıdan sayısız eylem türetilmektedir. Önekli fiillerin bu işlevi sayesinde Almancada her bir durum için yeni bir kavram olması, anadili konuşucuları için şüphesiz bir zenginliktir. Ancak Almancayı yabancı dil olarak öğrenenler için zorluk oluşturabilmektedir. Çünkü yabancı dil öğretimi kitaplarının pek çoğunda önekli fiillerin yeterince ele alındığı söylenemez. Bunun sonucu olarak Almanca öğrencileri genellikle sınırlı sayıda temel fiil öğrenmektedir. Bu durum onların sözcük dağarcığını kısıtlamakta ve hem anlamada hem de kendini ifade etmede engeller ortaya çıkarmaktadır. İleri düzeyde Almanca öğrenenlerin bile çoğunlukla temel fiillerle iletişim kurmaya çalıştıkları ve önekli fiillerin zenginliğinden yararlanmadıkları gözlenmektedir. Önekli fiillerin Almanca öğretiminde daha çok yer bulması karşılaşılan sorunların çözümüne katkı sağlayacaktır.

Bu çalışmada yukarıda sözü edilen düşüncelerle, Almanca önekli fiillere dikkat çekilmesi ve “ein” önekinin birleştiği fiillere ne tür anlamsal ve sözdizimsel özellikler kattığının incelenmesi amaçlanmaktadır.

2. ALMANCADA ÖNEKLİ FİİLLER

Önekler; fiil, ad ve önad gibi sözcük türlerinin başına eklenerek yapı ve anlamca farklı, yeni sözcük türlerinin oluşturulmasında görev alan dilsel araçlardır (Bußmann, 2002: 528). Temel fiillerin önüne eklenerek kullanımı daha yaygındır. Ad ve önad gibi sözcük türlerinin türetilmesinde sınırlı olarak kullanılır (Duden, 1995: 691).

Fiilin önüne eklenen önekler, temel fiil üzerinde biçimsel, sözdizimsel ve anlamsal yönden önemli değişiklikler oluşturur. Biçimsel ve sözdizimsel değişimler; fiilin değeri, istemi ve önekin ayrılıp ayrılmaması kapsamındadır (Fleischer ve Barz, 2012: 91; Erben, 2000: 73). Anlamsal değişim ise daha karmaşıktır. Önekli fiilin anlamı, ilgili önek ve temel fiilin anlamsal etkileşimiyle oluşur. Bir fiil birden çok önekle türetilbilir ve her önek fiile farklı anlamsal özellikler katar. Bu özellikler zaman, yer ve eylemin sürecine göre anlamsal çeşitlilik içerir (Erben, 2000: 74). “fahren” fiili “ab-, an-, auf-, aus-, be-, durch-, ein-, ent-, er-, um-, ver- vb.” gibi birden çok önek olarak çeşitli anlam özellikleri kazanmıştır. Öneklerin kazandırdığı anlamlar,

fiil düzenlamının farklı yönlerini ortaya çıkarır. “abfahren, anfahren ve einfahren” fiillerindeki önekler araç kullanma anlamını detaylandırarak aracın bir yerden hareket etmesi, aracın bir yere ulaşması ve bir aracın bir yere girmesi gibi anlamlar katmıştır.

Önekler, fiile düzenlamını çağrıştıran anlamların tamamen dışında yeni anlamlar da kazandırır. “kommen, stehen, fahren” gelmek, durmak ve gitmek anlamındaki temel fiiller “be- (bekommen), ver- (verstehen), ve er- (erfahren)” öneklerini alarak almak, anlamak, tecrübe etmek gibi yeni anlamlar kazanmışlardır. Söz konusu anlam değişimleri dikkate alındığında, öneklerin sözcük dağarcığının gelişmesine katkı sağladığı görülmektedir. Ayrıca fiillere kattığı yeni anlamları kısa ve özlü biçimde vermesi de önemli bir özelliktir. Öneklerin bütün bu işlevlerine bakıldığında, üretken özellik taşıdıkları söylenebilir (Engel, 1996: 438; Eichinger, 2000: 102).

Biçim, sözdizim ve anlam özelliklerine göre önekler genelde iki gruba ayrılır; ayrılan önekler, ayrılmayan önekler. Öneklerin bu özelliği Almancada önekli fiillerin adlandırılmasında belirleyici olmuş ve ayrılan öneklerle yapılan fiiller Präfixverben (önek birleşimli fiiller), ayrılmayan öneklerle yapılan fiiller ise Partikelverben (ilgeç birleşimli fiiller) olarak iki ayrı başlıkta ele alınmıştır. Bu çalışmada kullanılan önekli fiiller kavramı her iki gruba da kapsamaktadır. Bazı önekler hem ayrılma hem de ayrılmama özelliğinde kullanılabilir. Ancak bunların sayısı çok az olduğu için farklı bir grup olarak ele alınmaz. Vurgu önekte ise ayrılan özellikte, temel fiilde ise ayrılmayan özellikte değerlendirilir.

2.1. Ayrılmayan Önekler

Temel fiilin başına eklenen bazı önekler hiçbir durumda fiilden ayrılmaz, temel fiile bitişik olarak görev yaparlar. Bu nedenle ayrılmayan önekler olarak sınıflandırılır. Bu önekler bağımlı biçimbirimlerdir. Tek başına kullanılmaz ve bir anlam taşımazlar. Almancada ayrılmayan öneklerin sayısı sınırlıdır. *Be-*, *ent-*, *er-*, *ver-*, *zer-* en yaygın kullanılan öneklerdir. Daha seyrek kullanılan *ge-*, *fehl-*, *miß-* önekleriyle birlikte yabancı dillerden Almancaya giren *de-*, *dis-*, *in-*, *re-* önekleri de sayılabilir. Ayrılmayan önekler vurgusuz okunur. Bu eklerle yapılan fiiller ayrılmayan fiiller olarak adlandırılır (Duden, 1995: 445; Helbig ve Buscha, 1988: 222).

Ayrılmayan önekler fiilin çekimi gibi biçimsel özelliklerinde herhangi bir rol oynamazlar. Sözdiziminde fiille bitişik olarak bulunurlar. Bunların asıl işlevi eklendiği fiile yeni bir anlam yüklemesidir. Yani temel fiil anlamını büyük oranda yitirir ve öneğin özelliğine göre yeni bir anlam kazanır. Bu önekler birleştikleri geçişsiz fiilleri geçişli fiil yapar. Böylece geçişli olan yeni fiilin istemi ve değerliliği gibi anlamsal özelliklerinde değişimler ortaya çıkar. Örnek:

Der Junge *steht* vor der Tür / Genç kapının önünde *duruyor*.
Der Junge *versteht* mich nicht / Genç beni *anlamıyor*.
Die Mutter *sucht* ihr Kind / Anne çocuğunu *arıyor*.
Die Mutter *besucht* den Kranken / Anne hastayı *ziyaret ediyor*.
Er *kommt* aus Alanya / O Alanya'dan *geliyor*.
Er *bekommt* eine gute Note / O iyi bir not *alıyor*.

Ayrılmayan önekler fiillerin geçmiş zaman çekimleri yapıldığında da yerlerini korurlar. Birleştiği temel fiille aralarına başka hiçbir ekin gelmesine izin vermezler.

Der Junge *verstand* mich nicht.
Der Junge hat mich nicht *verstanden*.
Die Mutter hat den Kranken *besucht*.
Er hat gute Note *bekommen*.

Görüldüğü gibi, önekli fiillerin Partizip Perfekt (geçmiş zaman ortacı) çekim biçimlerinde “ge-“ eki kullanılmamaktadır. Stehen – gestanden; suchen – gesucht; kommen – gekommen biçiminde çekimlenen temel fiiller ayrılmayan öneklerle birleşince Partizip Perfekt biçimi “ge-“ siz olarak çekimlenmektedir. Bu özellik ayrılmayan öneklerle birleşen bütün fiiller için geçerlidir.

2.2. Ayrılan Önekler

Tek başına anlamı olan, çoğunlukla ilgeçlerden oluşan önekler ayrılan önekler olarak adlandırılır. Bunlar bağımsız biçimbirimlerdir. Bu öneklerle türetilen fiiller tümce içinde yer aldığı zaman, önek temel fiilden ayrılma özelliğine sahiptir. Temel fiil özneye göre çekimlenir, önek temel fiilden ayrılarak tümcenin en sonuna gider. Ayrılan önekli fiillerin Partizip Perfekt biçiminde “ge-“ önek ile fiil arasına getirilir. Ayrıca mastar yapılı tümcelerde “zu” önek ile temel fiil arasında yer alır. Ayrılan önekle yapılan fiillere ayrılan fiiller denir. Örneğin “abfahren, aufstehen, einsteigen, mitkommen, vorbereiten, zumachen” ayrılan fiillerdir.

Wann *fährt* der Bus *ab*? / Otobüs ne zaman hareket edecek?
Die Mutter *steht* morgens früh *auf* / Anne sabahları erken kalkar.
Er *steigt* in den Bus *ein* / O otobüse biniyor.
Frau Müller *kommt* nicht *mit* / Bayan Müller birlikte gelmiyor.
Vergiss nicht das Essen *vor***z***ubereiten*! / Yemeği hazırlamayı unutma!
Machen Sie das Fenster *zu*! / Pencereyi kapatınız!

Almancada ayrılan önekler genelde ilgeçlerdir. Ancak ilgeç olmayan önekler de vardır. Ortak özellikleri vurgulu okunmalarıdır. “ab, an, auf, aus,

bei, ein, fest, hin, los, mit, nach, vor, weg, zu, zurück, zusammen, kaput, tot, fern, teil“ ayrılan öneklerden bazılarıdır (Duden, 1995: 450). Ayrılan öneklerle yapılan fiiller Almancada çok yaygındır (Bußmann, 2002; Fleischer ve Barz, 2012).

Ayrılan önekler sözcük yapma işlevi başta olmak üzere ilgeç, belirteç, önad ve ad gibi dilbilgisel özellik taşırlar (Fleischer ve Barz, 2012: 91). “auf” sözcüğünü bu bağlamda ele alalım:

- a) İlgeç görevinde: das Buch liegt auf dem Tisch / Kitap masanın üstünde duruyor.
- b) Belirteç görevinde: die Kinder rennen auf / Çocuklar yukarıya koşuyor.
- c) Ad görevinde: das Leben ist ein ständiges Auf und Ab / Yaşam sürekli bir iniş çıkıştır.

“auf” sözcüğü ilgeç, belirteç ve ad görevindeki kullanımlarında “-in üstünde, üstüne, yukarıya, ileriye” anlamları taşımaktadır. Önek olarak kullanıldığında bu sözlük anlamlarını eklediği fiile de aktarır. “auffahren ve aufheben” yükseğe çıkmak ve yukarıya kaldırmak fiillerine yönelme anlamını yüklemiştir. “Auf” öneki yukarıya doğru yönelme (aufheben/kaldırmak), bir şeyi açma (aufschließen/açmak), dışa doğru genişleme (aufschwellen/ şişmek, kabarmak), bir olayın/durumun bitişi (aufhören/dinmek), bir durumun yeniden eski haline gelmesi (auffrischen/tazelemek), amaçlı bir duruma geçiş (aufhellen/aydınlatmak) gibi çeşitli anlamları da fiile yüklemektedir (Ülkü, 1980: 43). Söz konusu önekin sahip olduğu bu anlam çeşitliliği ayrılan öneklerin oldukça geniş ve karmaşık bir alan olduğunu göstermektedir.

Şimdi ayrılan öneklerden biri olan “ein” ekini ele alalım ve eklendiği fiile kattığı sözdizimsel ve anlamsal özellikleri inceleyelim.

3. “EIN” ÖNEKİNİN ÖZELLİKLERİ

Almancada “ein” sözcüğü farklı görevlerde kullanılmaktadır. Sayı sözcüğü olarak, belgisiz adıl olarak, belirsiz artikel olarak ve fiil öneki olarak işlev üstlenmiştir. Tek başına anlam taşıyan bağımsız bir biçimbirimidir. Artikel ve adıl olarak kullanımında genelde tekillik özelliği bildirir. Fiil öneki olarak kullanıldığında ise eklendiği fiile sözdizimsel ve anlamsal farklı özellikler katar.

3.1. Sözdizimsel Özellikleri

“Ein” biçimbirimi fiil öneki olarak kullanıldığında vurgulu okunur ve ayrılan önek olarak görev yapar. Temel fiil özneye göre çekilir, önek tümcenin en sonuna getirilir. Yüklem olarak kullanılan fiilin çekim işlemi “ein” önekini etkilemez. Yani önek özneye göre çekimlenmez. Yalnızca sözdiziminde

bulunması gereken yere getirilir. Bütün ayrılan öneklerde olduğu gibi tümcenin sonunda yer alır. “Einsteigen” fiilini inceleyelim;

Ich steigeein. Ich bin eingestiegen.

Du steigst.....ein. Du bist eingestiegen.

Er steigtein. Er ist eingestiegen.

Wir steigen in den Bus ein / Otobüse biniyoruz.

Der Schüler steigt in den Bus ein / Öğrenci otobüse biniyor.

Bitte steigen Sie schnell ein! / Lütfen çabuk binin!

Bu tümcelerde öneğin özneye göre çekimlenmediğini ve tümcenin sonuna getirildiğini görüyoruz. İlgili fiilin Partizip Perfektinde “ein” öneki yine ayrılan özellikte kullanılarak “ge-“ ekinden önce yer alıyor. Ancak sözdizimindeki görevi bununla sınırlı değildir. Eklendiği fiile yeni değerlik ve istem özellikleri de katmaktadır. Lohde (2006: 231) önekli fiillerin en önemli sözdizimsel özelliğinin istem değişimleri oluşturması olduğunu belirtir. Temel fiil önekle birleştikten sonra geçişlilik ve değerlilik gibi özelliklerinde değişimler meydana gelir. “ein” önekinin birleştiği fiillerde oluşturduğu sözdizimsel değişimler şöyle sıralanabilir;

a) Geçişlilik özelliğinde değişme:

kaufen (geçişli) /satın almak einkaufen (geçişsiz) /alışveriş yapmak
treffen (geçişli) /rastlamak eintreffen (geçişsiz) /varmak, gelmek
parken (geçişli) /park etmek einparken (geçişsiz) /park yerine girmek

b) Dönüşlülük özelliğinde değişme:

lesen (okumak) sich einlesen (kitaba, yazıya vb. alışmak)
leben (yaşamak) sich einleben (bir yerde yaşamaya alışmak)

c) İlgeç isteminde değişme:

kratzen (kazımak) einkratzen (in etw. hinein) /taşa, metale vb. kazımak
packen (paket yapmak) einpacken (in Papier usw.) /bir şeye sarmak
steigen (yükselmek) einsteigen (in den Bus usw.) /bir aracın içine binmek
schmeicheln (yaltaklanmak) sich einschmeicheln (bei jdm.)

Fiil istemi ve değerliğindeki bu değişimler genel özellikte değildir. Temel fiille birleşen aynı önek bazı fiillerin geçişlilik özelliğini etkilerken başka fiillerin bu özelliğini etkilemeyebilir. Burada sözdizimsel özellik ile anlamsal özellik birlikte işlev üstlenmektedir. Yukarıdaki değişimleri örneklerle şöyle açabiliriz;

“kaufen / satın almak” temel fiili geçişli bir fiildir. Bu fiil ile tümce kurarken belirtme durumunda en az bir tane nesne bulunması gerekir. Yani bu fiilin istemi belirtme durumunda bir nesnedir. Tümcede nesne olmazsa anlamca boşluk oluşur.

Er kauft ein Auto / O bir otomobil satın alıyor.

“einkaufen / alışveriş yapmak” önekli fiili geçişsiz bir fiildir ve tümcede nesne bulunması zorunlu değildir.

Er kauft ein / O alışveriş yapıyor.

Bir başka örnekle fiil isteminde meydana gelen değişimlere göz atalım:

- a) Ich schreibe / Yazıyorum.
- b) Ich schreibe einen Brief / Bir mektup yazıyorum.
- c) Ich schreibe einen Brief an meine Mutter / Anneme bir mektup yazıyorum.
- d) Ich schreibe einen Brief an meine Mutter über die Kinder / von den Kindern / Anneme çocuklar hakkında bir mektup yazıyorum

İlk örnekte (a) fiil tek istemli biçimde kullanılınca ve tümcede bir eksiklik olduğunu ve anlam boşluğu ortaya çıktığını görüyoruz. Demek ki fiil tek istemli değil ve tümcedeki bu boşluğun doldurulması için başka zorunlu ögeler de gerekiyor. Akkusativ durumda bir nesne eklediğimiz zaman tümce biraz daha anlamlı biçime dönüşüyor (b). Ancak yine de “kime?”, “ne hakkında?” gibi soruların yanıtı aranıyor. Buradan “schreiben” fiilinin çok istemli olduğunu anlıyoruz. (c) örneği “kime?” sorusunu, (d) örneği “ne hakkında?” sorusunu yanıtlayan zorunlu ögeler olarak tümcede yer almaktadır. Bütün bu zorunlu ögeler tümcede bulununca anlamlı bir kullanım ortaya çıkıyor. Buraya “ne zaman?”, “niçin?” sorularına yanıt olabilecek daha başka tümleçler de eklenebilirdi. Ancak bunlar “schreiben” fiilinin zorunlu istemi olarak değil seçimlik ögeler olarak bulunabilir. Bu durum konuşan/yazan kişinin biçimine bağlıdır. Çünkü seçimlik ögeler aynı tümce içinde yer alabileceği gibi ayrı tümcelerde de kullanılabilir. Yukarıdaki örnekte “schreiben” fiili ile anlamlı tümce kurmak için özne, nesne ve ilgeçli tümleçler gerektiğini gördük. Yani “schreiben/yazmak” fiili yalın, belirtme ve yönelme durumlarında ögeler istemektedir. Acaba “ein” öneki bu fiilin istemini etkileyecek midir? Bunu anlamak için “einschreiben/bir yere kaydetmek” fiili ile kurulan örnek tümceleri inceleyelim;

Ich schreibe dich in die Teilnehmerliste ein / Seni katılımcı listesine ekliyorum

Sein Vater schreibt ihn an der Berufsschule ein / Babası onu meslek okuluna yazdırıyor

“Schreiben” fiili “ein” öneki ile birleşince hem anlamında hem de sözdizimsel değerlik sayısında değişimler meydana geliyor. “Schreiben” dört değerliğe sahipken “(sich) einschreiben” kaydolmak/kaydetmek anlamında iki değerliğe sahiptir. Birine bir şey hakkında bir mektup/yazı yazmak anlamındaki “schreiben”, önek alarak birini bir yere yazmak ya da kaydetmek “einschreiben” biçimine dönüşüyor. Örnek tümceler incelendiğinde “ein”

önekinin fiillerin sözdizimsel değeri üzerinde önemli bir etkisi olduğu görülüyor. Değerlik üzerindeki bu etki doğal olarak anlam boyutuna da yansıyor.

3.2. Anlamsal Özellikleri

“Ein” öneki genelde “bir yerin veya nesnenin içine yönelme” anlamı taşır. Ancak bu anlamının dışında taşıdığı başka anlamsal özellikler de vardır ve bunları eklendiği fiile aktarır. Böylece önekli fiil yeni anlamlar kazanır. “Ein” bazı fiillerin anlam alanını genişletir, bazılarının anlamında daralmalara yol açar. Bu anlamsal değişimler temel fiile çoğunlukla düz anlamdan uzaklaşmadan yeni anlam yoğunluğu ve ayrıntılar katabilir. Ancak düz anlamından uzaklaştıran etkiler de gösterebilir. Bu durumda temel fiilden bağımsız yeni bir fiilden söz edilebilir. Ayrılan öneklerde temel fiilin anlamından uzaklaştırma çok sınırlı görülür. Bu özellik daha çok ayrılmayan öneklere özgüdür.

“Ein” önekini inceleyen dilbilimciler bu önekle birleşen fiillerin çeşitli anlamsal özelliklerini saptamışlardır (Paul, 1966; Ülkü, 1980; Mungan, 1986; Engel, 1996; Fleischer ve Barz, 2012). Paul (1966:151) “ein” öneklerinin işlevini özne-nesne-yer bağlamında ele almıştır. Özne “ein” öneki aracılığıyla bir nesneyi bir şeyin içine doğru yöneltir. Bunu somut ya da soyut olarak öznenin içine doğru yöneltme ve nesneyi bir şeyin içine bırakma olarak gösterir. Özne-nesne-yer ilişkisine ve fiillerin geçişlilik özelliğine göre önekli fiiller farklı anlamlar kazanmaktadır. Ülkü (1980: 51) “ein” önekli fiilleri anlam özelliklerine göre yedi başlıkta incelemiştir. Bu anlamsal özellikler bir yere girme, bir nesneyi bir şeyin içine koyma, ticaret yoluyla mülkiyetine geçirme, bir planın ya da hesabın içine dâhil etme, zorlama yoluyla içine nüfuz etme ve yeni bir duruma geçiş olarak sınıflandırılmaktadır. Mungan (1986: 105) “ein” önekli fiilleri altı gruba ayırmıştır. Ülkü’nün iki farklı maddede incelediği “bir şeyin içine doğru hareket etme ve bir nesneyi bir yerin içine bırakma” anlam özelliğini tek maddede birleştirmiştir. Bu madde incelenirken özne, nesne ve yer arasındaki ilişki göz önüne alınmış ve üç alt başlığa ayrılmıştır. İlk alt başlıkta özne-nesne ilişkisine değinilerek öznenin etkisiyle nesnenin başka bir yerin içine götürülmesi veya öznenin başka bir yere gitmesi anlamı üzerinde durulmuştur. Ülkü’den farklı olarak “ein” öneklerinin “çevrelemek, sarmak”, “başlamak, devreye sokmak” ve “fiillerin üzerinde çok az değişiklik oluşturma” gibi anlam özelliklerini farklı başlıklarda değerlendirmiştir.

Engel (1996: 439) ve Fleischer ve Barz (2012: 410) önekli fiillerde “ein” öneklerinin “fiilin işaret ettiği durum veya olayın gerçekleştiği yeri bildirme (lokativ), ilişkisellik (relational) ve fiilin ifade ettiği sürecin başlaması, yavaş yavaş elde edilen bir alışkanlık” olmak üzere iki temel

özelliği üzerinde durmuşlardır. İlk anlam özelliğinde sadece belli bir yerin içine doğru hareket etme, yönelme anlamı ele alınmamıştır. Somut ve soyut anlamda mülkiyetine geçirme, nesne veya kişiler üzerinde güçlü bir etki oluşturma, zarar verme, çevreleme ve sarma anlamları da bu başlıkta incelenmiştir. Ülkü ve Mungan'ın "durum değişikliği oluşturma" ve Mungan'ın "başlama, devreye sokma" olarak sınıflandırdığı anlam özelliklerini Engel, Fleischer ve Barz tek bir özellik olarak sınırlandırmışlardır.

Görüldüğü gibi "ein" önekli fiillerin anlamsal özellikleri farklı biçimlerde sınıflandırılmaktadır. Bunun nedeni farklı bakış açılarıdır. Bazıları yakın anlamlı olanları aynı grupta incelerken, diğerleri ayrı bir grubu tercih etmişlerdir. Çalışmamızda bu nedenle sınıflandırma sayısı yerine anlamsal özelliklerine dikkat çekilmesi daha önemli görülmektedir. Anlamsal özelliklerin daha iyi anlaşılabilmesi için Türkçe karşılıkları da göz önünde bulundurulmuştur. Bu çerçevede "ein" önekli fiillerin anlamsal özellikleri aşığıdaki gibi özetlenebilir:

1- Bir yerin içine girme

Einsteigen (bir taşıta binmek), einfahren (taşıt ile girmek), einreisen (gezi amaçlı bir ülkeye girmek), einmarschieren (işgal amaçlı girmek), eingehen (içine girmek), eintreten (içeriye girmek), einheiraten (evlenerek bir aileye girmek)

- a) Der Zug aus Istanbul fährt auf Gleis 6 ein.
İstanbul treni 6. Perona giriyor.
- b) Die Schüler steigen in den Bus ein.
Öğrenciler otobüse biniyor.
- c) Sibel ist in Deutschland eingereist.
Sibel Almanya'ya giriş yaptı.

2- Bir şeyin içine yerleştirme

Einführen (içine sokmak), eingießen (içine dökmek), einkellern (kilere koymak), einpacken (paket yapmak), einstecken (saplamak), eindrehen (çevirerek takmak), einschrauben (vidalamak), einsetzen (yerleştirmek), einsperren (hapse atmak), einkleben (içine yapıştırmak)

- d) Ich habe eine neue Batterie in mein Handy eingesetzt.
Telefonuma yeni bir pil taktım
- e) Er gibt Daten in den Computer ein / Verileri bilgisayara giriyor.
- f) Du musst den Schlüssel einstecken / Anahtarı sokmalısın

3- Bir şeyi içine alma, dahil etme

Einatmen (nefes al-), einnehmen (ilaç almak), einplanen (plana almak), einrechnen (hesaba katmak), einschließen (kapatmak, dahil etmek),

einschreiben (bir yere kaydetmek), einklammern (ayraç içine almak), eindeutschen (Almanlaştırmak)

g) Der Großvater atmete tief ein / Büyükbaba derin nefes alıyordu.

h) Der Kranke soll jeden Tag Tabletten nehmen.

Hasta her gün hap içmek zorunda

i) Er hat auch mich in die Liste eingeschrieben / Listeye beni de kaydetti.

4- Bir durumdan başka bir duruma geçme

Einschlafen (uykuya dalmak), eingehen (ölmek), einschalten (elektrik vermek, açmak), einmachen (reçel, konserve vb. yapmak), einfrieren (donmak), einschläfern (uyutmak), eintrocknen (kurumak, kurutmak), einstellen (durdurmak, son vermek), einschrumpfen (buruşmak), einrosten (paslanmak)

j) Das Baby ist eingeschlafen / Bebek uyudu.

k) Die Wasserleitung friert im Winter ein / Su şebekesi kışın donar.

l) Ihre Katze ist gestern eingegangen / Kedisi dün öldü.

5- Ticaret, alış veriş, çalışma vb. yolla edinme

Einhandeln (takas etmek), einkassieren (para tahsil etmek), einziehen (kasaya para toplamak), eintreiben (vergi, para toplamak), einkommen (gelir, para tahsil edilmek), einbringen (kar getirmek), einsparen (tasarruf etmek), sich einüben (iyice öğreninceye kadar alıştırmaya yapmak), sich einstudieren (çalışarak öğrenmek)

m) Wir müssen Energie einsparen / Enerji tasarrufu yapmalıyız.

n) Seine Ideen brachten ihm keinen einzigen Pfennig ein.

Fikirleri ona tek kuruş kazandırmadı.

o) Früher handelten die Bauer ihre Ernte ein.

Eskiden köylüler ürünlerini takas ederlerdi.

6- Güç kullanarak içe doğru etki yapma

Eindringen (bir yere zorla girmek), einkratzen (byin içine kazımak), einprägen (üzerine kazımak), einschlagen (vurarak parçalamak, kırmak), einwerfen (ortasına at-mak, einstürmen (saldırmak), einengen (daraltmak), einschüchtern (ürkütme), eindrücken (basarak çökertme), einreißen (yırtmak), einsenken (batırmak)

p) Ein Dieb dringt durch ein Fenster ins Haus ein / Eve pencereden bir hırsız girer.

r) Er hat ihren Namen in einen Stein eingekratzt / Onun adını bir taşta kazıdı.

s) Ein Lehrer soll die Schüler nicht einschüchtern.

Öğretmen öğrencilerin cesaretini kırmamalı.

Anlamsal özellikler incelendiğinde temel fiille birleşen öneğin ayrılıp ayrılmaması belirleyici bir ölçüt olarak ortaya çıkmaktadır. “Ein” önekli fiiller ayrılan özelliğe olduğu için, önek temel fiilin anlamını tamamen değiştirmemektedir. Temel fiilin anlamına öneğin anlamı da eklenerek yeni bir anlam boyutu oluşmaktadır. Bu bağlamda “ein” öneğinin birleştiği temel fiillere “içine doğru” anlamında bir yönelme özelliği kattığı görülmektedir. Bütün anlam özelliklerinde somut ya da soyut biçimde bu yönelmenin varlığından söz edilebilir.

4. SONUÇ

Almancada önekli fiillerin ele alındığı ve “ein” önekli fiillerin sözdizimsel ve anlamsal özelliklerinin incelendiği bu çalışmada aşağıdaki sonuçlar elde edilmiştir;

- a) Almanca çekimli bir dil olmasına rağmen öneklerle fiil yapımı çok yaygındır. Önekler fiile anlam zenginliği kazandırmakta, böylece bir eylemin tüm ayrıntılarını karşılayacak yeni kavramlar geliştirilebilmektedir. Bu özellik anadili konuşucuları için önemli bir anlatım olanağı sağlarken, Almancayı yabancı dil olarak öğrenenler için hem sözcük dağarcığında hem de kendini ifade etmede zorluk oluşturmaktadır. Önekli fiiller Almanca söz varlığında çok yaygın olmasına rağmen yabancı dil olarak Almanca öğretimi kitaplarında yeterince ele alınmamaktadır. Önekli fiillerin ders kitaplarında daha çok yer bulması Almanca öğretimine katkı sağlayacaktır.
- b) Önekli fiiller Almancada ayrılan (Partikelverben) ve ayrılmayan fiiller (Präfixverben) olmak üzere iki grupta incelenmektedir. Ayrılmayan önekler bağımlı biçimbirimlerdir ve eklendiği temel fiilin anlamını tamamen değiştirmektedir. Ayrılan önekler çoğunlukla ilgeç olan bağımsız biçimbirimlerdir ve temel fiilin anlamını değiştirmeden ona ayrıntılı anlamlar yüklemektedir.
- c) “Ein” öneki birleştiği temel fiilin hem sözdizimsel hem de anlamsal özelliklerini etkilemektedir. Sözdizimsel etkisi temel fiilin geçişlilik, istem ve değerliğinde değişikliğe neden olmasıdır. Anlamsal olarak genelde bir şeyin içine doğru yönelme bildirmektedir. Eklendiği temel fiilin anlamı ile birleşerek ona yeni bakış açıları kazandırabilmektedir. Böylece dilde tutumluluk sağlamakta ve düşüncelerimizi daha az sözcükle ifade etme olanağı vermektedir. Örneğin “satın almak” fiilini “alışveriş yapmak” ya da “uyumak” fiilini “uykuya dalmak” biçiminde yeni bir anlamsal boyuta taşımaktadır.

Türkçe ve Almancanın yapısal farklılıkları nedeniyle Almanca öğretiminde önekli fiillere daha fazla yer verilmesi bir zorunluluk olarak değerlendirilmektedir. Bu bağlamda önekli fiiller konusunda yapılacak

karşılaştırmalı çalışmaların Almanca öğretimine katkı sunacağı öngörülmektedir.

KAYNAKÇA

- Bağatır, G., Balcı, T., Wegener, R., Kaçar, E. And Balcı, H. (2016). Die Relevanz Der Verbalen Präfixbildungen Im Daf-Unterricht. *Turkish Studies -International Periodical For The Languages, Literature And History Of Turkish Or Turkic*, 11(3), 389-404.
- Balcı, T., Aksöz, A. S. Ve Serindağ, E. (2010). *Almanca Önekli Eylemler Sözlüğü: Wörterbuch Deverbaler Deutscher Verbpräfigierungen*, Adana: Ulusoy Matbaası.
- Bußmann, H. (2002). *Lexikon Der Sprachwissenschaft*, Stuttgart: Alfred Kröner Verlag.
- Duden Band 4 (1995). *Duden Grammatik Der Deutschen Gegenwartssprache*, Mannheim: Dudenverlag
- Eichinger, L. M. (2000). *Deutsche Wortbildung Eine Einführung*, Tübingen: Gunter Narr Verlag.
- Engel, U. (1996). *Deutsche Grammatik*, Heidelberg: Julius Groos Verlag.
- Erben, J. (2000). *Einführung In Die Deutsche Wortbildungslehre*, Berlin: Erich Schmidt Verlag.
- Fleischer, W. And Barz, I. (2012). *Wortbildung Der Deutschen Gegenwartssprache*, Berlin: Walter De Gruyter.
- Helbig, G. Ve Buscha, J. (1988). *Deutsche Grammatik. Ein Handbuch Für Den Ausländerunterricht*, Leibzig: Veb Verlag Enzyklopädie.
- Lohde, M. (2006). *Wortbildung Des Modernen Deutschen: Ein Lehr- Und Übungsbuch*, Tübingen: Günter Naar Verlag.
- Mater, E. (1966). *Deutsche Verben 1*, Alphabetisches Gesamtverzeichnis. Leipzig: Bibliographisches Institut.
- Mungan, G. (1986). *Die Semantische Interaktion Zwischen Dem Präfigierenden Verbzusatz Und Dem Simplex Bei Deutschen Partikel- Und Präfixverb*, Frankfurt: Peter Lang Verlag.
- Paul, H. (1966). *Deutsches Wörterbuch 5*, Auflage, Tübingen: Max Niemeyer Verlag.
- Ülkü, V. (1980). *Affixale Wortbildung Im Deutschen Und Türkischen Ein Beitrag Zur Deutsch-Türkischen Kontrastiven Grammatik*, Ankara: Dil Ve Tarih Coğrafya Fakültesi Yayınları.
- Ülkü, V. (1993). *Almanca-Türkçe Sözlük*, Ankara: TDK Yayınları.

EXTENDED SUMMARY

In the vocabulary of the German prefix and particle verbs have a significant role. Prefixes and particles make new verbs. The number of prefix verbs is quite high. Nevertheless, these verbs are little treated in the teaching of German as a foreign language. In textbooks they are barely visible. This presents an important difficulty for German students.

Observations show that learners of German as a foreign language communicate with almost only basic verbs. The prefix and particle verbs are mostly left out in foreign language lessons. They only learn basic verbs and try to use these verbs in all communication situations. So you will not be able to express your thoughts exactly. For this reason, these verbs should be contrastively examined for all language pairs.

In the Turkish-German language pair the situation is even worse. This is a structurally different language pair. German is an inflecting language, Turkish is an agglutinating language. In the German Turkish language pair these topics are rarely examined. Although these languages are two different languages, they are not analyzed enough. Structurally they have almost no similarities. So the differences must be specially examined more. So that the Turkish learners learn German better as a foreign language. While the suffixes for Turkish are very important, the prefixes for German are very productive. That is why prefix and particle verbs are very important for the Turkish learners of German as a foreign language. For this reason, the study of the prefix and particle verbs in the German-Turkish language pair has emerged as a necessity.

Purpose

The aim of this work is to examine prefix and particle verbs in the German on the example of the particle "ein", to find out the syntactic and semantic properties of the prefix and particle verbs in German and their equivalents in Turkish. It is envisaged that Turkish learners of German benefit from the research on prefix and particle verbs.

Methodology

In this study, both descriptive and contrastive methods were used. A qualitative procedure was followed. First, the terms about prefix and particle verbs were explained. The differences of prefix verbs have been classified. Then the particle "ein" was examined. The influences of the particle "ein" were analyzed in detail.

Findings

The prefix and particle verbs are very productive in German, although it is an inflecting language. The prefixes and particles bring new expressions to the verb, so this composite verb will have new semantic features. In German there are two types of prefix verbs; prefix verbs and particle verbs. That is, separable and inseparable verbs.

In German there are two types of prefix verbs; prefix verbs and particle verbs. That is, separable and inseparable verbs. Prefixes are bound morphemes and completely change the meaning of the verb they are facing. The particles are mostly

the prepositions and free morphemes. They bring the verb new meanings without changing the main meaning.

"Ein" is a particle that influences the syntactic and semantic properties of the verb. In the syntactic domain, this particle causes changes in valence and dependency of the verbs. A transitive verb can become intransitive or vice versa when compounded with a prefix or particle. From a semantic point of view, this particle brings the meaning of "in", to go into something, to bring into something and the beginning of a new state. It also deals in particle "ein" with the possibility of the language economy like all other prefixes and particles. With particle "ein" a basic verb can have new semantic features and carry new meanings. So the speakers can have a rich vocabulary and explain a lot with few words. This is an important topic especially for foreign language learners.

Conclusion and Discussion

The prefix and particle verbs have an important place in German's vocabulary. But they are not treated enough in German as a foreign language. It will certainly promote German lessons if prefix verbs find more space in textbooks for German as a foreign language. On the other hand, because of the wealth of prefix and particle verbs in German, grammar lessons are not enough to teach all the word education elements to the learners. These topics need to be addressed in another course, such as word education.

Because of the structural differences between the German and the Turkish, the prefix and particle verbs have to be examined contrastively with regard to their morphological and semantic differences. In this context, the studies on the prefix and particle verbs will promote the learning success of the German students in Turkey.

KAYNAŖTIRMA UYGULAMALARININ TARİHSEL SÜRECİ VE TÜRKİYE’DE UYGULANAN KAYNAŖTIRMA MODELLERİ

Geliş Tarihi: 01.05.2018

Kabul Tarihi: 20.06.2018

E-ISSN: 2149-3871 Sayfa: 92-110

Dr. Öğretim Üyesi Tansel YAZICIOĞLU
Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi, Eğitim Fakültesi
tanselyazicioglu@nevsehir.edu.tr
ORCID No: 0000-0002-0946-2637

Araştırma Makalesi

ÖZ

Özel gereksinimli ve normal gelişim gösteren öğrencilerin genel eğitim okullarında ve sınıflarında birlikte eğitim almaları anlamına gelen kaynaştırma uygulamaları 1960’lı yıllardan başlayarak birçok ülkede kabul görmüş ve uygulanmıştır. 1970’li yıllarda Amerika Birleşik Devletleri’nde başlatılan kaynaştırma uygulamaları zaman içerisinde yaygınlaşarak pek çok ülkenin eğitim politikasının temelini oluşturmaya başlamıştır. Türkiye’de kaynaştırma uygulaması 1983 yılında çıkarılan 2916 sayılı “Özel Eğitime Muhtaç Çocuklar Kanunu” ile başlatılmış, 1997’de çıkarılan 573 sayılı “Özel Eğitim Hakkında Kanun Hükmünde Kararname” ve buna dayalı olarak 2000 yılında yürürlüğe giren “Özel Eğitim Hizmetleri Yönetmeliği” ile yaygın olarak uygulanmaya başlanmıştır. Bu çalışmada alanyazın taraması yapılarak kaynaştırma uygulamalarının tarihsel süreci ve kaynaştırma modellerine ilişkin bilgiler açıklanmaya çalışılmıştır. Ülkemizde kaynaştırma yoluyla eğitimin, tam zamanlı kaynaştırma, yarı zamanlı kaynaştırma ve tersine kaynaştırma olmak üzere üç farklı modelde uygulandığı görülmektedir. Ancak Türkiye’deki kaynaştırma yoluyla eğitim uygulamalarının büyük bir kısmı tam zamanlı kaynaştırma uygulaması şeklinde yapılmaktadır. Bu çalışmanın amacı kaynaştırma uygulamalarının tarihsel süreç içerisinde dünyada ve Türkiye’de nasıl geliştiğini ortaya koymak ve ülkemizde uygulanan kaynaştırma modellerini açıklamaktır.

Anahtar Kelimeler: Kaynaştırma Eğitimi, Kaynaştırma Modelleri, Tersine Kaynaştırma.

THE HISTORY OF INCLUSIVE EDUCATION AND INCLUSIVE MODELS WHICH PRACTICED IN TURKEY

ABSTRACT

The inclusive education, which means that students with special needs and normally developing needs to study together in general education schools and classes, have been accepted and implemented in many countries since the 1960s. The inclusive education practices were started in the United States in the 1970s and have begun to form the basis of education policies of many countries. In Turkey, inclusive education was started to be implemented in 1983, which was passed into law "Children with Special Needs Act" numbered 2916, after fourteen years later, in 1997, "Decree Law on Special Education Law" numbered was legalized and then "Special Education Services Regulation" came into force in the 2000.

In our country, it is seen that inclusive education is applied in three different models as full-day co-teaching inclusive, half-time inclusive and reverse inclusion. However, a large part of the inclusive education practices in Turkey is carried out in the form of full-day co-teaching inclusive. The aim of this study to determine the historical process of inclusive education in the world and in Turkey also to explain inclusive models in our country.

Keywords: Inclusive Education, Inclusive Models, Reverse Inclusion.

1. GİRİŞ

Kaynaştırma uygulamalarının tarihsel gelişimine bakıldığında, farklı ülkelerde farklı şekillerde gelişme gösterdiği ve birçok ülkede yapılan yasal düzenlemeler sonucunda benimsendiği görülmektedir. Sınırlı görüş ve çabalarla başlayan kaynaştırma uygulamaları tarihsel süreç içinde birçok ülkede özel gereksinimli bireyler için önemli bir eğitim modeline dönüşmüştür.

Alanyazın incelendiğinde kaynaştırma uygulamalarının farklı tanımlarının olduğu görülmektedir. Lewis ve Doorlag'a (1999) göre kaynaştırma, özel gereksinimli öğrencilerin, akademik ve sosyal eğitim programlarının dikkatlice planlanarak ve değerlendirilerek, özel gereksinimli olmayan akranları ile birlikte eğitim almak üzere genel eğitim sınıflarına yerleştirilmeleridir. Bir başka tanımlamada ise kaynaştırma, tüm öğrencilerin birbirlerinin farklılıklarını öğrenmelerinin ve birbirlerine saygı göstermelerinin yanı sıra, gereksinimlerini karşılamaya dayalı okullar ve sosyal kurumlar oluşturmayı amaçlayan bir yaklaşımdır (Salend, 1998). Bu yaklaşım her ne kadar yetersizliği olan bireylere odaklansa da bütün öğrencilerin gereksinimlerini karşılamak üzere tasarlanır (Ferguson, 1996). Guralnick (2001) ve Salisbury (1990) kaynaştırmayı, küçük çocukların eğitimi ve gelişimini açıkça gösteren planlanmış, geliştirilmiş ve kavramsallaştırılmış bir değer olarak tanımlamaktadır. Rudd'a (2002) göre tam bir kaynaştırma, çocukların tamamının, okullarındaki ve toplumdaki

fırsatların tamamına sınıf aracılığıyla erişebilmelerinden daha kapsamlı bir felsefedir. Lindsay'e (2007) göre kaynaştırma, özel eğitim gereksinimi ve yetersizliği olan öğrencilerin eğitim olanaklarını arttırmak için geliştirilen önemli bir eğitim planıdır. Kırcaali- İftar (1992) kaynaştırmayı sınıf öğretmenine ya da engelli öğrenciye destek eğitim hizmetleri sağlanması koşulu ile engelli öğrencilerin genel eğitim sınıflarında eğitilmesi şeklinde tanımlamaktadır. Kaynaştırma uygulamalarının etkililiğinde en önemli faktörün genel eğitim sınıfına yerleştirilen özel gereksinimli olan ve olmayan öğrencilere ve sınıf öğretmenine destek hizmetleri sağlamak olduğu belirtilmektedir (Baker ve Zigmond, 1995; Gately ve Gately, 1993; Inos ve Quigley, 1995; Karagiannis, Stainback ve Stainback, 1996; Salend ve Duhaney, 1999). Bu tanımın içinde yer alan destek eğitim hizmetlerinin sağlanması koşuluna baktığımızda kaynaştırma, özel gereksinimli öğrencinin hiçbir özel eğitim desteği olmadan doğrudan genel eğitim sınıfına yerleştirilmesi demek değildir. Tam tersine, genel eğitim sınıfında bulunan özel gereksinimli öğrencilerin eğitimlerinin, özel eğitim desteği ile birlikte sürdürülmesidir (Sucuoğlu ve Kargın, 2010).

2. KAYNAŞTIRMA UYGULAMALARININ TARİHSEL SÜRECİ

Özel gereksinimli öğrencilerin özel eğitim okullarında eğitilmeleri görüşlerinin yaygın olduğu 1900'lü yılların ilk yarısında, sınırlı da olsa kaynaştırmaya yönelik görüşlerin ve çabaların oluşmaya başladığı dikkat çekmektedir (Sucuoğlu ve Kargın, 2010).

Özel gereksinimi olan çocuklar için uygulanan kaynaştırma uygulamaları, genel ve özel eğitim uygulamalarının buluşma noktasıdır. Tüm dünyada olduğu gibi ülkemizde de kaynaştırmanın tanımı çerçevesinde, özel gereksinimi olan çocukların eğitimlerini akranlarının devam ettiği okullarda ve onlarla aynı sınıflarda sürdürmesi temel ilke olarak benimsenmiştir (Sucuoğlu ve Kargın, 2008).1913 yılında görme engelli öğrenciler için başlatılan kaynaştırma programında görme engelli öğrenciler, bir okul gününün bir kısmını akranlarıyla birlikte genel eğitim sınıfında geçirirken, bir kısmını da görme engellilere yönelik özel bir sınıfına devam ederek geçirmişlerdir. Aynı dönemde genel eğitim okullarının bünyesinde özel eğitim sınıfları ve kaynaştırma uygulamalarına dönük adımlar da atılmaya başlanmıştır. 1928 yılında İngiltere'de özel ve genel eğitim okullarının birlikte açılması kararı alınmış, 1944 yılında uygun özel gereksinimli öğrencilerin genel eğitim sınıflarında eğitim görmeleri yasal olarak kabul edilmiştir (Sucuoğlu, Kargın, 2010). Özel gereksinimli ve normal gelişim gösteren öğrencilerin genel eğitim okullarında ve sınıflarında birlikte eğitim almaları anlamına gelen kaynaştırma uygulamaları 1960'lı

yıllardan başlayarak birçok ülkede kabul görmüş ve uygulanmıştır (Cook ve Friend, 2010; Halvorsen ve Neary, 2009).

1970'li yıllarda Amerika Birleşik Devletleri'nde başlatılan kaynaştırma uygulamaları zaman içerisinde yaygınlaşarak pek çok ülkenin eğitim politikasının temelini oluşturmaya başlamıştır (OECD, 1995). İtalya'da 1971 yılında, İngiltere'de 1974 yılında, Amerika'da ve Fransa'da 1975 yılında, Norveç'te 1976 yılında yürürlüğe giren yasalarla, özel gereksinimli öğrencilerin genel eğitim sınıflarında akranlarıyla birlikte eğitim görmeleri yasal olarak kabul edilmiştir (OECD, 1995; Akt; Sucuoğlu ve Kargın, 2010). Finlandiya'da okulların tüm öğrencilerin gereksinimlerini karşılayacak biçimde geliştirilmesi hareketi 1970'lerde başlamış, 1990'larda en etkili dönemine girmiştir (Halinen ve Jarvinen, 2008). Portekiz'de ise eğitim sistemi, 1986 yılında çıkarılan Temel Eğitim Yasası ile yeniden düzenlenmiştir. Yasada özel eğitimin genel amacının, bedensel ve zihinsel engelli çocukların toplumsal ve eğitimsel uyumlarının sağlanması olduğu ifade edilmiştir. Bu amaçla birlikte kaynaştırma uygulamasına önem ve öncelik verilmesi planlanmış ancak mali sıkıntılar nedeniyle tam olarak uygulanamamıştır. Bu durum, özel eğitim hizmetlerinin, özel kuruluşlar ve sivil toplum örgütleri tarafından verilmesi yolunun tercih edilmesine neden olmuştur (Mc Conachie, Smyth, Bax 1995).

ABD'de 1975 yılında kabul edilen Tüm Engelli Çocukların Eğitim Yasası (Education of All Handicapped Children Act, PL 94-142) okul çağındaki engelli çocukların uygun eğitimsel hizmetlerden yararlanmasını amaçlayan kapsamlı bir yasadır (Sucuoğlu ve Kargın, 2010). 1990 yılında P.L. 64-142'de bazı değişiklikler yapılmış ve bu yasa, P.L. 101-476 Yetersizliği Olan Bireylerin Eğitimi Yasası (IDEA) adını almıştır. Yetersizliği Olan Bireylerin Eğitimi Yasası'nda kaynaştırma eğitimi destekleyici nitelikte bir hüküm yer almaktadır. Bu hükme göre okullar, yetersizliklerinin derecesi ve özellikleri ne olursa olsun tüm çocukları kabul etmelidir; özel gereksinimli hiçbir çocuk ücretsiz eğitimin dışında bırakılamaz. Yasaya göre, okullar özel gereksinimli çocukları, mümkün olan en üst oranda, özel gereksinimli olmayan akranlarıyla birlikte eğitime almalıdır (Batu, 2000).

Avustralya'da 1970'li yılların başında özel gereksinimli çocukların genel eğitim sınıflarında eğitim alma hakkı konusunda tartışmalar başlamış, 1992 yılında kabul edilen Engelli Ayrımcılığı Yasası'yla bu hak güvence altına alınmıştır (Disability Discrimination Act, 1992). Özel eğitim alanında iki yüz yıllık geçmişe sahip olan Fransa, 1975 yılında çıkardığı özel bir yasayla, engelli çocukların da zorunlu eğitim kapsamına alınmasını ve eğitimin normal sınıflarda verilerek, mümkün olmadığı durumlarda bu öğrencilerin özel alt sınıflara alınmasını ya da engellerine göre diğer özel eğitim kurumlarına gönderilmelerine karar vermiştir (Akt. Kuz, 2001).

İngiltere’de 1993 yılında çıkan Eğitim Yasası (Education Act and Regulations) ve 1994 yılında yürürlüğe giren Uygulama Kılavuzu (Code of Practice) ile her yetersizlik grubundaki çocukla ilgili eğitsel düzenlemelerin esasları belirlenmiştir (Batu, 2000; Department for Education, 1994). Uygulama Kılavuzu’nda özel gereksinimli bireylerin mümkün olan en geniş ve kapsamlı eğitim sisteminden yararlanmaları ve daha fazla sayıdaki özel gereksinimli bireyin gereksinimlerinin kaynaştırma yoluyla karşılanması gerektiği belirtilmiştir.

1994 yılında Salamanca’da 92 devlet ve 25 uluslararası kuruluşun 300’ü aşkın kişinin katıldığı Özel Eğitim Dünya Konferansı gerçekleştirilmiştir. Konferansta, “herkes için eğitim” hedefi doğrultusunda bütünleştirme yaklaşımının geliştirilmesi ve okulların özellikle özel gereksinimli çocuklar olmak üzere tüm çocuklara hizmet vermesini sağlamak için gerekli siyasal adımların atılması amaçlanmıştır. Salamanca Bildirgesi, özel gereksinimli çocukların genel eğitim sistemi içinde eğitim almaları için çağrıda bulunan ilk uluslararası belgedir (Dede, 1996).

2006 yılında Birleşmiş Milletler Genel Kurulu’nda kabul edilen Birleşmiş Milletler Engellilerin Haklarına İlişkin Sözleşme’nin 24. maddesinde “Engelliler engelleri nedeniyle genel eğitim sisteminden dışlanmamalı ve engelli çocuklar engelleri nedeniyle parasız ve zorunlu ilk ve ortaöğretim olanaklarının dışında tutulmamalıdır“ ifadesi yer almıştır. Yine sözleşmenin 24. maddesinde “engellilerin genel eğitimden etkin bir şekilde yararlanabilmeleri için genel eğitim sistemi içinde ihtiyaç duydukları desteği almaları gerektiği” ifade edilmiştir.

Özetle, 1970’li yıllarda Amerika Birleşik Devletleri’nde başlatılan kaynaştırma uygulamaları zaman içerisinde yaygınlaşmış ve birçok ülkenin eğitim politikasını etkilemiştir. Ülkeler, özel gereksinimli öğrencilerin özel gereksinimli olmayan akranlarıyla birlikte aynı okullarda ve sınıflarda eğitim almaları için eğitim sistemlerinde gerekli mevzuat, politika ve uygulama düzeylerinde değişiklikler yapmışlardır. Ayrıca imzalanan uluslararası sözleşmelerle özel gereksinimli öğrencilerin eğitim hakları güvence altına alınmış ve bu öğrencilerin özel eğitim hizmetlerinden en iyi şekilde yararlanmaları konusunda önemli kazanımlar elde edilmiştir.

3. TÜRKİYE’DE KAYNAŞTIRMA UYGULAMALARININ TARİHSEL SÜRECİ

Ülkemizde kaynaştırma uygulaması 1983 yılında çıkarılan 2916 sayılı “Özel Eğitime Muhtaç Çocuklar Kanunu” ile başlatılmış, 1997’de çıkarılan 573 sayılı “Özel Eğitim Hakkında Kanun Hükmünde Kararname” ve buna dayalı olarak 2000 yılında yürürlüğe giren “Özel Eğitim Hizmetleri Yönetmeliği” ile yaygın olarak uygulanmaya başlanmıştır (MEB, 2010).

1988 yılında yayınlanan "Özel gereksinimli çocukların normal sınıflara kaynaştırılması yoluyla eğitimi" konulu genelgede ise, kaynaştırma kavramı, uluslararası alan yazındaki tanımına uygun şekilde ele alınmıştır. 1990 yılında düzenlenen XIII. Milli Eğitim Şurası'nda alınan kararlar doğrultusunda, 1991 yılında "1. Özel Eğitim Konseyi" toplanarak kaynaştırma programlarının yaygınlaştırılmasına, bu programlara alınan engelli öğrencilerin eğitiminin bireysel olarak planlanmasına, bu eğitimin alanında uzman kişiler tarafından verilmesine ve izlenmesine ilişkin bir karar alınmıştır (Uysal, 2003).

1990 yılında düzenlenen XIII. Milli Eğitim Şurası'nda kaynaştırmanın genişletilmesi vurgulanmış olmakla birlikte, yine bu yıllarda yatılı ve gündüzlü okulların sayısında artış olduğu da görülmektedir. 1950-1992 yılları arasında 75 özel eğitim okulu açılmış iken, 1992-1995 yılları arasında 75 okul daha açılarak toplam sayı 150'ye ulaşmıştır (Sucuoğlu ve Kargın, 2010). Özel eğitim okullarının sayısında ortaya çıkan bu artışa karşın 1992-1993 eğitim-öğretim yılında kaynaştırma eğitimini yaygınlaştırmak ve iyileştirmek amacıyla 12 pilot ilde okul öncesi, ilk ve ortaöğretim düzeylerinde 88 pilot okul belirlenmiş, bu okullardaki tüm öğretmenlerin, öğrencilerin ve öğrenci velilerinin kaynaştırma eğitimine alınmasına karar verilmiştir (Sucuoğlu ve Kargın, 2010).

22 Haziran 1992 tarihli Zihinsel Özürlü Çocukların Eğitim Uygulamaları Yönetmeliği'nde "İlkokullarda Özel Eğitim Uygulamaları" başlığı altında "kaynaştırma" ayrı bir bölüm olarak ele alınmıştır. Dokuz maddeden oluşan bu bölümde Rehberlik ve Araştırma Merkezi Müdürlüklerince yapılan inceleme neticesinde, eğitilebilir seviyede olduğu tespit edilen çocukların eğitimleri, yeterli sayıda öğrenci bulunamaması halinde zihin özürlü çocukların eğitimleri özel sınıf açılmayan durumlarda ilkokullarda normal sınıflar içinde kaynaştırılmasıyla sürdürüleceği, kaynaştırma için bir sınıfa bir öğrenci verileceği, bu sayının çok zorunlu durumda ikiye çıkarılabileceği, bu öğrencilerin buldukları sınıflarda öğrenci sayısının diğer kaynaştırma öğrencisi olmayan sınıflara göre, en az beş öğrenci eksik olacak şekilde düzenleneceği belirtilmiştir. Aynı yönetmelikte Rehberlik ve Araştırma Merkezi Müdürlüklerinin çalışmalarını kaynaştırma programı içinde sürdürecekleri, okul idarecilerinin zihin özürlü çocukların buldukları sınıfta kaynaştırma yoluyla eğitim ve öğretimleri için gerekli eğitim ortamının sağlanması için tedbirler almakla yükümlü oldukları belirtilmiştir. Yönetmelikte okulun Rehberlik Hizmetleri Büroları ve buralarda görevli rehber öğretmenlere kaynaştırma öğrencileri için rehberlik çalışmaları yapmaları ve bu öğrencilerin söz konusu faaliyetlere ilişkin becerileri kazanmaları için gerekli çalışmaların yapılması ifade edilmiştir. Ayrıca kaynaştırma öğrencilerinin okuldaki sosyal faaliyetlere yetenekleri oranında katılmaları gerektiği, zihin özürlü öğrencilerin

özellikleri ve öğretmenlerin faaliyetleri konusunun denetimde dikkate alınacağı ifade edilmiştir.

Ülkemizde özel gereksinimli çocuklara ilişkin en kapsamlı yasal düzenleme 1997 yılında kabul edilen 573 sayılı Kanun Hükmünde Kararnamedir (Sucuoğlu ve Kargın, 2010). Kanun Hükmünde Kararname'nin 12. maddesinde kaynaştırma “Özel eğitim gerektiren bireylerin diğer bireylerle karşılıklı etkileşim içinde bulunmalarını sağlamak ve eğitim amaçlarını en üst düzeyde gerçekleştirmek için geliştirilmiş eğitim ortamları” olarak tanımlanmıştır (Kuz, 2001). Kanun Hükmünde Kararname'nin 12. Maddesi ile kaynaştırma uygulamalarının nasıl gerçekleştirileceğinin 1992 yılında hazırlanmış olan yönetmeliğe göre daha ayrıntılı olarak tanımlandığı görülmektedir. Nitekim 12. Madde'de “Özel eğitim gerektiren bireylerin eğitimleri, hazırlanan bireysel eğitim planları doğrultusunda akranlarıyla birlikte her tür ve kademedeki okul ve kurumlarda uygun yöntem ve teknikler kullanılarak sürdürülür” şeklinde tanımlandığı görülürken yine de bu yöntem ve tekniklerin neler olabileceğine ilişkin hiçbir ifadenin yer almamış olması dikkat çekicidir (Diken, 2010). Engelli çocukların eğitimlerinin akranları ile birlikte uygun yöntem ve tekniklerle sürdürülmesi ve özel tedbirlerin alınması gerektiği kararnamede belirtilen kararlar arasındadır. Bu kararnamede, 2916 sayılı yasadan farklı olarak, kaynaştırma, bireysel eğitim planı ve özel eğitim desteği kavramları ele alınmıştır. Kararname, 2916 sayılı yasadan daha kapsamlı olmakla birlikte, ele alınan kavramların nerede, nasıl ve kimler tarafından gerçekleştirileceği açıkça tanımlanmamıştır (Sucuoğlu ve Kargın, 2010).

Özel eğitim gerektiren öğrenciler için en az kısıtlayıcı eğitim ortamı, yetersizliği olmayan akranları ile bir arada eğitim gördükleri normal sınıf, yani kaynaştırma sınıfıdır (MEB, 2010). En az kısıtlayıcı eğitim ortamı, 2006 yılındaki Özel Eğitim Hizmetleri Yönetmeliği'nde “en az sınırlandırılmış eğitim ortamı” olarak ifade edilmiş olup “özel eğitime ihtiyacı olan bireyin; toplumla bütünleşmesini sağlamaya yönelik sosyal, öz bakım, dil ve iletişim alanlarındaki davranışlar ile düzeyine uygun akademik ve mesleki bilgi ve becerileri kazandırmak amacıyla destek eğitim hizmetlerinin de verildiği ve mümkün olduğunca yetersizliği olmayan akranlarıyla bir arada olmasını sağlayan en uygun eğitim ortamı” şeklinde tanımlanmıştır.

573 sayılı Özel Eğitim Hakkında Kanun Hükmünde Kararname'ye dayanılarak hazırlanan ve 18 Ocak 2000 tarihinde yürürlüğe giren Özel Eğitim Hizmetleri Yönetmeliği'nde kaynaştırmayla ilgili ayrıntılı ve uygulamaya yönelik ifadeler yer verilmiştir. Yönetmeliğin 67. maddesinde kaynaştırma “Özel eğitim gerektiren bireylerin, yetersizliği olmayan akranları ile birlikte eğitim ve öğretimlerini resmî ve özel okul öncesi,

ilköğretim, orta öğretim ve yaygın eğitim kurumlarında sürdürmeleri esasına dayanan, destek eğitim hizmetlerinin sağlandığı özel eğitim uygulamalarıdır” şeklinde tanımlanmaktadır (MEB, 2000). Bu tanım 31 Mayıs 2006 tarihli Özel Eğitim Hizmetleri Yönetmeliği'nin 23. maddesinde de aynı şekilde tanımlanmıştır. 2 Eylül 2008 yılında yayımlanan 2008/60 sayılı Kaynaştırma Yoluyla Eğitim Uygulamaları Genelgesi'nde genelgenin okul öncesi, ilk ve orta öğretim kurumlarının yönetici ve öğretmenlerine duyurularak gerekli önlemlerin alınması istenmiştir. Genelgenin “Kaynaştırma Yoluyla Eğitim Uygulamalarında Öğretmenlere Öneriler” başlıklı ekinde, özel eğitime ihtiyacı olan öğrencilerin kaynaştırma yoluyla eğitimleri ile ilgili yetersizliklerinin türüne göre öneriler yer almaktadır. Genelgede kaynaştırma uygulamaları kapsamında özel eğitime ihtiyacı olan bireyler; kaynaştırma yoluyla eğitimlerini, yetersizliği olmayan akranları ile birlikte aynı sınıfta tam zamanlı sürdürebilecekleri gibi özel eğitim sınıflarında yarı zamanlı olarak da sürdürebilirler. Yarı zamanlı kaynaştırma uygulamaları, öğrencilerin bazı derslere yetersizliği olmayan akranlarıyla birlikte aynı sınıfta ya da ders dışı etkinliklere birlikte katılmaları yoluyla yapılmaktadır” ifadeleri yer almaktadır. Ancak Milli Eğitim Bakanlığı Özel Eğitim ve Rehberlik Hizmetleri Genel Müdürlüğü tarafından 19 Eylül 2017 tarihinde yayımlanan 2017/28 sayılı genelge ile, 2 Eylül 2008 tarihli ve 2008/60 sayılı “Kaynaştırma Yoluyla Eğitim Uygulamaları” konulu genelge yürürlükten kaldırılmıştır. 19 Eylül 2017 tarihinde yayımlanan 2017/28 sayılı “Kaynaştırma/Bütünleştirme Yoluyla Eğitim Uygulamaları” konulu genelgede, kaynaştırma kavramı ile birlikte “bütünleştirme” kavramı dikkat çekmektedir.

2017/28 sayılı “Kaynaştırma/Bütünleştirme Yoluyla Eğitim Uygulamaları” konulu bu genelgede “kaynaştırma/bütünleştirme eğitiminin amacı; özel eğitime ihtiyacı olan bireylerin her tür ve kademedede diğer bireylerle karşılıklı etkileşim içinde bulunmalarını ve eğitim amaçlarını en üst düzeyde gerçekleştirmelerini sağlamaktır. Bu uygulamalar kapsamında özel eğitime ihtiyacı olan bireyler, kaynaştırma/bütünleştirme yoluyla eğitimlerini, yetersizliği olmayan akranları ile birlikte aynı sınıfta tam zamanlı sürdürebilecekleri gibi özel eğitim sınıflarında yarı zamanlı olarak da sürdürebilirler. Yarı zamanlı kaynaştırma uygulamaları, öğrencilerin yetersizliği olmayan akranlarıyla bazı derslere aynı sınıfta ya da ders dışı etkinliklere birlikte katılmaları yoluyla yapılmaktadır” ifadelerine yer verilmiştir. Ayrıca genelgenin 1. Maddesinde “Her tür ve kademedede kaynaştırma/bütünleştirme yoluyla eğitim almasına karar verilen öğrencilerin okula kayıtlarında ve devamlarında gerekli tedbirler alınacaktır.” hükmüne yer verilerek tür ve kademe ayrımı yapılmamıştır.

On Beşinci Milli Eğitim Şurası'nda kaynaştırma eğitiminden yararlanan engelli öğrenciler için kendi düzeylerine uygun sınıf

programlarının hazırlanması kararı alınmıştır (Şura Raporu, 1996). 17. Millî Eğitim Şûrası ve dokuzuncu kalkınma planında da kaynaştırma üzerinde önemle durulmaktadır. 13–17 Kasım 2006’da düzenlenen On Yedinci Millî Eğitim Şûrası’nda kaynaştırma uygulaması yapılan sınıflara destek hizmet personeli verilmesi ve özel eğitimde kaynaştırma uygulaması yapabilecek sınıf öğretmenlerinin yetiştirilmesi için hizmet öncesi eğitimde bu alanları dikkate alacak program düzenlemeleri yapılması kararlaştırılmıştır (MEB, 20 Ekim 2009).

Dokuzuncu kalkınma planında (2007-2013) ise özel eğitim gerektiren öğrencilerin eğitiminde kaynaştırma eğitime öncelik verilmesi ve mevcut okulların fiziki koşullarının uygun hâle getirilmesi hedeflenmiştir (DPT, 20 Ekim 2007).

Millî Eğitim Bakanlığı Bilişim Sistemleri (MEBBİS) veri tabanından 30.04.2010 tarihinde elde edilen verilere göre 2006 yılında ilköğretim ve ortaöğretim okullarında kaynaştırma uygulamalarından yararlanan toplam öğrenci sayısı 54.309 iken, 2009 yılında bu sayı 72.425’eyükselmiştir. Bu öğrencilerin 70.563’ü ilköğretim okullarındadır. Ortaöğretim okullarındaki kaynaştırma öğrenci sayısı ise 1.862’dir (MEB, 2010). Millî Eğitim Bakanlığının 2012-2016 Resmi İstatistik Programı verilerine göre 2013-2014 eğitim-öğretim yılında ilkokul, ortaokul ve ortaöğretim okullarında kaynaştırma uygulamalarından yararlanan toplam öğrenci sayısı 173.117’dir. Bu öğrencilerin 152.485’i ilkokul ve ortaokullardadır. Ortaöğretim okullarındaki kaynaştırma öğrencisi sayısı ise 20.632’dir (MEB, 2014). Bu rakamlar bize ülkemizde genel eğitim sınıflarında eğitim gören kaynaştırma öğrenci sayısında giderek bir artışın olduğunu göstermektedir.

4. TÜRKİYE’DE UYGULANAN KAYNAŞTIRMA MODELLERİ

Ülkemizde kaynaştırma yoluyla eğitimin, tam zamanlı kaynaştırma, yarı zamanlı kaynaştırma ve tersine kaynaştırma olmak üzere üç farklı modelde uygulandığı görülmektedir. Tam zamanlı kaynaştırma modelinde özel gereksinimli öğrenciler eğitimlerini yetersizliği olmayan akranları ile birlikte sürdürürken, yarı zamanlı kaynaştırma modelinde, özel gereksinimli öğrenciler eğitimlerini bazı derslerde yetersizliği olmayan akranlarıyla birlikte aynı sınıfta ya da ders dışı etkinliklere birlikte katılarak sürdürmektedirler. Tersine kaynaştırma modelinde ise özel gereksinimli olmayan öğrenciler istemeleri halinde, özel eğitim okul ve kurumlarına devam eden özel gereksinimli akranları ile ya aynı sınıfta eğitim görmekte ya da özel gereksinimli olmayan öğrenciler için özel eğitim okul ve kurumunun bünyesinde ayrı bir sınıf açılmaktadır.

4.1. Tam zamanlı Kaynaştırma Modeli

Tam zamanlı kaynaştırma modelinde özel gereksinimli öğrencinin kaydı genel eğitim sınıfındadır (MEB, 2010). Öğrenci tam gün boyunca genel eğitim sınıfında eğitim almaktadır. Tam zamanlı kaynaştırma yoluyla eğitimlerine devam eden özel gereksinimli öğrenciler, özel gereksinimli olmayan akranlarıyla aynı sınıfta eğitim görürler ve kayıtlı oldukları okulda uygulanan eğitim müfredatını takip ederler. Milli Eğitim Bakanlığı Özel Eğitim Hizmetleri Yönetmeliği'nin 23. Maddesinde "Okul ve kurumlarda, kaynaştırma yoluyla eğitim alacak bireylerin bir sınıfa en fazla iki birey olacak şekilde eşit olarak dağılımı sağlanır. Kaynaştırma yoluyla eğitimlerine devam eden bireylerin bulunduğu sınıflarda sınıf mevcutları; okul öncesi eğitim kurumlarında özel eğitime ihtiyacı olan iki bireyin bulunduğu sınıflarda 10, bir bireyin bulunduğu sınıflarda 20 öğrenciyi geçmeyecek şekilde düzenlenir. Diğer kademelerdeki eğitim kurumlarında ise sınıf mevcutları; özel eğitime ihtiyacı olan iki bireyin bulunduğu sınıflarda 25, bir bireyin bulunduğu sınıflarda 35 öğrenciyi geçmeyecek şekilde düzenlenir" denilmektedir (MEB, 2006).

Ülkemizdeki kaynaştırma yoluyla eğitim uygulamalarının büyük bir kısmı tam zamanlı kaynaştırma uygulaması şeklinde yapılmaktadır. Milli Eğitim Bakanlığı örgün eğitim istatistik verilerine göre 2016-2017 eğitim öğretim yılında okul öncesi eğitime 3.585 kaynaştırma öğrencisi devam ederken, ilkökula 94.897, ortaokula 109.684 ve ortaöğretime 34.320 kaynaştırma öğrencisi devam etmektedir. Bu verilere göre ülkemizde örgün eğitime devam eden kaynaştırma öğrenci sayısı toplam 242.486'dır. 2013-2014 eğitim-öğretim yılında ilkökul, ortaokul ve ortaöğretim okullarında kaynaştırma uygulamalarından yararlanan toplam öğrenci sayısı 173.117 iken bu sayı üç yıl içinde yaklaşık % 29 artarak 242.486'ya ulaşmıştır.

4.2. Yarı Zamanlı Kaynaştırma Modeli

Yarı zamanlı kaynaştırma uygulamaları özel gereksinimli öğrencilerin bazı derslere yetersizliği olmayan akranlarıyla birlikte aynı sınıfta ya da ders dışı etkinliklere birlikte katılmaları yoluyla sağlanmaktadır (MEB, 2006). Yarı zamanlı kaynaştırma uygulamalarında özel gereksinimli öğrencinin kaydı özel eğitim sınıfındadır. Özel eğitim sınıfı öğrencisi başarılı olabileceği derslerde ve sosyal etkinliklerde yetersizliği olmayan akranları ile birlikte genel eğitim sınıfında eğitim almaktadır (MEB, 2010). Özel eğitim sınıfları, bulunduğu okulun veya kurumun eğitim programını uygulayan özel eğitim sınıfları ve bulunduğu okulun veya kurumun eğitim programından farklı bir eğitim programı uygulayan özel eğitim sınıfları olmak üzere ikiye ayrılmaktadır. Bulduğu okulun veya kurumun programlarını uygulayan özel eğitim sınıflarında, ilköğretim kurumları

programlarını veya ortaöğretim kurumları programlarını takip edebilecek bireyler eğitim almaktadırlar. Bulunduğu okulun veya kurumun eğitim programından farklı bir eğitim programı uygulayan özel eğitim sınıflarında ise ilköğretim veya ortaöğretim kurumları programlarını takip edemeyecek durumda olan bireyler eğitim almakta ve bu sınıflarda eğitim alan öğrenciler, yetersizlik türüne göre hazırlanan özel eğitim programını takip etmektedirler (MEB, 2006). Yarı zamanlı kaynaştırma uygulamaları özel eğitim okul ve kurumlarına devam eden öğrencilerin, özel gereksinimli olmayan akranlarının devam ettiği okul ve kurumlarda da bazı dersler ve sosyal etkinliklere katılması şeklinde de uygulanmaktadır. Bu uygulama ile ilgili olarak Milli Eğitim Bakanlığı Özel Eğitim Hizmetleri Yönetmeliği'nin 23. Maddesinde “Özel eğitim okul ve kurumlarına devam eden öğrencilerin kaynaştırma uygulamaları kapsamında, yetersizliği olmayan akranlarının devam ettiği okul ve kurumlarda bazı derslere ve sosyal etkinliklere katılması için gerekli tedbirler alınır” denilmektedir (MEB, 2006). Milli Eğitim Bakanlığı örgün eğitim istatistik verileri incelendiğinde ülkemizde yarı zamanlı kaynaştırma eğitimine devam eden öğrenci sayısına ilişkin herhangi bir verinin olmadığı görülmektedir.

4.3. Tersine Kaynaştırma Modeli

Tersine kaynaştırma programları yetersizlikleri olan çocuklara kaynaştırma ortamı sağlayan bir özel eğitim seçeneğidir. Yasalarla uyumlu olan bu ortamda yetersizliği olan çocukların özel gereksinimlerinin yanısıra sınıfın üyeleri olan normal gelişim gösteren çocukların da gereksinimleri karşılanır (Salisbury, 1990). Tersine kaynaştırma, normal gelişim gösteren çocukların normal gelişim göstermeyen akranlarının sosyalleşmelerini sağlamak amacıyla bu çocukların sınıflarına gitmelerini ve yapılandırılmış bir ortamı gerektirir. (Wooten & Mesibov, 1986). Schoger'e (2006) göre tersine kaynaştırma genel eğitim sınıfına devam eden birkaç öğrencinin yetersizliği olan öğrencilerle sosyal etkileşim kurmak amacıyla kısa zaman aralıklarıyla özel eğitim sınıflarına getirilmesidir. Labka'ya (2008) göre ise tersine kaynaştırma, yetersizliği olan öğrencilere müzik eğitimi ortamında aynı yaştaki akranlarıyla etkileşime geçme fırsatı sunan bir yoldur. Bu uygulama ile normal gelişim gösteren öğrencilerin özel gereksinimli öğrencilere yardım etmek ve akran modeller olmak için özel eğitim ortamından ilham almaları sağlanmaktadır.

Ülkemizde Milli Eğitim Bakanlığı, Özel Eğitim Hizmetleri Yönetmeliği'nde tersine kaynaştırma ile ilgili bir tanımlamanın yapılmadığı ancak uygulama şeklinin belirtildiği görülmektedir. Özel Eğitim Hizmetleri Yönetmeliği'nin 23. Maddesinde, “kaynaştırma uygulamaları ilköğretim programlarını uygulayan özel eğitim okul ve kurumlarında; yetersizliği olmayan öğrencilerin, yetersizliği olan öğrencilerle aynı sınıfta eğitim

görmeleri yoluyla ya da yetersizliği olmayan öğrenciler için bu okul ve kurumların bünyesinde ayrı sınıf açılması şeklinde de uygulanabilir” ifadesi yer almaktadır. Yine aynı yönetmelikte yetersizliği olmayan öğrencilerin, istekleri doğrultusunda, çevrelerindeki özel eğitim okullarında açılacak sınıflara kayıt yaptırabilecekleri; bu sınıfların mevcutlarının 5’i özel eğitime ihtiyacı olan birey olmak üzere okul öncesi eğitimde en fazla 14, ilköğretim ve ortaöğretimde 20, yaygın eğitimde 10 öğrenciden oluşacağı ifade edilmektedir (MEB, 2006). Milli Eğitim Bakanlığı Özel Eğitim Hizmetleri Yönetmeliği’nde (2006) ülkemizdeki tersine kaynaştırma uygulamalarının iki şekilde uygulanabileceği ifade edilmektedir. Birincisi ilköğretim programlarının uygulandığı özel eğitim okul ve kurumlarında; yetersizliği olmayan öğrencilerin, yetersizliği olan akranları ile aynı sınıfta eğitim görmeleri ya da yetersizliği olmayan öğrenciler için bu okul ve kurumların bünyesinde ayrı sınıf açılması, ikincisi ise yetersizliği olmayan öğrencilerin, istekleri doğrultusunda, çevrelerindeki özel eğitim okullarında açılacak sınıflara kayıt yaptırabilecekleri şeklindeki uygulamadır. Bu sınıfların mevcutları beşi özel gereksinimli birey olmak üzere okul öncesi eğitimde en fazla 14, ilköğretim ve ortaöğretimde 20, yaygın eğitimde 10 öğrenciden oluşmaktadır. İlgili yönetmeliklerde her ne kadar tersine kaynaştırma modelinde öğrenci sayıları verilmeye çalışılmış olsa da, tersine kaynaştırma modelinin uygulanabilmesi için gerek özel eğitim okullarının fiziki koşullarının düzenlenmesi, gerekse bu okulların normal gelişim gösteren ve özel gereksinimli öğrencilere olası yararlarının ve uygun beklentilerin oluşturulabilmesi için özel gereksinimli öğrenci grubu ve özellikleri hakkında yeterli bilginin olması gerekmektedir. Milli Eğitim Bakanlığı örgün eğitim istatistik verileri incelendiğinde ülkemizde yarı zamanlı kaynaştırma eğitimine devam eden öğrenci sayısında olduğu gibi tersine kaynaştırma eğitimine devam eden öğrenci sayısına ilişkin herhangi bir verinin olmadığı görülmektedir. Ülkemizde Milli Eğitim Bakanlığı tarafından, Anadolu Üniversitesi ile yapılan işbirliğiyle 1990-1991 eğitim-öğretim yılında Ankara’da Anadolu Üniversitesi İşitme Engelli Çocuklar Eğitim Merkezi’nde (İÇEM) uygulanan işitme engelli çocuklarla ilgili eğitim modelini geliştirmek ve yaygınlaştırmak amacıyla bir uygulama okulu açılmıştır. Tersine kaynaştırma modeli ilk kez bu okulun anasınıfında pilot model olarak uygulanmaya başlanmış ancak model bu okulla sınırlı kalmıştır. Tersine kaynaştırma modelini temel alan farklı bir kaynaştırma modeli uygulaması ise 2006 yılında Serebral Palsili Çocuklar Derneği’nin (SERÇEV) girişimleri ve Milli Eğitim Bakanlığının onayı ile Serebral Palsili öğrencilerin eğitimleri için açılan bir okulda uygulanan kaynaştırma eğitimi modeli olmuştur. Benzer kaynaştırma modeli, Milli Eğitim Bakanlığı tarafından 2017 yılında yine SERÇEV’in girişimleri ve katkıları ile Ankara’da “Engelsiz Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi” adıyla açılan bir ortaöğretim kurumunda uygulanmaya başlanmıştır. Tersine kaynaştırma

modelini temel alan bu okulda, ortaokul 8. sınıftan mezun olan Serebral Palsili öğrenciler ile normal gelişim gösteren akranlarının birlikte öğrenim görmeleri amaçlanmıştır.

4. SONUÇ

Çoğunlukla tam zamanlı kaynaştırma uygulaması şeklinde yapılan kaynaştırma eğitimi ülkemizde 1983 yılından beri uygulanmaktadır. O tarihten günümüze kaynaştırma eğitimi uygulamalarının arttığı ancak kaynaştırma modeli girişimlerinin sınırlı kaldığı dikkat çekmektedir.

Milli Eğitim Bakanlığının istatistikleri incelendiğinde, Türkiye’de kaynaştırma eğitimine devam eden öğrenci sayısının giderek arttığı görülmektedir. Milli Eğitim Bakanlığı her ne kadar bu artışı dikkate alıp kaynaştırma eğitiminin uygulanmasına yönelik düzenlemeler yapsa da, kaynaştırma eğitiminin mevcut sorunlarının devam ettiği de bir gerçektir.

Türkiye’de kaynaştırmanın uygulanışıyla ilgili karşılaşılan sorunların başında sınıfların ve okulların kaynaştırma uygulaması için uygun fiziksel ortam niteliği taşımadığı (Batu, Kırcaali-İftar, Uzuner, 2004; Kargın ve diğerleri., 2003; Sadioğlu, Bilgin, Batu ve Oksal, 2013) görülmektedir. Sınıftaki öğrenci sayısı, sınıfın büyüklüğü, sınıfın ses, ışık, ısı ve havalandırma sistemi, sınıfın içinde bulunan sıralar, dolaplar ve özel cihazlar uygun fiziksel ortamın önemli öğeleri olarak bilinmektedir. Dolayısıyla Türkiye’de uygun fiziksel ortam niteliği taşıyan kaynaştırma okullarının yapılması, bu okullarda uygulanacak kaynaştırma modellerinin sonuçlarının değerlendirilmesi ve kaynaştırma uygulamalarında ileriye yönelik iyileştirici çalışmaların yapılması gerekmektedir.

Giderek daha fazla öğrencinin kaynaştırma uygulamasından yararlanması sevindirici olmakla birlikte, uygulama düzeyinde, öğrenci sayısının fazla olması, materyal eksikliği, Bireyselleştirilmiş Eğitim Programı (BEP) birimlerinin ve BEP uygulamalarının işlevsel hale getirilememesi, okul yönetimi, öğretmenler ve aileler açısından bilgi eksiklikleri, değerlendirmede kullanılan ölçme araçlarına ilişkin yetersizlikler, destek eğitim hizmetlerinin eksikliği gibi pek çok önemli sorun yaşanmaktadır (Akçamete, Büyükkarakaya, Bayraklı ve Sardohan Yıldırım, 2012). Özel gereksinimli öğrencilere gerektiğinde sınıf dışında destek verebilecek destek odaları oluşturulamamakta, bazı özel kurum ve kuruluşlar kendi çabaları ile bu amaçla küçük birimler kurmaktadır (Sucuoğlu, Akalın ve Sazak, 2008). Bu durum özel gereksinimli öğrencilerin eğitim haklarını sınırlamaktadır. Öncelikle kaynaştırma eğitimi yapılan her okul ya da eğitim bölgesine özel eğitim öğretmeni istihdamı sağlayacak politikaların geliştirilmesi gerekmektedir. Böylece kaynaştırma sınıflarında görev yapan sınıf öğretmenleri ile alan öğretmenlerine gerek sınıf içi gerekse

sınıf dışında özel eğitim desteği sağlanacaktır. Ayrıca kaynaştırma sınıflarında görev yapan sınıf öğretmenleri ile alan öğretmenlerine yardımcı öğretmen desteğinin sağlanması, kaynaştırma eğitiminin başarısını arttıracaktır.

Türkiye'deki kaynaştırma eğitimi uygulamalarında yaşanan bu sorunlar ve yasal mevzuat temel alınarak özel gereksinimli bireyler için alternatif kaynaştırma modelleri geliştirilebilir. Özel gereksinimli bireylerin ayrışmasına neden olan özel eğitim okulları ya da özel eğitim sınıflarının kaynaştırma eğitimi verilen genel eğitim sınıfları ile bütünleştiği modellerin yaygınlaştırılması ve her çocuğa eşit koşullarda eğitim verilmesi amaçlanmalıdır.

KAYNAKÇA

Akçamete, G., Büyükkarakaya, H.S., Bayraklı ve H.E., Sardohan. (2012). Eğitim Politikalarının Yansımaları: Genel Ve Özel Eğitim. *Eğitim Bilimleri Ve Uygulama Dergisi*, 11(22), 191-208.

Baker, J. M. And Zigmond, N. (1995). The Meaning And Practice Of Inclusion For Students with Learning Disabilities: Themes And Implications From The Five Cases. *The Journal Of Special Education*, 29(2), 163 – 180.

Batu, S. (2000). Kaynaştırma, Destek Hizmetler Ve Kaynaştırmaya Hazırlık Etkinlikleri. *Özel Eğitim Dergisi*, 2(24), 35-45.

Batu, S., Kırcaali-İftar, G. Ve Uzuner, Y. (2004). Özel Gereksinimli Öğrencilerin Kaynaştırıldığı Bir Kız Meslek Lisesindeki Öğretmenlerin Kaynaştırmaya İlişkin Görüş Ve Önerileri. *Özel Eğitim Dergisi*, 5(2), 33-50.

Cook, L., Friend, M. (2010). The State Of The Art Of Collaboration On Behalf Of Students With Disabilities. *Journal Of Educational And Psychological*, 20, 1-8.

Dede, Ş. (1996). Özel Eğitim Hakkında Salamanca Bildirisi. *Özel Eğitim Dergisi*, 2(2), 91-94.

Department For Education (1994). Support And Aspiration: A New Approach To Special Educational Needs And Disability. A Consultation.03.04.2011,Http://Media.Education.Gov.Uk/Assets/Files/Pdf/G/Green %20paper%20presentation.Pdf.

Devlet Planlama Teşkilatı. (2007). Dokuzuncu Kalkınma Planı (2007-2013). Ankara: Devlet Planlama Teşkilatı.

Diken, İ. H. (2010). İlköğretimde Kaynaştırma. Diken, İ. (Ed.), *Kaynaştırmaya Giriş* (2-24). Ankara: Pegem Akademi.

Ferguson, D. L. (1996). Is It Inclusion Yet? Bursting The Bubbles. In M. S. Berres, D. L. Ferguson, P. Knoblock., Woods, C. (Ed). *Creating Tomorrow's Schools*

Today: Stories Of Inclusion, Change And Renewal 16-37. New York: Teachers College Press.

Gately, F. J. And Gately, S. E. (1993). Developing Positive Co-Teaching Environments: Meeting The Needs Of An Increasingly Diverse Students Population. Annual Conference Of The Concil For Exceptional Children, (71st) San Antonio, Texas. (ERIC Document Reproduction Service No ED 358 604).

Guralnick, M. J. (2001). A Framework For Change in Early Childhood Inclusion. *Early Childhood Inclusion*, 3-35.

Halvorsen, A.T., Neary, T. (2009). *Building Inclusive Schools: Tools And Strategies For Success*. Needham Hieghts: Ally And Bacon.

Halinen, I., Jarvinen, R. (2008). Towards Inclusive Education: *The Case Of Finland. Prospect*, 38(1), 77-97.

Inos, R. H. And Quigley, M. A. (1995). Research Review For Inclusive Practice. Office Of Educational Research And Improvement, Washington (ERIC Document Reproduction Service No ED 392 219).

Karagiannis, A.; Stainback, W. And Stainback, S. (1996). Rationale For Inclusive Schooling. Stainback, S (Ed.). *Inclusion: A Guide For Educators* (55 – 70). Baltimore: Paul H. Brookes Pubishing Company.

Kargin, T., Acarlar, F., & Sucuoğlu, B. (2003). Öğretmen, Yönetici Ve Anne Babaların Kaynaştırma Uygulamalarına İlişkin Görüşlerinin Belirlenmesi. [Determination Of Opinions Of Teachers, Administrators And Parents About Inclusion Practices]. *Özel Eğitim Dergisi*, 4(2), 55-76.

Sucuoğlu, B., Kargin, T. (2010). *İlköğretimde Kaynaştırma Uygulamaları*. Ankara. Kök Yayınevi.

Kırcaali-İftar, G. (1992). Kaynaştırma Becerileri Öz Değerlendirme Aracı. *Anadolu Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 5, 119-129.

Kuz, T. (2001). *Kaynaştırma Eğitimine Yönelik Tutumların İncelenmesi*. Uzmanlık Tezi. Ankara: T.C. Başbakanlık Özürlüler İdaresi Başkanlığı Yayınları/17.

Lapka, C. (2008). What Can You Move Forward By Traveling in Reverse? *Illinois Music Educator*, 68(3), 73.

Lewis, R.,B. And Doorlag, H., D. (1999). Teaching Special Education Students in General Education Classrooms. New York: Merril, Prentice Hall.

Lindsay, G. (2007). Educational Psychology And The Effectiveness Of Inclusive Education/Mainstreaming. *British Journal Of Educational Psychology*, 77(1), 1-24.

Mcconachie, H., Smyth, D. And Bax, M. (1995). Services For Children With Disabilities İn European Countries Workshop. [Aktaran: Tayyar Kuz, (2001;50, 53, 48) Kaynaştırma: Eğitimine Yönelik Tutumların İncelenmesi, Başbakanlık Özürlüler İdaresi Başkanlığı Yayınları, 17].

- Milli Eğitim Bakanlığı. (2000). Özel Eğitim Hizmetleri Yönetmeliği. Ankara: Milli Eğitim Basımevi.
- Milli Eğitim Bakanlığı. (2006). Özel Eğitim Hizmetleri Yönetmeliği. Ankara: Milli Eğitim Basımevi.
- Milli Eğitim Bakanlığı. (2010). İlköğretim Okullarındaki Kaynaştırma Uygulamalarının Değerlendirilmesi. Ankara: Milli Eğitim Basımevi.
- Milli Eğitim Bakanlığı. (2013). 2013-2014 Milli Eğitim İstatistikleri. Ankara: Milli Eğitim Basımevi.
- Milli Eğitim Bakanlığı. (2016). 2016-2017 Milli Eğitim İstatistikleri. Ankara: Milli Eğitim Basımevi.
- OECD (1995). Integrating Students With Special Needs Into Mainstream Schools. Paris: OECD Publications.
- Rudd, F. (2002). *Grasping The Promise Of Inclusion*. 26, ERIC Database ED471855
- Sadioğlu, Ö., Bilgin, A., Batu, S., & Oksal, A. (2013). Sınıf Öğretmenlerinin Kaynaştırmaya İlişkin Sorunları, Beklentileri Ve Önerileri [Problems, Expectations, And Suggestions Of Classroom Teachers About Inclusion]. *Kuram Ve Uygulamada Eğitim Bilimleri*, 13(3), 1743-1765.
- Salend (1998). *Effective Mainstreaming Creating Inclusive Classrooms*. New York: Merrill, Prentice Hall.
- Salend, S. J., L. M. N., Duhaney. (1999). The Impact Of Inclusion On Students With And Without Disabilities And Their Educators. *Remedial And Special Education*, 20, 2.
- Salisbury, C. L. (1990). *The Least Restrictive Environment: Understanding The Options. Policy And Practice In Early Childhood Special Education Series*. Washington, DC: Department Of Education.
- Schoger, K. D., (2006). Reverse Inclusion: Providing Peer Social Interaction Opportunities To Students Placed In Self-Contained Special Education Classrooms. *Teaching Exceptional Children Plus*, 2(6) 1-10.
- Sucuoğlu, B., Akalın, S., Sazak, E., P. (2008). Kaynaştırma Uygulamalarının Yürütüldüğü Sınıfların Öğretim Özellikleri İle Öğretmenin Sınıf Yönetiminin Değerlendirilmesi. Proje No: 106K/ 127-105.
- Sucuoğlu, B., Kargın, T. (2008). *İlköğretimde Kaynaştırma Uygulamaları. Yaklaşımlar, Yöntemler, Teknikler*. İstanbul: Morpa Kültür Yayınları.
- Sucuoğlu, B., Kargın, T. (2010). *İlköğretimde Kaynaştırma Uygulamaları*. Ankara: Kök Yayınevi.

Şura Raporu (1996). 15. Milli Eğitim Şurası.
https://Ttkb.Meb.Gov.Tr/Meb_İys_Dosyalar/2014_10/02113559_15_Sura.Pdf.
Adresinden 18 Aralık 2015 Tarihinde Edinilmiştir.

Şura Raporu (2006). 17. Milli Eğitim Şurası.
https://Ttkb.Meb.Gov.Tr/Meb_İys_Dosyalar/2014_10/02113559_15_Sura.Pdf.
Adresinden 18 Aralık 2015 Tarihinde Edinilmiştir.

Uysal, A. (2003). *Kaynaştırma Uygulaması Yapan Öğretmenlerin Kaynaştırmaya İlişkin Görüşleri*. 13. Ulusal Eğitim Kongresi. Ankara: Kök Yayınevi.

Wooten, M., Mesibov, G. B. (1986). Social Skills Training For Elementary School Autistic Children With Normal Peers. Schopler, E., Mesibov, B. (Ed). *Social Behavior In Autism* (305-319). New York: Plenum

EXTENDED SUMMARY

Purpose

The inclusive education, which means that students with special needs and normally developing needs to study together in general education schools and classes, have been accepted and implemented in many countries since the 1960s. The inclusive education practices were started in the United States in the 1970s and have begun to form the basis of education policies of many countries.

The main purpose of this work is to present the history of inclusive education and inclusive models which practiced in Turkey. This study constitutes two parts, the first of which covers the historical process of inclusive applications, the second part, the inclusive models which practiced in Turkey.

Methodology

In this study, a comprehensive literature search was carried out, in particular national and international legal regulations were investigated in a detailed manner. In this respect, the comprehensive studies conducted by respectable researchers and authors in the international arena were addressed. Some national and international legal documents were also referred due to comprehensive approach adopted in this study.

Findings/ Results

Looking at the historical development of inclusion practices, it appears that in different forms and have developed in different countries as legal arrangements in many countries. In the course of time, the inclusive education practices, which started with limited views and efforts, has become an important educational model for individuals with special needs in many countries.

The inclusive education practices was started in the United States in the 1970s. Inclusive education have become widespread over time and have begun to form the basis of education policies of many countries. The Education of All Handicapped Children Act (PL 94-142), adopted in the United States in 1975, is a comprehensive law which aimed with disabled children to utilize appropriate educational services in school age. Inclusive education was started to be implemented in Turkey "Special Education for Children in Need Act" which enacted in 1983 and "the Law on Special Educational Decree" and in 1997.

In our country, it is seen that inclusive education is applied in three different models as full-time inclusion, half-time inclusion and reverse inclusion. In the full-time inclusion model, students with special needs continue their education with their normally developing peers, in the half-time inclusion model, students with special needs continue their education together with peers who are not inadequate in some courses in the same class or extracurricular activities. On the other hand, in the case of the reverse inclusion model, if students with normally developing want to attend students with special needs who are attending special education schools and institutions, a separate class is opened in the special education schools and institutions. In our country, there is no description about reverse inclusion which was defined by the National Education Ministry, but the form of application is indicated in the Regulation on Special Education Services by National

Education Ministry. In this regulation, it is pointed out that inclusive education practices can be applied to with normally developing students who want to attend primary education programs in special education schools and institutions; it can also be applied through the education of students with disabilities in the same class, or in the form of separate classes within the schools and institutions for students with normally developing students.

Conclusion and Discussion

Inclusive education, which is mostly practiced as full day co-teaching inclusive, has been practiced in our country since 1983. It is seen that the practices of inclusive education have increased day by day, but the attempts of inclusive models have been limited. However National Education Ministry attempted to practice inclusive education, these attempts are not enough and an effective implementation of mainstreaming in Turkey. In addition, the number of students who continue to inclusive education is increasing in our country and as a result of this increase, sufficient support education is not provided in general education classes for special needs students and teachers. This limits causes problems in practice the training rights of students with special needs. These problems which experienced in inclusive education practice and legislation in Turkey can be developed based on alternative inclusion models for individuals with special needs. It must be aimed to educate on equal conditions for each child. The different inclusive models must be generalized and the special education schools or special education classes which cause the dissolution of the special needs individuals must be integrated with the general education classes.

POLİSİN “DIŞA DÖNÜKLÜĞÜ” ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA: BM HAİTİ MİSYONU ÖRNEĞİ

Geliş Tarihi: 02.04.2018
Kabul Tarihi: 20.06.2018
E-ISSN 2149-3871 **Sayfa:** 111-134

Dr. Savaş ŞİMŞEK
Elmadağ Polis Meslek Eğitim Merkezi
ssim1971@gmail.com
ORCID No: 0000-0003-2340-3104

Araştırma Makalesi

ÖZ

Polis toplum içinde faaliyet gösteren bir örgüttür. İster sosyal amaçlı ister suçla mücadele olsun fonksiyonel açıdan toplumla ilgili sorunlarla ilgilenmektedir. Polis personeli bu fonksiyonellik nedeniyle toplumsal alanda bireylerle sürekli bir etkileşim halinde bulunmaktadır. Bu etkileşim Polis personelinin çekingen veya içine kapanık olmaktan çok görevleri gereği dışa dönük kişilik özellikleri göstermelerini mecbur kılmaktadır. Polisin başarısında dışa dönük kişilik özeliğine sahip olmanın önemli bir yeri vardır denilebilir. Polis alt kültürünü söz konusu mesleğin evrensel bir alt kültürü olarak kabul eden bu çalışma BM Haiti Misyonunda görev yapan BM polisleri üzerinde yapılmıştır. Çalışma polis personelinin dışa dönük kişilik özelliklerini görevlerinin bir gereği olarak gösterip göstermediklerinin ortaya çıkarılması amacıyla yapılmıştır. Çalışmada öncelikle kişilik kavramının kavramsal analizine yer verilmiş, dışa dönüklüğün de içinde bulunduğu kişilik yapılarının belirlenmesine yönelik araştırmalar hakkındaki tarihsel arka plandan bahsedilmiş devamında polislik mesleğinin doğası ve BM Haiti Misyonu'nun tarihselliğine yer verilmiştir. Son bölümde BM Haiti Misyonunda görevli uluslararası polis personeline uygulanan anket ve elde edilen bulgular değerlendirilerek analiz yapılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Polis Örgütü, Kişilik, Polis Kişiliği, Dışa Dönüklük.

A STUDY ON “EXTROVERSIONISM” IN POLICE ORGANIZATION: AN EXAMPLE OF UN HAITI MISSION

ABSTRACT

Police is an organization that operates in society. It deals with the problems in society that aims either in social or in struggling against crime. Police staff is always in interaction with individuals as a result of that function in social field. That

functionality forces police staff, ex officio, to expose extroversionist personality traits instead of being shy and withdrawn. It can be stated that having an extroversionist personality has a vital importance in the success of police. This research which accepts the police culture as an universal subculture was conducted among the UN police staff who works in the United Nations Mission in Haiti. This study was conducted to discover that police personnel expose extroversionist personality trait either as a requirement of their duty or not. In this study, firstly, conceptional analysis of personality was given a way, and background of studies about discovering the structures of personality was mentioned and later nature of police work and the history of UN Haiti Mission was given way. In the last part a questionnaire conducted to the police personel working at UN Haiti Mission and its results were evaluated analyzed.

Keywords: Police Organization, Personality, Police Personality, Extroversionism.

1. GİRİŞ

Psikoloji üzerine yapılan çalışmaların temellerini Wundt, Freud, Galton ve Pavlov'un yaptığı deneysel araştırmalar oluşturmaktadır (Özkalp, 1998:3-4). Söz konusu çalışmalar incelendiğinde bilinç, bilinçaltı, motivasyon ile kişilik gelişiminin evreleri hakkındaki araştırmaları içerdikleri anlaşılmaktadır. Oysaki insanı yönelten duygu ve düşüncelerin yanı sıra yine insanın çevre yoluyla veya kalıtsal olarak sahip olduğu kişiliğın çeşitleri üzerine yapılan çalışmalara bu dönemde tam anlamıyla rastlanmamaktadır. Birinci Dünya Savaşı başlamadan önce Wundt'un öğrencileri tarafından yapılan çalışmaların genelde askeri amaçlı oldukları belirtilebilir. Savaş bittikten sonra psikoloji çalışmaları, birbirinden farklı birçok kişilik testini içeren bir konuma gelmiştir. Fakat sonraki çalışmalar, kişilik yapılarının ve tiplerinin belirlenmesine doğru bir ivme kazanmıştır (Shephard,2015). Kişilik çeşitlerinin belirlenmesine yönelik boşluk, Allport, Odbert, Cattell, Goldberg, McCrae ve Costa'nın her bir kişilik tipine verilecek isimlerin tespiti için yaptıkları çalışmalarla doldurulmaya çalışıldı. Fakat isimlendirmenin yanı sıra bunların ayrımlarının ve ölçümlerinin sağlıklı şekilde yapılması gerekiyordu. Bunun için de daha sonradan gerekli olan testler oluşturulmaya başlanmıştır. Allport ve Odbert'le başlayan deneyim süreci, Cattell'in oluşturduğu kişilik envanteri (16PF) ile devam etmiş, söz konusu envanter daha sonraları bir takım değişiklikler ile günümüze kadar gelmiştir.

Yönetim kuramlarına göz gezdirildiğinde Klasik Yönetim Kuramında insanlar bir araç gibi değerlendirilirken, Neo-Klasik Yönetim Kuramında insanların duygu, düşünce ve davranışlar gibi organik vasıflarıyla ele alındığı görülmektedir(Baransel,1979). Özellikle Mary Parker Follett, Chester Barnard ve Kurt Lewin gibi bilim adamlarının çalışmaları bu değerlendirmelerin başlangıç noktaları olarak kabul edilmektedir. Ekonomideki Neo-Liberal gelişmenin hız kazanması ile birlikte örgütlerin

verimlilikleri ile örgütlerde çalışanların iş devri, iş tatmini, takım çalışması, örgüt kültürü gibi konular yönetim organizasyon alanında önem kazanmaya başlamıştır. 1970'lerin ikinci yarısından itibaren örgütsel davranış üzerinde yapılan bilimsel çalışmalar davranışı, çalışanların çevrelerine yönelik tepkileri olarak değerlendirirken aynı zamanda psikoloji biliminden de faydalanmaya başlanılmıştır (Pfeffer,1997:28). Bu kapsamda kişilik tiplerinin belirlenmesine yönelik çalışmalar ile örgütsel davranışın açıklanmasına yönelik çalışmalar aynı kapsamda değerlendirilmeye başlanmış, yönetim bilimi, bu anlamda psikoloji biliminin konularına da dâhil olmuştur.

Yukarıdaki açıklamalar ışığında yapılan bu çalışmada Cattell'in 16 kişilik envanteri (16PF) içerisinde yer alan "dışa dönüklük" özelliğinin Haiti'deki Birleşmiş Milletler Barışı Koruma Misyonunda görevli olan polis personeline uygulanarak görevlerindeki performansları ile ilişkisinin varlığı ortaya konulmak istenmiştir. Çalışmaya öncelikle kavramsal analizden başlanarak kişilik ve dışadönüklük üzerine tespitlerde bulunulmuştur. Cattell'in 16 kişilik özelliği hakkındaki çalışmasından başlamak üzere "dışa dönük" kişilik özelliği ortaya konulmuş, yapılan alan çalışmasından bahsedilerek elde edilen bulgular değerlendirilmiştir.

2. KAVRAMSAL ANALİZ

Kişilik, bireyin çevreye olan kendine özgü uyumunu saptayan oldukça basit özelliklerini ve davranış örüntülerini içine alan yapısal bir bütündür (Ewen,2014:4;Özkalp, 1998:109). Ewen, yoğun olarak utangaç kişiliği olan bir genç bayanın belirli bir zaman dilimi boyunca birçok farklı durumda utangaç hareket ettiğini, ancak bu davranışının kendi aile bireylerine karşı aynı olmadığını belirtmektedir(2014:1). Dolayısıyla kişilik, aynı psikolojik durumla ilgili olarak çevresel faktörlerin etkisi ile farklı davranış kalıplarını da barındırabilmektedir.

Kişilik, davranış ve duyguları içine aldığı kadar ego ve karakteri de içermektedir. Ego, bir bireyi toplum içinde, çevresindeki diğer nesne ve bireylerden ayıran sade kişisel tavırlarını tanımlamak için kullanılır (Gordon, 2005:1). Karakter ise bireyin kendisine ve çevresine yönelik tavırlarının kesin olduğu yerde, herhangi bir zamanda baskın duygu ve inançlarını ifade etmektedir (Gordon, 2005:2). Dolayısıyla yukarıda verilen örnekten hareketle, genç bayanın utangaçlığındaki duruma yönelik değişim onun karakteri olmakta, utangaçlık aynı zamanda genç kız toplumdaki diğer bireylerden ayırt edebilmemize yardımcı olmaktadır.

Kişiliğin ego veya karakter gibi içsel durumlarla ilişkisinin yanı sıra bireyin fiziksel ve biyolojik özelliklerini içine alan dışsal yönü ile de ilişkisi bulunmaktadır. Özkalp'e göre vücudunun herhangi bir yerinde

eksikliği olan bir kişinin mutsuz ve çekingen olduğu gözlemlenebilmektedir. Örneğin on yaşındaki kuvvetli, çevik ve yakışıklı olan bir erkek çocuğunun arkadaşları arasındaki kabulü, ondan daha zayıf ve hastalıklı bir erkek çocuğunkine nazaran daha çabuk olmaktadır (1998:111).

Kişilik hakkındaki yukarıda verilen bilgiye ek olarak kişilik çeşitlerinden “dışa dönüklük” üzerinde de durulmasında fayda vardır. Carl Jung bu tür kişilik tipini şu şekilde açıklamaktadır:

“Bir objeye odaklanma ve objektif gerçekler, sadece subjektif değerler değil aynı zamanda objektif ilişkiler tarafından çok sık ve gerekli kararlar ve hareketlere karar verilecek kadar baskın olduğunda, dışa dönük tavır olarak ifade edilebilir. Bu alışkanlık haline geldiğinde, dışa dönük tipten bahsedilebilir. Dışa dönük tipten farklı olarak içe dönük tip baskın olarak subjektif faktörlerce yönlendirilir. İçe dönük sorunsuz bilinç dışsal durumları gözlemler fakat subjektif tanımlayıcıları karar verdirici olarak seçer (aktaran Eysenck,1998:56)”

Jung’un yaptığı açıklamadan hareketle “dışa dönük” kişilik özelliğini taşıyan bireylerin sosyal çevresiyle yakın olan, tek başına çalışmayan, birçok arkadaşı olan, genel olarak bireysel hoşgörüsü olan ve duygularını kontrol edemeyen kişiler olduğundan bahsedilebilir (Alkan ve diğ., 2007:312).

Özetle, kişilik, bireylerde sabit olan bir yapıdır. Bu yapı çevresel faktörlerin etkisi ile farklılık gösterebilmekte ve bireyin çevreye uyumunda önemli bir yeri bulunmaktadır. Buna göre özellikle hizmet sektöründe görevli olan bireylerin, dışa dönük olmasalar dahi, kendileri gibi olan diğerlerine yönelik, görevleri gereği daha yakın olmaları gerektiği anlaşılabilmektedir. Hizmet üreten bir örgüt olarak polis örgütü de içinde barındırdığı personeli, bireysel olarak dışa dönük kişilik özellikleri olmasa dahi, topluma yönelik daha açık, girişken ve sosyal olmaları yönünde zorlayabilir.

3. KİŞİLİK ARAŞTIRMALARINDA DIŞA DÖNÜKLÜK ÖZELLİĞİNİN GELİŞİMİ

Kişilik çeşitleri ile ilgili olarak yapılan çalışmalar kendilerini daha çok Birinci Dünya savaşı öncesinden başlamak üzere, savaş süresince ve sonrasında göstermiştir. Kişilik türlerinin belirlenmesi üzerinde yapılan çalışmalar ile başlayan süreç, Cattell’in onaltı kişilik faktörü (16PF) ve onun üzerinde bir takım değişiklikler yapılarak devam ettirilmiştir. Bu kısa açıklama ışığında konumuz ve alan çalışmamızın temel dayanağını oluşturan “dışa dönüklük” kavramının nereden geldiğine yönelik tarihsel arka plana değinmek gerekmektedir.

“Dışa dönük” kişilik özelliğine Gordon W. Allport ve Henry S. Odbert tarafından yapılan isimlendirme ve bölümlendirme çalışması ile

başlamak gerekmektedir (1936). Kişilik özelliğini, dış şartlara adapte olmada faydası olan birçok spesifik huyun çevreye uyumlarından önce sonuçlanan ve bireyin çevresindekilere karşı bir çeşit karakteristiğini ifade eden dinamik davranış eğilimi olarak tanımlayan Allport (1927:290), Odbert ile beraber yaptıkları “isimlendirmenin önemi” ile başlayan çalışmalarında 17.953 adet kişilik tanımlayıcısı tespit etmişler ve bunları isimlendirmişlerdir. Allport ve Odbert bu isimleri insanların mizaçları ve zihinsel durumlarına göre verdiklerini ifade etmişlerdir. Zira insanların hareketleri, zihinsel olarak yaşadıkları birçok karmaşık durumun birer sonucudur. Dolayısıyla kişilik niteliklerini davranışlara göre yapmak yanıltıcı olması sebebiyle mizaç ve zihinsel durumları göz önünde bulundurmışlardır (Ewen, 2010:247). Ayrıca söz konusu bilim adamları elde ettikleri isimleri gündelik hayatta kullanılan kelimelerden esinlenerek tespit ettiklerini belirtmektedirler (1936:1). Yaptıkları bu çalışmaları ile kişilik psikolojisini, tanımlar ve isimler yönünden sistemli hale getiren Allport ve Odbert, kendilerinden sonra kişilik üzerine çalışma yapan bilim adamlarının da aynı isim ve ayırım sistemi üzerinden hareket etmelerini sağlamışlardır (John vd., 2008: 9).

Elbetteki 17.953 nitelik tanımlayıcısının hem günlük hayatta hem de kişilik üzerine yapılan bilimsel çalışmalarda kullanılması imkânsızdı. Bunların daha belirgin ortak başlıklar altında toplanmaları gerekmektedir. Allport ve Odbert’in yaptığı çalışma tabii ki kendilerinden sonra gelecekler için ışık tutan bir çalışma idi. Fakat kendisine yönelik detaylandırılmış hali-özellekle nitelik tanımlayıcılarının çok fazla olması- pratik olmamasının yanı sıra ayırma tabi tutulmamış, kişilik ayırımlarını da tam olarak yansıtmamıştı (John and Srivastava, 1999:104). Bu nedenle, çalışmada belirtilen özelliklerin ayırma tabi tutularak daha sistemli hale getirilmesi gerekmektedir. Raymond B.Cattell bu çalışmadaki verilerden faydalanarak nitelik belirleyicilerini daha sistemli hale getirerek kendi 16 kişilik faktörünü (16PF) oluşturmuştur (Cattell, 1943). Değişik kümelendirme metotlarını kullanan Cattell 4500 özelliği 35’e indirmiştir. Çalışmasında uyguladığı çeşitli faktör analizleri sayesinde daha sonradan oluşturacağı 16 kişilik faktörü anketini (16PFQ) meydana getirmiştir.

Tablo 1: Cattell’in 16 Kişilik Faktörü Ölçeğinin İsimleri ve Tanımlayıcıları

<i>Düşük Düzey Tanımlayıcıları</i>	<i>Temel Ölçekler</i>	<i>Yüksek Düzey Tanımlayıcıları</i>
İçine Kapanık, gayrişahsî, ilgisiz	Samimiyet (A)	Samimi, katılımcı, diğerlerine karşı kibar
Gerçekçi, Düşük Zihinsel kapasitesi olan	Mantıklı Düşünme (B)	Sonuç çıkarıcı, akıllı, hızlı öğrenen

Reaktif, duygulardan etkilenen	Duygusal dayanıklılık (C)	Duygusal olarak dayanıklı, adapte olabilen, olgun
Uysal, işbirlikçi, çatışmadan kaçınan	Baskınlık (E)	Baskın, güçlü, kendine güvenen
Ciddi, soğukkanlı, dikkatli	Yaşamdoluluk (F)	Coşkun, eğlenceli, düşünmeden hareket eden
Çıkarıcı, mevcut düzene olmayan	Kural Bilinçliliği (G)	Kural bilinci olan, görevine bağlı
Utangaç, ürkek, tehditlere duyarlı	Sosyal açıdan Cüretkar (H)	Sosyal olarak cüretkar, maceraperest, Vurdumduymaz
Sert, tarafsız, duygusuz	Duygusalılık (I)	Duygusal, Estetik, nazik
Güvenen, şüpheli olmayan, kabul eden	Uyanıklık (L)	Gözüaçık, şüpheli, güvensiz, dikkatli
Pratik, ayağı yere basan, dünyevi	Soyutluk (M)	Dalgın, hayalperest, fikir odaklı
Açıksözlü, hilesiz, doğal	Mahremiyet (N)	Kendine münhasır, ketum, dışavurumu olmayan
Kendinden emin, üzüntüsüz, gönül rahat.	Anlayış (O)	Anlayışlı, kendinden şüphelenen, üzüntülü
Gelenekçi, alışılmışı bağlı	Değişime açıklık (Q1)	Değişime açık, araştırmayı seven
Grup	Özgüven (Q2)	Kendine güvenen, tek başına olan, bireyselci
Düzensizliğe toleransı olan, düzensiz, esnek	Mükemmeliyetçilik (Q3)	Mükemmeliyetçi, planlı, kişisel disiplini olan
Sakin, uysal, sabırlı	Gerginlik (Q4)	Gergin, yüksek enerjili, yönlendirilmiş

Kaynak: Essentials of 16PF Assessment s.5

Cattell'in çalışması da kişilik üzerine yapılan araştırmalarda yeterli gelmemiştir zira 16 kişilik faktörünün de belirli bir sistem içerisinde ayrıma tabi tutulması gerekliliği ortaya çıkmıştır. Cattell yaptığı çalışmalarda daha sonraları Lewis R. Goldberg'in "Büyük Beşli" (Big Five) olarak isimlendirilecek olan ve değişik bilim adamlarınca da farklı şekilde ele alınacak beş ana kişilik faktörünü oluşturmuştur (Cattell,1957; Cattell and Schuerger, 2003:9). İşte dışa dönüklük özelliği de bu beş ana faktörden birini oluşturmaktadır.

Warren T. Norman'ın Michigan Üniversitesinde yaptığı ve 2800 kişilik nitelik tanımlayıcısını kullandığı çalışması (1967), Allport ve Odbert'in daha önce bahsedilen çalışmasına benzer bir yapı göstermekle birlikte önemlidir. Fakat Cattell'in yaptığı araştırmalar temel alınmak suretiyle, sistematik kavramları indirgeyerek kavram çokluğunun önüne ilk geçen John M. Digman ve Naomi K. Takemoto-Chock'un yaptığı çalışmadır (1981). Bu çalışma ile birlikte diğer çalışmalarını da başlangıç noktası olarak kabul eden Goldberg, araştırmaları neticesinde Cattell'inkine benzer beş ana kişilik faktörü tespit etmiş ve bunları “Büyük Beşli” (Big Five) olarak isimlendirmiştir (1990:1220-1221).

Kişilik faktörleri ve ölçekleri hakkında yapılan diğer bir araştırma dizisi ise Robert R. McCrae ve Paul T. Costa tarafından yapılmıştır. Aslına bakılacak olursa McCrae ve Costa kişilik nitelendiricilerinin sayısal indirgemesine Goldberg'den önce başlamışlardır. Fakat ilk çalışmalarının sonucunda “Beş Faktör Modeli” (Five Factor Model-FFM) ismini verdikleri sonucu (McCrae ve Costa, 2008:160) bir kuram haline getirip daha sonradan revize ederek “Revize edilmiş NEO-Kişilik Envanteri” (NEO-PI-R)'ni meydana getirmişlerdir. Bu envantere göre 180 maddelik NEO-Kişilik Envanteri içinden, her ölçek için 12 madde seçilmektedir (McCrae ve Costa, 2004:587).

Çalışmanın ana konusunu teşkil eden “dışa dönüklük” özelliği Cattell, McCrae ve Costa ile Goldberg tarafından ele alınan beşli faktörlerin içerisinde yer almaktadır.

Tablo 2 : Üç Ana “Beş Faktör Modeli”nin Sıralanışı

<i>16 PF (Cattell)</i>	<i>NEO-PI-R (Costa ve McCrae)</i>	<i>Büyük Beş (Goldberg)</i>
Dışa Dönüklük/İçer Dönüklük	Dışa dönüklük	Uysallık
Düşük Endişe/Yüksek Endişe	Sinirsellik	Duygusal Dayanıklılık
Sertlik/Uysallık	Açıklık	Kavramak veya Kültür
Bağımsızlık/Uzlaşmacılık	Anlaşabilirlik	Anlaşabilirlik
Öz kontrol/Kısıtlama Eksikliği	Merhamet	Merhamet veya Güvenilebilirlik

Kaynak: Essentials of 16PF Assessment s.9

4. POLİSLİK MESLEĞİNİN YAPISAL NİTELİĞİ

Polis örgütü bir ülkede iki farklı alanda faaliyet göstermektedir. Bunlardan birincisi suçla mücadeledir. Diğer ise sosyal içerikli görevlerin yerine getirilmesidir. Polisin “sosyal kontrol” mekanizması olduğu göz önünde bulundurularak her iki grup görevin amacını “sosyal düzen” başlığı altında toplamak mümkündür (Skolnick,1966:230). Dolayısıyla polis sosyal

düzenin sağlanmasında en önemli role sahip olup (Reiner, 1992:139), görevi, toplumun içinde ve onun sorunları ile ilgilidir (Bayley, 1985:105;Poggi,2012:135).

Polis görevlerinin büyük bir bölümünü suçla mücadele oluşturmaktadır. Polis örgütü mensupları suçla mücadelede toplumun en kötü kesimi ile muhatap olup (Caplan, 2003:307) bunun sonucunda kinizm (sinizm) (Niederhoffer, 1967) gibi örgütsel kronik hastalıklar geliştirebilirler de sonuçta toplumdaki her tür bireyle sürekli etkileşim halindedirler. Örneğin bir trafik polisini ele alalım: Görevi sırasında eğitim seviyesi en düşük kişilerden en yüksek kişilere, ekonomik durumu en yüksek kişilerden en düşük kişilere, ilkokul öğrencisinden üniversite öğrencisine, her meslek grubundan kişilere rastlaması ve onlarla konuşması, onları ikaz etmesi veya onlara yardım etmesi gayet muhtemeldir. Bu kapsamda polis örgütü personeli toplumdaki insanlarla iletişim kurabildiği ölçüde onlara hizmet etmede başarı sağlayabileceği sonucuna varılabilir. İşte bunun en önemli yollarından biri de içe dönük olmak yerine, dışa dönük bir şekilde toplumla bütünleşebilmektir. Diğer bir ifade ile insanlarla iletişim kurabilme isteği, görevin gereği olarak değil polis personelinin kendi bünyesinde bulunmalıdır.

20.yy'ın sonlarından başlayan ve günümüzde de devam eden toplumsal huzursuzluklar kimi ülkelerde devlet sistemlerinin çökmesine, birçok ülke vatandaşının yakın ülkelere göç etmesine neden olmakta söz konusu durum dünya barışına da zarar vermektedir. Huzursuzlukların baş gösterdiği ülkelerin yeniden inşası ve barışın temini amacıyla görevli en üst uluslararası örgüt ise Birleşmiş Milletlerdir (Sur, 2013:2538). Birleşmiş Milletler, anlaşmazlıkların ve iç savaşların bulunduğu ülkelere öncelikle Güvenlik Konseyinin aldığı kararlar uyarınca Barışı Koruma Operasyonları (Peacekeeping Operations) ile müdahil olmaktadır (History of Peacekeeping, 2016). Birleşmiş milletlerin barışı koruma operasyonlarındaki ana personel kaynağı diğer üye ülkelerin personelidir. Bu kapsamda üye devletlerin polis örgütlerinin personeli de bu operasyonlara destek vermekte ve böylece de polislik uluslararası bir konum kazanmaktadır. Kısaca, polis örgütü personeli, son dönemde sadece içinde bulunduğu toplumunun huzuru için değil aynı zamanda diğer toplumların huzuru ve düzeni için de hizmet vermektedir. Bu durum da polis personelinin dışa dönük kişilik özelliğini sadece “kendi yurttaşı” için değil diğer ülkelerde yaşayanlar için de sergilemesi gerektiğini ortaya koymaktadır.

5. BİRLEŞMİŞ MİLLETLER HAİTİ MİSYONUNUN OLUŞUMU

Haiti, Kuzey Yarıkürede, Karayip Denizi ile Atlantik Okyanusu arasında yer alan Hispanyola Adası'nın üçte birlik bölümünde ve Dominik Cumhuriyeti'nin batısında yer almaktadır. 27.750 km² yüzölçümüne ve 10.485.800 nüfusa sahiptir. Nüfusun %95'i zenci, %5'i ise mulattolardan (zenci ve beyaz melez) oluşmaktadır. Kuzey Yarıküredeki en yoksul ülke olan Haiti'nin ekonomik koşulları 2010 yılında yaşanan ve 300.000 insanın ölümüne neden olan 7.0 büyüklüğündeki depremden sonra daha da kötüleşmiştir. 2010 yılı verilerine göre kişi başına düşen milli gelir 1.800\$'dır. İşsizlik oranı ise %40.6'dır (MINUSTAH Facts and Figures, 2016-World Factbook-Haiti,2016). Haiti, çağdaş dünya tarihine, 1804 yılında Fransız sömürgeciliğine karşı yaptığı köle devrimi ile bağımsızlığını kazanan ilk zenci devlet olarak adını yazdırmıştır. Haiti bu tarihi başarısına karşılık, ekonomik, siyasal ve toplumsal alanda aynı başarıya ulaşamamıştır. Ülkede, gelir dağılımındaki yüksek eşitsizlik, ekonomik düşüş, yüksek işsizlik oranı, siyasal istikrarsızlıklar, hukuksuzluklar ve çatışmalar günümüze kadar süregelmiştir (Egset, 2007:1-3).

Haiti, 1986 yılına kadar François Duvalier (Papa Doc) ve oğlu Jean-Claude Duvalier (Baby Doc) tarafından diktatörlükle ve bunların emirleri altındaki Tonton Macoutes Militanlarının baskılarıyla yönetilmiştir. 1986'dan sonra bir dizi seçimin gerçekleştirildiği ülkede, 1990'daki seçimlerin ardından iktidara Jean Bertrand Aristide gelmiştir. Aristide de selefi gibi diktatörce ülkeyi yönetmeye başlayınca 1991 yılındaki darbe ile iktidardan indirilmiştir (Dorn, 2009:807). Her ne kadar diktatörlük özellikleri gösterse de söz konusu meşru liderin bir darbe girişimi sonucu iktidardan indirilmesi ülkedeki siyasi durumu daha da kötüleştirilmiş bu nedenle Birleşmiş Milletler, Barışı Koruma Operasyonları kapsamında ilk güvenlik gücünü Eylül 1993 tarihinde Haiti'ye göndermiştir. Bu görev gücü 2000 yılına kadar devam etmiş olup içerisinde polis görev kuvveti olan Birleşmiş Milletler Haiti Sivil Polis Misyonunu da içermektedir (MINUSTAH Background, 2016).

Huzur ve düzenin sağlanması sonucunda 2000 yılında seçimler yenilenmiş ve Haiti'nin yoksul kesimi ile onların içinde yaşayan çetelerin oylarıyla Aristide, şüpheli bir şekilde seçimleri kazanmıştır (Dorn, 2009:808). İktidarın şüphe ile elde edilmesi daha sonraları yolsuzluğun ve iç çatışmaların tekrar ortaya çıkmasına neden olmuş eski askerlerin yardımıyla muhalif çeteler, yönetimi, ülkenin başkenti Port au Prince'ten atmayı başarmışlardır. BM Güçlerinin çatışmaları önlemede yetersiz kalmaları nedeniyle, Aristide, ABD askerleri tarafından 28 Şubat 2004 tarihinde Port au Prince dışına çıkartılmıştır. Bu olay sonrası ABD, BM Güvenlik Konseyinden kendisinin yönetiminde, ülkedeki düzeni ve güvenliği sağlayacak olan çokuluslu bir

gücün oluşturulması yönünde yetki alarak Haiti Çokuluslu Gücü'nü (Multinational Force Haiti -MNF-H) oluşturmuştur. Bundan iki ay sonra BM Güvenlik konseyi (Mission Des Nations Unies Pour La Stabilisation En Haiti) MINUSTAH'ı oluşturarak görevi Amerikan yönetimindeki MNF-H'dan devralmıştır. Birleşmiş Milletler sözkonusu misyonun Ekim 2017 tarihinde personel azaltmasına gitmiş olup bu azalmadan önce 2338'i asker, 2239'u polis olmak üzere 4577 üniformalı personelin yanı sıra, 317 uluslar arası sivil personel, 1134 yerel sivil personel ile 128 BM gönüllüsü görev yapmaktaydı (MINUSTAH Facts and Figures, 2016). Bu çalışmadaki araştırma, misyondaki personel sayısı azaltılmadan önce yapılmıştır.

6. ARAŞTIRMA METODOLOJİSİ

6.1. Araştırmanın Amacı

Önceki bölümlerde de belirtildiği üzere polis örgütünün kuruluşunun temel amacı toplumsal düzenin sağlanmasıdır. Polis, toplumdaki düzeni, kanunların uygulanması yoluyla sağlamaktadır. Bu nedenle polis örgütü çalışanları, görevlerini yaparken sürekli insanlarla görüşmek, onlarla bilgi alışverişinde bulunmak durumundadırlar. Fakat görev merkezli olan polis örgütü personelinin dışa dönük bir kişilik özelliğini görevlerinin bir gereği olarak mı yoksa kendi kişilik yapılarının özelliklerinden biri olarak mı gösterdikleri bilinmemektedir. Bu nedenle bu araştırmanın amacı kendi ülkelerinde olmasalar da polislik görevinin evrenselliği göz önünde bulundurularak, kendi ülkeleri dışında görev yapan polislerin dışa dönük kişilik özelliklerini ne yönde gösterdiklerini görevlerinde gösterdikleri performans özellikleri ile ilişkilendirerek ortaya koymaktır.

6.2. Araştırmanın Hipotezi

Polisin görev konusu insandır. Çoğu zaman insanlardan elde ettiği bilgileri kullanarak sonuca ulaşmaktadır. Dolayısıyla insanlarla etkileşimi kaçınılmazdır. Bu açıklamadan hareketle bu çalışmanın hipotezi “polis örgütünde çalışanların görev performansları ile dışa dönük kişilik tipi arasında bir ilişki vardır” şeklinde kurgulanmıştır.

6.3. Araştırmanın Evren ve Örnekleme

Haiti'nin başkenti Port au Prince'te 714'ü erkek, 123'ü bayan olmak üzere toplam 837 uluslararası polis personeli görev yapmaktadır*. Araştırmanın evreni olarak Haiti'nin başkenti Port au Prince'te görev yapan Birleşmiş Milletler Polisleri seçilmiştir. Araştırmada uygulanan anket söz

* Sözkonusu bilgi Port au Prince'teki BM Polis Personel Biriminden elde edilmiş olup 2015 yılı Aralık ayından 2017 yılı Ekim ayına kadar geçerlidir.

konusu personele gönderilmiş ancak 121 anketin geri dönüşü olmuştur. Anket uygulanan polis personelinin uyruğu olduğu ülkeler Türkiye, Arjantin, ABD, Şili, Brundi, İspanya, Hindistan, Bangladeş, Sri Lanka, Rusya, Fransa, Paraguay, Uruguay, Brezilya ve El Salvador'dur. Ankete cevap veren katılımcılara ait betimleyici istatistikler Tablo.3'te gösterilmiştir.

Tablo 3: Uluslararası Polis Personeline Ait Betimleyici İstatistikler

DEĞİŞKENLER	DEĞERLER	n	%
Cinsiyet	Kadın	22	18,2
	Erkek	99	81,8
Yaş	21-30	4	3,3
	31-40	48	39,7
	41-50	49	40,5
	51 ve üzeri	20	16,5
Hizmet Süresi	5-10	11	9,1
	11-15	23	19,0
	16-20	35	28,9
	21 ve üzeri	52	43,0
Eğitim Seviyesi	Polis Okulu/Akademisi	49	40,5
	Üniversite	37	30,6
	Master	32	26,4
	Doktora	3	2,5
BM Görevi sayısı	Birinci	47	38,8
	İkinci	40	33,1
	Üçüncü	24	19,8
	Dördüncü ve üzeri	10	8,3

6.4. Veri Toplama Aracı

Araştırmada anket tekniği uygulanmıştır. Sorular, ankete katılanlara 3 bölüm halinde sunulmuştur. Birinci bölümde kişisel betimleyici sorular (cinsiyet, yaş, hizmet süresi, eğitim seviyesi, BM Görev Sayısı) yöneltilmiştir. İkinci bölümde ise Cattell'in 16 kişilik testinde yer alan ve daha sonradan 5 ana kişilik yapısının ortaya konulması amacıyla uygulanan anketteki "dışa dönüklük" başlığı altındaki sorular arasından seçilen örnek sorular yöneltilmiştir (Big Five Inventory, 2015). Üçüncü bölümde ise mesleki performansa yönelik soruların cevaplanması istenmiştir.

Ankette II. Ve III. Bölümde sorulan soruların güvenilirlik ve faktör analizleri Tablo 5'te gösterilmiştir. Güvenilirlik analizinde Cronbach Alpha yöntemi, faktör analizinde ise KMO Testi kullanılmıştır. Diğer taraftan güvenilirlik analizi yapılmadan önce utangaçlık ve çekingenlik, İç Kapanıklık ve Sessizliğe Yatkınlık soruları farklı bir başlık altında tekrar kodlanarak rotasyon yapılmıştır. Tablo 5 incelendiğinde Cronbach's Alpha

değerinin 0.75 (güvenilir) (Sipahi vd., 2008:89), KMO değerinin ise .72 (iyi) (Sipahi vd., 2008:80) olduğu görülmekte olup genel olarak ölçeklerin güvenilir olduğundan bahsedilebilir.

6.5. Verilerin Analizi

Çalışmanın ana temasını değişkenler arası ilişkilerin varlığı ve yönü oluşturmaktadır. Bu nedenle çalışmada veri analiz yöntemleri olarak Korelasyon Analizi ile Bağımsız Örneklem İki Yönlü Varyans Analizi kullanılmıştır.

Tablo 4: Dışa Dönük Kişilik Tipine Yönelik Sorulara verilen cevapların frekans dağılımları

	Hiç Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Tamamen Katılıyorum
Konuşkan				59 (%48,8)	62 (%51,2)
Enerjik				38 (%31,4)	83 (%68,6)
Dost Tavrılı ve Sosyal				51 (%42,1)	70 (%57,9)
Etkileyici				56 (%46,3)	65 (%53,7)
İçe Kapanık	20 (%16,5)	77 (%63,6)	13 (%10,7)	11 (%9,1)	
Sessiz	15 (%12,4)	86 (%71,1)	13 (%10,7)	7 (%5,8)	
Utangaç ve Çekingen	31 (%25,6)	81 (%66,9)	8 (%6,6)	1 (%0,8)	

Tablo 5: Güvenilirlik ve Faktör Analizleri

Cronbach's Alpha Değeri	Soru Sayısı
,751	14

Konuşkan	,758
İçe Kapanık (R)	,722
Sessiz (R)	,720
Utangaç ve ekingen (R)	,724
Etkileyici	,767
Dost Tavırlı ve Sosyal	,749
Enerjik	,751
Sorumluluk bölgesiyle ilgili gerekli notları alır	,723
Takım çalışmasına önem verir	,723
Planlı alışır	,732
İşini yaparken takım içi bilgi paylaşımının olumlu etkisi olduğunu düşünür	,728
Sorumluluk bölgesindeki herhangi bir olayla ilgili fazladan delil bulmaya çalışır	,727
Sorumluluk bölgesinde çok insanı tanımaya çalışır	,732

Keiser-Meyer-Olkin ve Barlett Testi	,716
-------------------------------------	------

	İş Performansı	Dışa Dönük-1	Dışa Dönük-2	Dışa Dönük-3
Planlı alışır	,775			
Sorumluluk bölgesiyle ilgili gerekli notları alır	,773			
Takım çalışmasına önem verir	,740			
İşini yaparken takım içi bilgi paylaşımının olumlu etkisi olduğunu düşünür	,725			
Sorumluluk bölgesindeki herhangi bir olayla ilgili fazladan delil bulmaya çalışır	,685			
Sorumluluk bölgesinde çok insanı tanımaya çalışır	,564			
Sessiz (R)		,970		
İçe Kapanık (R)		,970		
Utangaç ve ekingen (R)		,927		
Dost Tavırlı ve Sosyal			,799	
Enerjik			,655	
Etkileyici			,562	
Konuşkan				,797

Tablo 6: Korelasyon Analizleri

	Dışa Dönüklük-I Ortalaması
İş Performansı Ortalaması	
Pearson Correlation	,142
Sig.(2-Tailed)	,121
N	121

	Dışa Dönüklük-II Ortalaması
İş Performansı Ortalaması	
Pearson Correlation	,097
Sig.(2-Tailed)	,290
N	121

	Dışa Dönüklük-III Ortalaması
İş Performansı Ortalaması	
Pearson Correlation	,092
Sig.(2-Tailed)	,313
N	121

Tablo 7: Betimleyici İstatistikî değerler ile Dışa Dönüklük Ortalamaları arasındaki Bağımsız Örneklem İki Yönlü Varyans Analizleri

Bağımlı Değişken: Dışa Dönüklük-I	
Bağımsız Değişkenler	p
Yaş	,350
Cinsiyet	,625
Eğitim Durumu	,288
Polislikte Hizmet Süresi	,499
BM'deki Görev Sayısı	,421

Bağımlı Değişken: Dışa Dönüklük-II	
Bağımsız Değişkenler	p
Yaş	,447
Cinsiyet	,925
Eğitim Durumu	,599
Polislikte Hizmet Süresi	,881
BM'deki Görev Sayısı	,359

Bağımlı Değişken: Dışa Dönüklük-III	
Bağımsız Değişkenler	p
Yaş	,313
Cinsiyet	,824
Eğitim Durumu	,102
Polislikte Hizmet Süresi	,607
BM'deki Görev Sayısı	,155

6.5. Bulgular

Öncelikle yapılan çalışmaya etkisi olan bir takım önemli konuları belirtmekte fayda vardır. Bunlardan birincisi anket katılımcılarının tümünün polis olmasıdır. Dolayısıyla anket kendine özgü bir alt kültürü olan, tek bir mesleğin üyelerine uygulanmıştır. Polisler günlük aktivitelerinin büyük bir bölümünü meslek içi ve meslek dışında bulunan insanlarla etkileşim halinde geçmektedirler. Bu nedenle polislik sosyal etkileşimi en fazla olan meslek gruplarından biri olarak görülebilir. İkinci konu ise anket uygulanan polislerin Birleşmiş Milletler çatısı altında, yeniden yapılanma aşamasında olan ve iç çatışmaların her an olması muhtemel bir bölge olan Haiti'de görev yapıyor olmalarıdır.

Tablo 6'da katılımcıların işlerinde gösterdikleri performans değerlerinin faktör ortalamaları ile dışa dönük kişilik özelliğinin faktörlerinin ortalamaları arasındaki korelasyon sonuçları görülmektedir. Korelasyon analizinde değişkenler arasındaki ilişkiler hakkında anlamlılık tanımlanabilmesi için $p < 0.05$ olması gerekmektedir. Oysa ki Tablo 6 incelendiğinde p değerlerinin ,121-,290-,313 olduğu ve iş performansı ile dışa dönük kişilik özelliklerini ortaya koyan değerler arasında anlamlı bir ilişkinin bulunmadığı görülmektedir. Dolayısıyla "polis örgütünde çalışanların görev performansları ile dışa dönük kişilik tipi arasında bir ilişki vardır" yönündeki hipotezin bu durumda ret edilmesi gerekmektedir. Bu sonucu destekleyici diğer bulgulara bakılacak olursa, örneğin, Tablo 7'de betimleyici sorular ile dışa dönük kişilik tipi ortalamaları arasındaki varyans analizlerinin incelemesinde her üç faktör ortalamasının da betimleyici verilerle anlamlı bir ilişkisinin olmadığı (p değerleri ,05'ten büyüktür) ortaya çıktığı görülmektedir. Diğer taraftan Tablo 4'te ankete katılanların dışa dönük kişilik tipinin belirlenmesine yönelik sorulara verdikleri cevapların frekans dağılımları incelendiğinde tümünün (%100) konuşkan, enerjik, dost tavırlı ve sosyal ile etkileyici olduklarını kabul ettikleri, 97'sinin (%80,1) içe kapanıklığı, 101'inin (%83,5) sessizliği ve 112'sinin (%92,5) utangaç ve çekingenliği kabul etmedikleri (bu soruların rotasyon yapıldığı daha önceden belirtilmiştir.) anlaşılmaktadır. Elde edilen tüm bulgulardan şöyle bir sonuç çıkarmak mümkündür: Polis örgütü dışa dönük kişilik özelliği olanlar için

yapılabilir, uygun bir meslektir. Kişiler bu mesleğe girmeden önce bu tür bir kişilik tipine sahip olduklarından meslekteki performanslarını, dışa dönük kişilik tipine sahip olduklarından dolayı yapmamaktadırlar. Sadece kişiliklerine uygun olduğunu düşündükleri için polislik mesleğini seçmektedirler.

7. SONUÇ

İnsanın iç dünyasındaki gelişimlerin incelenmesinin yanı sıra bunların dışavurumları ile dış dünyaya uyumlarında takındıkları durumlar da belirli bir zaman sonra bilim adamlarınca gözetilmeye başlanmıştır. Bu kapsamda psikoloji alanında yapılan çalışmalar ile örgütsel davranış alanında yapılan çalışmaların 1970'lerin ikinci yarısından itibaren karma bir yapı sergilediği görülmektedir. Kişilik tiplerinin belirlenmesine yönelik psikoloji alanında başlayan bilimsel faaliyetlerin büyük bir bölümünü Allport, Odbert, Cattell, Goldberg, McCrae ve Costa'nın yaptığı çalışmalar oluşturmaktadır. Allport ve Odbert ile başlayan çalışmalar, Cattell'in 16 kişilik faktörü (16PF) ile önemli bir ivme kazanmış, sonradan Goldberg, McCrae ve Costa tarafından devam ettirilmiştir. Örgütsel davranış alanındaki çalışmaların önderliğini ise Mary Parker Follett, Chester Barnard ve Kurt Lewin'in yaptığı bilinmektedir. Psikoloji alanında kişilik belirleme testlerinin bir bölümünü de dışa dönüklük" oluşturmaktadır.

Konuşkan, karşısındakiyle çabuk kaynaşabilen, onda etki uyandıran, pozitif kişilik özellikleri gösterebilen vb. özellikleri içerisinde barındıran dışa dönük kişilik özelliği, özellikle hizmet sektöründe görev alan çalışanlarda bulunması gereken özelliklerden biridir. Polis örgütünün temel görevi, insanların en önemli ihtiyaçlarından biri olan güvenlik ihtiyacının tatmin edilmesidir. Dolayısıyla temel görev süjesi insan olan polis örgütü personeli, görevi sırasında sürekli toplum içinde onlarla beraberdir. Bu kapsamda polis personeli görevlerini yaparken, içine kapanık olmaktan çok dışa dönük bir kişilik özelliği göstermelidir.

Bu çalışmada polislerin dışa dönük kişilik özellikleri ile mesleki performansları arasında bir ilişkinin olduğu ileri sürülerek bir anket çalışması yapılmıştır. Üç bölüm halinde soruların yöneltildiği anket çalışmasında ilk bölümü betimleyici sorular oluşturmuştur. İkinci bölümü Cattell'in 16 kişilik testinde yer alan ve dışa dönük kişilik özelliğinin ortaya çıkarılması amacıyla uygulanan envanterden alınan örnek sorular oluşturmuştur. Üçüncü bölümü ise polislerin mesleki performansını ortaya koymak amacıyla belirlenen sorular oluşturmaktadır. Güvenilirlik ve faktör analizleri yapılan sorular hipotez testinin yapılması amacıyla ortalamaları alınmak suretiyle korelasyona tabi tutulmuşlardır. Yapılan korelasyon analizi sonucunda dışa dönük kişilik özelliği ile hipotezi ile başlanan alan çalışmasında, polislerin

dışa dönük kişilik özellikleri ile mesleki performansları arasında anlamlı bir ilişkinin olmadığı tespit edilmiş ve hipotez bu şekilde ret edilmiştir. Diğer taraftan anketin birinci bölümünde elde edilen betimleyici istatistikî veriler de dışa dönük kişilik özelliğini belirten verilerle çift yönlü varyans analizine tabi tutulmak suretiyle test edilmiştir. Elde edilen verilerde betimleyici istatistikî verilerin de dışa dönük kişilik özellikleri ile anlamlı bir ilişkisinin olmadığı görülmüştür. Diğer taraftan dışa dönük kişilik özelliğinin belirlenmesine yönelik sorulara ankete katılan polislerden büyük bir çoğunluğunun olumlu cevap verdiği görülmektedir. Sonuç itibarıyla polislerin dışa dönük kişilik özellikleri ile mesleklerinde gösterdikleri performansları arasında anlamlı bir ilişki olmadığı, polisliğin dışa dönük kişiler için yapılaşabilir/uygun bir meslek olduğu anlaşılmaktadır.

Söz konusu çalışma, polisliğin evrensel bir meslek ve ortak alt kültürün olması; uluslararası bir alanda kişilik ve mesleki performans konusunda yapılması ile psikoloji ve örgütsel davranış alanlarını ortak paydada birleştiren çalışmalardan biri olması açısından önem arz etmektedir. Bu nedenle dışa dönüklük ve mesleki performans konularında yapılan çalışmalar açısından alana katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

KAYNAKÇA

Alkan, S., Ordulu, M.Z, Sezer, Y., Soyer, E., Aslan, D. Ve Sayek, İ. (2007). Is There A Correlation Between Extroversion Personality Characteristics Of Medical Students And Awareness Of Works Of Art?, *Turkish Journal Of Medical Science*, 37(5), 311-317.

Allport, G. W. (1927). Concepts Of Trait And Personality. *Psychological Bulletin*, 24, 284-313.

Allport G.W. And Odbert, H.S. (1936). *Trait Names: A Psycho-Lexical Study*. USA:Psychological Review Company.

Baransel, A. (1979). Çağdaş Yönetim Düşüncesinin Evrimi, Cilt.1, İstanbul: İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi Yayını.

Big Five Inventory (BFI), Retrieved December 11, 2015 From The [Http://Fetzer.Org/Sites/Default/Files/İmages/Stories/Pdf/Selfmeasures/Personality-Bigfiveinventory.Pdf](http://Fetzer.Org/Sites/Default/Files/İmages/Stories/Pdf/Selfmeasures/Personality-Bigfiveinventory.Pdf).

Caplan, J. (2003). Police Cynicism: Police Surviving Tool, *Police Journal*, 76, 304-313.

Cattell, R. B. (1943). The Description Of Personality: Basic Traits Resolved Into Clusters, *Journal Of Abnormal And Social Psychology*, 38, 476-506.

Cattell, R.B. (1957). *Personality And Motivation: Structure And Measurement*. USA: World Book Company.

Cattell, H.E.P. And Schuerger, J.M. (2003). *Essentials Of 16PF Assessment*, Canada: John Wiley And Sons, Inc.

Digman, J. M., And Takemoto-Choek, N. K. (1981). Factors In The Natural Language Of Personality: Re-Analysis, Comparison, And Interpretation Of Six Major Studies. *Multivariate Behavioral Research*, 16, 149-170.

Dorn, W.A. (2009). Intelligence-Led Peacekeeping: The United Nations Stabilization Mission In Haiti (MINUSTAH), 2006–07, *Intelligence And National Security*, 24(6), 805-835.

Egset, W. (2007). *Social Resilience And State Fragility In Haiti*, USA: World Bank Country Studies.

Ewen, R.B. (2014) *An Introduction To Theories Of Personality*, 7th Ed., New York: Psychology Press.

Eysenck, H.J. (1998). *Dimensions Of Personality*, USA: Transaction Publishing.

Goldberg, L.R. (1990). An Alternative Description Of Personality: The Big Five Factor Structure, *Journal Of Personality And Social Psychology*, 59(6), 1216-1229.

Gordon, R.G. (2005) *Personality*, 2nd Ed., London:Routledge,.

History Of Peacekeeping, Retrieved January 10, 2016 From The [Http://Www.Un.Org/En/Peacekeeping/ Operations/ History.Shtml](http://www.un.org/en/peacekeeping/operations/history.shtml).

John, O.P. And Srivastava, S. (1999). The Big Five Trait Taxonomy: History, Measurement And Perspectives, Lawrence A. Pervin And Oliver P. John (Eds.), *Handbook Of Personality: Theory And Research*, 102-138 New York: The Guilford Press.

John, O.P. And Robins, W.R., Pervin A.L. (2008). *Handbook Of Personality*. New York: Guilford Press.

Mccrae, R.R. And Costa, P.T., (2008). The Five-Factor Theory Of Personality, Oliver P. John, Richard W. Robbins, And Lawrence A.

Pervin (Eds.), *Handbook Of Personality: Theory And Research*, 159- 181, New York: Guilford.

Mccrae, R.R. And Costa, P.T., (2004). A Contemplated Revision Of The NEO Five-Factor Inventory, *Personality And Individual Differences*, 36, 587-596.

MINUSTAH Background, Retrieved January 10, 2016 From The <Http://Www.Un.Org/En/Peacekeeping/Missions/Minustah/Background.Shtml>.

MINUSTAH Facts And Figures, Retrieved January 10, 2016 From The <Http://Www.Un.Org/En/Peacekeeping/Missions/Minustah/Facts.Shtml>.

Niederhoffer, A. (1967). *Behind The Shield: The Police In Urban Society*, New York: Doubleday And Company Inc.

Norman, W. T. (1967). *2800 Personality Trait Descriptors: Normative Operating Characteristics For A University Population*. (Tech.Rep. No:MH-07195) Michigan: University Of Michigan, Department Of Psychology.

Özkalp, E. (1998). *Psikolojiye Giriş Dersleri*, Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayını.

Pfeffer, J.(1997). *New Directions For Organization Theory*, New York: Oxford University Press.

Poggi, G. (2012). *Modern Devletin Gelişimi: Sosyolojik Bir Yaklaşım*, (Çev.) Şule Kut Ve Binnaz Toprak, İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayını.

Reiner, R. (1992). *The Politics Of The Police*, USA: University Of Toronto Press.

Shephard, B. (2015). Psychology And The Great War, *The Psychologist*, 28(11), 944-946.

Skolnick, J.H. (1966). *Justice Without Trial*, New York: John Wiley And Sons Inc.

Sipahi, B., Yurtkoru, E.S. Ve Çinko, M. (2008) *Sosyal Bilimlerde SPSS'le Veri Analizi*, İstanbul: Beta Yayınları

Sur, M. (2013). Birleşmiş Milletler Örgütünün Gelişimi Ve Geleceği, *Yaşar Üniversitesi Elektronik Dergisi*, Cilt:8, Özel Sayı, 2535-2550.

World Factbook-Haiti, Retrieved January 25, 2016 From The <Https://Www.Cia.Gov/Library/Publications/The-World-Factbook/Geos/Ha.Html>

EXTENDED SUMMARY

Purpose

The police staff are facing different kinds of people and exchanging information while doing their job. But it is unknown whether police staff shows such a personality either because of their job requirement or it is only one of their own personality traits. The purpose of this research is to reveal the former or the latter. In consistent with the research purpose, the hypothesis is built as “there is a relation between job performances and the extroversionist personality traits of staff who works in police organization”.

Methodology

This research was conducted by taking the 16PF theory of Cattell. During the research the method of questionnaire was conducted. The questionnaire was prepared in three parts. In the first part descriptive questions like, sex, age, length in service, level of education and the UN Mission Time were asked. In the second part Cattell’s 16PF questionnaire that consists of revealing also the “extroversionist personality trait” was used. In the third part some questions which related to the job performances were asked to be answered.

In this research The United Nations Police Officers who works in the capital of Haiti, Port au Prince was taken as a sample. In capital of Haiti, Port au Prince 714 male, 123 female, totally 837 international police staff were working. The above mentioned questionnaire was directed to all of those in capital but only 121 reply were sent back. The descriptive statistics of the repliers were shown in the Table.3.

Table 1: Descriptive Statistics

VARIABLES	VALUES	n	%
Sex	Female	22	18,2
	Male	99	81,8
Age	21-30	4	3,3
	31-40	48	39,7
	41-50	49	40,5
	51 and over	20	16,5
Length in Service	5-10	11	9,1
	11-15	23	19,0
	16-20	35	28,9
	21 and over	52	43,0
Level of Education	Police Vocational School/Academy	49	40,5
	University	37	30,6
	Master	32	26,4
	Doctoral	3	2,5
UN Mission Time	1st	47	38,8
	2nd	40	33,1
	3rd	24	19,8
	4th and over	10	8,3

Table 2: Frequency ranges of the answers to the extroversionist personality trait

	Never Agree	Not Agree	Indecisive	Agree	Fully Agree
Talkative				59 (%48,8)	62 (%51,2)
Energetic				38 (%31,4)	83 (%68,6)
Friendly and Social				51 (%42,1)	70 (%57,9)
Impressive				56 (%46,3)	65 (%53,7)
Self-Enclosed	20 (%16,5)	77 (%63,6)	13 (%10,7)	11 (%9,1)	
Quiet	15 (%12,4)	86 (%71,1)	13 (%10,7)	7 (%5,8)	
Shy and Timid	31 (%25,6)	81 (%66,9)	8 (%6,6)	1 (%0,8)	

The reliability and the factor analyzes of the 2nd and the 3rd parts were shown in the Table 5.

Table 3: Reliability and Factor Analyzes

Cronbach's Alpha	Number of Questions
,751	14

Talkative	,758
Self-enclosed (R)	,722
Quiet (R)	,720
Shy and timid (R)	,724
Impressive	,767
Friendly and Social	,749
Energetic	,751
Takes notes related to area of responsibility	,723
Puts importance of team working	,723
Works planned	,732
Thinks that sharing information while doing his/her job has positive effect	,728
Tries to find extra evidences related to certain case occurred in the area of responsibility	,727
Tries to know more people in the are of responsibility	,732

Keiser-Meyer-Olkin ve Barlett Test	,716
------------------------------------	------

	Job Performance	Extroversionist-1	Extroversionist-2	Extroversionist-3
Works planned	,775			
Takes notes related to area of responsibility	,773			
Puts importance of team working	,740			
Thinks that sharing information while doing his/her job has positive effect	,725			
Tries to find extra evidences related to certain case occurred in the area of responsibility	,685			
Tries to know more people in the are of responsibility	,564			
Quiet (R)		,970		
Self-enclosed (R)		,970		
Shy and Timid (R)		,927		
Friendly and Social			,799	
Energetic			,655	

Impressive			,562	
Talkative				,797

In the reliability analyzing the method of Cronbach Alpha was used and in Factor analyzing KMO Test was used as well. On the other hand some variables were rotated (R). It can be stated that the scales are reliable as Cronbach's Alpha is 0,75 and KMO is 0.72 that are shown in Table 5.

Findings/ Results

In Table 6, it is seen that the values of p are ,121-,290-,313.

Table 4: Correlation Anayzes

	Median of Extroversionism-I
Median of Job Performance	
Pearson Correlation	,142
Sig.(2-Tailed)	,121
N	121

	Median of Extroversionism-II
Median of Job Performance	
Pearson Correlation	,097
Sig.(2-Tailed)	,290
N	121

	Median of Extroversionism-III
Median of Job Performance	
Pearson Correlation	,092
Sig.(2-Tailed)	,313
N	121

Table 5:Two-Way ANOVA of Statistical Descriptive Values and Medians of Extroversionism

Dependent Variable: Extroversionism-I	
Independent Variables	p
Age	,350
Sex	,625
Level of Education	,288
Lenght in Service	,499
Time in UN Mission	,421

Dependent Variable: Extroversionism-II

Independent Variables	p
Age	,447
Sex	,925
Level of Education	,599
Lenght in Service	,881
Time in UN Mission	,359

Dependent Variable: Extroversionism-III	
Independent Variables	p
Age	,313
Sex	,824
Level of Education	,102
Lenght in Service	,607
Time in UN Mission	,155

When the variance analyzes of median between descriptive questions and the extroversionist personality traits are checked in Table 7, the p values are seen over ,05. These values are directing us to the question “is the police job a center of attraction for the people who has extroversionist personality trait?”. According to Table 4, of the 121 police officers, (%100) accept that they are talkative, energetic, friendly, social and impressive. %80,1 of them did not accept self-enclosedness, %83,5 of them did not accept being quiet and %92,5 of them did not accept shyness and timidness.

Conclusion and Discussion

In correlation analyze in Table 6, the significance that must be stated about the relations among variables has to be $p < 0.05$. According to the p values in Table 6, the hypothesis that “there is a relation between the job performance and the extroversionist personality trait in police organization” has to be rejected in this condition.

According to the research findings it can be stated that the police organization is a available job for the people who has extroversionist personality traits. As police staff have that kind of personality trait before being the member of police forces, they are not showing their job performances because of their personality trait. They are choosing the police organization as it fits to their personality.

TURİZM EĞİTİMİ ALAN ÖĞRENCİLERİN DIŞADÖNÜKLÜKLERİNİN OTEL DEPARTMAN TERCİHİNE ETKİSİNDE HİZMET YÖNELİMLERİNİN ARACILIK ROLÜ

Geliş Tarihi: 13.03.2018

Kabul Tarihi: 20.06.2018

E-ISSN: 2149-3871 Sayfa: 135-159

Prof. Dr. A. Celil ÇAKICI
Mersin Üniversitesi, Turizm Fakültesi
celilcakici@mersin.edu.tr
ORCID No: 0000-0002-9192-1969

Öğr. Gör. Murat ÖZDAMAR
Mersin Üniversitesi, SBMYO
muratozdamar@mersin.edu.tr
ORCID No: 0000-0002-2673-4358

Araştırma Makalesi

ÖZ

Turizm öğrencilerinin hizmet yönelimli olmaları, onların en önemli belirleyici özelliklerindedir. Üniversite düzeyinde turizm eğitimi alan öğrencilerin dışadönüklüklerinin otel departman tercihinin etkisini belirlemek üzere bir araştırma gerçekleştirilmiştir. Ayrıca, bu etkide hizmet yönelimliliğinin aracılık rolü test edilmiştir. Araştırma, tanımlayıcı türde tasarlanmıştır. Veriler; literatüre dayalı geliştirilen bir anket ile toplanmıştır. Araştırmanın evrenini, Türkiye’de üniversite düzeyinde turizm eğitimi alan öğrenciler oluşturmaktadır. Örneklem çerçevesini ise bir kamu üniversitesinin ön lisans düzeyindeki Turizm ve Otel İşletmeciliği ve lisans düzeyindeki Turizm İşletmeciliği bölümü öğrencileri meydana getirmektedir. Anket, 2017 Mart ayında kota örnekleme tekniği ile yüz yüze uygulanmıştır. Geçerli 349 anket elde edilmiştir. Verilerin analizinde; tanımlayıcı istatistiklerin yanı sıra, faktör ve regresyon analizlerinden yararlanılmıştır. Öğrencilerin misafirle temas gerektiren departmanlardan halkla ilişkiler, ön büro, satış ve danışma departmanlarında çalışmak istedikleri, misafirle dolaylı temas gerektiren departmanlardan ise insan kaynakları yönetimi departmanında çalışmayı arzu ettikleri bulunmuştur. Dışadönüklüğün alt boyutu olan, rahatlığın misafirle doğrudan temas gerektiren departman tercihinin etkisinde hizmet yöneliminin kısmi aracılık rolüne sahip olduğu anlaşılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Kişilik Özellikleri, Dışa Dönüklük, Hizmet Yönelimi, Otel Departman Tercihi.

THE MEDIATING ROLE OF TOURISM STUDENTS' SERVICE ORIENTATION AT THE IMPACT OF THEIR EXTRAVERSION ON HOTEL DEPARTMENT PREFERENCES

ABSTRACT

Service orientation of tourism students is one of their determinant personality traits. A research was carried out to determine the influence of the extroversion of the students who get tourism education at the university level to the hotel department preference. In addition, the mediating role of service orientation was tested. The data were collected through a questionnaire developed based on the literature. The population of the research is composed of the students having tourism education at university level in Turkey. The sampling framework was defined as a combination of associate and bachelor's degree tourism students at a public university. Questionnaires were administered by face to face in March, 2017, based on quota sampling technique. The data were analyzed through descriptive statistics, as well as factor and regression analyzes. It was found out that the students desire to work in departments of public relations, front office, sales and concierge which require direct guest-contact and human resources management which require indirect guest-contact. It was understood that comfort factor of service orientation, which is one of the dimensions of extroversion, had a partial mediating role on the effect of frontline department preferences.

Keywords: Personality Traits, Extroversion, Service Orientation, Hotel Department Preference.

1. GİRİŞ

Turizm sektörünün potansiyel işgörenleri arasında turizm eğitimi alan öğrenciler bulunmaktadır. Bu öğrencilerin bazı kişilik özelliklerinin keşfedilmesi, hem çalışanlar hem de sektör için oldukça önemli hale gelmektedir. Kişilik özellikleri ile ilgili alan yazın incelendiğinde, kişilik özellikleri üzerine yapılan araştırmaların halen önemini koruduğu görülmektedir. Genelde bu çalışmaların son dönemde özellikle psikoloji, tüketici davranışları, eğitim ve insan kaynakları alanında yoğunlaştığı görülmektedir. Alan yazın araştırmasında turizm alanında kişilik özellikleri üzerine yapılan çalışmaların belli bir yoğunluğa ulaştığı anlaşılmıştır (Brymer ve Pavesic 1990; Berings vd., 2004; Harris vd., 2006; Eren, 2007; Teng, 2008; Richardson, 2008; Chen vd., 2010; Kuşlivan ve Eren, 2011; Aslan vd, 2012; Başoda, 2012; Tokmak vd., 2013; Köroğlu, 2014).

Turizm eğitimi alan öğrenciler üzerinde yürütülen çalışmalarda; genellikle öğrencilerin ve çalışanların turizmde çalışma nedenleri, kariyer planları ve çalışmak istedikleri departmanlar üzerinde durulmuştur (Altman

ve Brothers, 1995; Birdir, 2002; Çatı ve Bilgin, 2013; Walsh vd., 2015; Chang ve Tse, 2015; Özdemir., 2005, Kuşluvan ve Eren, 2011). Turizmde istihdam üzerine yapılan çok sayıda araştırmaya rastlanmakla birlikte (Erdem, 2010: 1088) turizm eğitimi alan öğrencilerin, departman seçimlerine yönelik tutumları üzerine odaklanan sınırlı sayıda çalışmanın bulunduğu görülmektedir. Turizm eğitimi almakta olan öğrenciler üzerine yapılan çalışmalarda, genellikle öğrencilerin sektöre karşı tutum ve davranışları ölçülmeye çalışılmaktadır (Özdemir vd., 2005:47). Öğrencilerin departman tercihleri ise çalışmalarda çoğu kez ihmal edilmektedir.

Turizm eğitimi alan öğrenciler üzerinde günümüze kadar sayısız araştırmalar yapılmıştır. Ancak, öğrencilerin kişilik özelliklerinden dışa dönüklük ve hizmet yönelimi ile departman seçimi arasındaki ilişkiyi irdeleyen her hangi bir çalışmaya rastlanılmamıştır. Bu çalışmada, üniversite düzeyinde turizm eğitimi alan öğrencilerin dışa dönüklük kişilik özelliğinin otel departmanı tercihine etkisi irdelenmektedir. Bu irdelemede öğrencilerin hizmet yönelimlikleri de modele katılarak tartışılmaktadır.

Kişilik ile ilgili literatürde, Beş Faktörlü Kişilik Modelinden sıkça bahsedilmektedir. Costa ve McCrae tarafından 1985'te geliştirilen Beş Faktör Kişilik Modeli, bütün kişilik özelliklerini bünyesinde toplayan ve bu özellikleri kapsamlı olarak açıklayan bir modeldir (McCrae ve Costa, 2006: 87). Bu modelin altında yatan temel varsayım, insanların bireysel farklılıklarının dünyadaki bütün dillerde kodlanacağı, konuşma diline sözcükler halinde yansıtacağı ve bu sözcüklerden yola çıkarak insanın kişilik yapısını kapsayacak bir sınıflamanın oluşturulabileceğidir (Tatlıoğlu, 2014: 943). Beş Faktörlü Kişilik Modelinin, gelişime açıklık, uyumluluk, sorumluluk, duygusal tutarlılık ve dışa dönüklük boyutları vardır. Araştırmada sadece dışa dönüklük üzerinde durulmaktadır.

Eysenck bir insanın içe veya dışa dönük olmasındaki en önemli etkenin, kalıtım olduğunu belirtmiştir (akt: Burger, 2006: 393). Burger (2006) çalışmasında, dışa dönüklerin uyarılmaya karşı içe dönüklere göre daha az hassas olduklarını vurgulamıştır. Dışadönük kimse, sürekli başkaları ile beraber olmak ister ve hiç yalnız kalmaktan hoşlanmaz. Jung, bir kimsenin etkili bir yaşam sürdürebilmesi için bu iki yönü denge içinde tutması gerektiğini savunmuştur. Dışadönük kimseler, sürekli dış dünyaya açık ve dış dünyaya yönelen uyaranları çevreden alan tek başına kalmaktan haz almayan kişilerdir (Özgün, 2007: 21). Bu insanlar; pozitif, sosyal, sempatik, sevecen, sevimli, grup içinde liderlik sergileyebilen ve sosyal yeteneği üst seviyede olan bireylerdir. Bu kişilerin, özellikle kişilerarası etkileşim gerektiren işlerde iletişim kurarken çevrelerindeki kişiler ile sıkıntı yaşamadıkları söylenebilir (Robbins ve Judge, 2009: 138). Nihayetinde bu kişilerin işlerinde yüksek performans sergilemeleri de beklenilebilir.

Dışa dönüklük, kişilerin meslek seçimlerinde ve hatta çalışılacakları departmanları seçmelerinde de etkili olabilir. Kişiler, ihtiyaçlarına en iyi karşılık verecek ve kendi özelliklerine uygun en iyi pozisyonu bulmaya çalışmaktadırlar (Verquer vd., 2003: 475). Kişilerin ileriki iş hayatlarında daha başarılı olmaları için kendi özelliklerine uygun işleri bulmaları, kişiler için en önemli ve etkili bir stratejidir (Walsh vd., 2015: 370). Vogel ve Feldman'ın çalışmasında (2009: 68), bu iki eşleşmeye kurumların çok dikkat ettikleri, bu iki uyumu sağlayan kişilerin büyük olasılıkla daha yüksek performans sergiledikleri, üstlerinin kendilerinden istediklerini daha iyi yerine getirdikleri ve çalıştıkları işe daha uzun süre devam ettikleri belirtilmiştir.

Öğrencilerin dışa dönüklüklerinin yanı sıra, hizmet yönelimlilikleri de meslek ve departman tercihini etkileyebilecek kişilik özellikleri arasında sayılabilir. Kişilerde hizmet verme özelliğinin kişiliğin bir parçası olduğunu kabul edebiliriz. Bu özelliğin çalışanların konuklarına hizmet verme isteği, becerisi, kabiliyeti, yeteneği ve hizmet vermekten duyduğu memnuniyet olduğunu rahatlıkla belirtilebiliriz. Kuşluvan ve Eren (2001; 141) bu kavramı ilk dile getiren araştırmacıların, işgörenlerin müşterilerin ihtiyaç ve isteklerini karşılama, hizmet sunmada istekli ve şevkli olarak tanımlandığını belirtmişlerdir.

Turizmde işgörenler müşterilerine hizmet verme sürecinde kişilerarası iletişimi yoğun şekilde yaşamaktadır. Bazı işgörenler, konukla ilişkilerin yoğun olduğu ve kişilerarası iletişim gerektiren işlerde çalışarak daha mutlu ve daha başarılı olurlar (Aslan vd., 2012: 205). Böylece, işgörenler ile konuklar arasında kurulan ilişkilerin de güçleneceği öngörülmektedir. Diğerleri ise, yaradılışları gereği kişilerarası iletişimin daha az olduğu departmanlarda çalışabilirler. Oysaki olumlu ilk etkileşim, hizmet verme esnasında önemli bir role sahiptir (Aslan vd., 2012: 45). Tayvan'da turizm eğitimi alan ve staj deneyimleri olan 483 öğrenci üzerinde yapılan bir araştırmada; öğrencilerin dışadönüklüklerinin, turizme dönük tutum ve beklentilerini etkilediği tespit edilmiştir (Teng, 2008: 76).

Dışadönüklüğün turizm ile ilgili meslekleri seçmede ve kişi-sektör uyumunu etkilediği de belirtilmiştir. Turizmin özellikle insan ilişkilerinin yoğun olarak yaşandığı bir sektör olması itibarıyla kişilik özellikleri ile meslek arasındaki uyum daha çok önem kazanmaktadır (Şengel vd., 2015; 124). Dolayısıyla dışa dönüklüğü yüksek olan öğrencilerin misafirlerle doğrudan teması olan departmanları daha çok tercih edebilecekleri düşünüldükçe, aşağıdaki hipotezler geliştirilmiştir.

H_{1a}: Öğrencilerin dışa dönüklükleri, misafirle doğrudan temas gerektiren departman tercihlerini olumlu yönde etkiler.

H_{1b}: Öğrencilerin dışa dönüklükleri, misafirle dolaylı temas gerektiren departman tercihlerini olumsuz yönde etkiler.

Liao ve Chuang (2004), dışadönüklük ve sorumluluk kişilik özelliklerinin, mükemmel hizmet sunumuyla olumlu yönde bir ilişki içinde olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca, bireysel hizmet performansının kişilik özellikleri ile şekillendiği ve bunun da işletmenin hizmet kalitesi üzerinde olumlu etki yaptığı belirtilmiştir (Liao ve Chuang, 2004: 41). Dışadönük kişilerin, özellikle kişilerarası etkileşim gerektiren işlerde iletişim kurarken çevrelerindeki kişiler ile sıkıntı yaşamadıkları da belirtilmektedir (Robbins ve Judge, 2009: 138). Böylece öğrencilerin dışadönüklüklerinin, onların müşterilere hizmet etmeyi sevmeleri, başka bir anlatımla hizmet yönelimlikleri üzerinde etkili olabileceği yargısına ulaşılabılır. Bu açıklamalara istinaden aşağıdaki hipotez geliştirilmiştir.

H₂: Öğrencilerin dışa dönüklükleri, hizmet yönelimliliklerini olumlu yönde etkiler.

Walsh ve arkadaşları (2015: 372), Schneider'in (1987) çalışmasında, hizmet yönelimi yüksek olan kişilerin hizmet tabanlı işlere karşı daha ilgili olacaklarını ve yüksek olasılıkla daha başarılı olacaklarını belirtmektedirler. Ayrıca, hizmet yönelimi ve hizmet işlerine dönük motivasyon arasında da anlamlı bir ilişki bulunduğu belirtilmiştir. Kuşluvan ve Eren (2011) ile Walsh ve arkadaşlarının (2015) hizmet yönelimi ile ilgili yaptıkları çalışmalarda; karakteristik özelliği olarak hizmet verme isteği yüksek olan öğrencilerin, sektörde daha başarılı olabileceği ve aynı zamanda hizmet odaklı işlerin kendileri için daha çekici olabileceği ortaya koyulmuştur. Dolayısıyla, öğrencilerin hizmet yönelimleri, otel departmanı tercihleri arasında bir ilişki olabileceği öngörülebilir. Bu nedenle öğrencilerin hizmet yönelimliliklerinin onların departman tercihlerini (misafirlerle doğrudan teması olan veya olmayan departmanları) etkileyebileceği düşünülerek, aşağıdaki hipotez geliştirilmiştir.

H_{3a}: Öğrencilerin hizmet yönelimlilikleri, misafirle doğrudan temas gerektiren departman tercihlerini olumlu yönde etkiler.

H_{3b}: Öğrencilerin hizmet yönelimlilikleri, misafirle dolaylı temas gerektiren departman tercihlerini olumsuz yönde etkiler.

Hizmet yönelimi yüksek olan bireyler, konuklarının sorunlarını çözme ve ihtiyaçlarını karşılama konusunda konuklarına kolaylıkla yardım ederler (Gwinner vd., 2005: 137). Hong Kong ve ABD'de yapılan bir araştırmada, turizm eğitim alan öğrencileri bu sektörde kariyer yapmaya yönelten güçlü şeyin, duygusal zekâları ve hizmet yönelimlilikleri olduğu tespit edilmiştir (Walsh vd., 2015: 369). Diğer taraftan dışa dönüklük, bir

kişilik özelliğidir ve kişilik de zaman içinde kişinin isteği ile bazen iyi yönde bazen de kötü yönde değişime uğrar (Hogan, 2009; 32). Hizmet yönelimini de, bir kişilik özelliği gibi düşünürsek, gerek eğitim ve yapılan stajlarda edinilen deneyimlere bağlı olarak gerekse de ekonomik şartlar sonucu, öğrenciler hizmet yönelimleri konusunda kendilerini geliştirebilirler. Bunun sonucunda da, diğer çalışanlara göre konuklarına daha kaliteli hizmet verebilirler ve çalıştıkları işletmenin hizmet kalitesinin iyileşmesine katkı sağlayabilirler. Hizmet yönelimi düşük olan öğrencilerin, misafirlerle dolaylı temas gerektiren departmanları tercih etmeleri, yüksek bir olasılıktır. Dolayısıyla, dışadönüklüğün misafirle doğrudan temas gerektiren departman tercihine etkisini hizmet yönelimlilik azaltabilir veya tümüyle ortadan kaldıracaktır. Bu nedenle, dışadönüklüğün misafirle doğrudan temas gerektiren departman tercihine etkisinde hizmet yönelimliliğin aracılık rolü olabileceği düşünülerek aşağıdaki hipotez geliştirilmiştir.

H₄: Öğrencilerin dışa dönüklüklerinin misafirle doğrudan temas gerektiren departman tercihlerine etkisinde hizmet yönelimlerinin aracılık rolü vardır.

2. ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ

Tanımlayıcı türde tasarlanan araştırmada veriler, literatüre dayalı geliştirilen bir anket ile toplanmıştır. Ankette demografik soruların yanı sıra üç adet de ölçek bulunmaktadır. Öğrencilerin dışadönüklükleri, Beş Faktörlü Kişilik Modelinin bir alt boyutu olan dışadönüklüğe ilişkin 10 madde (Girgin, 2007) ile belirlenmiştir. Hizmet yönelimlerinin belirlenmesinde ise Gwinner ve arkadaşları (2005) tarafından literatüre kazandırılan 5 maddelik ölçek kullanılmıştır. Bu iki ölçeğe ait maddelerin tepki kategorileri “1:Kesinlikle Katılmıyorum,..., 5:Kesinlikle Katılıyorum” şeklinde 5’li Likert derecelemesine tabi tutulmuştur. Diğer taraftan öğrencilerin departman tercihlerini belirlemek için 16 departman listelenmiştir. Bu listedeki her departmanı tercih derecesi “1:Kesinlikle istemem, 2:İstemem, 3:Kararsızım, 4:İsterim, 5:Kesinlikle isterim” şeklinde 5’li derecelemeye göre oluşturulmuştur.

Araştırmanın evrenini, Türkiye’de üniversite düzeyinde turizm işletmeciliği eğitimi alan öğrenciler oluşturmaktadır. Örneklem çerçevesini ise, 2016-2017 eğitim-öğretim yılı bahar yarıyılında kayıt yenileme işlemi yapan, bir kamu üniversitesinin Turizm Fakültesi Turizm İşletmeciliği bölümüne kayıtlı (hazırlık sınıfı hariç) 878 lisans ve Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu (SBMYO) Turizm ve Otel İşletmeciliği programına kayıtlı 149 ön lisans öğrencisi oluşturmaktadır.

Çalışma evreninin (örnekleme çerçevesi) $878+149=1027$ öğrenciden oluşması nedeniyle, örnek büyüklüğü, oran için kullanılan sınırlı evren formülü¹ ($n=N.P.Q.Z^2_{\alpha}/(N-1)H^2+Z^2_{\alpha}P.Q$) dikkate alınarak hesaplanmıştır. Hesaplama, %5 anlam düzeyinde, varyansı maksimum kılan oran ($p=0,5$) ve %5 örnekleme hatası esas alınarak yapılmıştır. Yapılan hesaplama sonucu 280 öğrenciye ulaşılması gerektiği belirlenmiştir. Turizm Fakültesi Turizm İşletmeciliği Bölümü öğrencilerinin toplamdaki payı %85 olup, SBMYO Turizm ve Otel İşletmeciliği Programının payı %15'tir. Özellikle örnek hacminin %15'ini almak ($280*0,15=42$), karşılaştırma yapmak için örnek büyüklüğünün küçük olması sonucunu doğuracağından, kota oranı SBMYO için %30, Turizm Fakültesi Turizm İşletmeciliği Bölümü için %70 olarak uygulanmıştır. Böylece, SBMYO için 84, Turizm Fakültesi için 196 öğrencilik kota belirlenmiştir.

Geçerli bir ölçme yapabilmek için, ölçme aracının (anketin) anlaşılabilirliği ön test ile sağlanmıştır. Ön test, 63 ön lisans ve lisans öğrencisine uygulanmıştır. Ön testte anlaşılmayan cümleler daha anlaşılır hale getirilerek ankete son hali verilmiştir. Geliştirilen anket, kota örnekleme tekniğine göre, sınıflardaki öğrenci sayısı dikkat alınarak, araştırmacıların kendileri tarafından 1-10 Mart 2017 tarihleri yüz yüze uygulanmış ve SBMYO'dan 107 ve Turizm Fakültesi Turizm İşletmeciliği bölümünden 242 olmak üzere toplam 349 anket elde edilmiştir. Böylece hem hedeflenen örnek büyüklüğü aşılmış hem de oran %31'e %69 olarak gerçekleşmiştir.

Veriler, bilgisayar ortamında tasnif ve analiz edilmiştir. Veri girişi yapılırken dışa dönüklük ölçeğinde bulunan ters kodlama gerektiren maddeler tersine puanlanmıştır. Kayıp veri oranı %0,3 ile %1,1 arasında değişmiştir. Kayıp veri analizi için ölçek bazında maddeler ikili olarak karşılaştırılıp, boş gözlemlere denk düşen değerlerle dolu olan gözlemlere ait değerlerin istatistiksel olarak ortalamalarının farklı olup olmadığı t-testi ile tespit edilebilmektedir. Maddelerin ikili karşılaştırılmaları sonucu, elde edilen olasılıkların çoğunluğunun $p>0,05$ olması durumunda, kayıp verilerin tesadüfen dağıldığına kanaat getirilmektedir (Kalaycı, 2010: 20-21). Yapılan analiz, her iki ölçek için kayıp verilerin tesadüfen ortaya çıktığını ortaya koyduğundan, kayıp veriler ilgili maddenin ortalaması atanarak tamamlanmıştır.

¹ n:Örneklem büyüklüğü; N:Evren büyüklüğü; P:Evrende bir olayın gözlenme oranı; Q:Evrende bir olayın gözlenmeme oranı (1-P); Z: Belirli anlamlılık düzeyine karşılık gelen teorik değer- $\alpha:0,05$ için Z değeri 1,96'dır; H: Standart hata değeri.

Kayıp veri analizinden sonra çoklu sapan analizi yapılmış olup; her iki ölçek için de çoklu sapan durumunda olan gözlem tespit edilememiştir. Ayrıca, verilerin çoklu normal dağılım gösterip göstermediği kontrol edilmiştir. Dışadönüklük ölçeği için ki-kare ters değerleri ile Mahalonobis değerleri arasında hesaplanan 0,930 düzeyindeki korelasyon, 5 serbesti derecesindeki $\alpha=0,05$ anlam düzeyindeki teorik değer olan 0,803'ten büyüktür. 10 maddeli hizmet yönelimi için hesaplanan korelasyon değeri 0,983 olup; madde sayısını esas alan $\alpha=0,05$ anlam düzeyindeki teorik değer olan 0,860'dan yüksektir (Kalaycı, 2010: 231). Bu nedenle, her iki ölçekten elde edilen verilerin çoklu normal dağılım gösterdiği kanaatine varılmıştır. Analizlerde tanımlayıcı istatistiklerin yanı sıra, faktör ve regresyon analizinden yararlanılmıştır.

Faktör analizinde; bir maddenin bir faktöre boyutlanabilmesi için ilgili faktör ile en az 0,500 düzeyinde yüke sahip olmasına karar verilmiştir (Hair vd., 2010: 117). Eşkökenlilik için kesim noktası 0,500 olmakla birlikte (Hair vd., 2010: 122), kısmen esnek davranılması söz konusu olabilmektedir. Faktör sayısının tespitinde özdeğeri 1'den büyük olanların dikkate alınmasına (Kalaycı, 2010: 322) ve Varimax dönüşümü yapılmasına karar verilmiştir. Bir faktörün en az 3 maddeden oluşması tercih edilmekle birlikte, güvenirlik katsayısının (Cronbach Alpha) 0,700'ün üstünde olması durumunda iki maddeli faktörlere de izin verilebilmektedir (Alpar, 2012: 288).

3. GEÇERLİLİK VE GÜVENİLİRLİK ANALİZİ

Beş faktörlü kişilik ölçeğinin Türkçe uyarlaması Girgin (2007) tarafından yapılmıştır. Bu çalışmada ölçeğin bir bütün olarak tutarlılık katsayısı 0,800 olarak ifade edilmiştir (Girgin, 2007: 107). Tarafımızdan yapılan araştırmada ise, on maddeli dışadönüklük ölçeği üç boyutta toplam varyansın %60,5'ini açıkladığı görülmüştür.

Öğrencilerin hizmet yönelimleri, Gwinner ve arkadaşları (2005) tarafından geliştirilen 5 maddeli ölçek ile belirlenmiştir. Orijinali İngilizce olan ölçek, bir İngilizce okutmanın nezaretinde araştırmacılar tarafından Türkçeye çevrilmiştir. Daha sonra, başka bir İngilizce okutmanına tekrar Türkçeden İngilizceye çeviri yaptırılmıştır. Orijinali ile sonradan yapılan çeviri arasında anlamsal bir farklılığın olmadığı görülmüştür. Tek boyutlu olan ölçek, çalışmamızda toplam varyansın %55,7'sini açıklamıştır

Araştırmada yapı geçerliğini sağlamak için faktör analizinden yararlanılmıştır. Ayrıca ölçeklerden elde edilen verilerin güvenirlik analizi; ölçeğin tamamına, hizmet yönelimi ölçeği hariç olmak üzere ölçeği ikiye bölme, örnekleme tesadüfen ikiye bölme ve tek ve çift numaralı maddelere

göre Cronbach Alpha değerlerine bakılarak gerçekleştirilmiştir. Ayrıca güvenilirlik analizinde madde-toplam korelasyonları ve çoklu açıklayıcılık katsayıları (çoklu R^2) da incelenmiştir. Madde-bütün korelasyonların negeatif olmaması ve +250'den büyük olması (Kalaycı, 2010: 412) ve çoklu R^2 değerlerinin 0 ile +1 arasında değişmekle birlikte +1'e yaklaşması istenirken, 0,250'den küçük olmaması arzu edilen bir durumdur (Alpar, 2012: 391; Kalaycı, 2008; 412). Bir maddenin madde-bütün korelasyon katsayısı çok düşük ise ölçekten çıkarılması gerekliliği doğabilmektedir (Özdamar, 2011: 610; Alpar, 2012: 489).

Beş Faktörlü Kişilik ölçeğinin Türkçe uyarlama çalışmasına, ölçeğin bir bütün olarak güvenilirlik katsayısı, 0,800 olarak (Girgin, 2007: 107) rapor edilmekle birlikte, dışa dönüklüğün güvenilirlik katsayısı belirtilmemiştir. Hizmet yönelimi ölçeğinin güvenilirlik katsayısı 0,770 olarak rapor edilmektedir (Gwinner ve diğ. 2005: 139). Tablo 1, güvenilirlik analizi sonuçlarını göstermektedir. İki ölçeğin güvenilirlik katsayıları, sırasıyla 0,789 ve 0,791 olarak bulunmuştur. Madde-toplam korelasyonları dışa dönüklük ölçeği için, 0,302-0,601 arasında, hizmet yönelimi ölçeği için ise 0,552-0,602 arasında olup; her iki ölçekte de negatif işaret yoktur. Dışa dönüklüğün bir maddesinin çoklu R^2 değeri %18,5'dir. Bu maddenin madde-bütün korelasyonunun, 0,336 olması nedeniyle herhangi bir silme işlemi yapılmamıştır. Bu değerlendirmeler sonrası, her iki ölçeğin de "güvenilir" (Büyüköztürk, 2007; 171) olduğu kanaatine varılmıştır.

Tablo 1. Dışa Dönüklük ve Hizmet Yönelimi Ölçeklerinin Güvenilirlik Katsayıları

Katsayılar	Ölçekler	
	Dışa dönüklük	Hizmet yönelimi
Madde Sayısı	10	5
Ölçeğin ilk yarısı için Alfa katsayısı	,596	-
Ölçeğin ikinci yarısı için Alfa katsayısı	,695	-
Tek numaralı ölçek maddeleri için Alfa katsayısı	,648	-
Çift numaralı ölçek maddeleri için Alfa katsayısı	,669	-
Rastgele seçilen 183 anket için Alfa katsayısı	.814	.800
Rastgele seçilen 166 anket için Alfa katsayısı	.756	.780
En küçük ve büyük madde-bütün korelasyon değeri	.302-.601	.552-.602
Negatif madde-bütün korelasyon değeri	Yok	Yok
En küçük ve büyük çoklu R^2 değeri	.185-.473	.320-.396
Madde silindiğinde en küçük ve büyük Alfa değeri	,752-,789	.743-.763
Tüm ölçek için Cronbach Alfa katsayısı	.789	.791
Ölçek ortalaması	3,3947	4,1879
Tepki kategorileri : 1:Kesinlikle Katılmıyorum, ..., 5:Kesinlikle Katılıyorum		

4. BULGULAR

Araştırmaya katılan öğrencilerin demografik özellikleri Tablo 2’de görülmektedir. Buna göre araştırmaya katılan öğrencilerin, %57’si erkek olup; %59’u, 22 ve üstü yaşadadır. Önceden belirlenen kota nedeniyle yaklaşık üçte biri ön lisans öğrencisidir. %57’si birinci öğretim öğrencisidir. %25’i birinci sınıf, %38’i ikinci sınıftır.

Tablo 2. Katılımcı Öğrencilerin Demografik Özelliklere Göre Dağılımı

Özellik	Sıklık	%	Özellik	Sıklık	%
Cinsiyet			Öğrenim türü		
Erkek	200	57	Birinci öğretim	98	56,7
Kadın	149	43	İkinci öğretim	51	43,2
Yaş			Sınıf		
18-21 arası	143	41	1.sınıf	88	25,2
22 ve üstü	206	59	2.sınıf	131	37,5
Düzye			3.sınıf	35	10,0
Ön lisans	107	31	4.sınıf	95	27,2
Lisans	242	69			

Dışa dönüklüğün tek boyutlu bir yapı sergileyip sergilemediğini kontrol etmek için faktör analizi yapılmış olup; sonuçlar Tablo 3’de sunulmaktadır. Buna göre, KMO örneklem yeterliliği %80,6 olarak tespit edilmekte ve Bartlett testi ($X^2:849,279$; s.d.:45; $p<0.0001$) de anlamlı bulunmaktadır. Böylece veri setinin faktör analizine uygunluğu teyit edilmektedir. Kişiliğin dışadönüklük boyutunun tek boyutlu bir yapı sergilemesi beklenirken, üç alt boyut ortaya çıkmıştır. Bu üç alt boyut toplam varyansın %60’ını açıklamaktadır.

Dört maddeden oluşan ilk faktör toplam varyansın dörtte birini açıklamaktadır. Bu faktörde; “Genelde az konuşurum” (0,820), “Söyleyeceklerim genelde azdır” (0,795), “Yabancılar arasında sessizimdir” (0,711) ve “Genelde arka planda kalırım” (0,645) maddeleri bir araya gelmiştir. Hepsini ters kodlama gerektiren bu maddeler içinde konuşkanlık dikkat çekmektedir. Bu nedenle de faktör, “konuşkanlık” olarak isimlendirilmiştir.

Tablo 3.Dışadönüklük Ölçeği Faktör Analizi Sonuçları

	Yükü	Öz değeri	Açıklanan varyans	Ortalama	Alfa
1.KONUŞKANLIK		,534	25,538	3,3072	,786
Genelde az konuşurum (R)	820				
Söyleyeceklerim genelde azdır (R)	795				
Yabancılar arasında sessizimdir (R)	711				
Genelde arka planda kalırım (R)	645				
2.RAHATLIK		,926	19,256	3,7169	.641
Birçok değişik insanla konuşabilirim	730				
Çevremde insanlar olduğunda kendimi rahat hissederim	683				
Tam bir eğlence insanıyım	655				
Genelde sohbe te ilk başlayan olurum	601				
3.İLGİ ÇEKİCİLİK		,566	15,664	2,9308	.675
İlgi odağı olmayı önemsemem (R)	849				
Dikkat çekmekten hoşlanmam (R)	776				
Faktör çıkarma metodu: Temel bileşenler analizi; Döndürme metodu: Varimax; KMO Örnekleme Yeterliliği: %80,6; Bartlett's Küresellik Testi için Ki-Kare:849,279; s.d.:45; p<0.0001; Açıklanan toplam varyans: %.60,258; Genel ortalama: 3,3947; Ölçeğin tamamı için güvenilirlik katsayısı: .0,789; Tepki kategorileri: 1: Kesinlikle katılmıyorum, ..., 5:Kesinlikle Katılıyorum					

İkinci faktör, dört maddeden oluşmakta ve toplam varyansın yaklaşık %20'sini açıklamaktadır. Bu faktörde; “Birçok değişik insanla konuşabilirim” (0,730), “Çevremde insanlar olduğunda kendimi rahat hissederim” (0,683), “Tam bir eğlence insanıyım” (0,655) ve “Genelde sohbe te ilk başlayan olurum” (0,601) maddeleri bulunmaktadır. Değişik insanlarla konuşabilme dikkat çekicidir. Faktör genel hali ile rahatlığı çağrıştırdığından, adına “rahatlık” denmiştir.

Son faktör iki maddeden oluşmakta ve toplam varyansın %15,6'sını, açıklanan varyansın ise dörtte birini açıklamaktadır. Faktörde; ters kodlama gerektiren “İlgi odağı olmayı önemsemem” (0,849) ve “Dikkat çekmekten hoşlanmam” (0,776) maddeleri bulunmaktadır. Bundan dolayı da, “ilgi

çekicilik” adı verilmiştir. Bu faktörün Alfa katsayısı 0,675’dir. İki maddeli faktörlerde, bu katsayının 0,700 ve üstünde olması istenmekle birlikte, 0,700’e yakın bir değer olması nedeniyle iki maddeli bir faktöre izin verilmiştir.

Öğrencilerin hizmet yönelimlerini belirlemeye çalıştığımız beş maddeli ölçeğe uygulanan faktör analizi sonucu, Tablo 4’de görülmektedir. Bu ölçek için KMO örneklem yeterliliği %81,6 olarak tespit edilmekte ve Bartlett testi ($X^2:487,7988$; s.d.:10; $p<0.0001$) de anlamlı bulunmaktadır. Böylece veri setinin faktör analizine uygunluğu teyit edilmektedir. Beş maddeden oluşan hizmet yönelimi ölçeği tek boyutlu bir yapıyı teyit etmekte ve toplam varyansın %56’sını açıklamaktadır. Tüm maddelerin yükleri 0,700’ün üstünde olup, özellikle hizmet yöneliminde uygun hizmet sunmaktan ve başkalarına yardım etmekten duyulan mutluluk ve gurur öne çıkmaktadır.

Tablo 4. Hizmet Yönelimi Ölçeği Faktör Analizi Sonuçları

	Yükü	Öz değeri	Açıklanan varyans	Ortalama	Alfa
		2,793	55,865	4,1879	0,791
Uygun hizmet sunmakla kendim ile gurur duyarım.	,768				
Başkalarına yardım etmekten mutluluk duyarım.	,767				
Hayalimdeki en iyi iş, insanların problemlerini çözmemde yardımcı olmayı içerir.	,752				
Çoğu insanla iyi anlaşırım.	,737				
Benim yaratılışımda başkalarının ihtiyaçlarını göz önünde bulundurmam vardır.	,711				
Faktör çıkarma metodu: Temel bileşenler analizi; Döndürme metodu: Varimax; KMO Örneklem Yeterliliği: %81,6; Bartlett's Küresellik Testi için Ki-Kare:487,7988; s.d.:10; $p<0.0001$; Açıklanan toplam varyans: %.55,865; Genel ortalama: 4,1879; Ölçeğin tamamı için güvenilirlik katsayısı:0,791; Tepki kategorileri: 1: Kesinlikle katılmıyorum,....,5:Kesinlikle Katılıyorum					

Araştırmada öğrencilerin misafirle doğrudan veya dolaylı otel departman tercihleri de belirlenmiştir (Tablo 5). Öğrenciler göreceli olarak en fazla halkla ilişkileri ($\bar{x}:3,8692$), ön büroyu ($\bar{x}:3,7791$), satış ($\bar{x}:3,6550$) ve danışma ($\bar{x}:3,3373$) departmanını tercih etmişlerdir. Öğrenciler bu dört departmanda çalışmayı arzu etmektedirler. Diğer taraftan sağlık kulübü konusunda kararsızlık ($\bar{x}:2,9201$) yaşamaktadırlar. Buna karşın; kat

hizmetleri (\bar{x} :2,1642), servis (\bar{x} :2,4201) ve animasyon (\bar{x} :2,7559) departmanlarında çalışmak istememektedirler.

Misafirle doğrudan temas gerektirmeyen departmanlar açısından bir değerlendirme yapıldığında; öğrenciler muhasebe (\bar{x} :2,9971) konusunda kararsızdırlar. İnsan kaynakları yönetimi (\bar{x} :3,9707) departmanında çalışmayı istemektedirler. Buna karşın teknik servis (\bar{x} :1,8635), mutfak (\bar{x} :2,6064), güvenlik (\bar{x} :2,0855) ve çamaşırhanede (\bar{x} :1,5846) çalışmayı düşünmemektedirler.

Tablo 5.Öğrencilerin Otel Departman Tercihlerine İlişkin İstatistikler (n:349)

Departmanlar	\bar{x}	S	t-değeri	Departmanlar	\bar{x}	s	t-değeri
Satış-Pazarlama	3,6550	,22156	10,017***	Muhasebe	2,9971	,32287	,042
Ön büro	3,7791	,20965	12,032***	İnsan Kaynakları	3,9707	,09559	6,552***
Kat Hizmetleri	2,1642	,16807	-13,367***	Teknik Servis	1,8635	,12153	18,931***
Servis	2,4201	,37751	-7,864***	Mutfak	2,6064	,43024	5,141***
Animasyon	2,7559	,43312	-3,182**	Güvenlik	2,0855	,26004	13,558***
Danışma	3,3373	,30158	4,841***	Çamaşırhane	1,5846	92823	28,487***
Halkla İlişkiler	3,8692	,21900	13,321				
Sağlık Kulübü	2,9201	39667	-1,068				
<i>Doğrudan temas gerektiren departman tercihi</i>	<i>3,1126</i>	<i>66765</i>	<i>3,151**</i>	<i>Dolaylı temas gerektiren departman tercihi</i>	<i>,5180</i>	<i>60538</i>	<i>14,875***</i>
: p<0,01; *:p<0,001; Test değeri: 3 (Kararsızlık); Tepki kategorileri: 1: Kesinlikle katılmıyorum,...,5:Kesinlikle Katılıyorum							

Öğrencilerin dışadönüklük boyutlarının misafirle teması gerektiren ve gerektirmeyen departman tercihlerine etkiyi en iyi açıklayan alt boyutları tespit edebilmek için adımsal regresyon analizi yapılmıştır. Misafirle doğrudan teması gerektiren departmanlar açısından, tahmin işlemi en iyi öğrencilerin “rahatlık”ları dikkate alınarak yapılabileceğini, regresyon analizi ortaya koymuştur (Tablo 6). Yapılan analize göre, model geçerli olup ($F_{1,347}$: 26,149, p<0,001); modele göre tahmin işlemi yapılabilir. Bu model, öğrencilerin misafirle doğrudan temas gerektiren departman tercihlerini ancak %6,7 oranında açıklayabilmektedir. Bu oranın düşük kaldığını belirtmek gerekir. Yine de, öğrencilerin bir otelde misafirle doğrudan temas gerektiren departmanları tercih etmesini, onların rahatlıkları anlamlı şekilde

açıklamaktadır. Öğrencilerin rahatlıklarındaki bir birimlik artışın, bu tür bir departman tercihini, 0,265 birim artırdığı anlaşılmaktadır. Dolayısıyla H_{1a} hipotezinin, açıklama oranı düşük olmakla birlikte, desteklendiği tespit edilmektedir.

Misafirle doğrudan teması gerektirmeyen departman tercihleri üzerinde hiçbir dışadönüklük alt boyutunun etkili olmadığı ortaya çıkmıştır. Dolayısıyla H_{1b} hipotezi desteklenmemektedir. Bu durum, bir öğrenci dışa dönük olsa bile, çevresel şartlar gereği misafirle doğrudan teması olmayan departmanlarda bile çalışabileceğini ima etmektedir.

Tablo 6. Regresyon Analizlerinin Sonuçları

Modeller		Standartlaştırılmamış katsayılar		Standartlaştırılmış katsayılar	t	Anlam düzeyi
		B	Std. Hata	Beta		
Model 1 (H_1)	(Sabit)	2,226	,177		12,589	,000
	Rahatlık	,239	,047	,265	5,114	,000
	Bağımlı değişken: Misafirle doğrudan teması olan departman tercihi R: 0,265; R^2 :%7,0; Düzeltilmiş R^2 : %6,7; Model için $F_{1,347}$: 26,149, $p<0,001$					
Model 2 (H_2)	(Sabit)	2,674	,165		16,220	,000
	Rahatlık	,407	,043	,449	9,362	,000
	Bağımlı değişken: Hizmet yönelimi; R: 0,449; R^2 :%20,2; Düzeltilmiş R^2 : %19,9; Model için $F_{1,347}$: 87,656, $p<0,001$					
Model 3 (H_3)	(Sabit)	2,113	,220		9,622	,000
	Hizmet yönelimi	,239	,052	,240	4,609	,000
	Bağımlı değişken: Misafirle doğrudan teması olan departman tercihi; R: 0,240; R^2 :%5,8; Düzeltilmiş R^2 : %5,5; Model için $F_{1,347}$: 21,239, $p<0,001$					
Model 4 (H_4)	(Sabit)	1,822	,232		7,839	,000
	Rahatlık	,177	,052	,196	3,421	,001
	Hizmet yönelimi	,151	,057	,152	2,645	,009
	Bağımlı değişken: Misafirle doğrudan teması olan departman tercihi; R: 0,297; R^2 :%8,9; Düzeltilmiş R^2 : %8,3; Model için $F_{2,346}$: 16,798, $p<0,001$; Min.tolerans: 0,798, Max.VİF: 1,253; Max.CI: 15,410					

Turizm eğitimi alan öğrencilerin dışadönüklüklerinin “rahatlık” alt boyutunun, misafirlerle teması gerektiren departmanları tercih etmelerinde etkili olduğunun belirlenmesi nedeniyle, öğrencilerin “hizmet yönelimlerinin” departman tercihindeki aracılık rolünün analizi, “rahatlık” alt boyutu üzerinden yapılmıştır. Ayrıca misafirle doğrudan temas gerektirmeyen departman tercihlerinde dışadönüklüğün alt boyutlarından herhangi biri (H_{1b}) veya hizmet yönelimi anlamlı şekilde etkili (H_{3b}) olmadığından, yine “hizmet yöneliminin“ aracılık rolü “misafirle temas gerektiren departman tercihi” üzerinden yapılmıştır (Tablo 5). Aracılık etkisinin ortaya konmasında Baron ve Kenny (1986: 1177) tarafından önerilen süreç izlenmiştir.

İkinci aşamada, bağımsız değişkenimiz olan “rahatlık”ın aracı değişken olduğunu düşündüğümüz “hizmet yönelimi” üzerindeki etkisi anlaşılmaya çalışılmıştır. Yapılan analiz, modelin geçerli olduğunu ($F_{1,347}$: 87,656, $p<0,001$) ve rahatlığın hizmet yönelimini %19,9 oranında açıklayabildiğini ortaya koymuştur. Rahatlıktaki bir birimlik değişim, hizmet yönelimini 0,449 düzeyinde artırmaktadır. Böylece H_2 hipotezinin desteklendiği tespit edilmektedir.

Üçüncü aşamada, hizmet yöneliminin misafirle doğrudan temas gerektiren departman tercihinin etkisi analiz edilmiştir. Buna göre, hizmet yönelimi misafirle temas gerektiren departman tercihi üzerinde etkili olup ($F_{1,347}$: 21,239, $p<0,001$); model bağımlı değişkendeki değişimin %5,5’ini açıklamaktadır. Hizmet yönelimindeki bir birimlik değişimin, misafirle doğrudan temas gerektiren bölüm tercihinin 0,240 yükselttiği belirlenmektedir. Dolayısıyla, H_{3a} hipotezinin desteklendiği de ortaya çıkmaktadır.

Dördüncü aşamada, modele hizmet yönelimi ilave edilerek, analiz yinelenmiştir. Yapılan analizde; modelin anlamlılığını ($F_{2,346}$: 16,798, $p<0,001$) koruduğu ve misafirle doğrudan temas gerektiren departman tercihinin %8,3 oranında açıkladığı görülmüştür (Tablo 5). İlk aşamada 5,114 olarak tespit edilen “rahatlık” alt boyutunun t-değerinin, dördüncü modelde 3,421’e ($p<0,001$) düştüğü görülmektedir. Dolayısıyla bağımsız değişkenin (rahatlık) bağımlı değişken (misafirle doğrudan temas gerektiren departman tercihi) üzerindeki etkisinin azaldığı, ancak anlamlı olmaya devam ettiği bulgulanmaktadır. Bu modele göre, rahatlıktaki bir birimlik artış, misafirle temas gerektiren departman tercihinin ,196 birim artırırken, hizmet yönelimi ,152 birim artırmaktadır. Böylece, rahatlığın misafirle doğrudan temas gerektiren departman tercihinin etkisinde hizmet yöneliminin kısmi aracılık rolüne sahip olduğu anlaşılmaktadır. Bu durum, “Öğrencilerin dışa dönüklüklerinin misafirle doğrudan temas gerektiren departman tercihlerine

etkisinde hizmet yönelimlerinin aracılık rolü vardır” şeklindeki H₄ hipotezimizin desteklendiğini ortaya koymaktadır.

Hizmet yöneliminin misafirle temas gerektiren departman tercihinin kısmi aracılık etkisinin anlamlılığı Sobel testi ile belirlenmiştir. Sobel (1982) tarafından test için önerilen formül aşağıdaki gibidir ve bu işlemin sonucu yaklaşık olarak Z değerine eşittir (MacKinnon, Lockwood, Hoffman, West ve Sheets, 2002: 85).

$$z = \frac{ab}{\sqrt{b^2 Sa^2 + a^2 Sb^2}} = 4,13448186$$

Formüldeki a, bağımsız değişken (rahatlık) ile aracı değişken (hizmet yönelimi) arasındaki standartlaştırılmamış katsayı değerini (a: 0,407), S_a ise bu katsayının standart hata değerini (S_a:0,043) temsil etmektedir. Formüldeki b, aracı değişken (hizmet yönelimi) ile bağımlı değişken (misafirle doğrudan temas gerektiren departman tercihi) arasındaki standartlaştırılmamış katsayı değerini (β: 0,239), S_b ise bu katsayının standart hata değerini (S_b: 0,052) temsil etmektedir. Yapılan hesaplama sonucu Z değeri 4,13448186 olarak belirlenmiş olup; α:0,05 düzeyindeki standart Z değeri olan 1,96'dan büyük olduğu için, aracılık etkisinin anlamlı (p<0,001) olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

5. SONUÇ

Öğrencilerin gelecekle ilgili meslek seçimi ve kariyer belirlemedeki yönlendirme sürecinde, kişilik özelliklerinin ve bir kişilik özelliği olarak hizmet verme yatkınlığının ölçülmesi ve adayların turizm mesleğine yönlendirilmesinde bir etken olarak dikkate alınması yararlı olabilir. Bunların, öğrencilerin mesleki eğitim tercihlerinin öncesinde yapılması kendileri açısından yararlı olacaktır. Mesleki eğitim aşamasında da, bu duyarlılık sürdürülmelidir. Mesleki eğitim, adayların mesleklerine ilişkin algılarının ve buna bağlı tutumlarının ilk kez şekillenmeye başladığı bir ortam olması nedeniyle, mesleğe bağlanma ya da mesleğe karşı olumsuz tutumlarının oluşması açısından önemli bir yer tutmaktadır (Seymen vd., 2017; 425). Bu bağlamda ön lisans ve lisans düzeyinde turizm eğitimi alan öğrencilerin dışadönüklük kişilik özellikleri ile hizmet yönelimliliklerinin departman tercihinin etkisini konu alan bu çalışmada, çarpıcı sonuçlara ulaşılmıştır. Beş Faktörlü Kişilik Modelinde tek boyut olarak açıklanan dışadönüklük (Somer vd., 2002: 23), turizm öğrencileri özelinde üç alt boyuta indirgenmiştir. Bu üç boyut toplam varyansın %60'ını açıklamakta olup; konuşkanlık, rahatlık ve ilgi çekicilik olarak adlandırılmıştır. Boyutlarda yer alan maddelerden yüksek yüke (> 0,700) sahip olanlar

dikkate alınarak, turizm eğitimi alan öğrencilerin konuşkanlık, girişkenlik, rahatlık, ilgi çekicilik gibi sıfatlarının öne çıktığı anlaşılmaktadır. Bu durum, alan yazında (Hogan vd., 1984; Cran, 1994; Somer vd., 2002; Yelboğa, 2006; Çetin ve Varoğlu, 2009; Girgin, 2007; Gökdeniz ve Merdan, 2011; Aslan vd., 2012) dışadönük bireyler için üretilen sıfatlarla (pozitif, sosyal, sempatik, sevecen, sevimli, girişken, konuşkan, aktif, kararlı, samimi, dürüst, enerjik, neşeli, eğlenmeyi seven, heyecan ve coşkuyu seven, çabuk ilişki kurabilen, toplum içinde olmayı seven, insan odaklı, iyimser, sevgi dolu, cesur, kendine güvenen, iddialı, arkadaş canlısı, insanları ve grupları seven) önemli ölçüde örtüşmektedir.

Çalışmada üniversite düzeyinde turizm eğitimi alan öğrencilerin hizmet yönelimi, tek boyutlu bir yapı ortaya koymuştur. Bu tek boyut toplam varyansın %56'sını açıklamıştır. Öğrencilerin hizmet sunmaktan gocunmadıkları, başkalarına yardım etmekten mutluluk duydukları, insanların problemlerine yardımcı olmayı sevindikleri, insanlarla iyi iletişim içinde olabildikleri ve empati yapabildikleri tespit edilmiştir. Hizmet yönelimli olma, Hogan vd. (1984) tarafından; “bir örgütün müşterileri ile işgörenleri arasındaki etkileşiminin kalitesini etkileyen tutum ve davranışlar dizisi”, olarak tarif edilmektedir (akt. Seymen vd., 2017: 407).

Öğrencilerin hizmet yönelimliliklerinin misafirle doğrudan temas gerektiren departman tercihini %5,5 oranında açıkladığı tespit edilmiştir. Öğrencilerin hizmet yönelimliliklerindeki bir birimlik artış, misafirle doğrudan temas gerektiren bölüm tercihini 0,240 artırmaktadır. Dolayısıyla, hizmet yönelimli olan öğrencilerin, misafirle doğrudan temas gerektiren departmanları tercih ettiği ortaya çıkmaktadır. Bu durum, bir kişilik özelliği olarak hizmet yönelimlilik ile uygun iş veya departman arasındaki uyumun gerekliliğini ima etmektedir. Turizm meslek adaylarının kişilik özelliklerinin departman tercih sürecinde önemi yadsınamaz. Giderek çok sayıda turizm işletmesi çalışanlarından daha fazla müşteri/hizmet odaklı olma becerisi ve istekliliğini beklemektedir. Hizmet verme yatkınlığı, sektörün kendine has çalışma koşullarına uyum sağlamayı kolaylaştıran bir etken olarak da görülebilir (Seymen vd., 2017: 424).

Seymen ve arkadaşlarının (2017) çalışmasında belirtildiği gibi, turizm sektöründe hizmet verme yatkınlığı konusu özellikle ilgili alanyazında büyük önem taşıyan bir araştırma konusudur. Öte yandan bu konuya ilişkin çalışmaların çoğunlukla örgütsel düzeyde ve pazarlama bakış açısıyla müşteri tatmini ve sadakati, satın alma niyeti, örgütsel performans ve karlılık vb. şeklinde ele alındığı görülmektedir. Hizmet verme yatkınlığı kavramını fiilen hizmet alanında çalışanlar açısından bireysel düzeyde irdeleyen çok az sayıda çalışma bulunmaktadır. Rese ve Maiwald (akt. Seymen vd., 2017: 416) hizmet verme yatkınlığı konusunun öneminin

araştırmacılar tarafından anlaşılmasına karşın, bireysel düzeyde yeterince derinlikli analizlerin yapılmamış olduğunun altını çizmektedir. Yapılan yazın taramasında da turizm sektöründe meslek adaylarında bulunan hizmet verme yatkınlığı ile meslek seçimi arasındaki ilişkiyi ölçen araştırmalara sınırlı şekilde rastlanmıştır.

Hizmet yönelimi yüksek olanlar için kullanılan sıfatlar arasında ise hizmet vermeye eğilimli, yetenekli, becerili, yararlı, düşünceli, ince, işbirlikçi, yardımsever, özenli, koruyucu, öngörülü, işbirlikçi, kendini kontrol edebilen, empati kurabilen, sorumlu, dışadönük, uyumlu, duygusal, istikrarlı, başarıma arzulu sayılmaktadır (Seymen vd., 2017: 408). Dolayısıyla öğrencilerin hizmet yönelimliliklerinin alan yazında üretilen sıfatlarla önemli ölçüde benzeştiği tespit edilmektedir.

Turizm işletmelerindeki bazı iş görenler, diğerlerine göre hizmet verme konusunda daha yatkındırlar. Özellikle turizm işletmelerinde konuklar ile doğrudan temasta olan ön büro, yiyecek-içecek hizmetleri, kat hizmetleri, satış ve misafirle ilişkiler gibi departmanlardaki iş görenlerin hizmet verme özelliği sayesinde ilk önce konuk ile iyi ilişki kurup, sonrasında konuk sadakati oluşturmada ve buna bağlı olarak rekabet üstünlüğü sağlamada önemli olduğu genel kabul gören bir görüştür (Kuşluvan ve Eren, 2011: 140). Turizm eğitimi alan öğrenciler üzerinde yapılan araştırmada (Özdemir vd., 2005: 51) öğrencilerin en uzun çalıştıkları bölüm ön büro (%31,3) ve yiyecek-içecek (%58,9) olarak tespit edilmiştir. Cömert (2014: 54) erkek öğrencilerin %75, kadın öğrencilerin ise %72,4'nün misafirle doğrudan teması gerektiren departmanları, doğrudan temas gerektirmeyen departmanlara kıyasla daha çok tercih ettiği sonucuna ulaşmıştır.

Öğrencilerin genelde misafirle doğrudan teması olan departmanları (\bar{x} :3,1126) daha çok tercih ettikleri, doğrudan teması olmayan departmanlarda çalışmak istemedikleri (\bar{x} :2,5180) anlaşılmaktadır. Çalışmak istedikleri departmanlar ise, insan kaynakları yönetimi, halkla ilişkiler, ön büro, satış ve danışma departmanı olmaktadır. Bu çalışmanın bulguları doğrultusunda öğrenciler için direk konukla iletişimde bulunmanın önemli olduğu söylenebilir. Bu durum öğrencilerin dışadönüklüğün önemli özelliklerini taşıması nedeniyle, yadırganacak bir durumun olmadığı şeklinde yorumlanabilir.

Turizm eğitimi alan öğrencilerin dışadönüklük boyutlarından rahatlığın, misafirle doğrudan temas gerektiren departman tercihini en iyi açıklayan boyut olduğu ortaya çıkmıştır. Rahatlığın, misafirle temas gerektiren otel departman tercihini düşük de olsa %6,7 oranında açıklayabildiği tespit edilmiştir. Rahatlık boyutundaki bir birimlik artış, doğrudan temas gerektiren departman tercihini 0,265 birim artırmaktadır.

Şengel vd., (2015: 133) bölüm tercihinde bulunurken öğrencilerin belli faktörleri göz önüne aldıkları, bölümün çekici olması ve kişiye uygun olmasının önemli tercih nedenlerinden bir tanesi olduğunu tespit etmişlerdir. Ayrıca bu çalışmada genel anlamda kişilik ile bölüm tercihi arasındaki korelasyonlarda orta düzeyli bir ilişkinin var olduğu sonucuna varılmıştır. İlişkiler genellikle olumlu kişilik boyutları ile bölüm tercihleri arasında olmaktadır. Özellikle bireylerin özgüven sahibi olması ve dışadönük olmaları ile bölüm tercihi boyutları arasında açıklayıcılığa sahip olduğu görülmektedir (Şengel vd., 2015: 133).

Dışadönüklük boyutlarından hiçbirisi, misafirle doğrudan temas gerektirmeyen departman tercihini anlamlı şekilde etkilememektedir. Bu durum, bir öğrenci dışa dönük olsa bile, çevresel şartlar gereği misafirle doğrudan teması olmayan departmanlarda bile çalışabileceğini ima etmektedir.

Misafirle doğrudan temas gerektiren ve gerektirmeyen departman tercihinin dışadönüklük boyutlarının etkisini belirlemeye dönük yapılan regresyon analizi, ilginç bir sonuç ortaya koymuştur. Son yıllarda daralan dış turizm talebi, Rusya pazarında yaşanan sıkıntılar, Avrupa ve Kuzey ülkelerinde gelişen olumsuz Türkiye imajı gibi faktörler, öğrencileri turizm sektörü dışında iş arama eğilimlerini artırabilmektedir. Bu sebeple turizm sektöründe çalışma isteği azalan öğrenci de, çoğunlukla misafirle doğrudan temas gerektiren departmanları daha çok tercih eder hale gelmektedir. Bu durum, Türk turizm sektöründe krizsiz bir ortam yaratılana dek, öğrencilerin dışadönüklüklerinin etkisiyle misafirle doğrudan teması gerektiren departmanlarda az da olsa çalışma eğiliminde olacağı, misafirle doğrudan teması gerektirmeyen departmanlarda ise hiç çalışma isteğinin olmayabileceği şeklinde yorumlanabilir.

Bir dışadönüklük boyutu olan rahatlığın misafirle doğrudan temas gerektiren departman tercihinin etkisinde hizmet yöneliminin kısmi aracılık rolüne sahip olduğu anlaşılmaktadır. Bu durum, öğrenci özelliklerinden rahatlığın doğrudan temas gerektiren departman tercihindeki etkisini, hizmet yönelimliliğinin kısmi olarak azalttığı anlamına gelmektedir. Dolayısıyla, potansiyel işgören olan öğrencilerin misafirle temas gerektiren departmanlara yerleştirirken onların dışadönüklükleri ve hizmet yönelimliliklerinin birlikte değerlendirilmesi gerektiği ortaya çıkmaktadır.

Turizm sektöründe çalışmanın ön gereklerinden birisi, sektörde çalışmayı sevebilmektir. Turizm sektöründe çalışmayı sevebilme ise, hizmet yönelimli olabilmeyi gerektirmektedir. Çalışanların kişilik özelliklerinin bir parçası olan hizmet yönelimli olma, çalışanların konuklarına verdiği hizmetten duyduğu memnuniyet ile ilgilidir. Bu durum ise, işletmelerin

hizmet kalitesini, müşteri memnuniyetini, müşteri sadakatini bunun sonucunda işletmelerin rekabet üstünlüğünü ve performansını belirleme açısından önemli olduğu kabul görülmektedir (Kuşluvan ve Eren, 2011: 140). Bundan dolayı turizm işletmelerinin hizmet yönelimi yüksek çalışanları seçmelerinin işletmelerin başarısı ve devamlılıkları açısından da oldukça önemli olduğu düşünülmektedir. Eğer kişiler, sahip oldukları yetenekleri işlerinde en iyi performansı sergilemek için kullanırlarsa, işlerinde iyi bir ilerleme gerçekleştirebilirler, daha mutlu olabilirler ve kısa sürede başarılı olabilirler. Sonuç olarak kendi seçtikleri işlerinde daha uzun kalabilirler.

Gelecek dönemlerde öğrencilerin kişilik özellikleri ve hizmet yönelimliklerinin departman seçimi ile yapılacak çalışmaların bu konudaki boşluğu dolduracağı düşünülmektedir. Her araştırmada olduğu gibi bu araştırmanın da kimi kısıtları bulunmaktadır. Araştırmanın en önemli kısıdı, araştırmanın sadece Mersin Üniversitesi'ne bağlı turizm eğitim veren okulların öğrencileri ile yapılmasıdır. Bunun nedeni hem araştırmacıların bu okulda bulunmaları, hem de eğitim kurumlarının sayısının çok olması nedeniyle tümüne ulaşmak için gerekli zaman ve maddi kısıttır. Başka bir kısıt da, öğrencilerin sadece dışa dönüklük ve hizmet yönelimliklerinin departman seçimlerine etkisi üzerine odaklanmasıdır. Oysa alan yazında kişilik özelliği ile ilgili birçok kavramdan bahsedilmektedir. Diğer bir kısıt ise, kişilerin olaylara karşı tutum ve davranışlarının zaman içinde değişeceğinin bilinmesine karşın, veri derlemenin anlık olarak gerçekleşmesidir.

KAYNAKÇA

- Alpar, R. (2012). *Uygulamalı İstatistik Ve Geçerlilik –Güvenirlilik*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Altman, L.A. Ve Brothers, L.R. (1995). Career Longevity Of Hospitality Graduates. *FIU Hospitality Review*, 13(2), 77-83.
- Aslan, Z., Ünüvar, Ş. Ve Başoda, A. (2012). Turizm Eğitimi Alan Öğrencilerin Kişilik Özelliklerinin Belirlenmesi Ve Turizm Sektörün Uyumu Açısından Değerlendirilmesi. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 23(2) 203-219.
- Baron, R. M., and Kenny. D. A. (1986). The Moderator–Mediator Variable Distinction In Social Psychological Research: Conceptual, Strategic, And Statistical Considerations. *Journal Of Personality And Social Psychology*, 51, 1173-1182.
- Başoda, A. (2012). *Kişilik Özelliği Olarak Hizmet Verme Yatkınlığının İş Tatmini Ve İşten Ayrılma Niyeti Üzerindeki Etkisi: Konaklama İşletmelerinde Bir Uygulama*, Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Nevşehir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Nevşehir.

- Berings, D., De Fruyt, F. Ve Bouwen, R. (2004). Work Values And Personality Traits As Predictors Of Enterprising And Social Vocational Interests, *Personality And Individual Differences*, 36, 349-364.
- Birdir, K. (2002). Turizm Ve Otel İşletmeciliği Eğitimi Alan Lisans Öğrencilerinin Turizm Endüstrisinde Çalışmayı Tercih Etmemelerinin Temel Nedenleri: Bir Nominal Grup Tekniği Araştırması. *Turizm Eğitimi Konferans-Workshop 11-13 Aralık 2002. Ankara: T.C. Turizm Bakanlığı Turizm Eğitimi Genel Müdürlüğü*, 495-504.
- Brymer, R. A. Ve Pavesic, D. V. (1990). Personality Characteristics And Profiles Of Hospitality Management Graduate. *Journal Of Hospitality And Tourism Research*, 14(1), 77-86.
- Burger, J.M. (2006). *Kişilik*. (Çev.) Deniz, İ. Ve Sarıoğlu, E., İstanbul: Kaknüs Yayınları.
- Büyüköztürk, Ş. (2007). *Sosyal Bilimler İçin Veri Analizi El Kitabı*. 8. Baskı. Ankara: Pegem Yayıncılık.
- Chang, S., Ching, E., Ve Tse, T. (2015). Understanding The Initial Career Decisions Of Hospitality Graduates In Hong Kong: Quantitive And Quality Evidence. *Journal Of Hospitality & Tourism Research*, 39(1), 57-74.
- Chen, S-C., Wu, M-C. Ve Chen, C-H. (2010). Employees' Personality Traits, Work Motivation, And Innovative Behavior In Marine Tourism Industry. *J. Service Science And Management*, 3, 198-205.
- Cömert, M. (2014). Turizm Eğitimi Alan Öğrencilerin Çalışmak İstedikleri Alanlar Ve Sektördeki İstihdamda Cinsiyet Ayrımcılığıyla İlgili Düşünceleri. *Gazi Üniversitesi Turizm Fakültesi Dergisi*, 1(201), 50-62.
- Cran, D. J. (1994). Towards Validation Of The Service Orientation Construct. *The Services Industry Journal*, 14(1), 34-44.
- Çatı, K. Ve Bilgin, Y. (2013). Turizm Lisans Öğrencilerinin Turizm Sektöründe Çalışma Eğilimleri. *C.Ü. İktisadi Ve İdari Bilimler Dergisi*, 14(1), 23-45.
- Çetin, F. Ve Varoğlu, A. K. (2009). Özellikler Bağlamında Girişimcinin Beş Faktör Kişilik Örüntüsü. *Savunma Bilimleri Dergisi*, 8(2), 51-66.
- Eren, D. (2007). *Örgütsel Hizmet Odaklılığının İşletme Performansı Üzerindeki Etkisi: Konaklama İşletmelerinde Bir Uygulama*, Yayımlanmamış Doktora Tezi, Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kayseri.
- Erdem, B. (2010). Lisans Düzeyinde Turizm Eğitim Alan Öğrencilerin Otel İşletmelerinde Animasyon Bölümüne Yönelik Tutumları: Ampirik Bir Araştırma. *Ege Akademik Bakış*, 10(3), 1087-1113.
- Girgin, B. (2007). *Beş Faktör Kişilik Modelinin İşyerinde Duygusal Tacize (Mobbing) Etkileri*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kütahya.

- Gökdeniz, İ., Merdan, E. (2011). Kişilik İle Kariyer Seçimi Arasındaki İlişkinin İncelenmesi. *Aksaray Üniversitesi İİBF Dergisi*, 3(2), 23-36.
- Gwinner, K. P., M. J. Bitner, S. W. Brown, Ve A. Kumar. (2005). Service Customization Through Employee Adaptiveness. *Journal Of Service Research* 8, 131-148.
- Hair, J. F., Black, C. W., Babin, B. J & Anderson, R. E. (2010). *Multivariate Data Analysis, 7th Edition*. Pearson Publishing.
- Harris, J. A., Vernon, P. A., Johnson, A. M. Ve Jang, K. L. (2006). Phenotypic And Genetic Relationships Between Vocational Interests And Personality. *Personality And Individual Differences*, 40, 1531-1541.
- Hogan, R. (2009). *Kişilik Ve Kurumların Kaderi*. (Çev.) Kölay, S.Y., İstanbul: Remzi Kitabevi.
- Kalaycı, Ş. (2010). *SPSS Uygulamalı Çok Değişkenli İstatistik Teknikleri*. Ankara: Asil Yayın.
- Koroğlu, Ö. (2014). Meslek Seçimi İle Kişilik Özellikleri Arasındaki İlişkinin Belirlenmesi: Turizm Rehberliği Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi Ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 2, 137-157.
- Kuşluvan, S. Ve Eren, D. (2011). İşgörenlerin Kişilik Özelliği Olarak Hizmet Verme Yatkınlığı Ve Ölçümü: Bir Literatür Taraması. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 22(2), 139-153.
- Mackinnon, D. P., Lockwood, C. M., Hoffman, J. M., West, S. C. Ve Sheets, V. (2002). A Comparison Of Methods To Test Mediation And Other Intervening Variable Effects. *Psychological Methods*, 7(1), 83–104.
- Mccrae, R. R. Ve Costa, P. T. (2006). *Personality In Adulthood, A Five-Factor Theory Perspective*. Second Edition, Guilford Press, New York.
- Özdamar, K. (2011). *Paket Programlar İle Veri Analizi*. Kaan Kitabevi. Eskişehir.
- Özdemir, B, Aktaş, A. Ve Altıntaş, V. (2005). Turizm Ve Otelcilik Eğitimi Görmekte Olan Lisans Düzeyindeki Öğrencilerin Otel İşletmelerinin Yiyecek-İçecek Bölümüne Yönelik Tutumları. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 16(1), 46-58.
- Özgün, M. S. (2007). *Okul Psikolojik Danışmanlarının Kişilik Özellikleri İle Mesleki Yetkinlik Beklentileri Arasındaki İlişkinin İncelenmesi*, Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Çukurova Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Adana.
- Richardson, S. (2008). Undergraduate Tourism And Hospitality Students' Attitudes Towards A Career In The Industry: A Preliminary Investigation. *Journal Of Teaching In Travel And Tourism*. 8(1), 23–46.
- Robbins, S., Timothy A. J. (2009). *Organization Behaviour. Thirteenth Edition*, New Jersey: Prentice Hall.

- Seymen, O., Bolat, T., Bolat, O. Ve Kinter, O. (2017). Turizm Sektöründe Çalışma Koşulları Algısı, Hizmet Verme Yatkınlığı Ve Mesleki Yabancılaşma İlişkisi: Turizm Eğitimi Alan Öğrenciler Açısından Bir Değerlendirme. *MANAS Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 6, 401-430.
- Somer, O., Korkmaz, M. Ve Tatar, A. (2002). Beş Faktör Kişilik Envanteri'nin Geliştirilmesi-I: Ölçek Ve Alt Ölçeklerin Oluşturulması. *Türk Psikoloji Dergisi*, 17, 21-33.
- Sobel, M. E. (1982). Asymptotic Confidence Intervals For Indirect Effects In Structural Equations Models. *Sociological Methodology*, 13, 290-312.
- Şengel, Ü., Pamukçu, H. Ve Zengin, B. (2015). Bölüm Tercihi İle Kişilik Arasındaki İlişki: Kastamonu Üniversitesi Turizm Fakültesi Örneği. *Kastamonu Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi*, 7, 122-134.
- Tatlıhoğlu, K. (2014). Üniversite Öğrencilerinin Beş Faktör Kişilik Kuramı'na Göre Kişilik Özellikleri Alt Boyutlarının Bazı Değişkenlere Göre İncelenmesi. *Tarih Okulu Dergisi (TOD.)*, 17, 939-971.
- Teng, C. C. (2008). The Effects Of Personality Traits And Attitudes On Student Uptake In Hospitality Employment. *International Journal Of Hospitality Management*, 27, 78-86.
- Tokmak, İ., Turgut, H. Ve Öktem, Ş. (2013). Turizm Ve Otelcilik Öğrencilerinin Sosyotropik-Otonomik Kişilik Özelliklerinin İletişim Becerilerine Etkisi. *Anatolia Turizm Araştırmaları Dergisi*, 24(1), 1-13.
- Verquer, M. L., Beehr, T. A. Ve Wagner, S. H. (2003). A Meta-Analysis Of Relations Between Person-Organization Fit And Work Attitudes. *Journal Of Vocational Behavior*, 63, 473-489.
- Vogel, R. M., And Feldman, D. C. (2009). Integrating The Levels Of Person-Environment Fit: The Roles Of Vocational Fit And Group Fit. *Journal Of Vocational Behavior*, 75, 68-81.
- Walsh, K., Chang, S. Ve Tse, E. C. Y. (2015). Understanding Students' Intentions To Join The Hospitality Industry: The Role Of Emotional Intelligence, Service Orientation, And Industry Satisfaction. *Cornell Hospitality Quarterly*, 56(4), 369-382.
- Yelboğa, A., (2006). Kişilik Özellikleri Ve İş Performansı Arasındaki İlişkinin İncelenmesi. *İş, Güç Endüstri İlişkileri Ve İnsan Kaynakları Dergisi*, 2, 196-211.

EXTENDED SUMMARY

Purpose

Among the potential workers of tourism sector are the students who receive tourism education. The fact that tourism students are service oriented is their most important determining characteristic. A research has been carried out to determine the influence of the extrovertness of the students who get tourism education at university level to hotel department preference. Discovering some personality traits of those students is getting more and more important either for the workers and the sector itself. Being service-oriented is one of the most distinctive characteristics of tourism students. There are limited number of studies focusing on the approach of tourism students when they choose their departments. In the studies conducted on tourism students, it is usually the general attitude of the students towards the sector that has been studied. Students' choice of department has generally been neglected. There have been numerous studies on tourism students up to now. But, there is not a study which examines the relationship between students' choice of department and their personality traits of extroversion and service orientation. In this study, the effect of extroversion in tourism students at university level on the choice of hotel department is examined. Students' being service-oriented is also discussed by integrating it to the model.

Methodology

This study has been designed as descriptive research. The data have been collected with a survey based on the literature. There are three scales as well as demographic questions in the survey. Two different scales have been used to determine the students' extroversion and service orientation. The reaction categories of the articles in the scales have been processed with five-unit Likert scale as "1: Totally disagree..., 5: Totally agree." 16 departments have been listed to determine the students' department choices. The universe of the research constitutes the tourism students who get university education in Turkey. The sampling frame is formed from the students at a state university who attend. The Tourism and Hotel Management associate degree program and The Tourism Management department at the undergraduate level. The survey was applied face to face, with the quota sampling technique in March 2017. While analysing the data, factor and regression analysis has been utilized besides descriptive statistics.

Findings/ Results

It may be useful to consider the personality traits and the tendency to serve as a personality trait and as a factor in directing the candidates to the tourism profession in the process of career selection and career selection for students' futures. In the research, the pride and happiness resulted from providing proper service and helping others, especially in the service orientation, have come into prominence. It would be useful for them to do this in advance of the vocational training preferences of the students. The service orientation of the students studying at the university level in the study revealed a one dimensional structure. It has been found out that students want to work at front office, sales and information desk departments which require contact with visitors, and at human resources

management department which requires indirect contact. It has also been understood that service orientation has a partial agent role in the effect where comfort, a subdimension of extroversion, influences the selection of the department which requires direct contact with visitors.

Conclusion and Discussion

It could be beneficial to consider measuring the personality traits and tendency of giving service as a personality trait when directing the students to tourism industry. It will be favourable for them if it is done before their vocational training. This awareness should continue during vocational training, too. Since vocational training is an environment in which the perceptions and attitudes towards the profession are formed for the first time, this could be important in being committed to the job or adopting a negative attitude against it. It has been ascertained that students are not offended when giving service, they are happy when they help others, they love assisting people with their problems, they are good at communicating and they can empathize with others. It has also been concluded that there is a medium level relationship in the correlation between personality and department choice in general terms. None of the dimensions of extroversion effect the choice of the department which doesn't require direct contact with visitors meaningfully. This implies that even though a student is extrovert, s/he can work at the departments which do not have direct contact with visitors because of their environmental conditions.

KONAKLAMA İŞLETMELERİNDE KUŞAKLAR BAĞLAMINDA İŞVEREN MARKA ALGISI İLE ÇALIŞMA YAŞAM KALİTESİ İLİŞKİSİ¹

Geliş Tarihi: 26.02.2018

Kabul Tarihi: 20.06.2018

E-ISSN 2149-3871 Sayfa: 160-179

Arş. Gör. Mehmet Tahir DURSUN
Bilecik Şeyh Edebali Üniversitesi, Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu
ORCID No: 0000-0002-9390-3529
tahir.dursun@bilecik.edu.tr

Doç. Dr. Engin Deniz ERİŞ
Dokuz Eylül Üniversitesi, İzmir Meslek Yüksekokulu
ORCID No: 0000-0002-0652-3975
engindeniz.eris@deu.edu.tr

Araştırma Makalesi

ÖZ

Gün geçtikçe değişen teknoloji ve yükselen yaşam kalitesi beraberinde yeni markalar ve iş ortamları ortaya çıkarmıştır. Çağa ayak uydurmak ve mevcut çalışanların gelecekte kaliteli bir iş ortamında çalışabilmeleri için işverenler gelecek kuşakların olası istek ve beklentilerini karşılayabilecek şekilde işe ilişkin unsurları (fiziksel çalışma koşulları, ücret vb.) hazırlamaya çalışmaktadırlar. Bu çalışmada, işveren marka algısının çalışma yaşam kalitesi ile ilişkisi ve bu ilişkinin kuşaklar tarafından farklı algılanıp algılanmadığını ortaya koymak amaçlanmaktadır. Araştırma Eskişehir ilinde hizmet veren dört ve beş yıldızlı konaklama işletme çalışanları örnekleminde gerçekleştirilmiştir. Araştırmada nicel yöntemlerden alan araştırması kullanılmış olup veriler soru formu (anket) tekniği ile toplanmıştır. Elde edilen veriler istatistiksel programlar aracılığıyla analiz edilmiştir. Elde edilen verilere göre örneklemin oluşturduğu çalışanlar X ve Y kuşaklarından oluşmaktadır. Dolayısıyla kuşak karşılaştırılması bu iki kuşak arasında yapılmıştır. Yapılan regresyon sonucunda, işveren markasının ana değişken olarak çalışma yaşam kalitesini arasında pozitif bir ilişki ortaya çıkmıştır. Özetle, işveren marka algısının çalışma yaşam kalitesini etkilediği ve kuşaklara göre bu etkide bir farklılaşmanın olmadığı ortaya çıkmıştır.

Anahtar Kelimeler: İşveren Markası, Çalışma Yaşam Kalitesi, Kuşaklar, Turizm.

¹ Bu çalışma ikinci yazarın danışmanlığında yürütülmüş olan birinci yazarın yüksek lisans tezinden üretilmiştir.

RELATIONSHIP BETWEEN EMPLOYER BRAND PERCEPTION AND QUALITY OF WORKLIFE IN THE CONTEXT OF GENERATIONS IN HOSPITALITY ENTERPRISES

ABSTRACT

The ever-changing technology and rising quality of life have brought new brands and business environments together. To keep pace and enable current employees to work in a quality business environment in the future, employers are trying to prepare elements of work (physical working conditions, wages, etc.) so that they can meet the expectations and expectations of future generations. In this study, it is aimed to show whether employer brand perception is related to working quality of life and whether this relationship is perceived differently by generations. The research was carried out in the sample of employees of four and five-star hospitality managements serving in Eskisehir. In the research, a field study from quantitative methods was used and data were collected by questionnaire technique. The obtained data were analysed by means of statistical programs. According to the obtained data, the employees formed by the sample are composed of X and Y generations. Therefore, comparison was made between these two generations. As a result of the regression made, there was a positive relationship between working life quality as the main variable of the employer brand. In summary, it was found that employer brand perception affected working quality of work and there was no differentiation in this effect from generation to generation.

Keywords: Employer Brand, Quality Of Work Life, Generations, Tourism.

1. GİRİŞ

Turizm sektöründe istihdam edilen tüm çalışanlar açısından çalışma yaşam kalitesi ve özellikle de son yıllarda işveren markası önem arz etmektedir. İşletme ve çalışanlara yönelik iş performansının artırılması ve nitelikli çalışanların işletmelere çekilmesi açısından uygulayabilecekleri stratejiler bulunmaktadır. İşletmelerin hem mevcut hem de nitelikli, potansiyel çalışan adaylarının ilgisini çekmek amacıyla kaliteli bir iş ortamı ile birlikte iş-yaşam dengesini sağlayabilmesi, çalışanlar üzerinde olumlu bir işveren marka algısı oluşturmaktadır. Bu çalışma ile temel olarak, turizm sektöründe hizmet veren işletmelerin sahip oldukları marka algısının belirlenmesi, çalışma yaşam kalitesinin ne düzeyde olduğunu saptanması ve bu konularla ilişkili olarak mevcut ya da potansiyel çalışanların işveren markası ve çalışma yaşam kalitesi kavramlarına ilişkin algılarının ortaya konması amaçlanmaktadır. İşveren markası ve çalışma yaşam kalitesi konularında turizm alanında yapılan çalışmalar sayıca azdır. Bu bağlamda çalışma, işveren markası ve çalışma yaşam kalitesi arasındaki ilişkinin analizi ile turizm işletmeleri tarafından önemsenen işgücü ihtiyacının

karşılanmasında gerekli etmenlerin belirlenmesi ve işgücünün işletmelerden beklentilerinin neler olduğunun tespit edilmesi sektördeki tüm paydaşlara yarar sağlayacaktır.

Bu çalışmada yazın taraması yapılarak işveren markası, çalışma yaşam kalitesi ve kuşak değişkenlerine yönelik çalışmalar incelenerek kavramlar açıklanmaya çalışılmıştır.

1.1. İşveren Markası

İşveren markası kavramı, ilk olarak işletmelerin 1990'lı yıllarda çalışanlar için benimsedikleri yetenek savaşları sırasında ortaya çıkmıştır. İşveren markası kavramının yaratıcısı olarak görülen Simon Barrow, bu kavramı “işletme tarafından çalışanlarına sunulan ekonomik, sosyal ve psikolojik faydalar bütünü” olarak tanımlamaktadır (Barrow ve Mosley, 2007). Duc To (2013) işveren markasını, çalışanların işletme için “çalışılacak harika bir yer” olarak ifade edilmesini sağlayan ve marka algısını oluşturan bir kavram olarak tanımlamaktadır. İşveren markası, bir işletme için mevcut durum ve gelecekte kaliteli, güçlü ve uygun çalışanlara sahip olmaya yönelik bir amaca ulaşmada gerçekleşen süreçtir (Van Dam, 2006:3). Güçlü işveren markasına sahip işletmeler, prestij, imaj, çalışan-işveren uyumu, işe yönelik yüksek performans ve verim, kaliteli iş yaşamı, sabit işyeri yasaları ve aktiviteler gibi pek çok özelliğe sahiptirler (Wallace vd., 2014:21).

İşveren markası kavramı işin içeriği, sosyal değer, ekonomik fayda ve gelişim olanakları olarak dört farklı boyutta açıklamaktadır (Bednarska ve Olszewski, 2013). **İşin içeriği boyutu**, adından da anlaşılacağı üzere, çalışanların iş sözleşmesinde belirtilen iş tanımlarını ifade etmektedir. İşverenlerce çalışanların çalışma karşılığı verilen ücret ise **ekonomik fayda boyutunda** açıklanmaktadır. İşveren ve çalışan ilişkileri, yönetim anlayışı, çalışanlar arası iş arkadaşlıkları sosyal aktiviteler gibi unsurlar **sosyal değer boyutunu**, çalışanların kariyer çabalarına ilişkin işletme tarafından vaat edilen iyileştirme fırsatları ise **gelişim olanakları boyutunda** incelenmektedir.

İlgili çalışmalar incelendiğinde, Buttenberg (2013) tarafından yapılan çalışmada işveren markasının çalışan performansına etkisi araştırılmıştır. Güçlü bir işveren markasına sahip işletmede çalışanların iş tatmini yüksek olmakta ve dolayısıyla çalışma yaşamından memnun olmaları hem bireysel performansın hem de işletme performansının artmasında motivasyon unsuru olmaktadır. Rampl (2014), çalışanların ilk tercihi olmak için gereken işveren özelliklerini ve işletme uygulamalarını araştırmayı amaçlamıştır. Araştırma sonuçlarına göre, iş ortamı ve örgüt kültürü, potansiyel çalışanların işletmeye çekilmesinde en önemli faktörlerdir. İş ortamının iyileştirilmesi ve örgüt kültürünün oluşturulması için etkili bir yönetim anlayışıyla birlikte çalışanlarıyla iyi bir iletişim kuran işverenler, çalışanlar için iyi bir marka

algısı oluşturmaktadır. Burawat (2015) tarafından yapılan araştırmada, işveren markasının, çalışan beklentileri açısından çalışma koşulları üzerinde etkili olduğu saptanmıştır. Tanwar ve Prasad (2016), iş tatminini etkileyen işveren markası faktörlerini belirlemek amacıyla bir çalışma yapmıştır. Bu çalışma sonucunda, eğitim ve gelişim olanakları, itibar, örgüt kültürü, sosyal bütünleşme, iş yaşam dengesi, kurumsal sosyal sorumluluk ve çeşitlilik çalışanların işten memnun olmalarını etkileyen işveren markası faktörleri olarak ortaya çıkmıştır.

1.2. Çalışma Yaşam Kalitesi

Çalışma, bireyin yaşamını devam ettirmek amacıyla, bedensel veya zihinsel emek harcaması ve bundan ekonomik, psikolojik ve sosyal doyumlar elde etmesi durumu şeklinde tanımlanmaktadır (Küçükusta, 2007). Ayrıca çalışma, bireyin yaşamında zamanını iyi değerlendirmesi, yaşam enerjisini kontrollü bir şekilde yönetmesi, faydalı amaçlar için harcaması ve bunun sonucunda elde ettiği doyumla ruhsal huzurunu korumasını sağlamaktadır (Afşar, 2011:104). Bireyin bedensel veya zihinsel emeklerinin karşılığı olarak aldığı ücret dışında elde ettiği iş yaşamına dair tatmin bireyin çalışma yaşam kalitesini yansıtmaktadır.

Yazında çalışma yaşam kalitesini etkileyen unsurlar, çalışma yaşam kalitesi ile ilişkili çalışma ortamı, ücret vb. konular çalışma yaşam kalitesi boyutlarını oluşturmaktadır. Çalışanların, çalışma yaşam kalitesi algılarının yüksek olması, işyerinde temel ihtiyaçlarının karşılanmasına göre iş doyumlarını da arttırabilmektedir (Türkay, 2015). Tütüncü ve Kozak (2007), yaptıkları araştırmada, ücret en az önemli faktörken, denetim ve kontrol çalışanların genel iş memnuniyetlerine ve çalışma yaşam kalitesine katkıda bulunan en önemli faktörlerden olduğunu saptamıştır. Turizm çalışanları işlerinden memnun olduklarında, müşteri beklentilerini karşılayan bir hizmet sunmaya çalışırlar (Dienhart ve Gregorie, 1993:41). Bu durum, turizm işletmesinin imajına ilişkin müşterilerin hizmet ve marka algısını olumlu anlamda etkileyebilmektedir (Spinelli ve Cavanos, 2000). Dolayısıyla çalışanlara kaliteli bir iş yaşamının sağlanması, hem bireysel amaçlara hem de örgütsel amaçlara hizmet etmektedir. İşletmelerin yapısal farklılıkları da çalışanların çalışma yaşam kalitesi algılarına farklılık kazandırmaktadır. Singhapakdi ve diğerleri, (2010) yaptıkları çalışmada, küçük işletmelerde çalışan pazarlama yöneticilerinin daha büyük işletmelerde çalışan pazarlama yöneticilerine göre çalışma yaşam kalitesi algılarının yüksek düzeyde olduğunu saptamıştır.

1.3. Kuşakların Farklılaşması

Kuşak kavramı yönetim ve pazarlama yazınında özellikle son yıllarda sıkça kullanılmaktadır. Yazın incelendiğinde yapılmış olan çalışmaların kuşaklara göre belirlenen grupların, yönetim açısından liderlik algıları, tüketim alışkanlıkları, teknoloji ve iletişime bakış açıları gibi konularla ilişkili olduğu görülmektedir.

Kuşak kavramı ile ilgili Türk Dil Kurumunun web sayfasında yer alan sözlükte iki tanıma yer verilmiştir. Birinci tanım, felsefe bilimi açısından değerlendirilerek; *“yaklaşık olarak aynı yıllarda doğmuş, aynı çağın şartlarını, dolayısıyla birbirine benzer sıkıntıları, kaderleri paylaşmış, benzer ödevlerle yükümlü olmuş kişilerin topluluğu”* şeklinde tanımlanmaktadır. *“Yaklaşık yirmi beş, otuz yıllık yaş kümelerini oluşturan bireyler öbeği, göbek, nesil, batın, jenerasyon”* şeklindeki ikinci tanımda ise, toplum bilimi açısından değerlendirilmiştir (Türk Dil Kurumu, 2017).

Kuşakların, bireysel ve toplumsal farklılıkları olduğu gibi iş yaşamında da aynı şekilde grupsal beklenti ve performansa dayalı farklılıklar oluşmaktadır. Kişilerin, işverenden beklentileri, çalışana olan tutum ve davranışları gibi özellikler hem yöneten hem de yönetilen için yönetim anlayışını etkilemiştir (Demirkaya ve diğerleri, 2015:187). Geçmişte, azla yetinmeyi bilen, işyerinde otoriteyi makul gören ve işvereni ve işi benimseyen bir nesil varken, günümüz toplumunda, sorgulayıcı, beklenti, istek ve gereklerin farklılaşmasıyla birlikte yaşayış tarzlarında daha hızlı davranan bir nesil vardır (Sadullah, 2010).

Yazında kuşak sınıflandırılmasına ilişkin net bir fikir birliği olmamasıyla birlikte (Özer vd., 2013) Tablo-1’de verilen çalışmalarda olduğu gibi en yaygın kuşak sınıflandırma yöntemi kişilerin doğum yılları dikkate alınarak yaşlarına ilişkin sınıflandırmadır.

Tablo-1: Kuşakların Farklı Çalışmalara Göre Sınıflandırılması

	Geleneksel Kuşak	B.P. Kuşağı	X Kuşağı	Y Kuşağı	Z Kuşağı
Spitznas, 1998	1925-1945	1946-1964	1965-1980		
Washburn, 2000	1926-1945	1946-1964	1965-1981	1982-2003	
Tsui, 2001	1925-1945	1946-1964	1965-1975	1976-1981	1982-2002
Lancaster ve Stillman, 2002	1900-1945	1946-1964	1965-1980	1981-1999	

Senbir, 2004	1929- 1939	1945- 1965	1965- 1977	1977- 1994	1994- 2003
Keleş, 2011		1946- 1964	1965- 1979	1980- 1999	

Kaynak: Sena Erden Ayhün, (2013:96-97). Kuşaklar Arasındaki Farklılıklar ve Örgütsel Yansımaları. *Ekonomi ve Yönetim Araştırmaları Dergisi*, 2(1).

Geleneksel kuşak için, disiplin, namus ve şeref hayatın en önemli öğeleridir. İşlerine, eşlerine ve ailelerine çok bağlı olmakla birlikte, çalıştıkları işletmelerde çok başarılı ve isteklidirler. Bunların yanı sıra teknolojiye uzak ve muhafazakâr bir toplumda yetişmişlerdir (Oral, 2013:14). Berkup (2015:47) geleneksel kuşakta olan kişileri, çalışan olarak iş ortamında, itaatkâr, uyumlu olmaya özen gösteren, tasarruf etmeyi seven ve bu sorumluluğun bilincinde olan bir nesil olarak ifade etmektedir.

Gibson ve diğerleri (2010), Bebek Patlaması kuşağında yer alan potansiyel çalışan adaylarını ve mevcut çalışanları değişime, sadakate, güvenlik, işkoliklik, idealiteye karşı rahat ve hatta iş yaşamını aile yaşamının üstünde tutan bireyler olarak görmektedir. Bu bağlamda, iş yaşamında işlerine en sadık çalışanlar olarak nitelendirilmektedir. Genelde, iş ortamında diğer çalışanlarla, başarılı ve etkin bir iletişim sağlamaktadırlar (Daloğlu, 2013:32).

İş yaşamında X kuşağı, işlerine içten bağlıdırlar ve işletme amaçlarına ulaşabilmesi için fedakârlık yapmaya gönüllüdürler (Bickel ve Brown, 2005:206). Para bu kuşak için tek başına bir motivasyon aracı değildir ancak, işlerine bağlı olmalarına sağlayan kritik bir faktör olarak alınabilir (Zemke vd., 2013:111).

Teknolojiyle yakından ilişkili olan Y kuşağı çalışma yaşamlarında da teknolojik imkânları kullanmayı ve beyaz yakalı pozisyonlarda çalışmayı hedeflemektedirler. Kuşaklara ilişkin yapılan araştırmalar, Y kuşağının örgütsel bağlılık konusunda zayıf olduklarını ve işverenlerine karşı sadık olmadıklarını göstermektedir (Khanolkar, 2013:13). Y kuşağı çalışanlarının çalışma ortamına yönelik beklentileri karşılanmazsa anında istifa etmeye meyillidirler (Kim vd., 2009). Y kuşağı için sosyal yaşam ve iş dışı yaşam kalitesi, çalışma yaşamından önce gelmektedir (Twenge, 2010).

Geleceğin gizemli çocukları olarak görülen Z kuşağı, teknolojiyi ileri derecede kullanmaktadır. Henüz iş yaşamına girmemiş olmalarından dolayı çalışma yaşamından beklentileri, motivasyon araçları yönetim ve pazarlama anlayışları açısından bir kategoriye konulamamaktadırlar. Görsel veya metinsel olarak uzaktan da iletişim kurabildikleri için, kendi başlarına yaşayabilecekleri öngörülmektedir. Mengi (2009) 'ye göre, aynı anda birkaç işi birlikte yapabilecekleri ve bu yönde becerilerini geliştirebilecekleri düşünülmektedir.

2. YÖNTEM

Araştırmada işveren markasının çalışma yaşam kalitesine etkisini ölçen ve bunun kuşaklar bakımından farklılaşmasını ortaya koymak için yazında incelenen değişkenler ile belirlenen hipotezler test edilmiştir. Araştırmanın temelini işveren markası ve alt boyutlarının çalışma yaşam kalitesi üzerindeki etkisinde katılımcıların buldukları kuşağın düzenleyici etkisinin sorgulanması araştırmanın temel hipotezini oluşturmaktadır.

2.1. *Araştırmanın Hipotezleri*

Araştırmadaki temel varsayım, işveren markası ve alt boyutlarının (işin içeriği, gelişim olanakları, ekonomik fayda, sosyal değer) çalışma yaşam kalitesi üzerinde etkisinin olması ile birlikte bu etkinin kuşaklara göre farklılaştığına dayanmaktadır. Yazında işveren markası ile ilgili yapılmış çalışmalar gösteriyor ki işveren markasına sahip işletmelerde çalışanların sosyal, ekonomik ve kariyer elde etme yolunda kaliteli bir iş yaşamına sahip olma beklentisi içerisinde oldukları anlaşılmıştır (Rampl, 2014; Korunka vd., 2008; Burawat, 2015; Tanwar ve Prasad, 2016). Bu çalışmalar doğrultusunda işveren markası ile çalışma yaşam kalitesi arasında anlamlı bir ilişki olabileceği öngörülmüştür. Dolayısıyla bu çalışmada bu ilişkinin incelenmesi ve ek olarak ilişkinin kuşaklara yönelik farklılığını belirlemek için aşağıdaki hipotezler belirlenmiştir.

H₁: İşveren markasının çalışma yaşam kalitesi üzerinde etkisi kuşaklara göre farklılık göstermektedir.

H₂: İşveren markasının çalışma yaşam kalitesi üzerinde etkisi vardır.

H₃: İşin içeriğinin çalışma yaşam kalitesi üzerinde etkisi vardır.

H₄: Gelişim olanaklarının çalışma yaşam kalitesi üzerinde etkisi vardır.

H₅: Ekonomik faydanın çalışma yaşam kalitesi üzerinde etkisi vardır.

H₆: Sosyal değerın çalışma yaşam kalitesi üzerinde etkisi vardır.

2.2. *Anakütle ve Örneklem*

Araştırmanın anakütlesini Eskişehir ilinde faaliyet gösteren tüm konaklama işletmeleri çalışanları oluşturmaktadır. Örneklem olarak ise dört ve beş yıldızlı konaklama işletmelerinin çalışanlarından oluşmaktadır. Dört ve beş yıldızlı konaklama işletmelerinin tercih edilme nedeni kurumsallaşma düzeyinin daha yüksek olacağı varsayımı ile çalışma koşullarının daha standart ve işveren marka algısının da belli bir düzeyde olacağı varsayımına dayanmaktadır. Eskişehir İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü'nün şehir içi konaklama işletmeleri listesinde yer alan dört ve beş yıldızlı toplam altı

işletme belirlenmiştir. Çalışmada tüm işletmelere yapılan araştırma hakkında ön bilgi verildikten sonra veri toplamak için konaklama işletmesi yöneticileri ile yüz yüze görüşülerek izin alınmıştır. Araştırmanın yapıldığı dönem itibariyle örnekleme oluşturan işletmelerdeki çalışan sayısı kadar soru formu işletmelere gönderilmiştir.

2.3. Veri Toplama Aracının Oluşturulması

Araştırma, amacı bakımından açıklayıcı bir araştırmadır. Araştırma deseni olarak nicel yöntemlerden faydalanılmış ve veri toplamak amacıyla anket tekniği kullanılmıştır. Soru formu üç bölümden oluşmaktadır. İlk bölümde, çalışanların yaş, cinsiyet, çalıştıkları departman gibi demografik sorular, ikinci bölümde çalışma yaşam kalitesine ilişkin 35 maddelik ölçek (Timossi vd., 2008), üçüncü bölümde ise işveren markasına ilişkin 15 Maddelik ölçek (Bednarska ve Olszewski, 2013) yer almaktadır. Çalışma yaşam kalitesi ölçeği Timossi ve arkadaşları tarafından Walton'ın (1975) modeline göre derlenmiştir. Soru formunda 5'li Likert tipi değerlendirme yöntemi kullanılmıştır. Veri toplama sürecine geçmeden önce, soru formuna son halinin verilmesi için çapraz çeviri yapılmış ve sektöre uygunluğu uzman görüşüyle onaylanmıştır. Soru formu ile 4 yıldızlı bir konaklama işletmesinde 32 çalışan üzerinde pilot çalışma yapılmıştır. Ölçeğin geçerlilik ve güvenilirliği test edilerek veri toplama sürecine geçilmiştir. Örneklem çerçevesinde işletmelerden izin alınarak veriler 2017 yılının Mayıs ve Haziran aylarında toplanmıştır. Toplam 228 çalışandan 190 (%83,03) analize uygun olarak kullanılabilir soru formu elde edilmiştir.

2.4. Verilerin Analizi

Araştırmada işveren markası ve çalışma yaşam kalitesi ifadelerinin alt boyutları ile birlikte ölçeklerin iç tutarlılığını ölçmek amacıyla Cronbach's Alpha (İM/0,83-ÇYK/0,91) ve yapının kuramla uygunluğunu doğrulamak için doğrulayıcı faktör analizi (DFA) yapılmıştır. İçsel tutarlığın ölçülmesi maddeler arasındaki ilişkiyi açıklamaktadır. Churchill (1979) ölçeklerde, Alpha değerinin 0,70 sınırı üstünde yer alması durumunda ölçeğin uygunluğunu ve kabul edilebilir olduğunu belirtmektedir. Ayrıca 0,70'e ek olarak yeni geliştirilen ölçeklerde bu oranın 0,60-0,70 arası olması durumunda da yeterli olarak görülmektedir (Nunnally, 1978). Özdamar'a göre (1999), Cronbach's Alpha iç tutarlılık katsayısının 0,80 ile 1,00 arasında olması durumunda ölçeğin güvenilir olduğunu kabul edilmektedir.

Faktör analizi yapılmadan önce verilerin normal dağılıp dağılmadıklarını öğrenmek amacıyla ölçekte yer alan ifadelerin basıklık ve çarpıklık değerlerine bakılmıştır. Çarpıklık (skewness) -2 ile +2 arasında ve basıklık (kurtosis) -2 ile +2 arasında yer almalıdır. Ancak bazı kaynaklarda

basıklık değerinin +5'e kadar kabul edilebilir olacağını ifade etmektedir (Kılıç ve Ural, 2005). Bu çalışmada elde edilen verilere normallik dağılım testi uygulandığında, basıklık ve arpıklık değerlerin çalışma yaşam kalitesi oleği için en düşük ve en yüksek değerler -1,39 ve +0,24 (skewness), -1,27 ve +3,1 (kurtosis); işveren markası oleği için ise bu değerler, -1,14 ve +0,27 (skewness), -0,95 ile +1,13 (kurtosis) olarak bulunmuştur.

3. BULGULAR

Araştırmaya katılan 190 çalışanın cinsiyet, yaş, bölüm, kuşak gibi demografik özelliklerine ilişkin frekanslar aşağıdaki gibidir.

Tablo-2: Demografik zelliklere İlişkin Frekans Dağımları

	Beş Yıldızlı		Dört Yıldızlı		Toplam	
	F	%	F	%	F	%
Kuşak Grubu						
BP Kuşağı	1	0,8	-	-	1	0,5
X Kuşağı	34	26,0	14	23,7	48	25,3
Y Kuşağı	96	73,3	45	76,3	141	74,2
Cinsiyet						
Kadın	44	33,6	27	45,8	71	37,4
Erkek	87	66,4	32	54,2	119	62,6
Medeni Durum						
Evli	59	45,0	22	37,3	81	42,6
Bekār	72	55,0	37	62,7	109	57,4
Eğitim Durumu						
İlkretim	30	22,9	7	11,9	37	19,5
Lise	37	28,2	16	27,1	53	27,9
n lisans	21	16,0	12	20,3	33	17,4
Lisans	36	27,5	23	39,0	59	31,1
Yüksek Lisans	6	4,6	1	1,7	7	3,7
Doktora	1	0,8	-	-	1	0,5
Departman						
n büro	14	10,7	21	35,6	35	18,4
Servise-Bar	33	25,2	10	16,9	43	22,6
Mutfak	30	22,9	13	22,0	43	22,6
Kat Hizmetleri	27	20,6	10	16,9	37	19,5
Muhasebe	11	8,4	-	-	11	5,8
Diğer	16	12,2	5	8,5	21	11,0
Toplam					190	100

Araştırmaya beş yıldızlı ve dört yıldızlı konaklama işletmeleri çalışanları katılmıştır. Demografik özellikleri incelendiğinde, araştırmaya katılanların % 0,5'i (1 Kişi) bebek patlaması kuşağı, %25,3'ü (48 Kişi) X kuşağı ve %74,2'si (141 Kişi) Y kuşağındadır. Çalışanlarının %37,4'ünü (71 Kişi) kadın çalışanlar, %62,6'sını (119 Kişi) erkek çalışanlar oluşturmaktadır. Çalışanların medeni durum frekansları, %42,6 (81 Kişi) evli, %57,4 (109 Kişi) bekâr şeklinde tespit edilmiştir. Çalışanların eğitim durumları incelendiğinde, en fazla lisans mezunu (%31,1/59 kişi) ve lise mezunu (%27,9/53 kişi) kişilerden oluşmaktadır. Çalıştıkları departmanlara ilişkin verilere göre, %18,4'ü (35 Kişi) ön büro, %22,6'sı (43 Kişi) servis-bar, %22,6'sı (43 Kişi) mutfak, %19,5'i (37 Kişi) kat hizmetleri, %5,8'i (11 Kişi) muhasebe ve %11'inin (21 Kişi) diğer departmanlarda çalışmaktadırlar.

3.1. Doğrulayıcı Faktör Analizi (DFA)

Çalışmada kullanılan işveren markası ve çalışma yaşam kalitesi ölçekleri için doğrulayıcı faktör analizi yapılmıştır. Doğrulayıcı Faktör Analizinde, Kikare (χ^2) değeri ve uyum indeksleri önem arz etmektedir. Doğrulayıcı faktör analizine konulan ifadelerle ilişkin faktör yükleri 0,50'nin altında kalan ifadeler analizden çıkartılarak çalışma yaşam kalitesi ölçeği için sekiz faktör altında 29 ifade ve işveren markası ölçeği dört faktör altında 13 ifade yer almıştır. Bu ölçeklerin yapıları ve güvenilirlik katsayıları Tablo-3'te verilmiştir.

Tablo-3: Doğrulayıcı Faktör Analizinde Ölçekler ve Güvenirlikler

		S.S.	ORT.	Alpha
İşveren Markası ,83	İş İçeriği Boyutu	,77	3,39	,71
	Gelişim Olanakları Boyutu	,85	3,43	,77
	Ekonomik Fayda Boyutu	,77	3,08	,58
	Sosyal Değer Boyutu	,73	4,01	,70
Çalışma Yaşam Kalitesi ,91	Yeterli ve Adil Ücretlendirme Boyutu	1,11	2,72	,85
	Güvenli ve Sağlıklı Çalışma Koşulları Boyutu	,87	3,31	,86
	Sürekli gelişme ve iyileştirme Boyutu	,74	3,94	,71
	Becerileri Geliştirme ve Fırsatları	1,04	3,37	,78
	Değerlendirme Boyutu			
	Sosyal Bütünleşme Boyutu	,83	3,65	,74
	Organizasyondaki Yasalar Boyutu	,85	3,65	,84
	Toplam Yaşam Alanı Boyutu	,82	3,43	,65
Çalışma Yaşamının Sosyal Boyutu	,79	3,91	,83	

Doğrulayıcı Faktör Analizi sonucunda, işveren markası ölçeği altında toplanan dört faktör doğrulanmış olup bu faktörlerin güvenilirlikleri işin içeriği (İİ) ,71; gelişim olanakları (GO) ,77; ekonomik fayda (EF) ,58; sosyal değer

(SD) ,70 olup ölçeğin tamamına ilişkin güvenilirlik katsayısı, 83; Çalışma yaşam kalitesi faktörlerinin yapısal güvenilirlik katsayıları ise şekil-2'deki gibi sırasıyla, (.85), (.86), (.71), (.78), (.74), (.84), (.65), (.83) ve bu faktörlerin toplamını oluşturan çalışma yaşam kalitesi ölçeği için bu katsayı (.91) olarak saptanmıştır.

CFI, GFI ve AGFI değerlerinin 0,90'a yakın olması, eşit olması veya üzerinde olması model indekslerin uygunluğunu ifade etmektedir (Bagozzi ve Yi, 1988; Hu ve Bentler, 1999). Bu çalışmada, bu değerler çalışma yaşam kalitesi ölçeği için $\chi^2 = 1,83$; GFI=0,84; AGFI=0,80; CFI=0,90 ve RMSEA=0,06 olarak bulunmuştur. Aynı şekilde işveren markası ölçeği için $\chi^2=2,50$; GFI=0,90; AGFI=0,85; CFI=0,89 ve RMSEA=0,06'dir. Bu değerler göz önünde bulundurulduğunda elde edilen verilerle model doğrulanmaktadır.

3.2. Korelasyon Analizi

Çalışma hipotezlerinin uygulanmasına geçmeden önce değişkenlerin birbirleriyle anlamlı düzeyde ilişkili olmaları beklenmektedir. Bu yüzden faktörler arasında anlamlı düzeyde bir ilişkinin var olup olmadığına bakmak ve geçerliliği ölçmek için korelasyon testi uygulanmıştır. Tablo-4'de işveren markası ölçeğinin altında toplanan boyutlar ve bağımlı değişken olan çalışma yaşam kalitesinin birbirleriyle ilişkisini gösteren değerlere yer verilmiştir.

Tablo-4: Değişkenlere İlişkin Korelasyon Katsayıları

	İşin İçeriği	Gelişim Olanakları	Ekonomik Fayda	Sosyal Değer	Çalışma Yaşam Kalitesi
İşin İçeriği	1,00	,508**	,373**	,391**	,440**
Gelişim Olanakları		1,00	,593**	,476**	,618**
Ekonomik Fayda			1,00	,364**	,532**
Sosyal Değer				1,00	,572**
Çalışma Y. Kalitesi					1,00
İşveren Markası					,706**

**Korelasyon $p < ,01$ düzeyinde anlamlıdır.

Tablo-4'de gösterildiği gibi, işveren markasına ilişkin alt boyutlar olan işin içeriği, gelişim olanakları, ekonomik fayda ve sosyal değer boyutları birbirleri arasında ilişkili çıkmıştır. Bu durum, değişkenler arası ilişki değerlerinin 0,50 üzerinde çıkması ile kanıtlanmaktadır. Değişkenler arası korelasyon değerlerinin 0,50'den yüksek olması yakınsama geçerliliğinin sağlanmış olduğunu göstermektedir (Bagozzi ve Yi, 1988).

3.3. Hipotezlerin Test Edilmesi

Araştırmada oluşturulan hipotezler çoklu regresyon testine tabi tutulmuştur. Çoklu regresyon analizi için işveren markası alt boyutları için içeriği, gelişim olanakları, ekonomik fayda ve sosyal değer bağımsız değişkenler; çalışma yaşam kalitesi ise bağımlı değişken olarak atanmıştır.

Tablo-5: Çoklu Regresyon Analizi

Anova	K. T.	S. D.	Ort.	F	p
Regresyon	33,746	4	8,436	49,766	,000
Artık	31,361	185	,170		
Toplam	65,107	189			

Bağımlı değişken: çalışma yaşam kalitesi
Sabit: iş içeriği, gelişim olanakları, ekonomik fayda, sosyal değer.

Değişkenler	Değerler				
	β	Std. H.	β	T	P
(Sabit)	1,064	,187		5,701	,000
İşin İçeriği	,064	,046	,084	1,388	,167
Gelişim O.	,206	,049	,299	4,202	,000
Eko. Fayda	,156	,049	,205	3,204	,002
Sosyal Dğr.	,258	,047	,325	5,474	,000

Model	R	R ²	D.- R ²	Std. Hata
	,720	,518	,508	,41173

Yapılan regresyon analizi sonucunda, Anova tablosu için, p değeri ,000 bulunmuştur ve bu, %95 güven oranında modelin istatistiksel olarak anlamlı olduğunu açıklamaktadır. Bu bağlamda, işveren markasının çalışma yaşam kalitesini etkilediği sonucuna varılmaktadır. Model tablosunda yer alan değerler incelendiğinde, R ve R² değerlerinin regresyon modelini düzeltilmiş R² değeri ile işveren markası çalışma yaşam kalitesi üzerinde %50,8 açıklayıcı olarak bulunmuştur.

Tablo-6: Modele İlişkin Çoklu Regresyon Analizi

Anova	K. T.	S. D.	Ort.	F	P
Regresyon	32,510	2	16,255	93,252	,000
Artık	32,597	187	,174		
Toplam	65,107	189			

Bağımlı değişken: Çalışma yaşam kalitesi
Sabit: İşveren markası, Kuşak (X,Y)

Değişkenler	Değerler				
	B	Std. H.	β	T	p
(Sabit)	1,11→ 1,14	,177→ ,180		6,30→ 6,32	,000
İMTF	,685→ ,689	,050→ ,051	,706→ ,71	13,6→ 13,63	,000
Kuşak	-,050	,070	-,037	-,71	,474
Model					
R	R2	D.- R2	Std. Hata		
,706→,707	,498→,499	,495→,494	,41679→,41751		

Yapılan analiz sonucunda düzeltilmiş R^2 değerinin iki model karşılaştırması sonucu 0,495 ve 0,494 bulunmuştur. İşveren markası ve çalışma yaşam kalitesi ilişkisinde 0,474 ($p>0,05$) değerinde anlamlı olarak kuşakların bir etkisi çıkmamıştır. Bu durumda, işveren markasının çalışma yaşam kalitesi üzerindeki etkisinde kuşaklar açısından bir farklılık görülmediği sonucuna varılmıştır.

İşveren markası alt boyutları ile oluşturulan hipotezler ile işin içeriği, sosyal fayda, ekonomik fayda ve gelişim olanakları boyutlarının çalışma yaşam kalitesi üzerindeki etkisi incelenmiştir. Sonuçlara göre, gelişim olanakları, ekonomik fayda ve sosyal değer faktörlerinin çalışma yaşam kalitesi üzerinde güçlü ve pozitif bir etkiye sahip olduğu tespit edilmiştir. Ancak, işin içeriğinin çalışma yaşam kalitesi üzerinde bir etkisi görülmemiştir. Ayrıca, işveren markasının çalışma yaşam kalitesi üzerindeki etkisinde kuşaklar açısından bir farklılık görülmemiştir. Araştırmada belirlenen hipotezler ve hipotezlerin sonuçları aşağıdaki Tablo-7'de gösterilmektedir.

Tablo-7: Hipotezlerin Sonuçları

	Hipotezler	Sonuç
H_0	İşveren markasının çalışma yaşam kalitesin üzerindeki etkisi kuşaklara göre farklılık göstermemektedir.	(+) <i>Kabul</i>
H_1	İşveren markasının çalışma yaşam kalitesin üzerindeki etkisi kuşaklara göre farklılık göstermektedir.	(-) <i>Red</i>
H_2	İşveren markasının çalışma yaşam kalitesi üzerinde etkisi vardır.	(+) <i>Kabul</i>
H_3	İşin içeriğinin çalışma yaşam kalitesi üzerinde etkisi vardır.	(-) <i>Red</i>
H_4	Gelişim olanaklarının çalışma yaşam kalitesi üzerinde etkisi vardır.	(+) <i>Kabul</i>
H_5	Ekonomik faydanın çalışma yaşam kalitesi üzerinde etkisi vardır.	(+) <i>Kabul</i>
H_6	Sosyal değer in çalışma yaşam kalitesi üzerinde etkisi vardır.	(+) <i>Kabul</i>

Bağımsız değişkenlerin bağımlı değişken üzerindeki etkisini açıklayan regresyon analizi sonucunda, araştırma hipotezlerine ilişkin sonuçlara göre, H_0 , H_2 , H_4 , H_5 ve H_6 hipotezleri kabul edilmiştir. Ancak, işveren markasının çalışma yaşam kalitesi üzerindeki etkisinde kuşakların farklılaşmasını açıklayan H_1 ve işveren markası alt boyutlarından işin içeriği faktörünün çalışma yaşam kalitesi üzerindeki etkisini açıklayan H_3 reddedilmiştir.

4. SONUÇ

Turizm işletmelerinin büyüklüğü uluslararası oluşu, çalışma yaşam kalitesine ilişkin sunduğu imkânlar, işletmeyi nitelikli potansiyel çalışanlara çekici hale getirmektedir (Bednarska ve Olszewski, 2013). İşletmelerin ihtiyaç duydukları nitelikli adayları işletmeye çekmek için, rakiplerinden farklılaşan İK politikaları geliştirmeleri gerekmektedir. Bu bağlamda, işverenler, kariyer, ücret, fiziki çevre, işin kendisi, seçkinlik ve saygınlık gibi özelliklerle potansiyel çalışanları cezbetmektedir (Akçay, 2014). İşveren markasının sağlanmasında örgütsel bağlılık ve çalışanların işletmeye duyduğu güven önemlidir. Bu yüzden işverenler tarafından izlenen çalışma yaşam kalitesi uygulamaları çalışanların işletmeye bağlılığını arttırmaktadır. Ayrıca, çalışma yaşam kalitesi açısından iş tatmini, çalışan memnuniyeti, işe ve örgüte bağlılık arttıkça işveren markası da artmaktadır (Mbui, 2014).

Yazındaki çalışmaların incelenmesiyle bu çalışmanın sonuçları değerlendirildiğinde, işveren markası ve çalışma yaşam kalitesi algılarının ilişkisinin incelenmesiyle yazına katkıda bulunulmuştur. Nitekim böyle bir çalışmaya rastlanılmamıştır. Ayrıca çalışanların yaşadıkları kuşaklar itibarıyla bu ilişkinin algılanmasında bir etkiye sahip olmadığı ortaya çıkmıştır.

Araştırmanın sonuçları incelendiğinde, demografik özellikler açısından, erkek çalışanların fazla olduğu, doğum yıllarına göre sadece X ve Y kuşak insanları oldukları, çoğunluğun evli çalışanlardan oluştuğu, en fazla lisans mezunu ve en yüksek katılım servis-bar ve mutfak departmanlarından olduğu sonucuna varılmıştır.

Doğrulayıcı faktör analizine göre, işveren markası ölçeği altında, işin içeriği (,71); gelişim olanakları (,77); ekonomik fayda (,58) ve sosyal değer (,70) olmak üzere dört faktör belirlenmiştir. Aynı biçimde, çalışma yaşam kalitesi ölçeği altında, yeterli ve adil ücret sistemi (,85); güvenli ve sağlıklı çalışma koşulları (,86); sürekli gelişme ve iyileştirme (,71); becerileri geliştirme ve fırsatları değerlendirme (,78); sosyal bütünleşme (,74); organizasyondaki yasalar (,84); toplam yaşam alanı (,65) ve çalışma yaşamının sosyal boyutu (,83) olarak toplamda sekiz faktör belirlenmiştir.

Yapılan regresyon sonucunda, işveren markasının ana değişken olarak çalışma yaşam kalitesini arasında pozitif bir ilişki ortaya çıkmıştır.

Ancak alt boyutlar incelendiğinde, işin içeriği alt boyutu ile çalışma yaşam kalitesi arasında bir ilişki çıkmamıştır. Diğer değişkenler ile çalışma yaşam kalitesi arasında yine pozitif bir ilişki çıkmıştır. Bu ilişkide kuşakların farklılaşmasının bir etkisinin olup olmadığını tespit etmek amacıyla ara değişken olarak kuşak değişkeni analize dâhil edilmiştir. Ancak, kuşak açısından bu ilişkide bir farklılaşma saptanmamıştır.

5. DEĞERLENDİRME

Bu çalışma Eskişehir ilinde hizmet veren konaklama işletmeleri çalışanlarının işveren markası ve çalışma yaşam kalitesi algıları arasındaki ilişkiyi incelemektedir ve bu ilişkiyi incelerken kuşaklar arasındaki farklılaşmayı ortaya koymayı hedeflemiştir. Bu bağlamda, çalışanların işveren markası algılarının artması, işverene olan güvenin sağlanması, örgütsel bağlılık ve kurum kimliği gibi kavramların benimsenmesi için işletmeler tarafından kaliteli iş ortamlarının yaratılması gereklidir. Gelişen teknoloji ve çağdaş yaşam standartlarının artmasıyla, yeni kuşaklara uyumlu çalışma düzeninin hazırlanması önem teşkil etmektedir. Bu açıdan bu çalışma turizm işletmeleri için nitelikli çalışanları elde tutma ve işletmeye çekme konusunda bir fikir verecektir. Ayrıca, bu çalışmanın yazında yer bulmasıyla gelecek çalışmalara ışık tutacağı ön görülmektedir.

Bu çalışma, Eskişehir ili konaklama işletmeleri ile sınırlandırılmıştır. İlerideki çalışmalarda, örneklemin ve araştırma alanının geliştirilmesi daha derin sonuçlar sağlayacaktır. Ayrıca, sadece konaklama işletmeleri değil diğer turizm işletmeleri çalışanlarının da araştırmaya dâhil edilmesi, daha derin bulgular ele edilmesine olanak verecektir. Konaklama işletmeleri ve diğer turizm işletmelerini kapsayan bir çalışmanın yapılması analiz sonuçlarının ve bulguların her iki örneklem üzerinde karşılaştırma fırsatı sağlayacaktır.

KAYNAKÇA

- Afşar, S. (2011). *Çalışma Yaşam Kalitesinin Örgütsel Bağlılık Düzeyi Üzerindeki Etkisi: Devlet Ve Vakıf Üniversitelerinde Çalışan Akademisyenler Üzerine Nicel Bir Araştırma*, Doktora Tezi, Ankara, Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sosyoloji Anabilim Dalı.
- Akçay, A. D. (2014). Örgütsel Çekicilik Bağlamında Otel İşletmelerini Rakiplerinden Ayıran Özellikler. *Anadolu University Journal Of Social Sciences*, 14(1), 175-185.
- Ayhün, S. E. (2013). Kuşaklar Arasındaki Farklılıklar Ve Örgütsel Yansımaları. *Ekonomi Ve Yönetim Araştırmaları Dergisi*, 2(1).
- Bagozzi, R. Ve Yi, Y. (1988). On The Evaluation Of Structural Equation Models. *Journal Of The Academy Of Marketing Science*, 16(1), 74-94.

- Barrow, S. Ve Mosley, R. (2007). The Employer Brand: Bringing The Best Of Brand Management To People At Work. *Journal Of Brand Management*, 15(2), 150-151.
- Bednarska, M. A. Ve Olszewski, M. (2013). Organisational Determinants Of Employer Image: A Case Of The Tourism Industry İn Poland. *Turismo Y Sociedad*, 14, 17-31.
- Berkup, S. B. (2015). *Sosyal Ağlarda Bireysel Mahremiyet Paylaşımı, X Ve Y Kuşakları Arasında Karşılaştırmalı Bir Analiz*, Yayınlanmamış Doktora Tezi, İzmir, Ege Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Bickel, J. Ve Brown, A. J. (2005). Generation X, Implications For Faculty Recruitment And Development İn Academic Health Centers. *Academic Medicine*, 80(3), 205-210.
- Burawat, P. (2015). The Relationships Among Perceived Employer Branding, Employee Engagement And Employee Expectation İn Service Industry. *International Business Management*, 9(4), 554-559.
- Buttenberg, K. (2013). The Impact Of Employer Branding On Employee Performance. *New Challenges Of Economic And Business Development*, 2013, 23.
- Churchill Jr, G. A. (1979). A Paradigm For Developing Better Measures Of Marketing Constructs. *Journal Of Marketing Research*, 64-73.
- Daloğlu, E. S. (2013). *Çalışma Algısı Üzerine Kuşaklararası Bir Analiz*. (Yüksek Lisans Tezi), İzmir, Yaşar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Demirkaya, H., Akdemir, A., Karaman, E. Ve Atan, Ö. (2015). Kuşakların Yönetim Politikası Beklentilerinin Araştırılması. *Journal Of Business Research Turk*, 7(1), 186-204.
- Dienhart, J. R. Ve Gregoire, M. B. (1993). Job Satisfaction, Job Involvement, Job Security, And Customer Focus Of Quick-Service Restaurant Employees. *Journal Of Hospitality & Tourism Research*, 16(2), 29-43.
- Duc To, N. T. (2013). Employer Branding For Smes, Attracting Graduating Students İn IT Industry.
- Gibson, J. W., Jones, J. P., Cella, J., Clark, C., Epstein, A. Ve Haselberger, J. (2010). Ageism And The Baby Boomers, Issues, Challenges And The TEAM Approach. *Contemporary Issues In Education Research*, 3(1), 53-60.
- Hu, L. Ve Bentler, P. M. (1999). Cut Off Criteria For Fit Indexes In Covariance Structure Analysis, Conventional Criteria Versus New Alternatives. *Structural Equation Modeling, A Multidisciplinary Journal*, 6(1), 1-55.
- Khanolkar, R. S. (2013). Influence Of Employer Branding On Satisfaction And Commitment Of Generation Y Employees. *IOSR Journal Of Business And Management*.
- Korunka, C., Hoonakker, P., & Carayon, P. (2008). Quality Of Working Life And Turnover Intention İn Information Technology Work. *Human Factors And Ergonomics In Manufacturing & Service Industries*, 18(4), 409-423.

- Kim, H., Knight, D. Ve Crutsinger, C. (2009). Generation-Y Employees' Retail Work Experience, The Mediating Effect Of Job Characteristics. *Journal Of Business Research*, 62, 548-556.
- Küçükusta, D. (2007). *Konaklama İşletmelerinde İş-Yaşam Dengesinin Çalışma Yaşamı Kalitesi Üzerindeki Etkisi*. (Yayımlanmamış Doktora Tezi). İzmir, Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Mbui, S. W. (2014). *Relationship Between Quality Of Work Life And Employee Commitment Among Unionized Employees In Kenya Commercial Bank University Of Nairobi*.
- Nunnally, J. C. (1978). *Psychometric Theory* New York, Ny.
- Oral, A. G. (2013). *Çalışma Hayatında Kuşaklar Ve Çatışmalar* (Yüksek Lisans Tezi), İstanbul, Bahçeşehir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Özdamar, K. (1999). *Paket Programlar İle İstatistiksel Veri Analizi*, Eskişehir, Kaan Kitabevi.
- Özer, P. S., Eriş, E.D. Ve Özmen, Ö. N. T. (2013). Kuşakların Farklılaşan İş Değerlerine İlişkin Emik Bir Araştırma. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 38, 123-142.
- Rampl, L. V. (2014). How To Become An Employer Of Choice, Transforming Employer Brand Associations Into Employer First-Choice Brands. *Journal Of Marketing Management*, 30(13-14), 1486-1504.
- Sadullah, Ö. (2010). *İnsan Kaynakları Yönetimi*. İstanbul, Beta Basım Yayıncılık.
- Singhapakdi, A., Sirgy, M. J., Ve Lee, D.-J. (2010). Is Small Business Better Than Big Business For Marketing Managers? *Journal Of Business Research*, 63(4), 418-423.
- Spinelli, M., Cavanos, G., 2000. Investigating The Relationship Between Employee Satisfaction And Guest Satisfaction. *Cornell Hotel And Restaurant Administration Quarterly*, 41(6) 29-33.
- Tanwar, K., Ve Prasad, A. (2016). The Effect Of Employer Brand Dimensions On Job Satisfaction, Gender As A Moderator. *Management Decisions*, 54(4), 854-886.
- Timossi, S. L., Pedroso, B., De Francisco, A. C. Ve Pilatti, L. A. (2008). Evaluation Of Quality Of Work Life, An Adaptation From The Walton's Qwl Model. *XIV Intenational Conference On Industrial Engineering And Operations Management*.
- Türk Dil Kurumu (2017). *Büyük Türkçe Sözlük*.
- Türkay, O. (2015). Çalışma Yaşamı Kalitesinin İş Memnuniyeti Ve Bağlılık Üzerine Etkileri, Seyahat Acentaları Üzerine Bir Araştırma. *Yönetim Ve Ekonomi, Celal Bayar Üniversitesi İktisadi Ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 22(1), 239-256.
- Tütüncü, Ö. Ve Kozak, M. (2007). An Investigation Of Factors Affecting Job Satisfaction. *International Journal Of Hospitality & Tourism Administration*, 8(1), 1-19.

- Twenge, J. (2010). A Review Of The Empirical Evidence On Generational Differences In Work Attitudes. *Journal Of Business And Psychology*, 25, 201-210.
- Kılıç, İ. Ve Ural, A. (2005). *Bilimsel Araştırma Süreci Ve Spss İle Veri Analizi*, Detay Yayıncılık, Ankara.
- Van Dam, N. (2006). Building An Employer Brand Through Investments In Learning. *Chief Learning Officer*, 5(6), 13.
- Wallace, A. P. M., Lings, I., Cameron, R. Ve Sheldon, N. (2014). *Attracting And Retaining Staff, The Role Of Branding And Industry Image Workforce Development* (Pp. 19-36). Singapore, Springer.
- Walton, R. E. (1975). *Criteria For Quality Of Work Life*. Newyork, Free Press.
- Zemke, R., Raines, C. Ve Filipczak, B. (2013). *Generations At Work, Managing The Clash Of Boomers, Gen Xers, And Gen Yers In The Workplace*, Amacom Div American Mgmt Assn.
- Mengi, Z. (2009). İş Yaşamında Kuşak Farkı. <http://www.kigem.com/is-basarisinda-kusak-farki.html> Adresinden 15 Mayıs 2017 Tarihinde Edinilmiştir.

EXTENDED SUMMARY

Purpose

For all the employees in the tourism sector, the quality of working life and especially the employer brand in recent years are of importance. There are strategies that can be implemented in order to increase the performance of the business for the enterprises and also to attract qualified employees to the enterprises. The ability of businesses to provide a qualified work environment and a work-life balance in order to attract the interest of both current and qualified potential employee candidates creates a positive employer brand perception on their minds. In this study, after searching the literature, it is planned that employer brand, working quality of life and generation variables were tried to explain the concepts.

Methodology

The basic assumption in the research depends on the fact that employer brand and sub-dimensions (work content, improvement possibilities, economic benefit, and social value) have an influence on the quality of worklife and that effect differs from generation to generation. The research sample is in the scope of four and five star hospitality enterprises operating in the province of Eskisehir. This is presumed to be due to the assumption that the level of institutionalization will be higher and the working conditions will be more standard within a certain level employer brand perception.

The paper is an exploratory research and a survey technique is used to collect data by a questionnaire. The questionnaire consists of three parts. In the first part, demographic questions such as age, gender, and department of work, in the second part a 35-item scale (developed by Timossi et al., 2008) about the quality of work life and in the last part a 15-item scale (developed by Bednarska and Olszewski, 2013) related to the employer brand are included. The data were collected in May and June of 2017, with the permission of the enterprises under the sampling framework. 190 (83.03%) A total of 228 questionnaires were available to be used.

Findings

Confirmatory factor analysis (CFA) was used to confirm the internal consistency of the scales (Cronbach's Alpha) together with the subscales of the employer brand and the quality of work life and its fit indices with the theory of the study. The factor loadings below 0.50 were subtracted for the confirmatory factor analysis, and 29 items under eight factors for the quality of work life scale and 13 items for the employer brand scale under the four factors were included. The result for CFA within the fit indices are $\chi^2 = 1,83$; GFI=0,84; AGFI=0,80; CFI=0,90 and RMSEA=0,06. This values are $\chi^2 = 2,50$; GFI=0,90; AGFI=0,85; CFI=0,89 and RMSEA=0,06 as well for the scale of employer brand. When these values are taken into consideration, the obtained model can be accepted as confirmed.

In the literature, studies of the employer brand indicate that employees working in enterprises who have their own employers' brands are in the expectation of having a quality business life in the way of social, economic and career attainment (Rampl, 2014; Korunka et al., 2008; Burawat, 2015; Tanwar and Prasad, 2016). It is predicted that there can be a meaningful relationship between employer brand and working quality of life in these studies. Therefore, the following hypotheses have been drawn up to examine this relationship in this study and, in addition, to determine the divergence of the relationship to the generations:

H1: The effect of the employer brand on the quality of working life differs from generation to generation.

H2: The employer's brand has an impact on the working quality of life.

H3: The content of the work has an impact on the quality of working life.

H4: Development possibilities have an impact on the quality of working life.

H5: Economic benefit has an impact on the quality of working life.

H6: Social value has an impact on the quality of working life.

Hypotheses generated in the study were subjected to multiple regression analysis. Employer brand sub-dimensions for multiple regression analysis include work content, development possibilities, economic benefits and social value independent variables; while the study quality of life is assigned as a dependent variable.

Conclusion and Discussion

As a result of the regression analysis, there was a positive relationship between working life quality and the employer brand as main variable. However, when sub-dimensions are examined, there is no relationship between work content and quality of work life. There was also a positive relationship between the other variables (development possibilities, economic benefits and social value) and quality of work life. In order to determine whether there is an effect of the differentiation on generations, generation as an intermediate variable included to the analysis. However, this relation did not differ by the Generations of X and Y.

With the advancement of technology and modern living standards, it is important to prepare a working order compatible with the new generations. In this respect, this study will give an idea about attracting and retaining qualified employees for tourism enterprises. It is also anticipated that this paper will provide some insight into future academic researches by finding a place in the literature.

İYİ YÖNETİŞİM İLKLERİNDEN KATILIMIN UYGULANMASI HUSUSUNDA TEORİK BİR DEĞERLENDİRME¹

Geliş Tarihi: 10.01.2018
Kabul Tarihi: 20.06.2018
E-ISSN 2149-3871 Sayfa: 180- 197

Dr. Öğr. Üyesi Emrah FİRİDİN
Karadeniz Teknik Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi
efiridin@ktu.edu.tr
ORCID No: 0000-0002-2957-7407

Dr. Öğr. Üyesi Abdullah UZUN
Karadeniz Teknik Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi
abdullahuzun@ktu.edu.tr
ORCID No: 0000-0002-8657-4587

Araştırma Makalesi

ÖZ

Dünya üzerinde vatandaşların devletle olan ilişkilerinde yöneten yönetilen anlamındaki klasik anlayışın dışında, özellikle küreselleşme ve uluslararası kuruluşların da etkisiyle, değişimin yaşandığı ya da en azından bu değişimin talep edildiği söylenebilir. 1980'lerden itibaren devletin rolünde değişimler hızlanmıştır. Devletin yapmayı planladığı yatırımlar, maliyetin azaltılıp kalitenin artırılması gibi nedenlerle daha çok özel sektör eliyle gerçekleştirilmeye çalışılmaktadır. Diğer taraftan yapılan yatırımların toplum tarafından benimsenmesi ve bununla beraber yine topluma en faydalı şekilde yapılması gerektiği yönünde vatandaşların yöneticilerden beklentileri olabilmektedir. Bu noktada karar alma süreçlerinde üç aktörlü bir mekanizmaya gereksinim olduğu ifade edilmektedir. Nitekim iyi yönetim ilkelerinden katılımın amacı vatandaşların kendilerini ilgilendiren konularda fikirlerini yöneticilere iletebilecekleri bir yöntem/süreç oluşturulmasıdır. Oluşturulacak bu yöntem/süreç sayesinde, sivil toplum kuruluşlarının süreçte etkili olmasıyla beraber, toplumun yapılacak faaliyetten hoşnut olması ve yapılan faaliyette kalitenin artırılması sağlanabilir. Bu çalışmanın konusu iyi yönetim ilkesi olarak katılımın karar verme süreçlerindeki etkinliğidir. Dolayısıyla çalışmanın amacı iyi yönetim ilkelerinden katılımın karar alma süreçlerine yapabileceği olumlu katkıları gösterebilmektir.

Anahtar Kelimeler: İyi Yönetişim, Katılım, Sivil Toplum Kuruluşları, Devlet, Özel Sektör.

¹ Bu makale "Türkiye'de HES Sürecinin İyi Yönetişim İlkeleri Çerçevesinde Değerlendirilmesi: Doğu Karadeniz Örneği" adlı doktora tezinden türetilmiştir.

A THEORETICAL ASSESSMENT ON THE IMPLEMENTATION OF PARTICIPATION IN GOOD GOVERNANCE PRINCIPLES

ABSTRACT

It can be argued that a change beyond the classic division between governor -the state- and governed –citizenship- has been experienced or, at least, has been demanded as a result of globalisation and international organisations. Since the 1980s, changes in the role of the state have been accelerated. The investments planned by the state have been conducted by private sector in order for reducing the costs and increasing the quality. Citizens may have expectations from their administrators to encourage the society in internalising the public investments and to carry out the investments in the most beneficial way. At this point, it is stated that three-actor mechanisms are needed in the decision making processes. Thus the aim of participation as a principles of good governance is to create a method / process which enable citizens to convey their ideas to administrators regarding the issues they are intersted in. As a result of the established method / process together with the effectiveness of the non-governmental organizations in the participation process, it is possible to increase the quality of the activity and to scale up the level of societal satisfaction about the activities made. The subject of this work is the effectiveness of participation as a principle of good governance in decision making processes. Therefore, the aim of the study is to demonstrate the positive contributions of participation to the decision-making processes as a principles of good governance.

Keywords: Good Governance, Participation, NonGovernmental Organization, State, Private Sector.

1. GİRİŞ

1980 yılından bu yana içinde bulunduğumuz küreselleşme sürecinin de etkisiyle, hayatın neredeyse tamamında etkili olan değişim, yönetim faaliyetini de içerisine almış ve bu alanda bireylerin ve toplumların algılarında, olay ve durumlara karşı bakış açılarında dönüşüme neden olmuştur. Küreselleşmenin etkisiyle, insanlar kendi günlük yaşamlarında, çok uzakta olan bitenlerden etkilenmekte, kendilerinin nasıl yönetildikleri sorusuna karşılaştırmalı olarak cevap verebilmekte, daha fazla bilgiye ulaşabilmekte, daha fazla demokratik haklar talep edebilmekte ve yönetimde daha fazla söz sahibi olma isteğinde bulunabilmektedirler (Bayhan, 2002: 3). Dolayısıyla yönetime katılımın seçimlerde oy kullanmanın ötesinde bir eylemi ifade ettiği söylenebilir.

Günümüzde yönetim bilimi alanında birlikte yapılan yönetim faaliyetini ifade ederken yönetişim kavramı kullanılmaktadır. Kavramın bugünkü anlamda ilk kullanımı ise 1989 yılında Dünya Bankası (DB) tarafından Afrika'nın kalkınması ve yolsuzlukla mücadele için hazırlanmış “Sub Saharan Africa From Crisis to Sustainable Growth” (Krizden

Sürdürülebilir Kalkınmaya Sahra Altı Afrika) raporunda görülmektedir. Raporda yöneten ve yönetilen yani hizmet sunan ve sunulan arasında bir dengenin oluşturulması yönünde ifadeler mevcuttur (World Bank, 1989: VII). Yöneten ve yönetilen arasındaki ilişkinin kurulabilmesi açısından uygun ortamın oluşturulması iyi yönetim ilkelerinden katılım ile sağlanabilecektir. Katılım ilkesinin etkin bir mekanizma olabilmesi vatandaşların ve sivil toplum kuruluşlarının (STK) karar alma süreçlerine dâhil olmasıyla mümkün olabilir.

Bu çalışmada, bir faaliyet ya da yatırım hayata geçirilirken iyi yönetim ilkelerinden katılımın devlet, STK ve özel sektör kuruluşlarının ilişkilerine olabilecek etkileri ve katılım yöntemleri akademik literatür ekseninde teorik olarak ele alınacaktır.

2. İYİ YÖNETİŞİM

Yönetişim kavramı İngilizce "governance" kelimesinin karşılığıdır. Bu kelime diğer taraftan yönetim anlamına da gelmektedir. Yönetişimin önüne "iyi" ibaresinin getirilmesindeki kastın, onun yeni ilkelere sahip ve dünya yönetim konjonktürünün ilgisini çekebilmek adına olduğu yönünde yorumlar mevcuttur (Doornboms, 2001: 99; Cigeroğlu ve Özgür, 2011: 282). Yönetişim; "*bir toplumsal-politik sistemdeki ilgili bütün aktörlerin ortak çabalarıyla elde edilen sonuçların oluşturduğu yapı ya da düzen*" olarak karşılık bulmaktadır (Bozkurt vd, 1998: 274). İyi yönetim yaklaşımının ilkeleri ile genel olarak yönetim literatürü büyük benzerlikler göstermekte ve yönetim ve iyi yönetişimin özellikleri ideal tipi, olması gerekeni ifade etmektedir (Ökmen vd, 2004: 43). DB; insan hakları, katılım, açıklık ve hesap verebilirlik gibi ilkelere yoksun olan "bad governance" kötü yönetim yerine, bu ilkeleri benimseyen "good governance" iyi yönetişimi" vurgulamak için "good" kelimesini vurgu amaçlı olarak yönetişimin önüne koymuştur (Weiss, 2000: 801). Yönetişimin iyi yönetim haline gelmesi ise bu ilkelerin iyi uygulanıyor olmasına bağlıdır (Maliye Bakanlığı, 2011). Sahra Altı Afrika ülkelerinin kalkınması için uygulanmak istenen model yönetim olmakla birlikte, bu ilkelerin başta sivil toplum olmak üzere diğer aktörlerinin ve kurumlarının yönetişime hazır hale gelmesinde iyi yönetim ilkeleri yol gösterici olmuştur (Kavala, 2015: 9).

Birlikte yönetme yoluyla kamu, özel sektör ve STK'ların yerel ve ulusal sorunların çözümü noktasında, beraber çalışacakları yeni bir yönetim anlayışını ifade etmektedir (Kooiman, 1999: 68). İyi yönetim, kamusal meselelerin ve politikaların tartışıldığı ve bunlara toplumdaki farklı aktörlerin katıldıkları, politika ve yönetimdeki değişim sürecini ifade etmektedir (Grindle, 2004: 526). İyi yönetim, yeni bir yönetimsel araç ortaya koymaktan daha fazladır, o kamu hizmetlerinin en iyi şekilde yerine getirilmesi anlamına gelir (Stoker, 1998: 18). İyi yönetim, yönetimin tamamen anlamının değiştiği bir süreci ifade etmektedir (Rhodes, 1996: 652). İyi yönetim, yönetim sürecinin

devlet dışı bir alana da yayılması şeklinde yorumlanabilir (Güzelsarı, 2003: 19). Dünyada ortaya çıkan küreselleşme ve yerellik olguları, yönetimin tek bir aktör olarak merkezi otoritelerin elinde olamayacağını işaret eder (Rosenau, 1992: 3). İyi yönetimden anlaşılması gereken, mutlak iyi bir yönetim olamayacağından dolayı, günümüz ihtiyaçları ve değerleri göz önüne alındığında; demokrasi, insan hakları, hukukun üstünlüğü ve katılımı gibi iyi yönetim ilkelerinin yönetim süreci içerisinde sağlanabilir olması gerekliliğidir. İyi yönetimle anlatılmak istenen, yöneten ve yönetilen ilişkilerinde farklı bir aşamaya geçildiğidir.

İyi yönetim alanında DB dışında farklı uluslararası birlikler ve kuruluşlar da mevcuttur². Avrupa Birliği (AB) de iyi yönetim uygulamalarına yer veren uluslararası nitelikteki oluşumlardan biridir. AB iyi yönetim ilkelerinin uygulanması konusuna 2001 yılında yayımlanmış olduğu Beyaz kitap (White Paper) belgesi içerisinde yer vermiştir. 2001 yılında Avrupa Komisyonunca yayınlanan Beyaz Kitap'ta yönetim anlayışı, "Avrupa ölçeğinde iktidarın kullanımına ilişkin olarak, açıklık, katılım, hesap verebilirlik, etkililik ve tutarlılıkla ilgili süreç ve davranışları içermektedir" (Eliçin, 2011: 48). Yine aynı belgede, yönetim faaliyetinin gerçekleşmesi sürecinde Komisyonun kullandığı yetkinin vatandaşlar tarafından verildiği vurgulanmıştır. AB için Beyaz Kitap, dönemin Komisyon Başkanı Romano Prodi tarafından, görev süreci içerisinde ulaşmayı hedeflediği dört stratejik hedeften biri olarak nitelendirilmiştir (Okçu, 2007: 300). Beyaz Kitap'ta gösterilen hedefler, Avrupa düzeyinde gücün kullanım biçimini etkileyen kural, süreç ve davranışların belirli ilkeler çerçevesinde değerlendirilerek uygulanmasıdır (Çelikyay ve Turgut, 2011: 33). Dolayısıyla iyi yönetim ilkelerinin etkin bir şekilde uygulanmasının AB'nin yönetim yapısı içerisinde uygulamada olacağı sonucuna varılabilir.

2.1. İyi Yönetimin Boyutları

İyi yönetim, karar alma mekanizmalarından politik ve ekonomik ilişkilere kadar neredeyse tüm kamu sektörünü içeren bir boyutu ifade etmektedir (Grindle, 2007: 553). İyi yönetimin, kendi iç yapısını oluşturan dört boyuta sahip olduğu söylenebilir. Bu boyutlar iyi yönetim süreci içerisinde, iyi yönetimin gerek iç dinamiklerini gerek çıktılarını belirleme açısından öneme haiz olabilmektedirler.

Tablo 1'de görüldüğü gibi ilk iki boyut, yönetim sürecinde karar alma ve uygulama ile ilgiliyken, diğer iki boyut; çıktılar, ekonomik sistemden yeşil ekonomik sisteme geçişte görülen insan ve çevre tabanlı tepkileri/olguları ifade etmektedir. Yönetim sürecindeki boyutları tek tek

² Örneğin: OECD, IMF, BM

incelediğimizde (Oliveira et. al, 2013: 141): *İlk boyut*; yönetişimin çerçevesiyle ve verilen kararların alınış şekliyle ilgilidir. Yönetişimde, karar alma süreçleri şeffaf olmalı ve karar alma sürecine katılanlar arasında denklik gözetilmelidir. Adaletli olabilmek için toplumdaki birçok sese, özellikle gönüllü kuruluşlara kulak vermek gerekmektedir. Karar vericiler, hem seçilmiş hem de atanmışlar, kararlarından sorumlu ve hesap verebilir olmalıdır. Açık ve etkili süreçler, hem icra edilebilirlik hem de uygulanabilir olmada politika ve uygulamalara yardımcı olabilecektir. *İkinci boyut*; kurumların nasıl karar alacağı ile ilgilidir. Hem resmi hem resmi olmayan organizasyonlar kendi yetkileri dâhilinde kararları uygulama kapasitesine sahip olmalıdırlar. Hükümet, yerel aktörlerin de çabalarıyla, insan kaynakları ve finansal kaynakların değişimini harekete geçirme şansına kolaylıkla sahip olabilir. Yönetişim yapısı, yeşil ekonomi tabanlı değişimi teşvik edecek bir yapıya bürünebilecektir. Sonuç olarak uygulama mekanizmasının değerlendirilmesiyle, yeşil ekonomileri destekleyecek organizasyonlar, kişiler ve diğer birçok aktörde davranış değişimleri yaşanabilecektir. *Üçüncü boyut*; ekonomik sistemin kendi içerisindeki değişimi değerlendiren yeşil ekonomi boyutudur. Bu bize yeşillendirme olayı ile karşılaştırıldığında, ekonominin yönü hakkında bilgi verecektir. Eğer aktörler arasında uzlaşma oluşmuş ise, yeşil bir ekonomiye doğru yol alınmış olacaktır. *Dördüncü boyut*; alandaki sonuçları yansıtan sosyo-ekolojik göstergelerdeki değişimin değerlendirilmesidir.

İyi yönetişimin değerlendirme boyutlarının ilki katılımdır. Yapılacak faaliyetle alakalı olan, mümkün olduğunca çok aktöre ulaşmak ve onları katılım aracılığıyla karar alma süreçlerine dahil etmek alınacak kararların etkilerini farklı boyutlarıyla ele almayı sağlayabilir. Netice olarak, yapılacak faaliyetlerin olumsuz çıktılarının olabildiğince azaltılmasına ya da olumsuz çıktılarının toplumun önemli bir kesimi tarafından kabul edilebilir hale gelmesine imkân sağlanabilir.

Tablo 1. İyi Yönetişimin Değerlendirme Boyutları

Boyutlar	Yönetişim Göstergeleri
Karar ve Uygulama Kapasitesi	
1.Karar verme süreci (Süreç boyutu)	-katılım ve kapsayıcılık -sorumluluk ve hesap verebilirlik
2.Uygulama kapasitesi (Kapasite boyutu)	-karar verme etkililiği -organizasyonel kapasite -formal/informal kural yapımı -davranış değişimi
Yeşil Ekonomi ve Sosyo-Ekolojik Boyut	

3.Ekonomik sistem (Yeşil ekonomi boyutu)	-kaynaklar verimli kullanılır -sorumlu tüketim
4.Sosyo-Ekolojik sistem (Sosyo-Ekolojik boyut)	-dışsallıkların içselleştirilmesi -kaynak koruması -sistem esnekliği -insan refahı

Kaynak: Oliveira et. al, 2013: 141.

2.2. İyi Yönetişim Aktörlerinin Karar Alma Süreçlerindeki Rolü

Yönetişim sürecinin işleyebilmesi ve iyi yönetim ilkelerinin uygulanabilmesi için devlet, özel sektör ve STK'ların etkin bir şekilde karar alma süreçlerine katılabilmeleri sağlanmalıdır. İyi yönetişimin gerçekleşebilmesi için; vatandaşlık bilincine ve toplumdaki dayanışmacı ruhla oluşan guruplara ihtiyaç vardır ve bireyler STK'larda görev alarak, hak arama yollarını öğrenilme ve yönetime karşı sorumluluk üstlenilme gibi faaliyetlere özendirilmelidirler (Yıldırım, 2004: 198). STK'lar bünyesinde yürütülecek faaliyetler neticesinde, bireylerin aktif yurttaşlık bilincini ve yönetime karşı duyarlılığını artırabileceği bir olgu olarak görülebilir. Bu şekilde aktif yurttaşlık bilincine kavuşulabilir. Sivil Toplum (ST) demokratikleşme ve sürdürülebilir kalkınmanın önemli bir aktörü olarak görülüp, küresel ve toplumsal düzeyde, belli bazı sorunların çözümünde etkin bir aktör olabilir (Scholte ve Keyman, 2005: 15). Günümüzde ST, demokrasi, katılımcılık, aktif yurttaşlık, etik ve müzakereci demokrasi kavramlarıyla birlikte kullanılmaktadır (Kaypak, 2012: 35). İyi yönetişim bir bakıma meşruluk sağlama aracı olarak da düşünülebilir. ST, devlet tarafından alınacak kararlara bireyin katılmasına ve bu kararların alınmasında etkili bir işleve sahip olmasına, alınan kararın toplumca kabul edilmesine yardımcı olabilir.

STK'lar, yönetişim için gereken örgütlü birlikteliği sağlayabilir. Nitekim STK yönetişimi gerçekleştirecek üç aktörden-ayaktan biridir ve sağlıklı bir STK, yönetişim için sağlıklı bir aktör olarak değerlendirilebilir. ST'yi var eden demokrasi, insan hakları ve hukuk gibi etkenlerin, yönetişimin sağlanabilmesi için de gerekli olduğu söylenebilir. Bir bakıma ortaya çıkarılmak istenen, özellikle 80'li yıllarda başlayan, çok aktörlü, yatay ilişkilere dayanan, ST'nin katılımını da aşarak "ortak" konumda bulunma isteminden de kaynaklanabilmektedir (Ataay, 2006: 123).

Devlet, yönetimi taraflar arasında bir süreç haline getirecek düzenlemeleri yapabilir. Böylece bir taraftan özel sektör katılımını sağlayarak, dünyadaki uygulamalara yakın olup itibar sağlayabilir ve toplumun hemen hemen her kesimince eleştirilen hantallık, aşırı büyüme, kaynakları etkin ve verimli kullanmaması gibi olumsuzlukları büyük oranda önlenebilir.

İyi yönetim sürecine bakıldığında, bir yere yapılacak faaliyetin ve yatırımın özellikle; mevzuata uygun ve halkın istekleriyle de olabildiğince uyumlu olduğu durumlarda, özel sektör yatırımları kısa sürede tamamlanabilecek ve işletme üretime geçebilecektir. İyi yönetim süreci boyunca, devletin süreçteki rolünün yönlendirici ve denetleyici olacağından dolayı, bürokrasiyle özdeşleşmiş karmaşık ve uzun prosedürler ve öznel yorumlamalarla uğraşılmak zorunda kalınmayacaktır.

Yönetişim sürecinde ve iyi yönetim ilkelerinin uygulanması konusunda STK'lar, sürecin halkın talep ve çekincelerine cevap verecek şekilde ilerleyebilmesi açısından önemli bir işlev görebilirler. Fakat STK'ların kendi içerisindeki demokrasi dışı uygulamaları, siyasallaşmaları ve ideolojik hedef ve kaygılarını bu şekilde halkın kendinden uzaklaşacak şekilde kendi eylem ve düşüncelerine merkez almaları, iyi yönetişimin bir gereği olarak karar alma süreçlerine halkın katılımı konusunu olumsuz olarak etkileyebilecektir. Devlet yetkilileri klasik yönetim anlayışının getirmiş olduğu alışkanlıklardan uzaklaşmalıdır. Özel sektör yatırımcıları ise yönetim sürecinde, yatırım yapılacak bölgede yaşayan insanların demokratik ve hukuka uygun taleplerini dikkate almalıdırlar.

3. KATILIM

Katılım içerisinde barındırdığı demokratik süreçlerinde etkisiyle iyi yönetim ilkelerinin mevcudiyetine ve işlevselliğine ortam hazırlayacak temel ilke olarak değerlendirilebilir (Gündoğan, 2013: 38). Katılım, her aşamada devlet ve vatandaş arasındaki ilişkinin, politika oluşturma ve uygulama süreçlerinde farklı etkileşimlerin bulunduğu bir süreci ifade etmekte ve bu süreçte vatandaşın aktif olarak yer alması gerektiğine vurgu yapmaktadır (Çukurçayır ve Sipahi, 2000: 52). Katılım otoriteye sahip tarafı etkileme amacı taşıyan ve sosyal bilimciler tarafından iyi yönetişimi sağlama amacıyla kullanılan bir teknik olarak da ifade edilebilir (Genç, 2012: 49). Katılımla anlatılmak istenen, yönetim sürecinin her aşamasında fakat uygun koşulların olduğu ve toplumun farklı kesimlerinden temsilcilerinin yer aldığı bir mekanizmadır (Crompton et. al, 1981:68). Bu bağlamda katılım; gücün paylaşılması ve katılım hakkı açısından temsili ya da doğrudan demokrasi arasındaki sınır olarak ifade edilebilir (Bort, 2003: 21).

Vatandaşın karar alma sürecine etkin olarak katılabilmesi için, yöneticiler tarafından konu hakkında, bilgilendirilmesi gerekmektedir (Bryce, 1921: 283). Katılımın sağlayabileceği bir avantaj olarak uzman olmayanların, uzmanların gözden kaçırdığı ya da göremediği sorunları veya eksiklikleri ve çözüm yollarını görebilme olanağı sağlanması gösterilebilir (Peker, 2013: 674). STK'lar yönetim sürecine; etkin katılımı sağlayarak, iyi yönetişimin güçlenmesine katkı sağlayabilirler (Emini, 2013: 43). STK'ların yönetim

sürecine katılımı sayesinde, müzakerelerde farklı görüşlerin temsili sağlanabilir, bu sayede alınan kararlar daha kapsamlı ve uygulanabilir düzeye erişebilir (Özer, 2009: 111).

3.1. Katılımı Destekleyen İyi Yönetişim İlkeleri

Katılım ilkesinin işletilebilmesini sağlamada, katılımın hangi yöntemlerle gerçekleştirileceği kadar, hangi hususlara dikkat edilmesi gerektiği konusunun da önemli olduğu ifade edilebilir. Aslında tüm iyi yönetim ilkeleri bir biriyle ilişkilidir ve birbirinin tamamlayıcısı niteliğindedirler. İyi yönetim ilkelerinden katılımın özelliği ise, yönetişimin asıl amacı olan birlikte yönetimin sağlanması ve üç yönetim aktörünün bir araya getirilmesini amaçlamasıdır. Bu bakımdan katılım iyi yönetim ilkelerinin birçoğunun uygulanabileceği ortamı oluşturabilecek ilke olarak da değerlendirilebilir.

Katılım ilkesinin iyi yönetim aktörlerince işlerliğini sağlayabilmek adına aşağıdaki iyi yönetim ilkeleri etkili olabilir:

Demokratik Süreç: İyi yönetim sürecine katılanların, karşılıklı güven duyması açısından sürecin demokratik ilkelere uygun biçimde ilerlemesi önemlidir. İyi yönetim sürecini yöneten devletin, diğer aktörlere eşit mesafede bulunması gerekmektedir. Yine devlet yönetim sürecine katılan aktörlerin taleplerini aynı oranda dikkate almalıdır. İyi yönetim sürecine katılan tüm aktörlerin, demokratik değerleri içselleştirmiş olmaları gerekmektedir.

Heterarşi: İyi yönetim süreci, yönetim olgusundaki gibi astların ve üstlerin bulunduğu farklı statülerdeki taraflarca yürütülen hiyerarşiye dayalı bir sistem değildir. İyi yönetim sürecinde esas olan heterarşidir. Heterarşi, karşılıklı ilişkiler ve bağımlılık halindeki eşgüdümlü aktivitelerin olduğu, kendi kendine organize olmayı ifade eden bir kavramdır (Yüksel, 2000: 146). Heterarşi özellikle, taraflar arasındaki ilişkilerin hiyerarşik düzlemde belirlenmemesi ve karşılıklı ilişkilerde bağımlılık gerektirmesi gibi özelliklerinden dolayı, yönetişimin amacına hizmet edebilir.

Etik: Amaca ulaşmak uğruna atılacak her adım mubahtır yönünde hareket etmek içerisinden çıkılması güç sorunlarla karşı karşıya kalmaya neden olabilirken, evrensel bir ahlak anlayışı olan etik, ahlaki bir davranış rotası belirleyebilir (Mahmutoğlu, 2010: 225). Etik, ahlaki davranmayı gerektirmektedir. İyi yönetim sürecine katılan tarafların, kanuna aykırı ya da yasalardaki muğlaklıklardan ve boşluklardan faydalanma yoluna gitmesi ve güven sarsıcı eylemlerden sakınması, iyi yönetim sürecinin amacının gerçekleştirilmesi adına önemli bir katkı sağlayabilecektir. Etik düşünce, yapılan bir faaliyetin sonuçlarının etkileyebileceği “diğerlerinin” de hislerini ve düşüncelerini anlayabilme çabası olarak nitelendirilebilir.

İçtenlik (fairness): İçtenlikle anlatılmak istenen (Lockwood, 2010: 760), yönetim sürecinde diğer aktörlere saygıyı, farklı seviyedeki güçler arasında karşılıklı saygıyı karar alma sürecinde kişilerin ön yargısız ve uyumlu olmalarını, insan ve yerel halk haklarının tanınmasını, doğanın hakiki değerinin tanınmasını, kararların maliyet ve faydalarının dağılımında şimdiki ve gelecek kuşakların göz önünde bulundurulmasının gerekliliğidir.

İletişim: Yönetişim sürecinin iyi işleyebilmesi adına, aktörler arasında etkili bir iletişimin var olması gerektiği söylenebilir. İletişim, aktörler arasındaki güveni inşa etmesi ve karşılıklı istekler ve beklentilerin ortaya konulması anlamında önemlidir. Etkin bir iletişim mekanizması kurularak, yönetim sürecinden, yapılacak faaliyetle ilgili en çok ve nitelikli çıktılar elde edilebilir.

Demokratik bir süreç karar alma süreçlerine katılımın sağlanabilmesi açısından temel teşkil edebilecek bir ilkedir. Bu anlamda katılımın sağlanabilmesi açısından düşünsel bir arka plan olarak da görülebilir. Heterarşi katılım sürecinde aktörlerin konumlarının belirlenmesi açısından önem arz etmektedir. Etik ve içtenlik ilkeleri, sorun çözmeye odaklı ve yapılacak faaliyetin herkes için daha yararlı hale getirilmesi adına uyulması gereken ilkelerdir. Aksi halde, bunların dışında farklı olarak kişisel planların ve siyasi- ideolojik ve ekonomik amaçların gerçekleştirmeye yönelik hedefler dâhilinde hareket etmek, iyi yönetim süreci olumsuz yönde etkilenebilecektir. İletişim ilkesi ise yönetim aktörleri arasındaki görüş alış verişinin sağlıklı olabilmesi açısından dikkat edilmesi gereken bir ilke olarak ifade edilebilir.

3.2. Katılım Yöntem ve Etkileri

Katılım, karar vermeyi bir süreç içerisinde gerçekleştirmektir. Karar verme süreci Tosun'a göre (1992: 308) "Karar verme (decision making) süreci birden fazla seçenek bulunması durumunda, bunlar arasında seçim ve tercih yapmakla ilgili bedensel ve zihinsel çabaların toplamıdır". Günümüzde katılım, devlet ile vatandaş arasındaki ilişkilerin geliştirilmesi açısından önemli bir rol oynamaktadır. OECD'ye göre (2001: 19-20), vatandaşla devlet arasındaki ilişkilerin güçlenmesinde rolü olan katılımın, halk tarafından talep edilmesinin birçok nedeni vardır:

- Vatandaşlar demokrasinin kalbidir. Demokratik devlet yönetimleri ise insan haklarına, özgür ve adil seçimlere saygılıdır. Halk demokrasilerde temsil edilmelidir. Yeni temsil modelinde, özellikle OECD ülkelerinin birçoğunda, STK'lara bu yönde büyük görevler düşmektedir.
- Katılım, hesap verebilirlik ve şeffaflık konularında artan bir talep vardır. İkinci Dünya Savaşı'ndan beri, ekonomik demografik ve toplumsal anlamda hemen her konuda gelişmeler yaşanmakta ve insanlar bu

gelişmelerden haberdar olmak istemektedirler. Özellikle çevrenin korunması gibi konularda halkın, otoriteyi ve hiyerarşiyi zorlayıcı girişimleri bulunmaktadır. Bu konuda vatandaşlar, daha fazla katılım, hesap verebilirlik ve şeffaflıkla kararlar üzerinde etkili olmaya çalışmaktadırlar. Aynı zamanda amaç halkın yönetime olan güvenini de arttırmaktır.

- Hükümetler vatandaşların taleplerine yanıt bulmak için birçok yol arayışındadırlar. Hükümet ve vatandaş arasındaki boşluğun doldurulması ve bu aktörlerin yakınlaşması için katılım önemli bir araçtır. Karar verme süreçlerine halkın katılımı sağlanarak, zaman kaybı önenebilir.

- Çatışman kaldırılarak işbirliğinin geliştirilmesi sağlanmalıdır. Devlet ve vatandaş arasındaki ilişkinin kalitesi artmış ve daha farklı bir boyuta gelmiştir. Aktif vatandaşlar, protesto gösterileri ve internet gibi yeni araçlar kullanarak, karar verme süreçlerinde etkili olmaya başlamışlardır.

- Vatandaşın karar alma sürecine katılımını sağlamak iyi bir yatırım olarak değerlendirilmektedir. Vatandaşla devlet arasındaki ilişkilerin gelişmesi, alınacak kararların daha isabetli olmasına yarayabilir.

- Devletle vatandaş arasındaki ilişki, iyi yönetişimin özünü oluşturmaktadır. Günümüz dünyasından problemler gittikçe karmaşık hale gelmektedir. Bu problemleri çözebilmek içinde birlikte çalışmaya gereksinim vardır.

Halkın karar alma süreçlerine katılımın, farklı şekillerde karşımıza çıkabilir. Halkın katılımının derecesi ve kararları ne kadar etkileyebildiği karar alma sürecinin içeriğini de belirleyecektir. Armstein tarafından yapılan bir araştırmaya göre, katılımın derecesini gösteren üç aşama ve sekiz merdiven bulunmaktadır.

Tablo 2’de görülebileceği gibi aşağıdan yukarıya doğru yurttaş katılımının her bir aşamada arttığı görülebilir. İlk aşamada vatandaşların karar verme süreçlerine katılımına izin verilmemektedir. İkinci aşamada, halkın kararlara katılımı devlet tarafından sınırlandırılmış olup, devletin istediği ölçüde halk karar alma süreçlerinde yerini alabilmektedir. Üçüncü aşamada, halkın karar alma süreçlerinde etkinliğinin olduğu söylenebilir. Altıncı basamakta yer alan ortaklık ve yedinci basamakta yer alan yetkilendirme-temsil edilme şeklinde karar alma süreçlerinde yer almanın geniş ölçekli ve etkili faaliyetlerde daha kullanışlı ve yararlı olabileceği söylenebilir.

Tablo 2. Yurttaş Katılımı Merdiveni Üzerindeki Sekiz Basamak

Halk Kontrolü	Halk İktidarı
Yetkilendirme	
Ortaklık	
Teskin etme	

Danışma	Tokenizm
Bilgilendirme	
Terapi	Non-participation (Katılım Yok)
Manipülasyon	

Kaynak: Armstein, 1969: 217.

Katılımın sağlanmaya çalışılmasındaki amaçlardan biri de, toplumu oluşturan farklı aktörlerin olduğu ve bu aktörlerin farklı beklentilerinin bulunduğu bilincidir. Yapılacak bir faaliyet için alınacak kararın müzakere edilerek, hem etkinliğin ve verimliliğin sağlanması hem de mümkün olduğunca toplum tarafından benimsenmesi istenmektedir. Bu iki durumu sağlamak için oluşturan katılım mekanizmaları ve türleri vardır (Genç, 2012: 63-76):

Danışma Komiteleri: Hükümet ya da parlamento tarafından belirli siyasi konuları görüşmek için; sürdürülebilir kalkınma, yenilikçilik, bilim ve teknoloji gibi konularda halka danışarak ilgili uzman ve STK'ların da katıldığı ve fikirlerin aracısız ve doğrudan iletilebildiği, geniş katılımı amaçlayan komiteler olarak tanımlanabilir. Danışma komitelerinin (Flynn, 2000: 79) birincisi bürokratik, ikincisinin ise toplumsal olmak üzere iki yapı üzerine kurulduğu ifade edilmektedir.

Vatandaş Danışma Komiteleri: Yerel yönetimlerde geleneksel olan bir katılım türü olan Vatandaş Danışma Komiteleri; kamu kurumlarından vatandaşlara kadar birçok örgütün birleşmesinden oluşmaktadır. ABD'de yaygın olan bu yapının amacı, vatandaşların endişelerini duyurmasına, sorunların tanımlanmasına ve sanayinin sorunlarının belirlenmesine imkân vermektir. Bu komiteler farklı yerlerde farklı amaçlarla kurulabilirler. Bir yerde kıyıların korunması için faaliyet gösteren komite, farklı bir yerde verimli toprakların korunması için faaliyette bulunabilir. Aktörler, tarım, iş dünyası, sanayiciler ve STK'lardan oluşmaktadır.

Vatandaş Paneli: Profesyonel bir moderatör tarafından desteklenen jüri, temsilci vatandaş grubunun problemlerini belirleme veya belirli bir problem hakkında önerilerini yönetime iletme amacıyla oluşmuştur. Vatandaş panelleri, bilinçli ve ilgili vatandaşlık oluşturulmasına, sosyal hedeflere odaklanarak kamu yararının gerçekleştirilmesine, toplumun kendi dinamikleriyle dönüşümü ve kalkınmasına, mevcutlar yanında yeni ve farklı bakış açılarının ortaya çıkmasına, sorunların daha detaylı tartışılmasına imkân sağlayabilir. Yönetilenle yöneten arasındaki ilişkileri güçlendirerek, mutabakat oluşumunu teşvik edebilir.

Planlama Hücreleri: Şekil ve fonksiyon açısından vatandaş paneline benzese de, vatandaş panellerinde önceden belirlenmiş konu ve politika sayısı daha fazladır. Planlama hücreleri rastgele seçilen vatandaşlardan oluşur.

Katılımcıların farklı kesimlerden seçilerek halkı yansıtabilmelerine dikkat edilir. Kendilerine gelen konuyla ilgili olarak fikir sahibi olurlar ve alternatif çözümler üretirler.

Konsensüs Konferans: Genellikle karmaşık ve uzmanlık gerektiren konuları değerlendirmek amacıyla, vatandaşlar arasından 10-30 kişi seçilerek yapılan bir kamuoyu araştırmasıdır. Vatandaş paneli formatında olan konsensüs konferans, halkı temsil eden kişilerden ve uzmanlardan oluşan bir forumdur. Bu kişiler belirli konular üzerinde tartışılır. Ardından cevaplar, tartışmalar, öne çıkan konular ve raporlar tartışılarak basın toplantısıyla sonuçlandırılır. Yaygın bir kullanıma sahip olan Danimarka modelinde, tartışmalar hafta sonu yapılır. Ana tartışma konuları belirlenerek, sorunla alakalı bilgisi olan uzman kişiler dinlenmek üzere çağırılır ve e-raporlar hazırlanır. Burada amaç aktörler arasındaki ilişkilerin ve müzakereci ruhun geliştirilmesi olup, mutlak bir sonuca ulaşabilmek değildir.

Açık Oturum: Katılımın geleneksel ve bilindik şekillerinden biri olan açık oturum, ilgili kişilerin, kararlardan etkileneceklerin ve kamu kurumlarından kişilerin kendilerini ifade ettikleri ortamdır. Vatandaşlar ve STK'lar bu toplantılara davet edilerek; önerilerini ve itirazlarını dile getirmeleri ve seslerini duyurmaları sağlanarak, sürecin şeffaf hale gelmesi amaçlanır. Amaç halka konuyla ilgili bilgi vermek ve onlardan konuyla ilgili geri bildirim almaktır.

Odak Gurup Toplantıları: Odak gurupların amacı kamusal konularda vatandaşların ilgi ve bilgisini artırmaktır. Halkı sürecin başında işin içine katarak, olası tartışmalar ve sorunların çözümü bu toplantılar sayesinde daha kolay sağlanabilir.

Yukarıdaki katılım yöntemleri, iyi yönetim ilkelerinden katılımın sağlanabilmesi açısından faydalanabilecek araçlar olarak değerlendirilebilir. Farklı boyut ve şartlardaki faaliyetlerin yapımı sürecinde farklı ve birden fazla katılım araçları kullanılabilir. Yine sayılan katılım türlerinde başarının sağlanabilmesi için beş aşamalı bir süreç takip edilebilir.

Tablo 3. Karar Verme Süreci

1. Aşama	Amaçların Belirlenmesi ve Sorunların Tanımlanması
2. Aşama	Amaç ve Sorunların İçeriğinin Araştırılması ve Önceliklerin Belirlenmesi
3. Aşama	Alternatiflerin Belirlenmesi

4. Aşama	Alternatiflerin Araştırılarak Değerlendirilmesi
5. Aşama	Seçim Kriterlerinin Belirlenerek Seçim Yapılması

Kaynak: Koçel, 2003: 80.

Karar verme süreçlerinde öncelikle amaçlar ve olası sorunlar belirlenmeli ve tanımlanmalıdır. Amaç ve karşılaşılması muhtemel sorunların analizi yapılarak, öncelik sırası belirlenmelidir. Amaçları gerçekleştirmek için kullanılacak yöntemler ve fikirler çeşitlendirilmelidir. Hatta bu süreç içerisinde alternatif amaçlar da üretilebilir. Belirlenmiş olan alternatif fikirlerin analizi yapılarak, güçlü ve zayıf yanları ortaya konmalıdır. Son aşamada ise, hedeflere ulaşmak için belirli seçim kriterlerinin varlığı gerekmektedir. Daha sonra bu kriterlere göre seçim yapılabilir. Belirlenen kriterler doğrultusunda optimum faydayı sağlama çabasında olmalıdırlar.

4. SONUÇ

İyi yönetim ilkelerinden katılımın gerçekleştirilebilmesi farklı kavramlarında o toplum ve devlet yönetimi tarafından içselleştirilmesine bağlıdır. Demokrasi ve katılımcı yurttaşlık buna örnek olarak verilebilir. Dahası, iyi yönetişimin yönetim sisteminde yer edinebilmesi için deneyimlemeye ve onun bir kültür haline gelmesine ihtiyaç vardır. Çünkü katılımı anlaşılmaması gereken Arntstein'in katılım merdiveninde gösterdiği üzere; bilgilendirme, terapi veya tokenizm değildir. Katılımla ulaşılmak istenen, halkın yapılacak faaliyetin kendini etkileyecek yönleriyle ilgili olarak karar alma süreçlerinde etkili olabilmesidir.

Vatandaşlar, iyi yönetim ilkelerinden katılım vasıtasıyla hak ve istemlerini iletebilecekleri ve onlara konuyla ilgili olarak geri dönüşün sağlanabileceği bir mekanizmayı çalıştırarak bu konudan kaynaklanan sorunlardan bir nebze olsa dahi kurtulabilirler. Bu nedenle katılım ilkesinin işleyebileceği bir mekanizmanın kurulmasına ihtiyaç vardır. İyi yönetim ilkelerinden katılımın sağlanabilmesi için, toplum tarafından karar alma süreçlerine katılmak için gelen bir hak ve zorunluluk, yöneticiler tarafından ise toplumun karar alma süreçlerine katılımının doğal olduğu anlayışının gelişebileceği zihinsel bir ortam oluşturulmalıdır. Nitekim danışma komiteleri, vatandaş danışma komiteleri ve konferans konsensüs gibi katılım yöntemleri toplumu etkileyebilecek faaliyetlerin yapım sürecinde yararlanılması gereken araçlar olarak değerlendirilebilir. Katılım aracı olarak kullanılan bu yöntemler projelerin daha kaliteli olmasını sağlayabileceği gibi oluşabilecek halk hoşnutsuzluğu neticesinde yatırım faaliyetinin geç başlamasına neden olabilecek zaman kaybının da önüne geçebilir. Dolayısıyla bu gibi katılım faaliyetleri sürecin önünde zaman kaybettirici aşamalar olarak görülmemelidir.

İyi yönetim ilkeleri yönetim bilimi alanında tüm sorunları çözebilecek sistem olarak değerlendirilmemelidir. Ancak günümüzde özel sektör yatırımları, devletin rolündeki değişimler ve vatandaşların beklentilerinin karşılanması konusunda en fazla faydanın sağlanabilmesi adına kullanılacak bir yol haritası olarak görülebilir. Dünyada hemen hemen her alanda yaşanan hızlı değişim neticesinde, vatandaşlar yalnızca devlet ya da özel sektör yatırımcısından kendileri için gerekli bir hizmetin yerine getirilmesini bekledikleri bir dönemden, küresel bilgi akışının hızı ve toplumları etkilemesi ve küresel iklim değişiklikleri gibi bir dizi etkiyle beraber çevre sorunlarının daha görünür hale gelmesinden dolayı karar alma süreçlerinde etkin olmak isteyebilmektedirler. Bu bakımdan katılım, yapılacak faaliyetin toplumca kabul edilmesine ve meşruiyet kazanmasına fayda sağlayabilir.

KAYNAKÇA

- Armstein, S. R. (1969), A Ladder Of Citizen Participation, *JAIP*, 35(4), 216-244.
- Ataay, F. (2006), Türkiye’de Yönetişim Ve Sivil Toplum Tartışmaları Üzerine Bir Değerlendirme, *Memleket; Siyaset, Yönetim*, 1, 121-141.
- Bayhan, V. (2002), Demokrasi Ve Sivil Toplum Örgütlerinin Engelleri: Patronaj Ve Nepotizm, *Cumhuriyet Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 26(1), 1-13.
- Bort, E. (2003), Scotland: On The Road To E-Democracy?, *UPGRADE European Journal For The Informatics Professionals*, 4(2), 21-25.
- Bozkurt, Ö., Seriy, S. Ve Ergun, T. (1998), *Kamu Yönetim Sözlüğü*, TODAİE Yayınları.
- Bryce, J. (1921), *Modern Democracies*, The Mcmillan Company, II, London, England, Retrieved 5 Novemder 2014 From <https://archive.org/details/ModernDemocraci14brycgoog>.
- Crompton, J. L., Lamp, C. W. Ve Schul, P. (1981), The Attitude Of Public Agencies Toward Public Participation As Perceived By Their Senior Admistrators, *Leisure Science*, 4(1).
- Çelikyay, H. Ve Turgut, S. Y. (2011),Avrupa Birliği Perspektifinde İstanbul Büyükşehir Belediyesi’nin Yönetişim Dinamikler, *Gazi Üniversitesi İktisadi Ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 13(3). 25-56.
- Çukurçayır, M. A Ve Sipahi, E. B. (2000), Yönetişim Yaklaşımı Ve Kamu Yönetiminde Kalite, *Sayıştay Dergisi*, 12(50-51), 35-66.
- Doornbos, M. (2001), Good Governance: The Rise Of Decline Of A Policy Metaphor, *The Journal Of Development Studies*, 37(6), 93-108.
- Eliçin, Y. (2011), Avrupa Birliğinde Yönetişim, *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 10(38), 44-60.

- Emini, Filiz Tufan (2013), Sivil Toplum Kuruluşlarının Politika Belirleme Sürecindeki Rolü: TÜSİAD Örneği, *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 36.
- Flynn, B. (2000), Poscad From The Edge Of Integration? The Role Of Committes In EU Environmental Policy-Making, Thoman Christiansen Ve Emil Krihcner (Ed.), *Comittee Governance In European Union*, Manchester University Press. 79-97.
- Genç, F. N. (2012), Yönetişim, Yönetime Katılma Ve Farklı Katılım Türleri, Fatma Neval Genç (Ed.), *Yönetişim Ve Yönetim Ekseninde Kamu Yönetimi* (S. 47-86), Bursa: Ekin Basım Yayın Dağıtım.
- Grindle, M. S. (2004), Good Enough Governance: Reduction And Reform In Developing Countries, *Governance: An International Journal Of Policy, Administration And Institutions*, 17(4), 525-543.
- Grindle, M. S. (2007), Good Enough Governance Revisited, *Development Policy Review*, 25(5), 553-574.
- Gündoğan, E. (2013), Yönetişim: Kavram, Kuram Ve Boyutlar, M. Akif Çukurçayır Ve H. Tuğba Eroğlu (Ed.), *Yönetişim*, (S.15-56), Konya: Çizgi Kitabevi.
- Güzelsarı, S. (2003), Neoliberal Politikalar Ve Yönetişim Modeli, *Amme İdaresi Dergisi*, 36(2), 17-34.
- Kavala, B. (2015), Küresel Rekabet Merkezindeki Afrika'da Kalkınma Dinamikleri, *Uluslararası Afrika Konferansı Sonuç Raporu*, Mayıs 2015.
- Kaypak, Ş. (2012), Devletten Yerel Yönetime Değişim Sürecinde Sivil Toplumun Yeni Yüzü, *Bitlis Eren Üniversitesi Siyasal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 1(1), 34-57.
- Koçel, T. (2003), *İşletme Yöneticiliği*, 9. Baskı, İstanbul: Beta Yayınları.
- Kooiman, J. (1999), Social Political Governance, Public Management: An International Journal And Theory, *Public Management Review* 1, 67-92.
- Lockwood, Michael (2010), Good Gevernance For Terrestrial Areas: A Framework, Principles And Performance Outcomes, *Journal Of Environmental Management*, 91(3), 754-766.
- Mahmutoğlu, A. (2010), Etik Ve Ahlak: Benzerlikler-Farklılıklar, *Türk İdare Dergisi*, 468, 224-249.
- Maliye Bakanlığı (2011), İyi Yönetişim, [Http://Www.Maliye.Gov.Tr/S_Ayfalar/İyi-Yonetisim.AspX](http://www.Maliye.Gov.Tr/S_Ayfalar/İyi-Yonetisim.AspX), Adresinden 21 Nisan 2015 Tarihinde Edinilmiştir.
- OECD (2001), Citizens As Partners: Information, Consultation And Public Participation In Policy Making, 21 January 2017 From [Http://Internationalbudget.Org/Wp-Content/Uploads/Citizens-As-Partners-OECD-Handbook.Pdf](http://Internationalbudget.Org/Wp-Content/Uploads/Citizens-As-Partners-OECD-Handbook.Pdf).
- Okçu, M. (2007), Yönetişim Tartışmalarına Katkı: Avrupa Birliği İçin Yönetişim Ne Anlama Geliyor?, *Süleyman Demirel Üniversitesi İİBF Dergisi*, 12(3), 299-312.

- Oliveira, J. A., Doll, C. N. H., Balaban, O., Jiang, P., Dreysus, M., Suwa, A., Peneranda, M. R. Ve Dirgahayani, P. (2013), Green Economy And Governance In Cities: Assesing Good Governance In Key Urban Economic Proresses, *Journal Of Cleaner Production*, 58, 138-152.
- Ökmen, M., Baştan, S. Ve Yılmaz, A. (2004), Kamu Yönetiminde Yeni Yaklaşımlar Ve Bir Yönetişim Faktörü Olarak Yerel Yönetimler, Mustafa Ökmen Ve Abdullah Yılmaz (Ed.), *Kurumdan Uygulamaya Kamu Yönetimi*, (S. 23-80), Ankara: Gazi Kitabevi.
- Özer Kızılsümer, D. (2009), *Çok Taraflı Çevre Sözleşmeleri*, İstanbul: USAK Yayınları.
- Peker, Z. (2013), Yenilenebilir Enerji Gelişmelerinin Sosyal Boyutu, *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 15(4), 663-691.
- Rhodes, R. A. W. (1996), The New Governance: Governing Without Government, *Political Studies*, 44 (4), 652-667.
- Rosenau, J. N. (1992), Governance: Order And Change İn World Politics, James N. Rosenau Ve Ernst Otto Czempiel (Ed.), *Governance Without Government: Order And Challange In World Politics*, (S. 1-29), Cambridge University Press.
- Scholte, J. A. Ve Keyman, F. (2005), Küreselleşme Ve Sivil Toplum, Sivil Toplum Ve Demokrasi Konferans Yazıları, 10, İstanbul Bilgi Üniversitesi Sivil Toplum Kuruluşları Eğitim Araştırma Birimi, İstanbul.
- Stoker, G. (1998), Governance As Theory: Five Positions, *International Social Science Journal*, 50(1), 17-28.
- Tosun, K. (1992), *İşletme Yönetimi*, Savaş Yayınları, Ankara.
- Weiss, T. G. (2000), Governance, Good Governance And Global Governance: Conceptual And Actual Challenges, *Third World Quarterly*, 21(5), 795-814.
- World Bank (1989), Sub Saharan Africa From Crisis to Sustainable Growth: A Long Term Perspective Study, Washington DC.
- Yıldırım, İ. (2004), *Demokrasi, Sivil Toplum Kuruluşları ve Yönetişim*, Seçkin Yayınları, Ankara.
- Yüksel, Mehmet (2000), Yönetişim (Governance) Kavramı Üzerine, *Ankara Barosu Dergisi*, 3, 145-161.

EXTENDED SUMMARY

Purpose

The aim of this study is to emphasize importance of participation, which is one of the good governance principles, is carried out both in terms of the implementation of other good governance principles and to provide suggestions on how to achieve the participation principle. So different forms of participation will be proposed to ensure participation in good governance process.

Methodology

In this study, the impacts of participation of good governance principles on the relations of government, NGOs and private sector organizations and participation methods are theoretically addressed in the academic literature. In this context, It was examined documents that international organizations have published and national and international index.

Findings/ Results

The ability to participate in good governance principles depends on the internalization of different concepts by that community and state government. Democracy and participatory citizenship are examples of this. Furthermore, there is a need to experience and become a culture in order for good governance to take place in the management system. Because, as shown by Armstrong's participation ladder, which must be understood through participation, information, therapy or tokenism. Participation requires that people be influential in the decision-making process as to what aspects of the activity will impact them. So, firstly a comprehensive change in administration culture must be experienced. Actually carry out of good governance principles in general depends on this change of understanding. Participation as a principle of good governance in decision making processes should not be a formality for administrator. This principle should take part as a part of the decision-making process. It must be considered and applied even as a necessity.

Conclusion and Discussion

Citizens can get rid of problems arising from this issue, even by running a mechanism through which they can communicate their rights and aspirations through good governance principles and through which they can be brought back in relation to the matter. For this reason, there is a need to establish a mechanism in which the participation principle can operate. In order for participation from good governance principles to be achieved, a mental environment in which the right to participate in the decision-making process by the community and a sense of necessity for managers to participate in the decision-making process of the community can be developed. Indeed, participation schemes such as advisory committees, citizen consultation committees and conference consensus can be considered as tools to be used in the construction process of activities that can affect the society. These methods, which are used as means of participation, can ensure that projects are of better quality and can lead to the loss of time that could lead to the late start of the investment activity in the face of possible public discontent. Therefore, such participation activities should not be seen as time-consuming steps in the process.

Good governance principles should not be considered as a system that can solve all problems in the field of public administration. However, nowadays private sector investments can be seen as a road map to be used in order to give maximum benefit to the changes in the role of the state and to meet the expectations of the citizens. Priorities may want to be effective in the decision-making process, for example, as citizens expect only a service to be fulfilled for themselves from the state or private sector investors, as the impact of global information flows and the impact of societies and global climate changes make environmental problems invisible. In this respect, it may be beneficial for the society to be accepted and legitimate.

So, participation as a principle of good governance in decision making processes is plays important role to citizen for adopting activity has done by state or private sector. Single participation method may be insufficient to solve different issues. For this reason, different participation methods can be applied to solve different issues. Different participation methods can be used together to solve issues or problems.

Sometimes the implement of the participation principle is seen as a waste of time for administrator. However, it is wrong to say that this approach is true. Because an activity is opposed by citizens can cause problems that short and medium time periods or even long time periods. Notwithstanding, it can cause new and different problems that between state and citizens. Therefore, participation of citizens to decision-making processes should not be seen as a waste of time. As the implementation of the participation principle becomes continuous, the decision-making process will take less time with gain experience. Since the empathic ability of the actors in the decision-making process may also develop, the process will be completed sooner.