

Araştırma Makalesi

Hayali İş İlanları: İş Arayanlar İçin Bir Güvencesizlik Odağı

Onur EMRE¹

ORCID: 0000-0002-6956-9487

DOI: 10.54752/ct.1638171

Öz: Hayali iş ilanları, yani işverenlerin gerçekte istihdam etmeyi planlamadıkları pozisyonlar için yayımladıkları ilanlar, modern işgücü piyasasında giderek yaygınlaşan ancak yeterince araştırılmamış bir olgu olarak dikkat çekmektedir. Bu ilanlar, işgücü talebine dair yanlış bir algı oluşturarak iş arayanlar üzerinde ciddi duygusal ve ekonomik yükler oluşturmaktadır. Profesyonel ilişki ağları sınırlı bireyleri, orantısız bir şekilde dezavantajlı duruma sokarak sosyal eşitsizlikleri derinleştirirken, aynı zamanda işgücü piyasasındaki güç dengesizliğini de yoğunlaştırmaktadır. Etik bakımından ele alındığında bu uygulamalar, işverenlerin istihdam stratejileri ile iş arayanları yanıltmak arasındaki sınırı bulanıklaştırarak şirketler için itibar riskleri de doğurmaktadır. İşe alım süreçlerinin dijitalleşmesi ve LinkedIn gibi platformların yaygınlaşması, hayali iş ilanlarının artmasına ve etkilerinin daha da kritik hale gelmesine neden olmuştur. Ayrıca, bu ilanlar işgücü piyasası verilerini çarpıtarak, piyasadaki tüm aktörler için karar alma süreçlerini zorlaştırmaktadır. Bu çalışma, Kaynak Bağımlılığı ve İşlem Maliyetleri teorileri perspektifinden hayali iş ilanlarının neden ve nasıl yaygınlaştığını ve sonuçlarını analiz etmektedir. Tartışmalar, iş arayanları korurken işverenlerin yetenek havuzlarını yönetme esnekliğini de sağlayacak düzenlemelerin

¹ Dr. Öğr. Üyesi., Okan Üniversitesi İşletme ve Yönetim Bilimleri Fakültesi. onur.emre@okan.edu.tr

EMRE, O. (2025) “Hayali İş İlanları: İş Arayanlar İçin Bir Güvencesizlik Odağı”, Çalışma ve Toplum, Sayı: 87, C.4, s. 1703-1730

Bu makale, Creative Commons Attribution 4.0 International License (CC-BY 4.0) şartları altında dağıtılan açık erişimli bir makaledir. Bu lisans, orijinal yazar ve kaynak belirtildiği sürece, herhangi bir ortamda sınırsız kullanım, dağıtım ve çoğaltmaya izin vermektedir. Bkz. <https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>

Makale Geliş Tarihi: 12.02.2025- Makale Kabul Tarihi: 12.08.2025

gerekliğini vurgulamaktadır. Hayali iş ilanlarının işgücü piyasasındaki güncel kavramlarla ve güvencesizlikle ilişkisi tartışılmakta ve bu konuya yönelik gelecek araştırmalara zemin hazırlamaktadır.

Anahtar Kelimeler: hayali iş ilanları, LinkedIn, güvencesizlik, hayali ilanlar

Ghost Ads: A Source of Precariousness for Job Seekers

Abstract: Ghost job postings, advertisements for positions that employers do not genuinely intend to fill, have become an increasingly prevalent yet underexamined phenomenon in modern labor markets. These deceptive postings misrepresent labor demand, imposing significant emotional and economic burdens on job seekers. By disproportionately disadvantaging individuals with limited professional networks, ghost job postings reinforce social inequalities while exacerbating job insecurity. Ethically, such practices blur the boundaries between proactive recruitment strategies and intentional deception, posing reputational risks for employers. The rise of e-recruitment, particularly on platforms such as LinkedIn, has further contributed to the prevalence of ghost postings. Additionally, these misleading advertisements distort labor market data, complicating policy decisions that rely on workforce trends. This study explores ghost job postings through the lenses of Resource Dependence Theory and Transaction Costs Theory while situating them within broader labor market trends. The discussions highlight the necessity of regulatory frameworks that protect job seekers while preserving employers' hiring flexibility and include recommendations for future research aiming to investigate the long-term impacts of these deceptive postings on precarious employment and labor market transparency.

Keywords: Ghost job ads, LinkedIn, precariousness, ghost ads

Giriş

Günümüzde işgücü piyasalarında artan güvencesizlik, yalnızca çalışanların istihdam koşullarını değil, işe alım süreçlerini de köklü bir şekilde dönüştürmektedir. Bu dönüşümün önemli bir yansıması olarak ortaya çıkan hayali iş ilanları hem işverenlerin hem de çalışanların dinamiklerini etkileyen kritik bir olgu haline gelmiştir. Bu çalışma, işe alım süreçlerinde giderek yaygınlaşan hayali iş ilanı trendini ve bu uygulamanın iş arayanlar, işletmeler ve işgücü piyasaları üzerindeki etkilerini incelemektedir.

Hayali iş ilanları olgusunun sosyal medya ve iş dünyasını ele alan haber kaynaklarında ilgi gördüğü bir dönem olmuş ve bu ilgi devam ediyorsa da bu ilgi,

akademik yazında aynı oranda oluşmamıştır. Hayali iş ilanlarına dair mevcut bilgilerin büyük bir kısmı, iş arayanların sosyal medya platformlarına paylaştıkları deneyimlerden, iş dünyası haberlerinden ve internet topluluklarından gelen bireysel anlatılardan oluşmaktadır. Bu kaynaklar, iş arayanların süreçte karşılaştıkları zorlukları ve işe alım uzmanlarının hayali iş ilanlarını kullandıklarına dair anekdotları vurgulamaktadır. Ancak bütün bunlar, bu uygulamanın ardındaki motivasyonun, iş arayanlar üzerindeki etkileri veya işgücü piyasaları üzerindeki daha geniş yansımaları hakkında sınırlı bir tartışma sunmaktadır.

Hayali iş ilanlarının (ghost job ads) akademik alanda yeterince incelenmemiş olması, bu konunun derinlemesine araştırılması için önemli bir fırsat sunmaktadır. Çalışmanın hazırlandığı tarih itibarıyla Google Scholar, Dergipark ve YÖK Tez veri tabanlarında ilgili İngilizce ve Türkçe anahtar kelimelerle yapılan taramalarda herhangi bir sonuca ulaşılamamıştır. Bu çalışmada hayali iş ilanları olarak Türkçeye kazandırdığımız ghost job ads kavramı, dijital pazarlama literatüründe yer alan ghost ads teriminden farklıdır. Dijital pazarlama bağlamında ghost ads, reklamların belirli gruplara gösterilmeden etkilerinin ölçüldüğü bir kontrol yöntemi olarak kullanılırken; insan kaynakları ve işe alım bağlamında ghost job ads, gerçekte işe alım amacı taşımayan ya da işe alım niyeti şüpheli olan ilanları ifade etmektedir. Ayrıca, literatürde zaman zaman fake ads ifadesiyle de karşılaşılan ve Türkçeye sahte iş ilanı olarak çevrilebilecek kavram ise, işe başvuran kişilerin kişisel bilgilerini ve kaynaklarını haksız yollardan elde etmeye ya da onları manipüle etmeye çalışan dolandırıcılık amaçlı ilanları kapsamaktadır. Bu nedenle, fake job posting literatürü bu çalışmanın kapsamı dışında bırakılmıştır.

Dijitalleşen işe alım süreçlerinin yaygınlaşmasıyla birlikte, hayali iş ilanlarının etkisi, kavramın çıkış yeri olan ABD’de ve ardından tüm beyaz yaka çalışanların yoğun olduğu ekonomilerinde giderek belirginleşmektedir. Literatürde tespit edilen bu boşluğun doldurulması, hayali iş ilanlarının artışını tetikleyen faktörleri, organizasyonların bu uygulamayı neden benimsediğini ve nasıl vazgeçilmez hale getirdiğini; ayrıca iş arayanlar üzerindeki etkilerini ve işgücü piyasalarının dinamiklerine olan geniş çaplı yansımalarını tartışmaya imkân tanıyacaktır.

Hayali iş ilanları, yalnızca güvencesiz çalışma koşullarının bir sonucu olarak ortaya çıkmakla kalmayıp, aynı zamanda bu koşulları derinleştirip yaygınlaştıran bir uygulama olarak da değerlendirilmektedir. Özellikle eğitilmiş beyaz yaka profesyoneller, çalışma hayatına yeni atılan mezunlar, çalışma hayatına ara vermiş bireyler ve iş değiştirmek isteyenler gibi görece kırılgan gruplar, iş arama süreçlerinde farkında olmadan bu olguyla karşılaşmaktadır. Hayali iş ilanlarının yaygın kullanımı, işgücü piyasasındaki belirsizliği artırarak bireyleri güvencesiz, geçici veya düşük ücretli pozisyonlar için daha yoğun bir rekabete sokmakta ve böylece daha geniş kapsamlı bir güvencesizleşme sürecini tetiklemektedir.

Hayali iş ilanlarının yalnızca işe alım süreçlerine dair bir olgu olmadığı, aynı zamanda giderek yaygınlaşan güvencesiz çalışma koşullarının bir yansıması olduğu ileri sürülebilir. İş arayanlar ve çalışanlar, bu ilanların etkisiyle giderek daha fazla rekabete zorlanmakta, sürekli olarak becerilerini güncelleme ve kendilerini profesyonel platformlarda daha görünür hale getirme baskısı hissetmektedir. Özellikle dijital işe alım süreçlerinin yaygınlaşması, LinkedIn gibi platformlar aracılığıyla bireylerin profesyonel kimliklerini sergileme biçimlerini dönüştürmüş, istihdam edilebilirlik artık yalnızca becerilere değil, aynı zamanda kişisel marka yönetimine bağlı hale gelmiştir.

Bu çalışma kapsamında, Kaynak Bağımlılığı Teorisi ve İşlem Maliyetleri Teorisi çerçevesinde hayali iş ilanlarının yaygın olarak benimsenmesi ele alınacaktır. Bu teorik çerçeve, işverenlerin belirsizlik koşullarında neden sürekli iş ilanı yayımladıklarını ve bu uygulamanın nasıl bir stratejik araç olarak kullanıldığını açıklamaktadır. Ayrıca, işgücü piyasasında güvencesizlik ve dijitalleşmenin birleşerek iş arama süreçlerini nasıl etkilediği detaylı bir şekilde tartışılacaktır.

Bu çalışmanın amacı, hayali iş ilanların artan kullanımını tetikleyen faktörleri ortaya koymak, organizasyonların bu uygulamayı neden benimsediğini ve nasıl vazgeçilmez hale getirdiğini açıklamak ve bu ilanların iş arayanlar ile işgücü piyasalarının dinamiklerine olan geniş çaplı yansımalarını tartışmaktır. Bu doğrultuda, hayali iş ilanlarının yalnızca bireysel kariyer kararlarını değil, aynı zamanda iş dünyasındaki yapısal değişimleri nasıl etkilediğini anlamak adına kapsamlı bir çerçeve sunmayı amaçlamaktadır.

Hayali İş İlanlarının Tanımı ve Bağlamı

Hayali iş ilanları, organizasyonların aslında işe alım niyeti olmadan yayımladıkları iş ilanlarını ifade etmektedir. Son yıllarda işe alım süreçlerinin dijitalleşmesi, hayali iş ilanlarının artışına önemli ölçüde katkı sağlamıştır. Çevrimiçi iş platformları, organizasyonlara iş ilanlarını düşük maliyetle ve geniş kitlelere ulaştırma imkânı sunarken, bu durum hayali iş ilanlarının daha yaygın hale gelmesine yol açmıştır. Ayrıca, iş ilanlarının çoğunlukla denetim dışı kalması, bu tür ilanların fark edilmesini zorlaştırmaktadır.

Bu ilanlar genellikle özgeçmiş toplamak, yetenek havuzu oluşturmak, piyasanın bir ilana ilgisini test etmek, şirket imajını güçlendirmek ya da yasal gereklilikleri yerine getirmek gibi amaçlarla kullanılmaktadır. Hayali iş ilanlarını tespit etmek, çoğu gözlemci için oldukça zordur. Bunun başlıca nedenleri arasında, ilanların minimum düzeyde denetime tabi tutulması veya tamamen denetimsiz olması yer almaktadır. Ayrıca, bu ilanlar genellikle iş arayan adaylara gerçekçi görünmek üzere dikkatli bir şekilde tasarlanmaktadır. Bu nedenle, bir iş arayanın bu ilanların hayali olduğunu anlayabilmesi neredeyse imkânsız hale gelmektedir. Bununla birlikte, dikkat edilmesi

gereken belirgin bazı işaretler ve bu ilanlarda sıkça görülen kalıplar, hayali iş ilanlarını tespit edebilmeyi kolaylaştırmaktadır.

Hayali iş ilanlarında yer alan iş tanımları, ya çok genel ya da aşırı geniş kapsamlıdır. İşverenler, çalışılacak pozisyonun sorumlulukları ve beklentileri hakkında spesifik ayrıntılar vermekten kaçınmaktadır (Rumage, 2024). Bu muğlak yapı, daha fazla adayı ilana başvurmaya teşvik etmeyi amaçlamaktadır. Çok spesifik gereksinimlerin aday havuzunu daraltması ve başvuru sayısını düşürmesi ihtimali, bu yaklaşımın temel nedenlerinden biridir. Bunun yanı sıra, bazı ilanlar yan haklar ve teşvikleri ön plana çıkarırken, rolün gerektirdiği çaba, yetenek veya eğitim gibi nitelikleri olduğundan az gösterme eğilimindedir (Paradis, 2024). Bu strateji, pozisyonun zorluklarını ve gerekliliklerini gizleyerek daha fazla adayın ilgisini çekmeyi hedeflemektedir.

Hayali iş ilanlarının içerik ve üslubu, genellikle aynı şirketin diğer ilanlarına veya farklı şirketlerin ilanlarına benzer nitelikler taşımaktadır. Bu tür ilanlar, uzun süreler boyunca aktif kalabilir veya sürekli olarak yenilenebilir, bu da gerçek bir işe alım niyeti olmadığını düşündürülebilir. Bazı hayali iş ilanları, iş ilan sitelerinde veya sosyal medya platformlarında yayında görünmesine rağmen, şirketin resmi web sitesinde ya da işe alım portalında yer almamaktadır (Shibu, 2025). Ayrıca, işe alım sürecindeki belirgin eksiklikler de bu ilanların hayali olduğunu gösterebilir. Örneğin, adaydan özgeçmişte verdiği bilgileri tekrar iletmesinin istenmesi ya da işe alım personeliyle herhangi bir etkileşim gerçekleşmeden önce testler, portföy veya iş örnekleri talep edilmesi şüphe uyandırabilir.

Başvuru yapıldıktan sonra da bazı sinyaller hayali iş ilanlarının varlığını ortaya çıkarabilmektedir. Örneğin, başvurunun alındığına dair bir teyit verilmemesi, başvuru durumu hakkında herhangi bir bilgi ya da güncelleme paylaşılmaması ve adayın bilgi talebine rağmen geri dönüş olmaması bu ilanların güvenilirliğini sorgulatan durumlar arasında yer almaktadır.

Dijital İşe Alım Platformlarının Rolü

Dijital işe alım platformları, işverenlerin yalnızca iş arayanlarla bağlantı kurmasına değil, aynı zamanda bu platformları yetenek havuzlarını beslemek için bir veri tabanı olarak kullanmasına olanak tanımaktadır. Bu platformlar, iş arayanların iş fırsatlarına erişimini artırmış ve başvuru süreçlerini kolaylaştırmış olsa da, iş arayanlar başvurularını gönderdikten sonra sürecin detayları genellikle belirsizliğini korumaktadır. McDonald ve diğ. (2022), işe alım uzmanlarının aday bilgilerini nasıl kullandığını incelemiş ve sürecin büyük ölçüde gizlilik ihlallerine ve ayrımcılığa açık olduğunu öne sürmüştür. Ajunwa ve Greene (2019) ise işe alım platformlarının, bilgi akışını işverenlerin ihtiyaçlarını önceleyecek şekilde yeniden yapılandırıldığını vurgulamaktadır.

Bu platformların temel amaçlarından biri, geniş bir başvuru havuzu oluşturmak ve aday verileri üzerinde ileri düzey algoritmalar çalıştırmaktır. İş platformlarının yapılandırılmış veri toplamaya odaklanması, iş arayanların başvurularını kontrol etme ve kendilerini ifade etme yetkinliklerini sınırlayabilmektedir. Yapılandırılmış formatta veri toplamak, şirketlerin format değiştirme ve veri işleme maliyetine katlanmayarak bu yükün iş arayan aday üzerine yıkılmasına yol açmaktadır. Adayların kendilerini ifade edici bilgi sunumlarını belirli formatlara indirgemesi, işverenlere asimetrik bir bilgi avantajı sunmakta ve genellikle adayların aleyhine bir güç dengesizliği yaratmaktadır.

İş platformları, amaçları ve işlevlerine göre birkaç kategoriye ayrılabilir. Indeed ve Monster gibi genel iş ilanı platformları, geniş kitleyi hedefleyen iş ilanlarının yayımlanması için kullanılmaktadır. ABD’de yaygın olan bu platformlar, Türkiye’de de faaliyet göstermekte; Kariyernet ve Yenibiriş gibi benzer platformlar da aynı kategoride yer almaktadır. Bu platformlar genellikle yüksek hacimli işe alımlar, mavi yaka işler ve giriş seviyesi pozisyonlar için tercih edilmektedir. Ancak çoğunlukla güncel olmayan veya aktif olmayan ilanlar da listelenebilmektedir (Jattuso ve Sinar, 2003). LinkedIn ve özellikle Almanca konuşulan ekonomilerde Xing gibi platformlar ise sosyal ağ oluşturma işlevlerini iş ilanlarıyla birleştirerek, beyaz yakalı profesyonel rollere odaklanmaktadır. Bu tür platformlar, profesyonellerin uzmanlıklarını sergilemelerine ve işe alım uzmanları ile diğer profesyonellerle bağlantı kurmalarına imkân tanıyarak, hem aktif hem de pasif iş arama süreçlerini desteklemektedir (Nikolaou, 2014). Şirketler ayrıca iş ilanlarını doğrudan kendi web sitelerinde de yayımlayabilir. İş ilanları ister bir iş ilan platformunda, bir sosyal ağ platformunda veya bir şirketin web sitesinde yayımlanmış olsun, herhangi bir kaynaktaki ilanlar adayları ya bir kariyer portalına ya da Workday, SAP SuccessFactors veya Oracle HCM Cloud gibi köklü bir İnsan Kaynakları Yönetimi platformuna yönlendirebilir. Bu platformlar, şirketlerdeki işe alım döngüsünü uçtan uca yönetmekte ve genellikle genel iş ilan platformları ve profesyonel ağ platformları ile entegre çalışmaktadır. Stack Overflow Jobs gibi yazılım geliştiricilere yönelik, Dribbble gibi tasarımcılara yönelik ve AngelList gibi start-up oluşumlara yönelik olan platformlar, belirli sektörler veya roller için ideal olup, bu alandaki yetenekleri kendine çekebilmektedirler. Ancak, bunlar daha kısıtlı bir erişime sahip olduklarından, genel iş ilan panolarına kıyasla iş ilanlarının görünürlüğünü sınırlayabilmektedir. Son olarak, Upwork, Fiverr ve Uber gibi gig ekonomisi ve serbest çalışma platformları, çalışanları kısa vadeli, proje bazlı veya gig tabanlı fırsatlarla buluşturmayı amaçlamakta; esnek ve geleneksel olmayan istihdam modellerini desteklemektedir.

İşe alım süreçlerinin dijitalleşmesi ile ilgili çalışmalar 2000’li yılların ortalarından itibaren hız kazanmış ve bilgi teknolojileri araçları ile bu süreçlerin entegrasyonu literatürde yerini almaya başlamıştır. LinkedIn de benzer şekilde bu

süreçten payını almış; bilgi teknolojileri, pazarlama ve insan kaynakları alanlarında literatürde bu dönem ve sonrasında belirtmeye başlamıştır (Appleby, 2012; Kluemper ve Rosen, 2009; Ollington, Gibb ve Harcourt, 2013; Zide, Elman ve Shahani-Denning, 2014; Landers ve Schmidt, 2016).

Geleneksel iş arama platformları geçmişte yaygın bir şekilde kullanılmış olmakla birlikte, LinkedIn, iş ilanı platformlarının işlevselliğini sosyal ağ özellikleriyle birleştirerek dijital işe alım süreçlerinde önemli bir konuma ulaşmıştır. Bu platform, kullanıcılara profesyonel profiller oluşturma, bağlantılar kurma, portföylerini sergileme ve kariyer odaklı içerikler paylaşma imkânı sağlamaktadır. Bu özellikler, LinkedIn'i iş ilanı siteleri arasında farklı bir konuma yerleştirmektedir (Brown ve Vaughn, 2011; Karaoglu, Hargittai ve Nguyen, 2021).

Platformun modern işe alım süreçlerindeki rolü, iş başvuru özelliğinin eklenmesiyle daha da güçlenmiştir. LinkedIn, yalnızca iş ilanlarını yayımlama ve başvuru toplama sürecini desteklemekle kalmamış, aynı zamanda iş arayanların sosyal ağ üzerinden bağlantıda kalmasını sağlayan bir araç haline gelmiştir (Hensel, 2008).

İşverenler açısından bakıldığında LinkedIn, çeşitli işlevleriyle çok yönlü bir platform sunmaktadır. Özellikle, markalaşma amacıyla vitrin sayfası oluşturma, profesyonel adaylarla doğrudan mesajlarla iletişim kurma ve işe alım süreçlerini kolaylaştırma gibi işlevler öne çıkmaktadır. Bunun yanı sıra, LinkedIn'in sunduğu avantajlardan birisi de işverenlerin adaylara yalnızca başvuruları ve özgeçmişleri üzerinden değil, aynı zamanda profesyonel ağları, ilgi alanları ve sergiledikleri portföyler üzerinden de ulaşabilmesidir (Nikolaou, 2014; Sharone, 2017). Bu durum, işverenlerin adayları daha geniş bir perspektiften değerlendirmesine olanak tanımakta ve LinkedIn'i stratejik bir işe alım aracı haline getirmektedir.

Neden Hayali İş İlanları Sorun Teşkil Ediyor?

Bir organizasyonun yetenekli adaylara ulaşabilmesi için öncelikle onların ilgisini çekmesi gereklidir. 2000'li yıllardan itibaren işverenler, iş ilanlarını internette ve iş ilan panolarında yayımlamayı tercih etmiş ve bu platformların kullanımı önemli ölçüde artmıştır (Dineen ve diğ., 2007). İnternet üzerinden işe alımın avantajlarından biri, kısa sürede geniş bir aday kitlesine ulaşma imkânı sunmasıdır. Ancak bu durum, şirketlerin yönetemeyeceği kadar fazla başvuru almasına da neden olabilmektedir (Lievens ve Harris, 2003).

İnternet üzerinden işe alım süreçlerinin bir diğer avantajı, maliyet ve zaman tasarrufudur. Cappelli'ye (2001) göre süreçleri internet üzerinden yürüterek birini işe almak, geleneksel yöntemlere kıyasla yirmide bir oranında maliyet oluşturmakta ve ilanların yayımlanması, başvuruların alınması ve işlenmesi için gereken süre 43 günden 10 güne düşmektedir. 2000 yılına ait bu veriler bile çevrimiçi işe alımın sağladığı verimlilik artışlarını ortaya koymakta ve şirketlerin işe alım süreçlerini dijital

platformlara taşımalarına zemin hazırlamaktadır.

Bununla birlikte, çevrimiçi işe alım platformlarının sunduğu bu avantajlar, “hayali iş ilanları” gibi etik olmayan uygulamaların yaygınlaşmasına da neden olmaktadır. Bu tür ilanlar, her zaman gerçek işe alım amaçlarını yansıtmayabilir ve genellikle işverenlerin uzun vadeli stratejilerine hizmet etmektedir.

LinkedIn’in Etkisiyle Hayali İş İlanlarının Yükselişi

LinkedIn’in geniş kullanıcı kitlesi, arama filtreleri, hedefli iş ilanları ve mesajlaşma gibi özellikleri, platformu işe alım uzmanları için vazgeçilmez bir araç haline getirmiştir. Günümüzde Kuzey Amerika piyasasında işe alım süreçlerinin %80’i LinkedIn gibi çevrimiçi platformlar üzerinden gerçekleşmektedir (Coverdill ve Finlay, 2017). Bu durum, LinkedIn’ in işe alımdaki rolünü güçlendirmekle kalmamış, hayali iş ilanlarının yayılmasına da katkıda bulunmuştur.

Hayali iş ilanlarının ortaya çıkmasındaki temel faktörlerden biri, LinkedIn’in iş modelidir. LinkedIn, bireysel kullanıcılardan ziyade öncelikli olarak işe alım işlevi konusunda kurumsal kullanıcılara hitap etmektedir. LinkedIn’in gelir modeli, bireysel kullanıcılara yönelik opsiyonel premium abonelikleri hariç, büyük ölçüde kurumsal aboneliklere dayanmaktadır (Laukkarinen, 2023; Coverdill ve Finlay, 2017). Bu iş modeli, işe alım uzmanlarını platformda sürekli bir varlık göstermeye ve platformun tüm özelliklerini kullanmaya teşvik etmektedir. Adayların ilgisini çekmek ve firma güvenilirliğini artırmak amacıyla işe alım uzmanlarının profilleri genellikle bağlantılardan alınmış övgüler ve olumlu referanslarla doldurulmaktadır. Bunun yanı sıra, işe alım uzmanları, sıcak ve yakın bir imaj sergileyerek ulaşılabilirlik sinyali vermeyi hedeflemektedir. Görünürlüğü artırma ve ağ genişletmeye yönelik bu faaliyetler, hayali iş ilanları ile özgeçmiş toplama pratiğinin devamlılığına katkıda bulunmaktadır.

LinkedIn’in hedef kitlesi de hayali iş ilanlarının yaygınlığını etkileyen faktörlerden biridir. LinkedIn, öncelikli olarak profesyonel, beyaz yakalı çalışanlar ve yüksek beceri gerektiren denetim pozisyonlarına hitap etmektedir. Platformun gelişmiş arama araçlarının sunduğu kolaylık, bireylerin aktif olarak iş aramasalar bile iş fırsatlarını keşfetmelerine olanak tanımaktadır. Profil oluşturma ve platformda aktif bir varlık gösterme gibi aktivitelerin, kullanıcılar için profesyonel faydalar sağladığı bilinmektedir (Nikitkov ve Sainty, 2014). Kuruluşlar, özellikle yüksek ücretli ve yüksek beceri gerektiren pozisyonlar için gizli yetenek havuzlarına ulaşma yeteneklerini pazarlayarak bu durumdan faydalanmaktadır. Bu uygulama, mevcut bir işte çalışıyor olduğu halde düşük seviyede ve düşük yoğunlukta iş arayan, aktif olarak tam zamanlı iş aramayan kişiler olarak ifade edilebilen pasif adaylara erişim sağlamaktadır. Özellikle LinkedIn gibi platformlar, pasif adayların işe alınmasını meslek alanlarının daha geniş bir yelpazesinde yaygınlaştırmaktadır (McDonald, Damarin, Lawhorne, ve Wilcox, 2019).

İşe alım süreçlerinde ortaya koyduğu faydalarına rağmen, LinkedIn'in iş modeli ve uygulamaları hayali iş ilanlarının devamlılığına katkıda bulunmaktadır. Şirketteki bir pozisyon doldurulduktan sonra yayında bırakılan ya da gerçek bir işe alım niyeti olmaksızın oluşturulan bu ilanlar, işe alım uzmanlarının görünürlüklerini artırma ve ilişki ağlarını koruma ihtiyacının bir yan ürünü olarak ortaya çıkmaktadır. Bu tür pratikler, iş arayanların gerçek iş fırsatlarını yanıltıcı ilanlardan ayırt etmesini zorlaştırmaktadır. LinkedIn modern işe alım uygulamalarını şekillendirmeye devam ederken, bu zorlukların ele alınması, platformun güvenilirliğini ve kullanımını geliştirmek açısından kritik bir öneme sahiptir.

Hayali İş İlanları ile İlgili Mevcut Kanıtlar

ResumeBuilder.com' un (2024) yakın zamanda işe alım alanında çalışan profesyoneller ile yaptığı bir çalışma, birçok şirketin hayali iş ilanları yayımladığını ortaya koymaktadır. 1.641 işe alım yöneticisinin katıldığı ankete göre, şirketlerin %40'ı önceki yıl içerisinde hayali bir iş ilanı yayımlamış, %30'u ise mevcut durumda gerçek bir pozisyonla ilişkili olmayan aktif hayali iş ilanları yayımlamaya devam etmektedir. Bu ilanların %31'i bir ay boyunca yayında kalırken, %9'u bir yıl veya daha uzun süre yayında tutulmuştur (Forbes India, 2024). Çalışma, bu tür ilanların genellikle çalışanların iş yükü endişelerini hafifletmek veya şirketin büyüme algısını güçlendirmek gibi içe dönük hedeflerle yapıldığını öne sürmektedir. Dikkat çekici olan bir husus ise, 10 işe alım yöneticisinden 7'si bu uygulamayı ahlaki açıdan kabul edilebilir bulmuş ve bunu artan motivasyon ve verimlilik gibi olumlu sonuçlarla gerekçelendirmiştir.

Anket, örgütsel metrikler üzerindeki çeşitli etkileri de ortaya koymaktadır. Şirket gelirleri söz konusu olduğunda, katılımcıların %68'i olumlu etkiler gözlemlediklerini ifade ederken, %23'ü herhangi bir değişiklik görmemiş ve %7'si olumsuz sonuçlar bildirmiştir. Çalışanların motivasyonu bakımından katılımcıların %65'i iyileşme gözlemlediklerini belirtirken, %21'i herhangi bir etki görmediğini, %12'si ise motivasyonda düşüş yaşandığını ifade etmiştir. Verimlilik ise en olumlu sonuç olarak dikkat çekmektedir; katılımcıların %77'si pozitif etkiler bildirmiştir. Bu bulgular, hayali iş ilanlarının işe alım stratejilerinin bir parçası olarak giderek daha fazla normalleştiğini göstermekte ve bu uygulamanın iş arayanlar ile işgücü piyasasındaki verilerin doğruluğu üzerindeki etkileri hakkında önemli şüpheler doğurmaktadır.

MyPerfectResume tarafından 2024 yılında 753 işe alım uzmanı katılımıyla gerçekleştirilen bir başka çalışma, hayali iş ilanlarının arkasındaki motivasyonları daha da netleştirmektedir. Çalışmaya göre, işe alım uzmanları gerçekte mevcut olmayan ya da çoktan doldurulmuş pozisyonlara ilişkin iş ilanları yayımladıklarını itiraf etmektedir. Bu motivasyonlar, LinkedIn gibi platformların sağladığı stratejik

faýdalarla uyumlu görünmektedir. İşe alım uzmanı pozisyonundaki katılımcılara bunun arkasında yatan motivasyonlar sorulduğunda, çeşitli organizasyonel hedefler vurgulanmıştır. Şirketlerin %38'i, iş ilanlarını platformlarda bir varlık göstermek ve işveren marka farkındalığını artırmak için yayımlamaktadır; bu durumda, doğrudan işe alım ihtiyacı ikinci planda kalmaktadır. Ek olarak, şirketlerin %36'sı ilanlarda yer alan iş tanımını ifadelerini iyileştirmek için bu ilanları deneme amacıyla kullanırken, %26'sı ise gelecekteki potansiyel faydaları olabilecek yetenek havuzları oluşturmayı hedeflemektedir. Benzer bir oranda katılımcı (%26), rakipleri izlemek ve piyasayı yoklamak gibi stratejik amaçlarla hayali iş ilanlarından faydalandıklarını belirtmiştir. Bu motivasyonlar, hayali iş ilanlarının çoğunlukla gerçek işe alım niyeti yerine stratejik planlama araçları olarak kullanıldığını göstermektedir (Escalera, 2024).²

Teorik Çerçeve

Hayali iş ilanlarının yükselişi, Kaynak Bağımlılığı Teorisi (Pfeffer ve Salancik, 1978) ve İşlem Maliyetleri Teorisi (Williamson, 1979) çerçevesinde incelenebilir. Kaynak Bağımlılığı Teorisi, organizasyonların belirsizlik koşullarında kritik kaynakları nasıl güvence altına aldığını ele alırken, İşlem Maliyetleri Teorisi kurumların attıkları adımlarda işlemlerle ilgili maliyetleri en aza indirme ve süreç optimizasyonunu ele almaktadır. Bu iki teori, hayali iş ilanlarının yaygın olarak benimsenmesini ve çağdaş işgücü piyasalarındaki rolünü anlamak adına kapsamlı bir çerçeve sunmaktadır.

Hayali İş İlanlarına Yönelik İhtiyacın Arkasındaki Faktörler

Kaynak Bağımlılığı Teorisi, şirketlerin istikrar sağlamak ve rekabetçi kalabilmek için kritik kaynakları güvence altına alması gerektiğini öne sürmektedir. Hayali iş ilanları, işgücü piyasalarındaki kaynak bağımlılıklarını yönetmek için bir araç işlevi görür. Şirketler iş ilanlarını sürekli yayında tutarak, potansiyel adaylardan oluşan geniş bir aday havuzu oluşturmakta ve bu, özgeçmişlerin sisteme düzenli olarak akmasını sağlamaktadır. Böylece yetenek arzındaki dalgalanmalara karşı bir koruma mekanizması oluşmakta ve şirketler operasyonlarında esneklik kazanmaktadır. ResumeBuilder tarafından yapılan ankette, şirketlerin bu ilanları çalışanların iş yükünü hafifletmek ve büyüme görüntüsü oluşturmak gibi içsel motivasyonlarla da kullandığı ortaya konulmuştur.

Şirketler, iş ilanlarını hem içsel hem de dışsal beklentilerini yönetmek için

² Hayali iş ilanlarına ilişkin akademik çalışmaların henüz oluşmaması nedeniyle eldeki kanıtların medya organlarında çıkan haberler ve sektör temsilcilerinin anekdot niteliğindeki görüşlerinden oluştuğunu hatırlatmak gerekmektedir.

kullanır. İçsel beklentiler bağlamında, bu ilanlar çalışan algılarını şekillendirmeye yardımcı olmaktadır. Çalışanlar, iş ilanlarını gördüklerinde yeni bir işe alımın iş yüklerini azaltacağı umuduna kapılabilmekte ve bu durum, tükenmişliği azaltarak genel olarak çalışan devir oranını düşürebilmektedir (Paradis, 2024). ResumeBuilder (2024) araştırmasına göre işe alım yöneticilerinin %62'si, çalışanların kendilerini daha kolay vazgeçilebilir hissetmeleri için hayali iş ilanları yayımladıklarını itiraf etmiştir. Bu strateji, çalışanların işlerini kaybetme korkusuyla performanslarını artırma yönünde motive olabileceği varsayımına dayanmaktadır.

Hayali iş ilanları, yalnızca şirket içi süreçleri değil, dış paydaşlara yönelik algı yönetimini de etkilemektedir. Örneğin, Paradis'in (2024) belirttiği gibi bazı ilanlar, yalnızca yasal yükümlülükleri yerine getirmek veya içerideki adayları değerlendirmek için yayımlansa da bu ilanlar aynı zamanda şirketin dış paydaşlara yönelik stratejik iletişimde de rol oynayabilir. ResumeBuilder (2024) verilerine göre, birçok şirket iş ilanlarını yalnızca işe alım amacıyla değil, potansiyel yatırımcılar, rakip firmalar ve kamuoyu nezdinde bir büyüme ve dinamizm mesajı vermek için kullanmaktadır. Bu bağlamda, iş ilanlarının sayısındaki artış, dış gözlemciler tarafından şirketin büyüme sürecinde olduğu şeklinde yorumlanabilir. Bu tür bir algı yönetimi, şirketin piyasa değerini olumlu etkileyebilir ve meşruiyet algısını güçlendirebilir (Celani ve Singh, 2011). Ayrıca, iş arayanlar da aktif ilanları bir şirketin organizasyonel canlılığı ve güvenilirliği açısından olumlu bir gösterge olarak değerlendirme eğilimindedir (Dineen ve diğ., 2007). Dolayısıyla, hayali iş ilanları sadece içerideki stratejik ihtiyaçlara değil, dışardaki algı yönetimine de hizmet etmektedir.

İşverenler ile iş ilanı platformları arasında karşılıklı ticari bağımlılık ilişkisi bulunmaktadır. Şirketler, işe alım süreçlerinde bu platformları değerli araçlar olarak görürken, platformlar da içerik üretimi ve platformlarının kullanım etkinliği açısından da şirketlere bağımlıdır. Bu karşılıklı bağımlılığın bir yan ürünü olarak, hayali iş ilanlarının ortaya çıktığı görülmektedir. Profesyonellere ve yöneticilere yönelik bir platform olarak LinkedIn, yalnızca aktif ve pasif iş arayanları organizasyonlara çekmek için etkili bir iletişim kanalı sunmakla kalmamakta, aynı zamanda mevcut ve potansiyel çalışanlarla etkileşimi de kolaylaştırmaktadır (Bonsón ve Bednárová, 2013).

Hayali İlanların Yaygın Bir Uygulama Haline Gelmesi

İşlem Maliyetleri Teorisi, işe alım süreçlerindeki dijital dönüşümün hayali iş ilanlarını operasyonel olarak nasıl mümkün kıldığını açıklamak için güçlü bir çerçeve sunmaktadır. Bilgi ve iletişim teknolojilerindeki yenilikler, bilgi işlemenin ve iletişimin süresini ve maliyetini büyük ölçüde azaltmıştır (Malone ve diğ., 1987). Modern işe alım platformları, şirketlerin çözüm arama, pazarlık ve uygulama maliyetlerini düşürmesine olanak tanımakta (Cordelia, 2006) ve genellikle abonelik paketleri aracılığıyla birden fazla iş ilanını en düşük maliyetle yayımlama imkânı sağlar. Bu

durum, yeni ilanların yayımlanması ve başvuruların toplanması sürecinin ekonomik risklerini azaltır. Platformlar ayrıca, karar vericiler arasındaki koordinasyon maliyetlerini ve bilgi işlemenin maliyetlerini en aza indirir (Benjamin ve Wigand, 1995). İşe alım süreçlerinde aday eleme ve başvuruları yönetme gibi işlemleri otomatikleştirerek hem işlem maliyetlerini düşürür hem de işe alım personelinin iş yükünü azaltır (Andreu ve Ciborra, 1996).

Hayali iş ilanları, işverenler için özgeçmişleri toplamak, başvuran adayları ön elemekten geçirmek ve şirket için aday veritabanları oluşturmak için düşük maliyetli bir yöntem olarak öne çıkar. Bu strateji, gelecekteki işe alım maliyetlerini düşürür ve organizasyonların olası yetenek kısıtlarına hızlı ve çevik bir şekilde yanıt vermesine olanak tanır. Ek olarak, bir iş ilanını belirli bir pozisyon açığı olmaksızın uzun süre yayında bırakmak, olağanüstü adayları belirlemek amacıyla kullanılan geniş kapsamlı bir yetenek çekme mekanizmasıdır. Özellikle uzmanlık gerektiren pozisyonlar ve üst düzey adaylar için şirketler bu yöntemi tercih edebilir. Bu yaklaşım, şirketlerin karmaşık işe alım süreçlerine girmeden piyasadaki en yetkin bireyleri tespit etmelerine olanak tanır.

Şirketlerin bu yaklaşımdan temel beklentisi, olağanüstü bir aday ortaya çıktığında, şirkette belirli bir mevcut açık pozisyon olmasa bile yeteneği güvence altına almaktır. Adayın organizasyona uygun bir profil sergilemesi durumunda, şirketler bazen o kişi için özel bir pozisyon yaratmayı tercih edebilir (Rumage, 2024). Bu durum, hayali iş ilanlarının yalnızca düşük maliyetli bir işe alım aracı değil, aynı zamanda stratejik bir yetenek yönetimi mekanizması olarak işlev gördüğünü ortaya koyar.

Dijital platformlar, iş arayanlar için de başvuru süreçlerini basitleştirerek yeni bir iş başvurusu yapmanın hem marjinal maliyetini hem de katlanılan yükü azaltmıştır. Başvurunun sonucu belirsiz olsa bile, tek tıkla kolay başvuru yapılmasına olanak tanıyan platform özellikleri, iş arayanları hayali iş ilanlarına başvurmaya teşvik eder. Bu durum, hayali iş ilanlarının işe alım süreçlerinde etkili araçlar olarak kullanılmasını destekler.

Hayali iş ilanlarının başka bir potansiyel nedeni, organizasyon içindeki gerekli onay süreçlerini devre dışı bırakarak piyasa taleplerine daha hızlı yanıt verebilme arzusudur. Bazı durumlarda, işe alım uzmanları veya İK departmanları, işe alım ihtiyaçları ortaya çıktığında hızlı hareket edebilmek için ihtiyaç olmasa dahi önceden ilan yayımlayabilir. Bu yöntem, personel alımı için gerekli onaylar ya da bütçe tahsisleriyle ilgili gecikmeleri aşmak amacıyla kullanılır. İş ilanlarının sürekli aktif olarak platformlarda yer alması, organizasyonların proaktif ve işe alıma hazır görünmesini sağlar. Özellikle hızlı değişen sektörlerde veya ekonomik belirsizlik dönemlerinde bu strateji, işe alım kararlarının hızla alınmasına olanak tanır.

Hayali iş ilanları, örgütsel verimliliği artırma potansiyeline sahip olmalarına rağmen, iş arayanlar üzerinde önemli gizli maliyetler yaratmaktadır. İşlem Maliyetleri Teorisi'ne (Williamson, 1979) göre, piyasa aktörleri karar alırken sadece açık maliyetleri değil, bilgiye erişim, zaman kaybı ve belirsizlik gibi işlem maliyetlerini de dikkate alırlar. Bu bağlamda, hayali iş ilanları iş arayanlar için işlem maliyetlerini artırmakta ve piyasada rasyonel karar almayı zorlaştırmaktadır. Bunlar arasında boşa harcanan zaman, sonuçsuz kalan başvurular nedeniyle oluşan duygusal yükler ve işe alım süreçlerindeki belirsizliğin tetiklediği psikolojik maliyetler yer almaktadır.

Diğer yandan, Kaynak Bağımlılığı Teorisi (Pfeffer ve Salancik, 1978) çerçevesinde değerlendirildiğinde, şirketler çevresel belirsizlikleri yönetmek ve dış kaynaklara olan bağımlılıklarını azaltmak için stratejik araçlar geliştirirler. Hayali iş ilanları da bu bağlamda, şirketlerin işgücü piyasasındaki konumlarını güçlendirmek, görünürlük kazanmak ve potansiyel aday havuzunu canlı tutmak gibi amaçlarla kullanılan araçlar hâline gelmektedir. Ancak bu tür stratejik davranışlar, piyasada bilgi asimetrisini artırarak genel işgücü verimliliğini düşürebilir. Hayali iş ilanlarının aşırı kullanımı, sadece piyasa şeffaflığını azaltmakla kalmaz; aynı zamanda iş arama sürecinde zaten dezavantajlı durumda olan gruplar için eşitsizlikleri daha da derinleştirebilir.

Hayali İlanlar ve Çalışma Hayatındaki Yeni Gelişmelerin Güvencesizleşme ile İlişkisi

Hayali iş ilanlarının yükselişi, işgücü piyasasındaki daha geniş çaplı değişimlerle birlikte değerlendirilmelidir. Özellikle beyaz yakalı çalışanların çalışma koşulları son dönemde gittikçe artan güvencesizleşme ve ücret durağanlığı sorunları ile olumsuz seyrir izlemektedir.

Bu değişimlere ek olarak, iş dünyasında Büyük İstifa (Great Resignation), Sessiz İstifa (Quiet Quitting), Büyük İşten Çıkarma (Great Layoff), Sessiz İşten Çıkarma (Quiet Firing) ve uzaktan çalışmaya geçiş gibi önemli olgular ortaya çıkmıştır. Son yıllarda bu gelişmeler, işveren-çalışan dinamiklerini yeniden şekillendirmiş ve işe alım ile çalışan bağlılığı stratejileri üzerinde baskı yaratmıştır.

Hayali iş ilanları, bu değişimlerin bazılarını stratejik bir yanıt olarak ortaya çıkmış ve tarafların birbirinden beklentilerinin değişmesi ile, bozulan çalışma ortamlarının bir uzantısı haline gelmiştir. Bu bağlamda, hayali iş ilanları, güvencesizleşen iş piyasasında işverenler tarafından yetenek havuzlarını genişletmek, iş gücü dinamiklerini yönlendirmek ve çalışanları dolaylı yoldan rekabetçi kalmaya zorlamak için bir araç olarak kullanılmaktadır.

İşgücü piyasaları hızla değişirken, iş arayanlar yalnızca işin gereklerini karşılamakla kalmayıp, giderek daha fazla aşırı nitelikli olma durumunda kalmaktadır.

(Vaisey, 2006). Bunun yanı sıra, iş arayanlar ve mevcut çalışanlar, kişisel markalarını görünür kılmaya, yeteneklerini çeşitli platformlarda sergileyerek öne çıkmaya teşvik edilmektedirler. Özellikle beyaz yakalı işlerin giderek güvencesiz hale gelmesi, profesyonellerin kariyerlerini algılama biçimlerini ve niteliklerini sunma yöntemlerini önemli ölçüde değiştirmiştir. Bu dönüşüm, özellikle LinkedIn gibi profesyonel ağlarda belirgin hale gelmektedir.

LinkedIn, bireylerin kariyerlerini idealize edilmiş bir biçimde yansıtmasına olanak tanıyan bir ortam sunmaktadır. Kullanıcılar, profillerini hakim normlara uyacak şekilde stratejik olarak düzenlemekte ve bu süreçte, küresel kurumsal terminolojiyi yansıtan iş unvanları kullanmaktadır (Gürbüzdal, 2022). Hayali iş ilanlarının varlığı, LinkedIn gibi platformlarda profesyonel kimliklerin biçimlendirilmesi sürecini de etkilemekte, bireyleri daha görünür hale gelmeye zorlamaktadır.

İş güvencesinin her anlamda azalması, uzun süreli gönüllü fakat bulması zor stajlar, ücretsiz deneme süresi çalışmaları ve kısa vadeli sözleşmelerle birleştiğinde, genç profesyonellerin rekabetçi kalabilmek için sürekli olarak yeni beceriler edinme ve ek eğitimler tamamlama, sertifikalar alma zorunluluğu hissetmelerine neden olmuştur (Bora, 2011). Kısmen hayali iş ilanları nedeniyle bu sürekli gelişim çabası bir belirsizlik içinde gerçekleşmekte, iş arayanlar hem başvurdukları pozisyonların gerçek olup olmadığını bilememekte hem de işe alım süreçlerinde hayali iş ilanları ile manipüle edilmiş rekabetçi bir ortamın içine çekilmektedir. Bu durum, sürekli beceri geliştirme ve eğitim alma baskısının yarattığı endişe ve belirsizliği gözler önüne sermektedir (Kozanoğlu, 1993, aktaran Gürbüzdal, 2022).

LinkedIn gibi platformlarda artan nitelik taleplerinin yanı sıra dijital kimliklerini güçlendirme ve idealize edilmiş bir profesyonel imaj yaratma baskısıyla karşı karşıya kalmaktadır (Goffman, 2014, aktaran Gürbüzdal, 2022). Bu süreç, artık yalnızca bir iş arama pratiği değil, aynı zamanda bir "dijital varlık yönetimi" pratiğine dönüşmüştür.

Şirketler, sürekli olarak yeni yetenekleri çekmek amacıyla gerçek olup olmadığı belirsiz ilanlar yayımlarken, bireyler bu ilanlara başvurabilmek ve artan yetkinlik taleplerini karşılamak için kendilerini geliştirme baskısı hissetmektedir. Bunun sonucunda bireyler, somut kariyer faydaları sınırlı olsa bile, niteliklerini artırmaya yönlendirilmektedir. Sürekli artan yetkinlik kazanımı ve bunu sergileme beklentisi, istihdam edilebilirlik adına sembolik bir ekonomi yaratmaktadır. Bu süreçte bireylerin gerçek beceri kazanımı kadar, hatta bazen daha fazla, kendilerini nasıl sundukları da önem kazanmaktadır. Bu durum, istihdam edilebilirlik adına bir tür sembolik ekonomi yaratmakta ve bireylerin gerçek beceri kazanımı kadar, hatta bazen bundan daha fazla, kendilerini nasıl sundukları da önem kazanmaktadır (Erdoğan, 2011). Henüz işgücüne tam anlamıyla dahil olamamış öğrenciler ve yeni mezunlar, iş

piyasaının beklentilerine uyum sağlamak için özgeçmişlerine sürekli yeni içerikler ekleme baskısı hissetmektedirler. Bu eğilim, bireylerin yalnızca kâğıt üzerinde dahi olsa kendilerinden beklenen vasıfları edinmeye çalışmalarıyla paralel bir motivasyon yaratmaktadır (Bora, 2011).

Erdoğan (2011), otomasyonun beyaz yakalı emeğine olan talebi azaltarak işsizliğe yol açtığını ve içinde bulunduğumuz dönemde beyaz yakalıların kendilerine yatırım yapma zorunluluğu ile karşı karşıya bırakıldığını vurgulamaktadır. Kendine yatırım yapmak erdemli bir davranış olsa da, bu durum işsizliğin sistemik sorunlarını bireysel bir yük hâline getirebilir ve kişi ne kadar kendini geliştirirse geliştiren, işsizlik veya güvencesizlik riski tamamen ortadan kalkmayacaktır. Bu bağlamda işsizlik, bireysel bir yetersizlik olarak ele alınmakta ve sistemik bir sorun olarak görülmemektedir. Böylece, bir şekilde istihdam edilen beyaz yakalı çalışan, sadece çalışma hayatında değil, özel yaşamında ve boş zamanlarında da çalışma hayatının taleplerine uygun şekilde hareket etmeye zorlanmaktadır. İşini korumak isteyen çalışan, ücret artışları aynı hızda gerçekleşmese de, kendisinden beklentilerin ve kendini geliştirme taleplerinin sürekli arttığını fark etmekte ve bu performansı, kendi hayatından ödün vererek sergilemek zorunda kalmaktadır.

Beyaz yakalı çalışanların kendilerini ayrıcalıklı ve vasıflı görmesi giderek zorlaşırken, gerçekte düşük vasıf gerektiren ve tatmin edici olmayan görevler, cazip ve prestijli görünen unvanlarla örtülmektedir (Erdoğan, 2011). Böylece, işin gerçek değeri ile ona atfedilen statü arasında belirgin bir kopukluk oluşmaktadır.

Ekonomik olarak, beyaz yakalıları eğitim yoluyla elde ettikleri görece ayrıcalıklarını kaybetmektedir. Ancak buna rağmen, kendi sosyo-ekonomik konumlarını değerlendirirken kendilerini hâlâ daha yetkin ve ayrıcalıklı görmeye devam etmeleri çelişkili bir durum yaratmaktadır. Bu çelişki, beyaz yakalıların sosyal kimliklerini ve sembolik pratiklerini nasıl şekillendirdiği açısından önemli bir paradoks oluşturmaktadır.

İronik bir şekilde, bu durum, işsizlik oranlarının arttığı, maaş artışlarının durgunlaştığı ve iş-yaşam dengesi kaygılarının yükseldiği bir döneme denk gelmektedir. COVID-19 pandemisinin ardından, iş arayanlar yalnızca finansal istikrar değil, aynı zamanda kişisel tatmin ve esneklik sunan roller aramaktadır. Sessiz istifa ve Büyük İstifa trendleri üzerine yapılan tartışmalar, çalışanların önceliklerinin değiştiğini, mevcut işlerinden memnun olmayanların daha iyi fırsatlar aradığını ya da işlerine bağlanmaktan geri durduklarını göstermektedir.

Pandemiyle hızlanan, bazı sektörlerde belirgin şekilde yaygınlaşarak süreklilik kazanan uzaktan çalışma, sürecin pandemi öncesi eski haline dönmesi tartışmalarının arasında çalışma hayatını ve işe alım uygulamalarını kökten değiştirmiştir. Coğrafi olarak dağınık bir iş gücü arzı oluşmuş ve LinkedIn gibi platformlar, organizasyonların bu yeteneklere ulaşmasında vazgeçilmez bir araç haline gelmiştir. Hayali iş ilanları,

genişleyen yetenek havuzunu yönetmek için şirketlerin kullandığı önemli bir araç haline gelmiş ve hem aktif hem de pasif iş arayanları başvurmaya teşvik etmiştir.

Uzaktan çalışmanın ve pandeminin bir diğer dikkate değer sonucu, sessiz istifa kavramının yükselmesidir. Bu kavram, çalışanların işten tamamen kopmadan yalnızca işin asgari gereklerini yerine getirmeye odaklanmasını ifade eder (Agarwal, Kaur, ve Budhwar, 2024; Harter, 2022). Sessiz istifa geniş bir ilgi uyandırır da aslında yeni bir olgu değildir (Christian, 2022). Araştırmacılar, bu geri çekilme davranışlarını farklı adlar altında uzun süredir incelemektedir (Talukder ve Prieto, 2024). Sessiz istifa olgusunun yeni bir isimle kazandığı farkındalık, çalışanların iş hayatında karşı karşıya olduğu baskıların yoğunlaştığının bir göstergesidir (Harris, 2024). Türkçe yazında ise sessiz istifa (Çimen ve Yılmaz, 2023; Yıldız ve Özmenekşe, 2022; Çalışkan, 2023; Demirkaya, Yıldız, Özalçın ve Öztürk, 2023) ve büyük istifa (Baştürk, 2024; Güvenç, 2021; Berber ve Erdem, 2024) kavramlarına ilişkin tartışmalar son yıllarda artmakla birlikte, bu konular henüz bulgulara dayanan ampirik araştırmalarla değil, daha çok genel değerlendirmeler ve kavramsal çerçeveler üzerinden ele alınmaktadır.

İşverenler ve iş platformları, bu trendi fırsata çevirerek hayali iş ilanları ile sözde iş olanaklarını artırmakta, işlerinden kopma eğilimindeki çalışanları cezbetmekte ve daha geniş bir aday havuzuna ulaşmaktadır. Mevcut iş güvenli görünse bile, piyasada dolaşan ilanların sayısındaki artış, çalışanlara seçim yapabilecekleri bir ortam sağlamakta ve bu da geri çekilme davranışlarını tetikleyebilmektedir.

Pandemi sırasında ve sonrasında gönüllü işten ayrılmalarda belirgin bir artış yaşanmıştır. Özellikle Kuzey Amerika ve Batı Avrupa gelişmiş ekonomilerinde düşük ücretli ve esneklikten yoksun pozisyonlardaki çalışanlar, uzaktan çalışma fırsatları ya da daha iyi ücret ve kariyer gelişimi sunan rollere yönelmiştir (Parker ve Horowitz, 2022). Büyük İstifa (Great Resignation) ve Büyük İşten Çıkarma (Great Layoff) süreçlerinde ciddi iş gücü kayıpları yaşayan organizasyonlar, hayali iş ilanlarını bir istikrar ve büyüme imajı yaratmak için kullanmıştır (Bindman, 2024). Büyük İstifa süreciyle eşzamanlı olarak, sessiz işten çıkarma (quiet firing) eğilimi ortaya çıkmıştır. Bu süreçte, çalışanlar destek veya fırsat eksikliği gibi dolaylı yöntemlerle işten ayrılmaya teşvik edilmektedir. Sessiz işten çıkarma, ekonomik belirsizlik dönemlerinde organizasyonların çalışan sayısını yeniden düzenleme çabalarının bir yansımasıdır (Anand, Doll, ve Ray, 2023; Formica ve Sfodera, 2022; Fox, 2022; Gilbert, 2022; Jackson, 2022; Wigert, 2022). Bu bağlamda, hayali iş ilanları yalnızca aday akışını düzenlemekle kalmaz, aynı zamanda çalışanlara dolaylı yoldan "yerlerinin değiştirilebilir olduğu" mesajını iletmeye hizmet eder.

Sonuç ve Gelecekteki Çalışmalar İçin Öneriler

Hayali iş ilanı uygulaması, iş arama sürecinde iş arayanların karşılaştığı stres ve belirsizliği artıran önemli bir faktör olarak incelenebilir. Bir iş ilanının gerçek olup

olmadığını anlayamama durumu, adayların çaresiz ve değersiz hissetmesine neden olabilir. Bu belirsizlik ortamı, özellikle ekonomik istikrarsızlık yaşayan bireylerde iş arama sürecine bağlı tükenmişlik duygularını tetikleyebilir.

Bu uygulama, profesyonel ilişki ağlarına hali hazırda erişimi olan ya da avantajlı konumları nedeniyle bu ağlara erişim sağlayabilen bireyleri orantısız şekilde avantajlı hale getirerek sosyal eşitsizliği pekiştirmektedir. Özellikle yeni mezunlar, yeni sektörlerle geçiş yapmak isteyenler veya farklı lokasyonlarda iş arayanlar gibi kırılgan kesimler, bu avantajlara sahip olmadıkları için bu uygulamanın etkileri dolayısı ile dezavantajlı konuma düşmektedir (Kroll, Veit ve Ziegler, 2021). Bu durum, informal bağlantıları kullanarak iş arayanlar ile yalnızca geleneksel başvuru süreçlerine güvenmek zorunda kalanlar arasındaki uçurumu derinleştirmektedir (Weber ve Kwoh, 2013).

İş arama, yalnızca önemli bir zaman yatırımı değil aynı zamanda duygusal emek gerektiren bir süreçtir (Higham, 2024). İş arayanlar, ilan edilen bir pozisyonun gerçek olup olmadığı ya da doldurulup doldurulmayacağı konusundaki belirsizliğe rağmen, başvurularını bu ilanlara yine de yapmak zorunda kalmaktadır (Bindman, 2024). Adayların bu süreçte karşılaştığı belirsizlik, zamanla iş arama sürecine duyulan güveni ve devam etme motivasyonunu ciddi şekilde zayıflatır. Uzun vadede bu durumun etkileri yalnızca bireysel düzeyle sınırlı kalmayıp, nitelikli adayların işgücü piyasasına katılımını topluca azaltma potansiyeli taşıyabilir ve iş arayanların karşı karşıya olduğu mevcut ekonomik engelleri daha da derinleştirebilir. Bu noktada, hayali iş ilanlarının etkilerinin tüm adaylar üzerinde eşit şekilde dağılmadığı ve bireylerin sahip olduğu sosyal sermaye düzeyine göre farklılaşabileceği göz önünde bulundurulmalıdır. Örneğin, gelecekteki çalışmalar; sosyal sermayesi daha yüksek olan bireylerin iş gücü piyasasında daha güvenli ve istikrarlı pozisyonlara daha kolay erişim sağlama olasılığını, buna karşın diğer bireylerin daha fazla belirsizlik ve güvencesizlik içinde kalma riski taşıyabileceğini ele alabilir.

Hayali iş ilanlarının, iş ilanı sayılarında yarattığı yapay artış, iş gücü piyasası verilerinin güvenilirliğini de sorgulanır hale getirmektedir (Higham, 2024). Karar vericiler, istihdam trendlerini analiz etmek ve iş gücü arzındaki sorunlara çözümler geliştirmek için verilerin doğruluğuna güvenmek durumundadır. Ancak, hayali iş ilanlarının çarpıttığı veriler, etkili karar almayı zorlaştırabilir ve gerçek işgücü sorunlarına yönelik çözümlerin gecikmesine neden olabilir.

Hayali iş ilanların yarattığı dinamik iş gücü piyasası yanılsaması, iş arayanların sistemik sorunlar dolayısıyla değil, kişisel başarısızlık veya yetersizlikleri nedeniyle fırsatlara erişemediklerini düşünmelerine yol açabilir. Bu algı, bireyleri piyasanın sunduğu fırsatlara erişebilmek için, maliyetli eğitim programlarına katılmaya, beceri geliştirme çabalarına girişmeye ya da algılanan talep doğrultusunda farklı bölgelere göç gibi finansal açıdan riskli kararlar almaya itebilir. Bu tür yanlış yönlendirilmiş

kararlar, bireyler, aileleri ve toplum üzerinde uzun vadeli olumsuz etkiler yaratabilir.

Şirketler, aday havuzları oluşturmayı proaktif bir strateji olarak savunabilse de bunu hayali iş ilanları yoluyla gerçekleştirmek, stratejik öngörüye göre hareket etmek ile iş arayanları açıkça aldatmak arasındaki sınırı bulanıklaştırmaktadır. Bu bağlamda, hayali iş ilanların kullanımı, şeffaflıktan bilinçli bir sapma olarak algılanabilir. Yanıltıcı bir kurumsal büyüme veya işe alım faaliyeti algısı yaratan bu ilanlar, işverenler ile işgücü arasındaki toplumsal sözleşmeye zarar verebilir. Bu yalnızca bireysel adayları değil, işe alım ekosistemine ve iş piyasası dinamiklerine olan güveni de sarsmaktadır.

Doldurulmayacak roller için iş ilanlarının yayımlanması, iş arayanların umutlarından faydalanarak, onları başvuru yapmaktan başka seçenekleri olmadığına inandıran bir sürece dayanır. Burada ortaya çıkan güç asimetrisi, etik bir dengesizliği ortaya çıkarır. Şirketler yanıltıcı bir uygulamadan piyasada fayda sağlarken, iş arayanlar ve iş başvurusu yapanlar süreçteki tüm maliyetlere hiçbir karşılık almaksızın katlanmaktadır.

İşe alım faaliyetleri, iş arayanları ilanlara çekmek ve onların başvuru davranışlarını etkilemek amacıyla tasarlanmıştır (Acarlar ve Bilgiç, 2013; Acikgoz, 2019). Ancak, etik sorunların ötesinde hayali iş ilanları yanıltıcı reklamcılık kategorisine dahil edilebileceğinden, bu anlamda düzenleyici kurumların yetki alanına girebilir. İş arayanları korumak ile şirketlerin operasyonel esnekliğini sağlamak arasında bir denge kuracak mevzuat geliştirmek ise önemli zorlukları beraberinde getirmektedir (Vigliarolo, 2024). Bu tür düzenlemelerin etkili olabilmesi için, öncelikle hayali iş ilanlarına ilişkin net tanımlamalar yapılmalı ve yaptırım mekanizmaları oluşturulmalıdır.

Etik tartışmalar aynı zamanda kurumsal marka imajını da etkilemektedir (Intindola, Lewis, Flinchbaugh ve Rogers, 2017). Nasıl ki tüketim alanında yanlış yönlendiren reklamcılık yasal sonuçlara veya tüketicilerin tepkilerine yol açabiliyorsa, hayali iş ilanları da benzer şekilde bir şirketin itibarını zedeleme riski taşır. Ancak, tüketicilerin aksine iş arayanların bu tür uygulamalara karşı harekete geçebilecek gücü ve mekanizmaları genellikle bulunmamaktadır; bu da yasal koruma ihtiyacını daha kritik hale getirmektedir. Bu noktada Glassdoor gibi platformlar, adayların işe alım süreçleriyle ilgili deneyimlerini paylaşarak bir miktar şeffaflık sağlasa da (Higham, 2024; Sockin ve Sojourner, 2023), bu tür mekanizmalar genele yaygın değildir. Ayrıca, olumsuz deneyimlere yalnızca bir kez maruz kalmak bile bir şirketin işe alım çabalarına zarar verebilir ve algılanan adaleti zedeleyebilir.

Hayali iş ilan uygulaması, işe alım süreçlerinde örgütsel stratejiler ile iş kolaylaştırıcıların etkileşimini örneklemektedir. Kaynak Bağımlılığı Teorisi, bu ilanların belirsizlikleri hafifletme ve kaynak bağımlılıklarını yönetme konusundaki rollerini anlamayı sağlar. İşlem Maliyetleri Teorisi ise hayali iş ilanların operasyonel verimlilik ve ölçeklenebilirlik ile ilişkisini açıklamaktadır. Ancak, bu teorik

perspektifler etik boyutları göz ardı etmeyi haklı göstermez. Bu uygulama özellikle iş arayanlar ve iş gücü piyasası şeffaflığı üzerindeki etkileri açısından etik endişelere yol açmaktadır.

Gelecekteki araştırmalar, hayali iş ilanlarının güvencesiz istihdam üzerindeki uzun vadeli etkilerini, şirketlerin işe alım stratejileri ile nasıl bağlantılı hale geldiğini ve işgücü piyasalarının bu manipülasyonlara nasıl tepki verdiğini incelemelidir. Ayrıca, dijital platformların bu süreçte nasıl katkıda bulunduğu ve iş arayanların korunması için nasıl düzenlemeler yapılabileceği de kapsamlı bir şekilde ele alınmalıdır. Hayali iş ilanlarının güvencesizlikle nasıl iç içe geçtiğini anlamak, iş piyasasında daha adil ve şeffaf işe alım süreçleri tasarlamak için kritik bir adımdır.

Extended Abstract

Ghost job postings refer to advertisements for positions that employers do not genuinely intend to fill, a phenomenon that is becoming increasingly common but remains largely underexplored in modern labor markets. These potentially deceptive ads may contribute to a false perception of labor demand, placing emotional and financial burdens on some job seekers. Individuals with limited professional networks may be disproportionately affected by this practice, potentially deepening social inequalities and exacerbating existing power imbalances in the job market. Ghost job postings may make it more difficult for individuals to find employment and could pose long-term reputational and legal risks for companies. Therefore, the issue of ghost job postings requires analysis from both economic and ethical perspectives.

The proliferation of ghost job postings is closely tied to the role of digital platforms in modern recruitment. With the rise of information technologies, digital solutions for recruiting personnel have become more common, and various job posting and job search platforms have emerged. Platforms like LinkedIn provide employers with easy access to a broad pool of candidates. However, limited regulation and monitoring, coupled with user-friendly features, may have contributed to the rise of ghost job postings. These types of ads are often used by companies to expand their potential applicant pools, collect data on market conditions, or simply boost their employer brand awareness. While these practices may offer short-term benefits for employers, they lead to various negative consequences both at the individual and macroeconomic levels.

For job seekers, ghost job postings can result in significant frustration and wasted time. Job search processes are already stressful and time-consuming, and when candidates invest their time and energy in responding to ads only to discover that the positions are not real, their efforts are wasted. Such experiences may reduce some job seekers' motivation and contribute to eroding trust in the hiring process.

Ghost job postings may mislead candidates, leading to unnecessary time and financial losses. This undermines job seekers' confidence in the labor market and negatively affects their career planning. Over time, diminished trust in the labor market could discourage job-seeking behavior, which may, in turn, influence unemployment trends. Therefore, ghost job postings represent not only a form of deception but also an economic barrier for job seekers.

From the perspective of employers, the long-term effects of ghost job postings can also be detrimental. At first glance, such ads may seem like an attractive way for companies to expand their candidate pool and analyze market conditions. However, over time, this strategy may damage a company's reputation and erode trust among job seekers. Additionally, in light of potential legal regulations, these practices may expose employers to legal challenges. If job seekers and other stakeholders become aware of a company's lack of honesty and transparency, it can weaken the company's employer brand and make it more difficult to attract qualified candidates in the future. This may undermine a company's competitive advantage, given that trust is often considered central to maintaining an attractive employer brand in the labor market.

This study addresses the prevalence of ghost job postings from the perspectives of Resource Dependence Theory and Transaction Costs Theory, exploring the underlying causes and dynamics of this practice. Resource Dependence Theory posits that employers seek to control resources in order to gain an advantage in the market and attract the best talent. In this context, ghost job postings can be viewed as a strategy to attract potential candidates and enhance an employer's ability to manage its workforce. Transaction Costs Theory suggests that companies may use ghost job postings strategically to reduce the uncertainty and costs associated with recruitment, with the increasing prevalence of such practices being linked to broader economic conditions.

The rise of ghost job postings is not only the result of employers' strategic needs but can also be traced to structural problems within the labor market. The growing imbalance between employment opportunities and the number of job seekers affects how companies manage labor supply and demand. In times of crisis, economic uncertainty, and reduced employment, ghost job postings may increase as companies try to hedge their recruitment strategies. However, this practice also provides important insights into the overall health of the labor market. It signals the need for more regulation and transparency in recruitment practices.

In conclusion, the spread of ghost job postings may result in various negative outcomes for both job seekers and employers. For job seekers, these postings create emotional and economic burdens, while for employers, they pose risks of reputational damage and legal liabilities. Given the role of digital platforms in

facilitating the spread of ghost job postings, it is crucial to develop and implement more effective monitoring mechanisms. Moreover, employers need to place greater emphasis on their responsibilities concerning honesty and transparency to reduce power imbalances in the labor market and address social inequalities. Preventing ghost job postings may contribute to a more equitable and transparent labor market. In this context, the challenges faced by job seekers are not only individual issues but also reflect the structural problems within the labor market. Addressing this issue could serve as a critical step toward ensuring that the labor market operates more reliably and sustainably.

Beyanlar

Çıkar Çatışması Beyanı

Herhangi bir çıkar çatışması bulunmamaktadır.

KAYNAKÇA

- Acarlar, G., & Bilgiç, R. (2013). Factors influencing applicant willingness to apply for the advertised job opening: The mediational role of credibility, satisfaction, and attraction. *The International Journal of Human Resource Management*, 24(1), 50–77. <https://doi.org/10.1080/09585192.2012.667427>
- Acikgoz, Y. (2019). Employee recruitment and job search: Towards a multi-level integration. *Human Resource Management Review*, 29(1), 1–13.
- Agarwal, P., Kaur, P., & Budhwar, P. (2024). Silencing quiet quitting: Crafting a symphony of high-performance work systems and psychological conditions. *Human Resource Management*. Advance online publication. <https://doi.org/10.1002/hrm.22275>
- Ajunwa, I., & Greene, D. (2019). Platforms at work: Automated hiring platforms and other new intermediaries in the organization of work. In *Work and labor in the digital age* (Vol. 33, pp. 61–91). Emerald Publishing Limited.
- Andreu, R., & Ciborra, C. (1996). Organisational learning and core capabilities development: The role of IT. *The Journal of Strategic Information Systems*, 5(2), 111–127.
- Anand, A., Doll, J., & Ray, P. (2023). Drowning in silence: A scale development and validation of quiet quitting and quiet firing. *International Journal of Organizational Analysis*, 32(4).
- Appleby, M. (2012). LinkedIn: Social networking for professionals. *Share This: The Social Media Handbook for PR Professionals*, 79-86.
- Baştürk, Ş. (2024). Büyük İstifa Dalgası ve Türk İşgücü Piyasaları: Yapısal Perspektiften Bir Analiz. *Anadolu Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 25(3), 378-417.
- Baykal, E. (2020). Digital era and new methods for employee recruitment. In U. Hacıoglu (Ed.), *Handbook of research on strategic fit and design in business ecosystems* (pp. 412–430). IGI Global Scientific Publishing. <https://doi.org/10.4018/978-1-7998-1125-1.ch018>
- Benjamin, R. I., & Wigand, R. T. (1995). Electronic markets and virtual value chains on the information superhighway: New links in the value chain. *MIT Sloan Management Review*, 36(2).
- Berber, İ. C., & Erdem, R. Covid-19 Pandemisi Sürecinde Sağlık Çalışanlarında Büyük İstifa Sorunu: Nedenler ve Çözüm Önerileri. *SdÜ Sağlık Yönetimi Dergisi*, 6(2), 198-219.
- Bindman, A. (2024, October 31). A lot of demoralized people: Ghost jobs are wreaking havoc on tech workers. *SFGate*. Retrieved from <https://www.sfgate.com/tech/article/ghost-jobs-california-tech-industry-19871249.php>

- Bonsón, E., & Bednárová, M. (2013). Corporate LinkedIn practices of Eurozone companies. *Online Information Review*, 37(7), 1056–1076. <https://doi.org/10.1108/OIR-10-2012-0194>
- Bora, T. (2011). Beyaz yakalıların iş bulma ve geçinme stratejileri. T. Bora, A. Bora, N. Erdoğan ve İ. Üstün (Ed.), “Boşuna mı okuduk?": Türkiye’de beyaz yakalı işsizliği (7. baskı) (s. 203-258). İletişim
- Brown, V. R., & Vaughn, E. D. (2011). The writing on the (Facebook) wall: The use of social networking sites in hiring decisions. *Journal of Business Psychology*, 26(2), 219–225. <https://doi.org/10.1007/s10869-011-9221-x>
- Cappelli, P. (2001). Making the most of on-line recruiting. *Harvard Business Review*, 79, 139–146.
- Celani, A., & Singh, P. (2011). Signaling theory and applicant attraction outcomes. *Personnel review*, 40(2), 222-238.
- Christian, A. (2022). Why ‘quiet quitting’ is nothing new. BBC. Retrieved from www.bbc.com/worklife/article/20220825-why-quiet-quitting-is-nothing-new
- Coverdill, J. E., & Finlay, W. (2017). High tech and high touch: Headhunting, technology, and economic transformation. In *High Tech and High Touch*. Cornell University Press.
- Cordelia, A. (2006). Transaction costs and information systems: Does IT add up? *Journal of Information Technology*, 21(3), 195–202. <https://doi.org/10.1057/palgrave.jit.2000066>
- Çalışkan, K. (2023). Sessiz İstifa: Sonun Başlangıcı mı Yeniden Diriliş mi? *Journal of Organizational Behavior Review*, 5(2), 190-204.
- Çimen, A. İ., & Yılmaz, T. (2023). Sessiz istifa ne kadar sessiz. *Sakarya Üniversitesi İşletme Enstitüsü Dergisi*, 5(1), 27-33.
- Demirkaya, H., Yıldız, B., Özalçın, S. E., & Öztürk, H. (2023). İnsan Kaynaklarında Sessizliğin Yankıları: Örgütlerde Sessiz İstifa Fenomeninin Anatomisi. *Süleyman Demirel Üniversitesi İnsan Kaynakları Yönetimi Dergisi*, 2(2), 69-88.
- Dineen, B. R., Ling, J., Ash, S. R., & DelVecchio, D. (2007). Aesthetic properties and message customization: Navigating the dark side of web recruitment. *Journal of Applied Psychology*, 92(2), 356–372.
- Erdoğan, N. (2011). Cüppenin, kılıcın ve kalemin mahcup yoksulları: Yeni kapitalizm, yeni işsizlik ve beyaz yakalılar. T. Bora, A. Bora, N. Erdoğan ve İ. Üstün (Ed.), “Boşuna mı Okuduk?": Türkiye’de beyaz yakalı işsizliği (7. baskı) (s. 13-44). İletişim.
- Escalera, J. (2024, August 5). 2024 recruiting survey finds 81% of recruiters have posted ghost jobs. Retrieved from <https://www.myperspectives.com/career-center/jobs/search/recruiting-trends>

- Forbes India. (2024, July 2). Ghost jobs: Why are companies posting fake job ads online? Forbes India.<https://www.forbesindia.com/article/lifes/ghost-jobs-why-are-companies-posting-fake-job-ads-online/93524/1>
- Formica, S., & Sfodera, F. (2022). The great resignation and quiet quitting paradigm shifts: An overview of current situation and future research directions. *Journal of Hospitality Marketing and Management*, 31(8), 899–907. <https://doi.org/10.1080/19368623.2022.2136601>
- Fox, M. (2022). Here's what Gen Z and millennials want from their employers amid the great resignation. CNBC. Retrieved from www.cnbc.com/2022/05/18/what-gen-z-and-millennials-want-from-employers-amid-great-resignation
- Gilbert, S. (2022). Quiet ring: A leadership faux-pas. Forbes. Retrieved from www.forbes.com/sites/forbescoachescouncil/2022/11/30/quiet-ring-a-leadership-faux-pas/?sh=3622cf2688fb
- Gürbüzdal, U. (2022). Güvencesizleşmenin sembolik inkârı olarak sosyal medya pratikleri: Beyaz yakalı profesyonel kültürüne LinkedIn üzerinden bir bakış. *ARTS: Artuklu Sanat ve Beşeri Bilimler Dergisi (Dijitalleşme Özel Sayısı)*, 27-55. <https://doi.org/10.46372/arts.1191703>
- Güvenç, D. (2021). Covid 19 Pandemisi Sonrası: Çalışmanın Sorgulanması ve Büyük İstifa Sorunsalı Post-Covid-19 Pandemic: The Questioning of Work and the Problem of Great Resignation. *Uluslararası Sosyal Bilimlerde Yenilikçi Yaklaşımlar Dergisi*. 5 (4), 248, 255.
- Harris, L. C. (2024). Commitment and quiet quitting: A qualitative longitudinal study. *Human Resource Management*. Advance online publication. <https://doi.org/10.1002/hrm.22274>
- Harter, J. (2022). Is quiet quitting real? Retrieved from www.gallup.com/workplace/398306/quiet-quitting-real.aspx
- Hensel, A. (2008, May 14). LinkedIn to roll out 1-click apply, 'How you Match' feature for job seekers. VentureBeat. Retrieved from <https://venturebeat.com/social/linkedin-to-roll-out-1-click-apply-how-you-match-feature-for-job-seekers>
- Higham, A. (2024, July 27). Why "ghost jobs" are a bad idea for companies, according to experts. Newsweek. Retrieved from <https://www.newsweek.com/ghost-jobs-bad-idea-employment-1929617>
- Intindola, M. L., Lewis, G., Flinchbaugh, C., & Rogers, S. E. (2017). Web-based recruiting's impact on organizational image and familiarity: Too much of a good thing? *The International Journal of Human Resource Management*.<https://doi.org/10.1080/09585192.2017.1332672>

- Jackson, A. (2022). 83% of workers have seen or experienced quiet firing – 7 signs to look for. CNBC. Retrieved from www.cnbc.com/2022/09/30/7-signs-of-quiet-firing-to-look-for-at-work
- Jattuso, M. L., & Sinar, E. F. (2003). Source effects in Internet-based screening procedures. *International Journal of Selection and Assessment*, 11(3), 243–252. <https://doi.org/10.1111/1468-2389.00236>
- Karaoglu, G., Hargittai, E., & Nguyen, M. H. (2021). Inequality in online job searching in the age of social media. *Information, Communication & Society*, 25(12), 1826–1844. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2021.1897150>
- Kluemper, D. H., & Rosen, P. A. (2009). Future employment selection methods: evaluating social networking web sites. *Journal of Managerial Psychology*, 24(6), 567–580.
- Kroll, E., Veit, S., & Ziegler, M. (2021). The discriminatory potential of modern recruitment trends—A mixed-method study from Germany. *Frontiers in Psychology*, 12, 634376. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2021.634376>
- Laukkarinen, M. (2023). Social media as a place to see and be seen: Exploring factors affecting job attainment via social media. *The Information Society*, 39(4), 199–212. <https://doi.org/10.1080/01972243.2023.2199418>
- Landers, R. N., & Schmidt, G. B. (2016). *Social media in employee selection and recruitment. Theory, Practice, and Current Challenges*. Cham: Springer International Publishing AG.
- Lievens, F., & Harris, M. (2003). Research on Internet recruiting and testing: Current status and future directions. In C. L. Cooper & I. T. Robertson (Eds.), *International review of industrial and organizational psychology 2003* (pp. 131–165). <https://doi.org/10.1002/0470013346.ch4>
- Malone, T. W., Yates, J., & Benjamin, R. I. (1987). Electronic markets and electronic hierarchies. *Communications of the ACM*, 30(6), 484–497.
- McDonald, S., Damarin, A. K., Lawhorne, J., & Wilcox, A. (2019). Black holes and purple squirrels: A tale of two online labor markets. In *Work and labor in the digital age* (Vol. 33, pp. 93–120). Emerald Publishing Limited.
- McDonald, S., Damarin, A. K., McQueen, H., & Grether, S. T. (2022). The hunt for red flags: Cybervetting as morally performative practice. *Socio-Economic Review*, 20(3), 915–936. <https://doi.org/10.1093/ser/mwab002>
- Nikitkov, A., & Sainty, B. (2014). The role of social media in influencing career success. *International Journal of Accounting & Information Management*, 22(4), 273–294. <https://doi.org/10.1108/IJAIM-02-2014-0009>
- Nikolaou, I. (2014). Social networking web sites in job search and employee recruitment. *International Journal of Selection and Assessment*, 22(2), 1–12. <https://doi.org/10.1111/ijsa.12067>

- Ollington, N., Gibb, J., & Harcourt, M. (2013). Online social networks: an emergent recruiter tool for attracting and screening. *Personnel Review*, 42(3), 248-265.
- Paradis, T. (2024, June 23). It's wild how many job listings might be fake. *Business Insider*. Retrieved from <https://www.businessinsider.com/companies-posting-fake-job-listings-search-resume-2024-6>
- Parker, K., & Horowitz, J. M. (2022). Majority of workers who quit a job in 2021 cite low pay, no opportunities for advancement, feeling disrespected. *Pew Research Center*. Retrieved from <https://www.pewresearch.org/short-reads/2022/03/09/majority-of-workers-who-quit-a-job-in-2021-cite-low-pay-no-opportunities-for-advancement-feeling-disrespected/>
- Resume Builder. (2024, June 18). 3 in 10 companies currently have fake job postings listed. Retrieved from <https://www.resumebuilder.com/3-in-10-companies-currently-have-fake-job-posting-listed/>
- Rumage, J. (2024, September 17). Ghost jobs: What are they and how to spot them. *Built In*. Retrieved from <https://builtin.com/articles/ghost-jobs>
- Sharone, O. (2017). LinkedIn or LinkedOut? How social networking sites are reshaping the labor market. In *Emerging conceptions of work, management and the labor market* (Vol. 30, pp. 1–31). Emerald Publishing Limited. <https://doi.org/10.1108/S0277-283320170000030001>
- Shibu, S. (2025, January 13). 'More soul-crushing than ever': Popular hiring platform finds around 20% of its postings were 'ghost jobs'. *Entrepreneur*. Retrieved from <https://www.entrepreneur.com/business-news/ghost-job-listings-on-the-rise-how-to-spot-avoid-experts/485494>
- Sockin, J., & Sojourner, A. (2023). What's the inside scoop? Challenges in the supply and demand for information on employers. *Journal of Labor Economics*, 41(4), 1041–1079.
- Talukder, M. F., & Prieto, L. (2024). A “quiet quitting” scale: Development and validation. *International Journal of Organizational Analysis*. Advance online publication. <https://doi.org/10.1108/IJOA-01-2024-4182>
- Vaisey, S. (2006). Education and its discontents: Overqualification in America, 1972–2002. *Social Forces*, 85(2), 835–864. <https://doi.org/10.1353/sof.2007.0002>
- Vigliarolo, B. (2024, November 3). That position you just applied for might be a "ghost job" that'll never be filled. *The Register*. Retrieved from https://www.theregister.com/2024/11/03/ghost_job_epidemic/
- Weber, L., & Kwoh, L. (2013, January 8). Beware the phantom job listing. *The Wall Street Journal*. Retrieved from <http://www.wsj.com/articles/SB10001424127887323706704578229661268628432>

- Wigert, B. (2022). Quiet firing: What it is and how to stop doing it. Gallup. Retrieved from www.gallup.com/workplace/404996/quiet-firing-stop-doing-it
- Yıldız, S., & Özmenekşe, Y. O. (2022). Kaçınılmaz Son: Sessiz İstifa. *Al Farabi Uluslararası Sosyal Bilimler Dergisi*, 7(4), 14-24
- Zide, J., Elman, B., & Shahani-Denning, C. (2014). LinkedIn and recruitment: How profiles differ across occupations. *Employee relations*, 36(5), 583-604.

