



International Journal of Labour Life and Social Policy

IJLLSP

Vol:1 No:2 Year:2018

Open Access Refereed E-Journal International Refereed and Indexed

ISSN: 2636-7750

www.ijllsp.com

ijllspinfo@gmail.com



International Journal of Labour Life and Social Policy

IJLLSP

International Journal of Labour Life and Social Policy IJLLSP

Volume : 1
Issue: 2
Total Article : 4
ISSN: 2636-7750

GENERIC PAGE

www.ijllsp.com / ijllspinfo@gmail.com

About

International Journal Of Labour Life and Social Policy (IJLLSP)

ISSN: 2636-7750

Publisher: Asst.Prof.Dr. Volkan IŞIK

Editor-in-chief: Asst.Prof.Dr. Volkan IŞIK, ijllspinfo@gmail.com

The International Journal of Labour Life and Social Policy (**IJLLSP**), international, refereed, field indexed, **e-journal**. IJLLSP is a multidisciplinary outlet for the publication of research notes, empirical findings and conceptual articles that enfold the field of labour life, social policy, administrative and social sciences.

The main objective of IJLLSP is to provide a platform for the international scholars, academicians and researchers to share the contemporary thoughts in the fields of education and social policies. IJLLSP aims to promote policy development in labor issues and social policy researches and thus become the leading international journal in social policy in the world.

IJLLSP is a peer-reviewed journal that publishes at least 2 issues per year.

Languages: Turkish and English.

Topicality: Authors whose research fell under the following scope are encouraged to submit their papers:

Labour Economics, Labour Market Researches, Industrial Relations, Human Rights, Social Work, Social Welfare, Gender Equality, Social Inclusion and Social Exclusion, Women's Studies, Welfare State, Unionist Organizational Strategies, Social Security, Occupational Health and Safety, Employment and Unemployment Policies, Unemployment Insurance, Environmental Policy, Economic Policy, Human Behavior, Pensions, Health Care, Social Housing, Social Care, Poverty, Child Protection, Social Exclusion, Education Policy, Crime and Criminal Justice and all such issues related to labour life and social policy.

Peer review: IJLLSP operates a double blind review process. All contributions will be initially assessed by the editor, selected papers are sent to a minimum of two independent reviewers to assess the scientific quality of the paper. The chief editor(s) are responsible for the final decision regarding acceptance or rejection of articles.

Abstracting and Indexing

DergiPark
AKADEMİK



Scientific Indexing Services

AR
Academic
Resource
Index
ResearchBib

DRJI
Directory of Research Journals Indexing

Google
scholar

ROAD
DIRECTORY
OF OPEN ACCESS
SCHOLARLY
RESOURCES

Editorial Board

Editor In Chief

Asst.Prof.Dr. **Volkan IŞIK**, volkani83@gmail.com

Managing Editors

Asst.Prof.Dr. **Mohammed ABUBAKAR**, abk4real@gmail.com

Research Assistant Dr. **Süheyla ERIKLİ**, suheylaerikli@gazi.edu.tr

Advisory Board

Prof.Dr. Eyüp BEDİR, Ankara Hacı Bayram Veli University
Prof.Dr. Cem KILIÇ, TOBB ETÜ
Prof.Dr. Şerife Türcan ÖZŞUCA, Ankara University
Prof.Dr. Şenay GÖKBAYRAK, Ankara University
Prof.Dr. Necdet SAĞLAM, Hacettepe University
Prof.Dr. Himmet KARADAL, Aksaray University
Prof.Dr. Nafiz TOK, Aksaray University
Prof.Dr. Süleyman ÖZDEMİR, Bandırma OnYedi Eylül University
Prof.Dr. Türker TOPALHAN, Ankara Hacı Bayram Veli University
Prof.Dr. Yücel UYANIK, Ankara Hacı Bayram Veli University
Prof.Dr. Bülent BAYAT, Ankara Hacı Bayram Veli University
Prof.Dr. Erdiñç YAZICI, Ankara Hacı Bayram Veli University
Prof.Dr. Ahmet SELAMOĞLU, Kocaeli University
Prof.Dr. Yusuf ALPER, Uludağ University
Prof.Dr. Kadir ARICI, Ankara Hacı Bayram Veli University
Prof.Dr. Emine Tuncay KAPLAN SENYEN, Başkent University
Prof.Dr. A.Nizamettin AKTAY, Antalya Bilim University
Prof.Dr. Aşkın KESER, Uludağ University
Prof.Dr. Hüseyin ARASLI, Eastern Mediterranean University TRNC
Assoc.Prof.Dr. Bora YENİHAN, Kocaeli University
Assoc.Prof.Dr. İlhan ORAL, Anadolu University
Assoc.Prof.Dr.Mehmet Merve ÖZAYDIN, Ankara Hacı Bayram Veli University
Assoc.Prof.Dr. Gürol BABA, Ankara Sosyal Bilimler University
Assoc.Prof.Dr. Ayşe KAVUNCU, Ankara Yıldırım Beyazıt University
Assoc.Prof.Dr. M.Çağlar ÖZDEMİR, Sakarya University
Assoc.Prof.Dr. Mehmet Ali AKTAŞ, Aksaray University
Assoc.Prof.Dr. Bilal KARGI, Ankara Yıldırım Beyazıt University
Assoc.Prof.Dr. Selma AYTÜRE, Ankara Yıldırım Beyazıt University
Assoc.Prof.Dr. Hakan ALTIN, Aksaray University
Assoc.Prof.Dr. Mehmet ALTINÖZ, Hacettepe University
Assoc.Prof.Dr. Erdem CAM, Ankara University
Assoc.Prof.Dr. Banu Metin, Ankara Hacı Bayram Veli University
Asst.Prof.Dr. Seval YAMAN, Ankara Sosyal Bilimler University
Asst.Prof.Dr. Senem ERTAN, Ankara Sosyal Bilimler University
Asst.Prof.Dr. Mohammad Fahmi AL-ZYOUD, Al -Ahliyya Amman University, Jordan
Asst.Prof.Dr. Ibrahim HARAZNEH, Middle East University, Jordan
Asst.Prof.Dr. Belal SHNEIKAT, University of Kyrenia TRNC
Asst.Prof.Dr. Mahlagha DARVISHMOTEBALI, Near East University TRNC
Asst.Prof.Dr. Mohamed SHAMOUT, American University in the Emirates UAE
Asst.Prof.Dr. Hamzah ELREHAIL, American University in the Emirates UAE

Asst.Prof.Dr. Asude Yasemin ZENGİN, Aksaray University
Asst.Prof.Dr. Mohammed ABUBAKAR, Antalya Bilim University
Asst.Prof.Dr. Şenay ERAY, Afyon Kocatepe University
Asst.Prof.Dr. Yılmaz İÇERLİ, Aksaray University
Asst.Prof.Dr. Leyla İÇERLİ, Aksaray University
Asst.Prof.Dr. Halis KIRAL, Ankara Sosyal Bilimler University
Asst.Prof.Dr. Beril BAYKAL, Kocaeli University
Asst.Prof.Dr. İrep BAYAT, Mersin University
Asst.Prof.Dr. Nergis DAMA, Ankara Yıldırım Beyazıt University
Asst.Prof.Dr. Menekşe ŞAHİN, Hitit University
Asst.Prof.Dr. Sedat AYYILDIZ, Ankara Yıldırım Beyazıt University
Asst.Prof.Dr. Ahmet TÜRKMEN, Aksaray University
Asst.Prof.Dr. Nurullah UMARUSMAN, Aksaray University
Dr. Hande Bahar AYKAÇ, Ankara Hacı Bayram Veli University
Dr.İşıl Kurnaz BALTAÇI, Ankara Hacı Bayram Veli University
Dr.Okan Güray BÜLBÜL, Ankara Hacı Bayram Veli University



International Journal of Labour Life and Social Policy
IJLLSP

Volume: 1
Issue: 2
Total Article: 4
ISSN: 2636-7750

CONTENTS

<http://www.ijllsp.com> / ijllspinfo@gmail.com

STRATEJİK İNSAN KAYNAKLARI YÖNETİMİ VE ÖRGÜTSEL BAĞLILIĞA ETKİSİ

Author(s) : Özge KILIÇASLAN, Prof.Dr. Akın MARŞAP
Vol.1 No. 2 (2018) / Pages : 5-23

OSMANCIK ÖMER DERİNDERE MESLEK YÜKSEK OKULU'NDA İŞ SAĞLIĞI VE GÜVENLİĞİ KÜLTÜRÜNÜN İNCELENMESİ

Author(s) : Dr.Öğr.Üyesi Şenol YAVUZ, Öğr.Gör. Ali Eray BÜLTER, Prof.Dr. Dursun Ali KÖSE
Vol.1 No. 2 (2018) / Pages : 24-36

A EXAMINATION ON PROPAGANDA ACTIVITIES OF THE TODT ORGANIZATION IN ITALY

Author(s) : Arş.Gör. Caner ÇAKI, Arş.Gör. Mehmet Ali GAZİ
Vol.1 No. 2 (2018) / Pages : 37-47

SİYAHİ AYRIMCILIĞA KARŞI HAZIRLANAN KAMU SPOTU REKLAMLARI

Author(s) : Arş.Gör. Mehmet Ali GAZİ, Arş.Gör. Caner ÇAKI
Vol.1 No. 2 (2018) / Pages : 48-62

STRATEJİK İNSAN KAYNAKLARI YÖNETİMİ VE ÖRGÜTSEL BAĞLILIĞA ETKİSİ

Özge KILIÇASLAN*

Prof. Dr. Akın MARŞAP**

ÖZET

Küreselleşmesinde bir sonucu olarak, işletmelerin insan kaynaklarına verdikleri önem ile insan kaynaklarını verimli bir şekilde kullanmaları, örgütün rakiplerine karşı büyük bir avantaj sağlamalarına neden olmaktadır. İnsan kaynaklarının etkin kullanılması işletmelerde güven duygusunun oluşmasına ve bunun sonucu olarak “örgütsel bağlılık” kavramının ortaya çıkmasında önemli bir etkidir. Araştırmada stratejik insan kaynakları yönetimi ve örgütsel bağlılık kavramlarının bir değerlendirmesi yapılarak, çalışmada stratejik insan kaynakları yönetiminin örgütsel bağlılık üzerine etkisini araştıran bir uygulamaya yer verilmiştir. Kamu sektörüne ait 2 farklı hastanedeki 308 çalışan üzerinde yapılan anket çalışması ile stratejik insan kaynakları yönetiminin örgütsel bağlılığa nasıl etki ettiği değerlendirilmiştir ve stratejik insan kaynakları yönetimi ve örgütsel bağlılık arasında pozitif yönlü anlamlı bir ilişki vardır hipotezi araştırmalar sonucunda kabul edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: *Stratejik İnsan Kaynakları Yönetimi, Örgüte Bağlılık, Çalışan Bağlılığı, İnsan Kaynakları Yönetimi*

Jel Kodları: *J2,J3,J5.*

STRATEGIC HUMAN RESOURCE MANAGEMENT AND ITS IMPACT ON ORGANIZATIONAL OUTCOMES

ABSTRACT

As a result of globalization, enterprises use human resources with the importance they attach to human resources and cause the organization to provide a great advantage against its competitors. The effective use of human resources is important factor in the emergence of the sense of trust in enterprises and emergence of the concept of un organizational commitment ucu. This thesis study includes evaluation of the concepts of strategic human resource management and organizational commitment. Also, a questionnaire about the impact of strategic human resource management on organizational commitment is included. By means of the questionnaire applied on 308 employees in two public hospitals, the impact of strategic human resource management on organizational commitment was evaluated. In the end, the hypothesis that there is a positive correlation between strategic human resource management and organizational commitment has been accepted.

Keywords: *Strategic Human Resource Management, Organizational Commitment, Employee Commitment, Human Resources Management*

Jel Codes: *J2,J3,J5.*

* İstanbul Aydın Üniversitesi , Sosyal Bilimler Enstitüsü, klcslnozge@gmail.com

** İstanbul Aydın Üniversitesi , İşletme fakültesi, akinmarsap@aydin.edu.tr

Giriş

İşletmelerdeki yönetimin ana kaynağı insandır. Yönetimin amacı da insanlarla var olmaktır. İşletmelerde bireyler, her daim iş paylaşımıyla, sorumluluk içinde örgütün hedeflerini yerine getirmede kişisel gereksinimlerini karşılamak ve hedefleri için çalışırlar. Yönetimin ana beklentisi de işgörenlerin çabalarını uyumlu bir iş birliğiyle işletmenin hedeflerine yönlendirerek hedefleri gerçekleştirmektir.

Örgütlerin en önemli savaşlarından biri, günümüzde yaşanan bu hızlı rekabette varlıklarını sürdürebilmeleridir. Rekabet ortamında yaşamlarını devam ettirmeye çalışan tüm işletmeler, iş dünyasındaki rekabete karşı modern düşünen bir yapıda ve kurumsal hareket eden varlıklara dönüşmesiyle küresel rekabet alanında yaşamlarını devam ettirmeye çalışırlar. Küresel ortamda işletmelerin rekabet üstünlüğünü elde tutabilmeleri için insan kaynağının bilgisi, yeteneği ve becerisinden en yüksek düzeyde fayda sağlanarak, çalışanların motivasyonlarının maksimum düzeye ulaşmasıyla verim sağlanır. İşletmeler insan kaynakları yönetimi uygulamaları ile işletme içi çalışanların amaç ve hedeflerine daha kolay ulaşabilir.

Günümüzde işletmelerin ayakta kalabilmeleri ve rekabet üstünlüğünü bırakmamaları, insan kaynağını elde tutabilme derecesiyle ilgilidir. Rekabete karşı direnen, küresel ortamda arkada kalmaması ve hayatta kalabilmesi nedeniyle değişmeyi zorunluluk gören işletmeler, insan kaynakları yönetiminde stratejik bakış açısına sahip olarak yönetilmek mecburiyetindedir. Buna göre bilindik insan kaynaklarından ziyade stratejik insan kaynakları yönetimi daha fazla gelişerek, değişen yönetme teknikleri ile hızla artan rekabet yarışı örgütlerde yönetim algısını değiştirerek insan kaynakları yönetimini örgüt yönetiminin stratejik ögesine dönüştürür.

Stratejik insan kaynakları yönetimi sadece çalışanlarla sınırlı kalmayarak tüm işletmenin geleceği ve rekabete tutunabilmeleri açısından önemli bir kavrama geçiş yapmıştır. Stratejik insan kaynakları anlayışı işletmenin yönetimi konusunda kurumsal yapı için önemli bir araç ve karar mekanizmasıdır. Stratejik insan kaynakları yönetimi çalışanların örgüt içinde daha fazla aktif olmalarına ve çalışanların istek ve beklentilerine karşılık verir. Stratejik insan kaynakları yönetimi için en önemli noktalardan sayılan çalışanların istek ve arzularına önem verilmesi kurum ile kendisini özdeşleşmesini sağlar.

Stratejik insan kaynakları yönetiminin çalışmaları ile çalışanlarına değer vermesi örgüte karşı geri bir bildirim ile örgütsel bağlılık kavramını ortaya çıkarır. Beklenti ve isteklerine karşılık bularak rahat bir çalışma ortamı sağlanan çalışanlar örgütlerine karşı son derece bağlılık duyarak işletme içi motivasyonun ve başarının artmasına neden olurlar. Stratejik insan kaynakları yönetimi çalışanları sadece performans olarak ele almaktan öte onun istek ve beklentilerine de değer vererek çalışma ortamını düzenlemelidir. İşletme içerisinde stratejik insan kaynakları yönetimi çalışanları anlayarak değerlendirmeli ve yönetmelidir.

1. İnsan Kaynakları Yönetiminden Stratejik İnsan Kaynakları Yönetimine Geçiş

Stratejik insan kaynakları yönetimini insan kaynakları yönetiminden farklı kılan ögeler vardır. Stratejik insan kaynakları yönetimini insan kaynakları yönetimin 'den farklı kılan en önemli öge, stratejik insan kaynakları uygulamalarının işletmenin stratejik hedefleriyle ve bu yönde belirlenmiş stratejileriyle uyum sağlaması ve bağlantılı olmasıdır. Diğer bir farklılık ise, insan kaynakları yönetiminde kısa dönemli amaçlara odaklanması, stratejik insan kaynakları yönetiminde ise kısa-orta-uzun vadeli amaçlara odaklanması konusudur (Çetintürk; 2017:50).

İnsan kaynaklarının bir rekabet unsuru ve örgüte rekabet avantajı sağlamada önemli bir etken olmasının sonucunda ortaya çıkan stratejik insan kaynakları kavramı, temel olarak insan kaynaklarının örgütsel performansın yükseltilmesi ile örgüt kültürü oluşturulmasına yönelik bütünleştirilmesi olarak tanımlanır. İnsan kaynakları yönetiminin stratejik önemi ve başarı

sağlaması, sorunları çözmeye yönelik bir bakış açısı yaratma, insan kaynakları yönetimi tarafından çözümleyici raporlar hazırlama gibi ögelerle ortaya çıkmaktadır. Örgütsel anlamda stratejilerin geliştirilmesi ve uygulanmasıyla elde edilecek rekabet avantajı ancak insan kaynaklarına dair stratejik yaklaşımla gerçekleştirilebilir (Özdemir vd, 2017:74-75).

İnsan kaynakları yönetiminin konuları örgütlerde üst seviyede incelenmesi ile stratejik boyutlarda yönetilmesi gerekir. İnsanı kapsayan bütün konular uyum ve bütünlük çerçevesinde bir araya toplanmalı ve bütünleştirilmelidir. Yöneticiler, kararlarında stratejik sonuçlara odaklanmalı ve bunu sonuçlarına yansıtmalıdır. İnsan kaynakları yönetiminde stratejik yönetimin benimsenmesi, değişen çevre koşullarına örgütün çabuk adapte olmasının kolaylaştırılmasına, çalışanlar örgütün uzun dönemli ihtiyaçlarına kendini hazırlar ve karşılık verir.

Stratejik olarak örgütün modern rekabet ortamlarına ayak uydurması işgörenleri verimli kullanmasına gereksinim duyar. Stratejik insan kaynaklarının insan kaynaklarına etkisi, dar bir yetki alanına sahip olan yapıyı ve işleyişin, örgütsel değişime öncülük eden bireylerle takımın performansını ve gelişmesini artırma odaklı bir bölüme dönüşmesini sağlamaktadır.

Sonuç olarak stratejik insan kaynakları yönetimini, insan kaynaklarından farklı kılan neden insan kaynakları yönetimi faaliyetlerinin aktif bir biçimde örgütünde stratejik hedefleriyle belirlenip ve stratejileriyle uyumlu duruma geçmesidir.

1.1. Kavramsal Olarak Stratejik İnsan Kaynakları Yönetimi

İşletmelerin stratejik yönetim anlayışlarında başarılı olabilmesi; örgütün uzun dönemde varlığını devam ettirmesi, rekabet avantajı kazanması, kaynaklarını etkin ve verimli şekilde kullanması, stratejik yönetimin temel amaçları arasında yer alır. Stratejik yönetimin insan kaynakları yönetiminde kendine yer bulabilmesi ise işletmenin insan kaynakları yönetim politikaları ile işletmenin stratejik yönetim politikalarına uyum sağlamayan yönetim biçimi ile mümkündür. İşletmede stratejik insan kaynakları yönetim anlayışını benimsemesi artan iş performansına, problem çözmeye, değişim ve yeniliğe, çalışanların devamsızlığının azaltılmasına etki eder (Özşungur, 2017:11).

Ortaya çıkan “stratejik insan kaynakları yönetimi” kavramı yeni dönemdeki insan kaynaklarının rolünün diğer bir adı olarak karşımıza çıkmaktadır. Stratejik insan kaynakları yönetimi, örgüt stratejileri ile insan kaynaklarının uyumlu olması ve stratejik yönetime insan kaynağının eklenmesini temel gören bir yaklaşımdır. Stratejik insan kaynakları yönetimindeki temel düşünce, işletmenin amaçlarına ulaşabilmesi ve rekabet avantajı sağlayabilmesi için örgütün ihtiyaç duyduğu temel davranış ve becerilere sahip motivasyonu yüksek işgörelere sahip olmak, işgörelerin performanslarının yüksek seviyeye çıkartılmasına çaba gösterilmesiyle onların yönetim ile ilişkilerinde, geçmişe göre fazla söz sahibi olmalarının sağlanabilmesidir. Bu düşünceyle birlikte bütünleştirici bir hava yaratılarak yüksek bir performansa sahip olunur.

1.2. Stratejik İnsan Kaynakları Yönetiminin Özellikleri

Stratejik insan kaynakları yönetiminin önemli özelliklerinden biri insan kaynakları strateji uygulamalarıyla işletmenin genel stratejik hedefleri arasındaki bağın oluşmasıdır. Stratejik insan kaynakları yönetimi, işletmenin insan kaynaklarını daha aktif kullanarak rekabetçi üstünlüklerine nasıl etki edeceği konusunda, piyasaya yönelik bir yaklaşımdır. Bu yaklaşıma göre insan kaynakları yönetimi, insan kaynağının diğer kaynaklarla birlikte nasıl sağlanacağı, istihdamın nasıl karşılanacağı ve yönetileceğine ilişkin kavramsal bir yaklaşımdır (Ceylan, 2016:44).

Stratejik insan kaynakları yönetimi faaliyetlerinde beş temel özellik bulunmaktadır. Bu özellikler (Şimşek ve diğerleri, 2016:61) :

- Uzun dönemli planlama: İnsan kaynaklarının kullanımına ilişkin stratejik anlamda uzun dönemli planların yapılması gerekmektedir.
- İnsan kaynakları yönetimi ve stratejik planlama arasında yeni bağlantılar geliştirme: İnsan kaynakları yönetimi hem işletme stratejilerinin belirlenmesinde hem de uygulanmasında destek sağlamaktadır.
- İnsan kaynakları ile organizasyonel performans arasında etkileşim sağlama: İnsan kaynakları yönetiminin, örgütün stratejik amaçlarına geçmesinde önemli rolü, organizasyonel performans konusunda olumlu etki oluşturur.
- İnsan kaynakları yönetiminin emir-komuta yönetim ile karşılıklı ilişkilerinin gelişmesi: İnsan kaynakları yönetiminin işletme içindeki stratejik öneminin var olması, emir-komuta yönetim ile olan ilişkilerini güçlendirmektedir.
- İnsan kaynakları yönetiminin stratejik nitelik kazanması: İnsan kaynakları yönetiminin aldığı görevleri plan ile uygulama aşamalarında daha etkili olmasını sağlamaktadır.

Stratejik insan kaynakları yönetiminin bu özelliklere sahip olması alışlagelmiş insan kaynakları yönetimine karşın çok ön plana çıkarak sistemin daha çok tercih edilmesi sağlanır. Sonuç olarak, stratejik insan kaynakları yönetimi işletme içi yönetim anlayışında tercih edilen bir boyuttur.

2. Kavramsal Olarak Örgütsel Bağlılık

Örgütsel bağlılık, işletmelerin varlıklarını korumaları nihai amaçlarından biridir. Örgütsel bağlılığı yüksek olan çalışanların işletmede ki uyumlarının, iş doyumlarının ve üretken olmalarına sadakat ve sorumluluk duyguları içerisinde çalışmalarına neden olmaktadır. Günümüz rekabet ortamında kar unsuru taşıyan ya da taşımayan işletmeler için örgüt üyelerinin iş ile ilgili davranışlarını anlamada örgütsel bağlılık kavramı oldukça önemlidir (Vural ve Coşkun, 2007:148).

Çalışanların işletmelerine karşı davranış ve fikirleri, örgütsel bağlılığa etki eden faktörlerin başında gelmektedir. Çalışanın işletme hakkında olumlu düşünceleri onu, işletmesiyle bütünleştirirken; işletmesi hakkında olumsuz düşünceleri onu, işletmesinden uzaklaştırabilmektedir. Bu sebeple örgütsel bağlılık, işletmelerin devamlılığının tespiti konusunda önemli bir noktadır (Yılmaz, 2018:37).

Küreselleşmenin etkisiyle iş dünyasındaki rekabet koşulları oldukça artmıştır. Sert rekabet koşullarının hâkimiyetinin olduğu günümüz piyasalarının devamlılıklarını sürdürülebilmeleri ve piyasa paylarını ellerinde tutmak isteyen işletmelerin işgörenlerine ve işgörenlerin işletmeye olan ilişkilerine ait kavramlara daha fazla değer vermesi gerekmektedir. Bundan dolayı işletme sahipleri işletmedeki çalışanların bağlılıklarını sağlamak ve mevcut bağlılık düzeyini korumak adına daha çok çaba göstermeleri gerekmektedir. Örgütsel bağlılık kavramı da bu kavramlardan en önemlilerinden biridir.

2.1. Örgütsel Bağlılık Boyutları

Allen ve Meyer örgütsel bağlılık konusunu, çalışmalarında örgütün amaç ve değerlerini kabul etmek, örgütün bir üyesi olmasında çaba göstermek ve işletmeye inanmak boyutları ile incelenerek diğer çalışmalarda örgütsel bağlılığın psikolojik tarafına önem vererek üç boyutlu bir model ortaya çıkarmıştır. Örgütsel bağlılığı oluşturan unsurlar duygusal bağlılık, devam bağlılığı ve normatif bağlılık olarak üç değişik şekilde ifade edilmektedir.

2.1.1. Duygusal Bağlılık

Duygusal bağlılık, örgütlerin değer ve hedeflerini çalışanların benimsemeleri, hissetmeleri sonucu oluşan bağlılıktır. Çalışanlar, örgütün değerlerini kabul ederek, işletmenin bir parçası olarak devam etmeyi isterler ve kendini kuruma adanmış sadık işgörenler olarak görülmektedir (Kırlak; 2018:43).

Duygusal bağlılık, çalışanın işletme ile özdeşleşmesi, örgüte katılımı ve işletme ile ilişkisinde duygusal bağ hissetmesi durumunda ortaya çıkmaktadır. Çalışan kendini örgütün bir üyesi şeklinde görür ve örgütün onun için anlamı ve önemi büyüktür. Duygusal bağlılık, işletme hedeflerinin çalışanlar tarafından desteklenip benimsendiği bağlılık türüdür. Güçlü duygusal bağlılığa sahip olan işgörenler örgütün amaçlarını ve değerlerini benimser, örgütün beklentilerine daha fazla çaba göstererek örgütte kalmaya devam ederler. Bu sonuçlara göre duygusal bağlılık, işletmelerin fazla aradığı bağlılık çeşitlerindedir.

2.1.2. Devam Bağlılığı

Devam bağlılığı, çalışanların örgütlerde değişim ya da ayrılma maliyetlerinin korunması ile ilgilidir. Çalışanların işletmelerine sağlamış oldukları yatırımların büyüklüğü ve iş olanaklarının durumu, kişisel özellikler çalışanlarda işte kalma konusunda bir zorunluluk oluşturabilir (Gurlaş, 2016:18).

Bu boyut, işletme içi çalışanların örgütlere yapmış oldukları yatırımlar sonucunda ortaya çıkan bağlılık türü olarak incelenir. Bağlılık, çalışanların işletmelerde çalıştıkları süre boyunca sarf ettikleri emek ve zaman ile para ve statünün kazanıldığı ve örgütten ayrılma durumunda bunların kaybedileceği düşüncesi sonucu oluşan bağlılıktır. Devam bağlılığında temel durum örgütte kalma ve devam etme gereksinimidir (Vural ve Çoşkun, 2007:145).

2.1.3. Normatif Bağlılık

Bireylerin işletmede çalışmayı kendisine verilen bir görev olarak görme ve örgüte bağlılık göstermenin doğru olduğu düşünülür. Örgütten ayrılma durumunda ortaya çıkabilecek kayıpların düşünülmesinden etkilenme durumu vardır. Bireylerin, minnettarlık duygusunun sonucunda işletmede kaldıkları görülmektedir. Bunun nedeni, işletme sahiplerinin onları geresinim duydukları dönemde işe almaları ya da yöneticileri ile kalmalarının doğru olacağı şeklinde değer yargılarına sahip olmasıdır. Bu bireyler, örgütün kendilerine iyi davrandığını ve kendilerinin örgütte bir süre çalışmalarının örgüte karşı borçları olduğu kanısında olduğunu düşündükleri görülmektedir (Kırlak; 2018:44).

2.2. Stratejik İnsan Kaynakları Yönetimi Uygulamalarının Örgütsel Bağlılık ile İlişkisi

Örgütler, nitelikli iş gücünü örgüte çekmek ve becerikli çalışanlarını da örgütte tutma düşüncesi içindedirler. Birçok araştırma sonucunda, stratejik insan kaynakları yönetimi uygulamalarına yapılan yatırımların çalışanların performansına ve daha sonrasında da çalışanların işletmeye karşı oluşan bağlılıklarına etki ettiği ve bunun sonucu olarak ta örgütsel performansı olumlu yönde etkilediği bilgisine ulaşılmıştır.

Yapılmış olan bazı araştırma sonuçlarına göre, “örgütün büyüklüğü, kurumsallaşma ve kontrol dereceleri, sendikalaşma oranı, örgütün imajı, toplam kalite yönetimi uygulamaları, çalışmalarda esnek saatler, ücret politikaları ve kariyer olanaklarının örgütsel bağlılıkta etkisi bulunmaktadır” (Özdevecioğlu, 2003:116).

İçinde buldukları örgütlere olan güven örgütsel bağlılık için önemlidir, bundan dolayı işletmeler işgörenlerle iletişim sağlarken performans değerlendirmesi yaparak ödülleri dağıtması ve diğer insan kaynakları uygulamalarını devam ettiren açık ve adaletli bir şekilde

devam etmelidir. Bunun sebebi adaletli insan kaynakları uygulamalarının var olan sorunları çözerek işgörenlerde olumlu etkiler ortaya çıkarmasıdır (Karasu, 2009:92).

Örgütlerin içinde buldukları iş ortamlarında adaletli olduğu, performans değerlendirmelerinin adil yapıldığı, çalışanlarına eşit ödüllendirme yapan, çalışanın örgütüne karşı duyduğu güven ile duygusal bağlılıklarına etki ederek örgütsel bağlılıklarını arttırdığını, performans değerlendirme, ücret yönetimi ve terfi ile ilgili uygulamalarında adaletli davranılmayan işletmeye karşı ise çalışanların örgütsel bağlılıkları ve duygusal bağlılıklarının, azaldığı görülmektedir.

3. Metodoloji

3.1. Araştırmanın Amacı ve Kapsamı

Günümüzün rekabetçi, dinamik iş sahasında işletmelerin varlıklarını sürdürebilmelerinde insan unsurunun yeri fazla paya sahiptir. Örgütlerdeki yönetici bireylerin göstermiş oldukları davranışlar, işgörenlerin işletmelerine olan bağlılıklarını ve performansını önemli derecede etkiler ve bu etki aynı zamanda işletmenin performansını ve prestijini de olumlu anlamda etkiler.

Çalışmanın amacı, stratejik insan kaynakları yönetiminin örgütsel bağlılığa olan etkisini araştırmaktır. Bu amaçla, stratejik insan kaynakları yönetimine yönelik algı ile örgütsel bağlılığın alt boyutları duygusal, normatif ve devam bağlılığını ölçmeye yönelik verilerin toplanıp değişkenler arasında ilişki olup olmadığını da ortaya konulması istenmiştir. Buna göre, bu çalışmada stratejik insan kaynakları yönetiminin çalışanları ne düzeyde etkilediği ve örgüte karşı bağlılıklarına etkisine cevap arayan çalışmadaki amaç, kamu kurumu olan iki farklı hastanede stratejik insan kaynakları yönetiminin örgütsel bağlılığa etkisini ölçmektir.

3.2. Evren ve Örneklem

Araştırma hastanedeki sağlık çalışanları ile görevli memurlar üzerinde yapılmıştır. Araştırmanın evrenini, İstanbul'un Küçükçekmece ilçesine ait Halkalı lokasyonunda olan 2 ayrı devlet hastanesinde görev yapan çalışanlar oluşturmaktadır. Mehmet Akif Ersoy Göğüs Kalp ve Damar Cerrahisi Eğitim Araştırma Hastanesi ve Kanuni Sultan Süleyman Eğitim ve Araştırma Hastanesi çalışanları araştırmanın evrenini oluşturmaktadır. Anketlere katılım da 308 hastane çalışanı araştırma örneğinde yer almıştır ve sonuçlar analize dâhil edilmiştir.

3.3. Veri Toplama Araçları

Bu çalışmada veri toplama aracı olan anket tekniğinden yararlanılmıştır. Yapılan anket üç bölümden oluşur. İlk bölümde ankete katılanların demografik özelliklerini belirlemek için yöneltilen 6 soru bulunmaktadır. İkinci bölümde stratejik insan kaynakları yönetimini ölçmeye yönelik Green, Meldin ve Meldin tarafından geliştirilen 16 soruluk ölçek bulunmaktadır ve üçüncü bölümde örgütsel bağlılığı ölçmeye yönelik Allen ve Meyer'in geliştirdiği ölçekteki 18 soru sorularak veriler toplanmaya çalışılmıştır. Araştırmada katılımcılara anket formatında olan beş dereceli likert tipi ölçek kullanılmıştır. Araştırmanın veri analizinde, SPSS programı kullanılmıştır. Anket uygulaması sonucu elde edilen veriler bu program ile analiz edilerek, çıkan sonuçlar yorumlanmıştır.

3.4. Araştırma Hipotezleri

Araştırmada kullanılan hipotezler:

H₁: Stratejik insan kaynakları yönetimi ve örgütsel bağlılık arasında pozitif yönlü anlamlı bir ilişki vardır.

H_{1a}: Stratejik insan kaynakları yönetim sürecinin duygusal bağlılığa etkisi vardır.

H_{1b}: Stratejik insan kaynakları yönetim sürecinin devam bağlılığına etkisi vardır.

H_{1c}: Stratejik insan kaynakları yönetim sürecinin normatif bağlılığa etkisi vardır.

H_{1a}: Stratejik insan kaynakları yönetim politikalarının duygusal bağlılığa etkisi vardır.

H_{1b}: Stratejik insan kaynakları yönetim politikalarının devam bağlılığına etkisi vardır.

H_{1c}: Stratejik insan kaynakları yönetim politikalarının normatif bağlılığa etkisi vardır.

3.5. Araştırmanın Analiz ve Bulguları

Araştırma çerçevesinde kullanılan Stratejik İnsan Kaynakları Yönetimi ölçeğine ait yapı geçerliliğini doğrulayıcı faktör analizi test etmiştir. Doğrulayıcı faktör analizinden önce ölçeğin faktör yapısını meydana getirmek için SPSS programında keşfedici faktör analizi yapılmıştır. Hemen sonrasında faktörlerde yer alan maddelerin doğruluğunu tespit etmek için AMOS programında doğrulayıcı faktör analizi yapılmıştır.

Analiz kapsamında, güvenilirlik ile geçerlilik analizi, tanımlayıcı istatistikler, çoklu regresyon analizi, pearson korelasyon analizi, Independent T test, tek yönlü varyans analizinden yararlanılmıştır. Tanımlayıcı istatistiklere sayı, yüzde, puanlara ilişkin ortalama standart sapma tekniği kullanılmıştır.

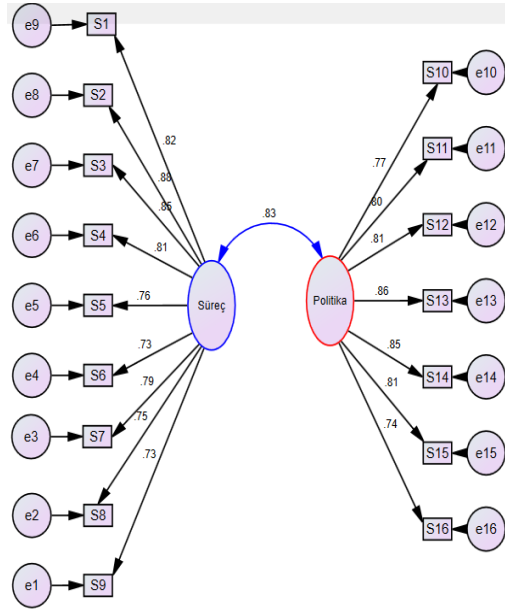
3.5.1. Keşfedici Faktör Analizi- Doğrulayıcı Faktör Analizi-Güvenilirlik Analizi

Stratejik İnsan Kaynakları Yönetimi Ölçeğine ilişkin tutumları belirlemeyi hedefleyen ve 16 sorudan meydana gelen aracın faktör desenini meydana getirmek için açıklayıcı faktör analizine başvurulmuştur. Örneklem büyüklüğünün faktörleşmeye olan uygunluğunu test etmek için Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) testi yapılmıştır. Yapılan analizin sonucunda KMO değerinin .95 olduğu tespit edilmiştir ve bulunan değer faktör analizi için yeterlidir.

Stratejik İnsan Kaynakları Yönetimi Ölçeğine ilişkin faktör desenini meydana getirmek için yapılan açıklayıcı faktör analizinde, faktör yük değerlerinin kabul düzeyi örneklem büyüklüğü de düşünülerek .50 olarak belirlenmiştir. Yapılan analizin 2 faktörde, maddeler binişiklik ve faktör yük değerlerinin kabul düzeylerini karşılayıp karşılayamaması tarafından değerlendirilip, kabul değerinin altında ve binişik madde görülmemiştir. 1. Yönetim Süreci ve 2. Yönetim Politikaları ismi verilmiştir.

Doğrulayıcı faktör analizinde 2 alt boyut (Yönetim Süreci ve 2. Yönetim Politikaları) ve toplam 16 maddeden oluşan ölçeğe faktör analizi uygulandıktan sonra, ölçeğin 2 faktör ve 16 maddeden oluşan yapısı olduğu tespit edilmiştir. Faktör analizi ile belirlenen faktörlerin, hipotez ile belirlenen yapılarına uygunluğun test edilmesi üzere AMOS 24 (analysis of moment structures) programı kullanılarak test edilir. Beşli likert tipi ölçekte 308 katılımcıdan toplanan verilerin normal dağılım göstermesi sonucu, maximum likelihood hesaplama yöntemi kullanılarak kovaryans matrisi oluşturulmuştur. (Kline,2011) Ölçeğin birinci düzey doğrulayıcı faktör analizi DFA sonuçlarına ilişkin parametre değerlerinin oyer aldığı yol akış şeması aşağıdadır;

Şekil 1: Birinci Düzey Çok Faktörlü Model Analizi



Birinci düzey çok faktörlü DFA sonucunda oluşturulan uyum iyiliği değerleri ($\chi^2[103, N = 308]=399,04; p<.01; \frac{\chi^2}{sd} = 3,8; RMR=.04; GFI=.92; IFI=.93$) 2 faktörlü modelin veri ile uyumlu kabul edilebilir olduğunu gösterilir. Bu sonuçlar araştırmadan toplanan verilerin Stratejik İnsan Kaynakları Yönetimi Ölçeğinin kuramsal yapısı uyuşmasını tespit etmiştir.

Güvenilirlik analizi, araştırmada bir örneğin seçilmesi ile güvenilirliği ve tutarlılığı test etmek için kullanılır. Cronbach Alfa katsayısı, ölçek içindeki maddelerin iç tutarlılığının (homojenliğinin) bir ölçüsüdür. Araştırma için yapılan güvenilirlik ve geçerlilik test sonuçları tablo da verilmiştir.

Tablo 1: Stratejik İnsan Kaynakları Ölçeği

Stratejik İnsan Kaynakları Ölçeği	Cronbach's Alpha	Soru Sayısı
Yönetim Süreci	0.94	9
Yönetim Politikaları	0.93	7
Toplam	0.96	16

308 çalışandan toplanan sonuçların stratejik insan kaynakları yönetimi ölçeğinin iki alt boyutuna göre tespit edilen Cronbach's Alpha kat sayıları Yönetim Süreci 0,94; Yönetim Politikaları 0,93; ve toplam 0,96 olarak bulunmuş olup, bu sonuç ile anketin güvenilirliği yüksek derecede güvenilir olduğu ortaya çıkmıştır. Bu sonuç ile anket verileri dağılım göstermektedir ve sonuç ölçeğin güvenilirliği uygun olduğu tespit edilmiştir.

Tablo 2: Örgütsel Bağlılık Ölçeği

Örgütsel Bağlılık Ölçeği	Cronbach's Alpha	Soru Sayısı
Duygusal Bağlılık	0,741	6
Devam Bağlılığı	0,887	6
Normatif Bağlılık	0,779	6
Toplam	0,783	18

308 çalışandan toplanan sonuçların örgütsel bağlılık ölçeğinin üç alt boyutuna göre tespit edilen Cronbach's Alpha kat sayıları ; Duygusal Bağlılık 0,741; Devam Bağlılığı 0,887; Normatif Bağlılık 0,779; ve toplam 0,783 olarak tespit edilmiş, bu sonuç ile anketin güvenilirliği oldukça güvenilir olduğu ortaya çıkmıştır. Bu sonuç ile anket verileri dağılım göstermektedir ve sonuç ölçeğin güvenilirliği uygun olduğu tespit edilmiştir.

Tablo 3: Demografik Analiz Sonuçları

Değişken	N	%
Cinsiyet		
Kadın	248	80.52
Erkek	60	19.48
Toplam	308	100
Yaş		
20-30 Yaş	241	78.25
31-40 Yaş	54	17.53
41-50 Yaş	13	4.22
Toplam	308	100
Medeni Durum		
Evli	114	37.01
Bekar	194	62.99
Toplam	308	100.00
Eğitim Durumunuz		
Lisans	278	90.26
Yüksek Lisans	28	9.09
Doktora	2	0.65
Toplam	308	100
Mesleki Deneyiminiz		
1-5 Yıl	219	71.10
6-10 Yıl	55	17.86
11-15 Yıl	13	4.22
16+	21	6.82
Toplam	308	100
Çalışma süreniz		
	249	80.84
6-10 Yıl	49	15.91
11-15 Yıl	6	1.95
16+	4	1.30
Toplam	308	100

Örneklem grubunun demografik özelliklerini kapsayan tablo incelendiğinde örneklem grubunu meydana getiren katılımcıların 248'inin (%80.5) kadın, 60'ı (%19.5) erkektir. Katılımcıların 241'i (%78.3) 20-30 yaş grubu, 54 'ü (%17.5) 31-40 yaş grubu ve 13'ünün (%4.2) 41-50 yaş ve üstü bireylerden oluştuğu görülmüştür. Katılımcıların 114'ü (%37) evli ve 194'ü (%63) bekarıdır. Katılımcıların 278'i (%90.3) Lisans, 28'i (%9.1) Yüksek Lisans ve 2'si (%0.6) doktora mezunudur. Katılımcıların 219'u (%71.1) 1-5 yıl, 55'i (%17.9) 6-10 yıl, 13'ünün (%4.2) 11-15 yıl ve 21'inin (%6.8) 16 yıl ve üstü mesleki deneyime sahip olduğu görülmüştür. Katılımcıların 249'u (%80.8) 1-5 yıl, 49'u (%15.9) 6-10 yıl, 6'sı (%1.9) 11-15 yılve 4'ünün(%1.3) 16 yıldan daha fazla süredir bu iş yerinde çalıştığı görülmüştür.

3.6. Stratejik İnsan Kaynakları Ölçeğinin Demografik Değişkenlere İlişkin Analizler

Demografik değişkenlerin analizinde T-Testi araştırma kümelerinden elde edilen verilerin ortalama sonuçlarında anlamlı bir farklılığın olup olmadığını tespit etmek için kullanılan bir testtir. Araştırmada bağımsız örneklem cinsiyet, medeni durum ve eğitim düzeyi değişkenlerine ilişkin verilerin çözümlenmesinde T-Testi uygulanmıştır. Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA) ise ikiden fazla bağımsız grubun ortalamalarında istatistiksel olarak anlamlı bir fark olup olmadığını test eder. Bu test araştırmada yaş, mesleki tecrübe, hastanedeki çalışma süresi değişkenlerine ilişkin verilerin analiz edilmesinde uygulanmıştır (Gülten, 2018:46-47).

Stratejik insan kaynakları yönetimi ölçeğinin demografik değişkenlere göre yapılan analizlerinde; cinsiyet, yaş, medeni durum, eğitim düzeyi, mesleki tecrübe ve çalışma süresi değişkenlerine göre farklılaşmadığı sonucu ortaya çıkmaktadır.

Tablo 4: Cinsiyete Göre Stratejik İnsan Kaynakları Ölçeği Analizi

Altboyut	Cinsiyet	N	Mean	Std. Deviation	df	F	t	sig
Yönetim Süreci	Kadın	248	3.47	0.760	306	3.507	-0.527	0.598
	Erkek	60	3.53	0.914				
Yönetim Politikaları	Kadın	248	3.30	0.873	306	1.680	-1.489	0.137
	Erkek	60	3.49	1.002				
Stratejik İnsan Kaynakları	Kadın	248	3.39	0.762	306	3.724	-1.034	0.357
	Erkek	60	3.51	0.914				

Tablo incelendiğinde yönetim süreci algısı ($t_{(306)}=-.527$; $p>.05$), yönetim politikaları algısı ($t_{(306)}=-1.489$; $p>.05$) ve stratejik insan kaynakları algısı ($t_{(306)}=-1.034$; $p>.05$) skor ortalamaları cinsiyete göre farklılaşmamaktadır.

Tablo 5: Yaş Gruplarına Göre Stratejik İnsan Kaynakları Ölçeği Analizi

Altboyutlar	Yaş	N	Mean	Std Dev.	F	sig.
Yönetim Süreci	20-30 Yaş	241	3.51	0.786	1.126	0.326
	31-40 Yaş	54	3.34	0.789		
	41-50 Yaş	13	3.48	0.893		
	Total	308	3.48	0.791		
Yönetim Politikaları	20-30 Yaş	241	3.34	0.901	0.949	0.388
	31-40 Yaş	54	3.24	0.930		
	41-50 Yaş	13	3.62	0.770		
	Total	308	3.34	0.901		
Stratejik İnsan	20-30 Yaş	241	3.44	0.790		

Kaynakları						
	31-40 Yaş	54	3.29	0.805		
	41-50 Yaş	13	3.54	0.818	0.903	0.406
	Total	308	3.42	0.794		

Tek yönlü varyans analizi sonuçları incelendiğinde yönetim süreci algıları ($F_{(2,305)}=1.126$; $p>.05$), yönetim politikaları algıları ($F_{(2,305)}=.949$; $p>.05$) ve stratejik insan kaynakları algıları ($F_{(2,305)}=.903$; $p>.05$), skor ortalamaları yaş gruplarına göre farklılaşmamaktadır.

Tablo 6: Medeni Duruma Göre Stratejik İnsan Kaynakları Ölçeği Analizi

Altboyut	Medeni Durum	N	Mean	Std. Deviation	df	F	t	sig
Yönetim Süreci	Evli	114	3.37	0.817	306	0.515	-	0.062
	Bekar	194	3.55	0.771			1.876	
Yönetim Politikaları	Evli	114	3.27	0.924	306	0.290	-	0.326
	Bekar	194	3.37	0.887			0.984	
Stratejik İnsan Kaynakları	Evli	114	3.33	0.819	306	0.317	-	0.125
	Bekar	194	3.47	0.776			1.540	

Tablo incelendiğinde yönetim süreci algısı ($t_{(306)}=-1.876$; $p>.05$), yönetim politikaları algısı ($t_{(306)}=-.984$; $p>.05$) ve stratejik insan kaynakları algısı ($t_{(306)}=-1.540$; $p>.05$) skor ortalamaları medeni duruma göre farklılaşmamaktadır.

Tablo 7: Eğitim Durumuna Göre Stratejik İnsan Kaynakları Ölçeği Analizi

Altboyut	Eğitim Durumu	N	Mean	Std. Deviation	df	F	t	sig
Yönetim Süreci	Lisans	278	3.48	0.802	306	1.535	0.052	0.958
	Yüksek Lisans ve üstü	30	3.47	0.699			0.052	
Yönetim Politikaları	Lisans	278	3.32	0.913	306	2.217	-1.084	0.279
	Yüksek Lisans ve üstü	30	3.50	0.770			-1.084	
Stratejik İnsan Kaynakları	Lisans	278	3.41	0.804	306	2.358	-0.509	0.611
	Yüksek Lisans ve üstü	30	3.49	0.694			-0.509	

Tablo incelendiğinde yönetim süreci algısı ($t_{(306)}=.052$; $p>.05$), yönetim politikaları algısı ($t_{(306)}=-1.084$; $p>.05$) ve stratejik insan kaynakları algısı ($t_{(306)}=-.509$; $p>.05$) skor ortalamaları eğitim durumuna göre farklılaşmamaktadır.

Tablo 8: Mesleki Deneyime Göre Stratejik İnsan Kaynakları Ölçeği Analizi

Altboyutlar	Mesleki Deneyim	N	Mean	Std Dev.	F	sig.
Yönetim Süreci	1-5 Yıl	219	3.52	0.781	0.894	0.444
	6-10 Yıl	55	3.39	0.814		
	11-15 Yıl	13	3.60	0.644		
	16+	21	3.29	0.918		
	Total	308	3.48	0.791		
Yönetim Politikaları	1-5 Yıl	219	3.33	0.906	0.131	0.942
	6-10 Yıl	55	3.31	0.926		
	11-15 Yıl	13	3.48	0.842		
	16+	21	3.31	0.876		

	Total	308	3.34	0.901		
Stratejik İnsan Kaynakları	1-5 Yıl	219	3.44	0.790		
	6-10 Yıl	55	3.36	0.804		
	11-15 Yıl	13	3.55	0.712	0.419	0.739
	16+	21	3.30	0.881		
	Total	308	3.42	0.794		

Tek yönlü varyans analizi sonuçları incelendiğinde yönetim süreci algıları ($F_{(3,304)}=.894$; $p>.05$), yönetim politikaları algıları ($F_{(3,304)}=.131$; $p>.05$) ve stratejik insan kaynakları algıları ($F_{(3,304)}=.419$; $p>.05$), skor ortalamaları mesleki deneyime göre farklılaşmamaktadır.

Tablo 9: Çalışma Süresine Göre Stratejik İnsan Kaynakları Ölçeği Analizi

Altboyutlar	Çalışma Süresi	N	Mean	Std Dev.	F	sig.
Yönetim Süreci	1-5 Yıl	249	3.46	0.803		
	6-10 Yıl	49	3.53	0.783	0.452	0.637
	11+ Yıl	10	3.68	0.487		
	Total	308	3.48	0.791		
Yönetim Politikaları	1-5 Yıl	249	3.29	0.909	1.953	0.144
	6-10 Yıl	49	3.48	0.913		
	11+ Yıl	10	3.74	0.355		
	Total	308	3.34	0.901		
Stratejik İnsan Kaynakları	1-5 Yıl	249	3.39	0.805	1.139	0.322
	6-10 Yıl	49	3.51	0.788		
	11+ Yıl	10	3.71	0.393		
	Total	308	3.42	0.794		

Tek yönlü varyans analizi sonuçları incelendiğinde yönetim süreci algıları ($F_{(2,305)}=.452$; $p>.05$), yönetim politikaları algıları ($F_{(2,305)}=1.953$; $p>.05$) ve stratejik insan kaynakları algıları ($F_{(2,305)}=1.139$; $p>.05$), skor ortalamaları şu anki işte çalışma süresine göre farklılaşmamaktadır.

Örgütsel bağlılık ölçeğinin demografik değişkenlere göre yapılan analizlerinde; yaş, medeni durum, eğitim düzeyi, mesleki tecrübe ve çalışma süresi değişkenlerine göre farklılaşmadığı sonucu ortaya çıkarken cinsiyet değişkenine göre ise erkeklerin kadınlara oranlara örgütlerine bağlılıkları ve duygusal bağlılık ile normatif bağlılıklarının daha fazla olduğu sonucu ortaya çıkmaktadır.

Tablo 10: Cinsiyete Göre Örgütsel Bağlılık Ölçeğinin Analizi

Altboyut	Cinsiyet	N	Mean	Std. Deviation	df	F	t	sig
Duygusal Bağlılık	Kadın	248	3.01	0.742	306	0.295	-2.407	0.017
	Erkek	60	3.27	0.806				
Devam Bağlılığı	Kadın	248	2.94	0.623	306	7.655	0.130	0.897
	Erkek	60	2.92	0.814				
Normatif Bağlılık	Kadın	248	2.98	0.797	306	0.097	-2.437	0.015
	Erkek	60	3.26	0.784				
Örgütsel Bağlılık	Kadın	248	2.97	0.531	306	0.477	-2.262	0.024

Erkek 60 3.15 0.567

Tablo incelendiğinde, duygusal bağlılık ($t_{(306)}=-2.407$; $p<.05$), normatif bağlılık ($t_{(306)}=-2.437$; $p<.05$), ve örgütsel bağlılık ($t_{(306)}=-2.262$; $p<.05$), skor ortalamaları cinsiyet değişkenine göre farklılaşmaktadır.

Erkeklerin duygusal bağlılık skor ortalaması (Ort.=3.27; S.S=0.805) kadınlardan (Ort.=3.01; S.S=0.742) istatistiksel olarak anlamlı ölçüde daha yüksek olarak bulunmuş olup, erkeklerin duygusal bağlılıklarının kadınlardan daha fazladır.

Erkeklerin normatif bağlılık skor ortalaması (Ort.=3.26; S.S=0.784) kadınlardan (Ort.=2.98; S.S=0.797) istatistiksel olarak anlamlı ölçüde daha yüksek olarak bulunmuş olup, erkeklerin normatif bağlılıkları kadınlardan daha fazladır.

Erkeklerin örgütsel bağlılık skor ortalaması (Ort.=3.15; S.S=0.567) kadınlardan (Ort.=2.97; S.S=0.531) istatistiksel olarak anlamlı ölçüde daha yüksek olarak bulunmuş olup, erkeklerin normatif bağlılıkları kadınlardan daha fazladır.

Tablo 11: Yaş'a Göre Örgütsel Bağlılık Ölçeğinin Analizi

Altboyutlar	Yaş	N	Mean	Std Dev.	F	sig.
Duygusal Bağlılık	20-30 Yaş	241	3.04	0.763	1.399	0.249
	31-40 Yaş	54	3.07	0.701		
	41-50 Yaş	13	3.40	0.922		
	Total	308	3.06	0.761		
Devam Bağlılığı	20-30 Yaş	241	2.97	0.661	1.544	0.215
	31-40 Yaş	54	2.81	0.687		
	41-50 Yaş	13	2.82	0.559		
	Total	308	2.93	0.663		
Normatif Bağlılık	20-30 Yaş	241	3.07	0.780	1.060	0.348
	31-40 Yaş	54	2.93	0.856		
	41-50 Yaş	13	2.83	0.940		
	Total	308	3.03	0.801		
Örgütsel Bağlılık	20-30 Yaş	241	3.02	0.534	0.575	0.564
	31-40 Yaş	54	2.94	0.585		
	41-50 Yaş	13	3.02	0.507		
	Total	308	3.01	0.542		

Tek yönlü varyans analizi sonuçlarına göre yaş grupları skor ortalamaları duygusal bağlılık ($F_{(2,305)}=1.399$; $p>.05$), devam bağlılığı ($F_{(2,305)}=1.544$; $p>.05$), normatif bağlılık ($F_{(2,305)}=1.060$; $p>.05$), ve örgütsel bağlılık ($F_{(2,305)}=.575$; $p>.05$), farklılaşmamaktadır.

Tablo 12: Medeni Duruma Göre Örgütsel Bağlılık Ölçeğinin Analizi

Altboyut	Medeni Durum	N	Mean	Std. Deviation	df	F	t	sig
Duygusal Bağlılık	Evli	114	3.12	0.757	306	0.187	1.000	0.318
	Bekar	194	3.03	0.763				
Devam Bağlılığı	Evli	114	2.85	0.609	306	1.400	-1.692	0.092
	Bekar	194	2.98	0.689				
Normatif Bağlılık	Evli	114	3.02	0.798	306	0.334	-0.302	0.763
	Bekar	194	3.04	0.804				

Örgütsel Bağlılık	Evli	114	2.99	0.540	306	0.062	-0.369	0.713
	Bekar	194	3.02	0.544				

Tablo incelendiğinde duygusal bağlılık ($t_{(306)}=1.000$; $p>.05$), devam bağlılığı ($t_{(306)}=1.692$; $p>.05$), normatif bağlılık ($t_{(306)}=-.302$; $p>.05$), ve örgütsel bağlılık ($t_{(306)}=-.369$; $p>.05$), skor ortalamaları medeni duruma göre farklılaşmamaktadır.

Tablo 13: Eğitim Durumuna Göre Örgütsel Bağlılık Ölçeğinin Analizi

Altboyut	Eğitim Durumu	N	Mean	Std. Deviation	df	F	t	sig
Duygusal Bağlılık	Lisans	278	3.05	0.757	306	0.049	-0.774	0.440
	Yüksek Lisans ve üstü	30	3.16	0.803				
Devam Bağlılığı	Lisans	278	2.94	0.633	32.126	5.291	0.149	0.843
	Yüksek Lisans ve üstü	30	2.91	0.906				
Normatif Bağlılık	Lisans	278	3.02	0.796	306	0.102	-0.874	0.383
	Yüksek Lisans ve üstü	30	3.16	0.846				
Örgütsel Bağlılık	Lisans	278	3.00	0.530	306	2.655	-0.712	0.477
	Yüksek Lisans ve üstü	30	3.08	0.645				

Tablo incelendiğinde duygusal bağlılık ($t_{(306)}=-.774$; $p>.05$), devam bağlılığı ($t_{(32.126)}=.149$; $p>.05$), normatif bağlılık ($t_{(306)}=-.874$; $p>.05$), ve örgütsel bağlılık ($t_{(306)}=-.712$; $p>.05$), skor ortalamaları eğitimdurumuna göre farklılaşmamaktadır.

Tablo 14: Mesleki Deneyime Göre Örgütsel Bağlılık Ölçeğinin Analizi

Altboyutlar	Mesleki Deneyim	N	Mean	Std Dev.	F	sig.
Duygusal Bağlılık	1-5 Yıl	219	3.05	0.775	0.271	0.846
	6-10 Yıl	55	3.10	0.699		
	11-15 Yıl	13	3.19	0.670		
	16+	21	2.98	0.847		
	Total	308	3.06	0.761		
Devam Bağlılığı	1-5 Yıl	219	2.95	0.661	0.35	0.789
	6-10 Yıl	55	2.88	0.648		
	11-15 Yıl	13	3.05	0.753		
	16+	21	2.87	0.690		
	Total	308	2.93	0.663		
Normatif Bağlılık	1-5 Yıl	219	3.06	0.804	1.152	0.328
	6-10 Yıl	55	3.05	0.735		
	11-15 Yıl	13	3.03	0.778		
	16+	21	2.72	0.927		
	Total	308	3.03	0.801		
Örgütsel Bağlılık	1-5 Yıl	219	3.02	0.546	0.689	0.559
	6-10 Yıl	55	3.01	0.503		
	11-15 Yıl	13	3.09	0.620		
	16+	21	2.85	0.559		
	Total	308	3.01	0.542		

Tek yönlü varyans analizi sonuçlarına göre mesleki deneyim skor ortalamaları duygusal bağlılık ($F_{(3,304)}=.271$; $p>.05$), devam bağlılığı ($F_{(3,304)}=.350$; $p>.05$), normatif bağlılık ($F_{(3,304)}=1.152$; $p>.05$), ve örgütsel bağlılık ($F_{(3,304)}=.689$; $p>.05$), farklılaşmamaktadır.

Tablo 15: Çalışma Sürelerine Göre Örgütsel Bağlılık Ölçeğinin Analizi

Altboyutlar	Çalışma Süresi	N	Mean	Std Dev.	F	sig.
Duygusal Bağlılık	1-5 Yıl	249	3.02	0.767	1.770	0.172
	6-10 Yıl	49	3.21	0.717		
	11+ Yıl	10	3.30	0.749		
	Total	308	3.06	0.761		
Devam Bağlılığı	1-5 Yıl	249	2.92	0.649	2.050	0.131
	6-10 Yıl	49	2.92	0.684		
	11+ Yıl	10	3.35	0.826		
	Total	308	2.93	0.663		
Normatif Bağlılık	1-5 Yıl	249	3.01	0.798	1.243	0.290
	6-10 Yıl	49	3.06	0.821		
	11+ Yıl	10	3.42	0.734		
	Total	308	3.03	0.801		
Örgütsel Bağlılık	1-5 Yıl	249	2.98	0.545	2.548	0.080
	6-10 Yıl	49	3.06	0.522		
	11+ Yıl	10	3.36	0.466		
	Total	308	3.01	0.542		

Tek yönlü varyans analizi sonuçlarına göre şu anki işte çalışma süresi skor ortalamaları duygusal bağlılık ($F_{(2,305)}=1.770$; $p>.05$), devam bağlılığı ($F_{(2,305)}=2.050$; $p>.05$), normatif bağlılık ($F_{(2,305)}=1.243$; $p>.05$), ve örgütsel bağlılık ($F_{(2,305)}=2.548$; $p>.05$), farklılaşmamaktadır.

3.7. Araştırmanın hipotez analizi

Araştırmanın hipotez analizi bölümünde H_1 : Stratejik insan kaynakları yönetimi ve örgütsel bağlılık arasında pozitif yönlü ve anlamlı bir ilişki vardır hipotezi için uygulanan test sonuçları aşağıdaki gibidir.

Tablo 16: Korelasyon Analizi Sonuçları

Faktör	1	2	3	4	5	6	7
1. Duygusal Bağlılık	---						
2. Devam Bağlılığı	-0.06	---					
3. Normatif Bağlılık	.615**	.271**	---				
4. Örgütsel Bağlılık	.749**	.515**	.891**	---			
5. Yönetim Süreci	.409**	.180**	.434**	.478**	---		
6. Yönetim Politikaları	.539**	.150**	.515**	.567**	.788**	---	
7. Stratejik İnsan Kaynakları	.497**	.175**	.499**	.550**	.952**	.938**	---

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Yapılan korelasyon analizi sonucuna göre, Duygusal bağlılık ile normatif bağlılık arasında pozitif yönlü orta düzeyde ilişki ($p<0.01$; $r=0.615$), Duygusal bağlılık ile yönetim süreci algısında pozitif yönlü orta düzeyde ilişki ($p<0.01$; $r=0.409$) Duygusal bağlılık ile yönetim politikaları algısı arasında pozitif yönlü orta düzeyde ilişki ($p<0.01$; $r=0.539$), normatif bağlılık ile yönetim süreci algısı arasında pozitif yönlü orta düzeyde ilişki ($p<0.01$; $r=0.434$), normatif bağlılık ile yönetim politikaları algısı arasında pozitif yönlü orta düzeyde ilişki ($p<0.01$; $r=0.515$), yönetim süreci algısı ile yönetim politikaları algısı arasında pozitif yönlü yüksek düzeyde ilişki ($p<0.01$; $r=0.788$) ve Stratejik insan kaynakları yönetimi ve örgütsel bağlılık arasında pozitif yönlü orta düzeyde ilişki bulunmuştur.

Araştırmada stratejik insan kaynakları yönetimi alt boyutlarının, örgütsel bağlılık alt boyutları üzerindeki etkisi Çoklu Regresyon Analizi ile sınıanmıştır. Araştırmanın alt hipotezleri olan H_{1a} :Stratejik insan kaynakları yönetiminin ve duygusal bağlılığa etkisi vardır, H_{1b} :Stratejik insan kaynakları yönetiminin ve devam bağlılığa etkisi vardır, H_{1c} :Stratejik insan kaynakları yönetiminin ve normatif bağlılığa etkisi vardır hipotezleri için regresyon analizi uygulanılmış ve test sonuçlarına göre,

Stratejik İnsan Kaynakları Yönetimi Boyutlarının Duygusal Bağlılık Üzerindeki Etkisini Ölçmeye Yönelik Regresyon Analizi Sonucuna göre,

Tablo 17: Stratejik İnsan Kaynakları Yönetimi Boyutlarının Duygusal Bağlılık Üzerindeki Etkisini Ölçmeye Yönelik Regresyon Analizi Sonucu

Duygusal Bağlılık	β (%95G.A)	p-değeri
Sabit(β_0)	1.588	<0.001
Yönetim süreci	-0.309	>0.001
Yönetim politikaları	0.482	<0.001

Regresyon modeli anlamlı bulunmuştur($p<0,001$).

$$R^2 = 0.291$$

β : Regresyon Katsayısı

Regresyon katsayıları t istatistiği ile sınıanmış olup yönetim politikaları ($p<0.001$) duygusal bağlılığı açıklayan regresyon denkleminde istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur. Yönetim süreci algısı ($p=0.601$) modeli açıklamada anlamlı değildir. Yönetim politikaları davranışındaki bir birimlik artış duygusal bağlılığı 0,482 kat arttırmaktadır. Yönetim politikaları algısı duygusal bağlılık üzerinde istatistiksel olarak anlamlı ve pozitif bir etkiye sahiptir.

Stratejik İnsan Kaynakları Yönetimi Boyutlarının Devam Bağlılığı Üzerindeki Etkisini Ölçmeye Yönelik Regresyon Analizi Sonucuna göre,

Tablo 18: Stratejik İnsan Kaynakları Yönetimi Boyutlarının Devam Bağlılığı Üzerindeki Etkisini Ölçmeye Yönelik Regresyon Analizi Sonucu

Devam Bağlılığı	β (%95G.A)	p-değeri
Sabit(β_0)	2.407	<0.001
Yönetim süreci	0.136	>0.001
Yönetim politikaları	0.016	>0.001

Regresyon modeli anlamlı bulunmuştur($p<0,001$).

$$R^2 = 0.032$$

β : Regresyon Katsayısı

Regresyon katsayıları t istatistiği ile sınanmış olup yönetim süreci algısı ($p=0.076$) ve Yönetim politikaları algısı ($p=0.816$) modeli açıklamada anlamlı değildir.

Stratejik İnsan Kaynakları Yönetimi Boyutlarının Normatif Bağlılığı Üzerindeki Etkisini Ölçmeye Yönelik Regresyon Analizi Sonucuna göre,

Tablo 19: Stratejik İnsan Kaynakları Yönetimi Boyutlarının Normatif Bağlılığı Üzerindeki Etkisini Ölçmeye Yönelik Regresyon Analizi Sonucu

Normatif Bağlılık	β (%95G.A)	p-değeri
Sabit(β_0)	1.420	<0.001
Yönetim süreci	0.075	>0.001
Yönetim politikaları	0.405	<0.001

Regresyon modeli anlamlı bulunmuştur($p<0,001$).

$$R^2 = 0.267$$

β : Regresyon Katsayısı

Regresyon katsayıları t istatistiği ile sınanmış olup yönetim politikaları ($p<0.001$) normatif bağlılığı açıklayan regresyon denkleminde istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur. Yönetim süreci algısı ($p=0.351$) modeli açıklamada anlamlı değildir. Yönetim politikaları davranışındaki bir birimlik artış normatif bağlılığı 0.405 kat arttırmaktadır. Yönetim politikaları algısı normatif bağlılık üzerinde istatistiksel olarak anlamlı ve pozitif bir etkiye sahiptir. Araştırma hipotezlerinin sonuçları aşağıdaki gibidir.

Tablo 20: Hipotezlerin Kabul/Red Durumları

Hipotezler	Kabul/Red
H ₁ : Stratejik insan kaynakları yönetimi ve örgütsel bağlılık arasında pozitif yönlü anlamlı bir ilişki vardır.	KABUL
H _{1a} : Stratejik insan kaynakları yönetim sürecinin duygusal bağlılığa etkisi vardır.	RET
H _{1b} : Stratejik insan kaynakları yönetim sürecinin devam bağlılığına etkisi vardır.	RET
H _{1c} : Stratejik insan kaynakları yönetim sürecinin normatif bağlılığa etkisi vardır.	RET
H _{1a} : Stratejik insan kaynakları yönetim politikalarının duygusal bağlılığa etkisi vardır.	KABUL
H _{1b} : Stratejik insan kaynakları yönetim politikalarının devam bağlılığına etkisi vardır.	RET
H _{1c} : Stratejik insan kaynakları yönetim politikalarının normatif bağlılığa etkisi vardır.	KABUL

- Araştırmadan elde edilen verilere göre, H₁:Stratejik insan kaynakları yönetimi ve örgütsel bağlılık arasında pozitif yönlü anlamlı bir ilişki vardır hipotezi yapılan korelasyon analizi sonucunda kabul edilmiştir. Alt hipotezler için yapılan regresyon analizi sonuçlarına göre, H_{1a}: Stratejik insan kaynakları yönetim sürecinin duygusal bağlılığa etkisi vardır, H_{1b}: Stratejik insan kaynakları yönetim sürecinin devam bağlılığına etkisi vardır, H_{1c}: Stratejik insan kaynakları yönetim sürecinin normatif

bağlılığa etkisi vardır, H_{1b} : Stratejik insan kaynakları yönetim politikalarının devam bağlılığına etkisi vardır hipotezleri ret edilmiştir. H_{1a} : Stratejik insan kaynakları yönetim politikalarının duygusal bağlılığa etkisi vardır ve H_{1c} : Stratejik insan kaynakları yönetim politikalarının normatif bağlılığa etkisi vardır hipotezleri yapılan regresyon analizine göre kabul edilmiştir.

Sonuç

Günümüzde küreselleşmenin de etkisiyle dünyada uluslararası ticaretin yaygınlaşması, hızla artan toplumsal, kültürel, ekonomik ve teknolojik değişimlerin sonuçlarına göre işletmelerin oluşan rekabet ortamlarında varlıklarını sürdürebilmeleri ve oluşan bu değişimlere ayak uydurabilmelerini, kendilerini de değişen piyasaya karşı yenilemelerini zorunlu kılmıştır. İşletmelerin başarılı olabilmeleri ve diğer işletmelere karşı rekabet avantajı elde edebilmelerinde başarıyı sağlamalarında etkili olan en önemli departman insan kaynaklarıdır. Günümüzde hızla değişen iş dünyasında insan kaynaklarına verilen önem de artmıştır. Geçmişte sadece kayıt tutma, çalışanların ücretlerini işleme gibi işleri yapan personel yönetimi iken insan kaynakları, insana verilen önemin yükselmesiyle beraber değer yaratan ve işletmeye rekabet ortamında avantajlar gösteren bir fonksiyon olarak değerlendirilmeye başlanmıştır.

İşletme içerisinde çalışanlara kendilerini güvende hissetmeleri, uygun bir çalışma ortamının sağlanması ve çalışanlara sunulan eğitim olanakları ile işletme içerisinde kendilerini geliştirme imkânının sunulması, işletmeye karşı çalışma ortamında motivasyonun artmasına ve işletme içi çalışanların da gördükleri destek ile beraber örgütlerine karşı daha çok güven duygusu beslemelerine neden olur. Ortaya çıkan bu güven duygusunun bir üyesi olan "örgütsel bağlılık" kavramı, iş görenler ve örgütlerin ilişkilerinin pozitif kurulmasına öncülük eder. İş görenlerin kendilerini işletmeye ait hissetmeleri motive etmeleri ve örgütlerine daha fazla verim sağlayarak karlılıklarını arttırmaları açısından örgütsel bağlılık oldukça önemli bir faktördür. Çalışanlar açısından başarılı olabilmek örgütsel bağlılığın belirleyici bir unsuru özelliğini taşır.

Bu çalışmada, stratejik insan kaynakları yönetimi ve örgütsel bağlılığa olan etkisi arasında anlamlı ve pozitif yönlü orta düzeyde ilişki bulunmuştur. Bu ilişki, korelasyon analizi ile bulunmuştur. Araştırma da yer alan, anket çalışmasının sonuçları da stratejik insan kaynakları yönetiminin varlığı ve örgütsel bağlılık konusu üzerinde çalışanların algılarının ve yorumlarının son derece fazla olduğu görülür. Sonuç olarak iş görenlerin her iki araştırma ölçeğini de dikkatle değerlendirip cevapladıkları anlaşılmaktadır. Anketin sonuçlarında dikkati çeken diğer bir nokta, araştırmaya gönüllü olarak katılan kişilerin, stratejik insan kaynakları yönetimi konusundaki yaklaşımları ve örgütsel bağlılık ile alakalı son derece olumludur ve yönetime verdikleri destek ile önem sonuçlara yansımaktadır.

Yapılan araştırmaya göre stratejik insan kaynakları yönetimi ve örgütsel bağlılığa etkisi konusunun ilişkisi yüksek düzeyde bir güce sahiptir. Bu durum çalışanların kendilerini örgüte bağlı hissetmelerinde stratejik insan kaynakları yönetiminin önemli bir payı olduğu görülmektedir.

Araştırma İstanbul'daki 2 devlet hastanesi kurumundaki çalışanlarla sınırlıdır. Çalışanların örgütsel bağlılıkları ile stratejik insan kaynakları yönetimi arasındaki ilişkinin daha net, daha doğru ve daha sağlıklı bir şekilde saptanabilmesi için daha büyük bir örneklem seçimi uygun olacaktır. Bundan sonra araştırma yapacak araştırmacılar farklı şirket ve sektör karşılaştırmaları yaparak ve daha geniş ölçekte veri toplayarak sektörler arası veya bölgeler arası stratejik insan kaynakları yönetimi uygulama karşılaştırmaları konusunda sonuç üretebilirler. Örgütsel bağlılık içerisinde, örgütsel iletişim kavramının incelenmesi, örgütsel performansın çalışanlar üzerindeki etkisinin araştırılması ve örgütsel davranış ile bir arada incelenmesi konuyu daha da derinleştirecektir.

Kurumlar açısından stratejik insan kaynakları yönetimi ve örgütsel bağlılık düzeylerinin yükselmesini sağlayacak değişkenlerin belirlenmesi, kurumların kaliteli bir iş ortamı sağlayabilmeleri açısından araştırma kurum yöneticilerine ışık tutacak faydalı bir araştırma özelliğine sahiptir. Stratejik insan kaynakları yönetiminin etkisiyle örgütsel bağlılığın kurum içerisinde ölçülmesi, kurumlar açısından değerlendirilmesi ve eksikliklerin tespit edilerek karşılanması gerekmektedir.

Kaynakça

- Ceylan, H. (2016), ‘Stratejik İnsan Kaynakları Yönetiminin Çalışanların Verimliliği Üzerindeki Etkisi: İspark A.Ş. Örneği’, (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), İstanbul Aydın Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Çetintürk, İ. (2017), Turizm İşlemlerinde Sürdürülebilir Rekabet Üstünlüğü Kaynağı Olarak Stratejik İnsan Kaynakları Yönetimi, Journal of Yasar University, 12/45, 48-59, İstanbul.
- Gurlaş M. (2016), ‘Jenerasyon Teorisine Göre X ve Y Kuşakların Örgütsel Bağlılık, İş Tatmini ve İşten Ayrılma Niyeti Farklılıklarının İncelenmesi: Kamuda Vergi Dairesi Çalışanları Üzerine Bir Araştırma’, (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Nişantaşı Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Gülten, G. (2018), Çalışma Hayatında Örgütsel Bağlılık ve İş Tatmini, Yüksek Lisans Tezi, Beykent Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Karasu, Y. (2009), “İnsan Kaynakları Yönetimi Uygulamalarının Etik Açısından Çalışanlar Tarafından Algılanışı ve Örgütsel Bağlılıkla İlişisine Yönelik Bir Araştırma”, İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı, İnsan Kaynakları Yönetimi Bilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul.
- Kırlak, Ö. (2018), Tekstil Sektöründe Yer Alan İşletmelerde İşten Ayrılma, Oryantasyon Eğitimi, Çalışan Mutluluğu ve Örgütsel Bağlılık Üzerine Bir Araştırma, Yüksek Lisans Tezi, Nişantaşı Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Özdemir S. Polat E. (2017), Kamu Sektöründe Stratejik İnsan Kaynakları Yönetimi: Dünyadan ve Türkiye’den Örnekler 01/07/2017 Meriç Uluslararası Sosyal ve Stratejik Yayına Kabul Tarihi:01/07/2017 Araştırmalar Dergisi Online Yayın Tarihi:01/07/2017 1(1), 70-82 .
- Özdevecioğlu, M. (2003), “Algılanan Örgütsel Destek ile Örgütsel Bağlılık Arasındaki ilişkilerin Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma”, Dokuz Eylül Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi, 18(2), İzmir
- Özsungur, F. (2017), “Hizmet İnovasyonu Odaklı Stratejik İnsan Kaynakları Yönetimi”, International Journal Entrepreneurship and Management Inquiries Dergisi, 1(1), ss.8-18.
- Şimşek, M. ve diğer. (2016) İnsan Kaynakları Yönetimi ve Kariyer Uygulamaları, 3. Baskı, Eğitim Yayınevi, Konya.
- Vural, Z. vd. (2007) Örgüt Kültürü iletişim Liderlik Motivasyon Bağlılık Performans Açısından Değerlendirme, Nobel yayın Dağıtım.
- Yılmaz, Ö. (2018). Hastanelerde Sağlık Çalışanlarının Motivasyon Düzeylerinin Örgütsel Bağlılıklarına Etkileri: Kırıkkale İli Örneği, Doktora Tezi, Gazi Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.

OSMANCIK ÖMER DERİNDERE MESLEK YÜKSEK OKULU'NDA İŞ SAĞLIĞI VE GÜVENLİĞİ KÜLTÜRÜNÜN İNCELENMESİ

Dr.Öğr.Üyesi Şenol YAVUZ*

Öğr.Gör. Ahmet Eray BÜLTER**

Prof.Dr. Dursun Ali KÖSE***

ÖZET

Meslek Yüksekokullarının hedefi kendi alanlarında dinamik, bilimsel bilgi ile donanmış, teknolojiyi yakalamış, araştırmacı, düşünen ve özgüvenli bireyler yetiştirerek sanayinin ihtiyacı olan ara eleman ihtiyacını karşılamaktır. Ayrıca, öğrencilerin iş hayatında karşılaşılabilecekleri çeşitli olaylar karşısında(iş kazası, meslek hastalığı, işten akdinin feshi vb.) doğru adımı atmaları konusunda yeterli bilgiyi vererek İş sağlığı ve Güvenliği kültürünün kazanılmasını sağlamaktır. Bu hedef ile Osmancık Ömer Derindere Meslek Yüksekokulu'nda bulunan Mülkiyet Koruma ve Güvenlik Bölümü, Mimarlık ve Şehir Planlama Bölümü, Yönetim ve Organizasyon Bölümü, Tıbbi Hizmetler ve Teknikler Bölümü, Bilgisayar Teknolojileri Bölümünde bulunan öğrencilere yirmi sorudan oluşan bir anket çalışması yapılmıştır. Bu çalışmadan elde edilen veriler doğrultusunda verilen eğitimin İSG bilinç ve kültürünü geliştirmede ne derece katkısı olduğu ve ders müfredatındaki eksikliklerin giderilerek iş hayatına atılacak öğrencilerin işe daha hazır olacağı düşünülmektedir.

Anahtar Kelimeler: İş Sağlığı ve Güvenliği, İSG Kültürü, Meslek Yüksekokulu,

Jel Kodları: I12, I13, I18

ANALYSIS OF OCCUPATIONAL HEALTH AND SAFETY CULTURE IN OSMANCIK ÖMER DERİNDERE VOCATIONAL SCHOOL

ABSTRACT

The goal of the Vocational High Schools is to meet the need of the intermediate staffs who are in need of the industry by educating individuals who are equipped with dynamic, scientific knowledge in their fields and who have caught up with technology, researcher, thinker and confident. In addition, it is to provide students with sufficient knowledge about the various events that they may encounter in business life (Work Accident, Occupational Disease etc.) and to win the Occupational Health and Safety culture. With this goal, a questionnaire study of consisting of 20 questions was made to the students in the department of Property Protection and Security, Architecture and City Planning, Administration and Organization Department, Department of Medical Services and Techniques and Computer Technologies in Osmancık Derindere Vocational High School. In the direction of data obtained from this study, it is thought to what extent the education given contributes to the development of OHS consciousness and culture, and the students who will be put into the business life by eliminating the deficiencies in the course curriculum will be ready for work .

Keywords: Occupational Health and Safety, OHS Culture, Vocational School,

Jel Codes: I12, I13, I18

* Hitit Üniversitesi, Osmancık Ömer Derindere MYO, Mülkiyet Koruma ve Güvenlik Bölümü, Çorum.

** Hitit Üniversitesi, Osmancık Ömer Derindere MYO, Tasarım Bölümü, Çorum.

*** Hitit Üniversitesi, Fen Edebiyat Fakültesi, Kimya Bölümü, Çorum.

Giriş

İş güvenliği, çalışanların iş ortamında karşılaşılabilecekleri tehlikelerin yok edilmesi veya azaltılması için getirilen yükümlülüklerden oluşan teknik kuralların bütünüdür. Başka bir tanıma göre ise; iş kazaları ve meslek hastalıklarını azaltan bir bilim dalıdır. Başka bir tanıma göre ise; iş yerlerinde, işin yürütülmesi ile ilgili olarak oluşan tehlikelerden, sağlığa zarar verecek koşullardan korunmak ve daha uygun bir iş ortamı oluşturmak için gerçekleştirilen metotlu çalışmalar “İş Güvenliği” olarak tanımlanmakta ve üretimin güvenliği kavramlarını da içermektedir (Akpınar, 2014).

İş sağlığı ve güvenliğinin firmalarda sürekliliğinin sağlanabilmesi için İSG kültürünün oluşturulması ve benimsenmesi gerekmektedir. Literatürde güvenlik kültürü ile ilgili birçok tanım mevcuttur. Güvenlik kültürü ile ilgili en çok tanımlardan birisi ise HSE (Health & Safety Executive- İngiltere Sağlık ve Güvenlik Yönetimi Kurumu) (1993) tarafından yapılan “güvenlik kültürünü”, bir organizasyonun sağlık ve güvenlik yeterliliği ve tarzı ile birey ve grup değerlerinin, tutumların, algıların, yetkinliklerin ve bağlılığı belirleyen davranış örüntülerinin bir ürünü olarak tanımıdır (Yegin, 2015).

İş sağlığı ve güvenliği kültürünün temel kıstasları, çalışanların farkındalığı ve tehlike-risk faktörlerini doğru algılamaları, uygun kişisel koruyucu malzemelerin tercihi, iş sağlığı ve güvenliği kurullarının oluşturulması, tespit ve önerilerin saptanmasıdır (Demirbilek, 2008). Güvenlik kültürü görünür ve görünmeyen bileşenlerden oluşur. Görünür bileşenler kültürün %10'unu oluştururken kalan %90'lık görünmeyen kısım ise kurallar, inançlar ve tecrübelerden oluşur. İş sağlığı ve güvenliği yönetmelikler üzerine dayalı olmasına rağmen yine de büyük bir bölümünü geçmişte yaşanmış kazalar, ramak kala olayların kazanılmış ve hiçbir zaman dile getirilmeyen tecrübe ve geleneklerden elde edilmiş kazanımlar ile varlığını korur (Demirbilek, 2008).

Güvenlik Kültürünün oluşumunda ilgili birimler; motivasyonu, özendirmeyi, tutarlılığı esas alarak öncülük etmelidir. Bu kültürün oluşumunda herkes eşit sorumluluğa sahiptir. İş güvenliğinin yalnızca bir veya birkaç kişinin üzerinde kalması yeterli değildir (Aytaç, (2011).

Tablo 1: Türkiye'de 2013-2016 yılları arasında meydana gelen İş kazası ve Ölüm sayısı

	2013	2014	2015	2016
Toplam İş Kazası	191.389	221.366	241.567	286.068
Toplam Ölüm Sayısı	1.360	1.626	1.252	1.405

Kaynak: SGK Kaza İstatistikleri, 2016

SGK' nın tablodaki verilerine göre 2016 yılı itibarı ile Türkiye de 286.068 iş kazası sayısı meydana gelmiştir. 6331 İş sağlığı ve güvenliği Kanununun 30 Haziran 2012 yılında yürürlüğe girmesine rağmen iş kazası sayıları azalacağına artmış olduğu gözlenmektedir. Ölümlü iş kazası sayılarında ise değişkenlik görülmektedir. İş kazalarındaki artışı, işletmelerde görev alan iş güvenliği uzmanlarının kazaları bildirmesi bakımından olumlu, küçük ve orta büyüklükte firmaların denetiminde meydana gelen sıkıntılar, taşeronlaşma, denetim ve caydırıcılık açısından ortaya çıkan eksiklikler, iş sağlığı ve güvenliği mevzuatının yeterince uygulanamaması bakımından olumsuz olarak algılayabiliriz. İş kazaları daha çok inşaat ve maden sektöründe meydana gelmektedir. Kaza sıralamasında Türkiye, Dünyada üçüncü Avrupa da birinci sıradadır. Bu sayıları düşürmenin tek yolu, iş sağlığı ve güvenliğini bir yaşam biçimi olarak algılanmalı ve kültürünün oluşması sağlanmalıdır (Öçal ve Çiçek, 2017).

İş Kazaları ve meslek hastalıklarını önlemenin birinci yolu iş sağlığı ve güvenliği eğitimlerinin zorunlu hale getirilmesi ve bu eğitimler sonucunda bireylerde İSG kültürünün oluşmasının sağlanması gerekir. İş sağlığı ve güvenliği yasal zorunluluk gibi algılanmayıp bir yaşam şekli

olarak benimsendiğinde bu kültürün oluşmaya başladığı düşünülebilir.

28/05/2018 tarih ve 30430 sayılı resmi gazetede yayınlanarak revize edilen “Çalışanların İş Sağlığı ve Güvenliği Eğitimlerinin Usul ve Esasları Hakkındaki Yönetmelikte” ile son değişiklikler yapılarak İSG eğitimlerinin uygulanabilirliğinin artırılması amaçlanmıştır (Öcal ve Çiçek, 2017:3)

Devlet, işveren ve çalışan üçlüsünde uygulanan İSG politikaları güvenlik kültürünün oluşmasında önemli bir yere sahiptir. İlk etapta ülke düzeyinde daha sonra firmalar düzeyinde etkin bir İSG yönetim sistemi oluşturup sürekliliğinin sağlanması yönünde çalışmalar yapılması gerekir. Gelişen teknoloji ve sanayileşme sonucu çalışanların çalışma ortamında görülen uygunsuzlukların giderilmesi ve çalışanlara daha sağlıklı bir ortam sağlanması ile hem çalışanın hem de toplumun sağlığını olumsuz etkilememesi için sürekli işyerleri denetime tabi tutulmalı, çalışanlara işine uygun İSG eğitimleri verilmeli, rutin sağlık gözetimlerinin yapılması sağlanmalıdır (Aytaç, 2011).

Endüstriyel kuruluşların ihtiyacı olan yetişmiş teknik eleman ihtiyacını karşılama politikasına sahip meslek yüksekokulumuzda, öğrenciler üzerinde anket çalışması yapılarak, aldıkları İSG eğitimlerinin ileriki çalışma hayatlarında sahip olacakları yasal sorumlulukları, İSG bilinci ve İSG kültürünün düzeyi tespit edilmeye çalışılmıştır.

1. Yöntem

Bu anket çalışması, Osmancık Ömer Derindere Meslek Yüksekokulu’nda bulunan Mülkiyet Koruma ve Güvenlik Bölümü, Mimarlık ve Şehir Planlama Bölümü, Yönetim ve Organizasyon Bölümü, Tıbbi Hizmetler ve Teknikler Bölümü, Bilgisayar Teknolojileri Bölümlerinde bulunan öğrencilerin katılımı ile yapılmıştır. Çalışma sonucunda elde edilen sonuçlar, verilen İSG eğitimlerinin İş Sağlığı ve Güvenliği kültürünü geliştirmede ne derece katkısı olup olmadığının tespit edilmesi ve eksikliklerin giderilmesi bakımından bir rehber olacaktır.

Tablo 2: Anket Soruları

SORULAR

1. İş Sağlığı ve Güvenliği dersinin müfredatta olmasını olumlu buluyor musunuz?
2. İş Sağlığı ve Güvenliği dersinin “İş Güvenliği Kültürünü” oluşturmada bir katkısı olduğuna inanıyor musunuz?
3. İş güvenliği hakkında eğitim veren eğitimciler tarafından yeterli bir şekilde bilgilendirildiğinize inanıyor musunuz?
4. Kampüs ve dersliklerde iş sağlığı ve güvenliği ile ilgili uyarı işaret ve levhaları bulunmakta mıdır?
5. Uyarı işaret ve levhaları amaçlarına uygun olarak sizi İSG konusunda yönlendirmeye yeterli mi?
6. Almakta olduğunuz İSG eğitimi, uygulama noktasında sizde bir farkındalık oluşturdu mu?
7. Alanınızla ilgili İSG konularındaki yasal mevzuat ve yayınları araştırıp, takip ediyor musunuz (kitap, dergi, makale, yönetmelik vb.)?
8. Programınızda ders veren tüm eğitimcilerin İSG bilincine sahip olduğunu düşünüyor musunuz?
9. Kendi alanınızda yaşanan güncel iş kazaları ve meslek hastalıkları ilginizi çekiyor mu? Bu tür olayları takip ediyor musunuz?
10. İş yeri uygulamaları sırasında karşılaştığınız uyarı işaret ve levhalarının İSG açısından bilinci oluşturmada yeterli olduğunu düşünüyor musunuz?
11. Günlük hayatta karşılaştığınız uyarı işaret ve levhalarının, İSG bilincini oluşturmada yeterli olduğunu düşünüyor musunuz?
12. İş yeri uygulamasında karşılaştığınız amir ve yöneticiler İSG konusunda yeterli bilince sahip miydi?
13. Programınızda verilen ilkyardım dersinin, bir iş kazası ile karşılaştığımızda yeterli olacağını düşünüyor musunuz?
14. İş kazaları ve meslek hastalıklarının ekonomik anlamda tüm paydaşlara (işçi-işveren-devlet) olan maliyetinin büyüklüğünü hiç düşündünüz mü?
15. İSG bilincine sahip olmanın, işteki kalite ve verimi artıracığını düşünüyor musunuz?

16. İSG hakkında okul dışında yapılan etkinlik ve faaliyetlere katılıyor musunuz (kongre, seminer, çalıştay vb)?
17. İSG'nin önemli bir unsuru olan KKD'nin (Kişisel Koruyucu Donanım) iş kazası ve meslek hastalıklarını önlemede yeterli olacağını düşünüyor musunuz?
18. Mesleğinizle ilgili İSG kanun ve mevzuatlarını biliyor musunuz? Takip ediyor musunuz?
19. Ülkemizde meydana gelen iş kazaları ve meslek hastalıklarını önlemek için yapılan denetim ve cezaların caydırıcılık rolünün olduğunu düşünüyor musunuz?
20. ILO (Uluslararası Çalışma Örgütü), WHO (Dünya Sağlık Örgütü)'yu daha önce hiç duydunuz mu? 6331 İş Sağlığı ve Güvenliği Kanunu'ndan haberdar mısınız?

Bu çalışma, meslek yüksekokulumuzda bulunan beş farklı bölümden 100 öğrenciye, yirmi sorudan oluşan bir anket çalışmasını kapsamaktadır. Yapılan anket çalışmasında öğrencilerin tutum ve düşüncelerini analiz etmek için yirmi adet “Likert Tipi” soru sorulmuş ve cevaplandırmaları istenmiştir. Sorulara verilecek “Hiç, Zayıf, Orta, İyi, Çok İyi” cevapları ile öğrencilerin sorular hakkındaki tutumları ölçülmeye çalışılmıştır. “Hiç” cevabı 1 puan, “Çok İyi” cevabı 5 puan olarak belirlenmiştir. (Tablo 3) Değerlendirme cevapları arasındaki değer 0,8 olarak alınmıştır.

Tablo 3: Anket Sorularını Değerlendirme Aralığı

Değerlendirme	Puanlama
Hiç	1,00-1,79
Zayıf	1,80-2,59
Orta	2,60-3,39
İyi	3,40-4,19
Çok İyi	4,20-5,00

Anket sonuçları “IBM SPSS Statistics 22.0” programı ile analiz edilmiş olup, her soruya verilen cevaplar ayrı ayrı değerlendirilmiştir. Anket soru ve cevapları programa aktarıldıktan sonra öncelikle güvenilirlik analizi yapılmış ve “Cronbach Alpha (α)” değeri hesaplanmıştır. Güvenilirlik analizi yapılmasının temel nedeni, anketi oluşturan soruların, tüm katılımcılar tarafından aynı seviyede algılandığının kontrolünü sağlamaktır. Bu analiz ile ayrıca anketi oluşturan sorularda tutarsızlık ya da olumlu soru-olumsuz soru algısı olup olmadığı kontrol edilmiştir.

Çalışmada tespit edilen (α) değeri 0,872 olup, anketin güvenilirlik seviyesinin “İyi” olduğu görülmüştür. “Bununla birlikte (α) katsayısı güvenilirliğin belirlenmesinde yalnız başına yeterli değildir. Sağlıklı bir değerlendirme yapabilmek için faktördeki her bir sorunun (α) katsayısına katkısının incelenmesi gerekir (“Çalışanların İş Sağlığı ve Güvenliği Eğitimlerinin Usul ve Esasları Hakkındaki Yönetmelik”, 2017).

Aşağıdaki tabloda (Tablo 4) görüleceği üzere “Cronbach's Alpha if Item Deleted” sütunu değerlerinde ciddi bir farklılık söz konusu değildir. Yani, ilgili soru silindiğinde (α) değerinin büyük oranda değişmediği görülecektir. Bundan dolayı sorular birbiriyle tutarlı ve açıktır. Sorular, katılımcılarda aynı anlamda algılanmıştır.

Tablo 4: Anket Sorularının İstatiksel verileri

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Soru 1	66,56	117,056	,380	,869
Soru 2	66,79	118,255	,368	,869
Soru 3	67,34	112,048	,514	,865
Soru 4	68,07	118,577	,216	,877
Soru 5	67,96	115,297	,416	,868
Soru 6	67,10	113,915	,601	,863
Soru 7	67,84	106,764	,663	,858
Soru 8	67,40	112,900	,586	,863
Soru 9	67,06	112,176	,647	,861
Soru 10	67,44	111,414	,731	,859
Soru 11	67,59	115,022	,543	,865
Soru 12	67,38	112,001	,507	,865
Soru 13	67,60	113,676	,509	,865
Soru 14	67,60	111,825	,495	,865
Soru 15	66,62	113,702	,570	,863
Soru 16	68,43	110,606	,478	,867
Soru 17	67,21	117,420	,350	,870
Soru 18	67,65	112,351	,568	,863
Soru 19	68,22	116,443	,349	,871
Soru 20	66,87	121,370	,123	,879

Katılımcıların cinsiyetlerine göre dağılımı Tablo 5’de verilmiştir.

Tablo 5: Anket Sorularını Cevaplayanların Cinsiyet Dağılımı

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Erkek	38	38	38	38
Kadın	62	62	62	100,0
Total	100	100,0	100,0	

Anket sonuçlarına göre (N katılımcı sayısı, Mean=Ortalama, Std.Deviation=Standart Sapma) her bir soru için verilen cevapların ortalama değeri aşağıdaki tabloda belirtildiği gibidir.

Tablo 6: Tanımlayıcı İstatistikler

		N	Ortalama	Std. Sapma
Soru 1	İş Sağlığı ve Güvenliği dersinin müfredatta olmasını olumlu buluyor musunuz?	100	4,43	,935
Soru 2	İş Sağlığı ve Güvenliği dersinin İş Güvenliği Kültürünü oluşturmada bir katkısı olduğuna inanıyor musunuz?	100	4,19	,833

Soru 3	İş güvenliği hakkında eğitim veren eğitimciler tarafından yeterli bir şekilde bilgilendirildiğinize inanıyor musunuz?	100	3,65	1,130
Soru 4	Kampüs ve dersliklerde iş sağlığı ve güvenliği ile ilgili uyarı işaret ve levhaları bulunmakta mıdır?	100	2,91	1,194
Soru 5	Uyarı işaret ve levhaları amaçlarına uygun olarak sizi İSG konusunda yönlendirmeye yeterli mi?	100	3,03	1,036
Soru 6	Almakta olduğunuz İSG eğitimi, uygulama noktasında sizde bir farkındalık oluşturdu mu?	100	3,88	,856
Soru 7	Alanınızla ilgili İSG konularındaki yasal mevzuat ve yayınları araştırıp, takip ediyor musunuz (kitap, dergi, makale, yönetmelik vb.)?	100	3,15	1,261
Soru 8	Programınızda ders veren tüm eğitimcilerin İSG bilincine sahip olduğunu düşünüyor musunuz?	100	3,59	,950
Soru 9	Kendi alanınızda yaşanan güncel iş kazaları ve meslek hastalıkları ilginizi çekiyor mu? Bu tür olayları takip ediyor musunuz?	100	3,93	,919
Soru 10	İş yeri uygulamaları sırasında karşılaştığınız uyarı işaret ve levhalarının İSG açısından bilinci oluşturmada yeterli olduğunu düşünüyor musunuz?	100	3,54	,871
Soru 11	Günlük hayatta karşılaştığınız uyarı işaret ve levhalarının, İSG bilincini oluşturmada yeterli olduğunu düşünüyor musunuz?	100	3,40	,849
Soru 12	İş yeri uygulamasında karşılaştığınız amir ve yöneticiler İSG konusunda yeterli bilince sahip miydi?	100	3,60	1,148
Soru 13	Programınızda verilen ilkyardım dersinin, bir iş kazası ile karşılaştığımızda yeterli olacağını düşünüyor musunuz?	100	3,38	1,008
Soru 14	İş kazaları ve meslek hastalıklarının ekonomik anlamda tüm paydaşlara (işçi-işveren-devlet) olan maliyetinin büyüklüğünü hiç düşündünüz mü?	100	3,38	1,185
Soru 15	İSG bilincine sahip olmanın, işteki kalite ve verimi artıracığını düşünüyor musunuz?	100	4,37	,913
Soru 16	İSG hakkında okul dışında yapılan etkinlik ve faaliyetlere katılıyor musunuz (kongre, seminer, çalıştay vb.)?	100	2,56	1,320
Soru 17	İSG'nin önemli bir unsuru olan KKD'nin (Kişisel Koruyucu Donanım) iş kazası ve meslek hastalıklarını önlemede yeterli olacağını düşünüyor musunuz?	100	3,78	,960
Soru 18	Mesleğinizle ilgili İSG kanun ve mevzuatlarını biliyor musunuz? Takip ediyor musunuz?	100	3,34	1,016
Soru 19	Ülkemizde meydana gelen iş kazaları ve meslek hastalıklarını önlemek için yapılan denetim ve cezaların caydırıcılık rolünün olduğunu düşünüyor musunuz?	100	2,76	1,067
Soru 20	ILO (Uluslararası Çalışma Örgütü), WHO (Dünya Sağlık Örgütü)'yu daha önce hiç duydunuz mu? 6331 İş Sağlığı ve Güvenliği Kanunu'ndan haberdar mısınız?	100	4,12	1,113

Soru 1' deki İş Sağlığı ve Güvenliği dersinin müfredatta olmasını olumlu buluyor musunuz? Alınan cevapların ortalaması 4.43 ile "Çok iyi" düzeyinde çıkarak, öğrenciler İş Sağlığı ve Güvenliği dersinin müfredatta konularak ortak ders olmasını doğru buluyorlar. Soru2'deki İş Sağlığı ve Güvenliği dersinin İş Güvenliği Kültürünü oluşturmada bir katkısı olduğuna inanıyor musunuz? Alınan cevapların ortalaması 4.19 ile "İyi" düzeyindedir. Bu sonuç ile İSG dersinin İş sağlığı ve Güvenliği kültürünü oluşturmada etkili olduğu düşünülmektedir.

Soru 3' deki İş güvenliği hakkında eğitim veren eğitimciler tarafından yeterli bir şekilde bilgilendirildiğinize inanıyor musunuz? Alınan cevapların ortalaması 3.65 ile "İyi" sonucu elde edilmiştir. Bu sonuca göre öğrencilerin, derse giren hocalar ile ilgili düşük düzeyde de olsa yeterince bilgilendirilmediğine inanıyorlar. Eğitimcilerin ders müfredatını işlerken güncel hayattan örnekler ile konuyu pekiştirmesi ile sonuç daha iyi olabilir.

Soru 4' deki Kampüs ve dersliklerde iş sağlığı ve güvenliği ile ilgili uyarı işaret ve levhaları

bulunmakta mıdır? Alınan cevapların ortalaması 2.91 ile “Orta” sonucu çıkmıştır. Soru 5’deki Uyarı işaret ve levhaları amaçlarına uygun olarak sizi İSG konusunda yönlendirmeye yeterli mi? Alınan cevapların ortalaması 3.03 ile “Orta” sonucu çıkmıştır. Soru 4 ve Soru 5’e verilen cevapların ortalaması düşüktür. Uyarı işaret ve levhaları görsel olarak konunun daha iyi algılanmasını, tehlikelerin ve risklerin fark edilmesini sağlar. Uyarı işaret ve levhaların bulunduğu bölgeler kontrol edilmeli, amacına uygun olması sağlanmalı ve standartların verdiği ölçüde olduğunun kontrol edilmesiyle, ders içinde ve dışında ilginin çekilmesi ve derste üzerinde durulmasıyla bu skorun yükseltilmesi sağlanmalıdır.

Soru 6’daki Almakta olduğunuz İSG eğitimi, uygulama noktasında sizde bir farkındalık oluşturdu mu? Alınan cevapların ortalaması 3.88 ile “İyi” sonucu çıkmıştır. Bu sonuca göre öğrenciler üzerinde, aldıkları dersin onlarda yeterli bilinci oluşturmada katkı verdiği gözlemlenmiştir.

Soru 7’deki Alanınızla ilgili İSG konularındaki yasal mevzuat ve yayınları araştırıp, takip ediyor musunuz (kitap, dergi, makale, yönetmelik vb.)? Alınan cevapların ortalaması 3.15 ile “Orta” sonucu çıkmıştır. Bu sonuca göre öğrenciler İSG ile ilgili yasal mevzuatlar karşı ilgisi olmadığı gözlemlenmiştir. Derslerde yasal mevzuat ve yayınların üzerinde durarak grup çalışması yaparak ve araştırma konusu vererek ortalamanın yükselmesi sağlanmalıdır. Yasal mevzuatlar İş Sağlığı ve Güvenliği kültürünün temelini oluşturmaktadır. Soru 8’deki Programınızda ders veren tüm eğitimcilerin İSG bilincine sahip olduğunu düşünüyor musunuz? Alınan cevapların ortalaması 3.59 ile “İyi” düzeyinde olduğu görülmüştür. Eğitimcilerin seviyelerinin yeterli olduğu sonucuna varılmıştır. Akademik ve sektör tecrübesi olan eğitimcilerin bilgi ve kazanımları öğrencilerde bilinç oluşumuna yüksek derecede katkı sağlamaktadır. Soru 9’deki Kendi alanınızda yaşanan güncel iş kazaları ve meslek hastalıkları ilginizi çekiyor mu? Bu tür olayları takip ediyor musunuz? Alınan cevapların ortalaması 3.93 ile “İyi” düzeyinde olduğu görülmüştür. Yaşanmış olaylardan ders çıkarılması konusunda olumlu gelişmeler sağladığından, bu sonuç kültürün oluşmasına katkıda bulunmaktadır.

Soru 10’deki İş yeri uygulamaları sırasında karşılaştığınız uyarı işaret ve levhalarının İSG açısından bilinci oluşturmada yeterli olduğunu düşünüyor musunuz? Alınan cevapların ortalaması 3.54 ile “İyi”, Soru 11’deki Günlük hayatta karşılaştığınız uyarı işaret ve levhalarının, İSG bilincini oluşturmada yeterli olduğunu düşünüyor musunuz? Alınan cevapların ortalaması 3.54 ile “İyi” sonuçları çıkmıştır. Soru 10 ve Soru 11’e verilen cevapların ortalaması iyidir. Bu sonuç işyeri uygulamaları sırasında ve günlük hayatta karşılaştıkları uyarı işaret ve levhalarının İSG bilincinin ve kültürünün oluşturulmasında olumlu katkı sağladığını göstermektedir. Soru 12’deki İş yeri uygulamasında karşılaştığınız amir ve yöneticiler İSG konusunda yeterli bilince sahip miydi? Alınan cevapların ortalaması 3.60 ile “İyi” sonucu çıkmıştır. Öğrencilerin işyeri uygulamalarında yetkin kişilerle çalışması, İSG kültürünün ve bilincinin oluşmasına olumlu katkı sağlamaktadır.

Soru 13’deki Programınızda verilen ilkyardım dersinin, bir iş kazası ile karşılaştığımızda yeterli olacağını düşünüyor musunuz? Alınan cevapların ortalaması 3.38 ile “Orta” sonucu çıkmıştır. Çıkan sonuca göre öğrencilerin ortak görüşü; İSG uygulamalarında önemli bir yere sahip olan ilkyardım eğitiminin acil durumlarda yeterli olmadığı yönündedir. İlkyardım dersinin teorik ve pratik uygulama saatinin artırılması, seminer ve ders dışı acil durum tatbikatı gibi etkinliklerle ilkyardım ile ilgili faaliyetlere önem verilmesi ile sonuç olumlu seviyelere çıkartılmalıdır. İlkyardım, İSG kültürünün önemli bir temel taşıdır.

Soru 14’deki İş kazaları ve meslek hastalıklarının ekonomik anlamda tüm paydaşlara (işçi-işveren-devlet) olan maliyetinin büyüklüğünü hiç düşündünüz mü? Alınan cevapların ortalaması 3.38 ile “Orta” sonucu çıkmıştır. İş kazalarının görünen ve görünmeyen maliyetinin bilinmesi ile tüm paydaşlara olan etkisi daha iyi anlaşılacaktır. Bu bakımından Türkiye’de ve

dünyada meydana gelen iş kazaları ve sonuçlarına ders müfredatlarında yer vererek konu üzerinde daha fazla yoğunlaştırılmalıdır.

Soru 15’ deki İSG bilincine sahip olmanın, işteki kalite ve verimi artıracaklarını düşünüyor musunuz? Alınan cevapların ortalaması 4.37 ile “Çok iyi” çıkmıştır. Sorunsuz ve sağlıklı iş ortamı kaliteyi artıracakları gibi verimlilik ve üretkenlikte de artışa katkı sağlayacaktır. Sağlıklı iş ortamı çalışanların İSG bilinci ile oluşacaktır. Bu bağlamda çıkan sonuç, öğrencilerin farkındalık düzeylerinin yüksek olduğunu göstermektedir.

Soru 16’ daki İSG hakkında okul dışında yapılan etkinlik ve faaliyetlere katılıyor musunuz (kongre, seminer, çalıştay vb)? Alınan cevapların ortalaması 2.36 ile “Zayıf” çıkmıştır. Mülkiyet Koruma ve Güvenlik bölümü öğrencileri ile diğer bölüm öğrencilerinin kişisel gelişimi ve İSG kültürünün oluşması için okul dışında yapılan etkinliklerin okulda duyurusu yapılarak bilgi edinmeleri sağlanmalı, eğer öğrencilerin bireysel katılımı sağlanamayacak ise okul dışından alanında uzman kişilerin okulda seminer, konferans gibi faaliyetler için davet edilerek bu eksikliğin giderilmesi sağlanmalıdır.

Soru 17’ deki İSG’nin önemli bir unsuru olan KKD’nin (Kişisel Koruyucu Donanım) iş kazası ve meslek hastalıklarını önlemede yeterli olacağını düşünüyor musunuz? Alınan cevapların ortalaması 3,78 ile “İyi” çıkmıştır. İş kazaları ve meslek hastalıklarının önlenmesinde KKD’nin büyük önemini olduğu öğrenciler tarafından kabul görmektedir. Ders içeriği güncellenerek ve KKD materyallerinin demoları ile desteklenerek aynı şekilde müfredatta yerini almaya devam etmelidir.

Soru 18’ deki Mesleğinizle ilgili İSG kanun ve mevzuatlarını biliyor musunuz? Takip ediyor musunuz? Alınan cevapların ortalaması 3,34 ile “Orta” çıkmıştır. Bu sonuca göre İş Sağlığı ve Güvenliği Mevzuatı dersinin daha kapsamlı olması sağlanmalı, müfredat belli sürelerde revize edilmeli ve öğrencilerin daha iyi anlayacağı şekilde güncel sektör örnekleri ile zenginleştirilmesi gerekmektedir. Soru 19’ daki Ülkemizde meydana gelen iş kazaları ve meslek hastalıklarını önlemek için yapılan denetim ve cezaların caydırıcılık rolünün olduğunu düşünüyor musunuz? Alınan cevapların ortalaması 2.76 ile “Orta” çıkmıştır. Bu sonuca göre öğrenciler, devlet tarafından yapılan denetim ve cezaların iş kazası ve meslek hastalığını önlemedeki rolünün düşük olduğu kanısındadırlar. İş Sağlığı ve Güvenliğinde devlet, işveren, çalışan üçlüsünde tek bir tarafın çalışması ile değil de tüm paydaşların birlikte üzerine düşen görevi yapması ile iş kazası ve meslek hastalıkları önenebilir.

Soru 20’ deki ILO (Uluslararası Çalışma Örgütü), WHO (Dünya Sağlık Örgütü)’ yu daha önce hiç duydunuz mu? 6331 İş Sağlığı ve Güvenliği Kanunu’ndan haberdar mısınız? Alınan cevapların ortalaması 4.12 ile “İyi” çıkmıştır. Ankete katılan öğrencilerin, iş sağlığı ve güvenliği ile alakalı örgütlerden ve 6331 sayılı İş Sağlığı ve Güvenliği Kanunundan haberdar olmaları İSG kültürünün oluşumunda, alınan eğitimin önemli olduğu sonucunu göstermektedir.

2. Bulgular ve Tartışma

2.1. Cinsiyet Açısından Değerlendirme

Ankete katılan öğrencilerin cinsiyet farklılığı dikkate alınarak İSG kültürü açısından sorulara verdikleri cevaplar analiz edilmiştir. Erkek ve kadın katılımcıların ortalama değerleri çıkartılarak Tablo 7’ de sunulmuştur.

Tablo 7: Tanımlayıcı İstatistikler

		Kadın	Kadınların Ortalamadan Farkı	Erkek	Erkeklerin Ortalamadan Farkı
Soru 1	İş Sağlığı ve Güvenliği dersinin müfredatta	4,40	-0,60%	4,45	0,60%

	olmasını olumlu buluyor musunuz?				
Soru 2	İş Sağlığı ve Güvenliği dersinin İş Güvenliği Kültürünü oluşturmada bir katkısı olduğuna inanıyor musunuz?	4,26	1,64%	4,12	-1,64%
Soru 3	İş güvenliği hakkında eğitim veren eğitimciler tarafından yeterli bir şekilde bilgilendirildiğinize inanıyor musunuz?	3,60	-1,29%	3,69	1,29%
Soru 4	Kampüs ve dersliklerde iş sağlığı ve güvenliği ile ilgili uyarı işaret ve levhaları bulunmakta mıdır?	2,67	-8,30%	3,15	8,30%
Soru 5	Uyarı işaret ve levhaları amaçlarına uygun olarak sizi İSG konusunda yönlendirmeye yeterli mi?	2,93	-3,28%	3,13	,28%
Soru 6	Almakta olduğunuz İSG eğitimi, uygulama noktasında sizde bir farkındalık oluşturdu mu?	3,91	0,71%	3,85	-0,71%
Soru 7	Alanınızla ilgili İSG konularındaki yasal mevzuat ve yayınları araştırıp, takip ediyor musunuz (kitap, dergi, makale, yönetmelik vb.)?	3,07	-2,45%	3,22	2,45%
Soru 8	Programınızda ders veren tüm eğitimcilerin İSG bilincine sahip olduğunu düşünüyor musunuz?	3,56	-0,79%	3,62	0,79%
Soru 9	Kendi alanınızda yaşanan güncel iş kazaları ve meslek hastalıkları ilginizi çekiyor mu? Bu tür olayları takip ediyor musunuz?	3,84	-2,20%	4,01	2,20%
Soru 10	İş yeri uygulamaları sırasında karşılaştığınız uyarı işaret ve levhalarının İSG açısından bilinci oluşturmada yeterli olduğunu düşünüyor musunuz?	3,56	0,45%	3,53	-0,45%
Soru 11	Günlük hayatta karşılaştığınız uyarı işaret ve levhalarının, İSG bilincini oluşturmada yeterli olduğunu düşünüyor musunuz?	3,35	-1,39%	3,44	1,39%
Soru 12	İş yeri uygulamasında karşılaştığınız amir ve yöneticiler İSG konusunda yeterli bilince sahip miydi?	3,65	1,31%	3,56	-1,31%
Soru 13	Programınızda verilen ilkyardım dersinin, bir iş kazası ile karşılaştığınızda yeterli olacağını düşünüyor musunuz?	3,49	3,18%	3,27	-3,18%
Soru 14	İş kazaları ve meslek hastalıklarının ekonomik anlamda tüm paydaşlara (işçi-işveren-devlet) olan maliyetinin büyüklüğünü hiç düşündünüz mü?	3,33	-1,55%	3,43	1,55%
Soru 15	İSG bilincine sahip olmanın, işteki kalite ve verimi artıracağını düşünüyor musunuz?	4,42	1,20%	4,32	-1,20%
Soru 16	İSG hakkında okul dışında yapılan etkinlik ve faaliyetlere katılıyor musunuz (kongre, seminer, çalıştay vb.)?	2,49	-2,69%	2,63	2,69%
Soru 17	İSG'nin önemli bir unsuru olan KKD'nin (Kişisel Koruyucu Donanım) iş kazası ve meslek hastalıklarını önlemede yeterli olacağını düşünüyor musunuz?	3,72	-1,57%	3,84	1,57%
Soru 18	Mesleğinizle ilgili İSG kanun ve mevzuatlarını biliyor musunuz? Takip ediyor musunuz?	3,33	-0,25%	3,35	0,25%
Soru 19	Ülkemizde meydana gelen iş kazaları ve meslek hastalıklarını önlemek için yapılan denetim ve cezaların caydırıcılık rolünün olduğunu düşünüyor musunuz?	2,79	0,91%	2,74	-0,91%

Soru 20	ILO (Uluslararası Çalışma Örgütü), WHO (Dünya Sağlık Örgütü)'yu daha önce hiç duydunuz mu? 6331 İş Sağlığı ve Güvenliği Kanunu'ndan haberdar mısınız?	4,14	0,54%	4,10	-0,54%
---------	---	------	-------	------	--------

Kadın ve erkek öğrencilerin verdikleri cevapların, ortalamadan farklı olan en yüksek ve en düşük ikişer soru irdelenmiştir.

Yapılan ankete verilen yanıtlar cinsiyete göre değerlendirildiğinde Soru 4' deki "Kampüs ve dersliklerde iş sağlığı ve güvenliği ile ilgili uyarı işaret ve levhaları bulunmakta mıdır?" sorusuna kadın ve erkekler tarafından verilen yanıtın ortalamadan sapması en fazla olup, kadınlarda negatif yönde % -8,30, erkeklerde pozitif yönde % 8,30 çıkmıştır. Buna göre kadınların uyarı işaret ve levhalarına algı düzeyi düşük erkeklerin ise yüksektir. Dolayısıyla kadınların ortalamasının yükselmesi eğitimlerin belli aralıklarla tekrarlanması ya da uyarı işaret ve levhalarının konumlarının tekrar kontrol edilerek görülen eksikliğin giderilmesi ile algı düzeyi yükseltilebilir. Kadınların uyarı işaret ve levhalarına ilgisini artıracak yönde araştırmalar yapılması düşünülebilir.

Soru 5' deki Uyarı işaret ve levhaları amaçlarına uygun olarak sizi İSG konusunda yönlendirmeye yeterli mi? Sorusuna kadın ve erkekler tarafından verilen yanıtın ortalamadan sapması, kadınlarda negatif yönde % -3,28, erkeklerde pozitif yönde % 3,28 çıkmıştır. Buna göre acil çıkışların yönlendirmesi yetersiz olduğu görülmektedir. Uyarı işaret ve levhalarının amacı tekrar değerlendirerek uygunluğunun tespiti sağlanmalı ve öğrencilere derslerde uyarı işaret ve levhalarının görevleri hatırlatılmalıdır.

Soru 18' deki Mesleğinizle ilgili İSG kanun ve mevzuatlarını biliyor musunuz? Takip ediyor musunuz? Sorusuna kadın ve erkekler tarafından verilen yanıtın ortalamadan sapması en az olup, kadınlarda negatif yönde % -0,25, erkeklerde pozitif yönde % 0,25 çıkmıştır. Öğrencilerin verdiği yanıtların ortalamadan sapması düşük çıkmıştır. Bu sonuca göre öğrenciler, mesleği ile ilgili İSG kanun ve mevzuatlarını yeterince iyi anlamıştır.

Soru 10' daki İş yeri uygulamaları sırasında karşılaştığınız uyarı işaret ve levhalarının İSG açısından bilinci oluşturmada yeterli olduğunu düşünüyor musunuz? Sorusuna kadın ve erkekler tarafından verilen yanıtın ortalamadan sapması, kadınlarda pozitif yönde % 0,45, erkeklerde negatif yönde % -0,45 çıkmıştır. Buna göre karşılaştıkları uyarı işaret ve levhaların İSG bilincini oluşturmada yeterli olduklarını düşünmektedirler.

Kadın ve erkek öğrencilerin diğer sorulara verdikleri cevapların ortalamadan sapma miktarı pozitif ve negatif olarak 0.5 ile 3 arasında değişkenlik göstermektedir. Çıkan sonuçlar dikkate alındığında, kadınların verdiği cevapların genelde ortalamanın altında olduğu erkeklerin ise ortalamanın üzerinde olduğu görülmüştür. İş sağlığı ve güvenliği kültürünün kazanılması için kadınların konuya ilgisinin daha fazla çekilmesi gerekmektedir.

2.2. Mülkiyet Koruma ve Güvenlik Bölümü ile Diğer Bölümler Arasındaki Değerlendirme

Ankete katılan Mülkiyet Koruma ve Güvenlik Bölümü öğrencileri ile diğer bölümlerin öğrencilerinin verdiği cevaplara göre oluşturulan analiz tablosu da aşağıdaki gibidir (Tablo 8).

Tablo 8: Tanımlayıcı İstatistikler

		Mülkiyet Koruma ve Güvenlik Bölümü	Mülkiyet Koruma ve Güvenlik Bölümünün Ortalamadan Farkı	Diğer Bölümler	Diğer Bölümlerin Ortalamadan Farkı

Soru 1	İş Sağlığı ve Güvenliği dersinin müfredatta olmasını olumlu buluyor musunuz?	4,57	3,24%	4,28	-3,24%
Soru 2	İş Sağlığı ve Güvenliği dersinin İş Güvenliği Kültürünü oluşturmada bir katkısı olduğuna inanıyor musunuz?	4,29	2,36%	4,09	-2,36%
Soru 3	İş güvenliği hakkında eğitim veren eğitimciler tarafından yeterli bir şekilde bilgilendirildiğinize inanıyor musunuz?	3,79	3,92%	3,50	-3,92%
Soru 4	Kampüs ve dersliklerde iş sağlığı ve güvenliği ile ilgili uyarı işaret ve levhaları bulunmakta mıdır?	2,82	-3,15%	3,00	3,15%
Soru 5	Uyarı işaret ve levhaları amaçlarına uygun olarak sizi İSG konusunda yönlendirmeye yeterli mi?	3,25	7,28%	2,81	-7,28%
Soru 6	Almakta olduğunuz İSG eğitimi, uygulama noktasında sizde bir farkındalık oluşturdu mu?	4,32	11,27%	3,44	-11,27%
Soru 7	Alanınızla ilgili İSG konularındaki yasal mevzuat ve yayınları araştırıp, takip ediyor musunuz (kitap, dergi, makale, yönetmelik vb.)?	3,89	23,61%	2,40	-23,61%
Soru 8	Programınızda ders veren tüm eğitimcilerin İSG bilincine sahip olduğunu düşünüyor musunuz?	3,89	8,41%	3,29	-8,41%
Soru 9	Kendi alanınızda yaşanan güncel iş kazaları ve meslek hastalıkları ilginizi çekiyor mu? Bu tür olayları takip ediyor musunuz?	4,25	8,24%	3,60	-8,24%
Soru 10	İş yeri uygulamaları sırasında karşılaştığınız uyarı işaret ve levhalarının İSG açısından bilinci oluşturmada yeterli olduğunu düşünüyor musunuz?	4,04	13,99%	3,05	-13,99%
Soru 11	Günlük hayatta karşılaştığımız uyarı işaret ve levhalarının, İSG bilincini oluşturmada yeterli olduğunu düşünüyor musunuz?	3,54	4,21%	3,25	-4,21%
Soru 12	İş yeri uygulamasında karşılaştığınız amir ve yöneticiler İSG konusunda yeterli bilince sahip miydi?	3,86	7,13%	3,35	-7,13%
Soru 13	Programınızda verilen ilkyardım dersinin, bir iş kazası ile karşılaştığınızda yeterli olacağını düşünüyor musunuz?	3,61	6,73%	3,15	-6,73%
Soru 14	İş kazaları ve meslek hastalıklarının ekonomik anlamda tüm paydaşlara (işçi-işveren-devlet) olan maliyetinin büyüklüğünü hiç düşündünüz mü?	3,82	12,94%	2,94	-12,94%
Soru 15	İSG bilincine sahip olmanın, işteki kalite ve verimi artıracığını düşünüyor musunuz?	4,75	8,75%	3,99	-8,75%
Soru 16	İSG hakkında okul dışında yapılan etkinlik ve faaliyetlere katılıyor musunuz (kongre, seminer, çalıştay vb.)?	3,21	25,45%	1,91	-25,45%
Soru 17	İSG'nin önemli bir unsuru olan KKD'nin (Kişisel Koruyucu Donanım) iş kazası ve meslek hastalıklarını önlemede yeterli olacağını düşünüyor musunuz?	3,86	2,13%	3,70	-2,13%
Soru 18	Mesleğinizle ilgili İSG kanun ve mevzuatlarını biliyor musunuz? Takip ediyor musunuz?	3,71	11,14%	2,97	-11,14%
Soru 19	Ülkemizde meydana gelen iş kazaları ve meslek hastalıklarını önlemek için yapılan denetim ve cezaların caydırıcılık rolünün olduğunu düşünüyor musunuz?	2,96	7,06%	2,57	-7,06%
Soru 20	ILO (Uluslararası Çalışma Örgütü), WHO (Dünya Sağlık Örgütü)'yu daha önce hiç duydunuz mu? 6331 İş Sağlığı ve Güvenliği Kanunu'ndan haberdar mısınız?	4,54	10,26%	3,70	-10,26%

Mülkiyet Koruma ve Güvenlik Bölümü öğrencileri ile diğer bölüm öğrencilerini kıyasladığımızda, Soru 16, “İSG hakkında okul dışında yapılan etkinlik ve faaliyetlere katılıyor musunuz (kongre, seminer, çalıştay vb)?” sorusuna verilen yanıtın ortalamadan yüzde sapması en fazla olup, diğer bölümlerde negatif yönde % -25.45, Mülkiyet Koruma ve Güvenlik Bölümünde pozitif yönde % 25.45 çıkmıştır. Buna göre İSG ile ilgili etkilere Mülkiyet Koruma ve Güvenlik Bölümü öğrencilerinin ilgi gösterdiği, diğer bölüm öğrencilerinin ilgisiz olduğu sonucu ortaya çıkmıştır. İSG hayatımızın her alanında var olduğundan bölüm dışı öğrencilerin de ilgisinin çekilmesi gerekmektedir. Diğer bölümlerde de farkındalık eğitimlerinin yapılması veya artırılması düşünülebilir.

Soru 7, “Alanınızla ilgili İSG konularındaki yasal mevzuat ve yayınları araştırıp, takip ediyor musunuz (kitap, dergi, makale, yönetmelik vb.)?” sorusuna verilen yanıtın ortalamadan yüzde sapması, diğer bölümlerde negatif yönde % -23.61, Mülkiyet Koruma ve Güvenlik Bölümünde pozitif yönde % 23.61 çıkmıştır. Sonuca göre, Mülkiyet Koruma ve Güvenlik Bölüm öğrencileri mesleği gereği yasal mevzuat ve yayınları takip ettiği, diğer bölüm öğrencilerinin ise takip düzeyinin ortalamadan altında olduğu görülmektedir. İSG yasal mevzuat ve yayınları her çalışanın bilmesi ve takip etmesi gerektiğinden diğer bölüm öğrencilerine de bu ilginin artırılması gerekmektedir.

Soru 17, “İSG’ nin önemli bir unsuru olan KKD’ nin (Kişisel Koruyucu Donanım) iş kazası ve meslek hastalıklarını önlemede yeterli olacağını düşünüyor musunuz?” sorusuna verilen yanıtın ortalamadan yüzde sapması en düşük olarak, diğer bölümlerde negatif yönde % -2.13, Mülkiyet Koruma ve Güvenlik Bölümünde pozitif yönde % 2.13 çıkmıştır. Ortalamadan sapmanın düşük olması, Mülkiyet Koruma ve Güvenlik Bölümü ve diğer bölüm öğrencileri genel olarak KKD’ nin iş kazası ve meslek hastalığını önlemede yeterli olduğu kanısına varmaktadır.

Soru 2, “İş Sağlığı ve Güvenliği dersinin İş Güvenliği Kültürünü oluşturmada bir katkısı olduğuna inanıyor musunuz?” sorusuna verilen yanıtın ortalamadan yüzde sapması, diğer bölümlerde negatif yönde % -2.36, Mülkiyet Koruma ve Güvenlik Bölümünde pozitif yönde % 2.36 çıkmıştır. Ortalamadan sapmanın düşük olması, Mülkiyet Koruma ve Güvenlik Bölümü ve diğer bölüm öğrencileri genel olarak İSG Kültürünün oluşmasında İSG dersinin katkısı olduğunu göstermektedir.

Tablo 8’ den elde edinilen verilere göre Mülkiyet Koruma ve Güvenlik Bölüm öğrencilerinin verdiği cevapların ortalaması tüm anketin ortalamasına göre yüksektir. Bunda okumakta oldukları bölüm ve ilgi düzeyinin etkisi olduğu düşünülmektedir.

Sonuç

Bu anket çalışması ile elde edilen istatistiksel veriler sonucu aşağıdaki çıkarımlarda bulunabiliriz;

İş Sağlığı ve Güvenliği kültürünün oluşturulması ile iş kazaları ve meslek hastalıkları sayısının azalması sağlanabilmektedir. İSG kültürünün oluşmasında hem eğitim kurumlarına hem de işletmelere görev düşmektedir. Eğitim kurumları verdikleri eğitimleri maddi kazanç gibi görmeyip bir amaç gibi görürse, işletmelerde çalışanlarına İSG eğitimini verirken yasal mevzuatı yerine getirmek için değil, gerçekten çalışanların bilinçlendirerek kültür oluşturulması çalışmalarına ağırlık verildiği sürece İSG kültürü oluşumuna katkı sağlanabilir ve bir yaşam felsefesi haline gelir. Bu amaç doğrultusunda her işletme ve eğitim akademisi çalışanlarına yetkin olarak teorik ve pratik İSG eğitimlerini vermeli ya da verdirilmesi sağlanmalıdır.

Her işbaşı yapıldığında, teknoloji, üretim, proses değiştiğinde yeni durumlar için olabilecek ihtimaller doğrultusunda İş Sağlığı ve Güvenliği eğitimi teorik ve pratik olarak revize edilmeli, tehlikeli ve çok tehlikeli işte çalışanların ise akredite olmuş mesleki yeterlilik kuruluşlarından

yapacağı iş için yeterlilik belgesi alınması sağlandığı sürece İSG kültürünün oluşması ve benimsenmesi sağlanmış olur.

İş Kazaları ve meslek hastalıklarında en fazla zarar gören taraf çalışanlar olmaktadır. Bu sebeple çalışanların ve işletmenin zarar görmemesi için İSG eğitimi, eğitim sektörünün her kademesinde olması sağlanmalıdır. Bu kademenin bir basamağı olan Osmancık Ömer Derindere Meslek Yüksekokulu, Mülkiyet Koruma ve Güvenlik Bölümü öğrencilerine yeterli eğitimi vererek alanında uzman İSG Uzmanı yetiştirirken, diğer bölüm öğrencilerine de temel İSG eğitimi vererek İSG kültürünün oluşmasını sağlamaktadır. Bu şekilde, işyerlerinde oluşabilecek ve her zaman olabilecek tehlike ve risklerin farkına varmasını sağlamaktadır[8].

Osmancık Ömer Derindere Meslek Yüksekokulu'ndaki bölümler arası ve cinsiyet açısından bir değerlendirme yapıldığında Mülkiyet Koruma ve Güvenlik Bölüm öğrencileri, diğer bölüm öğrencilerine göre ve erkek öğrencilerin kız öğrencilere göre İSG kültürü edinme düzeyi daha fazladır. Mülkiyet Koruma ve Güvenlik Bölümü öğrencilerinin amacı İş Sağlığı ve Güvenliği Uzmanı olacağı için daha fazla olsa da, İş sağlığı ve Güvenliği bir meslek değil bir yaşam felsefesi olarak benimsenmelidir.

Osmancık Ömer Derindere Meslek Yüksekokulu'ndaki öğrenciler üzerinde yapılan anket değerlendirmesinde, öğrencilerin verdiği cevaplar incelendiğinde Soru 16' daki "İSG hakkında okul dışında yapılan etkinlik ve faaliyetlere katılıyor musunuz (kongre, seminer, çalıştay vb)?" sorusuna verilen yanıtların ortalaması % 2.56 ile "Zayıf" düzeyde çıkmıştır. Bu konuda öğrencilerin bu tür etkinliklere katılımlarının desteklenmesi sağlanması sağlanmalıdır. Diğer sorulara verilen cevapların genel ortalamasına bakıldığında iyi düzeyde olduğu görülmüştür. Elde edilen eksikliklerin giderilmesi yönünde yapılacak çalışmalar ile sonuçlar daha da iyi olacaktır.

Kaynakça

- Akpınar, T. (2014), *İş Sağlığı ve İş Güvenliği*, 2. Baskı, Bursa.
- Aytaç, S.(2011), "İş Kazalarını Önlemede Güvenlik Kültürünün Önemi", *Türk Metal Dergisi*, Ekim.
- Bulduk, İ., Altun, E., Genç, C., Memik, A. (2018), *İş Sağlığı ve Güvenliği Konu Anlatımı*, Form Baskı.
- "Çalışanların İş Sağlığı ve Güvenliği Eğitimlerinin Usul ve Esasları Hakkındaki Yönetmelik", 28/05/2018 tarih ve 30430 sayılı resmi gazete.
- Demirbilek, T.(2008), "İşletmelerde İş Güvenliği Kültürünün Geliştirilmesi", *Çalışma Ortamı Dergisi*, 96, ss.5-7.
- Eymen, U. Erman (2017), *SPSS Kullanma Kılavuzu*, İstatistik Merkezi Yayın No: 1
- Gökmeşe, E., Yıldız, H. (2018), *İş Sağlığı ve Güvenliği*, Lisans Yayıncılık.
- Öçal, M., Çiçek, Ö. (2017), "Türkiye ve Avrupa Birliği'nde İş kazası Verilerinin Karşılaştırmalı Analizi", *HAK-İŞ Uluslararası Emek ve Toplum Dergisi*, 6(16).
- Simard, M. (1998), *Safety Culture and Management*, Encyclopaedia of Occupational Health and Safety, Vol:II, Geneva
- SGK, (2016), Yıllık Kaza İstatistikleri. (erişim)
http://www.sgk.gov.tr/wps/portal/sgk/tr/kurumsal/istatistik/sgk_istatistik_yilliklari 12.11.2018
- Yegin, A. (2015), *İş Güvenliği Kültürünün İş Kazalarına Etkileri*, İstanbul Gedik Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İş Sağlığı ve Güvenliği Programı, İstanbul.

A EXAMINATION ON PROPAGANDA ACTIVITIES OF THE TODT ORGANIZATION IN ITALY

Arş.Gör. Caner ÇAKI^{1*}

Arş.Gör. Mehmet Ali GAZİ^{**}

ABSTRACT

The Todt Organization (Organization Todt, OT) was founded in 1933 under the leadership of Fritz Todt to gather civilian and military engineering units in Nazi Germany under a single roof. When the Second World War began, the OT became responsible for all the official engineering works in both Germany and the occupied areas. In this study, the propaganda activities carried out by the OT in order to seize the work force in Italy were tried to be put forward in the Second World War. For this purpose, four propaganda posters, which were determined by using the sampling method within the propaganda posters used by the OT, were examined using semiotic analysis method in the qualitative research methods. The propaganda posters determined within the scope of the study were analyzed in the light of the French Linguist Roland Barthes' semiotics concepts. In the findings, it was found that the messages regarding that the welfare of the people would increase and the Allied States would lose the war in a short time when the Italian people worked within the OT were given in posters.

Keywords: *Todt organization, propaganda, italy, poster, semiotics.*

Jel Codes: *D83,D66, J21*

TODT TEŞKİLATI'NIN İTALYA'DA YÜRÜTTÜĞÜ PROPAGANDA FAALİYETLERİNE GENEL BAKIŞ ÖZET

Todt Teşkilatı (Organizasyon Todt, OT), 1933 yılında Nazi Almanyası'ndaki sivil ve askeri mühendislik birimlerini tek çatı altında toplamak amacıyla Fritz Todt liderliğinde kurulmuştur. İkinci Dünya Savaşı başladığında OT, hem Almanya'da hem de işgal edilen bölgelerdeki tüm resmi mühendislik işlerinden sorumlu hale gelmiştir. Bu çalışmada İkinci Dünya Savaşı'nda OT'un İtalya'da iş gücü el etmek amacıyla yürüttüğü propaganda faaliyetleri ortaya konulmaya çalışılmıştır. Bu amaçla OT tarafından kullanılan propaganda posterleri içerisinden amaçlı örneklem metodu kullanılarak belirlenen dört propaganda posterini nitel araştırma yöntemleri içerisinde yer alan göstergebilimsel analiz metodu kullanılarak incelenmiştir. Çalışma kapsamında belirlenen propaganda posterleri Fransız Dil Bilimci Roland Barthes'ın düz anlam, yananlam ve mit kavramları ışığında analiz edilmiştir. Elde edilen bulgularda, İtalyan halkının OT bünyesinde çalışmasının halkın refah düzeyini arttıracak ve Müttefik Devletleri'nin kısa sürede yenileceği mesajlarının posterler üzerinden oluşturulmaya çalışıldığı bulunmuştur.

Anahtar Kelimeler: *Todt teşkilatı, propaganda, italya, poster, göstergebilim.*

Jel Kodları: *D83,D66, J21*

*İnönü University The Faculty of Communication, Department of Communication Sciences, caner.caki@inonu.edu.tr

**İnönü University The Faculty of Communication, Department of Public Relations and Advertising, mehmetali.gazi@inonu.edu.tr

Introduction

In World War II, Nazi Germany fought against the Allies on many different fronts. Nazi Germany needed more production in the offensive and defensive operations which it attempted to prevail over the Allies. In this process, a large labor shortage was created in Nazi Germany in response to increasing production needs. As a matter of fact, since the German workers in the factories were sent to the front in order to meet the increasing needs of the soldiers, different labor resources had to be addressed in order to obtain the production needs. The Nazis gave the Todt Organization (OT) the full authority and responsibility for meeting the labor needs. The OT resorted to two sources for the growing need for labor in Nazi Germany; prisoners in concentration camps and people in occupied areas. In particular, the OT asked for the participation of civilians who were under occupation and who sympathized with Nazi Germany. At this stage, it engaged an intensive propaganda. In the study, it was tried to explain how and in what ways posters were used in propaganda activities conducted by OT in World War II using semiotics method.

When the international literature is examined, it is seen that important academic studies about OT have been made. Soo (2007) examined the Spanish workers employed by the OT in the study of "Ambiguities at Work: Spanish Republican Exiles and The Organisation Todt in Occupied Bordeaux". Seidler (1984) analyzed the activities of the OT in World War II in the study of "Das Nationalsozialistische Kraftfahrkorps und die Organisation Todt im Zweiten Weltkrieg". Christopher (2014) explained the history of the OT from its foundation until its collapse in the study of "Organisation Todt From Autobahns to Atlantic Wall: Building the Third Reich". Desquesnes (1992) analyzed the activities of the OT in France in the study of "L'organisation Todt en France (1940-1944)".

The studies done in the field of semiotics in Turkey in general seems to be on the advertising analysis. For example; Arpa (2018) examined public spot ads about job security in the context of fear appeal in study of "The Use of The Fear Appeal Concept In The Public Service Advertisements Regarding The Occupational Safety". Gülada (2018) analyzed public spot ads on traffic accidents in terms of fear appeal in study of "The Use of The Fear Appeal Concept In Public Service Advertising Regarding Traffic Accidents". Gülada and Çakı (2018) examined commercial ads used in the consumption society dimension in study of "The Jil Socks Advertisement Example in Baudrillard's Consumer Society". Tanyeri Mazıcı and Çakı (2018) analyzed the use of authoritarian leaders in public spot ads in the context of fear appeal in study of "The Use of Adolf Hitler In Public Service Advertising In The Context of Fear Appeal".

However, in recent years it is observed that the important studies have been done in Turkey regarding propaganda posters in World War II. Karaca (2018) examined posters used to obtain workforce in the Italian Social Republic (1943-1945) established after the invasion of Italy by Nazi Germany in the study of "The Propaganda Activities of The Italian Social Republic to Obtain The Work Force". The study found that Italian propaganda used posters to encourage the Italian people to work in Germany and to prevent the work of Italian workers in the occupied territories of the Allied States. Çakı (2018) analyzed the ways in which propaganda posters were used in the construction of friend and enemy perception in the Italian Social Republic. In the findings, it was seen that the posters were represented as Nazi Germany, as the savior of Italy and Europe in the study of "The Examination on The Propaganda Posters of The Italian Social Republic in The Influence of The Nazi Germany". Çakı ve Gülada (2018) examined how posters were used in Vichy France (1940-1944) under the control of Nazi Germany in the context of invasion propaganda in the study of "The Occupation Propaganda in The Vichy France".

In the comprehensive literature review of the field, studies have'nt been found that examine the

posters used by OT for propaganda in both national and international studies. So this study is unique in the field.

With the data obtained within the scope of the study, it is tried to put forward the propaganda activities carried out in order to obtain labor force in World War II. As a matter of fact, the study is a precursor of public relations activities carried out by the institutions in order to obtain the labor force in human resources. In this respect, the study will shed light on the history of the campaigns carried out especially for the qualified labor force. With the data in the study, the institutions can see how the masses can be convinced in the campaigns conducted to obtain the labor force. In this way, it is explained what kind of subjects are highlighted in the prepared labor force campaigns. The study is an important resource for all institutions that try to recruit qualified labor force and keep existing qualified personnel.

1. The Relations Between Nazi Germany and Italy in World War II

Benito Mussoli, leader of the National Fascist Party, was appointed as prime minister by Italian King III. Vittorio Emanuele in 1922. As soon as Mussolini came to power, he fought intensely for the dominance of Fascism ideology in Italy. Mussolini wanted Italy to reach its borders during the Roman Empire. To this end, an aggressive foreign policy was pursued in the international arena (Mussolini, 2016: 82). Mussolini's aggressive foreign policy led to Italy's isolation in the international arena.

Adolf Hitler, leader of the National Socialist German Workers' Party in Germany, came to power in 1933, so Mussolini had a powerful ally in the international arena (Macit, 2007: 45). The ideology of Nazism advocated by Hitler was very similar to Mussolini's Fascism ideology. In the course of time, Mussolini and Hitler started to act jointly in international arena (Passmore, 2014: 85). In 1938, apart from a few issues such as the imposition of Austria by Germany, Nazi Germany and Italy had a generally friendly period in their bilateral relations.

When Nazi Germany attacked Poland on September 1, 1939, the Second World War begun. Britain, France and Poland were on the same front against Nazi Germany. In contrast, Italy preferred to remain neutral rather than supporting Nazi Germany. In 1939, Nazi Germany succeeded in invading Poland. In June 1940, when the German Army won a great victory in France, Italy changed its policy of neutrality and declared war on the Allies on June 10, 1945 (Keegan, 2016: 92). With the inclusion of Italy in the war, the Second World War spread to North Africa. Italy, with support from Nazi Germany, aimed to establish a superiority against the Allies in North Africa and Europe. In contrast, Italy lost all wars against the Allies (Macksey, 2012: 112). In the Eastern Front against the Soviet Union, in which the Italian Army supported Nazi Germany, the supremacy against Soviet troops was not achieved. The Axis Powers had a heavy defeat in the Battle of Stalingrad. Thus, the fate of the war begun to change against the Axis.

Mussolini was arrested by order of The Italian King after the Allied troops occupied the entire North Africa and then moved to Italy via Sicily. The new government, established with the overthrow of Mussolini, decided that Italy declared war against Nazi Germany. Mussolini's arrest led to a radical change in relations between Italy and Nazi Germany. Nazi Germany invaded Italy shortly against Italy's war declaration. At the same time, under Hitler's command, a unit of the German Army rescued Mussolini. With the support of the Nazis, Mussolini established a new Fascist state called the Italian Social Republic in the north of Italy. The state, founded by Mussolini, was fully driven by Nazi Germany. Mussolini continued his rule in support of the Nazis until he was killed by the Communist partisans in April 1945 (Hart, 2015: 936). With the murder of Mussolini, the Italian Social Republic became history.

2. The International Activities of the Todt Organization

The Todt Organization (Organization Todt, OT) was founded in 1933 under the leadership of Fritz Todt as a civilian and military engineering unit in Nazi Germany. Firstly, the OT was designed to assemble the engineering works of Germany in one roof. In the early years of the Nazis' rule, the OT generally served civil engineering work. In the Second World War, after the control of Nazi Germany in a large part of Europe, the OT made a rapid expansion from civil engineering to military engineering (Eberle and Uhl, 2017: 614-615). At the same time, the scope of the OT crossed the borders of Germany and spread across a large part of Europe.

The recognition of the name of the OT both in Germany and in the international arena had been with the Highway Project realized by the Nazis throughout Germany. OT was able to build highways all over Germany in a short time. As a matter of fact, the fact that there were a limited number of highways in Europe in the 1930s caused the highways built by the OT to attract international attention. It led to a large degree decrease in the unemployment in Germany, as OT employed many German workers in its motorway projects. The Highway Project played an important role in the emergence of Germany in the 1929 Economic Depression (Berend, 2011: 136). When Fritz Todt died in a plane crash in 1942, Albert Speer, the chief architect of Hitler, was replaced. Speer was also appointed as the Secretary of the Reich Armament and War Production (Kershaw, 2009: 497). With Speer was appointed as the leader of the OT, the OT became more involved in military engineering.

After the Second World War, the OT began to focus more on military engineering projects. The expansion of the borders of Germany led to that OT became an international engineering unit and needed a growing workforce. In this process, it was the first time in Germany to create the laws of forced labor and to mobilize the working of the German people within the OT. In contrast, the use of manpower in the country for military purposes by The German Army brought about that the manpower needed by the OT couldn't be obtained from Germany. In this stage, OT obtained the manpower it needs from the allied countries and the occupied countries. In this process, OT workers were divided into different categories. Between the years 1940-1942 workers working in the OT department were divided into; Gastarbeitnehmer (guest workers), Militärinternierte (military interiors), Zivilarbeiter (civilian workers), Ostarbeiter (eastern workers) and Hilfswillige (voluntary) (McNab, 2015: 321-322). Over time, when the German army needed military service from the German workers working within the OT, the majority of the workers on behalf of the OT began to be composed of people from occupied countries and prisoners of forced labor.

In 1942, the Nazi administration asked the OT to build a defensive line called the Atlantic Wall in the area from France to Norway. The OT needed a great manpower for the construction of the wall. The OT, on the other hand, undertook the construction of launch platforms for the V-1 and V-2 missiles, which the Nazis believed would change the fate of the war. When it became clear that in 1944 Nazi Germany would lose the war, the OT began to build air defense units to protect the civilian population and military areas in the occupied areas, particularly in Germany. In order to continue production in the Allied bombardment, the OT had built underground factories. In response to the entire bombardment of the Allied Forces, the OT continued to pursue its activities throughout Europe. After the unconditional surrender of Nazi Germany on May 7, 1945, all activities were stopped. At the same time, it was declared as an illegal organization, like any other Nazi institution, and it was forbidden to be established again.

3. Method

3. 1. The Aim of Study

The main purpose of the study is to reveal how and in what way OT used propaganda activities

to influence the masses in order to serve the construction and heavy industries in the countries occupied by Nazi Germany.

3. 2. The Importance of Study

The study is important;

- to explain how OT used propaganda posters to obtain workforce,
- to shed light on the propaganda activities carried out in Nazi Germany,
- to be unique in the field.

3. 3. The Universe and Sample of Study

All propaganda posters used by OT during Italy during the Second World War constitute the universe of the study. However, because of the difficulty of reaching all posters, sampling was used in this study. In the scope of the study, four propaganda posters, which were determined by using purposive sampling method, were examined. Other posters were excluded because they were similar in terms of subject and content.

3. 4. The Limitations of Study

The study of the propaganda activities of the OT in Italy only through propaganda posters constitutes the main limitation of the study. In particular, analyzing only four propaganda posters in the study and making generalizations within the framework of the findings are another important limitation of the study. Another limitation of the study is the evaluation in the light of Barthes' semiotic analysis method. In fact, apart from Barthes in the semiotics field, there are the semiotic methods of different experts such as Charles Sanders Peirce, Ferdinand de Saussure, Algirdas Julien Greimas and Claude Lévi-Strauss.

3. 5. The Questions of Study

Within the scope of the study, the following questions were tried to be answered;

Propaganda posters used by OT during Italy during World War II;

- How were the Italian people convinced to work on behalf of the organization?
- Which propaganda myths were built?

3. 6. The Method of Study

In this study, semiotic analysis method which is included in the qualitative research methods is used. The posters determined within the scope of the study were discussed in terms of the terms of denotation, connotation and myth of French Linguist Roland Barthes.

Indicator means that abstract concepts are brought to the human mind by getting concrete (Çetin and Sönmez, 2015: 199). Semiotics is a discipline that aims to reveal the meanings built through indicators. In the early 20th century, semiotics became science with studies in the field of linguistics. Roland Barthes (1915-1980), a French linguist, took up one of the leading roles in semiotics. Barthes said that semiotics should not be applied only in the field of linguistics, it could include other subjects such as painting, music, photography, and so on. So he explained that semiotic analysis could be done in many different areas (Rifat, 2013: 41).

Barthes stated that semiotics was shaped on two bases, namely denotation and connotation (Barthes, 2016: 85). The denotation refers to the unchanging meanings of everyone. On the other hand, the connotation explain the meaning of the indicators that can change from culture to culture (Sığırcı, 2016: 75). Barthes stated that the connotation was related to the culture and that the interpretation could vary from person to person. In other words, meaning refers to the

thoughts of the person (Barthes, 2015: 39). Barthes also emphasized the notion of myth with the connotation. Myth refers to the stories used by the culture to explain the events around it (Fiske, 2017: 185). He stated that myth was constructed by the sovereign powers and that the mass media were effectively used in this process. According to Barthes, the artificial realities created are intended to be naturalized (Barthes, 2017: 18).

The aim of the study is to explain the propaganda posters of the OT through the concepts that Barthes added to semiotics, rather than elucidating Barthes's semiotic approach. In this respect, detailed information regarding Barthes's semiotics understanding was not provided.

Semiotic analysis is one of the most commonly used methods to reveal the meanings built on posters. In the study, Barthes's semiotic analysis was used to reveal the hidden meanings in propaganda posters. As a matter of fact, the propaganda messages that were intended to be constructed in the propaganda posters can be examined directly with Barthes' myth. On the other hand, the visual and written codes, which were constructed in posters were analyzed with the semiotic analysis method.

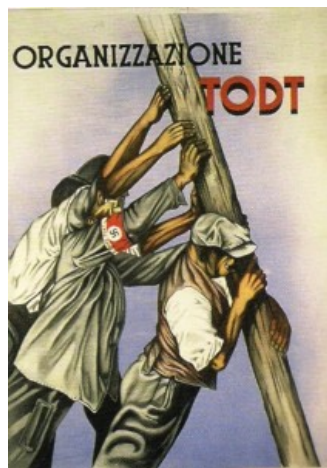
4. Analysis

In this part of the study, propaganda posters on "Workers", "Italians", "Soldiers" and "Factory" were examined using the semiotic analysis.

4. 1. The Propaganda Poster regarding "The Workers"

When the propaganda poster on "Workers" is examined in terms of denotation, it is depicted that three men lift a pole upwards. In visual codes, it is seen that the people who lift the mast upwards are in different ages and are presented in ordinary daily clothes rather than an outfit like workers' overalls. One of the men used in the image had the flag of Nazi Germany. The poster contains the written code of "Organizzazione Todt / Todt Organization".

Picture 1: The Propaganda Poster regarding "The Workers"



Source: Il Giornale di Vicenza, 2018

In the Second World War, people of all ages were included in the OT to obtain the need for workforce in Nazi Germany. Even German women, who he described as a good mother at home of Nazism, were employed in factories. In this process, the Nazis gave the message that people of all ages could serve the exact victory to be won in propaganda activities. When the poster is analyzed in terms of connotation, the effort of the men at different ages to lift the mast together is important in terms of giving the message that Nazi Germany and the masses under its occupation work together for victory. Not using the written codes in the poster allows the transmission of the propaganda message directly through visual codes. The fact that men did

not wear any workers' clothing in visual codes led to the message that people working on behalf of OT were ordinary Italian people. The Nazi flag, on the arm of one of the workers, led to the construction of the propaganda myth that Italian workers believed in the victory of Nazism and were pleased to work for Nazi Germany. Thus, the OT propaganda aimed at encouraging the Italian people to work more willingly within its own factories.

4. 2. The Propaganda Poster regarding "The Italians"

When the propaganda poster on the "Italians" is viewed in terms of denotation, any person's image is not included in the poster, it is seen that there is only the symbol of OT in written codes. Thus it is understood that the masses are asked to focus directly on the OT. The poster includes has the written codes of "Italiani! Date la vostra opera all'Organizzazione Todt per lavori in Italia / Italians! Give your labor to Italy in the Todt Tekilat!".

Picture 2: The Propaganda Poster regarding "The Italians"



Source: Lavoro Forzato, 2018

The issue, which was frequently emphasized in the OT propaganda, was that the employees of the OT reached the economic prosperity. Thus, it was aimed to make the work for the OT attractive for Italian people. When the poster is analyzed in terms of connotation, it is emphasized that the most lucrative work for the Italians will be at the OT with the inviting the Italian people to work directly within the organization. In Italy, where unemployment and economic downturn were present in the Second World War, the OT was shown to be an important business opportunity for the Italian people. As a matter of fact, during the war, Allied States' activities in Italy ended and many Italian citizens lost their jobs. This led to the presentation of the OT by the Nazi propaganda to the Italian people as a way of salvation. It was tried to build a propaganda myth that the Italian people worked in the OT through the written codes in the poster was the best decision. Thus, it is aimed to achieve more manpower needed by OT.

4. 3. The Propaganda Poster Regarding "The Soldier"

When the propaganda poster on the "soldier" is examined in terms of denotation, it is seen that there are two different male visuals in the poster. In the visual codes, the first man on the back of the poster is depicted with a rifle, and the second man in front of the picture is depicted in his hand. In the presentation codes, it is seen that the person who has a rifle in his hand struggles with one another and the smoke from the background increases. The poster contains the written codes of "Un solo fronte. Lavoratori venite in Germania / A single front. Workers are coming to Germany".

Picture 3: The Propaganda Poster regarding "The Soldier"



Source: Lavoro Forzato, 2018

In the Second World War, the Italian Army fought against the Allied forces along with the German Army at both the North African Front and at various fronts of the European continent. When the poster is analyzed in terms of connotation, the poster tries to emphasize that the Italian people working for the OT serve at least as much as the Italian soldiers who fought against the Allies on the front. In the visual codes in the poster, the struggle of the Italian soldiers with rifle on the front was kept with the labor of the worker who worked with the excavation in the OT. The Nazi propaganda tried to build a propaganda myth that the work for OT on the visual and written codes in the poster was a struggle against the Allies. With a single front word in written codes, the work at the OT and the fight on the front were collected on a single concept. Thus, Nazi propaganda aimed to show the work for the OT as a service to the country and to provide the Italian people with more willingness and enthusiasm. On the other hand, in writing codes, the Italian people were asked to come directly to Germany and to work for the OT in Germany. In order to convince the Italians to leave their country and come to Germany, it was tried to show that working in the OT is a defense of Italy. The Nazi propaganda intended to convince the Italian people that working in the OT was not only an economic benefit, but also a great service to Italy.

4. 4. The Propaganda Poster Regarding "The Factory"

When the propaganda poster on the "factory" is viewed in terms of denotation, it is seen that the poster depicts a man extending his hand and a tail of human society behind him. The places to where people went were showed as factories in visual codes. The man who calls the crowd with his hand is happily reflected in the presentation codes. In the right arm of the man, it is seen that there is a band that carries the colors of the Italian flag. The written code of "Operai in Germania vi troverete bene come. /The workers in Germany will find you as good as I have found!" was used.

Picture 4: The Propaganda Poster regarding "The Factory"



Source: Lavoro Forzato, 2018

During the war, the OT was involved in construction work in various countries. In contrast, Germany was the country in which OT worked most intensively. In the propaganda activities carried out by OT, the Italian people were asked to come to Germany and to work in the OT units in Germany. When the poster is analyzed in terms of connotation, it is seen that the person depicted in the poster and who has an Italian flag on his arm is used to represent the whole Italian people. On the OT propaganda poster, the image of an Italian worker who used to work in the OT units in Germany was shown. In written codes in the poster, the worker explained that he went to Germany and he was very pleased with it, and that the Italian people would be pleased if they worked in the OT units in Germany. The large number of visual codes in the poster led to the construction of the propaganda myth that the Italian people were willing to work in the OT units. Thus, it was shown that working in the OT units in the Italian public was attractive and that the Italian people would go to Germany and work more enthusiastically for the OT.

Result

In the propaganda posters of the OT which was examined within the scope of the study, it was seen that the Italian people were generally encouraged to work in the OT units in Germany. For this purpose, it was observed that work in OT units was encouraged for the Italian people in various ways. The most important of these was the fact that working in the OT units would increase the economic well-being of the Italian people. In the Second World War, the increasing unemployment in Italy and the poor course of the economy were emphasized by the OT propaganda, and it was emphasized that the economic revival of Italy would be possible by working in the OT. The emphasis was placed on economic prosperity in convincing the Italian people to come to Germany and work in the OT units. Another convincing method applied by the OT was that the work in the OT was kept with the defense of the country. The OT propaganda kept the fight against the Allies on fronts by working in the OT units in Germany. It was emphasized that the struggle of the Italian people against the Allies was not only on the front lines but also in economic terms.

It was seen that some propaganda myths were tried to be constructed in order to encourage the Italian people to work in the OT units within the written and visual codes in the poster. The most noteworthy was that the Italian people were willing to work in the OT, the Italian citizens of all ages worked in the OT units, the Italians went to Germany and worked in the OT units would increase the economic well-being. With the propaganda myths built on the propaganda of the OT, it was aimed to encourage more Italian citizens to work in Germany. The posters

show no direct or visual codes that emphasize Nazism ideology or German President Adolf Hitler. Only one poster used an armband evoking Nazi Germany. OT propaganda thus tried to persuade the Italian people without emphasizing Nazism and Hitler, as in Germany, but on issues such as direct economic prosperity and patriotism.

In this study, the propaganda activities carried out by the OT unit in order to obtain the labor force needs in the Second World War were tried to be revealed by using semiotic analysis method. The study is important in terms of being original in the field. In contrast, when the future studies examine the propaganda activities of the OT in different mass media tools such as radio, newspaper, etc. and in different countries, they will contribute to the field.

Future studies need to examine labor force propaganda through more recent examples. Thus, when the competition rapidly rises, it is possible to analyze what kind of propaganda activities are carried out by the public and private institutions to obtain the labor force. On the other hand, it is also important to measure the effects of the propaganda activities used on the masses. From this point of view, the future studies will contribute to the field studies, which measure the impact of propaganda activities used in the context of the labor force on the masses.

References

- Arpa, M. (2018). "İş Güvenliğini Konu Alan Kamu Spotu Reklamlarında Korku Çekiciliği Kavramının Kullanılması", *Uluslararası Sosyal Bilimler Dergisi*, 1(2), ss.105-115.
- Barthes, R. (2015). *Bir Deneme Bir Ders: Eiffel Kulesi ve Açılış Dersi*. Çev:Mehmet Rifat, Sema Rifat, 2. Baskı. Yapı Kredi Yayınları, İstanbul.
- Barthes, R. (2016). *Göstergebilimsel Serüven*. Çev:Mehmet Rifat, Sema Rifat, 8.Baskı. Yapı Kredi Yayınları, İstanbul.
- Barthes, R. (2017). *Görüntünün Retoriği, Sanat ve Müzik*. Çev:Ayşenaz Koş, Ömer Albayrak, 2. Baskı. Yapı Kredi Yayınları, İstanbul.
- Berend, T. I. (2011). *20. Yüzyıl Avrupa İktisat Tarihi*, Çev:Serpil Çağlayan, Türkiye İş Bankası Yayınları, İstanbul.
- Christopher, J. (2014). *Organisation Todt From Autobahns to Atlantic Wall: Building the Third Reich*. The Great Britain: Amberley Publishing Limited.
- Çakı, C. (2018). "Nazi Almanyası Etkisindeki İtalyan Sosyal Cumhuriyeti'nin Propaganda Posterleri Üzerine İnceleme". *Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Akademik Dergisi*, 11(2), 252-272.
- Çakı, C., & Gülada, M. O. (2018). "Vichy Fransası'nda İşgal Propagandası". *Trakya Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 7(1), 53-80.
- Çetin, M., & Sönmez, E. E. (2015). "Sosyal Temsil Kuramı Bağlamında Kurumsal Reklamlar: Türk Hava Yolları Örneği". *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, 1(39), 191-207.
- Desquesnes, R. (1992). *L'organisation Todt en France (1940-1944)*. Histoire, Économie et Société, 535-550.
- Eberle, H. & Uhl, M. (2017). *Hitler Kitabı*. Çev:Mustafa Tüzel. Alfa Yayınları, İstanbul.
- Fiske, J. (2017). *İletişim Çalışmalarına Giriş*. Çev:Süleyman İrvan, 5. Basım. Bilim ve Sanat Yayınları, Ankara.
- Gülada, M. O. (2018). "Korku Çekiciliği Kavramının Trafik Kazalarını Konu Alan Kamu Spotu Reklamlarında Kullanımı". *Uluslararası Sosyal Bilimler Dergisi*, 1(2), 131-143.
- Gülada, M. O. ve Çakı, C. (2018). "Baudrillard'ın Tüketim Toplumu Boyutunda Jil Çorap Reklamı Örneği", *1. Uluslararası Halkla İlişkiler ve Reklamcılık Kongresi*, Antalya.
- Hart, B. L. (2015). *İkinci Dünya Savaşı Tarihi*. Çev:Kerim Bağrıaçık. İş Bankası Yayınları, İstanbul.
- Il Giornale di Vicenza (2018), (erişim), <http://www.ilgiornaledivicenza.it/home/cultura/libri/quando-a-vicenza-si-lavorava-sotto-la-tesca-todt-1.383127>, 25.10.2018.
- Karaca, M. (2018), "İtalyan Sosyal Cumhuriyeti'nin İş Gücü Elde Etmek Amacıyla Yürüttüğü Propaganda Faaliyetleri". *European Journal of Managerial Research Dergisi/Cilt*, 2(2), 119-136.

- Keegan, J. (2016). *İkinci Dünya Savaşı*, Çev:Samet Öksüz, Say Yayınları, İstanbul.
- Kershaw, I. (2009). *Hitler, 1936-1945: Nemesis*. Çev:Zarife Biliz, 2. Cilt, İthaki Yayınları, İstanbul.
- Lavoro Forzato (2018), (erişim) <http://lavoroforzato.topografiaperlastoria.org/temi.html?id=6&cap=25&l=it>, 25.10.2018.
- Macit, M. H. (2007). *Faşizm ve Nazizm*. Savaş Yayınevi, İstanbul.
- Macksey, K. J. (2012). *İkinci Dünya Savaşı'nda Askeri Hatalar*. Çev:M. Tanju Akad, İş Bankası Kültür Yayınları, İstanbul.
- McNab, C. (2015). *Hitler'in Ordusu, Nazi Savaş Makinesinin Tarihi, 1939-1945*, Çev:Okan Doğan, Timaş Yayınları, İstanbul.
- Mussolini, B. (2016). *Faşizm*, Çev:Hasan Tuncay, Toker Yayınları, İstanbul.
- Passmore, K. (2014). *Faşizm*, Çev:Sinem Gül, Dost Yayınları, Ankara.
- Rifat, M. (2013). *Açıklamalı Göstergibilim Sözlüğü: Kavramlar, Yöntemler, Kuramcılar, Okullar*. Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları, İstanbul.
- Seidler, F. W. (1984). "Das Nationalsozialistische Kraftfahrkorps und die Organisation Todt im Zweiten Weltkrieg". *Vierteljahreshefte für Zeitgeschichte*, Jg, 32, 625-636.
- Sığırcı, İ. (2016). *Göstergibilim Uygulamaları, Metinleri, Görselleri ve Olayları Okuma*. Seçkin Yayıncılık, Ankara.
- Soo, S. (2007). "Ambiguities at Work: Spanish Republican Exiles and The Organisation Todt in Occupied Bordeaux". *Modern & Contemporary France*, 15(4), 457-477.
- Tanyeri Mazıcı, E. ve Çakı, C. (2018). "Adolf Hitler'in Korku Çekiciliği Bağlamında Kamu Spotu Reklamlarında Kullanımı". *Erciyes İletişim Dergisi*. 5 (3). 290-306.

SİYAHİ AYRIMCILIĞA KARŞI HAZIRLANAN KAMU SPOTU REKLAMLARI

Arş.Gör. Mehmet Ali GAZİ*

Arş.Gör. Caner ÇAKI**

ÖZET

Son dönemde siyahilere yönelik ayrımcılıklara karşı uluslararası alanda kamu spotu reklamlarının sayısında ciddi bir artışın olduğu görülmektedir. Yayınlanan kamu spotu reklamlarında siyahilerin toplum içerisinde yaşadığı iddia edilen ayrımcılıklar ortaya konulmaya çalışılmaktadır. Bu çalışmada kamu spotu reklamlarında siyahilere yönelik ayrımcılığın nasıl ve ne yönde sunulduğu ortaya konulmaya çalışılmıştır. Bu amaçla amaçlı örneklem metodu kullanılarak belirlenen siyahi ayrımcılığını konu alan üç kamu spotu reklamı (Birleşmiş Milletler, ABD ve Avustralya) göstergebilimsel analiz yöntemi kullanılarak incelenmiştir. Çalışma kapsamında kamu spotlarında yer alan görsel ve yazılı kodlar İsviçreli Dil Bilimci Ferdinand de Saussure'ün Göstergeler Modeli üzerinden analiz edilmiştir. Elde edilen bulgularda, kamu spotlarında siyahilere yönelik toplum tarafından inşa edilen olumsuz algular nedeniyle toplumun siyahileri dışlayarak ötekileştirdiğine vurgu yapıldığı görülmüştür. Buna karşın kamu spotu reklamlarının toplumda siyahilere yönelik oluşan olumsuz alguları yok etmeye çalıştığı ortaya çıkarılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Ayrımcılık, dışlanma, siyahi, kamu spotu reklamı, göstergebilim

Jel Kodları: J83, M37, D80

THE PUBLIC SPOT ADVERTISEMENTS REGARDING BLACK DISCRIMINATION

ABSTRACT

In recent years, there has been a significant increase in the number of public spot advertisements against international discrimination against black people. In the public spot advertisements, it is tried to put forward the discrimination regarding black people in society. In this study, it was tried to reveal how and in what way the discrimination against black people was presented in public spot advertisements. For this purpose, three public spot advertisements (United Nations, USA and Australia) on black discrimination, which were determined using the purposive sampling method, were examined using the semiotic analysis method. The visual and written codes included in the public spots were analyzed in the Indicators Model of the Swiss Language Scientist Ferdinand de Saussure. According to the findings, it was observed that the public excluded the black people because of the negative perceptions built by the public about the black in the public spots. On the other hand, it was revealed that public spot ads tried to destroy the negative perceptions regarding blacks in the society.

Keywords: Discrimination, exclusion, black, public spot advertising, semiotics

Jel Codes: J83, M37, D80

*İnönü University The Faculty of Communication, Department of Public Relations and Advertising, mehmetali.gazi@inonu.edu.tr

**İnönü University The Faculty of Communication, Department of Communication Sciences, caner.caki@inonu.edu.tr

Giriş

Tarih boyunca siyahiler farklı toplum ve kültürlerin dışlamalarına ve ötekileştirmelerine maruz kalmıştır. Kimi toplumlarda da siyahiler köleleştirilerek en ağır işlerde çalıştırılmıştır. Siyahilerin toplum nezdinde beyazlar ile aynı statüde olmasına yönelik ilk adım Amerikan İç Savaşı'ndan (1861-1865) sonra köleliğin kaldırılması ile mümkün olabilmektedir. ABD'de köleliğin kaldırılması uluslararası alanda siyahilere yönelik ayrımcılığın zaman içerisinde azalmasına yol açmıştır. Buna karşın siyahilere yönelik ayrımcılık başta Güney Afrika Cumhuriyeti olmak üzere uzun süre devam etmiştir. Bu ayrımcılık dünya genelinde Nelson Mandela gibi aktivistlerin siyahi ayrımcılığına karşı harekete geçmesine neden olmuştur. Bu hareketler zaman içerisinde meyvesini vermiş ve 20. yüzyılın sonlarında siyahilere yönelik yasal ayrımcılıkların hepsi son bulmuştur. Buna karşın kimi yerlerde siyahilere yönelik toplumsal ayrımcılık ve dışlanma 21. yüzyılda bile etkisini sürdürmeye devam etmiştir. Bu süreçte ulusal ve uluslararası kurum ve kuruluşlar siyahilere yönelik ayrımcılığı ortadan kaldırmaya yönelik kamu spotu reklamları hazırlamıştır. Özellikle son yıllarda siyahilere yönelik ayrımcılığı ortadan kaldırmaya yönelik kamu spotu reklamlarının sayısında önemli bir artış olduğu gözlemlenmektedir. Bu çalışmada siyahi ayrımcılığını konu alan kamu spotu reklamları göstergebilimsel analiz yöntemi ışığında incelenmiştir.

Son yıllarda Türkiye'de göstergebilimsel analiz yöntemi kullanılarak alanda reklamların ele alındığı önemli akademik çalışmaların yapıldığı görülmektedir. Gülada (2018), "Korku Çekiciliği Kavramının Trafik Kazalarını Konu Alan Kamu Spotu Reklamlarında Kullanımı" adlı çalışmada korku çekiciliği bağlamında trafik kazalarını konu alan kamu spotu reklamlarını; Arpa (2018), "İş Güvenliğini Konu Alan Kamu Spotu Reklamlarında Korku Çekiciliği Kavramının Kullanılması" adlı çalışmada yine korku çekiciliği bağlamında iş güvenliğini konu alan kamu spotu reklamlarını, Gülada ve Çakı (2018), "Baudrillard'ın Tüketim Toplumu Boyutunda Jil Çorap Reklamı Örneği" adlı çalışmada da tüketim toplumu bağlamında ticari reklamları göstergebilimsel analiz yöntemi ışığında incelemiştir.

Türkiye'de ulusal alanda yapılan çalışmalarda genel olarak ırksal, cinsel vb. ayrımcılıkların reklamlarda nasıl ve ne yönde işlendiği ele alınmıştır. Buna karşın alanda yapılan kapsamlı literatür taraması sonucunda ayrımcılık karşıtı hazırlanan kamu spotu reklamlarını inceleyen herhangi bir çalışmaya rastlanılmamıştır.

1. Siyahilere Yönelik Ayrımcılığın Geçmişi

İnsanoğlu varoluşundan itibaren toplumsal yaşamında ırkçılık, gelişen ve değişen sosyolojik yapıya ve düzene paralel olarak farklı biçimlerde kendini göstermiştir. İnsanlık tarihine kazınmış bir kavram olan ırkçılık, çeşitli aşırılıklar, dışlamalar soykırımların temelini oluşturur (Zick, 2010: 4).

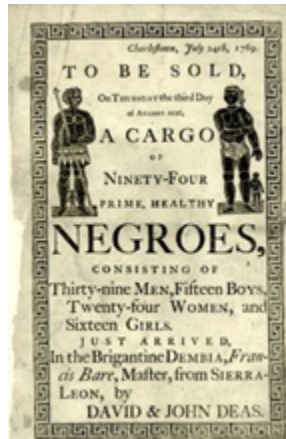
İrkçilik için kesin bir başlangıç noktasını tanımlamak doğru değildir. Nitekim Aristoteles'in düşüncelerinde biyolojik sınıflamanın var olduğundan hareketle, ırkçılığın Antik Çağ'dan beri var olduğunu iddia eden bir ekol olduğu gibi (Albert, 1987), ırkçılığı 19. yüzyıla, modern çağa ait bir icat olarak kabul edenler de mevcuttur. Eski çağlarda ırkın anlamı, çoğunlukla aristokratik soy ve özellikle bir hanedanlığa ya da yönetici sınıfa ait olma ile ilişkilendirilmiştir. Bununla birlikte Sumbas ırkçılığı; insanların kendi ırkına mensup olmadıklarını düşündükleri bir kişiye ve/ya gruba duyduğu nefret ve bu kişiye ve/ya gruba yönelik saldırganlığa varacak şekilde dışlayıcı, aşağılayıcı ve yok edici davranış ve söylemlerde bulunması olarak tanımlamıştır (Sumbas, 2009: 260-265). "İrk" sözcüğü günümüzdeki anlamını kazanmadan önce nesil ve soy anlamında kullanılmıştır. Huxley'e göre, "ırk", İbrani ve Batı kökenli bir sözcüktür ve Batı dillerine bu dillerden geçmiştir. Başlangıçta, özellikle hayvanlar için aynı atadan gelen nesilleri nitelemeye kullanılmıştır. 1600'lü yıllardaki bazı yayınlara bakıldığında

“ırk”ın bir yandan “humanrace”, insan türü anlamında kullanılırken, diğer yandan belli fizyolojik niteliklere sahip insan topluluklarını nitelemede kullanıldığı görülmektedir. (Huxley, 1940: 3)

Tarihsel açıdan bakıldığında ise, ırkçılığın köleci sistemde yenilgiye uğratılan kabileler üstünde egemenlik kurmaya yarayan ideolojik bir silah olarak ortaya atıldığı görülmektedir. Sömürgecilik çağında başka anakaralara ve ülkelere giden beyazlar yerlileri sömürebilmek ve kendilerine bağımlı duruma getirebilmek için kendi ırklarının üstünlüğüne ilişkin ideolojiler geliştirdiler (Ataöv, 2006: 6). Bireylere, ötekinin sadece farklı değil aynı zamanda aşağı olduğu öğretiliyordu. Dolayısıyla, yerine getirmek zorunda olduğu aşağı bir role genetik olarak mahkûm edilmişlerdi. Bu doktrine göre siyahiler, yalnızca gayri medeni değildi aynı zamanda, ilk çağlarda Kuzey Avrupa ormanlarında dolaşan beyaz vahşilerden farklı olarak, medenileşme yeteneğinden yoksul topluluklar olarak tanımlanıyordu (Taş, 1999: 39). Batılı, kendi hâkim kültürünü “uygarlık” olarak etiketlemiş ve ötekilere de “uygar olmayanlar” kimliğini layık görmüştür. Batılıların zihninde ‘uygar olmayan’ zencilere dair doğanın kötü bir ürünü, insanın hayvani yanı olduğu düşüncesi etrafında gelişen ideoloji, pratikte, zencileri, salt olgu ya da araç durumuna indirgemıştır (Bilgin, 2007: 36). Gelişen bu oryantalist zihniyet sonucunda Batılı, zenci köle ticaretini meşruiyet zeminine oturtmuştur. Köleliğin ve sömürgeciliğin temelleri bu şekilde atılmıştır.

Geçmiş 500-1000 yıl boyunca, Batılı güçler Batılı olmayanlara yönelik ırkçı yaklaşımları varlığını sürdürmüştür. Batı tarafından ırkçılığın en meşhur örneği, kölelik, özellikle de Afrikalıların (siyahilerin) köleleştirilmesi idi. Bu köleleştirme, Siyah Afrikalıların beyaz Avrupalılar ve onların torunlarından daha az insan olduklarına dair ırkçı inançtan kaynaklanmaktaydı. Bu inancın temelleri, ilk olarak Portekizli denizcilerin 15. ve 16. yüzyıllarda Afrika'yı keşfettiklerinde, Afrikalıları ciddi rakipler olarak görmesiyle atılmıştır. 1452’de Portekiz Kralı VI. Afonso’ya izin veren Papa savaşlarda yakalananların köle olarak satılabileceğine ve kullanılabileceğine dair resmi bir bildiri çıkartarak bu büyük zulme onay vermişti. "Vahşiler" veya eksik "türler" olarak tanımladıkları siyahilerin Avrupa'nın teknolojik gelişmelerine uymadığı gerekçesiyle Avrupalı güçler, kıtayı yağmalamaya başladılar ve siyahileri Atlantik'teki yeni sömürgelerde köle işçi olarak çalışmaya zorlamışlardır. Bu süreçte siyahiler açık arttırmayla satılmıştı (Resim 1).

Resim 1: 1769'da Charleston, Güney Carolina'da Bir Köle Açık Artırmasının Reklamını Yapan El İlanı



Kaynak: Chegg, 2018.

Amerika'ya siyahilerin ilk gelişiyle ilgili farklı görüşler ve belgeler sunulmaktadır. Fakat siyahilerin yerleşimiyle ilgili genel kanaat; ilk defa 1619 ve ilerleyen zamanlarda Kuzey

Amerika Virginia bölgesinde oldukları yönündedir (Mızrak, 2016: 55). İlk yerleşimlerde siyahiler aynı hak ve özgürlüklere sahip olmuştur. Buna karşın, 18. yy başlarında köleciliğin yasallaştırılması ile siyahilere yönelik hızlı bir köle piyasası oluşturulmuştur. Tabii ki bunda kölelerin fiyatının ve kendilerini sözleşmeyle bağlamak isteyenlerin sayısının azalmasının büyük etkisi olmuştur. Köle iş gücü, sözleşmeli işçilerden daha ucuz bir hale gelince durum daha da karmaşık bir boyut kazanmış ve kölelik hızla yayılmıştır. 1750 yılında Amerika'daki bütün kolonilerde kölelik yasası yürürlüğe konulmuştur. Thomas Jefferson başkanlığında bir komite tarafından hazırlanan ve 4 Temmuz 1776'da ilan edilen ABD Bağımsızlık Bildirgesi'ndeki "Tüm insanlar eşit yaratılmışlardır. Yaradanları tarafından bağışlanmış, belli bazı vazgeçilmez haklara sahiptirler; hayat, özgürlük ve mutluluğu arama da bunların arasındadır; bu hakları güvence altına almak amacıyla, insanlar kendi aralarında yönetimler kurarlar" şeklindeki tanımlama insan hakları açısından gerçekten eşitlikçi bir söylemi yansıtmaktadır ve ileri bir adımdır. Ancak, bu bildireye rağmen siyahilere ve diğer azınlıklara yönelik ayrımcı ve ırkçı tavrın sürüyor olması bildirmede geçen "tüm insanlar eşit yaratılmışlardır" ibaresindeki insanlar kategorisine sadece WASP (Beyaz-AngloSakson-Protestan) kökenli Amerikalıların girme hakkına sahip olduğu gibi gizli bir düşüncenin varlığını ortaya koymaktadır (Davutoğlu, 2015: 56). 1800'lü yıllara gelince 13 Amerikan kolonisinde kölelik sistemi uygulanıyordu ve Güney eyaletleri bu sistem sayesinde diğerlerinden çok daha zenginleşmişti (Mızrak, 2016: 6). 19. yüzyılın ortalarında, Kuzey ve Güney arasındaki anlaşmazlık ve çatışmalar katlanarak arttı. Bir yandan Kuzeyin liberal çevrelerinde, köleliğin kaldırılmasından yana olan akım ilerliyordu. Batıda sömürgeleştirilen yeni toprakların statüsünün ne olacağından endişeleniyorlardı. Köleleri özgürleştirme isteğinden daha çok bu anlaşmazlık iç savaşa yol açtı.

1863 yılında Başkan Abraham Lincoln, konfedere devletlerdeki bütün köleleri 1 Ocak 1863'ten itibaren özgür ilan eden Özgürlük Bildirgesi'ni yayımladı. Savaş 1865 yılında sona erdiğinde, kölelik düzeni 4 milyon Siyah için yıkılmıştı. Ancak, koşullarının ne olacağını bilmesi için yeni bir savaş başlıyordu. Köleler teorik olarak özgürdü. Yeni haklarından yararlanmayı istiyorlardı; oy verme, yargıç seçilme, şerif olarak çalışma, eyalet meclislerinde ve hatta Federal Kongrede temsilcilik gibi değişik görevlere gelme haklarından, hukuk alanında eşit haklardan ve ücretsiz halk eğitiminden yararlanmaya çalışıyorlardı. İlk etapta tüm bunlardan "radikal yeniden yapılanma" döneminde yararlandılar. Bu koşullardan geçerek son derece politikleşen Siyahlar, genellikle güneyin yoksul Beyazlarıyla birlikte, örneğin tarım arazilerinde ortakçı işçi oldular (Nevinsvd, 1992: 11-12). Köleler kendi özgürlüklerini kazanmış, üstün Avrupalı orduları yenebilmiştir. Bu, Avrupa'nın (ve ABD'nin) plantasyonlara ve köleliğe dayanan ekonomik sistemine karşı ciddi bir tehdit anlamına gelmektedir.

Siyahilere uygulanan en ırkçı politika hareketi Ku Klux Klan'ın uyguladığı ırkçı politikadır. Ku Klux Klan (KKK) hareketi Amerikan İç Savaşı (1861-1865) sonrasında siyahilerin başarılar elde etmesiyle başlayan eşitlik, hak ve özgürlüklere karşı çıkılması olarak bilinmektedir. Ku Klux Klan (KKK), siyahların Amerika'dan kovulmasını savunmuş, bu amacı gerçekleştirmek için terörist eylemleri gerçekleştirmiştir. Amerika'daki siyahi ırkçı isyanların tamamında temel amaç siyahların kendilerine has bir hayat istemeleridir.

Amerika Birleşik Devletleri'nde siyahların eşitlik taleplerinin artmasının yanı sıra Asya'lı göçmenlerin sayısında gözlemlenen büyük artış, ırkçılık konusunu Amerika'da gündeme taşıyan sebeplerdir. Avrupa'da ise sömürge ülkelerinden yaşanan göçlerin yanında İkinci Dünya Savaşı sonrası artan işçi göçleri "ırk" ve ırkçılık konusunu yeniden gündeme getirmiştir. İrkçılığın tarihsel olarak ortaya çıkışı genel olarak bireylerin eşitleyici eğilimlerle, toplumsal eşitsizliklerin karşı karşıya geldiği noktalarda gündeme gelmiş ve güçlenmiştir. Şöyle ki, eşitleyici eğilimlere karşı toplumsal eşitsizliklerin direnç göstermesi ırkçılığın

yükselmesine neden olmuştur. Yeni yeni doğmaya başlayan modernizmin eşitlikçi yaklaşımları ile aristokratların mevcut düzenin eşitsizliklerini savunan yaklaşımları arasındaki gerilimi ırkçılık üzerinde yapılan tartışmaları yeniden alevlendirmiştir. Irkçılık kavramının ilk kullanımı 16. yüzyılda olsa da, anlamının değişmesi ve toplumsal alanda görünürlüğünün artması söz konusu gerilimin yükseldiği 18. yy'da olmuştur. Özellikle Amerika'da siyahilere karşı bireycilik ve kültürler arası kaynaşma ve karışmaya gösterilen etnik temelli tepkiler, kapitalizm ve modernizmin oluşturduğu kendine has koşullarda ve modernizmin eşitlikçi söylemlerine bir tepki olarak ortaya çıkan bir ideoloji haline dönüşmüştür.

19. yy'da devletler ve sivil toplum kuruluşlarında insanların temel yapı farklılıklarıyla ilgili temel görüş; "insanlar yapay farklılıkları aşabilecek kapasiteye sahip oldukları için eşittirler" şeklindedir. İlerlemeyle toplumsal ve kültürel farklılıklar aşılabılır ve insanlar bir bütün olabilirler. Şiddetli bir şekilde devam eden ayrımcılığın aniden yok olması mümkün değildi, yıllarca mücadele etmek gerekliydi. Bu mücadele sadece bireylerin veya sivil toplum kuruluşlarının imkânlarıyla gerçekleşmesi yetersiz kalmasından dolayı devletlerin anayasal düzenlemeler yapmıştır. Bu yaklaşım devletin zorunlu kıldığı kamu spotları aracılığıyla topluma aktarılmaya çalışılmıştır.

2. Kamu Spotu Reklamları

Sürekli değişen ve gelişen dünyayla birlikte problemler ve sorunlar büyümektedir. Büyüyen bu sorun ve problemler çözülemediği takdirde toplumlar, devletler, organizasyonlar, kurum ve kuruluşlar entropik² bir sürecin içerisine girebilmektedir (Anık, 2002: 67-68). Varlığını sürdürmek isteyen bütün yapı ve sistemler kendisini etkileyen sorunlar ve problemlerden kaynaklı entropik süreci ortadan kaldırma amaçlı gerekli tedbirler almak zorundadır. Bu noktada toplumların, devletlerin, organizasyonların, kurum ve kuruluşların içerisine girdikleri entropik süreci aşmak adına sergilediği bir çözüm önerisi olarak sosyal sorun yönetimi ve bu çözüm önerisinin sonucu olan bir eylem planı olarak kamu spotu kullanılmaktadır (Rice & Atkin, 2001: 53). Bir arada yaşayan insanların daha iyi bir toplum olabilmeleri için yazılı veya görsel medya aracılığıyla bireylerin, toplumsal olarak kabul gören değerlere uygun yönlendirilmeye çalışılmasıdır. Modern çağlara geçildiğinde egemenler de değişmiş, bu "vaazları veren araçlar", kitle iletişim araçlarına, vaazı veren kişiler ise medya sahiplerine dönüşmüştür. Fakat biliş ve davranış yönlendirme nitelikleri olduğu gibi durmaktadır. Kamu spotları da aynı pratiklerle, vaazlar gibi tekrarlı, tek bir kaynaktan ve bir örgütlenme üzerinden iletilmektedir (Erdoğan ve Alemdar, 2010: 33). Kamu spotu şeklindeki sosyal reklamlardaki esas amaç hedef kitleyi ikna etmektir. İkna genellikle korku, tehdit ve duygusal öğeler yoluyla sağlanır. Korkutucu bir spotun anlık yada uzun vadede etkileri tartışılabilir fakat davranış ve tutum değişikliği için sosyal pazarlama projelerinde sıkça kullanılır (Hastings, Stead & Webb 2004: 966).

Mjøes ve Syversten, özellikle politik gelişmelerden etkilenen kamu spotu yayıncılığıyla ilgili temel çalışma alanlarının siyasal, kurumsal, toplumsal ve teknolojik alanlar olduğunu belirtmiştir (2009: 396-397). Kamu spotunu, bilgi ve harekete geçme çağrısı içeren; görsel veya yazılı medyaya dağıtılmak üzere hazırlanan; biçimi bu medya araçlarının özelliklerine uyum sağlayacak şekilde değişiklik gösteren; özgürce ve sınırsız kullanım için çoklu medya türlerinde gönderilebilen, ticari olmayan reklam" olarak tanımlamak mümkündür (Schiavo, 2007:38).

Kamu spotlarının amacı ilgili kanundaki tanımda şu şekilde yer almaktadır: "...kamuyu bilgilendirici ve eğitici nitelikteki film, ses ve alt bantlarından oluşan yayınlar kamu spotu" olarak tanımlanmıştır. Buna göre kamu spotunun esas amacı bilgilendirmek ve eğitmektir.

²Entropi, fizikte bir sistemin mekanik işe çevrilemeyecek termal enerjisini temsil eden termodinamik terimidir. Çoğunlukla bir sistemdeki rastgelelik ve düzensizlik olarak tanımlanır ve istatistikten teolojiye birçok alanda yararlanır

Kamu spotu yayını da, bilgilendirme ve eğitime amaçlı mesajların halka iletilmesi olarak ifade edebilir. "Kamu spotları, içinde yaşadığımız topluma ilettiği mesajlarla önemli konularda topluma bilgi verme, eğitime ve toplum bilincinin artmasını temin etme fonksiyonunu ve faydasını sağlamaktadır" (RTÜK, 2012).

Tarihsel olarak birçok biçimde karşımıza çıkan kamu spotunun, halkı bilgilendirmek amacıyla kent meydanlarında tellalların gerçekleştirdiği işin benzerini yaptığı söylenebilmektedir. Kamu spotu olgusunun günümüzdeki kullanımına yakın bir biçimde ilk defa Amerika Birleşik Devletleri hükümeti tarafından uygulandığını söylemek mümkündür. Amerika İç Savaşı döneminde, gazetelerin savaşta kuzey ordusunu destekleme amacıyla parasal yardımı hedefleyen ücretsiz ilanları yayınlaması tarihsel açıdan birincil kamu spotu olarak bahsedilebilir. Savaş esnasında yarar sağlayan bu ücretsiz reklamların daha sonraları toplumu bilinçlendirmek ve belirli konular hakkında toplumun desteğini almak amacıyla kullanımının yaygınlaştığı görülmektedir (Goodwill, 2017: 25). Kamu spotunu toplumların aynı türden bir sosyalleşme sürecini ve aynı felsefi ve ekonomik bakış açılarını üretmek olarak tanımlanmaktadır (Paletz, 1977: 74-80).

Kamu spotları ülkelerin ekonomik, sosyolojik ve siyasal düzenine göre farklılıklar göstermektedir. Kamu spotu yayıncılığı özellikle Avrupa'da güçlü iken, Asya ve Ortadoğu ülkelerinde daha zayıf görülmektedir. Niceliksel olarak farklılık göstermesinin yanında ülkeler arasında niteliksel farklılıklar da söz konusudur. Gelişmiş ülke olarak sınıflandırılan Batı Avrupa'da kamu spotları AIDS ve Afrika ülkelerine yardım gibi konular ağırlıklı olarak medya da yer almaktadır. Gelişmekte olan veya geri kalmış ülkeler de kamu spotu genel olarak, temel ihtiyaçların kullanımından, kadın hakları, çocuk hakları, ilaç kullanımı, trafik kurallarına uyma gibi toplumsal düzeni ve bilişsel gelişimi sağlamaya yönelik bilgilendirici mesajlar içermektedir.

3. Yöntem

3. 1. Çalışmanın Amacı

Siyahilere yönelik ayrımcılığı konu alan kamu spotu reklamlarında vurgulanan mesajları ortaya koymak, çalışmanın temel amacını oluşturmaktadır. Bu yolla 21. yüzyılda siyahilere yönelik hangi ayrımcılıklara karşı mücadele edildiği ve bu mücadelenin nasıl yürütüldüğü de açıklanmaya çalışılmıştır.

Göstergebilim, göstergeleri inceleyen bir bilim dalıdır. Göstergebilim, 20. yüzyılda dil bilimciler Ferdinand de Saussure ve Charles Sanders Peirce'in dil bilimi alanında yaptığı çalışmalar ile ön plana çıkmış ve zaman içerisinde bir bilim dalı haline gelmiştir (Rifat, 2013: 198). Göstergebilimin gelişmesinde Peirce ile birlikte en büyük katkılardan birine sahip olan Saussure'ün ortaya koyduğu Göstergeler Modeli, göstergebilimin sosyal bilimler alanında önemli bir analiz birimidir. Saussure, Göstergeler Modeli'nde göstergelerin gösteren ve gösterilen olarak iki düzlem üzerinde şekillendiğini savunmaktadır (Kalkan Kocabay, 2008: 16). Gösteren, herkes tarafından kabul edilen, anlamı evrensel olanı ifade etmektedir. Örneğin, bir kedinin hayvanı, bir elmanın meyveyi ifade etmesi evrensel olarak kabul edilen ve değişmeyen anlamını ortaya koymaktadır. Gösterilen, göstergenin kültürden kültüre değişen, öznel ikincil anlamını açıklamaktadır (Fiske, 2017: 127). Örneğin siyah bir kedi örneği üzerinden incelendiğinde, siyah kedi gösteren açısından sıradan bir hayvanı ifade ederken, gösterilen açıdan kedinin siyah olması, kedinin kültür içerisinde şansızlık anlamının somut bir göstergesi olarak nitelendirilmesine yol açabilmektedir.

Saussure, göstergelerdeki anlamların kültür içerisinde oluştuğunu söylemektedir. Diğer bir deyişle sözcüğün anlamı bir toplum içerisinde ortak bir uzlaşısı sonucu oluşan anlamı ifade etmektedir. Bu açıdan gösterenin gösterilen boyutundaki anlamı kültür içerisinde

farklılaşabilmektedir (Saussure, 2014: 63). Bir kültürün gösterileni bir başka kültürün gösterileninden çok farklı anlamlar içerebilmektedir. Nitekim kültürler içerisinde inşa edilen mitler arasında yaşanan farklılıklar, kültürlerin gösterilenlere yükledikleri anlamların farklılaşmasından ileri gelmektedir (Gülada ve Çakı, 2018: 20).

3. 2. Çalışmanın Önemi

Çalışma;

- Siyahilere yönelik uygulandığı iddia edilen ayrımcılıkları ortaya koyması,
- Siyahilere yönelik uygulandığı iddia edilen ayrımcılıkların nasıl ve ne yönde kamu spotu reklamlarında sunulduğunu açıklaması gibi nedenlerden dolayı önem taşımaktadır.

3. 3. Çalışmanın Evreni ve Örnekleme

21. yüzyılda dünya genelinde siyahi ayrımcılığına karşı hazırlanan tüm kamu spotu reklamları çalışmanın temel sınırlılığını oluşturmaktadır. Buna karşın tüm kamu spotu reklamlarına ulaşılmasının güçlüğü nedeniyle çalışmada örneklem kullanılması yoluna gidilmiştir. Bu amaçla son yıllarda siyahi ayrımcılığına karşı hazırlanan kamu spotu reklamlarından amaçlı örneklem metodu kullanılarak, 2011 yılında Birleşmiş Milletler, 2013 yılında Avustralya ve 2017 yılında ABD tarafından hazırlanan kamu spotu reklamları çalışmanın örnekleme olarak belirlenmiştir. Çalışma kapsamında üç kamu spotunun örneklem olarak belirlenmesindeki temel neden, her üç reklamın da uluslararası özellik taşıması ve basında adından uzun süre söz ettirilmesinden kaynaklanmaktadır.

3. 4. Çalışmanın Sınırlılıkları

Siyahi ayrımcılığının yalnızca üç kamu spotu reklamı üzerinden incelenmesi ve elde edilen bulgular çerçevesinde genellemelerde bulunulması çalışmanın temel sınırlılığını oluşturmaktadır. Diğer yandan çalışmada diğer göstergebilim uzmanlarının çözümlerinden yararlanılmadan yalnızca Saussure'ün Göstergeler Modeli üzerinden incelenmesi de çalışmanın bir diğer sınırlılığını meydana getirmektedir.

3. 5. Çalışmanın Soruları

Çalışma kapsamında aşağıdaki sorulara yanıt aranmıştır;

Siyahi ayrımcılığına karşı hazırlanan kamu spotu reklamlarında;

- Hangi ayrımcılıkların yapıldığı iddia edilmiştir?
- Siyahilere yapıldığı iddia edilen ayrımcılıklar nasıl ve ne yönde sunulmuştur?

3. 6. Çalışmanın Yöntemi

Çalışmada nitel araştırma yöntemi benimsenmiş ve örneklemden elde edilen bulgular, göstergebilimsel analiz yöntemi kullanılarak analiz edilmiştir. Çalışma kapsamında belirlenen siyahi ayrımcılığa karşı hazırlanan kamu spotu reklamlarının görselleri İsviçreli Dil Bilimci Ferdinand de Saussure'ün Göstergeler Modeli üzerinden incelenmiştir.

4. Analiz

4. 1. Birleşmiş Milletler'in Irkçılık Karşısı Kamu Spotu Reklamları

Birleşmiş Milletler'in ırkçılık karşıtı kamu spotu reklamının ilk görseli gösteren açıdan incelendiğinde, spotta siyahi bir gence yer verildiği görülmektedir. Spotun hemen sol üst köşesinde "Ne görüyorsunuz? Model, öğrenci, çete lideri" şeklinde yazılı kodlar bulunmaktadır (Resim 2).

Reklam gösterilen açıdan incelendiğinde siyahi gençle ilgili kitlelerin düşüncelerinin ne yönde olduğunun ortaya çıkarılmasının amaçlandığı görülmektedir. Kitlelere "Siyahi genci gördüğünüzde ne düşünüyorsunuz?" şeklinde bir soru sorulmaktadır. Soruya cevap verirken insanların "çete lideri" olarak değerlendirmede bulduklarında siyahi genci olumsuz bir algı ile ifade etmiş olmalarına vurgu yapılmaktadır. Reklamda ayrımcılık karşıtı mesajın doğrudan yazılı kodlar üzerinden verildiği görülmektedir. Buna karşı yazılı kodların doğru okunabilmesi içinde mesaj, görsel kodlar ile bütünleştirilerek kitlelere sunulmaktadır. Kitlelerin siyahi gence yönelik olumsuz şikâyetleri, siyahilere yönelik toplum nezdinde ayrımcılığın ve ötekileştirmenin ne kadar ciddi bir boyut taşıyabileceğini göstermektedir. Reklam, toplum içerisinde siyahilere yönelik ortaya çıkan olumsuz mitlerle kitlelerin doğrudan yüzleşmesini ve siyahilere yönelik inşa edilen olumsuz algıların doğrudan kitleler tarafından görülmesini sağlamaya çalışmaktadır. Nitekim normal şartlarda "Siyahilere yönelik ayrımcılık yapıldığını düşünüyor musunuz?" şeklinde bir soruya belki "Hayır düşünmüyorum" şeklinde bir cevap verecek olan kişilerin bu yolla doğrudan siyahilere yönelik algılarının ortaya çıkarılması amaçlanmaktadır.

Resim 2: Birleşmiş Milletler'in Irkçılık Karşıtı Kamu Spotu Reklamı



Kaynak: UN, 2011

Birleşmiş Milletler'in ırkçılık karşıtı kamu spotu reklamının ilk görseli gösteren açıdan incelendiğinde, spotta orta yaşlı siyahi bir erkeğin görseline yer verildiği görülmektedir. Görselin sol üst köşesinde ise "Ne görüyorsunuz? Doktor, taksi şoförü, insan hakları savunucusu" şeklinde yazılı kodlara yer verilmektedir (Resim 3).

Birleşmiş Milletler'in ikinci görseli de ilk görselde olduğu gibi mesajını doğrudan yazılı kodlar üzerinden vermeyi tercih etmektedir. Spotta kitlelere sorulan soruda "taksi şoförü" yanıtı alındığında, kitlelerin siyahilere yönelik belirli basmakalıp fikirlere sahip olduğu algısının ortaya çıkarılmasının amaçlandığı görülmektedir. Spotta kitlelerin siyahilere yönelik algıları ile ilk reklamda olduğu gibi yüzleşmeleri istenmektedir. Gösterilen boyutta aslında reklamda "Siyahi bir kişiyi düşündüğünüzde aklınıza gelen ilk meslek nedir?" şeklinde bir soru kitlelere sorulmaktadır. Bu yolla spotta siyahilerin mesleklerine yönelik toplum tarafından inşa edilen mitlerin çözümlenmesi amaçlanmaktadır. Böylece spotta kitlelerin siyahilere yönelik hangi mesleklere daha uygun profil çizdiklerine yönelik toplum içerisinde oluşan algılarının dışa vurumunun ortaya çıkması istenmektedir.

Resim 3: Birleşmiş Milletler'in Irkçılık Karşıtı Kamu Spotu Reklamı



Kaynak: UN, 2011

4. 2. ABD'nin Irkçılık Karşıtı Kamu Spotu Reklamları

ABD'nin ırkçılık karşıtı kamu spotu reklamlarının ilk görseli gösteren boyutunda ele alındığında, spotta orta yaşlı siyahi bir kadına yer verildiği görülmektedir. Görselin hemen altında ise "Bana uygun olmadığı söylenmeden, uygun bir daireyi kiralama hakkına sahip olmalıyım" ve büyük puntolar içerisinde "Hakkın var" yazılı kodlarına yer verilmiştir (Resim 4).

Reklam gösterilen açıdan incelendiğinde, siyahilere yönelik toplum içerisinde olduğu düşünülen ayrımcılıklara karşı bir mesajın iletilmesi amaçlanmaktadır. Bu açıdan reklamda doğrudan ayrımcılığa uğradığı düşünülen kişinin (veya temsilinin) görseline yer verilmektedir. Görselin hemen altında bulunan yazılı kodlar üzerinden de siyahi kişinin ne gibi ayrımcılığa ve ötekileştirmelere maruz kaldığı açıklanmaya çalışılmaktadır. Böylece siyahilere yönelik yapıldığı iddia edilen ayrımcılığın birinci ağızdan kitlelere aktarılması istenmektedir. Siyahi kadının altında bulunan yazılı kodlar ile doğrudan kadının kitlelere ile konuşması amaçlanmaktadır. Siyahi kadın, sarı renkte ve büyük puntolar ile dile getirdiği "hakkım olmalı" yazılı kodu, siyahilere yönelik uygulanan ayrımcılıkların hiç bir yasal zemine oturmadığını ve tamamen toplumsal bir ötekileştirme ile oluştuğunu aktarmaktadır. Nitekim siyahi kadın "hakkım var" diyerek, yaşadığı toplumda sahip olduğu yasal haklara vurgu yapmaktadır. Siyahi kadının istediği evi kiralamasında yasal hiç bir sıkıntının olmadığı, buna karşın toplum içerisinde siyahilerin beyazlar gibi muamele görmedikleri ifade edilmektedir. Reklamda toplum içerisinde siyahilere yönelik ötekileştirmelerin ortadan kaldırılması ve siyahilere de tıpkı beyazlara davranıldığı gibi ön yargı ile karşılaşılmadan muamele edilmesi istenmektedir.

Resim 4: ABD'nin Irkçılık Karşıtı Kamu Spotu Reklamı

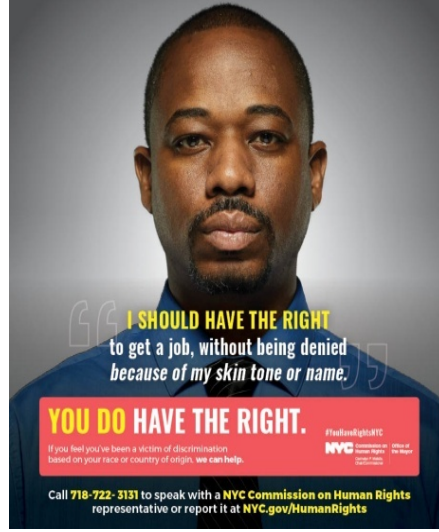


Kaynak: NYC, 2017

ABD'nin ırkçılık karşıtı kamu spotu reklamlarının ikinci görseli gösteren boyutunda ele alındığında görselde orta yaşlı siyahi bir erkeğe yer verildiği görülmektedir. Görselin hemen altında ise "İsmim veya tenimden dolayı reddedilmeden bir işe sahip olma hakkım olmalı" ve büyük puntolar içerisinde "Hakkın var" yazılı kodlarına yer verilmektedir (Resim 5).

ABD'nin ikinci reklamında siyahi bir erkeğin kullanılması ile siyahilere yönelik yapılan ayrımcılığın cinsiyet gözetilmeksizin tüm siyahilere yönelik gerçekleştirildiği iddia edilmektedir. Reklamda çalışma kapsamında incelenen diğer reklamlarda olduğu gibi ayrımcılık mesajının doğrudan yazılı kodlar üzerinden verildiği görülmektedir. Spotta siyahi erkeğin, taşıdığı isimden ve renginden dolayı iş başvurusunda reddedilmemesi gerektiğini ortaya koymaktadır. Spottaki mesaj ise doğrudan iş başvurusu reddedilen kişinin (veya temsilinin) görseli üzerinden verilmektedir. Siyahi erkek "hakkım var" şeklindeki yazılı kod ile yasal haklarını vurgulamakta, kendisine karşı yapılanların hiç bir yasal zemine oturmadığını açıklamaktadır. Diğer yandan reklamdaki "ismimden dolayı" yazılı kodu, siyahilerin kültürel olarak da kimi zaman toplum tarafından dışlanabildiklerini iddia etmektedir. ABD tarafından hazırlanan her iki kamu spotu görselinin altında büyük puntolarda ve vurgulu bir biçimde "Hakkın var" şeklinde yazıya yer verilmesi gösterilen açıdan siyahilerin, beyazlar gibi her türlü yasal hakka sahip olduğuna vurgu yapmaktadır.

Resim 5: ABD'nin Irkçılık Karşıtı Kamu Spotu Reklamı



(Kaynak: NYC, 2017)

4. 3. Avustralya'nın Siyahilere Yönelik Yanlış Algılara Karşı Hazırlanan Kamu Spotu Reklamları

Avustralya'nın ırkçılık karşıtı kamu spotu reklamlarının ilk görseli gösteren açısından incelendiğinde, spotta siyahi bir gencin resmedildiği görülmektedir. Görsel kodlar içerisinde siyahi gencin ağzının üzerinde Google arama motorunun bulunduğu ve "Siyahi erkekler..." başlığında bir aramada bulunduğu görülmektedir. Arama sonucunda "Siyahi erkeklerin standartları yok, siyahi erkekler kadınlara saygısızdır, siyahi erkeklerin düşük zeka seviyeleri vardır, siyahi erkekler AIDS taşırlar" şeklinde yazılı kodlara yer verilmiştir. Görselin hemen altında da "Sen haksızsın Google. Irkçılıkla mücadele etmek, zihninizi ve kararınızı zehirleyebilecek kanallara tesir etmeyi gerektirir" şeklinde yazılı kod bulunmaktadır (Resim 6).

Reklam gösterilen açıdan incelendiğinde, spotta siyahi gencin ağzının üzerinde Google arama motorunun olması ile siyahi gençlerin toplum tarafından ötekileştirilerek dışlandıkları mesajı verilmektedir. Beden dili ve jest üzerinden siyahi gencin memnuniyetsiz bir şekilde olduğu yansıtılmaktadır. Google arama motoruna siyahi gençler yazıldığında ortaya çıkan yazılı kodlar toplumda siyahilere yönelik ayrımcılığın ne kadar ciddi bir boyuta geldiğini ortaya koymayı amaçlamaktadır. Reklamda arama motorunda insanların siyahiler ile ilgili genel olarak olumsuz kavramları aradıkları ifade edilerek, siyahilere yönelik toplum genelinde olumsuz bir algının hakim olduğu vurgulanmaktadır. Nitekim yazılı kodlarda siyahilerin beyaz kadınlara yönelik saygılı davranmadıklarının ve zeka seviyelerinin düşük olduğunun iddia edilmesi, siyahi erkeklerin doğrudan toplum içerisinde ötekileştirildiği algısının oluşmasına ve beyazların siyahilere göre daha üstünmüş gibi bir algının şekillenmesine zemin hazırlamaktadır. Diğer yandan siyahilerin AIDS olduğuna yönelik yazılı kod, beyazların siyahilerden uzak durmasına neden olabilecek olumsuz bir algının oluşmasına yol açmaktadır.

Resim 6: Avustralya'nın Irkçılık Karşıtı Kamu Spotu Reklamı



Kaynak: Coloribus, 2013

Avustralya'nın ırkçılık karşıtı kamu spotu reklamlarının ikinci görseli de gösteren açılarından incelendiğinde, spotta ilk görseldeki siyahi gencin farklı bir sunum kodunda resmedildiği görülmektedir. Spottaki sunum kodlarında siyahi gencin gözlerini sonuna kadar açtığı yansıtılmaktadır. Gencin ağzının üzerinde bu görselde de Google arama motoruna yer verilmiştir. Motorda "Siyahi erkekler..." şeklinde arama yapıldığında "Siyahi erkekler köleliğe minnettar olmalılar, beyaz kadınlar ile buluşmamalılar, beyaz kadınlar ile evlenmemeliler, kısırlaştırılmalılar" şeklinde yazılı kodlar ortaya çıktığı aktarılmaktadır. Görselin hemen altında da yine " Sen haksızsın Google. Irkçılıkla mücadele etmek, zihninizi ve kararınızı zehirleyebilecek kanallara tesir etmeyi gerektirir" şeklinde yazılı kod bulunmaktadır.

Reklamın ikinci görselinde çalışma kapsamında incelenen diğer reklamlardan farklı olarak aynı siyahi kişinin görselinin kullanılması tercih edilmiştir. Görselde yine siyahi kişinin jestlerinin farklılaşması ve şaşkın bir halde sunulması kendisi hakkında yapılan iddialara yönelik tepkisini ortaya koymaktadır. Gösterilen boyutta arama motorunda siyahilerin beyaz kadınlar ile arkadaşlık kurmamaları ve evlenmemelerinin ortaya çıkması, siyahilerin doğrudan ötekileştirildiğinin bir ifadesi olarak gösterilmektedir. Diğer yandan arama motorunda siyahilerin kısırlaştırılması yazısının ortaya çıkması ile siyahilere yönelik toplum tarafından tahammülsüzlüğün oluştuğuna vurgu yapılmaktadır. Gösterilen boyutta Google arama motorunda çıkan yazıların toplumun önemli bir kısmının algısını yansıttığı şeklinde açıklanmaktadır. Reklamın altında yer alan "Sen haksızsın Google" şeklindeki yazılı kod ve devamındaki yazılı kodlar, siyahilere yönelik oluşturulan olumsuz mitlerin ortadan kaldırılması gerektiğini ifade etmektedir. Spotta, siyahilere yönelik olumsuz mitlerin ortadan kaldırılabilmesi için siyahilere yönelik olumsuz söylemlere itibar edilmemesi gerektiği bildirilmektedir.

Resim 7: Avustralya'nın Irkçılık Karşıtı Kamu Spotu Reklamı



Kaynak: Coloribus, 2013

Avustralya örneğinde kullanılan örnekle diğer ülke örneklerinin farklılık taşıdığı görülmektedir. Avustralya'da kullanılan ve makalenin örnekleme dahil edilen kamu spotlarında bir yargılamadan ziyade, mevcut algının yanlış olduğuna dair bir itiraz bulunmaktadır. Oysa ki diğer örnekler, mevcut durumdaki algının ortaya konulması için hazırlanmıştır.

Sonuç

Çalışma kapsamında incelenen siyahi ayrımcılığına karşı hazırlanan kamu spotu reklamlarının tümünde verilmek istenen mesajın görsel kodlardan ziyade doğrudan yazılı kodlar üzerinden sunulduğu görülmüştür. Buna karşın görsel kodlar, yazılı kodlar ile anlam bütünlüğü oluşturarak, mesajın kime yönelik verildiği konusunda kitleleri bilgilendirmiştir. Kamu spotu reklamlarında genel olarak siyahilerin, toplum içerisinde ötekileştirilerek dışlandığı vurgulanmıştır. Spotlardaki yazılı kodlarda siyahilerin, iş bulmada ve ev kiralamada siyahi olmalarından dolayı güçlük çektikleri iddia edilmiştir. Buna karşın spotlarda siyahilerin beyazlar gibi yasal haklara sahip olduğu vurgulanarak, siyahilere yapılan ayrımcılığın yasadışı olduğu aktarılmıştır. Nitekim siyahilere yapılan ayrımcılıkların yasal bir zeminden çok toplum tarafından oluşan olumsuz algılar ile yapıldığı üzerinde durulmuştur. Spotlarda toplumun siyahiler ile ilgili olumsuz bir algıya sahip olması nedeniyle siyahilere yönelik ayrımcılık içerisine girdiği vurgulanmıştır. Spotlarda yer alan yazılı kodlarda siyahilere yönelik ayrımcılığın siyahilere yönelik olumsuz algıların yok edilmesi ile mümkün olabileceği üzerinde durulmuştur. Bunun içinde spotlarda siyahilere yönelik toplum içerisinde oluşan mitlerin ortadan kaldırılması için mücadele edilmesi gerektiği vurgulanmıştır.

Kamu spotu reklamlarında, siyahilere yönelik toplum içerisinde oluşan ayrımcılığın ne kadar ciddi bir boyuta geldiğinin ortaya konulmaya çalışıldığı görülmüştür. Bu amaçla tüm kamu spotu reklamlarında ayrımcılığa maruz kalan siyahiler (veya temsilleri) özne olarak kullanılmıştır. Spotlarda kimi zaman siyahilerin fotoğrafları üzerinden sorulan sorular ile kimi zamanda Google arama motoruna yazılan yazılar ile kitlelerin siyahilere yönelik algılarının ortaya çıkarılması amaçlanmıştır. Böylece kitlelerin siyahiler ile ilgili algıları ile yüzleşmeleri sağlanarak, siyahilere yönelik ne gibi ayrımcılıkların olabileceği gösterilmeye çalışılmıştır. Spotta ilk olarak siyahilerin AIDS taşıdığı, beyaz kadınlara karşı saygısız olduğu ve suç çeteleri kurduğu gibi olumsuz mitlerin toplumda inşa edildiğini, bu mitlerin inşası ile toplumun siyahileri dışladıkları ve onlara karşı ayrımcılık yaptığı aktarılmıştır. Toplum içerisinde inşa

edilen yanlış mitler ile toplum, siyahilerin beyaz kadınlar ile arkadaşlık kurmaması, evlenmemesi gerektiğini ve hatta siyahilerin kısırlaştırılması gibi düşünceler içine girmesine yol açtığı iddia edilmiştir.

Çalışma kapsamında son yıllarda siyahilere yönelik ayrımcılığa karşı hazırlanan uluslararası alandaki kamu spotu reklamlarında verilmek istenen ayrımcılık karşıtı mesajlar ortaya konulmaya çalışılmıştır. Buna karşı çalışma siyahilere yönelik ayrımcılığa karşı hazırlanan kamu spotu reklamlarının kitlelerin davranışları üzerindeki etkisini ortaya koymaktan uzaktır. Bu açıdan gelecek çalışmaların siyahi ayrımcılığına karşı hazırlanan kamu spotlarının etkisini ölçen saha çalışmalarına yönelmesi alana katkı sağlayacaktır.

Kaynakça

- Anık, C. (2002), "Sistem Kuramı Açısından Baskı Grupları" *Gazi Üniversitesi İletişim Dergisi*, 14, 61–92.
- Arpa, M. (2018), "İş Güvenliğini Konu Alan Kamu Spotu Reklamlarında Korku Çekiciliği Kavramının Kullanılması", *Uluslararası Sosyal Bilimler Dergisi*, 1(2), ss.105-115.
- Ataöv, T. (2006), *Siyonizm ve Irkçılık*, İleri Yayıncılık, İstanbul.
- Bilgin, N. (2007), *Kimlik İnşası*. Aşina Kitaplar, İzmir.
- Chegg (2018), (erişim) <https://www.chegg.com/homework-help/questions-and-answers/visions-freedom-artist-created-broadside-trying-convey-way-depicted-slaves-think-colonists-q26218918>, 31.10.2018.
- Coloribus (2013), (erişim) <https://www.coloribus.com/adsarchive/prints/it-stops-with-me-google-youre-wrong-18395505/>, 30.10.2018,
- Davutoğlu, A. (2015), *Medeniyetlerin ben-idraki*. Ed. Bayram Ali Çetinkaya Doğu'dan Batı'ya Düşüncenin Serüveni.
- De Saussure, F. (2014), *Genel Dilbilim Yazıları*. Savaş Kılıç, (Çev.), İthaki Yayınları, İstanbul.
- Erdoğan, İ., Alemdar, K. (2010), *Öteki Kuram*, 3.baskı, Erk, Ankara.
- Fiske, J. (2017), *İletişim Çalışmalarına Giriş*. 5. Basım, Süleyman İrvan. (Çev.), Bilim ve Sanat Yayınları, Ankara.
- Goodwill, B. (2017, 09 05), *Public Service Advertising - Background & Future*. PSA Bibliography, (erişim) <http://www.psaresearch.com/bib9830.html>, 30.10.2018.
- Gülada, M. O. (2018), "Korku Çekiciliği Kavramının Trafik Kazalarını Konu Alan Kamu Spotu Reklamlarında Kullanımı". *Uluslararası Sosyal Bilimler Dergisi*, 1(2), ss.131-143.
- Gülada, M. O. ve Çakı, C. (2018), "Baudrillard'ın Tüketim Toplumu Boyutunda Jil Çorap Reklamı Örneği", *1. Uluslararası Halkla İlişkiler ve Reklamcılık Kongresi*, Antalya.
- Gülada, M. O. ve Çakı, C. (2018), "Rusya Çarlığı'nın Birinci Dünya Savaşı'nda Propaganda Amaçlı Kullandığı Posterlerin Gösterge Bilimsel Analizi", *2. Uluslararası Sosyal Bilimler Kongresi GAP*, 15-24, Şanlıurfa.
- Hastings, G., Stead, M., & Webb, J. (2004), "Fear Appeals in Social Marketing: Strategic and Ethical Reasons for Concern". *Psychology & Marketing*, 21(11), 961-986.
- Huxley, J. (1940), *New Systematics*, University Press, Oxford.
- Kalkan Kocabay, H. (2008), *Tiyatroda Göstergebilim*, E Yayınları, İstanbul.
- Memmi, A. (1987), *Rassismus*, Anton Hain, Frankfurt am Main. (Aktaran: Sinan Özbek, Irkçılık, İstanbul, Bulut Yayınları, 2003).
- Mızrak, B. (2016) "Amerika'da Ayrımcı Politikalar ve Siyahi Mücadele Tarihi", *İnsamer*, 33, 1-25.
- Mjøes, O. J., Syvertsen, T., Moe, H., & Enli, G. S. (2014), *The Media Welfare State: Nordic Media in The Digitalera*. University of Michigan Press, USA.
- Nevins, A., Commager, H. S., & Morris, J. (1992), *A Pocket History of the United States* (Vol. 9023). ABD Tarihi Halil İnalçık, (Çev.), Doğu Batı Yayınları, Ankara.
- NYC (2017). (erişim) <https://www1.nyc.gov/site/cchr/media/you-have-rights.page>, 30.10.2018.

- Paletz, D. L., Pearson, R. E., & Willis, D. L. (1977), *Politics in Public Service Advertising on Television*. Praeger, New York.
- Rice, R., & Atkin, C. K. (2001), *Public Communications Campaigns*. SAGE Publications, California.
- Rifat, Mehmet (2013), *Açıklamalı Göstergibilim Sözlüğü: Kavramlar, Yöntemler, Kuramcılar, Okullar*. Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları, İstanbul.
- RTÜK (2012), (erişim) <https://www.rtuk.gov.tr/kamu-spotlari/5029/3985/kamu-spotlari-yonergesi>, 26 Ekim 2018.
- Schiavo, R. (2007), *Health Communication From Theory to Practice*, John Wiley & Sons, USA.
- Sumbas, A. (2009), "Batı Avrupa'da Yükselen Yeni-İrkçilik Üzerine Bir Deneme 1". *Alternatif Politika*, 1(2), ss.260-281.
- Taş, M. (1999), *Avrupa'da İrkçilik*, Ankara, İmge Yayınları.
- UN (2011), (erişim) <http://www.un.org/en/letsfightracism/>, 30.10.2018.
- Zick, A. (2010), *Spielarten des Rassismus. Rassismus & Diskriminierung in Deutschland*, Heinrich-Böll-Stiftung, Berlin.