

GAD

GENÇLİK | araştırmaları dergisi

JOURNAL OF YOUTH RESEARCH



Gençlik ve
Gönüllülük



ÖZEL
SAYI | Yıl:2019 Cilt:7

**GENÇLİK ARAŞTIRMALARI DERGİSİ /
JOURNAL OF YOUTH RESEARCH**

Cilt/Volume: 7

Sayı/Number: Özel Sayı

Aralık/December 2019

Yayın Dili

Türkçe/İngilizce

ISSN 2147-8473

Gençlik Araştırmaları Dergisi ulusal hakemli bir dergidir. Yayımlanan makalelerin sorumluluğu yazarına/yazarlarına aittir.

Journal of Youth Research is the official peer-reviewed, national journal of the Ministry of Youth and Sports of Turkish Republic. Authors bear responsibility for the content of their published articles.

T.C. Gençlik ve Spor Bakanlığı ve Gençlik Araştırmaları Dergisi Adına İmtiyaz

Sahibi/Owner

Dr. Mehmet Ata Öztürk

Genel Koordinatör/General Coordinator

Mehmet Dinç

Yazı İşleri Müdürü/

General Publication Director

Suat Tayfun Topak

Gençlik Araştırmaları Dergisi
ULAKBİM TR DİZİN'de
(Sosyal ve Beşeri Bilimler Veri Tabanında)
Sorgulanmaktadır.

Editörler/Editors

Prof. Dr. Aylin Görgün Baran

Prof. Dr. E. Didem Evci Kiraz

Dr. Mehmet Fatih Köse

İngilizce Editörü/ English Language Editor

Dr. Emel Kökpınar Kaya

Yayın Kurulu/International Editorial Board*

Abdullah Topcuoğlu / Selçuk Üniversitesi

Aylin Görgün Baran / Hacettepe Üniversitesi

Besim Fatih Dellaloğlu / Sakarya Üniversitesi

Ertan Özensel / Selçuk Üniversitesi

Eugene Kennedy / Louisiana State University

Hakan Dulkadiroğlu / Ankara Yıldırım Beyazıt Üniversitesi

İhsan Sezal / TOBB Ekonomi ve Teknoloji Üniversitesi

İsmail Coşkun / İstanbul Üniversitesi

Kadir Canatan / İstanbul Sabahattin Zaim Üniversitesi

Mazhar Bağlı / Nevşehir Hacı Bektaş Üniversitesi

Mehmet Akif Aydın / İstanbul Medipol Üniversitesi

Mehmet Eskin / Adnan Menderes Üniversitesi

Süleyman Seyfi Öğün

Şeref Ateş / Sakarya Üniversitesi

Yasin Aktay

Yakup Bilgili / Florida State College

***İsme göre alfabetik sırada/**

In alphabetical order by name

Hakem Kurulu/Board of Reviewing Editors*

Ahmet Taşğın / Necmettin Erbakan Üniversitesi,
Alev Erkilat / Yıldız Teknik Üniversitesi,
Ali Çağlar/ Hacettepe Üniversitesi,
Ali Tayfun Atay / Okan Üniversitesi,
Aydmn Aktay / Sakarya Üniversitesi,
Ayfer Aydiner Boylu / Hacettepe Üniversitesi,
Ayşel Günindi Ersöz / Gazi Üniversitesi,
Ayşe Canatan / Gazi Üniversitesi,
Ayşegül Deniz / Hacettepe Üniversitesi,
Bedrettin Keşgin / Yalova Üniversitesi,
Bekir Kocadaş / Adıyaman Üniversitesi,
Birsan Şahin / Hacettepe Üniversitesi,
Bülent Yılmaz / Hacettepe Üniversitesi,
Cahit Gelekçi / Hacettepe Üniversitesi,
Canan Koca Arıtan / Hacettepe Üniversitesi,
Eda Puruçtuoğlu/ Ankara Üniversitesi,
Ejder Okumuş / Orhangazi Üniversitesi,
Emine Yazar / Hacettepe Üniversitesi,
Erdoğan Erbay / Atatürk Üniversitesi,
Erhan Örselli / Necmettin Erbakan Üniversitesi,
Esra Burcu Sağlam / Hacettepe Üniversitesi,
Fahri Çakı / Balıkesir Üniversitesi,
Faruk Taşçı / İstanbul Üniversitesi,
Gonca Gökalep Alpaslan / Hacettepe Üniversitesi,
Gönül İçli / Pamukkale Üniversitesi,
Gülşen Demir / Adnan Menderes Üniversitesi,
Gürcan Şevket AVCIOĞLU/ Selçuk Üniversitesi,
H. İnci Önal / Hacettepe Üniversitesi,
Halil Ekşi / Marmara Üniversitesi,
Hasan Bozgeyikli / Erciyes Üniversitesi,
Hatice Demirbaş / Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi
Hüseyin Gül / Süleyman Demirel Üniversitesi,
İşıl Özyıldırım/ Hacettepe Üniversitesi,
İnci Erdem Artan / Marmara Üniversitesi,
İrem Soydal / Hacettepe Üniversitesi,
İsmail Barış / Üsküdar Üniversitesi,
Koray Üstün / Hacettepe Üniversitesi,
Levent Atalı / Kocaeli Üniversitesi,
Levent Eraslan / Kırıkkale Üniversitesi,
Marilyn Clark / Malta Üniversitesi,
M. Fatih Aysan / İstanbul Şehir Üniversitesi,
Mahmut Hakkı Akın / Necmettin Erbakan Üniversitesi,
Mehmet Çakır / Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi,
Mehmet Dinçer Bilgin / Adnan Menderes Üniversitesi,
Mehmet Güzel / Sakarya Üniversitesi,
Mehmet Tayfun Amman / Sakarya Üniversitesi,
Meral Sert Ağır / Marmara Üniversitesi,
Metin Pişkin / Ankara Üniversitesi,
Muhammet Esat Altıntaş / Erciyes Üniversitesi,
Muhammet Murat Özkul / Balıkesir Üniversitesi,
Muhammet Serhat Öztürk / Hacettepe Üniversitesi,
Murat Şentuna / Adnan Menderes Üniversitesi,
Murat Şentürk / İstanbul Üniversitesi,
Murat Topbaş / Karadeniz Teknik Üniversitesi,
Mustafa Altunoğlu / Anadolu Üniversitesi,
Mustafa Ötrar / Marmara Üniversitesi,
Mustafa Tekin / İstanbul Üniversitesi,
Mutlu Türkmen / Bartın Üniversitesi,
Müge Akbağ / Marmara Üniversitesi,
Nurşen Adak / Akdeniz Üniversitesi,
Oya Hazer / Hacettepe Üniversitesi,
Ömer Faruk Ocakoğlu / Kırıkkale Üniversitesi,
Önder Kutlu / Necmettin Erbakan Üniversitesi,
Özlem Yaşar Uğurlu / Gaziantep Üniversitesi
S. Barbaros Yalçın / Necmettin Erbakan Üniversitesi,
Seçil Özkan / Gazi Üniversitesi,
Seda Taşdemir Afşar/ Hacettepe Üniversitesi,
Serdar Sağlam / Gazi Üniversitesi,
Seval Güven / Hacettepe Üniversitesi,
Sibel Erkal / Hacettepe Üniversitesi,
Sibel Üst Erdem/Yıldırım Beyazıt Üniversitesi,
Sıtkı Yıldız / Kırıkkale Üniversitesi,
Suna Tekel / İnönü Üniversitesi,
Şeref Uluocak / Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi,
Tevfik Erdem / Gazi Üniversitesi,
Tuba Kancı Doğan / Yıldırım Beyazıt Üniversitesi,
Türkan Erdoğan / Pamukkale Üniversitesi,
Ünal Şentürk / İnönü Üniversitesi,
Vefa Taşdelen / Yıldız Teknik Üniversitesi,
Vehbi Bayhan / İnönü Üniversitesi,
Yasemin Özkan / Hacettepe Üniversitesi,
Zekeriya Mızrak / Necmettin Erbakan Üniversitesi

*İsme göre alfabetik sırada/In alphabetical order by name

Akademik İçerik Danışmanlığı ve Hazırlık/

Content Advisor

Alban Tanıtım Ltd. Şti.

Tunalı Hilmi Cad. Büklüm Sokak No: 45/3

Kavaklıdere/Ankara Tel: 0.312 430 13 15

e-mail: alban@albantanim.com.tr

web: www.albantanim.com.tr

Yayın Koordinatörü/Broadcast Coordinator

S. Bahar Alban

Tasarım ve Uygulama/Graphic Design

Alban Tanıtım Ltd. Şti.

Tashih/Proofreading

S. Bahar Alban

Baskı Öncesi Hazırlık/Prepress

Alban Tanıtım Ltd. Şti.

Kapak Fotoğrafı/Cover Photo

shutterstock

Yayın Türü/Type of Publication

Yaygın Süreli Yayın/Peer Reviewed Academic Journal

Yayın Periyodu/Publishing Period

Dört ayda bir (Nisan, Ağustos, Aralık aylarında)

yayımlanır/Three times a year (April, August,

December)

Baskı ve Cilt/Press

Hermes Ofset Ltd. Şti.

Büyük Sanayi 1. Cadde No: 105 İskitler / ANKARA

Ankara - Aralık 2019/Ankara December 2019

Dergi Atf Adı/Journal Name

Gençlik Arş. Derg./Journal of Youth Research



Yönetim Yeri/Management Location

T.C. Gençlik ve Spor Bakanlığı Eğitim, Araştırma ve

Koordinasyon Genel Müdürlüğü

Örnek Mahallesi, Oruç Reis Caddesi No:13

Altındağ, Ankara Telefon: +90 (312) 596-6000

e-mail: genclikarastirmalari@gsb.gov.tr web:

http://genclikarastirmalari.gsb.gov.tr

İçindekiler *Table of Contents*

İNCELEME / ARAŞTIRMA

Türkiye’de Gençlerin Gönüllülük Faaliyetlerine Katılım Durumu
Participation of the Young in Volunteering Activities in Turkey
Aylin Görgün Baran

05
19

İNCELEME / ARAŞTIRMA

Gönüllülük Olgusunu Sosyolojik Teorilerle Anlama Denemesi
Essay on Understanding Volunteering Fact from Sociological Theories
Selda Taşdemir Afşar

27
50

İNCELEME / ARAŞTIRMA

Sağlık İnsangücü Adaylarında Gönüllülüğün Tahmin Edilmesi
The Prediction of Volunteerism in Health Workforce Candidates
Mehtap Çakmak Barsbay

59
70

İNCELEME / ARAŞTIRMA

İşlevsel Yaklaşım ile Gönüllülük Motivasyonlarının İncelenmesi:
Üniversite Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma
Investigation of Volunteerism Motivations with Functional Approach:
A Research on University Students
Ümit Doğrul

77
92

İNCELEME / ARAŞTIRMA

Dijital Ortamda Örnek Bir Gönüllülük Projesi: Türkiye’nin İhtiyaç Haritası’nda Gençlerin Görünümüne Yönelik Bir Değerlendirme
A Leading Volunteering Project in Digital Medium: An Evaluation on the Position of Youth in Turkey’s Needs Map
Zaliha İnci Karabacak & Ayşe Aslı Sezgin

101
116

İNCELEME / ARAŞTIRMA

Üniversite Öğrencilerinin Gönüllülük Davranışları ve Motivasyonları Üzerine Bir Araştırma: Çağ Üniversitesi Örneği
A Research on Volunteer Behavior and Motivations of University Students: Çağ University Case
Murat Gülmez

125
146

İNCELEME / ARAŞTIRMA

Sosyal Hizmet Bölümü ve Halkla İlişkiler Bölümü Öğrencilerinin Bireysel ve Sosyal Sorumluluk Seviyeleri ile Girişimcilik Potansiyelleri Arasındaki İlişkinin Ölçülmesi
Measurement of the Relationship Between Individual and Social Responsibility Levels and Entrepreneurial Potentials of the Students of the Department of Social Work and Public Relations and Advertising
Hilal Kılıç & Umut Solmaz

155
170

Yazarlara Notlar

Notes for Contributors

180
182



Copyright © 2019 T.C. Gençlik ve Spor Bakanlığı

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

Gençlik Araştırmaları Dergisi • Aralık 2019 • 7(Özel Sayı) • 5-18

ISSN 2147-8473

Başvuru | 23 Eylül 2019

Kabul | 05 Ekim 2019

Türkiye’de Gençlerin Gönüllülük Faaliyetlerine Katılım Durumu

Aylin Görgün Baran*

Öz

Bu makalede gönüllülük konusu gençler üzerinden irdelenmiştir. Çalışmanın amacı gerek dünyada gerekse Türkiye’de gençlerin gönüllülük faaliyetlerine katılım durumlarının nasıl olduğunu literatür üzerinden ortaya koymaktır. Çalışmanın yöntemi literatür incelemesine yöneliktir. Gençlerin bir yaşam politikası olarak gönüllü davranışlara yönelmesini nasıl sağlayabiliriz, sorusu üzerinden tartışma yürütülmüştür. Çalışmanın teorik çerçevesini felsefi açıdan varoluşçuluk, sosyolojik açıdan ise özneyi ilişkiselliği oluşturmaktadır. Sonuç olarak Türkiye’de gençlerin gönüllülük faaliyetlere katılımını yükseltmek için aile, okul, medya gibi kurumların insani davranışları ve ekosistemi önceleyen uygulamalara önem vermesi yetişkinlerin rol model oluşturması ve devletin bu konuda kanun ve mevzuatı oluşturması gerekmektedir.

Anahtar Kelimeler: Gençlerde Gönüllülük, Sosyalleşme, İnsani Davranışlar, Varoluşçuluk, Aktif Katılım ve Vatandaşlık.

* Prof. Dr., Hacettepe Üniversitesi, Sosyoloji Bölümü, Ankara, abaran@hacettepe.edu.tr, ORCID: 0000-0003-422-1941

Abstract

Volunteering is examined in terms of the young in the study. The aim of the study is to reveal the state and level of participation of the young in volunteering activities both in Turkey and the world on the basis of the literature. The method of the study is the literature review. The discussion is made through the question related to how we can provide the young to act voluntary behaviors as a life policy. The theoretical frame of the study is consisted of existentialism in terms of philosophy and subject-structure relationality in terms of sociology. As a result, the participation level of the young in volunteering activities is low in Turkey and in order to increase this level, it is required that the organizations such as family, school, media, etc should place importance to practices prioritizing humanistic behaviors, the adults should be role models and the government should establish the relevant laws and regulations.

Keywords: Volunteering in the Young, Socialization, Humanistic Behaviors, Existentialism, Active Participation and Citizenship, Digital Activism.

Giriş

Gönüllülük, son yıllarda belki 21. Yüzyılın muğlaklığı ve belirsizliği karşısında insani bir davranış olarak yeniden gündeme gelen önemli kavramlardan biri olmuştur. Küresel sistemin yarattığı krizler olarak bilinen yoksulluk, savaşlar ve göçler nedeniyle oluşan, yalnızlaşma, yabancılaşma ve bireyselleşme karşısında duyulan kaygı ve endişe gerek ulusal gerekse uluslararası sivil kuruluşları harekete geçirmiştir. Bir taraftan küresel sistem yarattığı sorunlarla kriz oluştururken öte taraftan bu krizlerin nasıl aşılabileceği konusunda bireyleri, sivil kuruluşları sorumluluğa ve yardıma çağırır. Oysa ulusal sistemin sosyal devlet anlayışı adil bir biçimde işletilebilse insanların yaşadığı bu acılar uç noktalara varmadan çözüme kavuşturulabilir. Ahlaki bir sorumluluk olarak vurgulanan gönüllülük, aslında devletin bu konuda yapması gereken görevlerinin üzerine bir örtü örtülmesinde bir araç olarak kullanılmaktadır. Sistemsel sorunlara rağmen kökleri tarihin derinliklerinde olan insanlık adına bireyin herhangi bir maddi-manevi karşılık beklemeden yardım etme isteğini bir gerçeklik olarak inkâr edemeyiz. Bu anlamda gönüllülük insan olmanın bir gereği olarak kabul edilir ve birey bunu zorla değil kendi özgür iradesiyle yapar. Bu kapsamda felsefi anlamda varoluşçuluk, varlığımızdan ötürü ya da varlığımızı anlamlandırmak adına canlı-cansız/eko-sisteme sorumlu davranmanın gereği üzerinde durur. Bu çalışmada gençlik ve gönüllülük olgusu hem varoluşçu felsefi görüş açısından değerlendirilmekle hem de sosyolojik açıdan yapı-özne ilişkiseliliği çerçevesinde analiz edilmektedir.

Gençlik; fizyolojik ve biyolojik anlamda bedenin gelişimi açısından bir geçiş dönemi olarak kabul edilmesine rağmen sosyolojik ve psikolojik açıdan her yaş döneminde içinde bulunulan grupta, bireyin zihninde, davranışında ve ruhunda önemini koruyarak kendisi

ile birlikte yaşar hale gelmiştir. Böylelikle gençlik artık bireyde kalıcı, süreklilik taşıyan bir deneyim haline gelmekte ve tahayyülünde kendisi ile birlikte yaşamakta ve yaş almasına rağmen insanın kendini genç hissetmesi ile bize gençlik döneminin geçici olmadığını göstermektedir. Bu bağlamda sosyolojik ve psikolojik açıdan gençliği biten ya da geçici bir dönem olarak değil, aksine devam eden ve deneyimlerle birlikte yaşayan bir süreç olarak değerlendirilmesi gerektiği kanaatindeyim. Çünkü gençlik bir yaşam dönemi değil bir akıl hâli olarak inşa sürecidir. Yani yaş bireyin kendi kararı olarak işlevsel olur. Durum böyle olunca gençlerin gönüllüğü de bu noktada daha çok anlam kazanır.

Gönüllülük yalnızca gençleri ilgilendiren bir olgu olmayıp, insan olmanın ahlaki bir ödevi olarak düşünülmelidir. J. Locke, J. Mill, J.J. Rousseau gibi Aydınlanma Dönemi düşünürleri (Göze, 1998), bireylerin hakları üzerinde yoğun olarak durmakla birlikte bu hakların sorumluluklarla birbirine bağlı olduğu için anlam kazandığına işaret ederler. Sosyolojik açıdan hak ve sorumluluklar bir zincirin halkaları gibi birbirine bağlanmıştır (Tan, 1985). Bu noktada Varoluşçu Sartre’a göre, yaşamı anlamlandırmanın yolu insanın ekosisteme “sorumluluk” duymasından geçmektedir. Sorumluluk kendini mutlu etmek ile ilgili olduğu kadar başkalarını mutlu etmekle de alakalıdır. Bu karşılıklı ilişkisellik durumu aynı zamanda insanın ontolojik varlığının bir gereğidir. Varoluşçuluğa göre, insan bir varlıktır ve var oluşu özden önce gelir ve onun çevresindeki olan-bitenden sorumluluk duyarak yaşamını anlamlandırmasına yol açar (Sartre, 1967, s.9-10). Bu açıdan gönüllülük yaşamı anlamlandırmanın bir yoludur. Diğer bir ifade ile yaşamı anlamlandırmak gönüllülük esasında davranmayı olanaklı kılmaktadır. Çünkü gönüllülük, sorumlu yurttaş olmanın bir gereği olarak toplumsal duyarlılığı geliştiren ve yaşamı anlamlandırmayı gerektiren ahlaki bir davranıştır. BM’ye göre, gençlik gönüllülüğü, gençlerin gelişimine ve sosyal aidiyetlerinin güçlenmesine hizmet eden, aynı zamanda onların yakın sosyal çevrelerinin gelişimine anlamlı katkılarda bulunmasını kolaylaştıran önemli bir faaliyet olarak nitelenmektedir (Aytaç ve diğerleri, 2008). Ayrıca gönüllülük, sivil toplum kuruluşları aracılığıyla demokrasinin ve demokratik katılımın bir gereği olarak görülmektedir. Demokratik yaşam bireylere belirli sorumluluklar yükler ve onların aktif vatandaş olmalarını ön görür. Böylelikle gönüllülük toplumda demokratik katılımın bir özelliği olarak sorumluluk duygusu ile hareket etmeyi gerektirir.

Sorumluluk aslında hayatı yaşamının kendisidir ve yaşamı anlamlandırmanın bir yoludur. Hayatı yerine getirilmesi gereken bir görev olarak düşünürsek yaşamı anlamlandırmayı başarmak kolay değildir. İnsan yaşamının gelip-geçiciliği bu yaşamın anlamlı kılınmasına işaret eder. Bu yol yaşama sanatı olarak değerlendirilir. Çünkü hayat yolu başlı başına bir amaç içerir. Bu amacı gerçekleştirmeye niyetlenen özne-birey, anlamlı bir tasarımı açığa çıkaran bir davranışta bulunarak yaşamı sanata çevirebilir ve hem başkaları için hem de kendisi için mutlu olmaya yönelebilir (Schopenhauer,2008, s.29; Eagleton, 2007, s.93-107; Sartwell, 2000; 46-48). Aristoteles (Eagleton, 2007, s.107), mutluluğa erdem yolu ile ulaşılacağından söz eder ve erdem zihinsel bir tutumdan çok toplumsal bir pratik olduğu üzerinde durur. Bu ifade bireyin yaşamını sürdürmek için kendi varlığını, sorumluluklar üstlenerek gerçekleştirmesi ve toplumsal bir fayda sağlaması anlamına gelir. Varoluşçuluk açısından insanın yaşama karşı sorumlu olmak gibi bir ödevi bulunmaktadır.

Bunu yerine getirmek için erdem, duyarlılık ve empati mekanizmasını hep canlı tutması gerekir. Böyle bir anlayış, bireyi, tüm insanlara, hayvanlara, canlılara hatta somut olmayan nesnelere kısacası tüm eko-sisteme karşı nasıl davranması gerektiğini kavramaya götürür. Bu durum kısacası insani olanın aynı zamanda ahlaki olanın kendisi olduğu gerçeğinin de kabul edilmesidir.

Konu böylesine önemli iken, bizi ilgilendiren mesele felsefi bir anlam içeren gönüllülüğün nasıl kazanıldığı ve gençler için gönüllülüğün neden önemli olduğu sorularıdır. Özellikle gençlerin gönüllülük kapsamında ne türden faaliyetlerde buldukları ve bu durumun dünyada ve Türkiye'deki yansımalarının neler olduğu merak konusudur. Bu çalışmanın amacı, gönüllülük bağlamında bu soruların yanıtını oluşturacak bir değerlendirme ile gençlerin gönüllülük durumu ile ilgili tespitte bulunmaktır. Çalışmanın yöntemi olarak konu ile ilgili literatür incelemesine yönelik bir değerlendirme gerçekleştirilmiştir. Dolayısıyla bu çalışmada öncelikle gönüllülük kavramının ne olduğu ve nasıl kazanıldığı üzerine teorik açıklamalarda bulunulmakta daha sonra gençlerde gönüllülüğün dünya ve Türkiye'deki yansımalarına değinilmekte ve sonuçta genel bir değerlendirme yapılarak öneriler sunulmaktadır.

Gönüllülük Kavramının Tanımı

Bu konuda üzerinde uzlaşmış, ortak bir tanımın verilmesi güç gözükmemektedir. Aslında gönüllülük konusunda tek bir tanımdan hareket etmek de uygun karşılanmamaktadır. Çünkü farklı farklı tanımların yapılması demek aslında bu kavramın esnekliğini görmek demektir. Çakı'nın aktardığına göre (2014, s. 187), **gönüllülük**; "Finanssal kazancı amaçlamayan, kişinin kendi özgür iradesiyle yapılan, üçüncü bir tarafa yarar sağlayan, kurumsal bir ortamda gerçekleşen çalışma." olarak tanımlanmaktadır. Uluslararası gönüllülük kavramının tanımına bakıldığında yine Çakı'nın (2011, s.145) aktarttığı çerçevede farklı kültürlerdeki gençlerin bir araya getirilerek gönüllü faaliyetlerde bulunulması, bu gençlerin farklı deneyimler edinmelerini ve bu kültürleri öğrenmelerini içeren bir anlama sahip olduğu ifade edilmektedir. Balaban ve diğerlerine (2015, s.150) göre, gönüllülük en temel anlamı ile bireylerin maddi çıkar beklemezsizin kendi iradeleri ile toplumsal yarara hizmet eden faaliyetlere destek vermek anlamında tanımlanmaktadır. Bu tanımların ortak noktası herhangi bir maddi kazanç beklemezsizin yapılan yardım ve hizmetlerdir. Bu kapsamda gönüllülük, insanların zihninde pozitif bir anlamı ifade etmekte ve insanları, toplumları birbirine yakınlaştıran bir değer olarak kabul edilmektedir (Gönüllülük Yılı, 2019). Tanımlardaki bu esnek anlayış hızlı teknolojik, bilimsel ve toplumsal değişimler karşısında belki bir avantaj olarak görülebilir. Keza değişim, bireyin sürekli aktif olmasını gerektirir, yeniliklere açılım ve katılım olanaklarını yaratır. Bu kapsamda gönüllülük, Durkheim'in kavramı ile ifade edilirse özgeci-diğerkâmlılık (altruistic) kavramına denk düşer. Çünkü özgeci davranış toplumsal sorumluluk duygusunun yüksekliği ile eş değerdir. Bu kavram bir başkasına yardımcı olmayı ve olup-bitenden kendini sorumlu hissetmeyi niteler. (Ritzer&Stepnisky, 2014, s.95). Başkaları için kaygı duymayı, cömert olmayı, sosyal sorumluluğu ve toplum ruhunu hedef alan gönüllülük faaliyetleri temel insani değerlerin başlıca yansıması olarak karşımıza çıkar. Gençlik ve Spor Bakanlığının

2019 Yılı Gönüllülük yılığında, gönüllülüğün, “yardım etmeyi, ait olma duygusuna sahip olmayı, bağlılık ihtiyacı, itibar ve saygınlık kazanma, kendilik inşası, arkadaşlık kurma, kariyer yapma, becerilerini artırma, kendini daha iyi hissetme, daha iyi imkânlarla ulaşma, hayatını düzene sokma, daha etkin bir bilgiye sahip olma motivasyonlarıyla” yapılabildiği belirtilmektedir. Söz konusu yıllıkta ifade edilen bir başka tanıma göre, gönüllülük, herhangi bir karşılık beklemeden, akıl, beden, zaman, emek gibi değerlerin insanlarla ve diğer varlıklarla paylaşılması anlamına gelmektedir. Bu tanımın felsefi anlamda ahlak kavramıyla örtüştüğü görülmektedir.

Bu açıklamalar karşısında bireyin dolayısıyla konu itibarıyla gencin gönüllü olması ya da gönüllülük davranışını kazanması nasıl sağlanacaktır: sorusunun yanıtı basit gibi görünmekle birlikte pratikte gerçekleştirilmesi zordur. Bunun yapılabilmesi birçok açıdan izah edilebilir. Giddens’in vurguladığı gibi sosyolojik açıdan hem birey-özne bazlı süreçsel ilişkilere hem de yapı-sistem bazlı sosyal politikalara bakılması gerekir (Elliot, 2017, s.177). Özne-yapı bir aradığı konunun anlaşılması bakımından önemlidir.

Birey bazlı bakış, sosyalleşme/sosyalizasyon süreciyle ilgilidir. Bu bakımdan sosyalleşme süreci bebeklikten itibaren neyin, nasıl öğretilmesi gerektiği konusunda ebeveynlerin ya da bakıcılarının bilgilili ve bilinçli davranış pratiklerine sahip olmalarını ve ahlaki değerlere yönelik söylem üretmelerini gerektirir. Çocuk yaşlarda temelleri atılan böylesine ahlakçı bir terbiye ve eğitimin bireye kazandırdığı şey tüm canlıların varlığının ve yaşamasının gerekli olduğunu öğrenmesidir. Ama yalnızca bu davranışı öğrenmek yetmez aynı zamanda çevresindeki diğer bireylerin davranışlarında da bu türden uygulamaları gözlemlemesi gerekir. Bandura’nın (Kaya, 2007, 424) vurguladığı üzere “gözlem yoluyla öğrenme” bu açıdan önemlidir. Çünkü çocuğun çevresindekileri görerek ve gözlemleyerek -bunun içerisinde taklit ve öykünmede vardır- davranışları pekişir. Bu konuda İbn-i Haldun’un sözlerine kulak vermek gerekir. Yetişkinler, İbn-i Haldun’a ‘çocuklarımızı nasıl terbiye edelim?’ diye sorduklarında şu yanıtı vermiştir: “Bir şey yapmanıza gerek yok. Nasıl olsa kendinize benzeyecektir. Bu nedenle kendi davranışlarınızı terbiye edin.” öğüdünü verir. Bu ifadeler eko-sisteme zarar vermemenin sosyalleşme sürecindeki öğrenmelerle yakından bağlantılı olduğunu ortaya koyar.

İşte gönüllü davranışın ve sosyal sorumluluğun doğduğu yer de burasıdır. Ev içindeki yetişkin davranışları çocuğun büyüdüğünde nasıl bir davranış göstereceğine büyük ölçüde kanıt teşkil eder. Ahlaki değerler düzeyinde çocuklara verilen eğitimden önce yetişkin davranışlarının daha önemli olduğunu hatırlatmak gerekir. Gözlem yoluyla öğrenme ve yetişkinlerin rollerini taklit etme gerçeği dikkate alındığında, çocuğun eğitiminde ve terbiyesinde kendisi gibi olmayandan sorumluluk duymasını, saygısızlık etmemesini ve topluma karşı duyarlılığı öğrenmiş olacaktır. Bu durum aynı zamanda sosyolojik olarak birlikte yaşamanın da ilk adımını oluşturur.

Gönüllülük meselesine yapı bazlı sosyal politika olarak bakılmasının anlamı ise siyasi mekanizmaya hakim olan iktidarın uygulamaları kast edilmektedir. Gönüllülük bireysel olduğu kadar sosyal-kamusal yönü olan bir davranıştır. Zira günümüzde gönüllülüğün küresel bir değer olarak kabulü uluslararası güçlerin dünya genelinde yol açtığı krizlerin

çözümüne bir katkının beklentisinden ibarettir. Bu krizlerin başında güvende olma, göç ve yoksulluk gelmektedir. Bu meselelerden dolayı insanlığa yardım adı altında gençlerde gönüllülük meselesi önem taşımaktadır. Devletin yetişemediği ya da kamu politikasını uygulayamadığı durumlarda bireyleri yardıma çağırarak sorunun üstesinden gelmesini amaçlamaktadır. Bu konuda küresel güçler, ulusları yardıma çağırarak ve politika geliştirmeleri önerilerinde bulunmakta hatta küresel çapta sivil örgütleri maddi açıdan destekleyerek onları görevlendirmektedir. Gönüllülük meselesinin yapısal anlamdaki önemi buradan kaynaklanmaktadır. Bu bağlamda gönüllülüğün yerel, bölgesel ve ulusal çapta küresel anlamda ortak bir değer olarak kabul edilmesi toplumsal, ekonomik ve politik bir durum olarak değerlendirilmesi söz konusudur. Böylelikle gönüllülük insanlığın gelişim sürecinde farklı mekânlarda ve farklı zamanlarda toplumların hem refah hem de kriz dönemlerinde uygulanan bir politika olarak değerlendirilebilir. Bu konu teolojinin de ilgi alanına girmekle birlikte biz bu makalede gönüllülük meselesine felsefi ve ahlaki açıdan yaklaşıyoruz.

Kısaca gönüllülük meselesi gerek özne gerekse yapı mekanizmalarının ilişkiselliği içerisinde ele alınmakta ve hem bireyin özgür iradesi hem de devletin politikaları bağlamında açıklık kazanmaktadır. Çünkü gönüllülük ile ilgili hususlar gerek yazılı gerekse sözlü olarak kültürel miras çerçevesinde kuşaktan kuşağa aktarılmakta ve topluma her yeni katılan birey bu davranışları, içinde ve ilişkide bulunduğu kurumlar aracılığıyla öğrenmektedir. Böylelikle gönüllülük hem öğrenilen hem de öğretilen bir anlayışı bünyesinde barındırır. Bireyin çocukluk döneminden başlayarak akıl ve bilinci sayesinde yetişkinlik deneyimleri ile harmanlanarak kazanılır. Dolayısıyla ilişkisel sosyoloji açısından gönüllülük meselesi çok yönlü olarak özne-yapı çerçevesinde değerlendirilebilir. Yani bireyin isteği ve yapının etkisinin ilişkisel bir durum yarattığı noktasından hareketle gönüllülük meselesine bakılabilir. Şimdi dünyada gençlerin gönüllülük faaliyetine katılımları ve gönüllülük meselesine bakışlarının nasıl olduğunu görmeye çalışalım.

Dünyada Gençlerin Gönüllülük Durumu

Gönüllülük Yılığ 2019 raporunda belirtildiği üzere, Birleşmiş Milletler'in gönüllülük yaklaşımı şu şekilde açıklanmaktadır: "Gönüllülük; yoksulluğun azaltılması, sürdürülebilir kalkınma, sağlık, gençliğin güçlendirilmesi, iklim değişikliği, afet ve acil durum yönetimi, sosyal entegrasyon, insani yardım ve bilhassa sosyal dışlama ve ayrımcılıkla mücadele stratejilerinin önemli bir parçası olarak görülmektedir." (Gönüllülük Yılığ 2019). Leigh'nin (2011, s.20) hazırladığı Dünyada Gönüllülüğün Durumu 2011 raporunda ise dünyada gönüllülerin sayısının 1 milyar kişiden fazla olduğu belirtilmektedir. Öyle ki bu sayının, iş gücü olarak 109 milyon tam zamanlı çalışan işçiye eşdeğer olduğu vurgulanmaktadır. Bu sayı dikkate alındığında gönüllülerin dünyanın 5. ülkesini oluşturduğu ifade edilmektedir.

Dünyada gönüllülük faaliyetleri üzerine yapılmış geniş bir literatür bulunmaktadır. Özellikle belli büyük kuruluşların yaptığı çalışmalar önem taşımaktadır. Bunlardan biri olan OECD'nin 2015 yılındaki verileri önemli bilgiler içermektedir. OECD 2015 verilerine göre Avustralya, Kıbrıs, Estonya, Japonya, Hollanda, Yeni Zelanda, Slovenya, Türkiye'de gençlerin özellikle spor kulüplerine olan üyeliklerinin daha yüksek oranlarda seyrettiği

belirtilmektedir. Şili, Almanya, Kore, Meksika, Polonya ve ABD gibi ülkelerde ise dini kurum ve organizasyonlara katılım yüzdesinin daha fazla olduğu vurgulanmaktadır. OECD ülkeleri içerisinde Türkiye’nin ise her alanda sayıca diğer ülkelere daha az yüzdelerle sahip olduğu, en çok politik partilere katılım açısından yüksek düzeyde bir katılımın olduğu ifade edilmektedir. Sendikalara katılım bakımından ise refah düzeyi yüksek olan İskandinav ülkelerinde daha fazla olduğu görülmektedir. ABD, İsveç, Yeni Zelanda ve Avustralya gibi gelişmiş ülkelere ise gençlerin insani yardım ve hayır organizasyonlarına katılımı diğer OECD ülkelerine göre daha yüksektir.

World Giving Index 2014 yılında gönüllülük üzerine bir rapor hazırlamıştır. Bu raporun verileri 2012-2013 yılına aittir. Raporda index puanları CAF (Charities Aid Foundation) ülkelerinde uygulanan ankete verilen cevaplara göre bir ortalama değer üzerinden hesaplanmaktadır. Rapor doğrudan gençlere yönelik olmamakla birlikte Türkiye’nin durumuna işaret etmesi bakımından önem taşımaktadır. Raporda üç bağış alanı belirlenmiştir. Bu alanlar: yabancı birisine yardım etmek (helping a stranger), hayır kuruluşuna para bağışında bulunmak (donating money to charity), gönüllülük süresi (volunteering time) ile sınırlandırılmıştır. Bu alanlar üzerinden ilk 20 ülkenin sıralaması yapılmıştır. Buna göre, World Giving Index 2014 yılı verilerine kapsamında Myanmar her üç alanda yaptığı katkılara göre birinci sırada yer alırken, ABD ikinci, Kanada üçüncü, Avustralya altıncı, İngiltere yedinci, Hollanda on ikinci, Kenya on beşinci, Danimarka on sekizinci, İran on dokuzuncu ve Jamaika yirminci sıralarda yer almıştır. Bu sıralamaya girmemekle birlikte Türkiye’nin World Giving Index (2014) raporunda Türkiye’nin durumu şöyle izah edilmiştir:

1. Yabancıya yardım etmek konusunda dünya sıralamasında %38 oranıyla 108. sırada,
2. Bir hayır kurumuna para bağışında bulunma (donating money) konusunda dünya sıralamasında %12 ile 112. sırada,
3. Gönüllülük süresi bakımından (volunteering time) dünya sıralamasında %5 ile 132. sırada yer almaktadır.
4. Rapora göre genel sıralamada tüm bu üç alan değerlendirildiğinde Türkiye’nin 128. ülke konumunda bulunduğu belirtilmektedir.

Eurostat’ın 2019a raporunda, 16-29 yaş arasındaki gençlerin gönüllülük düzeyinde “formal,” “informal,” “aktif vatandaşlık ve katılım” olmak üzere üç farklı alanda ülkelerin verileri belirlenmiştir. Buna göre formal gönüllülük aktivitelerine katılımında en yüksek düzeydeki ülkeler: %45,6 ile Norveç, %42,1 ile Hollanda, %39,8 ile Lüksemburg ve %38,4 ile Danimarka olmuştur. Bu konuda en düşük düzeyde katılım gösteren ülkeler arasında Kıbrıs (%5,6), Malta (%5,9) ve Romanya (%6,7) yer almaktadır. Informal gönüllülük aktiviteleri bağlamında ise %90,6 ile Hollanda, %80,1 ile Norveç ve %79,4 ile Finlandiya gelmektedir. Informal katılım açısından en düşük ülkeler arasında ise %0,3 ile Malta ve % 2,2 ile Kıbrıs yer almaktadır. Aktif vatandaşlık ve katılım anlamında (Eurostat 2019a) ise, %35,4 ile İsveç, %28,3 ile İzlanda ve ardından %28 ile Finlandiya takip etmektedir. En düşük aktif vatandaşlık katılımı ise % 1,1 ile Kıbrıs ve ardından %2,6 ile Slovakya gelmektedir. Eurostat’ın 2019a açıklamalarına göre, formal gönüllülük faaliyetleri, informal

gönüllük faaliyetleri, katılımcı aktiviteler ve aktif vatandaşlık eylemlerine katılımın düşük olmasının nedenini gençlerin zamanım yok, ilgim yok ve belirsiz olarak değerlendirdikleri saptanmıştır.

Global Youth Wellbeing 'in 2017 yılı (Sharma ve diğerleri, 2017, s. 62) raporuna göre ülkelerde toplumsal cinsiyet eşitliği, ekonomik fırsatlar, eğitim, sağlık, güvenlik, aktif vatandaşlık ve internet kullanımı gibi değişkenlerin varlığı ülkeler için bir iyilik hali olarak tanımlanmaktadır. Bu iyilik halinde ise gençlerin önemli bir yeri olduğu belirtilmektedir. Özellikle, aktif vatandaşlık konusunda gençlerin gönüllüğünün bir göstere olduğu belirtilmektedir. Aynı raporda genç gönüllüğünün aktif katılımdaki yerinin daha doğrusu demokrasi ve aktif vatandaşlık anlamındaki ağırlığının %18 olduğu görülmektedir. Bu rapora göre, Türkiye'de gençlerin genç gönüllük oranına bakıldığında 29 ülke arasından 28. ülke olarak alt sıralarda yer aldığı vurgulanmaktadır. Ülkelere göre genç gönüllüğün yüzdesinin en yüksek olduğu ülke Endonezya, ABD ve Avustralya olmuştur (Sharma ve diğerleri, 2017, s.62). Bu rapora göre aynı zamanda Türkiye, gençlerin en stresli olduğu ülke (%72) olup, aktif vatandaşlık bağlamında düşük seviyelerde yer aldığı ifade edilmiş ve bu konuda 28 ülkeden 24. sırada yer almıştır. Türkiye'de gençlerin beklentileri anlamında 28 ülke içinde 10. sırada, gençlerin evde internet kullanımında 11. sırada ve İnternet kullanımı için ise 10. sırada bulunduğu ifade edilmiştir (Sharma ve diğerleri, 2017, s.152-153).

Uluslararası bu kuruluşların verileri göstermektedir ki, Avrupa'da gençlerin gönüllük faaliyetlerine katılım düzeyi yüksektir. Bu ülkelerdeki 15-29 yaş aralığındaki genç nüfus oranının düşüklüğü ve eğitim oranının yüksekliği de dikkate alınırsa gençlerin gönüllük konusundaki bilinçliliğinin önemli bir faktör olduğu söylenebilir.

Türkiye'de Gençlerin Gönüllük Durumu

Türkiye'de gençlerin gönüllük üzerine yapılan çalışmalar son derece sınırlıdır. Sınırlı olmasının nedeni konunun önemsenmemesinden değil, çok eski dönemlerden bu yana karşılık beklemeden yapılan bir kültürel davranışın kanıksanmasından kaynaklandığı düşünülmektedir. İleri modernitenin her alandaki hızlı değişimleri karşısında gönüllük meselesinin giderek çıkar ilişkisine dönüşmesi ve insanların güven yitimine uğraması karşısında küresel etkilerle birlikte Türkiye'de hükümetlerin bu konuya özel önem vermeye başladıkları görülmektedir. Şimdi bu konuda yapılan sayılı araştırmalardan söz edelim.

Kurtaran (2009) tarafından yapılan, Türkiye Gençlik Çalışması Alan İzleme Raporu'na göre, Türkiye'de genç nüfus nicelik olarak artmakta fakat toplam nüfus içindeki oranları azalmaktadır. GSGM (Gençlik Spor Genel Müdürlüğü) bünyesindeki gençlik merkezi başına düşen genç sayısı 85.000'in üzerindedir. Türkiye'de gençlik derneği başına 20.382 genç düşmektedir. Bu çok yüksek bir rakamdır. GSGM bütçesinin sadece %2.2'si gençlere harcanmaktadır. Genç nüfusun %30'unu oluşturan eğitimli gençler için gençlik bütçesinin %75'i harcanmaktadır. Dezavantajlı gençler bütçenin %25'inden yararlanabilmektedir. Dolayısıyla dezavantajlı gençlerin gönüllük faaliyetlerine katılımı da düşüktür. Gerek maddi imkân gerekse eğitim ve bilgi eksikliği dezavantajlı gençlerin gönüllük çalışmalarına katılımını engelleyen faktörler olarak düşünülmektedir.

Warth'ın (2013, s.253-254), Türkiye'de yaptığı bir araştırmada, gençlerin farklı gönüllülük durumlarının olduğu tespit edilmiştir. Araştırma sonucunda: Dayanışmacı bir toplumda örgütlenmemiş olarak yardıma hazır olma hali, örgütlü yardım yapma ve toplumsal katılımcılık hali, demokratik ve sivil toplumsal faaliyetlere yönelme hali, gönüllülük ve dinsel bir eylem hali olmak üzere dört farklı gönüllülük tipi belirlemiştir. Warth, gençlerin gönüllülük halinin tek tip, standart olmadığını, gençlerin gönüllülük konusunu anlamlandırmada farklı düşüncelerinin bulunduğunu belirterek, gönüllülük kavramının dinamik olduğunu ve değişebileceğini ifade etmektedir. Araştırmaya göre, katılımcıların bir kısmı gönüllülük meselesini aile içerisinde yetişkin ebeveynin davranışlarında gördüğü üzere geliştirdiğini söylemektedir. Öte yandan gençlerin sivil toplum örgütlerinde yine karşılık beklemeden yardım yapmakta oldukları ayrıca bizzat yardım yapmak üzere örgütlenmiş gönüllülerin bulunduğu, yine başkaları için yardımı gönülden yapmak, dinsel bir edininim olarak yapmak anlamında eylemliliklerde buldukları tespit edilmiştir (Warth, 2013, s.253-254). Böylelikle genç katılımcıların gönüllülük anlayışının farklılaştığı ve gençlerin tek tip bir gönüllülük anlayışından ziyade çeşitlilik göstermesi bakımından pozitif yönde değerlendirildiği görülmektedir.

Türkiye'de gönüllülük faaliyetleri sayıları gittikçe artan sivil toplum örgütleri tarafından yapılmaktadır. Ancak bu artışa rağmen halen yurt dışındaki sivil örgütlerin sayısından daha az olduğu belirtilmektedir. Bunun nedenleri arasında gençlerin sivil örgütleri tanımaması ve bu örgütlere güvenilmemesi bulunmakta dolayısıyla gönüllülük faaliyetlerinden uzak durmaları söz konusu olmaktadır. Oysa ki, Almanya'da yapılan bir araştırmada, gençlik yıllarında gönüllülük faaliyetlerine katılan bireylerin yetişkinlik yaşlarında da bu faaliyetlerde katılımcı olma eğilimlerinin yüksek olduğu bulunmuştur. Hatta ailesinde gönüllü davranış örneği sergileyen yetişkinlerin bulunması, gençlerin gönüllülüğe yönelmelerini sağlayan bir faktör olarak değerlendirilmiştir (Warth, 2013, s.249).

Türkiye'de gönüllülük söyleminin çok önemli bir başka argümanı, gönüllülüğün sivil toplumun, insan haklarının ve demokrasinin de temeli olduğu kanaatidir. Buna göre, gönüllülüğün çoğalması sivil toplumun gelişimiyle eş anlamlıdır. Sivil toplumun gelişmesi adına gönüllü katılımı gerçekleştirecek olan kesimin, gençler olduğu üzerinde durulmakta ve demokrasinin gelişmesi ile sivil toplumun gelişmesi eş zamanlı olarak değerlendirilmektedir (Betil 2013, s.17). Yine araştırmalar, STK'ların gençlere hoşgörü ve farklılıklara saygılı olma konusunda çok şey kattığını ifade etmektedir. Gönüllülük, kalkınma ve demokrasi temaları arasındaki bağda özellikle gençlerin rolünün önemli olduğu vurgulanmaktadır. Türkiye'de gönüllülüğün özellikle hayır-hasenat etrafında şekillenmesi, burs, çocuk okutma gibi eylemler aracılığıyla yürütülmesi kültürel bir aktarım olarak bilindiğinden, Türkiye'de batı tarzı bir gönüllülüğün geliştirilmesinde özellikle gençlerin rolü önem taşımaktadır. İstanbul Gençliği üzerine yapılan bir araştırmaya (Yentürk ve diğerleri, 2006) göre, İstanbul gençliğinin %25'inin STK üyeliği bulunmaktadır. STK üyesi gençler daha üretken ve aktif katılımcıdır. STK üyesi gençler daha yüksek oranda internet kullanmakta ve spor kulüplerine üye olanlara göre gençlerin daha çok araştırma için interneti kullandıkları vurgulanmaktadır. Ancak STK üyesi olan gençlerin aileyi daha az önemsedikleri de dikkat çekicidir. STK içerisinde sosyalleştikçe aileye bağımlı olmanın öneminin azalması yaşam pratiklerine de yansıtıldığı görülen bir bağımsızlık anlayışını desteklemektedir. Bu konuda 2008 İnsani Gelişme Raporu'na (Aytaç ve diğerleri, 2008) göre, Türkiye'de gençlerin

ailenin karar alma sürecine katılımının düşük olduğunu göstermektedir. Gençlerin, hangi televizyon kanalının seyredileceği (%55) veya ailece nasıl/ne ile zaman geçirileceği (%52) gibi gündelik konularda bile kararlara katılım düzeyi düşüktür. Bu oran, aileyi ilgilendiren ekonomik konulara gelince %43'e düşmektedir. Aile kararlarına katılımın gençler arasında düşük olması bu gençlerin İstanbul Bilgi Üniversitesinin (Yentürk ve diğerleri, 2006, s. 80) araştırmasında olduğu üzere STK'lara yönelmesine neden olabileceğini göstermektedir. Bu konu da günümüzde dijital aktivizmden de söz etmek gerekir. Belli imkânlarla sahip olan gençlerin internet teknolojilerini çok iyi kullandıkları bilinmektedir. Bu konuda gençlik üzerine yapılan British Council'in Next Generation (2017) araştırması önemli ipuçları vermektedir. Artık gençler yalnızca organizasyonel olarak değil, evden ya da buldukları mekândan dijital yolla, özellikle kamu yararına ilişkin konularda bireysel olarak gönüllülük davranışında bulunabilmektedirler. Dijital aktivizm olarak nitelenen bu kavrama "internet aktivizmi", "e-aktivizm", "siber aktivizm" gibi farklı isimler verilmektedir (Kırık ve Özcan, 2014; Turhan, 2017). Yeni bir gönüllük davranışı olarak dijital aktivizm konusunu dikkate almak, önem vermek gerekmektedir. Gelecek neslin yaşam tarzı bu internet teknolojisine göre şekilleneceği düşünülmektedir.

Öte yandan Balaban ve diğerlerinin (2005, s. 167) yaptığı bir çalışmada ise, STK'ların siyasi, dini amaçlarla faaliyetlerde bulunmasının gönüllülük çalışmalarına zarar verebileceği **üzerinedir**. Böyle bir görüş gençlerin gönüllü faaliyetlere katılımıyla demokrasinin gelişmesine, bireysel ve toplumsal gelişmeye katkıda bulunan, çıkar beklentisi olmayan gönüllülük faaliyetlerinin amacından sapmasına neden olacağını düşündürmektedir. Bu noktada gönüllülük faaliyetlerinin sivil örgütlenme üzerinden yapılması bazı çalışmalarda daha etkin görülürken bazı çalışmalarda gençlerin bu topluluklardan uzaklaşmalarına neden olabilmektedir. Bu konuda bir denetim mekanizmasının olması kaçınılmaz gözükmektedir.

Türkiye'de araştırmalar gösteriyor ki, gençleri topluma hizmet eden faaliyetlere dahil etmek, onların kişisel gelişimi, vatandaşlık duygusu, sosyal sorumluluğu, bilgisi, akademik yetenekleri ve kariyer özelemleri üzerinde ciddi olumlu etkiler yaratmaktadır. Bu açıdan gençlerin yerel hizmetlere gönüllü katılımının sağlanması için gençlik meclisleri ve kent konseylerinin kurulması ve gençlerin bu birimlerde aktif görev almalarının sağlanması hem kişisel gelişimleri için hem de toplumsal katkı sunmaları açısından önem taşımaktadır (Büküşoğlu ve diğerleri, 2005; Palabıyık, 2011, s.80; Özer, 2011, s.45). Böylelikle gençlerin gönüllülük faaliyetlerini çift yönlü, katma değer yaratan bir oluşuma dönüştürmek mümkündür.

KONDA'nın 2011 yılında yaptığı gençlik araştırmasında, STK üyesi gençlerin ebeveynlerinin eğitim seviyesinin daha yüksek olduğu ve özellikle gençlerin siyasetçilere güvenmeme oranının %32.7 ile en yüksek orana sahip olduğu tespit edilmiştir. Bu konuda Çakı'nın (2014) yaptığı araştırmada da gençlerin siyaset kurumuna güvenmedikleri sonucuna ulaşılmıştır. Bu noktada siyasetçiye güvenmeyen gençlerin STK üyeliği ile gönüllülük faaliyetlerine girişmesi manidar bulunmuştur. Gençlerin yardım etmek ve bir şeyleri değiştirmek amacıyla girişimde buldukları söylenebilir. Gençler arasındaki gönüllülüğün ise özellikle artmasının sebeplerinden biri olarak; politikacılara duyulan güvenin azalmasıdır. Çakı (2014) makalesinde, Türkiye'de her zaman bireysel gönüllülüğün olduğunu ama kurumsal/örgütlü gönüllülüğün ise yeni yeni ortaya çıktığını ifade etmektedir.

Çakı'nın (2011) Türkiye'ye gelen Avrupalı gençlerin uluslararası deneyimlerine ilişkin yapmış olduğu araştırmanın sonuçlarına göre, Türkiye'deki Avrupa Komisyonu'nun Avrupa Gönüllü Hizmet Programı (AGH), gençlerin eğitim ve öğrenme deneyimleri geliştirmek için özel bir eğitsel program olarak hazırlanmıştır. Gençler, AGH deneyimlerinin onların kişisel gelişim ve sosyal becerilerine ciddi katkılar sağladığını, Türkiye ve Türk kültürü hakkında eskisine oranla daha fazla şeyler öğrendiklerini ifade etmişlerdir. Fakat bu süre zarfında Avrupalı gençlerin kültürler arası öğrenme açısından bu deneyimlerinin onları çok değiştirmedeği, kültürler arası öğrenme etkileşiminin olumlu etkilerinin sınırlı kaldığı belirtilmiştir.

British Council'in *Next Generation Türkiye (2017)* raporunda, gençlerin dünyadaki akranları gibi siyasetten bıkmış olduğu vurgulanmaktadır. Ulusal ve küresel siyasi karmaşadan yıldıklarını ifade eden gençler bu durumun sivil veya siyasi organizasyonlara katılımına mesafeli yaklaşımlarına neden olmaktadır. British Council'in (2017, s.68) gençlik araştırmasına göre, gençlerin %9.5 ile en yüksek oranda spor kulüplerine, %7.1 ile hayır kurumları ve yardım derneklerine, %4.8 ile siyasi partilere, %4.7 ile diğer dernek ve vakıflara, %2.3 ile sendikalara üye oldukları saptanmıştır. Bu oranlar gençlerin STK'lara yönelme durumlarını açıkça ortaya koymaktadır.

Türkiye'deki gençlere yönelik gönüllülük konusunu araştıran çalışmalarda dayanışmacı bir kültürden gelmekle birlikte gençlerin modern anlamda bireysel olarak gönüllülük faaliyetlerine yöneldikleri sonucu ortaya çıkmaktadır. Gönüllülük faaliyetleriyle uğraşan gençlerin özgüvenlerindeki artış, kişiliklerini özgürce inşa etme, duyarlı bir birey olma konusunda kazanımlarının olduğu söylenebilir. Türkiye'de, gönüllülük konusunda kamusal ve kamusal olmayan örgütlenmeler çoğunlukta olmakla birlikte gönüllülük konusunda zengin bir bilgi birikimine ve deneyime sahiptir. Gerek dini inanış çerçevesinde gerekse insani değerler bakımından yardım etme ve misafirperverliği ile tanınan bir kültüre sahip olan Türkiye'nin insanlarında bu değerler sosyal genlerine kodlanmıştır. Bu açıdan güçlü bir deneyime sahiptir. Bireyci bir anlayıştan çok dayanışmacı bir anlayışın hakim olduğu bir kültürel mirasa sahibiz. Özellikle uluslararası standartlar göz önüne alındığında bu büyük potansiyelin yeterince kullanılmadığı görülmektedir. Bu nedenle gençlerin gönüllülük potansiyelinden yararlanması konusunda çalışmaların hızlanması gerekmektedir.

Değerlendirme ve Sonuç

Gönüllülüğün yalnızca hayır-hasenat işi olmadığı aynı zamanda kamu yararını gözeten her faaliyetin gönüllülük kapsamında değerlendirilebileceği düşünülmektedir. Bunun için herhangi bir maddi katkı gözetmeden yapılması önemlidir. Gençlerin gönüllülük durumlarını aktif katılım ve vatandaşlık, formal olarak yapılan faaliyetler, informal düzeyde bireysel ya da grup bazında yapılan faaliyetler ve organize olmuş özellikle STK'lar aracılığıyla yapılan faaliyetler olarak sınıflandırabiliriz. Bir de bu sınıflandırmaya günümüzde dijital aktivizmi de eklemek gerekir. Belli imkânlarla sahip olan gençlerin internet teknolojilerini çok iyi kullandıkları bilinmektedir. Bu konuda gençlik üzerine yapılan British Council'in *Next Generation (2017)* araştırması önemli ipuçları vermektedir. Artık gençler yalnızca

organizasyonel olarak değil, evden ya da buldukları mekândan dijital yolla, özellikle kamu yararına ilişkin konularda bireysel olarak gönüllülük davranışında bulunabilmektedirler (Kırık ve Özcan, 2014; Turhan, 2017). Yeni bir gönüllü davranış alanı olarak dijital aktivizm konusunu dikkate almak önem vermek gerekmektedir. Dolayısıyla tüm bu sınıflandırmaya göre gönüllülüğün kesin bir sınırını çizmek ve tanımını yapmak pek mümkün değildir. Esnek bir kavram olmasının nedeni çok farklı alanları kapsıyor olmasından ve yeniliklere açık olmasından kaynaklanmaktadır.

Gönüllülük aynı zamanda bir sorumluluk işidir. Genç bireyin yaşamını anlamlandırmanın ve kendisini iyi hissetmesine neden olan bu faaliyetlere katılımın somut bir çıktısı söz konusudur. Bir çocuğu sevindirmek, birine yardım etmek, bağışta bulunmak, kamu adına daha iyi yaşanabilir mekânlar için mücadele etmek, bunun için dijital mekanizmaları kullanmak ve hepsinden önemlisi bunu bir karşılık beklemeden yapmak somut çıktılara örnek teşkil etmektedir. Dolayısıyla gencin kendini iyi hissetmesini sağlamaktadır. Hem yaşamı anlamlandırmanın hem de varlığının gereğini ortaya koymanın yolu olarak genç, yalnızca kendisi için değil başkalarının yaşamına dokunmanın önemini kavramaktadır. Bu durum gence büyük bir özgüven kazandırmakta ve sosyal ilişki ağlarını genişletmesine neden olmaktadır. Gencin toplum içindeki saygınlığının artması birçok konudan bilgi ve beceri sahibi olması ve kendi niteliklerinin farkında olarak kendini yeniden keşfetmesi gönüllülük kapsamında yaptığı faaliyetlerden elde ettiği kazanımlar olarak değerlendirilebilir (Bağcı, 2013, s. 48). Bu bağlamda gönüllülük karşılık beklemeden başkasına dokunmaktır, diyebiliriz.

Çocukluk çağlarından itibaren yaşanan sosyalleşme sürecinde bireyin ailesinden, komşusundan, medyadan gördüğü rol modelleri genç yaşlarda gönüllülük faaliyetlerine katılmasını etkilemektedir. Elbette bireyin gönüllü davranışını yalnızca Bandura'nın ifadesiyle gözlem yoluyla öğrenmeye dayandıramayız. Bu konuda aileden ve çevreden bir gözlemi olmasa bile dezavantajlı birey ve grupların yaşadıkları sıkıntılar gençte bir farkındalığın oluşmasına, aklını ve vicdanını kullanmasına imkân tanır. Genç, refleksif birey olarak kendini düşünümsel değişmeye açık bırakır ve bir yaşam politikası geliştirerek kendi kararını özgür iradesiyle verebilir. Genç birey, yaşam politikasını, kendi gelecek planlarının içerisine gönüllülüğü de dâhil ederek, oluşturmaktadır.

Gençlerin gönüllülüğü konusunda incelenen literatüre göre, Avrupa gençliğinin daha aktif ve başarılı olduğu Türkiye'de ise gençlerin gönüllülük oranının düşük olduğu tespit edilmiştir. Farklı kültürlerde yetişme tarzı, sahip olunan imkânlar ve yaşama bakış biçimleri elbette ki gençlerin farklı davranmalarının nedeni olarak görülebilir. Ancak toplumsal sorumluluk, olaylara karşı duyarlı yaklaşmak ve karşılık beklemeden birinin yaşamına dokunmanın insana mahsus bir davranış olduğu unutulmamalıdır. Gönüllülük bir değer olarak tarihin derinlerinden gelen kültürel bir mirastır. Ancak bu miras Türkiye'de yaygın olarak uygulanmakla birlikte son zamanlarda çıkar ilişkilerine dönüşmesinden dolayı gençler arasında yaygınlaşmasında sıkıntılar yaşanmaktadır. Yapılan çalışmalarda gençlerin gönüllülük faaliyetine katılımlarını teşvik ederek onların enerjilerini aktive edecek bir alana yönelmeleri şeklinde yorum yapmamızı kolaylaştırmaktadır.

OECD 2014 ve Euorastat’ın 2019a ve 2019b verileri çerçevesinde, gençlerin gönüllülük faaliyetlerine katıldığı ülkeler arasında Hollanda, Danimarka, Finlandiya vb. gibi refah düzeyi yüksek ülkeler gelmektedir. Bu ülkelerin refah ve eğitim düzeyinin yüksek olması adil bir yönetim tarzının bulunması ve demokratik rejimin kurum ve kurallarıyla işletilmesi gençlerin daha çok eko-sistemi düşünen bir tarzda hareket etmelerini getirmekte ve gönüllü faaliyetlerini artırmaktadır.

Türkiye’de gençlerin gönüllülük faaliyetlerine katılımının önünde bazı engeller bulunmaktadır. Bunların başında yapı bazlı olarak ifade ettiğimiz sosyal politikaların geliştirilmemiş olması gelmektedir. Örneğin, ailelerin “çocuklarının başına bir iş geleceği” endişesiyle korumacı yaklaşması, çocuğunu gönüllü kuruluşların çalışmalarına teşvik etmemesi, bazı gönüllü kuruluşlarının da amacını aşan tarzda gençten çok fazla istençte bulunması, gencin bağımsızlığının zedelenmesi, merkezden yönetilme eğilimine alışkın olunması, demokratik düşüncenin benimsenmemesi, bağımsız ve bilinçli bireyin yetiştirilememesi vb. gibi nedenler gelmektedir. Bu nedenlerin hepsi birbiriyle ilişkili ve iç-içindedir. Dolayısıyla aileden başlayarak tüm kurumlarda demokratik kazanımların kökleşmesini sağlayacak politikaları hayata geçirmek gerekmektedir. Balaban ve diğerlerinin (2015) vurguladığı gibi, Türkiye’de bir başka önemli eksiklik gönüllülüğü tanımlama konusunda diğer ülkelere olduğu gibi yasaların ya da mevzuatın mevcut olmamasıdır. Bu konuda mevzuatın acilen oluşturulması gerekmektedir.

Türkiye’de gençler arasında gönüllülük faaliyetlerine katılımın düşük olmasının nedenleri arasında, özne-birey bazlı süreçlere bakıldığında gönüllü kavramı hakkında yeterli bilgi sahibi olunmaması ve bilgisizlikten kaynaklı ilgisizlik, kişiler arasında sorumluluk duygusunun yetersizliği, duyarsızlık, gönüllülüğün maddi bir karşılığı olmaması sebebiyle zaman kaybı olarak görülmesi, emek karşılığında maddi çıkar beklentisi, bireylerin isteksizliği, sivil toplum kuruluşlarının siyasi ve dini bir görüşü savunduğu algısının yaygınlığı başta gelmektedir.

Gençlerde gönüllülüğün gelişmesi için literatürde de ifade edildiği üzere, toplumsal-kamusal sorunlara duyarlılık, sevginin karşılıksız oluşu, sorumluluk, özveri, yardım/yardımseverlik, fedakârlık duygularının, hepsinden önemlisi *insan olmanın* öğretilmesini-öğretilmesini gerektirmektedir. Bu açıdan gönüllülüğün birçok kazanımları söz konusudur. Gönüllülük gençlere iletişim yetisi kazandırmakta, yaşamdan tatmin duymalarını sağlamakta ve birine karşılıksız yardım etmenin mutluluğunu yaşatmaktadır. Sonuçta gönüllülük deneyimi gençlerin kendi profesyonel hayatına katkılar sağlayacağı için aslında iyi bir işe girmeleri konusundaki şanslarının artmasına ve toplumda saygın bir konum elde etmelerine de yol açabilir. Bu açılardan gönüllülük yaşamı anlamlandırmak demektir.

Gençlerin gönüllülük faaliyetlerine katılımını artırmak için neler yapılabilir? Bu konuda bir öneride bulunmak gerekirse bireylere çocukluk çağlarından itibaren neyi yapması neyi yapmaması gerektiğine ilişkin bir sınır koymalı, kararlara katılımı sağlanmalı, yaratıcılıklarının gelişimine önem vermeli, canlı-cansız tüm varlıklara yani eko-sisteme

duyarlı olmayı öğretmeli ve yetişkinler olarak gönüllülük faaliyetlerinde rol model olunmalıdır. Merkezi yönetim ile yerel yönetimlerin yapması gerekenler ise öncelikle gençleri akranlarıyla buluşturmayı sağlayan mekanlar oluşturmalı, finansal açıdan desteklemeli, aktif vatandaşlığı teşvik edecek yerel katılımı destekleyen projelere yönlendirilmeli, toplumdaki farklı sivil toplum kuruluşları arasında maddi, sosyal ve politik açıdan bir denge ve eşitliğin sağlanarak gençlerin kampaşmasının engellenmesi ve gençlerin örgütlenmesinin önündeki engellerin kaldırılarak hem onlara rehberlik edecek hem de genci bir özne olarak yapılacak hizmetlerin içine katacak oluşumların yaşama geçirilmesi sağlanmalıdır. Bir başka öneri de yeni medya araçları olarak nitelenen dijital teknolojinin yaşamımıza girdiği dikkate alınırca dijital aktivizm konusunda gençleri teşvik etmek için girişimlerde bulunulabilir. Dijital aktivizm aynı zamanda uluslararasılaşmanın da bir yolu olarak görülmelidir. Sosyal medya alanı toplumda kaotik bir durumu yansıtsa bile bilinçli kullanıcı olarak gençlerin bu konuda daha özenli davranmasına önem verecek politikalar geliştirilmelidir.



EXTENDED ABSTRACT

Participation of the Young in Volunteering Activities in Turkey

Aylin Görgün Baran*

Introduction

Volunteering has been one of the most important concepts put the clock back as a humanistic behavior against the ambiguity and uncertainty of 21st century during recent years. The concern and doubt, felt towards becoming isolated, alienation and individualization because of poverty, wars and migrations as the crisis created by global system, have prompted both national and international non-governmental organizations. On the one hand, the global system causes to crisis because of social, economic and politic problems which it creates, on the other hand, it calls individuals and civil institutions for responsibility and help in order to overcome those crisis. However, the pain of people may be ended before it reaches at extreme points if the social state understanding of national system could be practiced. Volunteering, emphasized as ethic responsibility, in fact causes state to cover its own responsibilities and duties in this subject. We must accept that the desire of individual to cast one's bread upon the waters for other people for the sake of humanity coming from the depth of history in spite of the systematic problems is a fact. In this sense, volunteering is considered is a condition to be human and individual acts voluntarily not by force but his/her own free will. In this scope, existentialism, as a philosophical view, puts emphasis on acting responsibly to living and non living thins/eco-system because of our existence or in order to make

* Prof. Dr., Hacettepe University, Department of Sociology, Ankara, abaran@hacettepe.edu.tr, ORCID: 0000-0003-422-1941

sense of our existence. The young and volunteering facts are not only interpreted from existentialist point of view but also analyzed in the frame of subject-structure relationality in terms of sociology in this study.

While the matter is of such significance, here we consider the questions related to how the volunteering behaviors including moral meaning are acquired and why volunteering activities are important for the young. Particularly, what kind of volunteering activities the young participate in and what reflections of this case are the objects of interest. The aim of this study is to determine the volunteering of the young with the help of an assessment answering these questions. An interpretation related to the literature review is made as the method of the study. Therefore, first of all, the theoretical explanations are made related to what the volunteering concept means and how the volunteering is acquired and then the reflections of volunteering in the young both in Turkey and the world are considered and consequently a general assessment is made and the relevant recommendations are presented.

Definition of Volunteering Concept

It seems difficult to present a common definition came to an agreement on this matter. In fact, it is not found acceptable to consider the volunteering concept through only one definition. Because, the various definitions show the flexibility of this concept. According to Çakı (2014, p.187); volunteering is defined as ‘a non-profit-making activity caused from free will of individual and benefiting for third parties and realized in an institutional environment activity’. International volunteering concept means to come together the young from various cultures in order to participate in volunteering activities, gain different experiences and learn about those various cultures (Çakı, 2011, p.145). According to Balaban et al. (2015, p. 150), volunteering is basically defined as the support of individuals for activities serving for social benefit with their own free will acting charitably with no thought of personal and material gain. The help and services provided charitably with no thought of personal and material gain are the common point of these definitions. In this regard, volunteering represents a positive meaning in the mind of people and it is accepted as value bringing individuals and societies together (Gönüllülük Yılı (Volunteering Year, 2019). This flexible understanding included in the definitions may be seen as an advantage against rapid technological, scientific and social changes. Likewise, change requires individual to be active continuously and it creates initiatives to innovations and opportunities for participation. Volunteering, in this context, corresponds to altruistic concept when it is expressed within the concept of Durkheim. Because, altruistic behavior is equivalent to the level of social accountability feeling. This concept defines the help to others and feeling of responsibility for goings-on (Ritzer & Stepnisky, 2014, p. 95). Volunteering activities, aiming the worry for other people, social responsibility and spirit of society, manifests itself as the major reflection of basic humanistic values.

How is Volunteering Acquired?

The acquisition of volunteering behavior should be dually considered. First, by examining the relationship process as subject-individual and second, connecting with institutions and laws as a structure – social policy. The matter to be considered at the first level is the socialization process. Socialization process requires the parents or caregivers to have

knowledge and conscious behavior practices about the adaptation of individual to social life since the babyhood period and also produce discourse related to the moral values. The behavior of adults in the house presents considerable evidence related to how the child will show behave when grown up. It should be reminded that the behaviors of adults are more important than education of children in terms of moral values. Children will learn to feel responsible for and show respect to other people who are not similar to them and be sensitive to society when the observational learning and imitation of behaviors of adults are taken into account. This case also forms the first step of living together reality in terms of sociology.

Considering the volunteering matter in terms of social policy based on structure at the second level means the practices of governments ruling over the policy mechanism. Volunteering is not only an individual matter but also a social-public behavior. Yet, the acceptance of volunteering as a global value today is only an expectation from the contribution to the solving of global crisis caused by international powers. Safety, migration and poverty are the major ones of those crises. Because of these matters, volunteering of the young under the name of aid for humanity is of significance.

Volunteering of the Young in the World

World Giving Index had drawn up a report on volunteering in 2014. The data of this report is belonged to year 2012-2013. The island index scores of the report is calculated through an average value according to the answers given to the questionnaire applied to CAF (Charities Aid Foundation) countries. Although this report does not directly aim at the young, it is important since it points out the situation of volunteering activities in the countries in general. Three donation fields are determined in the report: These fields are limited as helping a stranger, donating money to charity and volunteering time. The range of the first 20 countries is determined according to these donation fields. Accordingly, Myanmar is in the first rank, USA is in the second rank, Canada is in the third rank, Australia is in the sixth rank, England is in the seventh rank, Holland is in the twelfth rank, Kenya is in the fifteenth rank, Denmark is in the eighteenth rank, Iran is in the nineteenth rank and Jamaica is in the twentieth rank based on their contributions to these three fields according to the data of year 2012. Even if Turkey is not included in this ranking, the situation in Turkey is explained in World Giving Index (2014) report as following;

1. Turkey is in the 108th (%38) in the world ranking in terms of helping a stranger,
2. Turkey is in the 112th (%12) in the world ranking in terms of donating money,
3. Turkey is in the 132nd (%5) in the world ranking in terms of volunteering time.
4. It is stated that Turkey is in the 128th country when all these three fields are considered in general ranking according to the report.

The data of the countries in three different fields as 'formal', 'informal' and 'active citizenship and participation' at volunteering level of the young between 16-29 ages are determined in 2019a Report of Eurostat. Accordingly, Norway (%45,6), Holland (%42,1) and Luxemburg (%38,4) are the countries showing the highest level in participation in formal volunteering activities. Cyprus (%5,6), Malta (%5,9) and Romania (%6,7) are the countries showing the lowest level in participation in formal volunteering activities. Holland (%90,6), Norway (%79,4), and Finland (%79,4) are the countries showing the highest level

in participation in informal volunteering activities. Malta (%0,3) and Cyprus (%2,2) are the countries showing the lowest level in participation in informal volunteering activities. Sweden (%35,4), Island (%28,3) and Finland (%28) are the countries showing the highest level in active citizenship and participation. Cyprus (%1,1) and Slovakia (%2,6) are the countries showing the lowest level in active citizenship and participation (Eurostat.2019b). According to the explanations of Eurostat 2019b, the reason of lower level of formal volunteering activities, informal volunteering activities, participatory activities and active citizenship activities in the mentioned countries are explained as 'I have no time, I am not interested and unspecified' by the young.

Volunteering of the Young in Turkey

The studies on volunteering of the young in Turkey are limited. This is because not considering the matter but getting used to this cultural behavior acting charitably with no thought of personal gain since time immemorial. The governments in Turkey have paid special attention to this matter since volunteering turns into relationship based on self-interest as a result of rapid change of advanced modernity in every field and people lose their confidence in NGOs in addition to global impacts. The limited research related to this matter should be referred.

In a study conducted by Warth (2013, p. 253-254) in Turkey, it is found that the young show different volunteering cases. As a result of this study, four different volunteering types are determined as “unorganized but ready for help in a solidarist society”, “organized help and social participation”, “democratic and civil society activities”, “volunteering and religious action”. Warth states that the volunteering of the young is not uniform and standard, the young people have different thoughts in making sense of volunteering and also says that the volunteering concept is dynamic and it may change. According to the research, some of the participants state that they develop volunteering based on the behaviors of their parents within the family. On the other hand, it is also determined that some of the young people participate in voluntary helping activities in non-governmental organizations, there are also specially organized volunteers for help and helping a stranger is seen as a religious action (Warth, 2013, p. 253-254). Thus, it is seen that the volunteering understanding of the young varies and these various volunteering understandings of the young rather than uniform volunteering understanding are considered positive.

According to the research conducted on İstanbul Youth (Yentürk et al. 2006), %25 of İstanbul Youth are the members of NGOs. The young people, who are the members of NGOs, use internet at higher levels as more productive and active participants and it is stressed that the young use internet for research compared to young people who are the members of sports clubs. However, it is interesting that the young people, who are the members of NGOs, pay less attention to family. As the socialization within NGOs increases, the importance of being dependent on family decreases and this situation supports an independency understanding that reflects to life practices. According to Human Development Report (Aytaç et al., 2008), the level of participation of the young in decision-making process of family in Turkey. Even the level of participation of the young in decision making process, such as which television channel will be watched (%55) or how the family will spend or what the family will do in spare times (%52), is lower. This rate decreases to %43 in terms of economic issues of the family. As it is stated in the research conducted by İstanbul Bilgi University (Yentürk et al., 2006, p. 80), the low level

of participation of the young in decision-making process within family may cause the young to take place in NGOs.

On the other hand, according to the study conducted by Balaban et al. (2005, p. 167), the political and religious activities of NGOs may damage the volunteering activities. Such a view brings to mind that the volunteering activities, which make contribution to the development of democracy and individual and social development as a result of participation of the young in volunteering activities with no personal gain, may deviate from the aim. At this point, while it is clearly seen that the volunteering activities are carried out by means of civil organization in some cases, the young people may also estrange from these organizations in other cases. The lack of the relevant laws and audit mechanism cause some NGOs to act out of purpose.

The research conducted in Turkey show that inclusion of the young in the activities serving for society may have positive impacts on personal development, citizenship sense, social responsibility, knowledge, academic skills and career of the young. From this point of view, it is important to establish youth councils and city councils and promote the young people to take active roles in these councils in order to provide the voluntary participation of the young in local services in terms of personal development and social contribution of the young (Büküşoğlu et al., 2005; Palabıyık, 2011, p. 80; Özer, 2011, p. 45). Thus, it is possible to turn the volunteering activities of the young into a double layer and value added entity.

There are a high number of governmental and non-governmental organizations in Turkey and they have a rich knowledge about and experience in volunteering. These values are coded in social gene of people in Turkey having solidarity and hospitality culture in terms of both religious and humanistic values. It has a strong experience in terms of this matter. We have cultural heritage dominated with a solidarist understanding rather than individualist understanding. However, the content of these values may be damaged as the social crisis comes out and individualization turns into relationship based on self-interest. Because of this reason, it is inevitable to develop and generalize the volunteering at both individual and social levels. Particularly, when international standards are taken into account, it will be beneficial for Turkey to revitalize this cultural heritage. Because, it is seen that the young have a great potential in this subject but they cannot realize this potential. So, the activities related to the use of volunteering potential of the young should be activated.

Evaluation and Conclusion

It is thought that volunteering is not just a charity work but every activity looking out for public interest may be considered in the scope of volunteering. Because of this reason, it is important that volunteering activities should be realized without looking out for any personal and material interest. Volunteering of the young may be classified as active participation and citizenship, formal activities, individual or group activities at informal level and organized activities especially at NGOs level. Also, digital activism should be included in this classification. It is known that the young having opportunities use internet Technologies very well. The research on the young titled Next Generation (2017) conducted by British Council gives significant clues in the matter. Young people not only

participate in volunteering activities at organizational level but also they show individual volunteering behaviors for public interest by means of digital instruments from home or place where they are (Kırık and Özcan, 2014; Turhan, 2017). Digital activism, as a new volunteering behavior, should be considered with care. Thus, it is not possible to draw a certain line and make a certain definition of volunteering concept according to above explained classification. The flexibility of this concept is caused from covering many different fields and being open to innovations.

Volunteering means responsibility at the same time. There is a concrete output of participation of such activities which give meaning to the lives of the young and make the young feel good. Making a child happy, helping people, donating, struggling for a habitable places for public interest, using digital mechanisms for this purpose and, most importantly, acting charitably with no thought of personal gain are the examples for concrete outputs. Therefore, all these behaviors show virtuousness and make the young feel better. Volunteering, as a way of both making sense of life and presenting the requirements of existence, becomes the indicator of concerning both the lives of the young and the lives of the others. This causes the young to gain self-confidence and expand social relation networks. The increase of prestige within the society, having knowledge and experience in various matters, being aware of own skills and finding oneself may be considered as the acquisitions as a result of volunteering activities. In this context, it can be said that volunteering means acting charitably with no thought of personal gain.

Role models of families, neighbors, media seen during the socialization process from the childhood period of individual affect the participation of the young in volunteering activities. Of course, the volunteering behavior of individual cannot be based on observational learning of Bandura alone. Even if the young people do not have any relevant observation from their families or surroundings, the problems of disadvantageous individuals and groups cause the young to be aware of and use their mind and conscience. The young is open to reflexive change as a reflexive individual, develop a life policy and give decisions with free will.

According to the reviewed literature related to the volunteering of the young, it is determined that although European young are more active and successful, the level of volunteering of the young in Turkey is lower. Growing up in different cultures, opportunities and perspectives on life may be considered as the reason of different behaviors of the young. However, it should be reminded that the social responsibility, being sensitive to surroundings and acting charitably with no thought of personal gain are the humanistic behaviors. Volunteering, as a value, is a cultural heritage coming from the depth of history. But, although this heritage is commonly practiced in Turkey, it is difficult to become widespread among the young in Turkey recent years because of relationships based on self-interest. According to the studies conducted, the statements of the young show that they do not rely on politicians (British Council 2017, Konda 2011, Çakı 2014 and Word Willing 2017) and this unreliability affect the young to participate in volunteering activities. These results make it easy for us to interpret that the young should be directed to the fields to activate their energy by promoting them to participate in volunteering activities.

There are also some obstacles to prevent the young from participation in volunteering activities in Turkey. The lack of social policies based on structure is the major one of these obstacles. For example, the overprotective parents worrying about 'if anything happened to their children', lack of promotion of the young to work for voluntary associations and the excess demands of some of the voluntary associations from the young, damage of independency of the young, being accustomed to the centralization, lack of adoption of democratic and secular thought, problems in growing up independent and conscious individuals are some of these reasons. All these reasons are interrelated and nested. Therefore, the policies, which ensure to radicate of democratic gains in all institutions beginning from the family, should be put into practice. As Balaban et al. emphasize (2015), the lack of the relevant laws or legislation for definition of volunteering is another important deficiency in Turkey, as in many other countries. It is urgent to enact the relevant legislation in this matter.

Sensitivity to social-public problems, unrequited love, responsibility, devotion, help/helpfulness and being human, the most important one, should be learnt/taught in order to develop volunteering of the young. It is recommended to set bounds to individuals related to what they can/cannot do from their childhood, provide their participation in decision-making process, develop their creativity, train them to be sensitive to all living/nonliving thins, that is to say eco-system, and become a role model as adults in volunteering activities. The government and local administrations should found places for the young to meet with their peers, provide financial support for the young, guide the young to projects supporting the public participation promoting the active citizenship, prevent the social polarization of the young by ensuring financial, social and political balance and equality among various non-governmental organizations in the society and form the entities, which can guide the young and include them in the services as the subjects, by eliminating the barriers of organization of the young.

Another recommendation is the initiative to promote the young for digital activism when digital technology, defined as new media tools, is taken into account. Digital activism should also be seen as a way of internationalization. Although social media reflects a chaotic case in the society, the policies, which put emphasis on attentive behaviors of the young as conscious consumers in this matter, should be developed.

Kaynakça/References

- Aytaç, A., Eliş, B., Çelik, K., Dr., Ercan, H., Dr., & Çarkoğlu, A., Dr. (2008). *Türkiye 2008/İnsani Gelişme Raporu: Türkiye'de Gençlik* (1. baskı, Rap.). Ankara, Çankaya: Birleşmiş Milletler Kalkınma Programı.
- Bağcı, G. (2013). Genç gönüllülüğü: Kişisel ve sosyal kalkınmaya giden çift yönlü yol. *Türkiye'de gönüllülük: Gönüllülüğün rolünün ve katkılarının keşfedilmesi*. Birleşmiş Milletler Gönüllüleri (UNV) Programı Türkiye & GSM Gençlik Servisleri Merkezi (Yay. Haz.). Bordo Tercüme Bürosu ve Eda Erdem (Çev.).
- Balaban, A. Y., & İnce, İ. Ç. (2015). Gençlerin Sivil Toplum Kuruluşlarındaki Gönüllülük Faaliyetleri ve Gönüllülük Algısı: Türkiye Eğitim Gönüllüleri Vakfı (TEGV) Örneği. *Dokuz Eylül Üniversitesi İktisadi Ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*,30(2), 149-169.
- Betil, İ. (2013). Etkin bir sivil toplum yansıması olarak gönüllülük: Karşılaştığı zorluklar ve fırsatlar. *Türkiye'de gönüllülük: Gönüllülüğün rolünün ve katkılarının keşfedilmesi*. Birleşmiş Milletler Gönüllüleri (UNV) Programı Türkiye & GSM Gençlik Servisleri Merkezi (Yay. Haz.). Çev.Eda Erdem .
- British Council (2017). *Next Generation Türkiye*(Rapor).

- Büküşoğlu, N., & Bayturan, A. F. (2005). Serbest Zaman Etkinliklerinin Gençlerin Psiko-Sosyal Durumlarına İlişkin Algısı Üzerindeki Rolü. *Ege Tıp Dergisi*,44(3), 173-177.
- Çakı, F., (2011). Gençlerin Uluslararası Gönüllü Hizmet Deneyimleri ve Birey Üzerindeki Sosyo-Kültürel Etkileri. *Akademik İncelemeler Dergisi*, 6(1), 136-177.
- Çakı, F., (2014). Türk Sosyolojisinde Yeni Bir Alan: Gönüllülük Araştırmaları. *Sosyoloji Dergisi*,(29), 3. dizi, 185-202.
- Eagleton, T. (2007). Hayatın Anlamı, Çev. Kutsi Tunca. İstanbul: Ayrıntı Yayınları
- Elliot, A. (2017). Çağdaş Sosyal Teoriye Giriş. Ed. İbrahim Yıldız-Aylin G. Baran, Ankara: Dipnot Yayınları
- Eurostat. (2019a). Participation in formal or informal voluntary activities or active citizenship by sex, age and educational attainment level. Erişim Tarihi: 02 Eylül2019.
- Adresi: <https://appsso.eurostat.ec.europa.eu/nui/submitViewTableAction.do>
- Eurostat. (2019b). Reasons of non-participation in formal or informal voluntary activities, active citizenship in the last 12 months by sex, age and educational attainment level. Erişim Tarihi: 02 Eylül 2019 Adresi: <https://appsso.eurostat.ec.europa.eu/nui/submitViewTableAction.do>
- Gönüllülük Yılı (2019). 2019 Gönüllülük Stratejisi, Sen de Gönül Ver. Gençlik ve Spor Bakanlığı Yayınları.
- Göze, A. (1987) Siyasal Düşünceler ve Yönetimler. İstanbul: Beta Dağıtım.
- Kaya, A. (2007). *Eğitim Sosyolojisi*. Ankara: Pegem A Yayınları, s.424.
- Kırık, A. M., Yrd. Doç. Dr., & Özcan, A. (2014). Bir Dijital Aktivizm Örneği: Akıllı Ağ Çeteleri (Smart Mobs) . *Online Academic Journal of Information Technology* , 5(14), 61-78. doi: 10.5824/1309-1581.2014.1.004.x
- KONDA (2011).*Türkiye Gençliği Araştırması*, İstanbul Kültür Üniversitesi.
- Kurtaran, Y. (2009). *Türkiye Gençlik Çalışması Alanı İzleme Raporu* (Rap. No. Gençlik Çalışmaları Araştırma Raporları 4). İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Gençlik Çalışmaları Birimi
- Leigh, R. (2011) Dünya Gönüllülüğü Raporu, Küresel Rafah için Evrensel Değerler, Çev. Zarife Beliz, UNV. Türkiye.
- OECD (2015). *Participation in voluntary work and membership of groups and organisations for young adults* . *Participation in voluntary work and membership of groups and organisations for young adults* (sf. 1-6). OECD - Policy Division - Directorate of Employment, Labour and Social Affairs. Retrieved from <http://www.oecd.org/els/family/database.htm>(2019, May 24).
- Özer, Y. E., Dr. (2011). Gençlerin Toplumsal Yaşama Katılımı ve Yerel Yönetimlerin Rolü. *Dokuz Eylül Üniversitesi İktisadi Ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*,26(1), 43-65.
- Palabıyık, H., Doç. Dr. (2011). Gönüllülük ve Yerel Hizmetlere Gönüllü Katılım Üzerine Açıklamalar. *Yönetim Bilimleri Dergisi*,9(1), 87-114.
- Ritzer, G. and Stepnisky (2014). Sosyoloji Kuramları, Çev. Himmet Hülür, Ankara: deki yayınları.
- Sartre, J. P. (1967). Varoluşçuluk, Ekzistansiyalizm Bir Hümanizma mıdır?, Çev. Emin Türk Elçin, İstanbul: Ataç Kitapevi Yayınları, No: 110.
- Sartwell, C. (2000). Yaşama Sanatı, Çev. Abdullah Yılmaz, İstanbul: Ayrıntı Yay.
- Schopenhauer, A. (2008). Hayatın Anlamı, Çev. Ahmet Aydoğan, İstanbul: Say Yayınları
- Sharma, R., Henneman, L., Qadri, A., & Vignoles, L. (n.d.). 2017 Global Youth Wellbeing Index. 2017 Global Youth Wellbeing Index (sf. 62,153-155). International Youth Foundation in partnership with Hilton.
- Tan, M. (1985). *Toplumbilime Giriş*, Ankara Üniversitesi Eğitim Fakültesi Yayınları, Ankara.
- World Giving Index 2014 (Rap.). (2014). A global view of giving trends. Charities Aid Foundation(CAF).
- Warth, A. (2013). Gençlerin Hayatla Başetme Stratejisi olarak Gönüllülük. *2000'li Yıllar Türkiye'sinde Genç Olmak-Gençlik Halleri*, Ed. Demet Lüküslü-Hakan Yücel, İstanbul: Efil Yayınları.
- Yentürk, N., Kurtaran, Y., Uran, Ş, Yurttagüler, L., Akyüz, A., & Nemutlu, G. (2006). İstanbul Gençliği – STK Üyeliği bir Fark Yaratıyor mu?(Rap. No. Gençlik Çalışmaları Araştırma Raporları 1). İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Gençlik Çalışmaları Birimi.



Copyright © 2019 T.C. Gençlik ve Spor Bakanlığı

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

Gençlik Araştırmaları Dergisi • Aralık 2019 • 7(Özel Sayı) • 27-49

ISSN 2147-8473

Başvuru | 09 Kasım 2019

Kabul | 14 Kasım 2019

Gönüllülük Olgusunu Sosyolojik Teorilerle Anlama Denemesi

Selda Taşdemir Afşar*

Öz

Gönüllülük olgusunun ve gönüllü çalışmalarının hem toplumsal refaha dolayısıyla da ülkelerin sosyo-ekonomik gelişimine katkı sağladığı hem de bireyler arası dayanışmayı ve ilişkileri güçlendirdiği, sosyal dışlanmanın olduğu yerlerde sosyal içer(il)meye katkıda bulunduğu bilindik bir gerçektir. Bu katkıları nedeniyle gönüllülüğün ve gönüllülük çalışmalarının toplumsal gelişim açısından önemli bir rol oynadığı söylenebilmektedir. Toplumsal gelişim açısından önemli bir işleve sahip olduğu kabul edilen gönüllülük olgusunun sosyolojik bakışla nasıl ele alındığı, hangi kuram ve yaklaşımlarla açıklanabileceği gönüllülük ile ilgili yapılacak sosyolojik çalışmalar için yol gösterici olacaktır. Bu çalışmada işlevselcilik, rasyonel tercih kuramları ve sosyal sermaye teorisi kullanılarak gönüllülük olgusunun daha net anlaşılabilmesi ve sosyolojik çalışmalarda kullanılabilmesi öngörülmüştür. Bu çerçevede bu çalışmada, “gönüllülük bireysel bir eylem olarak nasıl anlaşılabilir”, “gönüllülük olgusu sosyolojik teorilerle nasıl anlamlandırılabilir/açıklanabilir” ve seçilen teorilerden hangisi gönüllülük olgusunu anlamaya/açıklamaya en fazla yaklaşır” soruları üzerinden her bir kuramın gönüllülük olgusunu nasıl ele alabileceğine, hangi odaklar üzerinden gönüllülük olgusunu açıklayabileceklerine yönelik bir anlama denemesine girilmektedir. Bu bağlamda kuramların olanakları ve eksikliklerine de odaklanmayı hedeflemektedir.

Anahtar Kelimeler: Gönüllülük, Sosyolojik Bakış, İşlevselcilik, Rasyonel Tercih Kuramları, Alışveriş Teorisi, Sosyal Sermaye.

* Dr. Öğr. Üyesi, Hacettepe Üniversitesi, Edebiyat Fakültesi, Sosyoloji Bölümü, Ankara, seldatasdemir@yahoo.com, ORCID: 0000-0003-2769-0884

Abstract

It is a well-known reality that volunteering fact and voluntary activities not only make contribution to the social welfare, thus socio-economic development of countries but also strengthen the relationships and solidarity among people and contribute to social inclusion where social exclusion is observed. It can be said that volunteering and voluntary activities play an important role for social development because of such contributions. The consideration and explanation of volunteering, accepted as having an important function for social development, by sociology according to the certain theories and approaches will be instructive for sociological studies related to volunteering. It is foreseen in this study that the volunteering fact may be clearly understood and used in sociological studies by using functionalism, rational choice theory and social capital theory. In this frame, it is tried to understand how each of these theories considers volunteering fact and how they can explain volunteering fact in terms of certain centers through the questions such as “how can volunteering be understood as an individual action, “how can volunteering fact be interpreted/explained by using sociological theories” and ‘which theory is the most appropriate one to understood/explain volunteering fact” in this study. In this context, it is also aimed to focus on opportunities and deficiencies of such theories.

Keywords: Volunteering, Sociological View, Functionalism, Rational Choice Theories, Exchange Theory, Social Capital.

Giriş

İnsanlar bazı ağların içerisine doğarlar. Ancak yaşamları süresince bazı ağların içerisine girme yönünde tercihte de bulunabilirler. Bazı ağların içerisine girilirken çeşitli bürokratik işlemlerin yerine getirilmesi gerekirken bazı ağların ise giriş için resmi prosedürlere ihtiyacı yoktur. Ağların büyük bir kısmı insanın içine doğduğu, sosyal çevrenin bir ürünü olarak hazır bulunduğu bazen de yaratım sürecinde kendisinin de etkisi olan ağlardır. Aile ve akrabalık gibi ilişkiler hazır bulunan ağlararken arkadaşlık, işgücü piyasası, evlilik, sivil toplum gibi ağlar tercihe dayalı bir biçimde bireyin yarattığı ve/veya dahil olduğu ağlardır. Yaratılan ve/veya dahil olunan ağ örneği içerisinde sivil toplum örgütleri, gönüllü kuruluşlar, üyelik gerektiren dernek vb. gibi ağlara dahil olma sürecinde daha çok bireyin ilgileri, değer yargıları, beklenti ve daha önemlisi güven duyguları temelli olarak tercih edilirler (Aydemir, 2011). Bu noktada, Aydemir’in de söylediği gibi (2011), “bir birey doğuştan itibaren üyesi olduğu ağların içinde kalmaya veya yeni ağlar yoluyla çeperini genişletmeye ihtiyaç duyar mı ya da bu bir toplumsal zorunluluk mudur” (s.23) gibi sorular anlam kazanmaktadır.

Burada bireyler ülke sınırlarının, dinlerin ve kültürel farklılıkların üzerinde evrensel bir olgu olduğu kabul edilen gönüllü çalışmaları içerisinde olmaya ihtiyaç duyar mı ve bu tarz çalışmaların içinde olmak bir zorunluluk mudur soruları da isteğe bağlı bir şekilde girilen gönüllülük olgusunu anlamak için sorulabilir. Gönüllülük olgusunun ve gönüllü çalışmalarının hem toplumsal refahı sağlayarak ülkelerin sosyo-ekonomik gelişimine katkı sağladığı hem de bireyler arası dayanışmayı ve ilişkileri güçlendirdiği, sosyal dışlanmanın olduğu yerlerde sosyal içer(ili)meye katkıda bulunduğu bilindik bir gerçektir. Bu katkıları nedeniyle gönüllülüğün ve gönüllülük çalışmalarının toplumsal gelişim açısından önemli bir rol oynadığı söylenebilir.

Hem Dünyada hem de Türkiye’de son yıllarda gönüllülük çalışmalarının arttığı, özellikle ulus üstü oluşumlar sayesinde (Avrupa Birliği, Dünya Bankası, vb.) gönüllülüğün ortak değerlerin paylaşılması ve ortak bir kültür ve/veya vatandaşlık yaratılması için çok önemli araçlardan birisi olarak da değerlendirildiği görülmektedir. Birçok kültür ve toplumda dini ve ahlaki bir anlayış doğrultusunda dayanışma, yardımseverlik, hayırseverlik gibi alanlarda gelişen çeşitli örgütlenmelere, toplumsal veya bireysel hareketlere rastlanmaktadır. “Sivil toplumun tanımlamaları içinde yer alan, bireyler arasında gönüllü ve rızaya dayalı ilişkilerin varlığı sivil toplum ile gönüllülük arasındaki bağı ortaya koymaktadır” (Şengöz, 2016, s.1).

Gönüllülük elbette sivil toplum ile yakından alakalıdır ve gönüllülük literatürü ile sivil toplum literatürü sıklıkla kesişmektedir. *Amerika’da Demokrasi* isimli çalışmasında sivil toplumun önemine değinen Tocqueville (1994), Amerika’da insanların inandıkları bir fikir, bir amaca ulaşmak için destek aradıklarında bunun için biraraya geldiklerini ve böylelikle bireylerin güçlendiğini, fikirlerin dinlenebilir, hedeflerin daha kolay ulaşılabilir olduğunu bu noktada da gönüllülük esasının önemli olduğunu altını çizmektedir. Ancak literatürde bahsedildiği gibi, bu iki olgu birbiriyle zorunlu bir özdeşlik ilişkisi içinde değildir. Gönüllülük günümüzde çoğunlukla Sivil Toplum Kuruluşları (STK) bünyesinde ele alınsa da, bireyler, şirketler, uluslararası siyasi örgütler ve hatta ulus-devlet kurumları tarafından da sahiplenilen bir olgu olması nedeniyle bu kavramı sivil toplum literatüründen ayrı yeni bir söylem alanı olarak görmek gerekir (Çakı, 2014).

Gönüllülük farklı disiplinler tarafından ele alınan, tartışma konusu edilen bir olgudur. Dünya Bankası, Birleşmiş Milletler, Avrupa Birliği gibi ulus üstü kurumların da bu olguya yönelik söz söylemesi/söyleyecek sözünün olması, gönüllülük olgusunun anlamını genişleterek hem teoride hem de pratikte yeni işlevler yüklenmesine neden olmaktadır. Gönüllülüğün bir diğer özelliği ise uygulama alanlarının çeşitliliği ve devingenliğidir. Yani gönüllülük sadece kavramsal düzeyde tartışmalar yürütülen bir alan değil aynı zamanda her gün daha da gelişen ve çeşitlenen bir pratik yanı olan bir alandır. Bu pratik yanının kavramsal yanından daha öncelikli, göz önünde ve belirleyici olduğunu söylemek mümkündür (Özçağdaş, 2013).

Diğer yandan internetin, yeni medya araçlarının ve kitle iletişim araçlarının gelişmesi ve çeşitlenerek kullanıcılarına yeni alternatif mecralar sunması, toplumsal yaşamın birçok alanına sirayet ederek yeni üretim, iletişim, yönetim hatta yeni bir yaşam anlayışının doğmasına neden olmuştur. Gönüllülük de bu değişimden payını almış; birey, topluluk ya da toplumlar, örgütlenme, dayanışma, eylemde bulunma gibi süreçlerde kendilerinin de sonucunu kestiremeyecekleri bir akışa sürüklenmişlerdir. Böylelikle gönüllülük eyleminin ve olgusunun içeriği ve biçimi değişmiş; kitle iletişim araçlarının sayesinde gönüllülük eylemi sınırlar içerisine hapsedilmeyen yani sınırları aşan, kendine yeni uygulama alanları açarak pratik yanı dönüşen bir eylem haline gelmiştir. Özçağdaş’a (2013) göre gönüllülüğün geçirdiği bu değişim gönüllülüğün çokça birlikte anıldığı sivil toplum ve kar amacı gütmeyen kuruluşlardan ayrı bir alan olarak özgürleştiğini göstermektedir.

Diğer yandan toplumsal anlamda yaşanan dönüşüm yani güçlü bağlar ile çevrelenen, benzerlik ve dayanışma ile sürdürülen topluluk hayatı yerini esnek bağlara, farklılıklara, bireyselleşme ve bencilliğe bırakmıştır. Toplumsal düzenin devamını sağlayan dayanışmacı

ve biz duygusunu vurgulayan değerler yerini ben merkezli, hazzı ve bireyselliği vurgulayan değerlere bırakmıştır. Bu tespitler sosyal bilimlerde uzunca bir süre eleştirel yaklaşımın radikal örnekleri olarak kabul edilmiştir. “Bireyselleşme krizinin aşılması topluluk, sivil toplum, dayanışma vb. gibi kavramlar öncülüğünde aşılmaya çalışılmaktadır” (Aydemir, 2011, s.2).

Neoliberal devlet politikaları çerçevesinde devletin alanına giren birçok hizmetin özel sektöre devredilmesi (eğitim, sağlık, vb.) nedeniyle hizmetlere erişimin kısıtlanması, sivil toplumu ve sivil toplumun en önemli araçlarından birisi olan gönüllülük alanının da gelişmesine neden olmuştur. Hem devlet tarafından yerine getirilmesi gereken birçok görevin sivil toplum tarafından üstlenilmesi hem de yoğun bir biçimde yaşanan bireyselleşme olgusunun yarattığı olumsuzlukları bertaraf etme, bu bağlamda dezavantajlı kılınmış kesimlere (kadın, engelli, mülteci, çocuk, yaşlı, vd.) hizmet götürme ve bu kesimlerin varolan hizmetlere erişimini ve haklarının farkına varmasını sağlama gibi çözümler üretme çabasında gönüllü çalışmalar büyük bir yer kaplamaktadır. Bu noktada bireyselleşmenin olduğu bir dönemde toplumsal yapı içerisindeki bireyler neden gönüllülük yaparlar sorusu cevaplanması gereken bir soru olarak karşımıza çıkar. Bu soruya işlevselcilik yaklaşımı, rasyonel tercih kuramları ile bu kuram içerisindeki alışveriş ve sosyal sermaye kuramının verebileceği birçok yanıt vardır.

Her bilim alanı kendi kavramsal ve kuramsal çerçevesinden yola çıkarak olanı anlamaya ve/veya açıklamaya çalışır. Hem sivil toplum alanında hem de sosyoloji, işletme, ekonomi, psikoloji gibi çeşitli disiplinler tarafından yapılan çalışmalar daha çok gönüllülerin sosyo-demografik özellikleri, motivasyonları, tutumları ve değerleri üzerinde (Thoits ve Hewitt, 2001), gönüllü davranışın nedenleri, gönüllülüğün sonuç ve kazanımları, gönüllü yönetimi, gönüllülük olgusunun Dünyada ve Türkiye’de gelişmemesinin nedenleri, vb. konular üzerinde durmuştur/durmaktadır. Özellikle sosyoloji alanında gönüllülük olgusunun sosyolojik yaklaşım ve teoriler çerçevesinde nasıl açıklanabileceğine, teorilerin sınırlılıkları ve olanakları üzerine literatürde yeteri derecede çalışma olmadığı görülmektedir. Sosyolojik perspektiften gönüllülük -hem bireyi doğrudan ilgilendiren, onun belli saikler çerçevesinde yaptığı bir toplumsal eylemdir hem de bireyin sosyal ilişkilerinde toplumsal düzeyde yarattığı dönüşüm nedeniyle- bir toplumsal olgudur. Bu açıdan da bu toplumsal olgunun sosyolojik çerçevede ele alınması önem arz etmektedir. Bu çalışma da hem bireysel bir eylem hem de toplumsal bir olgu olarak değerlendirilen gönüllülüğün sosyal terideki yerine değişmektedir.

Toplumsal işlev olarak “kişinin eşitsizlik karşısında adalet ve hakkaniyet duygularını hayata geçirme ve bir topluluğun refahı için müşterek bir çıkara dayanan sosyal uyumu tesis etme arzusunu da ifade eder” (UNV, 2011) şeklinde belirtilen gönüllülüğünün bu tanımından toplumsal ayrışmayı azaltıp sosyal içermeye olumlu katkıda bulunduğu böylelikle de olumlu bir işleve sahip olduğu anlaşılabilir. Bu bakımdan olumlu bir işleve sahip olduğu kabul edilen gönüllülük olgusunun sosyoloji tarafından nasıl ele alındığı, hangi kuram ve yaklaşımlarla açıklanabileceği gönüllülük ile ilgili yapılacak sosyolojik çalışmalar için yol gösterici olacağı düşünülmektedir. Bu çalışmada işlevselcilik yaklaşımı, rasyonel tercih kuramları ve sosyal sermaye teorisi kullanılarak gönüllülük olgusunun daha net anlaşılabilirliği ve sosyolojik çalışmalarda kullanılabileceği hedeflenmiştir. Bu bağlamda bu çalışmada;

- Gönüllülük bireysel bir eylem olarak nasıl anlaşılabilir?
- Gönüllülük olgusu sosyolojik teorilerle nasıl anlamlandırılabilir/açıklanabilir?
- Seçilen teorilerden hangisi gönüllülük olgusunu anlamaya/açıklamaya en fazla yaklaşıyor?

Sorularına cevap aranmıştır. Sadece yetersiz gönüllülük yönetimi, gönüllü çalışmanın sorunları, yetersiz gönüllü sayısı gibi sorunlar üzerinden değil de bir toplumsal eylem olarak gönüllülüğün neden, nasıl yapıldığını anlamak bu bahsedilen sorunların giderilmesi için bir ipucu da sağlayabilir. Gönüllülük konusunun önemi sadece yapılan çalışmaların nicelik olarak artmasıyla değil, bu konuya yönelik anlama denemelerinin de yapılması ile de daha bariz görülebilecektir.

Bu çerçevede gönüllülük nedir ve kimler gönüllüdür sorularına kısaca cevap verildikten sonra sırasıyla işlevselcilik, rasyonel tercih kuramları, alışveriş ve sosyal sermaye kuramlarından bahsedilerek her bir kuramın gönüllülük olgusunu nasıl ele alabileceğine, hangi odaklar üzerinden gönüllülük olgusunu açıklayabileceğine yönelik bir okuma üzerinden anlama denemesine girilmektedir.

“Gönüllülük” nedir?

Fransızca “voluntaire” kelimesinden türediği ifade edilen gönüllülük, askerlik hizmeti için kendini sunmak anlamında kullanılmaktadır. Latince ise kişinin özgür iradesi anlamında kullanılan “Latin voluntarius” sıfatına dayanmaktadır. Bu sözcük “askeri olmayan” anlamında da kullanılarak kayıtlara geçmiştir (Güngör, 2014). Latince “voluntarius” “voluntarium” kelimesinden türetilen İngilizce de “voluntary” ve “volunteer” terimleri ile ifade edilen gönüllülük genel olarak “kişinin özgür iradesiyle bireysel ve/veya toplumsal organizasyona katılımını” imlemektedir. Gönüllü kelimesi Türk Dil Kurumu (TDK) tarafından ise “bir işi yapmayı hiçbir yükümlülüğü yokken isteyerek üstlenen”, “çok istekli”, “seven kimse veya sevgili” şeklinde tanımlanmaktadır.

Gönüllülük kavramı farklı kişi ve kurumlar tarafından da farklı biçimlerde tanımlanmaktadır. Gönüllülük, “parasal kazanç beklentisi olmadan diğer insanların refahını iyileştirmeye yönelik bir faaliyet türü (Johnson, 2007)”, “bio-sosyolojik (yemek, uyumak vs.) olarak ve ekonomik olarak gerekli olmayan (geçimini sağlamak için çalışmak vs.), sosyo-politik olarak zorlanmayan (birisinin vergilerini ödemesi, dışarıya çıkmadan önce giyinmek vs.) ancak daha ziyade manevi faydalar beklenen faaliyetler (TURING, 2016)” olarak ifade edilmektedir. Birleşmiş Milletler Gönüllülerine (The United Nations Volunteers) göre gönüllülük, insanların içinde yaşadıkları topluma iştirak etme ve diğerleri için önemli olduklarını hissetme ihtiyaçlarıyla ilgili bir durumdur ve insan ilişkilerinin temel bir dışavurumdur (UNV, 2011). “Gönüllü hizmet için harcanan zaman ücretli iş olarak düşünülüp hesaplandığında birçok ülkede çok büyük rakamsal değerlere ulaşmaktadır. İşte bu nedenle gönüllülüğü ‘görünmeyen güç’ olarak adlandırmak” (Nelson, 2005, s. 4’den akt., Çakı, 2014) mümkündür.

Gönüllülük özgür irade ile toplumun genelinin iyiliği için yapılan ve maddi menfaatin asıl harekete geçirici faktör olmadığı bir faaliyettir. En önemlisi, gönüllülük vatandaş olmanın bir ifadesi ve içinde bulunduğumuz insani ilişkilerin ayrılmaz bir parçasıdır: dayanışma,

bağlılık ve katılım gibi fikirlerden esinlenen gönüllülük hem toplumların hem de bireylerin refahına katkı sağlar (UNV, 2013).

Daha önce de belirtildiği gibi literatürde gönüllülüğe ilişkin tanımlamalar daha çok sivil toplum alanıyla ilişkilendirilerek verilmektedir; “Bireylerin toplumsal sorumluluk anlayışıyla, çıkar gözetmeksizin bilgi, zaman, beceri, deneyim ve kaynaklarını -kendi özgür iradeleriyle- bir sivil toplum kuruluşunun amacı doğrultusunda kullanmaları” (Yaman, 2003), “bireyin maddi karşılık beklemeden ya da başka bir çıkar beklentisi olmadan insanların genel anlamda yaşam kalitesini arttırmak, kamu yararı amacına ulaşmak için doğru olduğuna ve yapması gerektiğine olan inançla bir toplumsal girişime, bir sivil toplum kuruluşu ya da gönüllü katılıma olanak sağlayan hukuki, kurumsal yapılar bünyesinde etkinliklere destek olması” biçiminde açıklanmaktadır (Palabıyık, 2011). Gönüllülüğün tanımını etkileyen bir diğer unsur ise faaliyet alanlarıdır. Dolayısıyla kavramın tanımı uygulama alanlarının çeşitliliğine göre de şekillenmektedir. Daha önceleri ihtiyaç sahiplerinin ihtiyaçlarını karşılamak eylemleriyle özdeşleştirilen gönüllülük, günümüzde bu ihtiyaçların oluşmasının temel nedenlerini ortadan kaldırmaya yönelik birtakım savunucu ve katılımcı eylemlerin gerçekleştirildiği alanları da kapsayan çok yönlü bir süreci ifade etmek için kullanılmaktadır. Bağcı (2013) bu sürecin; yoksulluk ve eşitsizliği azaltmaya yönelik ekonomik ve sosyal politikaları savunulduğunu, insanlar ve kültürler arasında karşılıklı anlayış ve diyaloga dayalı sosyal dayanışmanın güçlendirildiğini ifade etmekte ve insanlar arasındaki önyargıların ortadan kaldırılmasına katkıda bulunulan bir süreç olduğuna dikkat çekmektedir.

Kimler Gönüllüdür?

Gönüllülüğün sınırlarını belirlemeye çalışan tartışmaların ilk adımı, kimin gönüllü olup olmadığını belirleyecek olan öğeler üzerine uzlaşmakta yatıyordu. Birinin gönüllü sayılabilmesi için ilk adım, herhangi bir sivil toplum örgütü ile kurduğu ilişki olarak belirlenmektedir. Bu ilişkinin sürekliliği ve uzunluğu gönüllülüğün “derinliği” açısından belirleyici olsa da, asıl hararetli tartışma, gönüllünün para alıp almaması konusunda sürmektedir. Dünyada da süregiden tartışmalardan etkilenerek bir grup, ücretli çalışanların gönüllü olamayacağı konusunda net bir duruş alırken başka bir grup, az ya da düzensiz ücretlendirmeye, ilgi duydukları bir konuda ya da alanda faaliyet gösteren bir sivil toplum örgütünde çalışanların da gönüllü sayılması konusunda ısrarcı olmuşlardır. 2013 yılında üzerinde uzlaşmış olan ve gönüllünün emeği, deneyimi ya da zamanı karşılığında ücret almaması durumu, 2000’lerin başında hala arafta kalan bir konu olarak değerlendirilmiştir (Yurttağüler, 2013).

Birleşmiş Milletler Gönüllülerine göre gönüllü, herhangi bir zorlama olmadan hür iradesiyle zaman ve yeteneğini (emeğini) problem çözme ve yarar üretmek noktasında sarf eden kişi olarak tanımlanmaktadır (UNV, 2015). Birleşmiş Milletler ve Avrupa Gençlik Forumu kimlerin gönüllü kategorisinde değerlendirilebileceğine yönelik bazı ölçütler belirlemiştir. Bunlar kişinin kendi özgür iradesinin olması, finansal kazanç sağlamak amaçlanmaması yani maddi kazanca dayanmayan bir motivasyonun olması ve yapılan çalışmalar/ etkinliklerin hem başkaları hem de gönüllü kişiler için faydalı olmasıdır (TURING, 2016).

Gönüllülük olgusunun ve gönüllülerin genellikle üçüncü sektör olarak da adlandırılan sivil toplum alanıyla ilişkilendirilerek tanımlanması da sivil toplum aracılığıyla gerçekleştirilen etkinliklerin gönüllülük kapsamına alınabileceğini, hiçbir örgütlenme içerisinde olmayıp tamamen bireysel olarak gerçekleştirilen etkinlikleri gönüllülük içerisine almadığını göstermektedir. Yani özgür iradeyle ve üçüncü kişilerin yararı amaçlanarak gerçekleştirilen faaliyetlerin bir sivil organizasyon aracılığıyla yapıldığı takdirde gönüllülük kapsamında ele alınabileceğini ifade eden bu tanımlarda, bir kurum aracılığıyla gerçekleştirilmeyen fakat bireysel sivil girişimler olarak hayat bulan faaliyetlerin dışarıda bırakıldığı görülmektedir. Değişen ve gelişen yeni kitle iletişim araçları nedeniyle gönüllüğün bir kuruma/kuruluşa bağlı olmadan yapılabildiğini, hem Türkiye’den hem de dünyadan bunun örneklerine rastlanabildiğini görmekteyiz. Bu nedenle kimler gönüllüdür sorusunun cevabı verilirken mutlaka bir kurum ve kuruluşa, örgüte bağlılık aranmamalı, gönüllülüğü başka bir kişiye, duruma yönelik yapılmış olan bireysel bir eylem olarak da görmelidir.

Gönüllülüğe Yapısal-İşlevselci Açıdan Bakmak

Davis’e göre sosyoloji, 1) bir kurumun veya davranış şeklinin, toplumda oynadığı rolü veya işlevini ve diğer toplumsal özelliklerle olan ilişkisini açıklamak ve 2) bunu, esas olarak “toplumsal” açıdan açıklamak demektir (Wallace ve Wolf, 2012, s. 41-42). Bu öze sahip olan işlevselcilik basitçe toplumsal ve kültürel olguların toplumsal sistem içerisinde yerine getirdiği işlevlerin çözümlenmesi olarak tanımlanabileceği gibi işlevselciliğin “bütün olan toplumun parçalardan oluştuğunu, hiçbir parçanın bu bütünden ayrı bir şekilde anlaşılamayacağını, parçalar arasında ilişki olduğunu, bir parçada meydana gelen değişimin diğer parçayı da değişime zorlayarak bütünün denge ve uyum düzeyinde kalmasına katkı sağladığını” da içeren geniş bir tanımı da yapılabilir. Bu çerçevede işlevselciler üç öge üzerinde dururlar. Bunlar;

- Sistemin parçalarının birbirleriyle ilişkili ve birbirlerine bağlı olması,
- Toplumsal sistemde “normal” ve/veya “denge” halinde bir durumun mevcut olması,
- Sistemin bütün kısımlarının normal hale dönmek için yeniden düzenlenmesi. (Wallace ve Wolf, 2012, s.43).

Toplumsal sistemin ayakta kalabilmesi için, karşılanması gereken işlevsek zorunluluklar veya “gereksinmeler” ile bu gereksinmeleri karşılama durumunda olan yapılar vardır. Bu çerçevede gönüllülük toplumsal olgusunu işlevselci kuram açısından açıklamaya çalıştığımızda iki temel soruyla karşılaşmamız olasıdır;

- Gönüllülük eyleminin toplumsal bütüne olan katkısı nedir?
- Gönüllülüğün işlevleri nelerdir?

Gönüllülüğün sosyal bütünleşmeye katkıda bulunarak toplumsal yapının sürekliliği bağlamındaki işlevleri;

- Farklı diller, kültürler, dinler ve yaşam biçimlerinden gelen insanların gönüllülük vasıtasıyla dayanışma içinde olmayı, paylaşımı, farklılıklara tahammülü öğrenmeleri,

- Sosyal içermeyi sağlaması ve bu yönleriyle de gönüllülüğün sosyal gelişmeye olumlu katkıda bulunarak anlaşmazlıkların giderilip barışın yaratılmasında da önemli bir rol oynaması (Bağcı, 2013),
- Gönüllülüğün dayanışma ve toplumsal ahenk gibi değerleri güçlendiren yurttaş katılımına katkı sağlaması ve hem bireyler hem de toplumlar için güven ve dayanışmayı güçlendirmesi ve katılım için fırsatlar yaratması şeklinde olabilir.

Gönüllülük, ulusal ve uluslararası sivil toplum kuruluşlarının yanı sıra, birçok sosyal ve siyasi hareketin belkemiğini oluşturmakta olup, kamu sektöründe büyük bir güç olmanın yanında, özel sektörde de gittikçe önem kazanmaktadır. Ayrıca, Kymlicka ve Norman'a göre gönüllülük demokrasinin bir yönetim biçimi olarak ne denli işler olduğu, yurttaşların katılımlarının ne denli etkin olduğu ile de doğrudan ilişkili ve bu çerçevede de işlevseldir. Yurttaşların katılımı, demokrasi kültürünün yaygınlaşması ve güçlenmesi için de önemli bir gerekliliktir (Kymlicka ve Norman, 2000'den akt., Yurttagüler, 2013,).

Tüm bu sıralananlar gönüllülüğün bütüne olan olumlu işlevleri ile ilgidir. Ancak işlevselciliğe içerden bir eleştiri olarak Merton (Poloma, 1993), parçanın pozitif işlevleri olabileceği gibi negatif işlevlerinin de olabileceğini hatta bazı parçaların artık nötr yani herhangi bir işlevi yerine getirmediğini söylemektedir. Sivil toplum kuruluşlarının 1980'lerin sonu ve 1990'ların başında tüm dünyada etkinleşmeleri ile birlikte, gönüllülük, kurum olarak, derinlemesine tartışılmaya başlanmıştır. STK'lar bir yandan yurttaşların sivil katılımı için gerekli kurumlar olarak lanse edilirken argümanın öteki yüzünde ise daha keskin eleştiriler getirilerek, STK'ları sosyal refah devletinin çözülümünde (ve yoksulluğun nedenleri açısından) baş sorumlu ilan edilmiştir. STK'lar üzerine dönen keskin tartışmalardan, gönüllülük de – bir kurum olarak – nasibini almıştır. 1990'lara gelindiğinde, gerek maddi yardım (bağış) gerekse insan gücü bağlamında gönüllülük, STK'ları oluşturan, hatta var eden, itici güç olarak gözükmekte ve hem benzer övgüleri toplamakta, hem de benzer eleştirilere maruz kalmaktadır (Yurttagüler, 2013).

Bu çerçevede gönüllük olgusu ele alınırken toplumsal bütüne olan katkısı ve olumlu işlevlerinin yanı sıra Merton'un belirttiği gibi kimin için işlevsel kimin için işlevsel değil sorularının cevaplarının da verilmesi gerekmektedir. Bir grup pozitif işlevli olarak kabul edilen bir parça başka bir grup için negatif işlevli ya da işlevsiz olabilir.

Diğer yandan gönüllülük olgusunu ele alırken başka önemli bir soru da “neden bazı insanlar gönüllü eylemlerde bulunur? sorusudur. Bu çerçevede gönüllülük olgusunun hem bireysel düzeyde bu eylemde bulunan kişiye hem de toplumsal olarak nasıl bir işlevi vardır sorularına sosyolojik açıdan işlevselcilik kuramı kullanılarak cevap verilebilir. Yapılan çalışmalar (UNV, 2011) gönüllü eylemlerin daha çok yoksulluğu azaltmak, refah düzeyini yükseltmek, toplumsal barışa katkıda bulunmak, çocuk işçiliğini azaltmak, toplumsal cinsiyet eşitsizliğini azaltmak, sağlık ve eğitim hizmetlerinin gelişimine katkıda bulunmak, hizmetlerin erişilebilir olmasına katkı sağlamak, genel olarak dezavantajlı kılınmış kesime hizmet götürülmesini sağlamak, çevre sorunlarını önlemek ve/veya ortadan kaldırmak gibi amaçlar çerçevesinde bireysel ve/veya örgütlenme biçiminde gerçekleştirildiğini göstermektedir.

Yine literatür gönüllülük çalışmaları içerisinde yer alan kişilerin de yaptıkları bu çalışmalardan olumlu derecede etkilenebildiğini göstermektedir. Olumlu bir biçimde etkilene durumu Birleşmiş Milletler tarafından da gönüllü çalışmaları belirlemek için bir kriter olarak da kullanılmaktadır. Gönüllülerin motivasyonlarına ve/veya bu etkinlik içerisinde bulunma nedenlerine bakıldığında daha çok başkalarına yardım etmek, kendi ülkesini ve kültürünü tanıtmak, yeni insanlarla tanışmak, farklı ve heyecan verici bir şey yapmak (iş ve eğitim gibi rutin yaşam aktivitelerinden uzaklaşmak), kendine meydan okumak ve limitlerini test etmek, yaşamın sonraki adımlarına karar vermek, yetenek ve becerileri geliştirmek, meslek seçimine karar vermek, ebeveynlerden uzaklaşmak gibi kişisel nedenler gibi bir sürü nedenin sıralanabildiği görülmektedir (Institute for Volunteering Research, 2004, Wilson, 2000; Wilson ve Musick, 2000; Ziersch ve Baum, 2004; Miller, Simpson, Lieben, Simpson ve Associates, 2011).

Bu alanda hayati öneme sahip olan sosyal katılım (Kenyatta ve Zani, 2014), sivil katılım sosyal bağlılık (social connectedness), toplumsal katılıma bağlılık (commitment to community involvement) gibi kavramlarla ilişkilendirilen (Kay & Bradbury, 2009; Gil-Lacruz, Marcuello-Servos & Saz-Gil, 2016) gönüllülük, gençlerin kendi topluluklarıyla kurduğu ilişkiyi güçlendiren bir niteliğe de sahiptir. Yapısal işlevselci yaklaşım gönüllülüğünü toplumsal sistemin ve yapısal düzenin devamlılığı için gerekli olarak değerlendirebilecekken gönüllülüğün toplumsal işlevlerini çeşitli sosyal faktörlerle ilişkilendirerek de araştırabilir. Örneğin sosyo-demografik özellikler ile gönüllülük arasındaki ilişkiye bakıldığında -her ne kadar bazı çalışmalarda gönüllü olma olasılığı en yüksek olan kesimi orta yaşlı, orta sınıf ve çocuksuz kadınların oluşturduğu bilgisi olsa da (Thoits ve Hewitt, 2001, s. 116)- gönüllülük olgusunun daha çok genç, daha iyi eğitilmiş, sosyal onay ihtiyacı yüksek ve yüksek sosyoekonomik statüdekiler arasında görüldüğü belirtilmektedir (Corrigan, 2001; Kay & Bradbury, 2009).

Gönüllülüğün *gençlik politikalarının temel taşlarından biri* hâline geldiği de ifade edilmektedir (Çakı, 2011). Bu bağlamda yine yapılan çalışmalar gönüllülük eyleminin gençlik çalışmaları ve gençler için pozitif işlevi yerine getirebildiğini göstermektedir. Şöyle ki gençler gönüllülük meselesinin en önemli paydaşlarından biri olarak “kalkınma açısından önemli bir potansiyeli temsil eden” bireyler şeklinde nitelendirilmişlerdir. Bununla birlikte gönüllülük, gençlerin becerilerinin artırılması, istihdam edilmelerinin kolaylaştırılması ve suça karışma oranlarının düşürülmesiyle de ilişkilendirilmiştir. Zamanlarını “başkalarına yardım etmeye, onlar için önemli değişimler yaratmaya, yeni deneyimler kazanmaya, yeni insanlarla tanışmaya ve eğlenmeye” harcayan gençlerin kazanımlarının altı çizilmiş; bunun hem genç bireylere hem de topluma ciddi yararları olduğundan bahsedilmiştir. Bu yararlar sorumlu yetişkinliğe geçişten “aktif bir yurttaş” olarak toplumsal katılımın gerçekleştirilmesine, tecrübelerin başkalarına aktarılmasının kolaylaşmasına kadar genişletilebilir (UNV, 2011). Gönüllülüğün özellikle gençler için “çift yönlü bir yol” olduğundan bahsedilmiştir; gönüllülük “gençlerin kişisel gelişimine katkıda bulunurken aynı zamanda yaşadıkları toplum üzerinde değişim ve olumlu bir etki yaratır. Toplum içi işbirliği, farklı kültürler arasında daha iyi bir kültürel anlayış, sosyal sermaye ve kaynakların daha verimli kullanımı, insanlar arasında vatandaşlık bilincinin yerleştirilmesi gönüllülük sayesinde hız kazanan ve gelişmeye devam eden süreçlerdir” (UNV, 2013). Toplumsal ayrışmanın azalması, sosyal içermenin sağlanması ve bu çerçevede de refahın yaygınlaşması için gönüllülük özellikle

gençlerin elinde sürdürülebilir bir form kazanabilecektir. Bu da sistemin düzen ve dengede olabilmesi açısından önemlidir.

Bütün bu anlatılanlar çerçevesinde, işlevselciliğin gönüllüğe bakış açısının “toplumsal sistemler, varlıklarını sürdürebilmek için bazı işleri yapmak eğilimindedir ve dolayısıyla sosyolojik çözümleme, bu işleri yapacak veya bu ‘gereksinmelere’ cevap verecek toplumsal yapıları aramak durumundadır” (Wallace ve Wolf, 2012, s.42) anlayışı ve Merton’un işlevselciliğe yapmış olduğu eleştiriler çerçevesinden bakabileceğini/bakılması gerektiği sonucu çıkarılabilir. Diğer yandan işlevselcilik Durkheim’den alınan bir ilke olarak içine doğduğumuz toplumsal normları sosyalizasyon süreci ile öğrendiğimizi, bu normları içselleştirerek belirli şekillerde hareket ettiğimizi, diğerleri ile işbirliği yaptığımızı ve beklentiler çerçevesinde toplumsal rolleri yerine getirdiğimizi de açıklar. Bu noktada işlevselci kurama göre gönüllülük eylemini, içselleştirdiğimiz ve yerine getirdiğimiz bir rol/ davranış olarak değerlendirmek de mümkün olabilir.

Gönüllülüğe Rasyonel Seçim Kuramlarından Bakmak

1960’larda özellikle Parsons’un etkisiyle özellikle Amerika’daki sosyoloji yapma biçimi üzerinde büyük bir etkisi olan İşlevselcilik yaklaşımının 1970’li yıllardan itibaren etkisini kaybetmeye başladığını (Giddens, 1999) ve yapı-aktör ikiliğinde “aktör”ü önceleyen eğilimlerin güçlendiğini görmekteyiz. İşte bu eğilimlerden birisi Sosyoloji literatüründe “akılsal seçim teorisi” ile “rasyonel tercih teorisi” gibi isimlerle anılan rasyonel seçim kuramlarıdır. Bu kuram genel olarak insanların akılsal olduklarını ve hareketlerini, amaçlarına erişmekte etkili gördükleri araçlara dayandırdıklarını kabul eder (Wallace ve Wolf, 2012).

Hedström ve Swedberg’e göre rasyonel seçim kuramı “metodolojik bireyciliğe dayanma”, “teorik eğilimlerdeki analitik yatkınlık” ve “eylemin niyetini açıklamaya odaklanma” şeklinde özelliklere sahiptir. Goldthorpe ise, “eylemi” sosyolojik düşüncenin merkezine yerleştirilmesi ve makro-mikro ilişkilerin reformist bir tarzda yeniden kurulmasıyla rasyonel tercih teorisinin ilkelerinin belirginleştiği kanısındadır. Bu açıdan teorinin en önemli özelliği, daha holistik ve determinist açımları önemseme geleneğine karşı bireyci bir metodolojiyi, sosyoloji içinde savunmanın çağdaş bir biçimi olmasıdır. (Baştürk, 2012, s.82-83).

Bireyciliğin nasıl bir açıklama çerçevesi meydana getirdiği konusunda farklı yorumların olması ve bu bakımdan rasyonel tercih teorisinin bireyciliği ve rasyonel eylemi anlamlandırma konusunda homojen bir karakterinin olmaması (Baştürk, 2012) gönüllülük eylemini anlamlandırma noktasında rasyonel seçim kuramının tek bir açıklamasının olmayacağını göstermektedir. Ancak bu makalenin genel ilkeleri çerçevesinde gönüllülüğün nasıl anlamlandırılabilmesine yönelik bir deneme yapılmaktadır.

Baştürk (2012) akılsal/rasyonel seçim kuramlarının eylemdeki rasyonel öğelerin açıklanması ve bireysel eylemin yönlendirici rollerini vurgulayarak “güçlü gelenek (strong tradition)” ile “zayıf gelenek (weak tradition)” ayrımının dikkate alınması gerektiğinin altını çizer. Güçlü gelenek grubundaki rasyonel tercih teorisinde yönlendirici ilke doğal olarak rasyonel saiklerdir. Bireylerin eylemleri aslında bir motivasyon unsuru dolayısıyla

harekete geçmeyi içerir. Farklı motivasyon kaynakları mümkün olabilmekle birlikte, asli unsur sürekli olarak *fayda* gözetmek ve *beklentilerin karşılanması* olmaktadır. Aktörler faydanın gözetilmesi sırasında faydanın sonuçlarına ve izlenebilecek yollara ilişkin belli kısıtları dikkate almak durumundadır. Hem faydanın farklı anlamları, hem de faydaya daha az kısıtlı bir biçimde sağlayabilmek amacıyla, eylem kararının belirli bir *çıkar* hesabıyla ilişkili olduğuna inanılır. Güçlü geleneğe bireycilik, sosyal fenomenin tanımlanmasında toplumsal unsurları tamamıyla göz ardı eder ve buna göre toplumsal eylem aktörlerin muhtelif kararlarının anlamlı biçimde bir araya gelmesinin bir ürünüdür (Baştürk, 2012).

Rasyonel seçim kuramının güçlü geleneğinden gönüllülüğe bakıldığında, hem bireyci metodolojiyi benimsemesi hem de bireysel çıkar ve fayda gibi kavramları kullanması nedeniyle bu geleneğin, başkasını gözeterek başkasına yönelik yapılmış gönüllülük eyleminin bu eylemi gerçekleştirenlerin bireysel çıkarına ve faydasına hizmet ettiğini söyleyebilecektir. Eylem merkezli güçlü gelenek gönüllülük eyleminin arkasındaki niyeti açıklamaya yönelecektir. Bu da eylemin, eylemde bulunana sağlayacağı fayda ve eylemcinin çıkarı ile ilgili bir durumdur. Gönüllüler farklı motivasyonlar nedeniyle eyleme geçebilmekte ancak asli unsur faydasını gözetmek ve beklentilerinin karşılanması olmaktadır. Bu yüzden bireyler neden gönüllülük eylemini gerçekleştirir? Gönüllülük neden yapılır, sorusu rasyonel seçim kuramının güçlü geleneği açısından cevaplanması gereken bir sorudur.

Güçlü geleneğin eylemi niyetsel, bireysel ve davranışsal öğeler ile açıklaması, toplumsal unsurları göz ardı etmesi sosyoloji içerisinde oldukça eleştirilir. Zayıf gelenek aktörün karar verme süreçleri kadar bu sürecin koşullarını belirleyen makro belirleyicilerin varlığının da kabul edilmesi gerektiğinin üzerinde durur. Yani temelde aktör çıkar ilkesine uygun eylemlerde bulunur ancak bu eylemlerdeki tercihleri yönlendiren belirleyici kolektif süreçlerin de etkili olduğunun unutulmaması gerekir (Baştürk, 2012). Wilson'a (2000) göre de birey düzeyinde, gönüllülükle ilgili iki bakış açısı hakimdir. İlk bakış açısı gönüllülüğün ardındaki nedenlerin araştırılmasıyla ilgilenirken; ikinci yaklaşım aktörlerin rasyonel olduğunu ve gönüllülük kararının, büyük ölçüde değişen bireysel ve sosyal kaynaklar bağlamında alındığını varsaymaktadır. İşte akılsal seçim kuramını gönüllülük olgusunu anlamaya çalışırken kullandığımızda bu kuramın güçlü ve zayıf gelenek şeklinde yapılan tasniflemenin her ikisini de kullanabileceğini ancak zayıf geleneğin ağır bastığını söylemek gerekmektedir. Yani rasyonel seçim teorisinin güçlü geleneği gönüllülük eylemini sadece birey yönünden ele alır.

Hedström & Swedberg aktörün eylemini rasyonellik ilkesinin yönlendirdiğini ancak çıkar/ fayda üzerinden tanımlanan bu ilkenin işlevselleşmesinin ancak aktörün inançları ve fırsatlar yoluyla olacağını; bu inanç ve fırsatların yapısal ve toplumsal koşullar ile ilgili olduğunu söylerler. İnançlar bireyin yapabilirliğine ilişkin kişisel yargıları ve eylemin değerine ilişkin bireysel ön kabulleri ifade ederken koşullar ise eylemin genel çerçevesini belirleyen ve eylemin mümkün olmasını sağlayabilecek bireysel olmayan ilişki ve düzenlerdir (Baştürk, 2012). Bunu gönüllülük eylemine uyarladığımızda şöyle bir tablo çıkar karşımıza. Makro toplumsal düzen, gönüllülük eylem alanını ortaya çıkarır. Birey gönüllülük eyleminde bulunurken kendisine en fazla sağlayacak faydaları göz önünde bulunduracaktır. Nasıl mı? Gönüllü kişisel gelişimine katkı sağlamak, bir alanda niteliklerini arttırmak (örn.

Avrupa Gönüllülük Hizmeti programı aracılığıyla hem yabancı dilini hem de networkunu geliştirmek, vb.), kendine meydan okumak ve limitlerini test etmek, vb. kişisel tatmin sağlamak, vb. saiklerle eylemde bulunur. Bireysel olarak bu tür saikler çerçevesinde yapılmış bir gönüllülük eyleminin sonuçları gönüllülük alanındaki toplumsal işleyişe etki edebilir/eder. Bu nedenle hem gönüllülük eyleminin hem bireysel çıkara hizmet ettiğini ve bu çerçevede yapılabildiğini, hem gönüllülük eyleminin yapılabiliğini sağlayan bireysel olmayan ilişki ve düzenleri işaret ettiğini hem de bireysel olmayan ilişki ve düzenlerin çerçevede gönüllülük eyleminin toplumsal işleyişe de etki ettiğini ve katkı sağladığını söylemek gerekir.

Diğer yandan insanların birbirlerine karşı davranışlarını anlamanın yolu, onları kıtlık dünyasından rasyonel karar alıcılar olarak görmektir (Wallace ve Wolf, 2012). Bu bağlamda akılsal seçim kuramını kullanan bir sosyolog öncelikle gönüllülük eyleminin gönüllülük eyleminde bulunup bulunmama tercihini yapan bireylerle ilgili olduğunu ortaya koyması gerekir. Daha sonra örneğin farklı sosyo-demografik özelliklere -yaş, eğitim gibi bireysel özellikler gönüllülük açısından farklı bir öneme sahiptir- sahip bireylerden bazılarının gönüllülük yapma eyleminin nedenlerini sorgular ya da geçmişte gönüllülük davranışı azken şimdi insanların gönüllülük çalışmalarında bulunma nedenlerini ve bunun bireysel olmayan ilişki ve düzenlerle olan etkileşimini sorgulayabilir (Wilson, 2000).

Gönüllülüğe Sosyal Alış Veriş Kuramı Açısından Bakmak

Akılsal seçim kuramının günümüz sosyolojisindeki en bariz çeşitlerinden birisi alışveriş kuramıdır. Toplumsal alışveriş kuramları, ekonomik alışverişte bir temel ilkeye dayanır: *insanlar mallar ve hizmetler sağlarlar ve bunların karşılığı olarak da istedikleri malları ve hizmetleri elde etmek isterler*. Alışveriş kuramcıları, toplumsal etkileşimin ekonomik alışverişe benzerliği basit varsayımını paylaşırlar. Kurama genel olarak bakıldığında alışveriş kuramcıları, “toplumsal etkileşimi beslenme, gıda ve barınmadan, toplumsal kabul görme ya da sempatiye kadar uzanan, elle tutulur veya tutulmaz mal ve hizmetlerin alışverişi olarak kavramlaştırırlar. Fakat toplumsal alışverişin her zaman dolar ve sentler -para- ile ölçülemeyeceğini, toplumsal alışverişte hem maddi hem de maddi olmayanların değiştirildiğini kabul ederler. Örneğin bir fabrikada diğer işçilerle birlikte etkileşen bir işçi açıkça daha büyük bir yılbaşı ikramiyesi ödülünü elde etmek için arkadaşları ile işbirliğine gidebilir. Ancak aynı zamanda, arkadaşlık ve iyi niyet gibi maddi olmayan ödül, ekonomik olarak son zamanlarda bile benzer bir davranışı ortaya çıkarabilir. Bu bağlamda bir *karşılıklılık modeli* işler; veren ve karşılık olarak almayı bekleyen insanlar birlikte var olur. İnsanlar hareket seçeneklerinin maliyet ve ödülleri inceledikten ve en çekicisinin tercihini yaptıktan sonra hangi alışverişleri seçeceklerini belirlerler” (Poloma, 1993, s.54; Wallace ve Wolf, 2012). Bir kişinin yapabileceği eylem maliyetine göre değişir ancak bu eylemin ödülleri de değişiklik olacaktır. Çoğu durumda karar verilen eylemler parasal ve parasal olmayan ödüller ve maliyetlerin bir kombinasyonu olacaktır (Scott, 2000).

Kuramın temsilcileri George Homans ile Peter Blau’dur. Homans, kuramını geliştirirken, Skinner’ın deneysel psikolojisinin davranışçı okuluna başvurur (Homans,1958) ve sosyal davranış üzerinde odaklaşan ilk sistematik kuramı geliştirir. Ona göre sosyal davranış en az iki kişi arasında, elle tutulur veya tutulmaz ve az veya çok ödüllendirici veya değerli

faaliyet alışverişidir. Toplumsal davranış, maddi malların yanı sıra onay ve itibar sembolleri gibi maddi olmayan mallar da dâhil olmak üzere, bir mal alışverişidir. Diğerlerine çok şey veren kişiler onlardan daha fazlasını almaya çalışacaklardır ve diğerlerinden çok şey alan kişiler de onlara daha fazlasını vermeleri için baskı altındadırlar. Bu etki süreci, alışverişleri dengeleyecek bir biçimde işleme eğilimindedir. Alışveriş sürecine dâhil olan kişi açısından, verdiklerinin ona bir maliyeti olabilir, tıpkı aldıklarının da birer ödül olabilmeleri gibi (Homans, 1958). Yani Homans'ın alışveriş kuramı kişinin davranışının ya ödül elde etme ya da cezalandırılmaktan sakınmak amacıyla olduğu varsayımına dayanır. İnsanların maliyeti (örn. ceza) en aza indirmek ve karlarını yani ödülleri arttırmak amacıyla eyleme geçtiklerini söyler. Ona göre birey ile onun yapı arasındaki bağı sağlayan şey bireylerin işgal ettiği konum ve konumlara bağlı olarak yerine getirdikleri rol yani statü-rol ilişkisi değil onun yerine maddi olan ve maddi olmayan metaları alıp-verme sürecidir (Homans, 1958).

Homans'ın bakış açısından gönüllülük olgusu değerlendirildiğinde onun önermelerine bakma gerekliliği ortaya çıkmaktadır. Homans alış-veriş sürecini *başarı önermesi*, *uyarıcı önermesi*, *değer önermesi*, *ihtiyaç-doyum önermesi* ve *saldırganlık-onaylama önermesi* gibi beş önerme ile açıklanabileceğini düşünmektedir. *Başarı önermesi*, insanlar tarafından yerine getirilen tüm eylemlerde, bir kişinin belirgin bir eylemi ne kadar sık ödüllendirilirse, bu kişinin o eylemi yapma/tekrar etme olasılığı yüksektir. Günlük yaşam kişilerin ödül bulabildikleri davranışlardan oluşur. Gönüllü birey(ler) yaptıkları eylemle girdikleri alışveriş sürecinden bekledikleri ödül(ler) neyse ve eylemi ne kadar sık ödüllendirilirse, bu kişinin gönüllülük eylemini tekrar etme olasılığı yüksek olacaktır.

Uyaran önermesi, Eğer geçmişte belli bir uyaran ya da bir uyaranlar dizisi bir bireyin eyleminin ödüllendirilmesinde ortaya çıkmış ya da ödüllendirilmesine neden olmuşsa, şimdiki uyarıcı geçmiş zaman içindeki uyarıcıya ne kadar çok benziyorsa, o kişinin o eylemi veya benzeri eylemi yapma olasılığı o kadar fazladır. Gönüllü çalışmalarda yer alarak ücretsiz yabancı dil kursuna gitme fırsatı kazanan birey daha önce yaptığı eylem nedeniyle böyle bir olanak elde etmiştir. İsteddiği ödülü gönüllü çalışmada bulan birey gönüllü çalışmayı uyaran olarak seçip herhangi bir ücret talep etmeden eylem de bulunabilir.

Değer önermesi, eylemin sonucuna bakan önermedir. Kişi için eyleminin sonucu değerli oldukça, kişinin o eylemi gerçekleştirme olasılığı daha fazla olacaktır. Kişinin uyaranlar tarafından gösterilen ödüllü isteme derecesidir. Birey kendisine daha önce ücretsiz yabancı dil kursu almasını sağlayan bir gönüllülük eyleminde bulunma ile başka bir kurumda çok cüzi bir ücret karşılığında çalışma arasında bir tercih yapması gerektiğinde hangisinin daha değerli olduğu sorusunu sorarak hangi ödül onun için daha değerliyse o eylemi gerçekleştirecektir.

Yoksunluk-doyumluluk (ihtiyaç-doyum) önermesi, bir kimse yakın geçmişte özel bir ödülü ne kadar çok sıklıkla elde ederse, onun için bu ödülün elde edilmesi çok fazla değerli olmayacaktır. Bu önerme daha çok bireyin belirli bir dönemde neyi değerli bulduğu ile ilgilidir. Eğer birey bu dönemde kişisel gelişimini ve niteliklerini artırıcı bir eylemde bulunmayı bir kurumda cüzi de olsa bir para karşılığında çalışmaya göre daha değerli buluyor olabilir.

Saldırganlık-onaylama önermesi ise kişinin eylemi, ona beklediği ödül ya da beklemediği ödüllü getirmediğinde ya da beklemediği bir cezayı getirdiğinde kızacaktır; kişi saldırgan davranma eğilimine girecek ve böylesi davranışların sonuçları onun için daha değerli olacaktır. Bir kişinin eylemi beklediği ödül, özellikle de beklediği ödülünden daha büyük olanı getirir ya da beklediği cezalandırma ile karşılaşmamış ise durumdan hoşnut olacaktır; onaylanan davranışı gerçekleştirmekten daha çok hoşlanır ve böylesi davranışların sonuçları onun için değerli olur. (Homans, 1958; Poloma 1993; Wallace ve Wolf, 2012). Saldırganlık-onaylama önermesi, insan beklentilerinin çoğu, ne olması gerektiğini ve neyin iyi ve doğru olduğunu belirleyen adetlere ve normlara dayalı olduğundan önemlidir (Wallace ve Wolf, 2012). Sosyal ilişkilerinin ve çevresinin gelişmesi amacıyla bir sivil toplumda gönüllü olarak çalışmaya başlayan birey -sosyal ilişkilerini ve sosyal çevresini ücret karşılığında çalışma aracılığıyla geliştirebilecek olmasına rağmen- gönüllü çalışmanın verdiği iç huzur ve tatmin nedeniyle bu alanda çalışmayı seçebilir.

Tüm bu önermeler evrensel ilkelerdir. Bu önermelerden birisi, insan davranışının sadece bir kısmını açıklar. Bir davranışı tümüyle açıklamak için hepsinin gözönünde bulundurulması gerekiyor. Emerson, Cook, Lawler ve diğerlerinin deneysel araştırmaları, Homans'ın toplumsal alışveriş ile ilgili düşüncelerini dile getirme ve belirgin özelliklerinin altını çizmesinde etkili olmuştur. Araştırmalar sıklıkla yapılan alışverişin, alışveriş içerisinde olan kişilerin birbirlerine karşı olumlu bir duygu yarattığını göstermiştir.

“Edward Lawler ve arkadaşları, alışverişin, “ilişkisel bağlılık” (yani alışverişte gerçek bir topluluk ya da birim anlayışı) adını verdikleri durumu nasıl yaratabileceğini incelemişlerdir: onlara göre, “vasıtalı alışveriş ilişkileri, aktörler arası duygulara dayalı anlamlı bağları besler... (Bir) ilişkisel bağlılık kuramı, alışverişlerin... aktörler arası benzerlik duygularının ve ekonomik davranışın içinde yer aldığı kişiler arası ilişkilerin zeminini hazırlar.” Böylece, “bir şebeke (ağ örgüsü, network) aynı iki kişiyi tekrar tekrar bir araya getirir ve iki kişi ortak bir iş yapmakta olurlarsa, bunlar duygusal bir iletişim yaşarlar (ki bu da) bu ikili ilişkiyi... daha belirgin ve daha gerçek yapar... (ve) diğer kişi ile bağlantılı olan (sorumluluk alan) davranışa götürür (Wallace ve Wolf, 2012, s. 439).

Bu alıntıya göre yaptıkları alışverişte ve alışverişle ilgili olumlu duyguları deneyimleyen bireyler hem bunun kaynağını anlamak hem de alışverişin yarattığı olumlu duyguları dolayısıyla da alışveriş ilişkisini artırmak isteyeceklerdir. Bu durum, onların bu alışveriş ilişkisi içinde kalarak, birbirlerine hâtırâ hediyeleri verme ve yeni bir ortak girişime katkıda bulunma olasılığını sağlar (Wallace ve Wolf, 2012). İşte ilişkisel bağlılık kuran gönüllü olarak bir faaliyet içerisinde olan bireyler de hem yaptıkları eylem hem de birbirleriyle kurdukları ilişki üzerinden olumlu duygusal iletişim yaşamaya başlarlar. Bu nedenle girdikleri alışveriş sürecinde gönüllülüğü birlikte devam ettirme, bir kurum ve/veya kuruluş, platform vb. bir oluşuma katkıda bulunma olasılıkları artacaktır. Homans'ın alışveriş kuramı baz alınarak gönüllülük olgusu hem bu bağlamda hem de beş önerme kullanılarak da anlaşılabilir/açıklanabilir.

Alışveriş kuramı kendi içerisinde farklılaşmaları barındıran bir kuramdır. Bu bağlamda da Homans bireysel davranışların üzerinden yola çıkarak ekonomi ve sosyoloji birlikteliği

ile davranışları açıklamaya çalışmış ve birçokları tarafından da psikolojik indirgemecilik yaptığı gerekçesiyle eleştirilmiştir. Homans'a eleştiri yapanlardan birisi de “mikro toplumsal çalışmalardan makro ya da büyük ölçekli karmaşık örgütlenmelere ilişkin genellemelere varılamayacağı, temel farklılıkları olduğu” (Poloma, 1993) noktasından yüklenen Peter Blau'dur. Ona göre alışveriş kuramının temel varsayımı, bireylerin sosyal ilişkileri ödüllendirici olacakları beklentisiyle kurdukları ve ödüllendirici buldukları için de devam ettirdikleridir. İki tarafın birbiriyle etkileşime girme nedeninin normatif gereksinimden değil, birbirinden ödül beklentileri olduğuyla ilgili bu varsayım, *zorunluluklar gerektiren normlara dayalı olmayan ödül alışverişinin sosyal etkileşimlerin başlangıç mekanizması* olduğu anlamına gelir. Eğer bir kişi, belli kişilerle ilişki kurmanın ödüllendirici olacağına inanıyor ve o yüzden onları çekici buluyorsa, beklenen ödülü almak için etkileşime girecektir. Onların da bu kişiyle etkileşime girmeleri için bu yönde bir istekleri olması gerek ve bu –varsayımına göre- söz konusu etkileşimin ödüllendirici olacağına inandıkları takdirde oluşur. Sonuç olarak, kişinin başkalarıyla etkileşim içinde olduğunda beklediği ödülleri alabilmesi için, onların üzerinde iyi bir izlenim bırakarak kendisiyle etkileşime girmelerinin ödüllendirici olacağına inandırması gerekir.

Birçok insan başkalarına iyilik yapmaktan hoşlanır ve genelde geri dönüşünü –en azından başlangıçta– düşünmeden yapar. Fakat bir ilişkiden bir yarar sağlanmışsa karşılık verme yükümlülüğü de doğar. Eğer bu yarar tekrar eden nitelikteyse –içeriği sadece diğerinin varlığından haz alma veya iş arkadaşına sürekli akıl danışma şeklinde olsa da– karşılık verme yükümlülüğü bu ilişkinin getirdiği yararları almaya devam etmek için gereklidir (Blau, 1994). Blau, insanları birleşmeye iten çekicilik nedir, sorusuna “bireyler içsel (sevgi, saygı, görev veya güzellik arayışı ve/veya dışsal (para, mal veya hizmetler) ödülleri beklentisiyle alış verişe ilgi duyarlar cevabını verir.

Hem Homans'da hem de Blau'da alışveriş noktasında *güven* önemli bir ilkedir. Blau'ya göre *karşılıklı yükümlülüklerin yerine getirilmesi ve karşılıklı yarar elde etmeye yönelik davranılması* kişiler arasında güveni artırır. Bu ilişkiden karşılıklı sağlanan yararın artması da *sosyal bağı* kuvvetlendirir. Bu sadece sosyal alışverişin bir yan ürünü gibi görünebilir, ama aslında en önemli olanıdır. Blau, toplumsal alışverişin toplumsal bütünleşmeyi sağlayan çok önemli bir etken olduğunu düşünür. Ayrıca toplumsal alışverişin iki önemli işlevi vardır; arkadaşlık bağları yaratmak ve tâbiyeti (subordination) ya da üstünlüğü (domination) kabul ettirmektir. Blau alışverişin, karşılıklı güven yaratarak, farklılaşmayı teşvik ederek, topluluk normlarına uymaya zorlayarak ve ortak değerleri geliştirerek toplumsal bütünleşmeyi artırdığını savunur (Wallace ve Wolf, 2012, s. 449).

Blau (1994), “genelleştirilmiş alış veriş” ten bahseder ve bir grup veya topluluğun ya da kabilenin her üyesinin karşılık beklemeden birbirine yarar sağladığını öne sürer. Başkalarına iyilik yapmak sosyal olarak beklenen bir davranış olduğundan bu bir grup normudur. Bu norma uyum gösterilmesi, uzun vadede grup üyelerinin fayda sağlamaları ve dayanışmanın güçlenmesine neden olmaktadır. Ancak genelleştirilmiş alışverişle ilgili bir eleştirisi de vardır; genelleştirilmiş alış veriş sadece grup normlarına uyum gösterilmesine verilen farklı bir isimdir ve bunun sonucunda sosyal davranış, bu davranışı talep eden sosyal normlar

olarak açıklayarak bir totolojik yanılısamaya düştüğünü söyler. Sosyal alışveriş kuramının, iki kişi arasında gerçekleşen alışveriş süreçleriyle sınırlandırılmış olması, bunların gerçekleştiği sosyal yapıların göz ardı edilebileceği anlamına gelmiyor, çünkü onları etkiliyor. Eğer gruptaki bir üyenin karşılık beklemeden katkıda bulunması kültürel/sosyal norm ile açıklanıyorsa, o zaman olan şey tam olarak açıklanamaz. Çünkü alışveriş sosyal baskılarla değil, getirisiyle –iyi ahbablık veya arkadaşlıkla veya somut çıkarlarla– açıklanır. Yukarıda da belirtildiği gibi alışveriş kişiler arasında güvenin de oluşmasına katkı sağlar. Oluşturulan güven yıkıldığı takdirde sosyal alışveriş hâkim olamaz. Bu noktada Blau “sosyal kınama” dan bahseder. Karşılıklılık ilişkisi içerisinde olan taraflardan X Y’den bir şey istediğinde ve Y bu talebi karşılayacak eylemde bulunabilir. Ancak Y karşılıklılık ilkesi çerçevesinde X kişisinden bir şey istediğinde X kişisi bu talebi karşılamazsa X kişisi sosyal çevre tarafından nankörlükle suçlanabilir. Bu aynı zamanda X ve Y arasında oluşturulan güvenin zedelenmesine neden olabilir. Ancak burada X çevresi tarafından nankörlükle suçlanacağı ve baskı göreceği için Y’nin talebini karşılamaya yönelebilir. Sosyal baskılar güvenin yıkılmasını engeller ve gerçekleşen karşılıklı değiş tokuşu anlatmaz, ama bu yapıyı korumayı sağlar. Yani topluluk normları, “temel ve her zaman var olan karşılıklılık normu dâhil”, alışveriş muamelelerini düzenler; karşılık vermemek topluluk yaptırımlarını getirir (Wallace ve Wolf, 2012, s. 452).

Blau’nun bakış açısından gönüllülük olgusu ele alındığında, gönüllülüğü bir sosyal etkileşim biçimi olarak görmek gerekmektedir. Birden fazla kişi ile yapılan gönüllülük çalışmalarında gönüllülerin hem birbirleriyle hem de gönüllülük çalışmasına konu olan öznelerle etkileşime girme nedenini bir zorunluluktan ve/veya normatif gereksinimden değil, birbirlerinden bekledikleri ödül(ler) nedeniyle –tatmin, sevgi, saygı, adalet, vb.- olduğunu belirtmek gerekmektedir. Eğer bir kişi, bazı örgütlerde ve/veya bireysel bir biçimde gönüllü çalışmanın ödüllendirici olacağına inanıyorsa beklediği ödülü elde etmek için diğerleriyle etkileşime girecek/gönüllülük yapacaktır.

Diğer yandan Blau’ya göre bir insanın gönüllülük çalışmaları kapsamında başkalarıyla dayanışma içinde olması, başkalarıyla işbirliği içerisinde –gönüllülüğün maddi kazanç beklentisi olmama, hem eylemde bulunanın hem de başka bir kişinin faydasına olması, vb.- çalışma yapması, “insanın geri dönüşünü beklemeden başkalarına iyilik yapmaktan hoşlanmasıyla” açıklanabilir dolayısıyla gönüllü çalışmanın sürekliliği yani gönüllü birey tarafından devam ettirilmesi ancak birey bu ilişkiden bir yarar sağlanmışsa karşılık verme ve devam etme yükümlülüğü çerçevesinde olur. .

Gönüllülüğün en önemli işlevlerinden birisi sosyal içermeyi sağlaması bu bağlamda da toplumsal bütünleşmeye olumlu katkı sunmasıdır. Blau’nun bakış açısından gönüllülük etkileşimi çerçevesinde girilen ilişkiden karşılıklı yarar sağlandığı durumda hem ilişkiye girenler düzeyinde hem de toplumsal düzeyde *sosyal bağın güçlenmesi* beklenir.

Gönüllülüğe Sosyal Sermaye Kuramından Bakmak

Son zamanların üzerine en fazla konuşulan kavram ve kuramlarından birisi olan sosyal sermaye konusunda Coleman, Bourdieu ve Putnam olmak üzere farklı farklı açıklamalar

bulunmaktadır. Coleman ve Bourdieu sosyal sermaye kuramlarını eğitim alanı üzerinden şekillendirmişlerdir ancak her ikisi de sosyal sermayeden bahsederken sosyal yapıyı şekillendiren sosyal ilişkiler üzerinde de durmuşlardır. Bourdieu ise sosyal sermayeyi bir grup içerisinde olma yani bir gruba ait olmaktan ileri gelen ‘kaynaklar’ olarak kabul etmiştir. Bourdieu’ya göre sosyal sermaye, “az ya da çok kurumsallaşmış karşılıklı tanışıklık ve tanıma ilişkilerinden oluşan uzun ömürlü bir ağa sahip olmayla bağlantılı, kendi üyelerine kolektiviteningin sahip olduğu sermayenin desteğini, kelimenin farklı anlamlarıyla kredi hakkı tanıyan bir “referans” sağlayan fiili ya da potansiyel kaynaklar kümesidir” (Bourdieu 2010, s. 60). Bourdieu ekonomik, kültürel ve sosyal olmak üzere üç tip sermaye biçimi belirler ve bu üç farklı alanın her birini toplumdaki bireylere avantaj sağlamak için kaynakların toplanabildiği alanlar olarak tanımlamaktadır. Her üç sermaye biçiminde de ailelerin, grupların ve sınıfların kaynakları gelecek nesillere aktarmadaki yetenekleri önemlidir. Bourdieu’nun daha önce gündeme getirdiği ekonomik, kültürel ve sosyal sermaye alanlarına daha sonradan Bourdieu ve Wacquant (1992, s. 119) tarafından “simgesel sermaye” de eklenir. Simgesel sermaye “ekonomik, kültürel ve sosyal sermayenin algılamaya dayalı olarak aldıkları biçimlerle” ilgilidir.

“İnsanların edindikleri eğilimler sistemi onların toplumda işgal ettikleri konuma, özel sermaye donanımlarına bağlıdır” (Wacquant, 2007, s. 62). Bourdieu’ya göre, bireyler sahip oldukları ilişkiler aracılığı ile çeşitli imkânlarla ulaşabilmektedir ve bu ilişkilerin miktarı ve kalitesi yani ağların yoğunluğu bireylerin ulaşabileceği kaynakları etkilemektedir (Tüysüz, 2011). Başka bir anlatımla, bireylerin toplumsallaşma sürecinde edindikleri, ailelerinden devraldıkları ya da eğitim gibi formel kurumlar dolayısıyla biriktirdikleri sermayelerine göre, toplumsal uzamda konum alışları şekillenir. “Bourdieu için birey, dâhil olduğu toplumsal ağlar ve bu ağlarda devam ettirdiği ilişkilerin gücü nispetinde sosyal alanın aktif bir oyuncusu olur. Bu anlamda bireyin hedefine yönelik kullanabilmesi için sahip olduğu ağların harekete geçirilmesi en önemli sermaye ‘sosyal sermaye’ unsurudur” (Aydemir, 2011, s. 45).

Gönüllük olgusu ve gönüllü çalışmalarda bulunma açısından Coleman’ın ve Putnam’ın sosyal sermaye anlayışı daha açıklayıcı olmaktadır. Coleman’a göre ise sosyal sermaye sosyal analiz açısından normlara bağlı davranış ve çıkarıcı davranış ile sosyal yapı ve bireysel eylem arasında uzlaştırıcı bir yol olarak görülmektedir. Sosyal sermaye toplumsal ortamda inşa edilen ve birliktelik halini besleyen aynı zamanda birliktelikten beslenen bir yapısal unsur olarak görülür. Şu halde sosyal sermaye “topluma içkin olan, aktörlerin rasyonel eylemlerini kolaylaştıran ve normlar, değerler, ağlar gibi sosyal ilişkilerin zeminini tayin eden her türlü yapısal unsuru” kapsar (Aydemir, 2011, s. 50). Coleman’a göre, sosyal sermaye bir kaynağı temsil eder, çünkü sosyal sermaye karşılıklılık beklentilerini de içerir ve ilişkilerin yüksek derecede güvenle ve ortak değerlerle yönetildiği, daha geniş iletişim ağlarını kapsamak için herhangi bir bireyin ötesine geçer. Yani Coleman için de bireyler, hem çıkar elde etmek hem de elde ettikleri bu çıkarlarını sürdürülebilmek için rasyonel davranırlar (Field, 2006). Coleman sosyal ve insani sermaye hakkındaki makalesinde, insanlar arasındaki ilişkilerin, aktörler arasında yükümlülük ve beklentilerin kurulmasına yardım ederek, sosyal çevrede sadakati ve dürüstlüğü kurarak, bilgi kanallarını açarak,

başboş davrananlara yaptırımlar uygulayarak ve belirli davranış şekillerini onaylayarak sermaye kaynaklarını oluşturduğunu göstermektedir (Field, 2006). İlişkiler ve ağlar bazı kaynak ve faydaları da beraberinde getirir. Coleman'a göre altı çeşit sosyal kaynak ve fayda biçimi vardır. Bunlar;

- Bilgiye erişim ve ilişkiler yoluyla belli bir türde sosyal yaşam;
- Başka aktörlerle birlikte riskli girişimlerde itimatlı olmaya aktörlerin hazır olması;
- Desteğin, yardımın ve dayanışmanın ortaya çıkarılması;
- Sosyal kontrolün bulunması ve bütün bir sosyal ilişki sisteminde aile, akrabalar arası veya komşulukta yer alan diğer üyelerin eylemleri ve kadere belli seviyede dikkat;
- İlişkiler içinde bir güven iklimi;
- Normların, değerlerin geçerliliği ve bir grup, organizasyon veya toplum içindeki ahlaklıdır (Coleman, 1990, s. 303).

Coleman'ı bu sınıflamasında “desteğin, yardımın ve dayanışmanın ortaya çıkarılması” bu çerçevede de yardıma ve dayanışmaya hazır olma hali bireylerin özel malları gibidir. Çünkü bir ihtiyaç durumunda hemen kullanıma sokulabilmektedir.¹ Diğer yandan Coleman'ın (2000: 306-312), sosyal sermaye biçimleri “yükümlülükler ve beklentiler”, “bilgi potansiyeli”, “normlar ve etkili yaptırımlar”, “otorite ilişkileri”, “tahsis olunabilir sosyal ilişkiler”, “amaçsal organizasyonlar” üzerine inşa edilmişlerdir. Burada gönüllülük açısından önemli olan sosyal sermaye biçimleri sırasıyla şöyledir; bireyin diğer bireylere yönelik başlangıçta diğerkâmcı olarak tanımlanabilecek eylemlerini içeren *yükümlülükler* ilk sırayı alır. Birey için karşılıksız olarak tanımlanabilecek bu eylemler, büyük ölçüde diğer bireyin gelecekteki karşılıklarını gözeterek yaptığı eylemlerdir (Stone, 2001). Yükümlülük aynı zamanda bir *karşılıklık* da içerir. İkinci olarak, insanların belirli amaçlar çerçevesinde biraraya gelmesi ve ortak eylemlerde bulunabilmesine yönelik inşa edilen *tahsis olunabilir sosyal ilişkiler* sosyal sermaye biçimi önemlidir. Örneğin kadın cinayetlerini takip etmek, gerektiğinde müdahil olmak amacıyla oluşturulan bir gençlik grubu buna örnek olabilir. Ayrıca belirlenen bir sorunun çözüme kavuşturulması amacıyla oluşturulan bir sivil toplum örgütü, *amaçsal organizasyonlar* tarafından inşa edilen sosyal sermaye biçimini temsil eder. Toplum içinde oluşacak sosyal sermaye normların yardımı ile kişisel çıkarların aşılması ve toplumsal çıkarların doğrultusunda hareket edilmesiyle sağlanabilir. Böylelikle sosyal sermaye, grup içinde -içe dönük ve birbirlerini ödüllendiren grup üyeleri sayesinde- toplumsal hareketlerin gelişimini kolaylaştıracak ve genelde insanları kamu yararı için çalışmaya yönlendirecektir (Coleman, 2010, s. 93-94).

1 Bazı gönüllülük biçimleri de bu hazır olma hali ile ilgilidir. Örneğin 1999 yılında Marmara Depreminde, 2011 Van depremi, 2019 da yaşanan Adapazarı'ndaki sel felaketi olduğunda Türkiye'deki birçok kişi ve kurum olay alanına gidip gönüllü bir şekilde çalışmalar yapmıştır. Büyük Marmara Depremi Türkiye'deki Sivil Toplum Kuruluşları ve gönüllülük sistemi konusunda çok öğretici bir süreç olarak değerlendirilmektedir. Gönüllü bir şekilde sahaya inen kişi ve kurumlar “örgütsüz” ve “bilinçsiz” bir şekilde yaralılara/enkaz altındakilere “yardım” etmeye çalışırken aslında zararları da olmuştur.

Coleman'ın sosyal sermayesi aktörlerin bir amaca ulaşmak için gerçekleştirmek istedikleri amaçsal eylemlerini gerçekleştirme, hedefe bir adım daha yaklaşma noktasında aktöre yardımcı olan her türlü ağ ve sosyal ilişkilerdir. Bu çerçeveden bakıldığında, gönüllülük ve gönüllü çalışmaları ile girilen ilişki ve ağlar bu eylemlerde bulunan bireylere “desteğin, yardımın ve dayanışmanın ortaya çıkarılması”, “ilişkiler içinde bir güven ikliminin olması”, “normların, değerlerin geçerliliği” sosyal kaynak ve faydalarını sağlar. “Bu anlamda normlar, güvenilirlik, sosyal ağlar, gönüllü birlikler başlı başına birer sosyal sermaye biçimine dönüşür (Aydemir, 2011)”.

Bourdieu ve Coleman'dan etkilenen Putnam ise onlara göre sosyal sermaye kavramını ağırlıklı olarak toplumsal yönüyle ele alır. Ona göre sosyal sermaye, toplulukların ya da toplumların sahip oldukları veya olmaları bir yetidir ve sosyal sermaye birikimine sahip olan/olması gereken bireyler değil topluluklardır. Putnam İtalyan bölgelerindeki demokratik kurumların farklı performanslarının sebepleri ve Amerika'daki dernek çalışmalarının gelgitleri üzerine iki önemli çalışma yapar. İtalyan bölgelerindeki demokratik kurumların farklı performanslarının sebeplerine odaklanan çalışmada sosyal sermayeyi politik ve ekonomik performansını tahmin etme yolu olarak, Amerika'daki dernek faaliyetleri çalışmada ise sosyal sermayeyi genel refah ve politiklara müdahalenin önemli bir bileşeni olarak gündeme sokmuştur. Tek başına Bowling isimli çalışmada Amerikan toplumunda gönüllü kuruluşların desteklenmesinde yaşanan radikal düşüşün, demokrasi ve hayat standartlarını da etkilediğini düşünmektedir (Putnam, 1995).

Putnam'a göre sosyal sermaye, sosyal kurumun koordine edilmiş eylemleri kolaylaştırarak toplumun etkinliğini arttıran *güven*, *normlar* ve *iletişim ağları* gibi özellikleridir ve gelecekteki işbirlikleri için bir şablon sunarak katkıda bulunur (Putnam, 1993). Dernek ve toplumsal faaliyetlere aktif katılımın, toplumsal ve siyasal meseleler konusunda farkındalık, duyarlılık, işbirliği ve dayanışma gibi kolektif eylemlere vurgu yapan Putnam, sosyal sermaye ile gönüllü derneklere, birliklere, kilise ve yerel ölçekli topluluklara üyelik arasında bağlantı kurar. Onun için bu bağlamda davranma, toplumsal bütünleşmenin ve refahın temelidir.

Birçok sebepten kaynaklı olarak, sosyal sermaye birikiminin “iyi” olduğu toplumlarda yaşam daha kolaydır. Putnam bir sosyal sermaye endeksi geliştirir ve bu endekste bireylerin geçen bir yıl içinde yerel örgütlerin komitelerinde çalışıp çalışmadıklarını, herhangi bir örgütün ya da kulübün yönetiminde görev alıp almadıklarını, katıldıkları kulüp toplantısı sayısını, üye olunan grup sayısını, okul ya da kent işleri ile ilgili halk toplantılarına katılım oranını, herhangi bir toplumsal projede çalışma oranlarını, gönüllü faaliyetlere ayrılan zamanı, arkadaşları ziyarete ayrılan zamanı, evde eğlenceye ayrılan zamanı, bin kişiye düşen sosyal ve sivil örgüt sayısını ve kar amacı gütmeyen örgüt sayısını kullanmıştır. Bütün bu değişkenlerin yanı sıra, bireylere genel olarak güvenilip, güvenilmeyeceği konusundaki görüş de endekse dahil edilmiştir” (Şan ve Akyiğit, 2015). Sivil katılım ağları genel karşılıklılığın güçlü normlarını besler ve sosyal güvenin ortaya çıkmasını sağlar. Bu tip bağlantılar işbirliğini ve iletişimi kolaylaştırır, itibarı artırır ve böylece kolektif eylemin ikilemlerinin çözülmesini sağlar. Ekonomik ve politik pazarlıklar, sosyal etkileşimin yoğun ağlarında yerleşik olduğunda, fırsatçılığı besleyen dürtüler azalır.

Aynı zamanda, sivil katılım ağları, işbirliğinde geçmişteki başarıları hatırlatarak gelecekteki işbirliği için kültürel bir model işlevi görecektir. Diğer yandan, yoğun etkileşim ağları muhtemelen katılımcıların benlik hislerini genişletecek, “ben”i “biz”e dönüştürebilecek ya da (rasyonel seçim teorisyenlerin söylediği gibi) kolektif kazançlara yönelik katılımcıların “iştah”ını arttıracaktır (Putnam, 1995). “Ben ve biz arasındaki mesafenin azaltılması ve ortak faydanın bireysel olana tercih edilmesi, aynı zamanda genelin çıkarları ile örtüşen bireysel tercihlerin mevcudiyeti bir toplum/topluluk için sosyal sermayenin de özüne ışık tutar” (Aydemir, 2011, s. 59).

Kısacası “kolektif eylem” ve “karşılıklılık” ilkesi, toplumsal ilişkilerin ortak faydaya dönüştürülmesi anlamında Putnam için sosyal sermayenin en önemli unsurları arasında yer alır. Bu noktada insanların nasıl bir araya gelebilecekleri, dayanışma ve nasıl birliktelik ağları inşa edebilecekleri ve ortak faydaya dönük eylem gerçekleştirebilecekleri önemli sorulardır. Bu paralelde sosyal sermaye teorisinin başlıca odaklandığı konuların başında gelen, toplumsal ilişkilerin doğasında yerleşik olan potansiyel gücün faydaya dönüştürülmesine yönelik kullanılabilirliği ya da ortaya çıkarılabilirliğidir. Bu noktada Putnam’a göre “sorunun çözümü için temel referans sosyal sermaye kavramıdır” (Aydemir, 2011, s. 57). Putnam sosyal sermayenin önemli bir unsuru olarak tanımladığı “sosyal ağlar”, derneklere üyelik oranları ile ölçülmektedir. İnsanların ne kadar güvenilir olduklarına dair görüşler “güven” boyutunun, komşular, akrabalar ve arkadaşlar ile geçirilen vakit ise “bağlılık” boyutunun bir ölçümü niteliğindedir (Şan ve Akyığıt, 2015, s. 126).

Sosyal sermaye anlamındaki sivil katılım karşılıklılık normlarının güçlenmesi ile güven düzeyinin artmasını sağlar. Karşılıklılık esasına dayanan güven Putnam’a göre gönüllü kuruluşların işleyişini de sağlamaktadır. Gönüllü kuruluşlar da toplumda güveni perçinlemektedir (Putnam, 1993). Gönüllülük olgusunu Putnam’ın sosyal sermaye kuramı açısından ele aldığımızda bireysel olarak gönüllü çalışmalardan ziyade toplumların sahip olması gereken bir yeti/özelli ile demokratik katılım özelliğini ve ekonomik gelişmişliğin bir yansıması olarak değerlendirmek gerekecektir. Putnam’ın bakış açısından gönüllülük olgusuna baktığımızda yapılan gönüllü çalışmaların ve bu çerçevede girilen etkileşim ağlarının “biz” duygusunu geliştirdiğini, rasyonel seçim ve alış veriş kuramcılarının belirttiğinin aksine -bireysel bir fayda yerine- biz duygusu çerçevesinde *ortak faydanın* tercih edildiği ve bu bağlamda gönüllülük olgusunun anlamlandırılabilceği düşünülmektedir.

Putnam’ın teorisinde bireylerin birlikte hareket edebilmeleri, bunun için imkan ve kabiliyetlerinin artırılması sivil katılımın gerçekleşmesi ile olacaktır. Putnam’da sosyal sermaye sivil ağ ve/veya faaliyetlere dahiliyeti gerektirir. Bu çerçevede bireyler üzerinden yol almayan bireyleri sadece kolektif hayatın birer olumsal parçası olarak gören Putnam için gönüllülük, bireysel bir eylemden ziyade toplumdaki, topluluktaki ya da bireyin eylemleriyle gönüllü olma, gönüllü faaliyetlere katılma ve çeşitli STK’lara yapılacak üyelikler oranı üzerinden bireysel sermayenin göstergelerinden sadece birisidir. Çünkü sosyal sermayenin insan yaşamındaki suç oranlarının azalmasından hükümetlerin daha etkin çalışmasına, yolsuzlukların azalmasından boş zamanın değerli kullanımına kadar birçok alanda etkili göstergesi vardır.

Sonuç ve Tartışma

Bu çalışmada, gönüllülüğün bireysel bir eylem olarak nasıl anlaşılabilceği, gönüllülük olgusunun sosyolojik teorilerle nasıl anlamlandırılabilceği/açıklanabileceği ve bu çalışma kapsamında seçilen teorilerden hangisi gönüllülük olgusunu anlamaya/açıklamaya en fazla yaklaştığı üzerine cevap üretme çabasına girilmiştir. Bu çerçevede kısaca gönüllülük kavramı üzerinde durulmuş; kimlerin gönüllü olarak tanımlandığı sorusuna cevap verilmiştir. Daha sonra da işlevselcilik, rasyonel tercih kuramları, alışveriş ve sosyal sermaye kuramlarının genel argümanları konusunda bilgi verilerek her bir teorisin gönüllülük olgusunu nasıl ele alabileceğine, hangi odaklar üzerinden gönüllülük olgusunu açıklayabileceklerine yönelik bir anlama denemesi yapılmıştır.

Çalışmada, işlevselcilik, rasyonel seçim kuramları ve bu kuram içindeki alışveriş ile sosyal sermaye kuramlarının birbirini takip eden ve birbirinin argümanlarını tamamen reddetmeyen kuramlar olduğu için gönüllülük olgusunu ve gönüllülük çalışmalarının sosyolojik olarak nasıl anlamlandırılacağını ortaya koyabilmek için bu kuramlar seçilmiştir.

Gönüllülüğün hem birey hem de toplum için göz ardı edilemeyecek faydalarının olduğu herkes tarafından kabul edilebilir bir gerçektir. İşlevselcilik gibi normatif bir kuram, yapıyı önceler ve bireyin belirlenmişliğine vurgu yapar. Aynı zamanda bütünü oluşturan parçaların her birinin işlevinin olduğunu, bu anlamda bütün içerisine bir işlevi yerine getirerek denge ve uyumu sağlayarak düzene katkı sağladığını açıklar. Diğer yandan bireyler olarak bizlerin toplumsal normları içselleştirerek, yine yapının bize söylediği şekillerde hareket ettiğimizin, başkalarıyla işbirliği yaptığımız ve işgal ettiğimiz statülerden beklenen toplumsal rolleri yerine getirdiğimizi söyler. Ancak bu kuram neden normlara bazen itaat edip bazen etmediğimizi ve sosyalizasyon süreci ile içselleştirdiğimiz normların -toplumsallaştırılmanın bu kadar etkin ve önemli olmasına rağmen- neden değiştiğini açıklamaz. Bu eksiklikler ışığında gönüllülük olgusuna işlevselcilik kuramı açısından baktığımızda, neden bazı insanların gönüllülük eylemi içerisinde olduğunu bazılarının hiç gönüllülük yapmadıklarını ve yapmayı düşünmediklerini ve/veya neden bazı gönüllülerin gönüllü eylemde bulunmaktan vazgeçtiklerini, daha önceleri “yardım” “hayırseverlik” kavramları ile eşanlamlı olarak kullanılan gönüllülük kavramının ve eyleminin neden ve nasıl içeriğinin değişerek yardım ve hayırseverlikten sıyrılıp kalkınmanın en önemli araçlarından birisi haline geldiğini ve “hak temelli savunuculuk” çerçevesinde eyleme döktüğünü açıklayamamaktadır.

Rasyonel seçim kuramları ve alışveriş kuramları açısından gönüllülük sosyal olgusu anlamlandırılmaya çalışıldığında, toplum yararına yapılan ortak eylem minvalindeki gönüllülük eylemlerinin nasıl anlamlandırılacağı sorusu açıkta kalır. Scott'un söylediği gibi (2000), toplumsal eylem sorunu, bireylerin gruplar, dernekler ve diğer ortak eylem biçimlerindeki işbirliğini açıklamanın nasıl mümkün olduğu ile ilgilidir. Eğer bireyler, her bir eylemden elde edilecek kişisel karı/çıkarı hesaplıyorsa, neden kendilerinden çok başkalarına fayda sağlayacak bir şey yapmayı seçerler? Toplumsal norm problemi, neden insanların özgecil davranışlarda bulunmalarına ya da kendi çıkarlarını geçersiz kılan bir sorumluluk duygusu hissetmelerine yol açmış olan davranış normlarını kabul ettiği

ve takip ettiği ile ilgili sorundur. Bu ve toplumsal eylem sorunu, Parsons'un Hobbesvari düzen sorunu olarak adlandırdığı “eğer eylemler kişisel çıkarı hizmet ediyorsa sosyal yaşam nasıl mümkün olabilir, sorusunu içerir. Ancak -Wallace ve Wolf'un de altını çizdiği gibi (2012), akılsal seçim kuramı, grup davranışını neyin açıkladığı sorusuna kısmen yanıt verir. Ancak, akılcı bir bireyin bakış açısından başlayarak, soruyu yeniden şekillendirir. Böyle yaparak, hem toplumsal düzeni hem de grup ya da “birlikte” eylemi açıklamanın ne kadar zor olduğunu gösterir. Diğer yandan gönüllü çalışmaların/eylemlerin dolayısıyla da gönüllü sayısının neden düşük olduğunu, dahil olanlar açısından işgücü piyasasının çeşitlenmesi, neoliberal ekonomik politikalar nedeniyle insanların hareketliliği yani bir yerde uzun süre yaşayıp orada ilişkiler geliştirememesi, teknolojinin dolayısıyla da kitle iletişim özellikle sosyal medya araçlarının gelişiminin boş zaman etkinliklerini de dönüştürmesi gibi parametreler/değişimler eşliğinde gönüllülük çalışmalarına dahil olmanın kişiye olan maliyetlerinin de hesaba katılması, bu çerçevede gönüllülük olgusunun değerlendirilmesi noktasında akılsal rasyonel seçim kuramları yardımcı olabilir. Ayrıca Homans'ın geliştirdiği alışveriş kuramına bakıldığında bireylerin günlük yaşamdaki davranışlarını maliyet ve ödül hesabına dayanan eşit alışveriş anlayışının gerçekçi olmadığı söylenebilir. En azından doğal afet (deprem, sel, vb.) durumunda yapılan gönüllülük eylemleri alışveriş kuramındaki önermelere/akılsal ilkelere indirgenebilir mi? Bu soruya cevap verilebileceği çok düşünülmemektedir.

Field'ın kitabının ilk cümlesinde söylediği gibi *ilişkiler önemlidir*. İnsanlar birbirleriyle ilişki kurarak ve bunun zaman içinde devam etmesini sağlayarak kendi başlarına başaramayacakları ya da sadece büyük zorluklarla başarabilecekleri şeyleri gerçekleştirebilmek için birlikte çalışabilirler. Bu birliktelikten ortaya çıkan iletişim ağları, ortak değerlerin yaratılması ve aktarımı için çok önemli bir işleve sahiptir. İnsan doğası gereği, birliktelikler ve ağlar kurmakta, böylece hayatını kolaylaştırma ve sürdürme adına bu ağların içerisinde var olmaktadır. Bu anlamda “insanların iletişim ağları, onların hedeflerini sürdürmelerine izin veren ve aynı zamanda toplumu bir arada tutmaya yardımcı olan daha geniş ilişkiler ve normlar kümesinin bir parçası olarak görülmelidir” (Field, 2006, s. 4). İnsanlar bir dizi iletişim ağıyla birbirlerine bağlanmaktadır ve ortak değerleri bu iletişim ağlarının diğer üyeleriyle paylaşma eğilimindedirler, bu iletişim ağları bir kaynak oluşturmaları nedeniyle bir nevi sermaye oluşumu gibi görülebilirler (Field, 2006). İnsanların karşılaştıkları sorunların çözülmesinde kurdukları birliktelikler veya ortaklaşa gerçekleştirilen eylemler sosyal sermaye'nin en önemli göstergesidir. Bu konuda ileri sürülen göstergeler olarak sivil organizasyonlara dâhil olma, ağlar yoluyla etkileşim alanında yer alma, komşuluk ve arkadaşlık gibi yakın sosyal ilişkiler kurma vb. gibi toplumsal ilişki biçimleri ifade edilmektedir (Aydemir, 2011).

Sosyal sermayeye yönelik açıklamaları olan her üç düşünür de sosyal sermayenin kişisel bağlantılardan, kişilerarası etkileşimin yanı sıra bu ilişkilerle bağlantılı olan bir takım ortak değerlerle birlikte oluştuğunu belirtmişlerdir. “Belirli bir toplumsallığa işaret eden kavram, kendinde bir değerden ziyade kişiler arası etkileşimin hem girdisi hem de sonucu olarak ortaya çıktığı” (Aydemir, 2011) için ve “sosyal güven, toplumsal normlar, sosyal ilişki ağları, karşılıklık, birlikler, kolektif faaliyetler, grup özellikleri, sosyal katılım, komşuluk ilişkileri

ve gönüllülük” (Tekin ve Söylemez, 2015) gibi bileşenlere sahip olduğu için gönüllülük olgusunu anlamlandırma/açıklamak noktasında sosyal sermaye kuramı daha fazla yardımcı olabilir. Ancak tüm kuramların eksiklikleri ve katkıları düşünüldüğünde, sosyolojinin temel tartışmalarından birisi olan “birey-toplum ve/veya topluluk arasındaki ilişki” üzerinden bir orta yol bulunabilir. Mikro-makro/Aktör-yapı/Mezo-birey şeklinde ayrımlar olarak da tanımlanan bu tartışma, toplumsal olguya/toplumsal soruna bireyden mi/aktörden mi, yoksa yapıdan mı/normlardan mı yaklaşılması gerektiği konusuna göndermede bulunmaktadır. Daha bireyci bakış açısı ile yaklaşanlar, bireysel ağ düzeneği üzerinde odaklanmakta, bu ağdüzeneklerinin yerleşik olduğu daha geniş bağlamların getirdiği sınırlamaları gözardı etmektedirler. Eylemin yapısal bağlamı mikro araştırmalarda yer almamakta, çalışma aktörlerin stratejik seçimleri, eylemlerin arkasındaki niyetler üzerinde yoğunlaşmaktadır. Makroda ise durum tersine dönmekte ve bu sefer de ağdüzeneği ilişkilerinin yapısı ve örgütsel eylem üzerinde durulmakta, bireylerin bu kapsamdaki rolü göz önüne alınmamaktadır (Ibarra, Kilduff ve Tsai, 2005). Ayrıca mezo-birey ilişkisinde bireyin ara yapılarla bağlantısı dikkate alınmakta fakat mikro ve makro konusu yetersiz kalmaktadır. Buradaki orta yol, mikro, mezo ve makronun bir ilişkisellik/etkileşim içerisinde toplumsal gerçekliği yarattığını kabul etmektir.



Copyright © 2019 Republic of Turkey Ministry of Youth and Sports

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

Journal of Youth Research • December 2019 • 7(Special Issue) • 50-58

ISSN 2147-8473

Received | 09 November 2019

Accepted | 14 November 2019

ANALYSIS / RESEARCH

EXTENDED ABSTRACT

Essay on Understanding Volunteering Fact from Sociological Theories

Selda Taşdemir Afşar*

Introduction

It is understood from the definition of volunteering as 'it expresses the implementation of justice and equity feelings of individual against inequality and the desire to establish social harmony based on a common interest for welfare of a community' (UNV, 2001) that volunteering decreases the social segregation and also makes positive contribution to social inclusion and consequently has a positive function. From this point of view, the understanding of how volunteering fact is considered and according to which theories and approaches it may be explained by sociology will be a guiding spirit for sociological studies related to the volunteering fact. In the present study, it is anticipated that the volunteering fact may be easier understood by using functionalism approach, rational choice theories and social capital theory and it may also be used in sociological studies. In this context, the answers for following questions are sought in the present study;

* Asst. Prof. Hacettepe University, Faculty of Letters, Department of Sociology, Ankara, seldatasdemir@yahoo.com, ORCID: 0000-0003-2769-0884

- How can volunteering fact be understood as an individual action?
- How can volunteering fact be interpreted/explained by means of sociological theories?
- Which of the selected theories can better interpret/explain the volunteering fact?

Not only the examination of insufficient volunteering management, problems of volunteering works, insufficient number of volunteering people but also the understanding of how and why volunteering is carried out as a social action may provide a clue in order to solve the above mentioned problems. The importance of volunteering fact may be clearly seen not only by the quantitative increase of studies conducted but also by carrying out assays in order to understand this subject.

In this frame, after giving brief answers to the questions of ‘what does volunteering means?’ and ‘who are volunteers?’, the functionalism, rational choice, Exchange and social capital theories will be explained respectively and then it will be tried to understand how these theories consider the volunteering fact and according to which focus these theories interpret the volunteering fact.

What Does “Volunteering” Mean?

The concept of volunteering is defined different by different people and organizations. The concept of volunteering is expressed as “a kind of activity in order to improve the welfare of other people without expecting monetary gain (Johnson, 2007)” and also as “the activities which are not required biological and sociological (such as eating, sleeping, etc) and economical (such as working to earn a livelihood, etc), not forced socio-political (sch as paying bills, dressing before going out, etc) but the activities from which moral benefits are expected (TURING, 2016)”. According to the United Nations Volunteers, volunteering is associated with the needs of participation of individuals in the society and the feel of being important for other people and it is also a basic expression of human relations (UNV, 2011). When the time, spent for voluntary services, is considered and calculated as paid employment, the huge numbers are reached in many countries. Because of this reason, it is possible to define the volunteering concept as ‘nonvisible power’ (Nelson, 2005, p. 4, Çakı, 2014).

Who Are Volunteers?

According to the Volunteers of the United Nations, the volunteer is defined as the person who spends his/her time and skills (effort) to solve problems and produce benefits with his/her free will without any force (UNV, 2015). The United Nations and European Youth Forum have established criteria to determine who are included in volunteer category. Free will, not aiming financial interest, that is to say a motivation not based on monetary gain and carrying out works/activities which are useful for both other and volunteers are included in these criteria (TURING, 2016).

Consideration of Volunteering from Structuralism-Functionalism Point of View

Functionalism may be simply defined as analyses of functions of social and cultural facts within society, but it may also be comprehensively defined as “society as a whole is formed of elements, any element cannot be understood separate from this entirety, there is a relationship among these elements, any change in any element will force other element to change in order to keep entirety on a balance and harmony level”. In this frame, the functionalists emphasize three factors. These are;

- The elements of system are interrelated and interconnected,
- A ‘normal’ and/or ‘balanced’ situation is available in the social system,
- All elements of the system are rearranged in order to return to normal situation (Wallace and Wolf, 2012, p.43).

There are functional obligations or ‘requirements’ and the structures that satisfy these requirements in order to system. In this frame, when it is tried to explain the volunteering fact from functionalism theory, it is possible to face with two basic questions;

- What is the contribution of volunteering action to the social entirety?
- What are the functions of volunteering?

The functions of volunteering for continuity of social structure by contributing to social integrity are as followings;

- The individuals from different languages, religions and life styles learn solidarity, sharing and tolerance to differences thanks to volunteering,
- Volunteering provides social inclusion and thus makes positive contribution to social development, plays an important role in dispute resolution and creation of a peaceful environment (Bağcı, 2013),
- Volunteering makes contribution to the citizen participation that strengthens solidarity and social harmony both for individuals and society and it also creates opportunities for participation.

Functionalism considers volunteering as “social systems tend to carry out some kinds of actions to continue their existence and consequently the sociological analyses must seek for social structures to perform such actions or meet such ‘requirements” (Wallace and Wolf, 2012, p.42) and it may be concluded that volunteering fact may be or should be considered in the frame of critiques of functionalism by Merton. On the other hand, as a principle borrowed from Durkheim, functionalism states that individuals learn social

norms through socialization process, internalize these social norms and act in certain forms, cooperate with others and perform social roles in the frame of expectations. At this point, according to the functionalism theory, it is possible to consider volunteering action as a role/behavior which we internalize and perform.

Consideration of Volunteering from Point of View of Rational Choice Theory

Baştürk (2012) emphasizes the distinction between 'strong tradition' and 'weak tradition' of rational choice theories by explaining the rational elements of action and considering the guiding roles of individual action. Rational motives are the guiding principle within the strong tradition group in the scope of rational choice theory. The actions of individuals include a motivation and hence action. The strong tradition explains action by using intentional, individual and behavioral elements and also ignores social factors that are highly criticized by sociology. On the other hand, weak tradition emphasizes the decision making process of actor and states that the existence of macro determinants of conditions of this process should be accepted. That is to say, essentially, actor performs actions in compliance with interest principle; however, it should be reminded that the determinant collective process has impacts on guiding of choices seen in these actions (Şentürk, 2012). According to Wilson (2000), two volunteering perspectives are dominantly seen at individual level. The first perspective concerns with the research of reasons lie behind volunteering; the second perspective assumes that the actors are rational and take volunteering decision within the context of changing individual and social resources. When we use rational choice theory to understand volunteering fact, both classification, as strong tradition and weak tradition, of this theory can be used, however, weak tradition has a stronger influence. That is to say, the strong tradition of rational choice theory considers volunteering action with respect to individual. A sociologist, who uses rational choice theory, firstly should reveal that volunteering action is related with the individuals making choice to perform volunteering action or not. Then, the reasons for performance of volunteering action of some of the individuals having different socio-demographic characteristics – the individual characteristics such as age, education, etc. are important for volunteering – should be questioned or the reasons for increase of volunteering actions compared to past and the interaction of this increase with the relations and organizations, which are not individual, should be questioned (Wilson, 2000).

Consideration of Volunteering from Point of View of Social Exchange Theory

Exchange theory is one of the types of rational choice theory in the sociology of today. Social exchange theory is based on a basic principle in economic exchange: *people provide goods and services and demand goods and services in exchange for these*

goods and services. Exchange theoreticians share the simple assumption that the social interaction is similar to economic exchange. When this theory is considered in general, the Exchange theoreticians conceptualize the social interaction as ‘the tangible or intangible goods and services from nutrition, food and shelter to social recognition or sympathy’. However, they also accept that the social Exchange cannot be always measured with dollar or cent – that is to say with Money – and both material and nonmaterial things may also be exchanged within social exchange. When volunteering fact is evaluated according to point of view of Homans, the propositions of Homans should be considered. He thinks that the Exchange process may be explained by using five propositions such as *success proposition, stimulus proposition, value proposition, deprivation-satiation proposition and frustration-aggression proposition*.

Many people like to do favor for other people and do this favor without expecting any return – at least in the beginning. However, if any benefit is provided from a relationship, then the obligation for return raises. If this benefit recurs – although it is only just enjoying the existence of a friend or asking to a colleague for advice – the obligation for return is required to continue to provide the benefits of such relationship (Blau, 1994). Blau’s answer to the question of the reason for people to get together is as followings: “individuals are interested in exchange with the expectation of inner rewards (love, respect, duty or beauty) and/or outer rewards (Money, goods or services)’.

Consideration of Volunteering from Point of View of Social Capital Theory

There are different explanations of different theoreticians, such as Coleman, Bourdieu and Putnam, about social capital as one of the concepts and theories which are often discussed in recent times. Coleman and Bourdieu have shaped social capital theory in terms of education but both have emphasized social relations shaping social structure while speaking of social capital. Bourdieu has accepted social capital as inclusion in a group, that is to say, ‘resources’ caused from belonging to a certain group. According to Bourdieu, social capital is “the aggregate of the actual or potential resources which are linked to possession of a durable network of more or less institutionalized relationships of mutual acquaintance and recognition – or in other words, to membership in a group – which provides each of its members with the backing of the collectivity-owned capital, a ‘credential’ which entitles them to credit, in the various senses of the word” (Bourdieu 2010, p. 60). The social capital understanding of Coleman and Putnam is more explanatory in terms of volunteering fact and voluntary actions. According to Coleman, social capital, for a social analysis, is a conciliating way between normative behaviors and manipulative behavior and social structure and individual action. Social

capital is considered as a structural element constructed in social environment, feeding unity and also fed by unity. According to Putnam, social capital is the characteristics of social organization such as trust, norms and communication Networks which improve the efficiency of society by easing the coordinated actions and social capital makes contribution by providing a template for future cooperation (Putnam, 1993). Putnam emphasizes the collective actions such as active participation in associations and social activities, awareness of social and political matters, sensibility, cooperation and solidarity and links social capital with voluntary associations, unions, church and local communities. According to Putnam, this kind of action is the basic of social integrity and welfare.

Conclusion and Discussion

In the present study, it is tried to answer the questions of 'How can volunteering fact be understood as an individual action?', 'How can volunteering fact be interpreted/explained by means of sociological theories?' and 'Which of the selected theories can better interpret/explain the volunteering fact?' In this frame, the volunteering concept and the definition of volunteers are briefly considered. Then, the information about arguments of functionalism, rational choice theory, exchange theory and social capital theory is given and it is tried to understand how these theories consider volunteering fact and according to which focus these theories interpret volunteering fact.

This discussion, defined as micro-macro/actor-structure/meso-individual distinctions, makes reference to consider the social fact/social problem in terms of individual/actor or structure/norm. The ones, who consider with more individual point of view focus on individual network mechanism but disregard the limits of wider contexts in which such network mechanisms are embedded. The structural context of action is not included in micro research and the research is concentrated on strategic choices of actors and the intentions lie behind actions. On the contrary, macro research focus on the structure of relations of network mechanism and organizational action but disregard the role of individuals in this scope (Ibarra, Kilduff and Tsai, 2005). In addition to these, the link between individual and intermediate structures in meso-individual relationship but micro and macro are not sufficient. Here, the midway is to accept that micro, meso and macro create a social reality within a relationality/interaction.

Kaynakça/References

- Aydemir, M. A. (2011). *Toplumsal ilişkilerin sosyal sermaye değeri (Topluluk duygusu ve sosyal sermaye üzerine bir araştırma)* (Doktora Tezi, Selçuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya). <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi> adresinden edinilmiştir.
- Baştürk, Ş. (2012). Rasyonel tercih sosyolojisi bağlamında James S. Coleman'ın sosyal sermaye kavramı: Eğitime katılma yönünden tartışmalar. *Sosyoloji Konferansları*, 45 (1), 75-123.
- Bağcı, G. (2013). Genç gönüllülüğü: Kişisel ve sosyal kalkınmaya giden çift yönlü yol. *Türkiye'de gönüllülük: gönüllülüğün rolünün ve katkılarının keşfedilmesi* içinde, (pp.48-51). <https://www.undp.org/content/dam/turkey/docs/Publications/mdgs/Turkiyedegonulluluk.pdf>
- Blau, P. (1994). *Structural contexts of opportunities*. Chicago: The University of Chicago Press.
- Bourdieu, P. (2010). Sermaye biçimleri. M. M. Şahin ve A. Z. Ünal (Der.). *Sosyal Sermaye: Kuram, Uygulama, Eleştiri* içinde. Sakarya: Değişim Yayınları.
- Bourdieu, P. ve Wacquant, L. J. D. (1992). *An invitation to reflexive sociology*. Chicago: The University of Chicago Press.
- Coleman, J. S. (1990). *Foundations of social theory*. Cambridge, Massachusetts, and London, England: The Belknap Press of Harvard University Press.
- Coleman, J. S. (2000). Social capital in the creation of human capital. In E. L. Lesser (Ed.), *Knowledge and Social Capital: Foundations and Applications* (pp. 43-68). USA: Butterworth - Heinemann.
- Coleman, James (2010). Beşeri sermayenin yaratımında sosyal sermaye. M. M. Şahin ve A. Z. Ünal (Der.). *Sosyal Sermaye: Kuram, Uygulama, Eleştiri* içinde. Sakarya: Değişim Yayınları.
- Corrigan, M. W. (2001). Social exchange theory, interpersonal communication motives, and volunteerism: identifying motivation to volunteer and the rewards and costs associated. (Master's thesis, The College Of Arts And Sciences). Retrieved from <http://wvusolar.wvu.edu>
- Çakı, F. (2014). Türk sosyolojisinde yeni bir alan: Gönüllülük araştırmaları, *Sosyoloji Dergisi*, 29 (2), 185-202.
- Çevik, A. ve Gürsel, F. (2015). Gönüllü motivasyon envanteri: Türk popülasyonuna uyarlanması. *Ankara Üniversitesi Spor Bilimleri Fakültesi Dergisi*, 13 (2), 83-92.
- Field, J. (2006), Sosyal sermaye, (Çev. B. Bilgen ve B. Şen), İstanbul: Bilgi Üniversitesi Yayınları.
- Giddens, A. (1999). *İleri toplumları sınıf yapısı*, (Çev. Ö. Baldık), İstanbul: Birey Yayıncılık.
- Gil-Lacruz, A.I., Marcuello-Servos, C. ve Saz-Gil, M.I. (2016). Youth volunteering in countries in the european union: Approximation to differences, nonprofit and voluntary sector. *Quarterly*, 45(5), 971-991.
- Güder, N. (2004). *Sivil toplumcunun el kitabı*. Ankara: STGP Yayınları.
- Güngör, N. (2014). *Spor organizasyonlarındaki gönüllülük kavramı ve Türkiye'deki yansımaları*, (Yüksek Lisans Tezi, Bahçeşehir Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul) <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi> adresinden edinilmiştir.
- Homans, G. C. (1958). Social behavior as Exchange. *American Journal of Sociology*, 63 (6), 597-606.
- Ibarra, H., Kilduff, M., & Tsai, W. (2005). Zooming in and out: Connecting individuals and collectivities at the frontiers of organizational network research. *Organization Science*, 16(4): 359-371.
- Institute for Volunteering Research. (2004). *Volunteering for all? Exploring the link between volunteering and social exclusion*. London: IVR.
- Kay, T. ve Bradbury, S. (2009). Youth sport volunteering: Developing social capital? *Sport, Education and Society*, 14 (1), 121-140.

- Kenyatta, Gloria N. And Agnes P. Zani (2014). An evaluation of the motives behind volunteering and existing motivational strategies among voluntary organizations in kenya. *Research on Humanities and Social Sciences*. 4 (23), 84-95. www.iiste.org
- Miller, A., Simpson, B., Lieben, J., Simpson, B. J., and Associates. (2011). Understanding the role of volunteerism in creating social inclusion. southwest communities resource centre. <http://swcrc.ca/wp-content/uploads/2013/09/Understanding-the-Role-of-Volunteerism-in-Creating-Social-Inclusion-Final-Report-for-SWCRC-September-2011.pdf>
- Özçağdaş, S. (2013). Gönüllülük ve sosyal inovasyonla fark yaratmak. U. Grounlund, M. Memişoğlu ve Ö. Bağcı (Ed.), *Türkiye’de gönüllülük: gönüllülüğün rolünün ve katkılarının keşfedilmesi* içinde (s. 86-96). Ankara: Tasarımhane Tanıtım Ltd.
- Palabıyık, H. (2011), Gönüllülük ve yerel hizmetlere gönüllü katılım üzerine açıklamalar. *Yönetim Bilimleri Dergisi*, 9 (1), 86-114.
- Putnam, R., (1995). Bowling Alone: America’s Declining Social Capital. *Journal of Democracy*, 6 (1), 65-78.
- Putnam, Robert D. (1993). *Making democracy work: civic traditions in modern Italy*. United Kingdom: Princeton University Press.
- Scott J. (2000). Rational choice theory. In G. Browning, A. Halcli, & F. Webster (Eds.), *Understanding Contemporary Society: Theories of the Present* (pp. 126-138). London: Sage Publications.
- Stone, W. (2001). Measuring social capital: Towards a theoretically informed measurement framework for researching social capital in family and community life. *Australian Institute of Family Studies Research Paper*, no.24 <http://futuretasmania.org/uploads/Social%20capital%20AIFS.pdf>
- Şan, M. K. ve Akyiğit, H. (2015). Sosyal sermaye tartışmaları ve Türkiye’de sosyal sermayenin ölçülmesi sorunu. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (34), 123-134.
- Şengöz, N. (2016). *Gönüllülüğün değişen boyutu “sanal gönüllülük” ve üniversite gençliğinin sanal gönüllülük farkındalığı*. (Yüksek lisans tezi, Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eskişehir). <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi> adresinden edinilmiştir.
- Tekin, Ö. F. ve Söylemez, A. (2015), Sosyal sermaye bileşeni olarak gönüllülük: Üniversite öğrencilerinin gönüllü faaliyetlere katılımı. 1st International Congress on Applied Sciences: Social Capital – UUBK’2015, ss. 269-278, Konya.
- Thoits, P A. and Hewitt L. N. (2001). Volunteer work and well-being. *Journal of Health and Social Behavior*, 42, 115–131.
- Tocqueville, A. D. (1994), *Amerika’da demokrasi*, (Çev. İ. Sezal ve F. Dilber). Yetkin Yayınları.
- Türkiye Turing ve Otomobil (TURİNG) (2016). *Üniversitede gönüllü olmak*. M. Şentürk, Y. Adıgüzel, ve B. Turan (Ed.), İstanbul: Limit Ofset.
- Tüysüz, N. (2011). Sosyal sermayenin ekonomik gelişme açısından önemi ve sosyal sermaye endeksinin hesaplanması, Uzmanlık Tezi, Kalkınma Bakanlığı, Ankara. <http://www3.kalkinma.gov.tr/DocObjects/View/13735/tez-ntuysuz.pdf>
- UN Volunteers (UNV). (2011). *Dünya’da gönüllülüğün durumu raporu: Küresel refah için evrensel değerler*. <http://ua.gov.tr/docs/gen%C3%A7lik-program%C4%B1/2011-gonulluluk-raporu.pdf?sfvrsn=0> adresinden alınmıştır.
- UN Volunteers (UNV). (2013). *Türkiye’de gönüllülük: Gönüllülüğün rolünün ve katkılarının keşfedilmesi*. <https://www.undp.org/content/dam/turkey/docs/Publications/mdgs/Turkiyedegonulluluk.pdf>
- UNV. (2015). *State of The World’s Volunteerism Report 2015 Transforming governance*. Washington, DC: United Nations Volunteers (UNV) programme.

- Wacquant, L. (2007). Pierre Bourdieu: hayatı, eserleri ve entelektüel gelişimi. (Çev: Ü. Tatlıcan) G. Çeğin, E. Göker, A. Arlı ve Ü. Tatlıcan (Ed.), *Ocak ve Zanaat: Pierre Bourdieu Derlemesi* içinde, İstanbul: İletişim Yayınları.
- Wallace, R. A. ve Wolf, A. (2012). Çağdaş Sosyoloji Kuramları – Geleneğin Genişletilmesi, (Çev. Elburuz, L ve Ayas, R. A.), Ankara: Doğu Batı Yayınları.
- Wilson J. (2000), Volunteering, *Annual Review of Sociology*, 26, 215-240.
- Wilson, J. ve Musick, M. (2000). The effects of volunteering on the volunteer. *Law and Contemporary Problems*, 62 (4), 141-168.
- Yaman, Y. (2003), Gönüllülük psikolojisi ve gönüllü yönetimi. *Sivil Toplum Düşünce ve Araştırma Dergisi*, 1 (2).
- Yurttagüler, L. (2013). Gönüllülük ve vatandaşlık kavramı. *Türkiye’de gönüllülük: Gönüllülüğün rolünün ve katkılarının keşfedilmesi* içinde. (pp.18-27). <https://www.undp.org/content/dam/turkey/docs/Publications/mdgs/Turkiyedegonulluluk.pdf>
- Ziersch, A. M. ve Baum, F. E. (2004). Involvement in civil society groups: Is it good for your health? (Research Report). *Journal of Epidemiology and Community Health*, 58(6), 493-500.



Copyright © 2019 T.C. Gençlik ve Spor Bakanlığı

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

Gençlik Araştırmaları Dergisi • Aralık 2019 • 7(Özel Sayı) • 59-69

ISSN 2147-8473

Başvuru | 30 Mayıs 2019

Kabul | 08 Ekim 2019

Sağlık İnsangücü Adaylarında Gönüllülüğün Tahmin Edilmesi

Mehtap Çakmak Barsbay*

Öz

Gönüllülük, farklı disiplinlerin araştırma konuları arasında yer almaktadır. Gönüllü aktiviteye katılımı etkileyen bazı faktörler bulunmaktadır. Gönüllülük motivasyonu ile ilgili mevcut literatür, benmerkezcilik ve özgecilik arasında kategorize bir görünüm sergilemektedir. Türkiye’de, gönüllülüğü ve öncüllerini inceleyen sınırlı sayıda çalışmaya rastlanmıştır. Bu nedenle, katılımcıların gönüllü olma düzeyini, bunu etkileyen değişkenleri belirlemek ve gönüllü davranış için bir tahmin modeli ortaya koymak amacıyla mevcut araştırma gerçekleştirilmiştir. Bu çalışmanın popülasyonu, Türkiye’de bir devlet üniversitesinde sağlık meslek eğitimi programlarına kayıtlı öğrencilerden oluşmaktadır. Veri toplama aracı olarak anketten yararlanılmıştır. Alan yazın doğrultusunda gönüllü faaliyetlere katılım düzeyini etkileyebilecek ve etkisi araştırılmak istenen değişkenler belirlenmiştir. Gençlerin gönüllü faaliyetlere katılımını etkileyen faktörleri tahmin etmeye yönelik bir model oluşturulmuştur. Bireysel değişkenlerin, gönüllü faaliyetlere katılım düzeyini etkilediği bulunmuştur. Lojistik regresyon analizi uygulanarak elde edilen bulgular, planlanan davranış teorisinin teorik varsayımlarını ve referans grupların pozitif yönlü etkilerini doğrulamaktadır. Araştırma, uygulayıcılara ve karar vericilere gönüllü faaliyetlere katılıma yönelik bilgi sunmaktadır. Gönüllülüğün belirleyicileri, gençliği kamu hizmetlerine dahil etmek için politika gündemine alınabilir.

Anahtar Kelimeler: Gönüllülük, Sağlık Profesyoneli, Kamu Hizmetlerine Katılım, Türkiye.

* Dr. Öğr. Üyesi, Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi, Sağlık Bilimleri Fakültesi Sağlık Yönetimi Bölümü, Karaman, mehtapcakmak@gmail.com, ORCID: 0000-0001-7609-6254

Abstract

Volunteering has been among the research topics of different disciplines. There are several factors affecting participation in voluntary activity. Existing literature on the volunteering motivation is categorized in ego-centrism and altruism. In Turkey, there have been limited studies examining volunteering and its antecedents during the education stage. Thus, a survey with many principal objectives was conducted: (i) to determine the level of participation in volunteerism in health workforce candidates (ii) to outline the determinants of volunteering (iii) to provide an estimation model for a volunteering behavior. The population of this study consisted of the students enrolled in health vocational education programs at a public university in Turkey. The questionnaire consisted of several questions developed by the author. We determined the variables that may affect participation in voluntary activity. We have created a model to estimate the factors on youth participation. We conducted logistic regression analysis. We found that individual variables affect the level of participation in voluntary activities. The findings confirm the theoretical assumptions of planned behavior theory and the socialization effect of reference groups. The research provides information to practitioners and decision-makers about participation in voluntary activities. The determinants of volunteering may be put on the policymaking agenda to integrate youth in civic services.

Keywords: Volunteering, Healthcare Professional, Public Service Participation, Turkey

Giriş

Türkiye’de gönüllülüğe geleneksel olarak atfedilen değer yüksek olup gönüllü faaliyetlere katılım örgütsel programlar aracılığı ile gerçekleşmektedir. Bu bakımdan gönüllü örgütlerde çeşitli faaliyet türlerini kapsayan dayanışma ve yardım programları mevcuttur. Gençlerin bu programlara gönüllü katılımına ve toplum hizmetinde görev almalarına yönelik teşvikler son yıllarda dikkat çekmektedir.

Gönüllülük, hiçbir ödül beklemezsizin başkasına, bireye, topluma, örgüte yardımda bulunma amacına yönelik özgeci davranış (Musick ve Wilson, 2008, s. 3) ve planlı yardım etme faaliyetidir (Greenslade ve White, 2005, s. 163). Her ne kadar gönüllülük ile ilgili uluslararası kuruluşlardan biri olan Birleşmiş Milletler gönüllüğü zorunluluk içermemesi, maddi ödül beklentisiyle yapılmaması ve kamu yararı niyeti taşıması olmak üzere üç kriter çerçevesinde tanımlasa da karşılığında belirli bir limite kadar ödeme yapılan faaliyetler de gönüllülük kapsamında değerlendirilmekte; bu nedenle, gönüllülüğün tanımı genişlemektedir (Tschirhart, 1998, s. 36; United Nations Volunteers, 2011, s. 4). Birçoğu kültürel bağlamda yapılan çok sayıdaki gönüllülük tanımı, sivil topluma yönelik kapasite güçlendirme tartışmaları bağlamında kendine yer bulmaktadır (Kesgin, 2016, s. 120). Her nedense, gönüllülük davranışı, nedenleri ve gönüllülüğün sonuçları yeterince dikkat çekmemiştir. Bu nedenle çok disiplinli bir konu olan gönüllülüğün farklı perspektiflerde ele alınması ile faydalı sonuçlara ulaşılabilir.

Bireylerin topluma gönüllü olarak hizmet etme eğilimleri, uzun zamandır farklı disiplinlerin araştırma konuları arasında yer almaktadır. Gönüllülük ile ilgili sistematik bilgi birikimi, bireyciliğe odaklı yaklaşıma tepki olarak Sosyolog Auguste Comte tarafından ortaya atılan özgecilik (diğerkâmlık) kavramını takiben (Musick ve Wilson, 2008, s. 3) daha sonraki dönemlerde oluşmaya başlamıştır. Gönüllü olmanın belirleyicilerine yönelik çeşitli teoriler, modeller ve açıklamalar ortaya konmuştur; ancak, bunlar “tek bir kavramsal yapı konusunda fikir birliğine ulaşmadığından oldukça çelişkili” görünmektedir (Winniford , Carpenter ve Grider, 1997, s. 135).

Gönüllülük faaliyetinin temeli, başkalarına yardım etme psikolojisinden kaynaklanmaktadır (Clary ve ark., 1998, s. 1517). Gönüllülük davranışına neden olan güdü, benmerkezci ve özgeci güdülerin birleşimidir (Steen, 2008, s. 208). Bireyler, gönüllü faaliyetlere katılarak iyi ve faydalı eylemde bulunma ihtiyaçlarını karşılamaktadır (Clary ve ark., 1998, s. 1517).

Hayırsever Yardım Örgütü (Charities Aid Foundation) tarafından yardım kuruluşlarına para bağışında bulunma, gönüllü faaliyetlere zaman ayırma ve yabancılara yardım etme parametreleri esas alınarak oluşturulan ve her yıl parametreler bağlamında ülkelerin puanlarının ve sıralamalarının yayınlandığı Dünya Gönüllülük Endeksi 2018 raporuna göre, Türkiye’de gönüllü faaliyetlere zaman ayıranların oranı %9, yardım kuruluşlarına para bağışında bulunanların oranı %12 ve yabancılara yardımcı olanların oranı ise %40’tır. Yine bu rapora göre; Türkiye, üç parametre bakımından 144 ülke arasında son 30 ülke arasındadır (CAF, 2018, s. 34-40). Bu görünüm, şüphesiz yaş grupları, sosyo-ekonomik düzey, sahip olunan meslek bakımından farklılık gösterebilir.

“Bireyselleşmenin artışı ve narsisizmin yaygınlaşması” nedeniyle gönüllü faaliyetlere katılım hem bireysel hem de kurumsallaşma bakımından yaygın olmamakla birlikte (Raelin, 1999, s. 160); özellikle zaman ve para harcayarak gönüllü eylemde bulunma çağrısı her zaman gönüllü katılım ile sonuçlanmamaktadır (Clerkin, Paynter ve Taylor, 2009, s. 675). İçişleri Bakanlığı Sivil Toplumla İlişkiler Genel Müdürlüğüne yayınlanan dernek üye sayılarına yönelik istatistikler, Türkiye nüfusunun %91’inin herhangi bir derneğe üye olmadığını göstermektedir (İçişleri Bakanlığı, 2019). Bu bakımdan özel olarak gençlerin gönüllü faaliyetlere katılım düzeylerinin belirlenmesine ve bu ilgi düzeyini etkileyen belirleyicilerin görünür kılınmasına ihtiyaç vardır.

Kavramsal Çerçeve ve Teorik Altyapı

Gönüllülüğe neden olan çeşitli faktörler bulunmaktadır. Gönüllülük, ilk olarak, kendini geliştirme veya gelecekte iş fırsatları yaratma gibi kişisel kazanım elde etme beklentisine bağlı olabilir. İkincisi, dini değerler, yaş, cinsiyet, gelir, eğitim düzeyi, mezun olunan eğitim alanı, meslek, istihdam edilen sektör, gönüllülük faaliyetine yönelik eğitim alma, akademik başarı, iç motivasyon düzeyi, kendilerinden gönüllü olmalarının istenmesi, gelenekler, kültürel değerler gibi çok sayıda demografik, kültürel ve sosyo-ekonomik faktörlerden etkilenebilir (Akataş, Kıray ve Özdemir, 2016, s.24; Chou, 1998, s. 198; Clary ve ark., 1998, s. 1516; Clerkin ve ark., 2009, s. 686; Johnson, Beebe, Mortimer ve Synder, 1998, s. 320; Lautenschlager, 1992, s. 1; Moore, Warta, ve Erichsen, 2014, s. 395; Yurttagüler, 2006,

s. 60;). Üçüncüsü, gönüllülük davranışı aile, akrabalar ve yakın arkadaşlar gibi referans gruplarda gerçekleşen birey-çevre etkileşimine bağlı olabilir (Clerkin ve ark., 2009, s. 675; Francis, 2011, s. 3-9).

Gönüllü faaliyetlere katılmanın nedenlerini ve belirleyicilerini açıklamakta kullanılan teorik çerçeveler, planlı davranış teorisi ve işlevsel gönüllülük yaklaşımıdır. Planlı davranış teorisine göre verme niyeti, gönüllülüğe yönelik tutum, sübjektif normlar ve öz yeterlilik algısından etkilenmektedir (Ajzen, 1991, s.182; Kocagöz ve Dursun, 2010, s. 141). İşlevsel gönüllülük yaklaşımı ise, deneyimlerin ve diğer bazı faktörlerin, gönüllülüğü etkilediğini iddia etmektedir. Diğer yandan gönüllülüğün durumsal bir olgu olarak değerlendirildiğini söylemek mümkündür. Şöyle ki, bazı belirleyicilerin etkisi ve düzeyi, çalışmalara göre farklılık göstermektedir. Örneğin, her ne kadar Petriwskyj ve Warburton (2007, s. 5), gönüllü faaliyetlerde ve kamu hizmetinde yer alma eğiliminin, emeklilerde daha yüksek olduğunu iddia etse de farklı kültürel bağlamda yapılan çalışmalarda, yaşlıların, fiziksel sağlık sorunları nedeniyle gönüllü faaliyetlere katılımlarının oldukça sınırlı olduğu ileri sürülmektedir (Yurttagüler, 2006, s. 60),

Gönüllülük nedenlerine yönelik çalışmalar, bireyselliğin odakta olduğu benmerkezcilik ile toplumun odakta olduğu diğerkamılık (özgecilik) arasında kategorize bir görünüm sergilemektedir. İlk kategoride yer alan çalışmalarda gönüllü faaliyetlerde yer almaya yönelik seçimlerin, fayda amaçlı olduğu iddia edilmektedir (Clary ve ark., 1998, s. 1517; Francis, 2011, s. 2). Genel olarak bu araştırmalar uygulama yapma, tecrübe kazanma, istihdam öncesi hazırlık yapma, toplum yararına faaliyette bulunma, yeni kültürel deneyimler edinme, becerileri pratiğe aktarma, iletişim kurma, bireysel değerlerini başkalarına aktarma ve faydalı hissetme gibi nispeten faydacı nedenlerle gençlerin gönüllü faaliyetlere katıldığını vurgulamaktadır (Akbaş, 2006, s. 86; Steen, 2008, s. 208). Aksine, ikinci kategoride yer alan araştırmalar bireyin, dış ödül ya da bir cezadan kaçınma beklentisi olmaksızın, başkalarına faydalı olma amacıyla, tamamen özgeci güdülerle, gönüllü faaliyetlere katılım sağladığını ileri sürmektedir (Chou, 1998, s. 195). Bu araştırmalar, özgecilik (diğerkamılık) ve gönüllülük arasında tutarlı ve güçlü bir ilişki bulunduğuna dair kanıtlar ortaya koymuştur. Birçok çalışma kişisel kazanımın verme davranışı için en önemli faktör olduğunu iddia etse de özgecil güdüler karma niteliktedir (Clerkin ve ark., 2009, s. 684; Kjeldsen, 2012, s. 513; Leisink, 2018, s. 10; Steen, 2008, s. 208). Birlikte ele alındığında, bu çalışmalar kişisel kazanımın, gönüllü davranışın bir “yan ürün” olduğu fikrini desteklemektedir (Winniford ve ark. 1997, s. 136).

Gönüllülük alanında var olan bir diğer tartışma konusu gönüllü olmaya neden ya da engel olan faktörleri belirlemeye ve açıklamaya dönük bazı ölçme araçları geliştirme ile ilgilidir. Gönüllülük faktörlerini tanımlamak için birçok araç geliştirilmiştir. Bunlardan biri, Rusthon, Chrisjohn ve Fekken (1981, s. 296) tarafından geliştirilen özgecilik (diğerkamılık) ölçeğidir. Ayrıca, bireylerin gönüllülük yatkınlıklarının belirlenmesinde veri madenciliği yaklaşımları da kullanılmaktadır (Aytuğ ve Kırdı, 2016, s. 741). Öğrencilerin gönüllülük algılarını değerlendirmeye, özellikle sivil toplum kuruluşlarında işin niteliği ve gönüllülük faaliyetlerinin gerçekleştiği çalışma alanlarına yönelik olarak geliştirilen ve gönüllülüğün

nispeten sonuçlarıyla ilgilenen bazı yerel temelli araçlar geliştirilmiştir (Yurttagüler, 2006, s. 60; Dulkadiroğlu, 2016, s. 177-178).

Diğer yandan Türkiye’de, istihdam öncesi eğitim döneminde, gönüllülüğün düzeyi ve belirleyicileri konusuna yeterince dikkat çekilmemiştir. Bu bakımdan gençlerde, kamuya hizmet etmenin arka planının nasıl inşa edildiğinin ortaya konmasına ihtiyaç bulunmaktadır. Bu bağlamda mevcut çalışmada cinsiyet, gelir durumu, mezun olunan lise türü, mezuniyet sonrası dezavantajlı gruplara hizmet veren bir kurumda çalışma niyeti, çocukluğunda aile ile yaşayıp yaşamadığı, aile bireylerinin sivil toplum kuruluşlarında görev alıp almadığı, kâr amaçlı sektörde çalışmayı isteyip istemediği, aile bireylerinin görev yaptığı sektör değişkenlerinin gönüllü faaliyetlere katılım düzeyi üzerindeki etkisi araştırılarak bir kestirim modeli önerilmiştir.

Araştırma soruları; (i) sağlık insangücü adaylarının gönüllü olma düzeyi nedir? (ii) Gönüllü faaliyetlere katılım düzeyini etkileyen değişkenler nelerdir (iii) gönüllülük davranışını tahmin edebilir miyiz?

Yöntem

Araştırmada, tarama yöntemi kullanılmıştır. Tarama yöntemi, örneklemden elde edilen bulgulara dayanarak evren genelindeki eğilimlerin tanımlanması amacıyla yöneliktir. Veri toplama aracı olarak anket tercih edilmiştir. Veriler, kesitsel bir zaman diliminde toplanmıştır. Veri toplama araştırmacı-katılımcı etkileşimini bertaraf etmek, maliyetleri azaltmak ve katılımın gönüllü olmasını teşvik etmek amacıyla elektronik ortamda gerçekleştirilmiştir. Araştırmanın etik kurul onayı, bir devlet üniversitesinin Girişimsel Olmayan Klinik Araştırmalar Etik Kurulundan (06-2018/18); veri toplamaya yönelik yazılı izin ise ilgili yükseköğretim yönetiminden alınmıştır.

Evren ve Örneklem

Bu araştırmanın evrenini 2018-2019 akademik yılında bir kamu üniversitesinde sağlıkla ilgili mesleki eğitim programlarına kayıtlı öğrenciler oluşturmaktadır. Sağlık meslek mensuplarının kamuya hizmet etme eğilimlerinin diğer mesleklere göre yüksek olduğu önceki araştırmalarla ortaya konulduğundan, sağlık yükseköğretimindeki eğitim programları arasında ayırım yapılmamış olup tüm sağlık önlisans programları kapsama alınmıştır. Ameliyathane hizmetleri, çocuk gelişimi, diyaliz, engelli bakımı, evde hasta bakımı, ilk ve acil yardım, yaşlı bakımı bölümlerinde kayıtlı 1673 öğrenci bulunmaktadır. Elektronik ortamda hazırlanan ankete yönelik katılım daveti, kısa mesaj hizmeti ile öğrencilere gönderilmiştir. Araştırmada örnekleme tekniği uygulanmamış, evrenin tamamına ulaşmak hedeflenmiştir.

Veri Toplama Araçları

Anket formu araştırmacı tarafından geliştirilen ve öğrencilerin cinsiyet, gelir durumu, mezun olunan lise türü, iş güvencesi bakımından eşit koşullar olduğu takdirde çalışılmak istenen sektör, gelir düzeyi bakımından eşit koşullar olduğu takdirde çalışılmak istenen

sektör, kariyer olanakları bakımından eşit koşullar olduğu takdirde çalışılmak istenen sektör, tercih imkanı sunulduğunda kar elde etme amacı güden bir kurumda çalışma niyeti, tercih imkanı sunulduğunda dezavantajlı koşullara sahip bireylere hizmet veren bir kurumda çalışma niyeti, aile bireylerinin görev yaptığı sektör ve gönüllü bir çalışmada yer alıp almadığına yönelik sorular yer almaktadır. Çalışmanın bağımlı değişkeni, bir grup ya da organizasyonun üyesi olarak gönüllü çalışmaya katılmadır. Katılımcılara bu doğrultuda daha önce gönüllü bir faaliyette yer alıp almadıkları sorulmuş ve alınan cevap 1= “evet” ve 0= “hayır” olmak üzere kodlanmıştır.

Verilerin Analizi

Gönüllü olma durumuna etkisi olan değişkenlerin belirlenmesi amacıyla lojistik regresyon analizi kullanılmıştır. Bağımsız değişkenlerin, logit dönüşümüne dayalı ikili bağımlı değişken üzerindeki etkilerini analiz etmek için lojistik regresyon analizi uygulanmıştır (Chatterjee ve Hadi, 2012, s. 337; Hosmer, Lemeshow ve Sturdivant, 2013, s. 90; Weisberg, 2014, s. 274). Lojistik regresyon analizi uygulamalarında SPSS paket programından yararlanılmıştır. Bu çalışmada lojistik regresyon analizi için 230 öğrencinin verisi kullanılmıştır.

Bulgular

230 öğrenciden dönüt alınmış olup anket formunu cevaplayan öğrencilerin oranı %14'tür. Bu sayı, Cochran'ın (1977, s. 78) örneklem belirleme formülü kullanılarak %95 güven düzeyi ve %3 hata sınırıyla elde edilen örneklem büyüklüğünden (n= 171) fazla olduğundan geri dönüş oranının yeterli olduğu değerlendirilmiştir.

Tanımlayıcı Bulgular

Katılımcılar, %67'si kız %33'ü ise erkek öğrencilerden oluşmakta olup ortalama yaş 20'dir. Katılımcıların %50'si gelirinin giderinden az, %41,3'ü gelirinin giderine denk ve %8,7'si gelirinin giderinden fazla olduğunu beyan etmiştir. Katılımcıların %50'si meslek lisesi, %34,8'i anadolu lisesi, %6,5'i imam hatip lisesi ve %8,7'si diğer liselerden mezun olup %91,3'ü halen çalışmamaktadır. İş güvencesi açısından eşit koşullar sunulduğunda %83'ü kamu sektöründe, %4'ü ise sivil toplum kuruluşlarında ve %13'ü özel sektörde çalışmayı tercih etmektedir. Gelir düzeyi açısından eşit koşullar sağlandığında %65'i kamu sektöründe, %11'i ise sivil toplum kuruluşlarında ve %24'ü özel sektör kuruluşlarında çalışmayı istemektedir. Kariyer olanakları bakımından eşit koşullar sağlandığında ise kamu sektöründe çalışmayı tercih edenlerin oranı %65, özel sektörde çalışmayı tercih edenlerin oranı %20 ve sivil toplum kuruluşlarında çalışmayı tercih edenlerin oranı %15'tir. Kâr amaçlı bir kurumda çalışmayı isteyenlerin oranı %74, dezavantajlı koşullardaki bireylere hizmet sunan bir kurumda çalışmayı tercih edenlerin oranı %48'dir. Katılımcıların %21,7'sinin aile bireylerinden en az biri kamu sektöründe, %67,4'ünün aile bireylerinden biri özel sektörde görev yapmaktadır. Katılımcıların %11'inin aile bireyleri gönüllü faaliyetlere katılmış olup %95,7'si çocukluğunda aile bireyleri ile yaşamıştır. Daha önce herhangi bir gönüllü faaliyette yer alan katılımcıların oranı %60,9'dur.

Lojistik Regresyon Analizi Bulguları

Alan yazın doğrultusunda gönüllü faaliyetlere katılım düzeyini etkileyebilecek ve etkisi araştırılmak istenen değişkenler belirlenmiştir. Gençlerin gönüllü faaliyetlere katılımını etkileyen faktörleri tahmin etmeye yönelik lojistik regresyon modeli oluşturulmuştur. Araştırma, eğitim düzeyi bakımından homojen bir grup olan önlisans programına kayıtlı olan öğrenciler üzerinde gerçekleştirildiğinden, eğitim durumu değişkeni araştırma kapsamında etkisi sınanan faktörler arasına dahil edilmemiştir. Buna göre mezun olunan lise türü, mezuniyet sonrası dezavantajlı gruplara hizmet veren bir kurumda çalışma niyeti, çocuklukta aile ile yaşayıp yaşamama, aile bireylerinin sivil toplum kuruluşlarında görev alıp almadığı değişkenlerinin modele dahil edildiğinde açıklayıcılık düzeyini artırmadığı görülmüştür. Bu nedenle adım adım eklenen değişkenlerin, açıklanan varyans değişimine, duyarlılık ve spesifite düzeylerine etkisi kontrol edilerek model oluşturulmuştur. Bu süreçte çok faktörlü aday değişkenlerin belirlenmesinde önemlilik düzeyi referans değeri olarak $p < 0,20$ kriteri kullanılmıştır (Hosmer ve ark., 2013, s. 91). Lojistik regresyon denkleminde dahil edilen değişkenler şunlardır:

x_1 = cinsiyet (1- erkek, 2 kız)

x_2 = gelir durumu (1- gelir<gider, 2- gelir=gider, 3 gelir>gider)

x_3 = mezun olunan lise türü

x_4 = mezuniyet sonrası dezavantajlı gruplara hizmet veren bir kurumda çalışma niyeti (1- evet, 2- hayır)

x_5 = çocuklukta aile ile yaşayıp yaşamama (1- evet, 2- hayır)

x_6 = aile bireylerinin sivil toplum kuruluşlarında görev alıp almadığı (1- evet, 2- hayır)

x_7 = kar amaçlı sektörde çalışmayı isteme (1- evet, 2- hayır)

x_8 = aile bireylerinin görev yaptığı sektör (0- kamu, 1- özel)

x_9 = aile bireylerinin görev yaptığı sektör (0- kamu, 2- sivil toplum kuruluşu)

y_i = üniversite gençlerinin en az bir kez gönüllü faaliyete katılımı (1- evet, 0- hayır)

Lojistik regresyon modelinde yer alan değişkenlerin, birim katsayıları hesaplanmıştır. Aday değişkenlerle kurulan çok değişkenli modele ilişkin bulgular Tablo 1’de verilmiştir.

Tablo 1. Denklem Değişkenleri Tablosu

	B	Standart Hata	Wald	df	p	Exp (B) Alt	%95 Güven Aralığı	
							Alt	Üst
Cinsiyet (1)	1,98	,46	18,82	1	,00	7,21	2,95	17,60
Gelir Durumu			26,28	2	,00			
Gelir Durumu (1)	1,58	,82	3,70	1	,05	4,85	,97	24,25
Gelir Durumu (2)	-,91	,90	1,01	1	,31	,40	,07	2,36
Kâr Amaçlı Sektörde Çalışmayı İsteme (1)	,35	,57	,38	1	,53	1,42	,46	4,34
Aile Bireylerinin Görev Yaptığı Sektör			27,85	2	,00			
Aile Bireylerinin Görev Yaptığı Sektör (1)	-2,82	1,02	7,62	1	,01	,06	,01	,44
Aile Bireylerinin Görev Yaptığı Sektör (2)	,59	,76	,60	1	,43	1,80	,41	7,99
Sabit	18,49	8192,83	,00	1	,99	107158125,02		

Oluşturulan lojistik regresyon modelinin denklem tablosunda yer alan bulguları incelendiğinde; gelirin giderden fazla olması, kâr amaçlı sektörde çalışma isteme, aile bireylerinin kâr amacı gütmeyen bir kurumda çalışması değişkenlerinin modelde yer almasının önemli olmadığı görülmektedir. Buna karşılık cinsiyet (x_1), gelirin gidere denk olması (x_2), aile bireylerinin özel sektör kuruluşlarında görev yapması (x_3) değişkenlerinin birbirinden bağımsız olarak anlamlı bir şekilde gönüllü katılım üzerinde etkili olduğu bulunmuştur. Buna göre lojistik regresyon denklemi şu şekilde oluşturulmuştur:

$$Y_i = 18,49 + 1,98 x_1 + 1,58 x_2 - 2,82 x_3 \quad (1)$$

B değerleri incelendiğinde cinsiyetin, gelir durumunun ve aile bireylerinin görev yaptığı sektörün gençlerin gönüllü faaliyetlere katılımını belirleyen faktörler olduğu görülmektedir. Daha sonra modelin gönüllü olan ve olmayan öğrencileri tahmin etme düzeyi hesaplanmıştır. Gönüllü olduğu gözlenen ancak gönüllü olmadığı tahmin edilen; gönüllü olmadığı gözlenen ancak gönüllü olduğu tahmin edilen katılımcılara yönelik oluşturulan sınıflandırma, Tablo 2'de yer almaktadır.

Tablo 2. Sınıflandırma Tablosu

Gözlenen Durum Hayır		Tahmin Edilen Durum		
		Hayır	Evet	Doğru Sınıflama Yüzdesi
Gönüllü Olma Durumu	Hayır	65 (72,2)	25 (%27,8)	%72,2
	Evet	15 (%10,7)	125 (%89,3)	%89,3
Toplam Doğru Sınıflama Yüzdesi		%82,6		

-2 Log olabirlilik= 183,62

Sınıflandırma tablosu incelendiğinde modelin kestirim düzeyi görülmektedir. Bu tabloya göre; oluşturulan lojistik regresyon modeli, 40 katılımcının gönüllü olma durumunu yanlış, 190 katılımcının gönüllü olma durumunu ise doğru tahmin etmektedir. Model, gönüllü faaliyete katıldığını beyan eden 15 katılımcıyı yanlış; buna karşılık, gönüllü faaliyete katıldığını ifade eden 125 katılımcının ve gönüllü faaliyete katılmadığını belirten 65 katılımcının gönüllü olma durumunu doğru tahmin etmiştir. Oran olarak incelendiğinde 1. aşamada belirlenen model, 230 öğrencinin %89'unun gönüllü faaliyete katıldığını doğru tahmin etmektedir. Diğer bir ifade ile doğruyu sınıflandırma oranı %89,3'tür. Bulgular, oluşturulan lojistik regresyon modelinin, %89 duyarlılık (sensitivite) ve %72 özgüllük (spesifite) düzeyine sahip olduğunu göstermektedir. Oluşturulan modelin, gençlerin gönüllü faaliyetlere katılımını %57 R² (Nagelkerke) değeri ile tahmin ettirici olduğu bulunmuştur.

Tartışma

Araştırma kapsamında yer alan öğrencilerin, gönüllü faaliyetlere katılımları kayda değer düzeyde yüksektir. Bu durum, öğrencilerin yarısının mesleki bir orta öğretim geçmişine sahip olması ile birlikte değerlendirildiğinde derslerde dayanışma ve paylaşmaya dayalı bir mesleki kültürü edinmeleri ile açıklanabilir. Diğer yandan önceki çalışmalar (Greenslade ve White, 2005, s. 163; Musick ve Wilson, 2008, s. 289) gönüllülük çağrısı yapılan bireylerin gönüllü olma eğilimlerinin yüksek olduğunu ortaya koymaktadır. Bu bakımdan gençlerin, gönüllü faaliyetlere katılım oranının yüksek olması gönüllü olma çağrısını kabul etmelerinden kaynaklanabilir. Diğer yandan gönüllü faaliyetlere katılmadığını beyan eden öğrenciler, yapılan iyiliğin ifşa edilmemesi değerine dayanarak gönüllü davranışı ifade etmemiş olabilirler. Ayrıca gönüllü çalışmalara yönelik farkındalığı gelişmiş gençlerin, gönüllü olma ve gönüllü faaliyetlere katılımının ilerleyen yaşlarda da devam ettiği (Clerkin ve ark., 2009, s. 688); buna karşılık gönüllü faaliyetler ile ilgili bilgi/bilgilendirme yetersizliği nedeniyle gençlerin gönüllü faaliyetlere katılımlarının düşük olduğu (Yönten ve İnce, 2015, s. 166) bulunmuştur. Bu bakımdan gönüllü faaliyetlere yüksek katılımın olması bulgusu, sağlık alanında eğitim alan öğrencilerin, gönüllülükle ilgili yüksek farkındalık düzeyine sahip olmaları ile açıklanabilir. Eğitim dönemi içindeki gençlere gönüllü örgütler ve misyonlarına yönelik tanıtımlar yapılması onların gönüllü katılımlarını mümkün hale getirebilir. Çalışmada

tespit edilen katılım düzeyinin, ilerleyen yaşlarda devamının sağlanmasına yönelik teşvik mekanizmalarının kullanımı gerekmektedir. Bu bağlamda öğrencilerin gönüllü faaliyetlere katılımlarının izlendiği boylamsal araştırmalara ihtiyaç vardır.

Özellikle mesleğe giriş öncesindeki gençlerin, kamu hizmetine katılımı önem taşımaktadır. Bu nedenle gönüllülüğü etkileyen değişkenlerin belirlenerek etki düzeylerinin ortaya konmasına çalışılmıştır. Lojistik regresyon modeli kapsamına dâhil edilen değişkenlerin, gönüllü faaliyetlere katılımı doğru tahmin etme oranı oldukça yüksek bulunmuştur. Bu bakımdan mevcut çalışmada test edilen modele ait lojistik denklemi, gençlerin gönüllü katılımlarını tahmin etmede kullanılabilir.

Bulgular, cinsiyetin bağımlı değişken üzerinde önemli etki düzeyine sahip olduğunu ortaya koymuştur. Modelin odds oranına göre gönüllü faaliyetlere katılımı etkileyen en önemli faktör, cinsiyettir. Bu değer, kız öğrencilerin, erkek öğrencilere göre 7 kat daha yüksek düzeyde gönüllü faaliyetlere katılımını açıklama düzeyindedir. Bu bulgu kadınların gönüllü faaliyetlere katılımlarına yönelik önceki çalışma (Einolf, 2011) bulgularıyla örtüşmektedir. Einolf (2011, s.1102) çalışmasında, kadınların erkeklerden daha fazla gönüllü olduklarını, gönüllü olma bakımından kadın ve erkekler arasında istatistiksel olarak anlamlı fark bulunduğunu ortaya koymuştur. Ancak kız öğrencilerin katılımcılar içindeki oransal dağılımı cinsiyetin gönüllü katılımı önemli bir belirleyici olduğu sonucunu etkilemiş olabilir.

Gençlerin, gönüllü faaliyetlere katılımını etkileyen ikinci değişken ise gelir durumudur. Geliri giderine denk olan öğrencilerin, geliri giderinden az olan öğrencilere göre gönüllü faaliyetlere katılımı yaklaşık 5 kat daha yüksektir. Buna karşılık geliri, giderinden fazla olan öğrencilerin geliri giderinden az olan öğrencilere göre gönüllü faaliyetlere katılımı yaklaşık 0,4 kat daha azdır. Gelirin giderden fazla olması, gönüllü faaliyetlere katılımı negatif yönde etkilemektedir. Önceki çalışmalar hane halkı gelir seviyesinin prososyal davranışları belirlediğini göstermiştir. Düşük gelirli aile üyeleri, yüksek gelirli ailelere göre daha az sosyal davranış eğilimindedir (Bandy ve Wilhelm, 2012, s. 1028).

Ayrıca, kâr amaçlı faaliyet gösteren sektörde çalışmaya niyetin bulunmaması gönüllü faaliyetlere katılımı 1,4 kat artırmaktadır. Aile bireylerinin sivil toplum kuruluşlarında görev alması, gençlerin gönüllü faaliyetlere katılımını 1,8 kat artırmaktadır. Buna karşı aile bireyleri özel sektörde görev alan gençlerin gönüllü faaliyetlere katılımı ise negatif yönlü olarak azalmaktadır. Ailesi sivil toplum kuruluşlarında çalışan bireylerin daha fazla gönüllülük eğilimi göstermesi, özellikle gelir durumu düşük olan ailelerde büyüyen öğrencilerin bu süreçte yardım etmeye yönelik empati geliştirdikleri, paylaşmanın önemine yönelik farkındalık kazandıkları şeklinde yorumlanabilir. Aile bireylerinin sosyal gelişiminde aile önem arz etmektedir. Bu nedenle ailenin görev yaptığı sektör araştırmaya bir değişken olarak dahil edilmiş ve yapılan analizde gönüllü katılım üzerinde anlamlı fark oluşturduğu belirlenmiştir. Bulgular birlikte değerlendirildiğinde bireysel değişkenlerin, gönüllü faaliyetlere katılım düzeyini etkilediği görülmektedir.

Bulgular, planlanmış davranışlar teorisinin varsayımlarını (Greenslade ve White, 2005, s. 163), referans grupların sosyalizasyon etkisini (Francis, 2011, s. 9) doğrulamaktadır. Gönüllüler, kâr amacı gütmeyen kuruluşlar için önemi yeterince anlaşılmayan insan kaynağını oluşturmaktadır (Musick ve Wilson, 2008, s. 7). Sağlık alanı öğrencilerinin istihdam alanı olan sağlık sektöründeki kamu sağlık örgütlerinde gönüllü faaliyetlerde bulunma, Sağlık Bakanlığının teşkilat yapısına dair yasal çerçevedeki değişiklik ile mümkün hale gelmiştir. Bu nedenle öğrencilerin ilgili yüksek öğretim programlarının müfredatlarında yapılacak değişiklik, ders ilaveleri ve öğrenci kulüpleri aracılığı ile gönüllü örgütsel faaliyetlere katılımları teşvik edilmelidir.

Gönüllülüğü etkileyen faktörlerin belirlenmesi, gönüllü faaliyetlere katılımın teşvik edilmesi ve geliştirilmesi açısından bir gereklilik olabilir. Çalışmadan ulaşılan sonuçlar, kamu hizmetlerinin sunulmasında kamu kurumları ile daha sıkı iş birliği içinde olması beklenen sivil toplum kuruluşlarının kurumsal kapasitelerini güçlendirmesinde ve etkililiğin artırılmasında kullanılabilir. Belirleyicilere yönelik politikalar geliştirilebilir. Bu süreçte gençlerin sivil toplum faaliyetlerine daha çok entegre edilmesinde gönüllülüğün belirleyicilerinden yararlanılabilir. “Dörtına koşan fil” metaforu yakıştırılan kamu sektörünün performans yönetiminde yaşadığı sorunlar, gençlerin gönüllü faaliyetlere ilgisinin artırılması, sürece dahil edilmeleri ve sivil toplum kuruluşlarının güçlendirilmesi ile bertaraf edilebilir. Sonuç olarak araştırma, uygulayıcılara ve karar vericilere gönüllü faaliyetlere katılıma yönelik bilgi sunmaktadır.

Araştırmanın sınırlılıkları ve gelecek çalışmalar için öneriler sıralandığında; araştırma, bir ildeki üniversitenin sağlık ile ilgili mesleki eğitim programına kayıtlı öğrencilerle yapılmış olup veriler katılımcıların beyanına dayalıdır. Bu nedenle elde edilen bulgular, diğer eğitim kurumlarındaki ve diğer programlardaki öğrencilere genellenmemelidir. Çalışmada kesitsel araştırma tasarımı benimsenmiş olması nedeniyle sonuçların boylamsal değişimlere ilişkin genellenebilirliğinin sınırlı olacağı değerlendirilmektedir. Ayrıca mevcut çalışma kapsama aldığı değişkenlerin gönüllülük üzerindeki etkisini ortaya çıkardığından etkisi sınırlı değil, değişkenlerin gelecek çalışmalarda analiz edilmesi gerekir. Bu nedenle mevcut sınırlılıkların bertaraf edilmesi için konu hakkında boylamsal çalışmalara ve hangi tematik konuların bireysel ve kurumsal gönüllülüğü teşvik ettiğini tespit edecek araştırmalara ihtiyaç bulunmaktadır.



Copyright © 2019 Republic of Turkey Ministry of Youth and Sports

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

Journal of Youth Research • December 2019 • 7(Special Issue) • 70-76

ISSN 2147-8473

Received | 30 May 2019

Accepted | 08 October 2019

ANALYSIS / RESEARCH

EXTENDED ABSTRACT

The Prediction of Volunteerism in Health Workforce Candidates

Mehtap Çakmak Barsbay*

Introduction

Volunteering is specially denoted as a particular form of altruistic behavior (Musick & Wilson, 2008, p. 3), and planned giving (Greenslade & White, 2005, p. 163). Although United Nations would argue that the volunteering contains a free will, non-pecuniary inspiration, and benefit to others, the meaning of the term has been extended to the paid work activities (Tschirhart, 1998, p. 36; United Nations Volunteers, 2011, p. 4). While a variety of definitions of volunteering typically exists, the term deserves being focused apart from the capacity building initiatives in non-governmental organizations (Kesgin, 2016, p. 120).

Volunteering has been among the research topics of different disciplines. The systematic body of knowledge began to emerge following the concept of altruism proposed by Auguste Comte (Musick & Wilson, 2008, p.3). Since then a variety of theories, models, and explanations for the determinants of voluntary action have introduced. However, they

* Asst. Prof., Karamanoğlu Mehmetbey University, Faculty of Health Sciences Department of Health Management, Karaman, mehtapcakmak@gmail.com, ORCID: 0000-0001-7609-6254

seem to be quite contradictory that no single conceptual model has received general support (Winniford, Carpenter & Grider, 1997, p. 135). What research tells us about volunteering is the combination of egocentric and altruistic motives, and stemming from altruistically motivated helping (Clary et al., 1998, p. 1517; Steen, 2008, p. 208).

According to the World Volunteering Index 2018 report, by the Charities Aid Foundation, nine percent of the people in Turkey give their time freely to volunteer activities, of whom twelve percent support a charity, and forty percent of them help foreigners. With these findings, Turkey is in the last 30 countries among 144 in terms of the index parameters (CAF, 2018, p. 34-40). This type of snapshot may undoubtedly differ in terms of age groups, socio-economic level, and occupation.

With the rise of individualization and egoism, participation in voluntary activities, even individually or institutionally, remains very much limited (Raelin, 1999, p. 160). Also, being asked for giving time and supporting may not somehow result in volunteering (Clerkin, Paynter & Taylor, 2009, p. 675). According to the statistics of the General Directorate of Civil Society Relations of the Turkish Ministry of Interior, ninety-one percent of the Turkish society is not a member of any civic association (İçişleri Bakanlığı, 2019). Thus, it is necessary to determine the level of youth volunteerism and make apparent the determinants of the volunteering.

Conceptual Framework and Theoretical Background

There are several factors affecting participation in voluntary activity. First, it could be contingent on a personal gain such as self-improvement or creating future job opportunities. Second, much of them rests on religious values, age, gender, income, education level and field, occupation, sector of employment, being trained for volunteer activities, academic achievement, intrinsic motivation, traditions, cultural values, early socialization, and many other demographical, cultural and socio-economic factors (Akatay, Kiray & Özdemir, 2016, p. 24; Chou, 1998, p. 198; Clary et al., 1998, p. 1516; Clerkin et al., 2009, p. 686; Johnson, Beebe, Mortimer & Synder, 1998, p. 320; Lautenschlager, 1992, p. 1; Moore, Warta, & Erichsen, 2014, p. 395; Yurttagüler, 2006, p. 60). Also, volunteering behavior is associated with person-environment interaction and socialization in reference groups such as relatives and close friends (Clerkin et al., 2009, p. 675; Francis, 2011, p. 3-9).

Many frameworks, used to explain the determinants of participating in voluntary activities, are the planned behavior theory and the functional volunteerism approach. According to the first theory, intention to giving is affected by the attitudes towards volunteering, subjective norms, and self-efficacy perception (Ajzen, 1991, p.182; Kocagöz & Dursun, 2010, p. 141). The second approach claims that the experiences and some other factors have an impact on volunteering. Indeed, they seem to be context-dependent. Although Petriwskyj and Warburton (2007, p. 5) would argue retirees are more inclined in voluntary activities, another research reveals that they are not very much engaged in volunteering due to their physical health conditions (Yurttagüler, 2006, p. 60).

Nevertheless, existing literature on the volunteering motivation is categorized in ego-centrism and altruism. Much of the studies in the first category claims that the volunteering choice is based on a purposeful personal gain (Clary et al., 1998, p. 1517; Francis, 2011, p. 2). Overall, these studies highlight that young people participate in voluntary organizations with utilitarian reasons such as practicing, gaining experience, pre-employment preparation, engaging in activities for the benefit of the community, acquiring new cultural experiences, transferring skills to practice, communicating, transferring values to the others, and feeling useful (Akbaş, 2006, p. 86, Steen, 2008, p. 208). On contrast, previous studies in the following category outline a critical role to volunteers with purely altruistic motives without any expectation of external reward or avoiding punishment (Chou, 1998, p. 195). Those studies have shown strong evidence that there is a consistent linkage between altruism and volunteering. Although many would argue that personal gain is the most influential factor for the giving behavior, altruistic motives are mixed (Clerkin et al., 2009, p. 684; Kjeldsen, 2012, p. 513; Leisink, 2018, p. 10; Steen, 2008, p. 208). Taken together, those studies provide that personal gain could be a “by-product” of the behavior (Winniford et al., 1997, p. 136).

One important theoretical issue that has dominated the volunteering field for many years concerns instrument development. Many tools have been introduced to identify the factors of volunteering. One of them is an altruism scale developed by Rusthon, Chrisjohn and Fekken (1981, p. 296). Also, many data mining approaches are utilized in determining volunteering tendencies (Aytuğ & Kırdar, 2016, p. 741). Also, there have been some local based tools to assess volunteering perception among students (Yurttagüler, 2006, p. 60; Dulkadiroğlu, 2016, p. 177-178). In Turkey, there have been limited studies examining volunteering and its antecedents during the education stage. In this regard, it is an essential preliminary issue to demonstrate how the background of commitment to the public built. Thus, a survey to many principal research questions was conducted: (i) what is the level of participation in volunteerism in health workforce candidates (ii) what are the determinants of volunteering (iii) can we estimate a volunteering behavior?

Method

In the paper, we adopted a cross-sectional study using a questionnaire for data collection. Data collection was conducted electronically to eliminate researcher-participant interaction, to reduce costs, and to encourage volunteer participation in the research. Ethics committee approval was obtained from a state university in Turkey (06-2018/18). The written permission from the relevant school administration for data collection was acquired.

Population and Sample

The population of the study consisted of the students enrolled in health vocational education programs at a public university in Turkey. At the time of the study, in the 2018-2019 academic year, there were 1673 students registered in the healthcare programs: operating room services, child development, dialysis, disabled care, home patient care,

emergency care, and elderly care. The invitation to participate in the questionnaire was sent to the students via a short message service. In this research, we did not apply a sampling technique. Moreover, we aimed to include the population.

Tool

The questionnaire consisted of several questions developed by the author.

Analysis of the Data

We conducted logistic regression analysis adopted for analyzing the effects of independent variables on a binary dependent variable based on a logit transformation (Chatterjee & Hadi, 2012, p. 337; Hosmer, Lemeshow, & Sturdivant, 2013, p. 90; Weisberg, 2014, p. 274). All statistical analyses were performed using SPSS version 21.0. In this study, we used data from 230 students logistic regression analysis.

Results

There were 230 respondents out of 1673 questionnaires administered in the vocational healthcare programs, for an overall response rate of % 14, which was acceptable due to it was higher than if we had a sampling formula with a %95 reliability level and a 3% sampling error (Cochran, 1977, p. 78). Female students had a higher response rate (67%) than male students (33%) with an average age of 20 years. Half of those surveyed reported that they had more limited income than their expenses, and a minority of the participants (8.7%) indicated that their revenue was higher than their expenses. 50% of them reported that they graduated from vocational high schools, and 6.5% from religious high school. 91.3% of the respondents reported that they were unemployed. When asked which one they would prefer to work in, if they had nearly the same opportunities for job security, 83% of the respondents chose to work in the public sector, and a minority of the participants (4%) indicated that they could work in non-governmental organizations. When asked which one they would prefer to work in if they had nearly the same opportunities of salary, 65% of the respondents chose to work in the public sector, and %11 of them said that they would work in non-governmental organizations. When asked which one they would prefer to work in, if they had nearly the same opportunities for career development, 65% of the respondents chose to work in the public sector, and %15 of them said that they would work in non-governmental organizations. A minority of the participants (11%) reported that their parents participated in voluntary activities. Just above half of those who responded to this item (60.9%) had a volunteering background.

Findings From Logistic Regression Analysis

We created a logistic regression model to estimate the factors that affect youth participation in voluntary activities. We added the variables to the model step by step by controlling their contribution to total variance explained, the sensitivity and specificity of the model. In this process, we used the criterion of $p < 0.20$ as the reference level of significance in determining the candidate variables (Hosmer et al., 2013, p. 91). We found that gender

(x1), income level (x2), having family members working in private sector organizations (x8) had a significant effect on volunteering. Accordingly, the logistic regression equation was formed as follows:

$$Y_i = 18.49 + 1.98 x_1 + 1.58 x_2 - 2.82 x_8 \quad (1)$$

The logistic regression model could estimate the voluntary status of 190 participants correctly (89.3%) and those of 40 participants incorrectly. The sensitivity and specificity of the model were, accordingly 89% and 72%, with 57% Nagelkerke value.

Discussion

The students highly engaged in voluntary activities. This can be explained by the fact that half of them had a vocational education background, so they might have acquired a professional culture based on solidarity and sharing during their education period. Also, the high inclination might have caused by being called for the volunteering activity. As previous studies reported, it increases the engagement in a volunteer activity (Greenslade & White, 2005, p. 163; Musick & Wilson, 2008, p. 289). Furthermore, this finding may be related to a very definite awareness of giving (Clerkin et al., 2009, p. 688; Yönten & İnce, 2015, p. 166). Students who declared that they had not participated in a voluntary activity before, might not have expressed their action based on a kind of personal value. In this context, there is a need for longitudinal studies that follow up on students' participation in voluntary activities.

Our findings assert that gender is an influential factor in volunteering. Women reported a much greater level of volunteering. This finding is in line with the studies reported so far (Einolf, 2011, p.1102). However, this discrepancy could be attributed to the rate of female students in our population.

The second variable that determines participation in volunteerism is household income. The students whose household income was equivalent to their expenses were highly, approximately five times greater, involved in voluntary activities than those had a low-income. On the other hand, students with high household income were less involved in voluntary activities. This finding reveals that having household income more than their expenditure negatively affected participation in volunteerism. Previous studies have shown that the household income level determines prosocial behaviors. Low income family members were much less likely to have prosocial behavior than those in high-income families (Bandy & Wilhelm, 2012, p. 1028).

Furthermore, the lack of intention to work in the profit-making sector increased 1.4 times participation in voluntary programs. Also, civil society roles of family members increased 1.8 times the volunteering inclination on the contrary to their private-sector job roles. These findings synthesize the reference groups' role in the volunteering experience.

The findings confirm the theoretical assumptions of planned behavior theory (Greenslade & White, 2005, p. 163), the socialization effects of reference groups (Francis, 2011, p. 9). Volunteers are human resources who are the potential to do so but not sufficiently disposed of in non-profit organizations (Musick & Wilson, 2008, p. 7). With the recent regulation, it has become possible for students to engage in voluntary activities in public hospitals. Therefore, students should be encouraged to participate in voluntary activities through curricular revision adding relevant courses and new student clubs with volunteering roles.

Identifying the factors on volunteering may be a starting point for encouraging and improving participation in voluntary activities. The results of the study may be useful in strengthening the institutional capacity of non-governmental organizations and increasing their effectiveness. The determinants of volunteering may be put on the agenda of policymaking to integrate youth in civic services. The increasing problems in public organizations that are commonly referred to as *galloping elephants* may be overcome by integrating youth in civic service.

Kaynakça/References

- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behaviour. *Organizational Behaviour and Human Decision Processes*, 50, 179-211.
- Akatay, A., Kıray, A. ve Özdemir, S. (2016). STK eğitiminin gönüllük eğilimi üzerindeki etkisi: Üniversite öğrencileri üzerine bir araştırma. *Organizasyon ve Yönetim Bilimleri Dergisi*, 8(1), 18-27.
- Akbaş, O. (2006). Amerikan gönüllü kuruluşları: Barış gönüllülerinin dünyada ve Türkiye'deki çalışmaları. *Türk Eğitim Bilimleri Dergisi*, 4(1), 85-99.
- Aytuğ, K. H. ve Kırdar, K. (2016). Kamu politikası ve gönüllülük: Karar ağacı modeli ile Türkiye'de afet yönetiminde gönüllülük analizi. *ICOMEF, Özel Sayı*, 739-748.
- Bandy, R., & Ottoni-Wilhelm, M. (2012). Family structure and income during the stages of childhood and subsequent prosocial behavior in young adulthood. *Journal of Adolescence*, 35(4), 1023-1034.
- CAF. (2018). *CAF world giving index*. https://www.cafonline.org/docs/default-source/about-us-publications/caf_wgi2018_report_webnopw_2379a_261018.pdf adresinden alındı
- Chatterjee, S., & Hadi, A. S. (2012). *Regression analysis by example*. New Jersey: John Wiley & Sons.
- Chou, K. L. (1998). Effects of age, gender, and participation in volunteer activities on the altruistic behavior of Chinese adolescents. *The Journal of Genetic Psychology*, 159(2), 195-201.
- Clary, G. E., Synder, M., Ridge, R. D., Copeland, J., Stukas, A. A., Haugen, J., & Miene, P. (1998). Understanding and assessing the motivations of volunteers: A functional approach. *Journal of Personality and Social Psychology*, 74(6), 1516-1530.
- Clerkin, R. M., Paynter, S. R., & Taylor, J. K. (2009). Public service motivation in undergraduate giving and volunteering decisions. *The American Review of Public Administration*, 39(6), 675-698.
- Cochran, W. G. (1977). *Sampling techniques*. USA: John Wiley & Sons.
- Dulkadiroğlu, H. (2016). *Türkiye'nin meselelerine gönüllü bakış*. Ankara: Orion.
- Einolf, C. J. (2011). Gender differences in the correlates of volunteering and charitable giving. *Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly*, 40(6), 1092-1112.

- Francis, J. E. (2011). The functions and norms that drive university student volunteering. *International Journal of Nonprofit and Voluntary Sector Marketing*, 16(1), 1-12.
- Greenslade, J. H., & White, K. M. (2005). The Prediction of above-average participation in volunteerism: A test of the theory of planned behaviour and the volunteers functions inventory in older Australian adults. *The Journal of Social Psychology*, 145(2), 155-172.
- Hosmer, D. W., Lemeshow, S., & Sturdivant, R. X. (2013). *Applied logistic regression*. New Jersey: John Wiley&Sons Inc.
- İçişleri Bakanlığı. (2019). *Dernek üye sayılarının Türkiye nüfusuna oranı*. <https://www.siviltoplum.gov.tr/dernek-uye-sayilarinin-turkiye-nufusuna-orani> adresinden alındı
- Johnson, M. K., Beebe, T., Mortimer, J. T., & Synder, M. (1998). Volunteerism in adolescence: A process perspective. *Journal of Research on Adolescence*, 8(3), 309-332.
- Kesgin, B. (2016). Türkiye'de gönüllülük çalışmaları üzerine bir değerlendirme. *Mimar Sinan Güzel Sanatlar Fakültesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 13, 119-131.
- Kjeldsen, A. M. (2012). Vocational study and public service motivation: Disentangling the socializing effects of higher education. *International Public Management Journal*, 15(4), 500-524.
- Kocagöz, E. ve Dursun, Y. (2010). Algılanan davranışsal kontrol, Ajzen'in teorisinde nasıl konumlanır? Alternatif model analizleri. *KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 12(19), 139-152.
- Lautenschlager, J. (1992). *Volunteering a traditional Canadian value*. Ottawa, Ontario: Department of Canadian Heritage Voluntary Action Program.
- Leisink, P. L. (2018). Does public service motivation matter? A study of participation in various volunteering domains. *International Public Management Journal*, doi: 10.1080/10967494.2018.1428254.
- Moore, E. W., Warta, S., & Erichsen, K. (2014). College students' volunteering: Factors related to current volunteering, volunteer settings, and motives for volunteering. *College Student Journal*, 48(3), 386-396.
- Musick, M. A., & Wilson, J. (2008). *Volunteers: A social profile*. Bloomington: Indiana University Press.
- Petriwskyj, A. M., & Warburton, J. (2007). Motivations and barriers to volunteering by seniors: A critical review of the literature. *The International Journal of Volunteer Administration*, 24(6), 3-25.
- Raelin, J. A. (1999). *Kültürlerin çatışması (yönetenler- yönetilenler)*. İstanbul: Kültür Yayınları.
- Rusthon, J. P., Chrisjohn, R. D., & Fekken, G. C. (1981). The altruistic personality and the self-report altruism scale. *Personality and Individual Differences*, 2(4), 293-302.
- Steen, T. (2008). Not a government monopoly: The private, nonprofit, and voluntary sectors. J. L. Perry, & A. Hondeghe (Eds.), *Motivation in public management: The call of public service (pp. 203-222)*. New York: Oxford University Press.
- Tschirhart, M. (1998). Understanding the older stipended volunteer. *Public Productivity & Management Review*, 22(1), 35-48.
- United Nations Volunteers. (2011). *State of the world's volunteerism report: Universal values for global well-being*. United Nations Volunteers.
- Weisberg, S. (2014). *Applied linear regression*. New Jersey: John Wiley & Sons.
- Winniford, J. C., Carpenter, S. D., & Grider, C. (1997). Motivations of college student volunteers: A review. *NASPA Journal*, 34(2), 134-146.
- Yöntem Balaban, A. ve Çoban İnce, İ. (2015). Gençlerin sivil toplum kuruluşlarındaki gönüllülük faaliyetleri ve gönüllülük algısı: Türkiye Eğitim Gönüllülleri Vakfı (TEGV) örneği. *Dokuz Eylül Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 30(2), 149-169.
- Yurttagüler, L. (2006). Gönüllülerle işbirliği. L. Yurttagüler ve A. Akyüz (Ed.), *Gönüllülerle işbirliği içinde (s. 55-90)*. İstanbul: Bilgi Üniversitesi Yayınları.



Copyright © 2019 T.C. Gençlik ve Spor Bakanlığı

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

Gençlik Araştırmaları Dergisi • Aralık 2019 • 7(Özel Sayı) • 77-91

ISSN 2147-8473

Başvuru | 18 Ekim 2019

Kabul | 27 Ekim 2019

İşlevsel Yaklaşım ile Gönüllülük Motivasyonlarının İncelenmesi: Üniversite Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma

Ümit Doğrul*

Öz

Giderek artan sosyal sorunlar ve bu sorunlara ilişkin sürdürülebilir çözüm beklentisi gönüllü kuruluşlara duyulan ihtiyacın her geçen gün daha da artmasına neden olmaktadır. Bu durum farklı toplumsal ihtiyaçları giderebilecek yeni gönüllü kuruluşların ortaya çıkmasına zemin hazırlamıştır. Özellikle bu organizasyonlarda görev alacak gönüllüler bulmak organizasyonların amaçlarına ulaşması ve devamlılığının olması açısından önem arz etmektedir. Son yıllarda sosyal pazarlama kavramının da önem kazanmasıyla birlikte bu organizasyonların hem ihtiyaç sahiplerine hem de gönüllülere ulaşması için çalışmalar yapılmakta ve çözüm önerileri geliştirilmektedir. Bu çalışmanın amacı da, üniversite öğrencilerinin toplum yararına olan projelerde gönüllü olma niyetlerine etki eden motivasyon faktörlerini ortaya çıkarmaktır. Çalışmada ayrıca gönüllülük niyetinin yaşam tatmini üzerindeki etkisi de incelenmektedir. Bu doğrultuda 320 öğrenciye anket uygulanmıştır. Analizler sonucunda kariyer işlevi dışında motivasyon işlev envanter boyutlarının gönüllülük niyetini olumlu etkilediği belirlenmiştir. Gönüllülük niyetinin de yaşam tatminini olumlu yönde etkilediği ortaya çıkmıştır.

Anahtar Kelimeler: Sosyal Pazarlama, Gönüllülük, Gönüllü İşlev Envanteri, Gönüllülük Niyeti, Yaşam Tatmini.

* Dr. Öğr. Üyesi, Mersin Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü, udogrul@mersin.edu.tr, ORCID: 0000-0002-4795-3170

Abstract

Increasing social problems and the expectation for sustainable solutions to these problems cause the need for voluntary organizations to increase day by day. This situation prepared the ground for the emergence of new voluntary organizations that could meet different social needs. Particularly, finding volunteers to take part in these organizations is important in terms of achieving the objectives and continuity of the organizations. In recent years, with the increasing importance of the concept of social marketing, these organizations are working to reach both the needy and the volunteers and solutions are developed. The aim of this study is to reveal the factors that affect university students' intention to volunteer in disability projects from a functional point of view. In addition, the effect of volunteering intent on life satisfaction was also investigated. In this direction, 320 university students were surveyed. As a result of the analyzes, it was determined that the dimensions of motivation function inventory affect the volunteer intention positively except career function. Volunteer intention has also positively affected life satisfaction.

Keywords: Social Marketing, Volunteering, Volunteer Function Inventory, Volunteer Intention, Life Satisfaction.

Yükseköğretimde Engelsiz Ufuklar Çalıştayı ve Engelsiz Üniversiteler Ödül Töreni Raporu (2019)'na göre, Türkiye'deki üniversitelerde eğitim gören engelli öğrenci sayısı 39.243' tür. Engel gruplarına göre sınıflandırıldığında büyük bir çoğunluğunu bedensel engelliler ve görme engelliler oluşturmaktadır. Bu bireyler eğitim süreçlerinde birçok sorunla karşı karşıya kalmaktadır. Yaşanan problemlerin, engelli bireyle işbirliği çerçevesinde en az seviyeye indirilmesi gerekmektedir. Fakat bu süreçte bazı aksaklıklarla karşılaşılabilir. Bu aksaklıkların en önemlisi bu projelerde görev yapacak gönüllüler bulmada yaşanan zorluklardır. Oysa kamu veya özel kuruluşların toplum yararı amacı taşıyan programlarının başarısı ve bu başarının sürdürülebilir olması gönüllülerin katılımıyla mümkün olmaktadır (Burns vd., 2005).

Gönüllülük gerektiren toplum yararı programlarının başarılı olması için, verimli bir şekilde planlanmaları, izlenmeleri ve programın sürdürülebilirliklerinin kontrol altında tutulmasını sağlayacak önlemler alınması gereklidir (Wilson ve Musick, 1999). Uygulamada kimi zaman bazı toplum yararına eylemleri gerçekleştirmek için dış baskı uygulamak yoluyla gönüllülük faaliyetlerinin zorunluluğa dayandırılması yoluna gidilebilmektedir. Bu durum bazen olumlu sonuçlar versede, uzun vadede baskının ortadan kaldırılmasıyla birlikte gönüllülük davranışına yol açmadığı için verimsizlikle sonuçlanabilmektedir (Clary ve Snyder, 1999). Özellikle, toplum yararı amacı güden organizasyonların, projelerde çalıştırmak üzere bireylere finansal teşvikler önermesinin güç olması düşünüldüğünde, bireyleri gönüllü olmaya iten faktörlerin anlaşılması söz konusu organizasyonların başarısının temel anahtarı olarak görülmektedir (Liao-Troth ve Dunn, 1999). Bireylerin, gönüllülük faaliyetlerine

ilişkin dikkatlerinin çekilmesi, ilgi ve isteklerinin uyandırılması ve nihayetinde gönüllülük davranışında bulunmalarını sağlamak için, toplum yararı kuruluşların sosyal pazarlama bilincine sahip olmaları gerekmektedir. Sosyal pazarlama bilincine sahip olmak değişime konu olan gönüllülük davranışın sergilenmesi için gönüllüğün altında yatan nedenleri incelemeyi ve elde edilen bulgulara göre stratejiler geliştirmeyi gerektirir. Bireylerin gönüllü çalışmaya katılımını etkileyen faktörlerin bilinmesi, gönüllülerin katılımını sağlayabilmenin ilk adımıdır. Bu nedenle, çeşitli kurum ve kuruluşların, müşterilerinin ihtiyaçlarını karşılamak için yeterli sayıda gönüllüyü çekmek ve elde tutmak için gönüllülerinin ihtiyaçlarını ve motivasyonlarını anlamaları oldukça önemlidir. Gönüllüğün teşvik edilmesi için bireylerin gönüllülük motivasyonlarının anlaşılmasının önemli olduğu görülmektedir.

Yabancı yazında bireylerin gönüllülük niyetlerini, gönüllü işlevsel envanteri ile açıklayan birçok çalışma olmasına rağmen, Türkiye’de üniversite öğrencilerinin toplumsal fayda yaratıcı organizasyonlarda gönüllü olma niyetlerine etki eden motivleri açıklamaya yönelik sınırlı çalışma, konunun araştırılması gerekliliğini ortaya koymaktadır. Böyle bir konunun açıklığa kavuşturulması pazarlama araştırmacılarına ve uygulayıcılarına ışık tutabilecektir.

Dolayısıyla toplum yararı güden kar amacı olmayan organizasyonların faaliyetlerini başarılı bir şekilde sürdürmesi için gönüllülere ihtiyaç duyması ve gönüllülerin temininde zorluklar yaşanması, çalışmanın temel problemini oluşturmaktadır. Bu çerçevede çalışmanın amacı, gönüllülük niyetine etki eden faktörleri, Clary ve Snyder (1999) tarafından geliştirilen gönüllü işlevler envanteri çerçevesinde incelemektir. Ayrıca çalışmada gönüllülük niyetinin yaşam tatminine etkisi de araştırılmıştır. Bu kapsamda öncelikle çalışmanın kavramsal çerçevesi tartışılmakta, daha sonra araştırma modeline bağlı olarak geliştirilen hipotezlere, verilerin analizine ve bulgulara yer verilerek, araştırmaya ilişkin sonuçlar değerlendirilmektedir.

Gönüllülük ve Sosyal Pazarlama

Gönüllülük insan ilişkilerinin temel bir dışavurumudur. İnsanların içinde yaşadıkları topluma iştirak etme ve diğerleri için önemli olduklarını hissetme ihtiyaçlarını karşılamaya yönelik bir eylemdir. Literatürde, gönüllülük kavramına ilişkin birçok farklı tanım yapılmıştır. Farmer ve Fedor (1999)’ göre *gönüllülük*, parasal bir beklenti olmaksızın topluma bir katkıdır. Wilson’a (2000) göre, zaman ve çabanın diğer insanlara, kurumlara veya gruplara fayda sağlamak için özgür iradeye bağlı olarak harcadığı herhangi bir faaliyettir. Smith (1998) gönüllülüğü, “yakın akrabalar veya yakın çevrenin dışında, ücret beklemeden ve zaman harcayarak bireylere ve gruplara fayda sağlamayı amaçlayan faaliyetlere katılmaktır” şeklinde ifade etmiştir. Gönüllülük faaliyetleri neticesinde, toplum, gönüllü hizmetin alıcıları ve gönüllü hizmet sağlayıcıları farklı faydalar sağlar. Bu durum ise “kazan-kazan-kazan” durumunu temsil eder.

Penner’a (2004) göre, gönüllülüğün dört farklı özelliği vardır. Bu özelliklerden ilkinde göre gönüllülük, insanların gönüllü olmadan önce dikkatlice düşünmeleri gereken planlı bir eylemdir. Gönüllülüğün ikinci özelliği, katılımcıların uzun süre boyunca taahhüt ettiği uzun vadeli bir faaliyet olmasıdır. Üçüncü özellik, gönüllülüğün hiçbir zorunluluk içermemesidir. Gönüllülük faaliyetinin son özelliği ise, çoğunlukla hizmet veya din kurumları gibi çeşitli kurumlar aracılığıyla gerçekleşmesidir.

Sosyal pazarlama “bir sosyal düşüncenin nedenini ya da bir uygulamanın hedef insan gruplarında benimsenmesini sağlamak üzere gerekli programların geliştirilmesi, uygulanması ve kontrolü süreci” olarak tanımlanmaktadır (Cemalcılar, 1988). Bu bakış açısıyla sosyal pazarlama, insanların karşılaşılabilecekleri toplumsal problemlerin çözümünü amacıyla pazarlama araçlarının kullanılması olarak da görülebilmektedir. Pazarlamanın sosyal yönünün ön plana çıktığı bu noktada; en önemli kaynağı insan olan gönüllülük faaliyetlerinin özendirilmesi üstünde durulması gereken önemli bir konu olmaktadır. Bu doğrultuda bireyleri gönüllülük davranışına özendirilmesi, topluma fayda sağlama amacıyla insanların tutumlarını, inançlarını ve davranışlarını etkilemeye veya değiştirmeye amaçlayan sosyal pazarlamanın konusudur.

Gönüllülük Motivasyonu İşlevleri Gönüllülük Niyeti İlişkisi

Planlı Davranış Teorisine göre, bireyin bir davranış göstermesi için öncelikle o davranışa yönelik niyetin oluşması gerekir. Davranış niyeti ise, bir davranışın iyi – kötü olarak değerlendirilmesine, bir davranışa yönelik algılanan sosyal baskıya ve kişinin bir davranış yapmayı ne kadar kolay ya da zor bulduğuna ilişkin üç değişkenin etkisine göre değişmektedir (Ajzen, 1991). Buna göre bireyin gelecekte göstermeyi düşündüğü davranışa dair niyeti, bu davranış göstermesinin beklentisini karşılayıp karşılamayacağına göre belirlenecektir (Sallam vd., 2015). Bu bağlamda *gönüllülük niyeti*, bireyin gönüllü bir üye olarak hizmet vermeye devam etmeyi planlaması ve sonraki gönüllülük faaliyetlerinde yer almak için bilinçli planlarının gücü olarak tanımlanabilir (Blau ve Holladay, 2006). Toplum yararı güden organizasyonların başarılı ve sürdürülebilir olması için bireylerin gönüllülük niyetlerine etki eden temel motivasyonlarını belirlemek önem arz etmektedir. Bir gönüllünün temel amacı, başkalarına veya topluma yardım etmek olsa da, gönüllülerin kuruluşlarda etkin ve başarılı bir etkinlik gerçekleştirme konusundaki temel motivasyonlarını ortaya çıkarmak, kuruluşların nitelikli gönüllüleri işe alma ve elde tutma konusunda çeşitli teşvikler geliştirmelerine yardımcı olabilir.

Öte yandan, bireylerin davranışlarını ve düşüncelerini anlamaya çalışan araştırmacıların en çok üzerinde durduğu yapılardan biri de motivasyon kavramıdır. Motivasyon, bir bireyi belirli bir hedefi gerçekleştirmek üzere harekete geçiren güç demektir. *Gönüllülük motivasyonu* ise “bireylerin gönüllü fırsatları araştırmak, gönüllü yardıma kendilerini adanmak ve gönüllülüğe uzun süre boyunca katılımlarını sürdürmek” için bir itici güç olarak tanımlanmaktadır (Clary vd., 1998).

Literatürde gönüllülük çalışmaları, farklı teorik bakış açıları çerçevesinde incelenmekte ve gönüllülüğün sebepleri araştırmacılar tarafından üç farklı bakış açısıyla açıklanmaktadır. Bu bakış açılarından ilki, gönüllülüğün, gönüllü bireylere prestij ve saygı sağlayan verimli bir eylem olduğunu ileri süren insan sermayesi perspektifidir (Herzog vd., 1989). İkincisi, gönüllülük rolünün sürdürülebilirliğini, gönüllülük rolünün benlik kavramıyla birleştirilmesine dayandıran rol kimliği perspektifidir (Piliavin vd., 2002). Üçüncü perspektif ise, işlevsel bakış açısıdır (Clary ve Snyder 1999). Buna göre, bireyler, birtakım psikolojik ihtiyaçlarını işlevsel olarak giderebilecek herhangi bir etkinliğe, farklı motivasyonlarla katılabilirler. Bireylerin bu işlevlere ilişkin deneyimleri gönüllü olma ve gönüllü kalma niyetlerine yönelik kararlarını etkiler (Clary vd., 1998). Bu bağlamda, Clary ve Snyder (1999), bireylerin

gönüllülük motivasyonuna yönelik bir bakış açısı tanımlamak ve insanların harekete geçmelerini ve eylemlerini sürdürmelerini sağlayan süreçleri anlamak amacıyla, “gönüllü işlev envanteri” geliştirmişlerdir.

Gönüllülük araştırmalarında öne çıkan bir teori olan Gönüllü İşlevleri Envanteri (Clary vd., 1998), birçok bağlamda gönüllülük temelli motivasyon bilgisini iletmede araçsal bir rol oynamış ve bu envanteri kullanarak insanların aynı işi çeşitli nedenlerle yapmak istedikleri ve farklı nedenlerle gönüllü oldukları tespit edilebilmiştir. Altı boyut altında farklı işlevlerin tanımlandığı envanter, her bir işlevin herhangi bir gönüllü için taşıdığı önemin derecesini belirlemekte kullanılan bir ölçüm aracı olup, bu işlevler *değerler*, *anlayış*, *kariyer*, *korunma*, *güçlendirme* ve *sosyal etkidir*.

Değerler, topluma katkıları veya insani faaliyetlerle ilgili kaygıları ifade eder ve başkalarına yardımcı olmanın önemini vurgular (Clary vd., 1998). Frey ve Eitzen (1991)'e göre değer, kar amacı gütmeyen kuruluşlarla çalışan gönüllülerin temel motivasyon kaynağıdır. Özellikle, fedakârlık değerine sahip olma, başkalarına yardım etme isteklerini tatmin etmek isteyenlerin gönüllülük niyetlerini arttırmaktadır. Joseph ve Carolissen (2019), Güney Afrika' da yüksek öğrenim öğrencilerinin gönüllülük motivasyonlarını belirlemeye yönelik yaptıkları çalışmada değerler işlevinin önemli bir motivasyon kaynağı olduğunu ileri sürmüşlerdir. Motivasyonu etkileyen bir başka faktör *anlayış* işlevidir. Bu işleve göre birey öğrenme arzusunun tatmini için gönüllü olur. Bireyler, gönüllülük ile birlikte yeni öğrenme deneyimleri için çeşitli fırsatlar yakalayabilir ve belki de hiç kullanamayacakları bilgi, beceri ve yeteneklerini kullanma şansı elde edebilirler (Clary vd.,1998). Literatürde, gönüllülerin, gönüllülük faaliyetleri sırasında öğrenme ve yeni deneyimler edinme arzusunun temel bir motivasyon işlevi olduğunu ileri süren çalışmalar bulunmaktadır (ör. Brayley vd.,2015; Güntert vd, 2016).

Clary ve arkadaşlarına göre (1998), *kariyer işlevi*, bireyin gönüllü çalışmalarına katılımdan elde edilebileceği bireysel kariyerine ilişkin faydalarla ilgilidir. Kariyer işlevine göre gönüllülük, yeni bir kariyer için gerekli becerileri kazanmaya yardımcı olabilir. Ayrıca bireyin, gönüllülük deneyiminden elde edeceği beceriler mevcut kariyerine de olumlu etki edebilir. Girouard (2016) çalışmasında özellikle bayan öğrencilerin daha çok kariyer motivasyonu ile gönüllü davranışında buldukları gözlemiştir. *Korunma işlevi*, kişisel olumsuz duyguları hafifletmek için gönüllü çalışmalara katılan bireylerin ihtiyaçlarını gidermesine ilişkin bir işlevdir (Pauline ve Pauline, 2009). Washington (2018), öğrencilerin gönüllülük motivasyonları üzerine yaptığı çalışmada ise korunmanın en önemli işlevlerden biri olduğunu ileri sürmüştür.

Güçlendirme işlevine göre gönüllülük, kişisel gelişim, kendini tanıma, kendini geliştirme, genel olarak kendini daha iyi hissetme ve özgüvenle ilgili tatminleri deneyimleme arzusunun giderir (Pauline ve Pauline, 2009). Saha ve Chandra (2018), kişisel güçlenmenin, gönüllü olmaya neden olan güçlü bir etkiye sahip olduğunu saptamıştır. *Sosyal etki işlevi*, ortak ilgi ve amaçları olan arkadaş veya insanlarla güçlü ve pozitif ilişkiler kurma, toplum içerisinde önemli olarak görülen bazı faaliyetlerin bir parçası olma isteğini içerir (Erdurmazlı, 2018). Sosyal etki işlevinin gönüllülük motivasyonunun bir işlevi olduğunu ortaya koyan bir çok çalışma yapılmıştır (ör. Van Ingen ve Dekker, 2011; Ramalingam vd., 2019).

Bu çalışmada da değerler, anlayış, kariyer, korunma, güçlendirme ve sosyal etki işlevlerinin gönüllülük yapma niyetini olumlu yönde etkilemesi beklenmektedir. Bu doğrultuda H1, H2, H3, H4, H5, H6 hipotezleri geliştirilmiştir.

H1: Gönüllüğün değer işlevi, gönüllülük niyetini pozitif yönde etkiler.

H2: Gönüllüğün anlayış işlevi, gönüllülük niyetini pozitif yönde etkiler.

H3: Gönüllüğün kariyer işlevi, gönüllülük niyetini pozitif yönde etkiler.

H4: Gönüllüğün korunma işlevi, gönüllülük niyetini pozitif yönde etkiler.

H5: Gönüllüğün güçlendirme işlevi, gönüllülük niyetini pozitif yönde etkiler.

H6: Gönüllüğün sosyal etki işlevi, gönüllülük niyetini pozitif yönde etkiler.

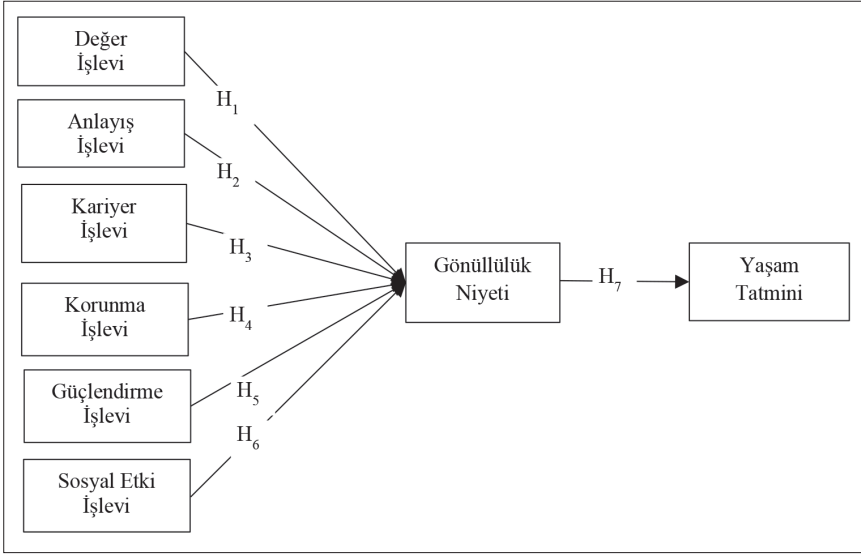
Gönüllülük Niyeti ile Yaşam Tatmini İlişkisi

Yaşam tatmini, mevcut durumun bilişsel değerlendirmesini temsil eden öznel iyi oluşun bileşenlerinden biridir ve bireylerin genel yaşam kalitesini araştırmakta anahtar bir gösterge olarak kabul edilir (Pavot ve Diener, 2008). En genel ifade ile yaşam, bireyin işte ve iş dışında geçirdiği zamanın tamamıdır. Bireyin genel olarak yaşamından duyduğu memnuniyeti ifade eden yaşam tatmini kavramı ise, duygusal temele dayanan ve birey açısından büyük önem taşıyan bir kavramdır (Polatçı, 2015). Yaşam kavramının genişliği ve karmaşıklığı, yaşam tatmini ile ilgili tanım yapmayı ve yaşam tatminini etkileyen faktörleri netleştirmeyi zorlaştırmaktadır. Frisch (2000)'e göre yaşam tatmini, birinin önemli ihtiyaçlarının, hedeflerinin ve isteklerinin yerine getirilme derecesine ilişkin kişisel değerlendirmesini ifade eden bilişsel bir yargılamaya sürecidir. Pavot ve Diener (2008)'e göre ise, bireyin yaşam tatminine ilişkin algıları, bireyin kendisi için belirlediği bazı standartlarla genel yaşam kalitesinin karşılaştırılmasına bağlıdır.

Gönüllülük bir sosyal destek olgusudur ve bireyin topluma karşı duyarlılığının bir sonucudur. Bireylerin sosyal ve toplumsal olaylara karşı duyarlılığı sonucu gönüllülük davranışı ortaya çıkar ve sosyal entegrasyon sağlar. Dolayısıyla sosyal duyarlılık ve sonrasında yaşanan sosyal entegrasyon bireyin yaşam tatminine katkı sağlar. Huang (2016) tarafından yapılan bir çalışma, sosyal karşılaştırma yapan bireylerde gönüllülük davranışının arttığını bu durumda yaşam tatminini olumlu yönde etkilediğini ileri sürmüştür ve gönüllülerin, gönüllü olmayanlara göre yaşamlarından daha memnun olduklarını ortaya çıkarmıştır. Heo vd. (2016) ise, gönüllülük projelerinde yer alan kanser hastası bireylerin, yaşam tatminlerinde önemli bir artış olduğunu ortaya koymuştur. Emad, Masoom Ali ve Sardar (2017), üniversite öğrencileri üzerine yaptıkları çalışmada gönüllülüğün yaşam tatminini arttırdığını ve kadınlarda bu etkinin daha kuvvetli olduğunu ileri sürmüşlerdir. Bu çalışmada gönüllülük yapma niyetinin yaşam tatmini olumlu yönde etkilemesi beklenmektedir. Bu doğrultuda H7 hipotezi geliştirilmiştir.

H7: Gönüllülük niyeti, yaşam tatminini pozitif yönde etkiler.

Araştırma problemi ve hipotezleri çerçevesinde geliştirilen araştırma modeli Şekil 1'de yer almaktadır.

Şekil 1: Araştırma Modeli

Yöntem

Araştırma Tasarımı, Veri Toplama Aracı ve Araştırma Örneklemi

Bu çalışmada, gönüllülük niyetine etki eden faktörleri ortaya çıkarmak amacıyla rol oynama tekniği kullanılmıştır. Bu tekniğin uygulanmasının amacı anketin, gönüllülük deneyimi olmayan öğrencilere de uygulanmasıdır. Örnekleme yer alan öğrencilerin birçoğunun gönüllüğe ilişkin deneyimleri olmadıkları için ankette öğrencilere sunulan bir gönüllülük ilanında yer alan gönüllülük organizasyonunu dikkate alarak soruları cevaplamaları istenmiştir. Gönüllülük faaliyetlerinin içeriği çok geniş olduğu için böyle bir yöntem kullanılarak toplum yararına maddi (bağış) değil bedensel bir gönüllülük canlandırılmak amaçlanmıştır. Bu amaçla anketin ilk bölümünde öğrencilerin üniversite web sitesinde karşılaşabilecekleri bir gönüllülük ilanı verilmiştir. Bu ilan şu şekilde tasarlanmıştır.

“Proje kapsamında, üniversitemizde eğitim gören bedensel ve görme engelli ihtiyaçları karşılanacaktır. Bu doğrultuda gönüllüler, görme engelli öğrenciler için kitap okuma ve bedensel engelli olan öğrenciler için akran rehberliği yapacaklardır. Gönüllü okuyuculuk ve akran rehberliği tamamen bireysel ve gerçekten gönüllü olmaya dayalı bir süreçtir. Bize başvuran gönüllü adaylarımızın bunu hiç bir sertifika, ücret, not ve benzeri beklentisi olmadan yapmalarını önemle rica ediyoruz.”

Öğrencilerden anketin ilk bölümünde yer alan ilanı okuduktan sonra ikinci bölümdeki soruları cevaplamaları istenmiştir. Anketin ikinci bölümünde, gönüllü işlev envanteri, gönüllülük niyeti ve yaşam tatmini ölçeklerinin yanı sıra katılımcıların demografik özelliklerini belirlemeye yönelik sorular yer akmaktadır.

Bireylerin gönüllülük motivasyonlarına ilişkin işlevleri ortaya çıkarmak amacıyla Kim, Zhang ve Connaughton (2010)' un çalışmalarında kullandıkları ölçek kullanılmıştır. Kim vd. (2010) yaptıkları çalışmada, Clary vd. (1998)'nin oluşturduğu gönüllü işlev envanteri ölçeğini kullanmışlar ve ölçeğin orijinalinde yer alan 30 ifadeyi 18 ifadeye düşürmüşlerdir. Bu çalışmada ise bu 18 ifadeye orijinal ölçekte (Clary vd, 1998) yer alan ve bu çalışma için gerekli olduğu düşünülen iki ifade daha eklenmiştir. Gönüllülük niyetinin ölçeği, Blau ve Holladay (2006) çalışmasından alınmış olup üç ifadeden oluşmaktadır. Yaşam tatmini ölçeği ise, Diener vd. (1993) çalışmasından alınmış ve beş ifadeden oluşmaktadır. Çalışmada, 5'li Likert ölçeği kullanılmıştır. Ölçeklerde yer alan ifadeler ve bu ifadelere ilişkin tanımlayıcı istatistikler Tablo 1' de yer almaktadır.

Çalışmanın araştırma evrenini Mersin ilinde öğrenim gören üniversite öğrencileri oluşturmaktadır. Ana kütlelin tümüne ulaşılmasının mümkün olmadığı için kolayda örnekleme yöntemi ile Mersin Üniversitesi ve Çağ Üniversitesi'nde öğrenim gören 320 öğrenciye anket uygulanmıştır. Hair vd. (2009), yapısal eşitlik yöntemi için örnekleme hacmini en az 100-150 olarak önermiş ve örnekleme sayısının 400'ün üzerine çıktığında uyum iyiliği değerlerinin zayıfladığını ileri sürmüştür. Bu duruma göre ulaşılan örnekleme sayısı yapısal eşitlik modeli kullanımı için yeterlidir.

Tablo 1. Değişkenler, Ölçek Maddeleri ve Tanımlayıcı İstatistikler

Değişkenler	Ölçek Maddeleri	n=320	
		Ort.	S.S.
Korunma İşlevi	KOR1. Böyle bir projede gönüllü olmak, kişisel sorunlarımı çözmemde de yardımcı olur.	3,57	1,170
	KOR2. Böyle bir projede gönüllü olmak, kişisel sıkıntılarımdan kaçmak için bir yol olur.	3,49	1,182
	KOR3. Böyle bir projede gönüllü olmak, kendimi daha az yalnız hissettirir.	3,53	1,251
	KOR4. Böyle bir projede gönüllü olmak, sıkıntılarımı unutmama yardımcı olur.	3,63	1,214
Sosyal Etki İşlevi	SOS1. Yakın çevrem, böyle bir projede yer almamı ister.	3,64	1,251
	SOS2. Yakın çevrem, bu gibi toplum yararına yapılan projelere ilgi gösterir.	3,62	1,249
	SOS3. Toplum yararına projelerde gönüllü olarak yer almak yakın çevrem için değerli bir etkinliktir.	3,55	1,210
Kariyer İşlevi	KAR1. Böyle bir projede gönüllü olmak, farklı kariyer fırsatlarını beraberinde getirebilir.	3,71	1,089
	KAR2. Böyle bir projede gönüllü olmak, iş yapma becerilerimi geliştirmeme olanak sağlar.	3,85	1,139
	KAR3. Böyle bir projede gönüllü olmak, kariyeri için yeni bağlantılar kurmama olanak sağlar.	3,70	1,163

Değer İşlevi	DEG1. Yardıma muhtaç kişilere karşı şefkat duyarım.	3,90	1,347
	DEG2. Başka insanlara yardım etmenin önemli olduğuna inanırım.	3,92	1,306
	DEG3. Zor durumda olan insanlara karşı sorumluluklarımı yerine getiriRsem, vicdanım rahatlar.	3,81	1,331
Güçlendirme İşlevi	GÜÇ1. Böyle bir projede gönüllü olmak, kendimi daha iyi hissettirir.	3,77	1,220
	GÜÇ2. Böyle bir projede gönüllü olmak özgüvenimi artırır.	3,67	1,223
	GÜÇ3. Böyle bir projede gönüllü olmak, insanların bana da ihtiyacı olduğunu hissettirir.	3,65	1,255
Anlayış İşlevi	ANL1. Böyle bir projede gönüllü olmak, bana hayata karşı yeni bakış açıları kazandırır.	3,71	1,311
	ANL2. Böyle bir projede gönüllü olmak, doğrudan deneyimlerle ve yaşayarak öğrenmeme katkı sağlar.	3,67	1,263
	ANL3. Böyle bir projede gönüllü olmak, güçlü yanlarımı keşfetmeme katkı sağlar.	3,53	1,315
	ANL4. Böyle bir projede gönüllü olmak, farklı kişilerle nasıl iletişim kurabileceğimi öğrenmeme katkı sağlar.	3,64	1,334
Gönüllülük Niyeti	NYT1. Gelecekte böyle bir projede gönüllü olmak niyetindeyim.	3,68	1,158
	NYT2. Gelecekte böyle bir projede gönüllü olacağımı umuyorum.	3,82	1,193
	NYT3. Gelecekte böyle bir projede gönüllü olmak isterim.	3,73	1,186
Yaşam Tatmini	YTAT1. İdeallerime yakın bir hayatım var.	3,44	1,197
	YTAT2. Hayat koşullarım mükemmeldir.	3,38	1,264
	YTAT3. Hayatımdan memnunum.	3,49	1,203
	YTAT4. Şimdiye kadar hayattan istediğim önemli şeylere sahip oldum.	3,60	1,248
	YTAT5. Tekrar dünyaya gelsem hayatımdaki hemen hemen hiçbir şeyi değiştirmedim.	3,07	1,381

Ölçeklerin Güvenirlik ve Geçerliliği

Çalışmanın hipotezlerine test etmeye ilişkin analizleri yapmadan önce gönüllü işlev envanteri, gönüllülük niyeti ve yaşam tatmini ölçeklerinin geçerlilik ve güvenilirlikleri sınanmıştır. Ölçeklerin güvenilirliklerini sınamak amacıyla her bir ölçeğin Cronbach alfa katsayıları hesaplanmıştır. Tablo 2’de görüldüğü üzere çalışmanın bağımlı ve bağımsız değişkenlerini oluşturan sekiz ölçeğin de Cronbach alfa değerleri 0,70’in üzerindedir.

Nunnally (1978), 0,70'in üzerindeki katsayılara sahip ölçeklerin güvenilir olduğunu ileri sürmüştür. Bu duruma göre çalışmanın ölçekleri güvenilirlerdir.

Tablo 2. Ölçüm Modeline İlişkin Doğrulayıcı Faktör Analizi Güvenilirlik ve Geçerlilik Analizi Sonuçları

Değişkenler	Ölçek Maddeleri				
		CR*	α	CR	AVE
Korunma İşlevi	KOR1	0,75	0,845	0,84	0,58
	KOR2	0,73			
	KOR3	0,77			
	KOR4	0,76			
Sosyal Etki İşlevi	SOS1	0,90	0,891	0,89	0,73
	SOS2	0,89			
	SOS3	0,77			
Kariyer İşlevi	KAR1	0,80	0,818	0,82	0,60
	KAR2	0,79			
	KAR3	0,73			
Değer İşlevi	DEG1	0,89	0,891	0,87	0,68
	DEG2	0,89			
	DEG3	0,79			
Güçlendirme İşlevi	GÜÇ1	0,83	0,857	0,85	0,65
	GÜÇ2	0,84			
	GÜÇ3	0,78			
Anlayış İşlevi	ANL1	0,82	0,901	0,89	0,68
	ANL2	0,78			
	ANL3	0,86			
	ANL4	0,87			
Gönüllülük Niyeti	NYT1	0,91	0,920	0,91	0,77
	NYT2	0,90			
	NYT3	0,86			
Yaşam Tatmini	YTAT1	0,83	0,858	0,86	0,56
	YTAT2	0,83			
	YTAT3	0,74			
	YTAT4	0,74			
	YTAT5	0,60			

CR = Birleşik Güvenirlik VE = Açıklanan Varyans α = Cronbach Alfa
 *Standard yük ve hata değerlerinin tamamı 0,01 düzeyinde anlamlıdır.

Araştırma ölçeklerine ilişkin güvenilirlik analizi yapıldıktan sonra ölçüm modelinin yapısal eşitlik analizine uygunluğunu sınamak amacıyla doğrulayıcı faktör analizi yapılmıştır. Modelin bir bütün olarak kabul edilebilirliğini test etmek için uyum iyiliği değerleri incelenmiş ve modele ait tüm uyum iyiliği kriterlerinin iyi ve kabul edilebilir sınırlara içerisinde olduğu tespit edilmiştir ($\chi^2/df=1,62$; RMSEA=0,044; SRMR=0,040; GFI=90; AGFI=0,87; NNFI=0,99; NFI=0,97; IFI=0,99; CFI=0,99). Dolayısıyla, doğrulayıcı faktör analizi sonuçları dikkate alındığında, ölçüm modelinde yer alan tüm maddelerin model ile uyumlu olduğu görülmektedir (Schermelleh-Engel, K., vd; 2003:29).

Araştırma ölçeklerinin yapı geçerliliğini test etmek ve ölçme modelinin yapısal eşitlik analizi yapmaya uygun olup olmadığını için doğrulayıcı faktör analizi yapılmıştır. Doğrulayıcı faktör analizi neticesinde elde edilen standardize edilmiş faktör yük değerlerinin tümünün 0,60'ın üzerinde olduğu ve parametre değerlerinin 0,01 düzeyinde anlamlı olduğu Tablo 2'de görülmektedir. Ölçüm modeline ilişkin sonuçlar yapı geçerliliğinin sınanması içinde kullanılmıştır. Yakınsama ve ayrışma geçerliliğinin sağlanması yapı geçerliliğinin sağlanmasının koşullarıdır. Yakınsama geçerliliğini test etmek amacıyla değişkenlere ait ortalama varyans (AVE) değerleri ve birleşik güvenilirlik katsayıları (CR) hesaplanmıştır. Tablo 2 incelendiğinde ölçüm modelini oluşturan ölçeklerin önerilen (Hair, 1995) birleşik güvenilirlik (CR) katsayılarının 0,70, açıklanan ortalama varyans değerlerinin de (VE) 0,50'nin üzerinde olduğu saptanmıştır.

Tablo 3. Yapılar Arası Korelasyonlar ve Ayrışma Geçerlilikleri

	KOR	SOS	KAR	DEĞ	GÜÇ	ANL	NYT	YTAT
Koruma	0,76							
Sosyal	0,430	0,85						
Kariyer	0,300	0,261	0,77					
Değer	0,443	0,594	0,329	0,82				
Güçlendirme	0,498	0,537	0,247	0,590	0,80			
Anlayış	0,412	0,552	0,328	0,663	0,601	0,82		
Gön. Niyeti	0,497	0,650	0,331	0,691	0,630	0,654	0,88	
Yaş. Tatmini	0,460	0,319	0,248	0,260	0,391	0,325	0,390	0,74

* $p < 0,001$

Yapı geçerliliğini test etmek amacıyla son olarak, ölçeklerin ayrışma geçerliliği sınanmıştır. Ölçeklerin ayrışma geçerliliğini sağlayıp sağlayamadığını test etmek amacıyla her bir değişkenin açıkladığı ortalama varyansın karekökü ile değişkenler arası korelasyon değerleri karşılaştırılmıştır. Her bir değişken için, açıklanan ortalama varyansın karekökünün boyutlar arası korelasyon değerlerinden yüksek olduğu belirlenmiştir (Tablo 3). Bu sonuçlara göre çalışmanın ölçekleri yapı geçerliliğini sağlamaktadır. Bu sonuçlar dikkate alındığında veri setleri ve değişkenler ile yapısal modelin uygulanmasında bir sorun görülmemektedir.

Bulgular

Ankete katılan yanıtlayıcıların %55'i erkek, %45'i kadındır. Ayrıca örneklemin %16,3'ü 18-20; %42,2'si 21-23; %28,4'ü 24-26; %8,1'i ise 26 yaş ve üzerindedir.

Araştırmada yer alan H1, H2, H3, H4, H5, H6 ve H7 hipotezlerini test etmek için yapısal eşitlik modellemesi kullanılmıştır. Modele ait uyum iyiliği değerleri dikkate alındığında ($\chi^2/df=1,73$; RMSEA=0,048; SRMR=0,058; GFI=89; AGFI=0,86; NNFI=0,98; NFI=0,97; IFI=0,99; CFI=0,99) tüm uyum iyiliği değerlerinin iyi ve kabul edilebilir değerler içerisinde yer aldığı görülmektedir (Schermele-Engel, K., vd; 2003:43).

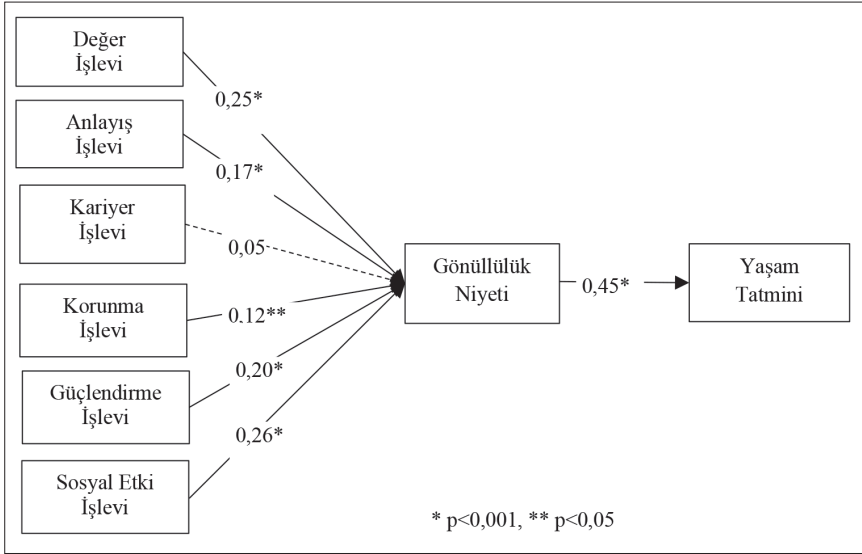
Tablo 5. Hipotez Testi Sonuçları

Hipotez	Katsayı	t değ.	Hipotez Testi	
H ₁	Değer işlevi → Gönüllülük niyeti	0,25*	3,58	Kabul
H ₂	Anlayış işlevi → Gönüllülük niyeti	0,17*	2,58	Kabul
H ₃	Kariyer işlevi → Gönüllülük niyeti	0,05 a.d.	1,04	Ret
H ₄	Korunma işlevi → Gönüllülük niyeti	0,12**	2,17	Kabul
H ₅	Güçlendirme işlevi → Gönüllülük niyeti	0,20*	2,87	Kabul
H ₆	Sosyal etki işlevi → Gönüllülük niyeti	0,26*	4,56	Kabul
H ₇	Gönüllülük niyeti → Yaşam tatmini	0,45*	7,58	Kabul
Gönüllülük Niyeti → R² = 0,72; Yaşam Tatmini → R² = 0,15				

* $p < 0,001$, ** $p < 0,05$, a.d. = anlamlı değil

Yapısal eşitlik modellemesi analiz sonuçlarına göre, değer işlevinin ($\beta=0,25$, $t=3,58$, $p < 0,01$), anlayış işlevinin ($\beta=0,17$, $t=2,58$, $p < 0,01$), korunma işlevinin ($\beta=0,12$, $t=2,17$, $p < 0,05$), güçlendirme işlevinin ($\beta=0,20$, $t=2,87$, $p < 0,01$) ve sosyal etki işlevinin ($\beta=0,26$, $t=4,56$, $p < 0,01$) gönüllülük niyeti üzerinde olumlu bir etkisi vardır. Kariyer işlevinin ($\beta=0,05$, $t=1,04$, $p > 0,10$) gönüllülük niyeti üzerinde anlamlı bir etkisi bulunamamıştır. Gönüllülük niyetinin ($\beta=0,45$, $t=7,58$, $p < 0,01$) ise yaşam tatmini üzerinde olumlu bir etkisi olduğu saptanmıştır (Şekil 2). Analizlerden elde edilen sonuçlar incelendiğinde gönüllülük niyetine en çok etki eden motivasyon işlevi değer ve sosyal etkidir. Gönüllü işlev envanteri boyutları gönüllü olma niyetinin %72'sini açıklamaktadır. Gönüllülük niyeti ise tek başına yaşam tatmininin %15'ini açıklamaktadır. Bu analiz sonuçlarına göre alındığında H₁, H₂, H₄, H₅, H₆ ve H₇ hipotezleri kabul edilirken; H₃ hipotezi ret edilmiştir.

Şekil 2. Yapısal Eşitlik Modeli



Tartışma

Kar amacı gütmeyen toplum yararı organizasyonların sunduğu hizmetler göz önüne alındığında, toplumsal yaşam içindeki rollerinin ve öneminin her geçen gün arttığı görülmektedir. Bu organizasyonların başarısı, hizmet vermeye gönüllü bireylerin katılımlarına bağlıdır. Nitekim birçok kamu yararı güden organizasyonun temel sorunu hizmet talepleri ve bu hizmetleri sunabilecek gönüllü arzı arasında bir dengesizlik olmasıdır. Küreselleşmenin, özel sektörün kurumsal sosyal sorumlulukla bağlantılı inisiyatiflerinin ve yeni teknolojilerin yayılması gibi faktörlerin sonucu olarak, insanların gönüllü faaliyetlere katılabilme imkânları son yıllarda artmış olsa da yeterli görülmemektedir.

Genç gönüllüler, günümüzde gönüllü nüfusunun temelini oluşturmaktadır. Bu bağlamda Türkiye'nin sahip olduğu genç nüfus, toplum yararı faaliyetlerin artması için önemli bir potansiyeldir. Bu genç nüfusun, gönüllü olmasını sağlayabilecek motivasyon faktörlerini ortaya çıkarmak, gençlerin toplumsal duyarlılıklarının önünü açmak, bu alanda yapacakları girişimleri teşvik etmek toplum yararı faaliyetlerin gelişmesi sürecinde önemli fark yaratabilir. Bu nedenle bireylerin gönüllülüğe motive edilmesi ve bu tür organizasyonlar için büyük önem taşımaktadır.

Bireylerin gönüllülüğe ilişkin motivasyonlarını ortaya çıkarma amacı taşıyan birçok yaklaşım geliştirilmiştir. Bu yaklaşımlardan en önemlisi işlevselci yaklaşımdır. Bu yaklaşıma göre bireyler farklı psikolojik işlevlere hizmet etmek için aynı eylemleri yapmaktadırlar. Yani aynı aktivitelere katılanların amaçları birbirinden farklıdır (Clary ve Snyder, 1999). Clary vd. (1998), gönüllüğe ilişkin motivasyonların nedenlerini işlevselci bir bakış açısı ile incelemiş ve gönüllü işlev envanterini geliştirmiştir. Bu envanter bireylerin gönüllülük motivasyonlarına etki eden işlevleri ortaya çıkarmak için geliştirilmiştir.

Bu çalışmada da üniversite öğrencilerinin gönüllülük faaliyetlerine katılımlarına ilişkin niyetlerini etkileyen motivasyon faktörleri, gönüllü işlev envanteri yardımıyla işlevselci bir yaklaşımla belirlenmeye çalışılmıştır. Ayrıca çalışmada gönüllülük niyetinin de yaşam tatminine etkisi incelenmiştir. Bu doğrultuda 320 öğrenciden anket uygulanmıştır. Araştırmaya ilişkin bulgular ele alındığında, değer, sosyal etki, güçlendirme, anlayış ve korunma işlevlerinin gönüllülük niyeti üzerinde pozitif etkisi olduğu tespit edilmiştir. Söz konusu altı değişken gönüllülük niyetinin %72'sini açıklamaktadır. Sonuçlar incelendiğinde gönüllülük niyetini açıklayan en önemli değişkenler, değerler ve sosyal etkidir. Çalışma sonuçları, literatürdeki diğer çalışmalar tarafından da desteklenmektedir. Khoo ve Engelhorn (2011) değerlerin gönüllü motivasyonunda çok önemli bir faktör olduğunu öne sürmüştür. Aynı şekilde Harnish ve Bridges (2015), öğrenciler üzerine yaptıkları çalışmada sadece değerlerin gönüllülük üzerine etkisi olduğunu belirtmiştir. Inglis ve Cleave (2006), korunma işlevinin kar amacı gütmeyen organizasyonlarda motivasyona etki ettiğini fakat korunma işlevinin en düşük motivasyona sahip işlev olduğu saptamıştır. Bu çalışmada da sosyal etki ($\beta=0,12$), motivasyon işlevlerine göre en düşük anlamlı etkiye sahiptir. Joseph ve Carolissen (2019) ve Gage ve Thapa (2012), ise yaptıkları çalışmalarda anlayış işlevinin gönüllülük motivasyonuna etkisi olduğunu ileri sürmüşlerdir. Allison vd. (2002) yerel bir topluluktaki gönüllülerin güçlendirme işlevi tarafından motive edildiğini ortaya koymuştur. Ayrıca, Saha ve Chandra (2017) ise, kan bağıışı gönüllülük niyeti ve gönüllülük motivasyonları arasındaki ilişkiyi incelemek için yaptığı çalışmada Sosyal etki motivasyon artırıcı bir işlevi olduğunu belirlemiştir.

Kariyer işlevinin ise gönüllülük niyeti üzerine etkisi bulunamamıştır. Literatürde kariyer işlevinin gönüllülük niyetine etkisini ortaya çıkaran çalışmalar olmasına rağmen (Eley ve Kirk, 2002; Bang ve Ross, 2009); Ramalingam vd. (2019), Malezya' da kentsel ziraat odaklı bir sosyal projeye gönüllü katılan bireylerin motivasyonlarına etki eden faktörleri belirlemeye yönelik yaptıkları çalışmada kariyerin gönüllülüğe etki etmediğini saptamıştır. İlişki bulunamamasının temel nedenini ise çalışmada gönüllülüğe konu olan organizasyonun kariyer fırsatı yaratabilme niteliğine sahip olmamasından kaynaklı olabileceği olarak göstermiştir. Çünkü kariyer motivasyonu ile gönüllü olan öğrenciler kariyer fırsatı sunabilecek faaliyetlerde gönüllü olmak istemektedirler. Bang ve Ross (2009) ise yaptıkları çalışmada, sporla ilgilenen bireylerin Uluslararası Spor Etkinlikleri (örneğin, 2002 FIFA Dünya Kupası) için gönüllü motivasyonlarını incelemiş ve kariyer işlevini en güçlü faktör olarak bulmuştur. Bunun nedenini ise öğrencilerin bu organizasyonu kendileri için büyük bir fırsat olarak görmesine bağlamıştır. Bu çalışmalar ışığında kariyer işlevinin motivasyona etkisi gönüllülüğe neden olan sosyal projenin içeriği ve niteliğine göre değiştiği söylenebilir.

Ayrıca gönüllülük niyetinin de yaşam tatmini üzerinde olumlu bir etkisinin olduğu analiz sonuçlarından elde edilmiştir. Benzer şekilde birçok çalışma yaşam tatmininin gönüllülüğün sonuçlarından biri olduğunu ve gönüllülük yapan bireylerin daha fazla yaşam tatminine sahip olduğunu ileri sürmüştür (ör. Van Willegen, 2000; Grant 2012; Binder, 2015).

Bu çalışmanın bulguları, gençlerin gönüllü olmasına etki eden tek faktörün başkalarına yarar sağlamak olmadığını işaret etmektedir. Bireyler kendi sıkıntılarından kaçmak, değerlerine uygun faaliyette bulunmak, kendini geliştirmek, güçlü yanlarını keşfetmek ve öz saygısını arttırmak amaçlarıyla gönüllülük faaliyetine katılmaktadırlar. Bu sonuçlar doğrultusunda kamu yararı faaliyetlerinin başarısı ve devamlılığı için potansiyel gönüllüleri harekete geçirmek ve mevcut gönüllerin gönüllü olarak devam etmesini sağlamak adına bireyleri motive edecek işlevlere odaklanılmalıdır. Organizasyonların yöneticilerinin gönüllülüğü teşvik edebilmesi için bireyleri harekete geçirebilecek mesajlar geliştirebilmesi de önem arz etmektedir.

Çalışmanın en temel kısıtlılığı, gönüllülüğün kapsamının ve gönüllülük gösterilebilecek faaliyet alanının çok geniş olmasına rağmen, bu çalışmanın gönüllülüğü okuldaki engelli öğrencilere yardım etme davranışıyla sınırlandırılmasından kaynaklanmaktadır. Bu araştırmanın zaman ve maliyet kısıtları nedeniyle nispeten küçük bir örnekleme gerçekleştirilmesi araştırmanın bir diğer kısıtıdır. Gelecekte yapılacak araştırmalar için, çalışma modeli farklı gönüllülük faaliyetleri için test edilebilir. Çünkü bireyler farklı gönüllülük faaliyetlerinde farklı motivasyonlara sahip olabilirler. Ayrıca daha kapsamlı bir örnekleme çalışılmasının yanı sıra, kurulan modele yeni değişkenler eklenmesi ve araştırmanın kapsamının genişletilmesi de gelecek araştırmalarda incelenebilir.



Copyright © 2019 **Republic of Turkey Ministry of Youth and Sports**

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

Journal of Youth Research • December 2019 • 7(Special Issue) • 92-100

ISSN 2147-8473

Received | 18 October 2019

Accepted | 27 October 2019

ANALYSIS / RESEARCH

EXTENDED ABSTRACT

Investigation of Volunteerism Motivations with Functional Approach: A Research on University Students

Ümit Doğrul*

Introduction

In order to be successful for organizations aiming at the benefit of the voluntary society, it is necessary to take measures to ensure sustainability (Wilson and Musick, 1999). Understanding the factors that lead individuals to be volunteer is seen as the key to the success of these organizations (Liao-Troth and Dunn, 1999). In order to attract attention and interest of volunteers, these organizations should have social marketing awareness. Having social marketing awareness requires examining the underlying causes of volunteering and developing strategies to encourage volunteering behavior.

Knowing the factors that affect individuals' participation in voluntary work is the first step of ensuring the participation of volunteers. Therefore, it is very important that various organizations understand the needs and motivations of their volunteers in order to attract enough volunteers to meet their needs. The main problem of the study is that non-profit

* Dr. Faculty Member, Mersin University, Faculty of Economics and Administrative Sciences, Mersin, udogrul@mersin.edu.tr
ORCID: 0000-0002-4795-3170

organizations need volunteers in order to continue their activities successfully and that the volunteers have difficulties in supplying them. In this context, the aim of the study is to examine the factors that affect the intent of volunteering within the scope of voluntary motivation inventory. In addition, the effect of volunteering intention on life satisfaction was investigated.

Theoretical Framework

Volunteering is a basic expression of human relations. According to Farmer and Fedor (1999), volunteering is a contribution to society without a monetary expectation. As a result of volunteering activities, the community, the recipients of voluntary service and the voluntary service providers become to have different benefits. According to Planned Behavior Theory, in order for an individual to exhibit a behavior, the intention towards that behavior must initially be formed. Voluntary intent can be defined as the individual's plans to continue to serve as a voluntary member (Blau and Holladay, 2006). In order to be successful and sustainable for non-profit organizations, it is important to determine the basic motivations of individuals that affect their willingness to volunteer.

Motivation is the force that drives an individual to achieve a specific goal. Volunteering motivation is defined as a driving force for individuals to investigate voluntary opportunities, to devote themselves to voluntary help and to continue their participation in volunteering for a long time (Clary et al., 1998). In the literature, volunteering studies are examined within the framework of different theoretical perspectives and the reasons of volunteering are explained by researchers from a different perspective. Functional approach was used in this study. According to this approach, individuals can participate in any activity that can functionally meet their different psychological needs with different motivations. Individuals' experiences with these functions affect their decision to volunteer (Clary et al., 1998). In this context, Clary and Snyder (1999) developed a voluntary motivation inventory. The Inventory of Voluntary Functions (Clary et al., 1998) includes six different functions that encourage individuals to volunteer. These functions are values, understanding, career, protective, enhancement and social impact.

In this study, it is expected that these functions will positively affect the volunteering intention. In this context, six hypotheses (H1, H2, H3, H4, H5, H6) were developed.

H1: The value function positively affects the volunteering intention.

H2: The understanding function positively affects the volunteering intention.

H3: The career function positively affects the volunteering intention.

H4: The protective function positively affects the volunteering intention.

H5: The enhancement function positively affects the volunteering intention.

H6: The social impact function positively affects the volunteering intention.

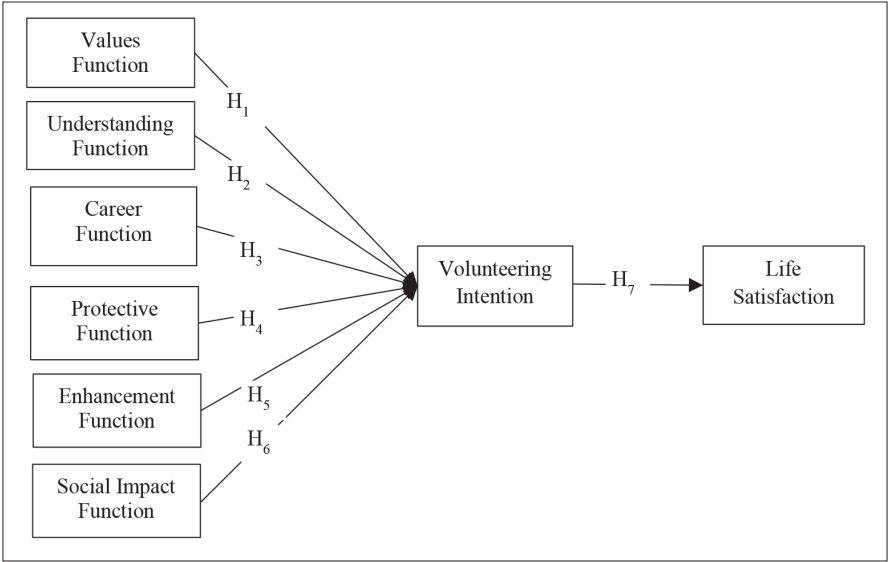
According to Frisch (2000), life satisfaction is a cognitive process that expresses one's personal assessment of the degree to which one's important needs, goals and

desires are fulfilled. Volunteering is a phenomenon of social support and is a result of the individual’s sensitivity to society. Therefore, social sensitivity and subsequent social integration contribute to the individual’s life satisfaction. In this context, H7 hypothesis was developed in this direction.

H7: The volunteering intention positively affects the life satisfaction.

The research model developed within the framework of the research problem and hypotheses is given in Figure 1.

Figure 1. Research Model



Methodology

Research Design and Research Sample

In this study, role playing technique was used to reveal the factors affecting the intent of volunteering. The data used in the research was collected with questionnaires and the convenience sampling technique using the non-probability sampling method. The research sample of the study consists of university students studying in Mersin. A questionnaire was applied to 320 students studying at Mersin University and Çağ University.

Reliability and Validity of Scales

Before testing the hypotheses of the study, the validity and reliability of the voluntary function inventory, voluntary intention and life satisfaction scales were analyzed. The Cronbach’s alpha values of the eight scales which constitute the dependent and independent variables of the study were above 0.70 (Table 1). After the reliability analysis of the research scales, confirmatory factor analysis was performed to test the suitability

of the measurement model to the structural equation model analysis. In order to test the acceptability of the model as a whole, goodness of fit values was examined and it was determined that all goodness of fit criteria of the model was within good and acceptable limits ($\chi^2 / df = 1,62$; RMSEA = 0.044; SRMR = 0.040; GFI = 90; AGFI = 0.87; NNFI = 0.99; NFI = 0.97; IFI = 0.99; CFI = 0.99).

Table 1. Reliability and Validity Analysis

Variables	Scale Items	Mean	Stand.dev.	CR*	α	CR	AVE
Protective Kim et al., (2010)	PRO1	3,57	1,170	0,75	0,845	0,84	0,58
	PRO2	3,49	1,182	0,73			
	PRO3	3,53	1,251	0,77			
	PRO4	3,63	1,214	0,76			
Social Kim et al., (2010)	SOC1	3,64	1,251	0,90	0,891	0,89	0,73
	SOC2	3,62	1,249	0,89			
	SOC3	3,55	1,210	0,77			
Career Kim et al., (2010)	CAR1	3,71	1,089	0,80	0,818	0,82	0,60
	CAR2	3,85	1,139	0,79			
	CAR3	3,70	1,163	0,73			
Values Kim et al., (2010)	VAL1	3,90	1,347	0,89	0,891	0,87	0,68
	VAL2	3,92	1,306	0,89			
	VAL3	3,81	1,331	0,79			
Enhancement Kim et al., (2010)	ENH1	3,77	1,220	0,83	0,857	0,85	0,65
	ENH2	3,67	1,223	0,84			
	ENH3	3,65	1,255	0,78			
Understanding Kim et al., (2010)	UND1	3,71	1,311	0,82	0,901	0,89	0,68
	UND2	3,67	1,263	0,78			
	UND3	3,53	1,315	0,86			
	UND4	3,64	1,334	0,87			
Volunteering intention Blau and Holladay (2006)	INT1	3,68	1,158	0,91	0,920	0,91	0,77
	INT2	3,82	1,193	0,90			
	INT3	3,73	1,186	0,86			
Life Satisfaction Diener et al., (1993)	LSAT1	3,44	1,197	0,83	0,858	0,86	0,56
	LSAT2	3,38	1,264	0,83			
	LSAT3	3,49	1,203	0,74			
	LSAT4	3,60	1,248	0,74			
	LSAT5	3,07	1,381	0,60			

CR = Composit Reliability VE = Average Variance Extracted α = Cronbach Alfa
 * All standard loading values and standart error values are significant at 0.01 level.

In order to test convergent validity, average variance extracted (AVE) values and composite reliability coefficients (CR) of the variables were calculated. When Table 2 was examined, it was found that the composite reliability (CR) coefficients of the scales constituting the measurement model were 0.70 and the average variance values (VE) were above 0.50. Finally, in order to test the construct validity, the discriminant validity of the scales was tested. For each variable, the square root of the mean variance explained was found to be higher than the interdimensional correlation values. According to these results, the scales of the study provide construct validity. When these results are taken into consideration, there is no problem in applying the structural equation model with data sets and variables.

Findings

Of the survey respondents, 55% were male and 45% were female. In addition, 16.3% of the sample was 18-20; 42.2% were 21-23; 28.4% were 24-26; 8.1% are 26 years and over.

Structural equation modeling was used to test the hypotheses H1, H2, H3, H4, H5, H6 and H7. Considering the goodness of fit of the model ($\chi^2 / df = 1.73$; RMSEA = 0.048; SRMR = 0.058; GFI = 89; AGFI = 0.86; NNFI = 0.98; NFI = 0.97; IFI = 0, 99; CFI = 0.99) all goodness of fit values are found to be within good and acceptable values (Schermelleh-Engel et al., 2003:43).

Table 2. Hypothesis Test Results

Hypothesis		Coefficient	t value	hypothesis testing
H ₁	Value Function Volunteering Intention →	0,25*	3,58	Supported
H ₂	Understanding Function Volunteering Intention →	0,17*	2,58	Supported
H ₃	Career Function Volunteering Intention →	0,05	1,04	Not Supported
H ₄	Protective Function Volunteering Intention →	0,12**	2,17	Supported
H ₅	Enhancement Function Volunteering Intention →	0,20*	2,87	Supported
H ₆	Social Impact Function Volunteering Intention →	0,26*	4,56	Supported
H ₇	Volunteering Intention → Life Satisfaction	0,45*	7,58	Supported
Volunteering Intention → R² = 0,72; Life Satisfaction → R² = 0,15				

* $p < 0,001$, ** $p < 0,05$,

According to the results of structural equation modeling analysis, value function ($\beta=0,25$, $t=3,58$, $p<0,01$), understanding function ($\beta=0,17$, $t=2,58$, $p<0,01$), protective function ($\beta=0,12$, $t=2,17$, $p<0,05$), enhancement function ($\beta=0,20$, $t=2,87$, $p<0,01$) and social impact function ($\beta=0,26$, $t=4,56$, $p<0,01$) have positive effect on volunteering intention. There was no significant effect of career function ($\beta=0,05$, $t=1,04$, $p>0,10$) on volunteering intention. The volunteering intention ($\beta=0,45$, $t=7,58$, $p<0,01$) was found to have a positive effect on life satisfaction. When the obtained results are analyzed, the most important motivation function seems to be the value and social effect. Volunteer motivation inventory dimensions explain 72% of the volunteering intention. Volunteering intention alone explains 15% of life satisfaction (Table 2). According to the results of this analysis, H1, H2, H4, H5, H6 and H7 hypotheses are accepted; The H3 hypothesis was rejected.

Results and Discussion

Today, young volunteers are the most important source of the volunteer population. In this context, Turkey having young population is a significant potential for increasing community benefit. It is important to discover motivational factors that can encourage volunteering of this young population. Therefore, motivating individuals to volunteerism is of great importance for such organizations.

In this study, the motivational factors affecting the intention of university students to participate in volunteering activities were tried to be examined with a functionalist approach. In addition, the study examined the effect of volunteering intention on life satisfaction. In this context, a questionnaire was applied to 320 students. When the findings of the study are considered, it has been found that values, social impact, enhancement, understanding and protective functions have a positive effect on volunteering intention. These six variables account for 72% of volunteering intent. When the results are examined, the most important variables explaining the volunteering intention are values and social impact. There was no effect of career function on volunteering intention. In addition, it has been obtained from the results that the volunteering intention has a positive effect on life satisfaction.

According to the findings of this study, the willingness to benefit others is not the only factor affecting the voluntary actions of young people. Individuals participate in volunteering activities in order to escape from their problems, act in accordance with their values, to develop themselves, discover their strengths and to increase their self-esteem. These results show that for the success and sustainability of public interest activities, it is necessary to mobilize potential volunteers and ensure that new people with volunteering intentions continue to arise. In order to achieve this, a focus should be on the factors and functions that can motivate individuals. It is also important that organizations develop messages that can mobilize individuals to encourage volunteering.

Kaynakça/References

- Ajzen, I. (1991). The theory at planned behavior. *Organizational Behavior And Human Decision Processes*, (50), 179-211.
- Allison, L. D., Okun, M. A. & Dutridge, K. S. (2002). Assessing volunteer motives: a comparison of an open-ended probe and Likert rating scales. *Journal of Community & Applied Social Psychology*, 12(4), 243-255.
- Bang, H., & Ross, S. D. (2009). Volunteer motivation and satisfaction. *Journal of Venue and Event Management*, 1(1), 61-77.
- Binder, M. (2015). Volunteering and life satisfaction: a closer look at the hypothesis that volunteering more strongly benefits the unhappy. *Applied Economics Letters*, 22(11),874-885,
- Blau, G. & Holladay, E. B. (2006). Testing the discriminant validity of a four dimensional occupational commitment measure. *Journal of Occupational and Organizational Psychology*, 79, 691-704.
- Brayley, N., O. P. L., White, Katherine M., Lewis, Ioni M., Warburton, Jeni, & Spencer, Nancy (2015) Examining the predictive value of combining the theory of planned behaviour and the volunteer functions inventory. *Australian Journal of Psychology*, 67(3). 149-156.
- Burns, D. J., Toncar, M., Reid, J., Anderson, C., Wells, C., Fawcett, J. & Gruben, K. (2005). Volunteering: A comparison of the motivations of collegiate students attending different types of institutions. *International Journal of Volunteer Administration*, 23(4), 31-40.
- Cemalçılar, İ. (1988). Sosyal pazarlama ve bir örnek. *Pazarlama Dünyası*, Yıl:2, Sayı:7.
- Clary, E. G. & Snyder, M. (1999). The motivations to volunteer: Theoretical and practical considerations. *Current Directions in Psychological Science*, 8(5), 156-159.
- Clary, E. G., Snyder, M., Ridge, R. D., Copeland, J., Stukas, A. A., Haugen, J. & Miene, P. (1998). Understanding and assessing the motivations o f volunteers: A functional approach. *Journal o f Personality and Social Psychology*, 74(6), 1516- 56 1630.
- Diener, E., Sandvik, E. M., Seidlitz, L. & Diener, M. (1993). The relationship between income and subjective well-being: Relative or absolute. *Social Indicators Research*, 28, 195-223.
- Eley, D. & Kirk, D. (2002). Developing citizenship through sport: The impact of a sport-based volunteer programme on young sport leaders. *Sport, Education and Society*, 7(2), 151- 166.
- Emad, F., Masoom Ali, S. & Sardar, H. (2017). Impact of Motivation Behind Volunteerism on Satisfaction with Life among University Students. *Peshawar Journal of Psychology and Behavioral Sciences*, 3(2), 175-187.
- Erdurmazlı, E. (2018). Gönüllülerin motivasyon ve iş tatminleri üzerine bir araştırma: Örgüt kültürünün aracılık rolünün incelenmesi. *Yönetim ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*, 16(2). 71-90.
- Farmer, S. M. & Fedor, D. B. (1999). Volunteer participation and withdrawal: A psychological contract perspective on the role of expectations and organizational support. *Nonprofit Management & Leadership*, 9, 349-367.
- Frey J. H. & Eitzen S. D. (1991). Sport and society. *Annual Review of Sociology*. 17,503-522.
- Frisch, M. B. (2000). Quality of life therapy: *Applying a life satisfaction approach to positive psychology and cognitive therapy*. New York, NY: Wiley.
- Gage, R. L. & Thapa, B. (2012). Volunteer motivations and constraints among college students: Analysis of the Volunteer Function Inventory and leisure constraints models. *Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly*, 41, 405-430.
- Grant, A. (2012). Giving time, time after time: Work design and sustained employee participation in corporate volunteering. *Academy of Management Review*, 37(4), 589-615.
- Girouard, F. D. M. (2016). TRU student motivations to volunteer. *Proceedings of the Annual Thompson Rivers University Undergraduate Research and Innovation Conference*, 10(1) , Article 12.

- Güntert, S.T., Strubel, I.T., Kals, E. & Wehner, T. (2016). The quality of volunteers' motives: Integrating the functional approach and self-determination theory. *The Journal of Social Psychology*, 156(3), 310-327.
- Hair, J. F., Anderson, R. E., Tatham, R. L. & Black, W. C. (1995). *Multivariate data analysis with readings* (4th Edition). New Jersey: Prentice Hall.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2009). *Multivariate data analysis* (Global Ed.). Pearson Education.
- Harnish, R. J., & Bridges, K. (2015), Predicting volunteer motives among university faculty and staff: A functional approach, *PRISM: A Journal of Regional Engagement*, 4 (2). 73-91.
- Heo J., Chun S., Lee S. & Kim J. (2016). Life satisfaction and psychological well-being of older adults with cancer experience: The Role of optimism and volunteering. *International Journal of Aging & Human Development*. 83(3), 274-289.
- Herzog, A., Kahn, R., Morgan, J., Jackson, J. S. & Antonucci, T. C. (1989). Age differences in productive activity. *Journal of Gerontology*, 4, 129-S138.
- Huang, Y. (2016). Downward social comparison increases life-satisfaction in the giving and volunteering context. *Social Indicators Research*, 125(2), 665-676.
- Inglis, S. & Cleave, S. L. (2006). A scale to assess board member motivations in nonprofit organizations. *Nonprofit Management and Leadership Journal*, 17(1), 83-101.
- Joseph, B. M. & Carolissen, R. (2019). Citizenship: A core motive for South African university student volunteers. *Education, Citizenship and Social Justice*, 14(3), 225-240.
- Khoo, S. & Engelhorn, R. (2011). Volunteer motivations at a national special olympics event. *Adapted Physical Activity Quarterly*, 28, 27-39.
- Kim, M., Zhang, J. J., & Connaughton, D. (2010). Modification of the volunteer functions inventory for application in youth sports. *Sport Management Review*, 13(1), 25-38.
- Liao-Troth, M. A. & Dunn, C. P. (1999). Social constructs and human service: Managerial sense making of volunteer motivation. *Voluntas: International Journal of Voluntary and Nonprofit Organizations*, 10, 345-361.
- Nunnally, J. C. (1978). *Psychometric Theory*. New York: Mc Graw-Hill.
- Pauline, G. & Pauline, J. S. (2009). Volunteer motivation and demographic influences at a professional tennis event. *Team Performance Management*, 15(3), 172-184.
- Pavot, W. & Diener, E. (2008). The satisfaction with life scale and the emerging construct of life satisfaction. *The Journal of Positive Psychology*, 3(2), 137-152.
- Penner, L.A. (2004). Volunteerism and social problems: Making things better or worse?. *Journal of Social Issues*, 60(3), 645-666.
- Piliavin, J. A. Grube, J. A., & Callero, P. L. (2002). Role as resources for action in public service. *Journal of Social Issues*, 58, 469-485.
- Polatçı, S. (2015). Örgütsel ve sosyal destek algılarının yaşam tatmini üzerindeki etkisi: İş ve evlilik tatmininin aracılık rolü. *Ekonomik ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 11(2), 25-44.
- Ramalingam, L., Sharifuddin, J., Abidin, Z. & Fazlin Ali, M. (2019). Motivation and satisfaction of volunteers for community-based urban agriculture programmes. *The International Social Science Journal*, 69(231), 49-62.
- Saha, S. & Chandra, B. (2018). Understanding the underlying motives and intention among Indian blood donors towards voluntary blood donation: A cross-sectional study. *Transfusion Clinique et Biologique*. 25(2), 109-117.
- Sallam, A. & Safizal, A. O. (2015). The key drivers of volunteering intention among undergraduate Malaysian students—an application of theory of planned behavior. *International Journal of Economics, Commerce and Management*, 3(2), 1-13.

- Schermelleh-Engel, K., Moosbrugger, H. & Müller, H. (2003). Evaluating the fit of structural equation models: Tests of significance and descriptive goodness-of-fit measures. *Methods of Psychological Research*, 8(2), 23-74.
- Smith, J. D. (1998). *The national survey of volunteering*. National centre for Volunteering Research: London.
- Van Ingen, E. & Dekker, P. (2010). Changes in the determinants of volunteering: Participation and time investment between 1975 and 2005 in the Netherlands. *Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly*. 40(4), 682-70.
- Yükseköğretimde Engelsiz Ufuklar Çalıştayı Ve Engelsiz Üniversiteler Raporu (2019), https://engelsiz.yok.gov.tr/Documents/Calistay_Raporlari/engelsiz_ufuklar_%C3%A7al%C4%B1%C5%9Ftayi_ve_2019_engelsiz_universiteler%20odul_toreni_raporu.pdf, Erişim tarihi: 10.10.2019
- Washington, J. (2018). Becoming Active citizens: motivations to volunteer among undergraduate students in a liberal arts college. *School of Professional and Continuing Studies Nonprofit Studies Capstone Projects*. 4, 1-56.
- Wilson, J. (2000). Volunteering. *Annual review of sociology*, 26, 215-240.
- Wilson, J. & Musick, M. (1999). The effects of volunteering on the volunteer. *Law and Contemporary Problems*, 62(4), 141-168.



Copyright © 2019 T.C. Gençlik ve Spor Bakanlığı

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

Gençlik Araştırmaları Dergisi • Aralık 2019 • 7(Özel Sayı) • 101-115

ISSN 2147-8473

Başvuru | 01 Ağustos 2019

Kabul | 24 Ekim 2019

Dijital Ortamda Örnek Bir Gönüllülük Projesi: Türkiye'nin İhtiyaç Haritası'nda Gençlerin Görünümüne Yönelik Bir Değerlendirme

Zaliha İnci Karabacak*

Ayşe Aslı Sezgin**

Öz

Bu çalışmada, son yıllarda farklı etkenlere bağlı olarak sıkça karşılaşılan bilinçli toplum-bilinçli vatandaş kavramları çerçevesinde gönüllülük yaklaşımına ilişkin bir değerlendirme yapılmak istenmiştir. Dünya'da olduğu gibi Türkiye'de de özellikle teknolojik gelişmelere bağlı olarak dijital ortamda zaman ve mekân engelinden kurtulan bireyin, bu yeni ortamlarda geliştirdiği iletişim ve etkileşim, gönüllülük çalışmalarında da toplumsal anlamda memnuniyet verici gelişmeleri beraberinde getirmiştir. İhtiyaç Haritası Projesi de bu kapsamda değerlendirilebilecek, toplumsal anlamda gönüllülüğü geniş bir alana yayan önemli bir proje olarak nitelenebilir. Özellikle dijital iletişim teknolojileriyle farklı ihtiyaç sahiplerini, destekçileri ile buluşturan projenin hedef kitlesi de toplumun farklı kesimlerinden oluşmaktadır. Çalışmada, örnek olay incelemesi yöntemiyle İhtiyaç Haritası Projesi'nin gençlere yönelik gönüllü olarak gerçekleştirdiği yardımların farklı açılardan değerlendirilmesi amaçlanmıştır. İhtiyaç sahibi gençler, ihtiyaç konusu olan başlıklar, bölgelere göre ihtiyaçların özellikleri, destekçiler ve destekçilerin özellikleri konusunda örnek olay yöntemiyle bir inceleme yapılmıştır. Bu inceleme neticesinde Türkiye'nin ihtiyaç haritasında gençlerin konumlarına yönelik genel bir değerlendirme yapılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Gönüllülük, Çevrimiçi Gönüllülük, Gençlik, İhtiyaç Haritası.

* Doç. Dr., Görsel İletişim Tasarımı Bölümü, TOBB Ekonomi ve Teknoloji Üniversitesi, Ankara, Türkiye, zincikarabacak@gmail.com, ORCID ID: 0000-0002-4931-556X

** Doç. Dr., Çukurova Üniversitesi, İletişim Fakültesi, İletişim Bilimleri Bölümü, Adana, Türkiye, aaslisezgin@gmail.com, ORCID ID: 0000-0002-4557-7351

Abstract

This research aims to evaluate volunteering within the frame of concepts of conscious society-conscious citizen, which have been frequently encountered in recent years due to various factors. In Turkey, just as in the whole world, the individuals who now are freed from impediments of place and time in digital environment thanks to the technological innovations in particular, have developed new types of communication and interaction, which led to pleasing developments for volunteering on a social level. The Needs Map Project can be considered as an important project that can be evaluated within this scope and spreads volunteering more. The target audience of the project, which connects digital communication technologies with needers and supporters, includes various segments of the society. In this research, it is aimed to thoroughly evaluate the voluntary aid provided by the Needs Map Project to the youth. The youth who are in need, their needs according to the regions they live, the supporters and their characteristics will be analysed with the method of case study. As a result of this study, it was made a general assessment of youth's position in Turkey's Needs Map

Keywords: Volunteering, Technology-Supported Volunteering, Youth, Needs Map.

Giriş

Yaşadığımız yüzyılda iletişimin bu denli gelişmiş olması, dijital iletişim kavramının tartışılması, bilinçli toplum ve bu toplumun bilinçli vatandaşlarının varlığı, gönüllülük faaliyetlerinin de görünümünü ve içeriğini değiştirmiştir. Her konudan dünyanın neresinde olursa olsun, çok kısa bir süre içerisinde haberdar olan bizler elimizdeki teknolojik imkanlarla tepkilerimizi yansıtılabildiğimiz gibi gönüllü olmak istediğimiz konularda da girişimde bulunabiliyoruz. Tüm bu gelişmelere bağlı olarak çeşitlenen toplumsal sorunlar karşısında bir adım atabilmek, sesini duyurmak isteyenlere kulak verebilmek için farklı imkanlar, dijital iletişim teknolojileri yardımıyla bizlere sunulmaktadır.

Dijital iletişimi etkin şekilde kullanan gençler de bu faaliyetler de önemli birer aktör haline gelmiştir. Gönüllü olma, gönüllülük faaliyetlerine katılma konusunda çevremizden bize sunulan içerikleri takip ettiğimizde gençlerin bu konuda öncü olduğu faaliyetleri, onların katılımı ile farklı bir boyut kazanan projeleri görebiliriz. İhtiyaç Haritası da Türkiye'de dijital iletişim aracılığıyla gerçekleştirilen gönüllülük projeleri kapsamında genç bir girişim olarak dikkat çekmektedir.

Destekçileri ihtiyaç sahipleri ile buluşturan İhtiyaç Haritası, temelinde gönüllülük yaklaşımı ile faaliyetlerini sürdürmektedir. İhtiyaç sahiplerine gönüllü olarak destek olanlar bu faaliyetlerdeki önemli bir rolü üstlenmektedir. Türkiye'nin her geçen gün gönüllülük konusundaki faaliyetleri geliştirme konusunda önemli adımlar attığı gözlenmektedir. Bu

faaliyetlerin dijital iletişim teknolojileriyle de uyumlu bir şekilde sürdürülmesi, Türkiye'nin bu konudaki faaliyetlere verdiği önemi göstermektedir. Bu çalışmada da örnek olay olarak seçilen İhtiyaç Haritası gönüllülük projesi farklı iki yönü ile dikkat çekmektedir. Çalışmanın temel sorunsalı olarak, son yıllarda dijital teknolojilerin kullanımı ile gerçekleştirilen gönüllülük projelerinin etkinliğinin değerlendirilmesi merkeze alınmıştır. Bu çerçevede, özellikle gençlerin sıkça kullandığı dijital ortamların onların gönüllülük projelerine katılmaları noktasındaki etkinliği incelenmek istenmiştir. Gençlik, gönüllülük ve dijital teknolojilerin arasındaki ilişkinin bir örnek üzerinden değerlendirilmesi amaçlanmıştır. Örnek olay yöntemi vasıtasıyla bu ilişkiye dair bulgular betimlenerek, araştırmamızın sınırları çizilmiştir.

Gençlerin gönüllülük faaliyetlerini aktarırken, diğer taraftan da bu gönüllü girişimlerin hedef kitlesi içerisindeki gençlerin konuları hakkında bilgi vermektedir. Bu kapsamda çalışmada Türkiye'de gönüllülük ve gençler başlığı altında dünyada çevrimiçi gönüllülüğü genel görünümüne ilişkin bilgiler paylaşıldıktan sonra özellikle günümüzün gönüllülük faaliyetlerinde önemli bir rol üstelenerek bu faaliyetlerin içeriğinde de önemli değişimler yaşanmasını sağlayan dijital iletişim ortamlarında gönüllülük faaliyetlerine ilişkin bilgiler paylaşılmıştır.

Türkiye'de Gönüllülük ve Gençler

Birleşmiş Milletler Gönüllüleri'nin (UNV) 2018 Dünya Gönüllülük Raporu'nda, Gönüllük politikalarının ve mevzuatının küresel kapsamı bağlamında Türkiye, 2008'den bu yana gönüllülüğe özgü veya ilişkin politikalar, mevzuatlar veya diğer tedbirleri getirmiş veya güncellemiş dünya çapındaki 68 ülke arasında yer almaktadır (UNV, 2018). Dünyada popüler olan çevrimiçi gönüllülük konusunda uluslararası nitelikte farklı alanlarda faaliyet gösteren örnek uygulamalar geniş bir yelpazeyi oluşturmaktadır. Örneğin, Uluslararası İletişim Gönüllüleri" (ICVolunteers), gönüllülük esasına dayalı olarak ulusal ve uluslararası düzeyde iletişim, dil, iletişim teknolojileri gibi konularda proje ve konferanslar düzenlemek için beşeri, sosyal, çevresel ve tıbbi alanlardaki kuruluşlarla işbirliği yapan, gönüllülük aracılığıyla bireysel ve mesleki seviyede gelişime olanak sağlamayı, sosyal ve eğitim nitelikli programların uygulanmasına yönelik ortaklıkları desteklemeyi amaçlayan kar amacı gütmeyen bir organizasyon niteliğindedir (<http://cyber.icvolunteers.org>). "Birleşmiş Milletler Çevrimiçi Gönüllüler" (UN Volunteers Online), "Evden Yardım" (Help from Home-Hem çevrimiçi hem de bilgisayarsız evden yapılabilecek gönüllülük faaliyetleri), "İyilik İçin Hacking" (Random Hacks of Kindness) (yazılımcılar ve tasarımcılar için çevrimiçi gönüllülük), AB Yardım Gönüllüleri (EU Aid Volunteers) çevrimiçi gönüllülük konusunda sıralanabilecek önemli platformlar arasındadır (https://europa.eu/youth/fr/article/45/29449_en). Uluslararası alanyazında da çevrimiçi gönüllülüğü; çevrimiçi gönüllü laboratuvarları (Strange, Enos, Hill ve Lakeman, 2019), dil öğrenimi (Comas-Quinn, 2019), sosyalleşme (Farzan, Kraut, Pal ve Konstan, 2012), sosyal ağ siteleri (Farrow ve Yuan, 2011), kriz zamanları (Starbird ve Palen, 2011), wiki projeleri (Chen, Ren, Riedl, 2010), informal iletişim (Fussell ve Setlock, 2003) vb. farklı bağlamlarda değerlendiren çeşitli çalışmalar bulunmaktadır.

Türkiye’de gönüllülük alanındaki faaliyetlerin ve aktörlerin temsilinde kurumsal açıdan Ulusal Gönüllülük Komitesi önem taşımaktadır. Toplam 321 üyesi bulunan Ulusal Gönüllülük Komitesi 2013 Yılı Mayıs ayında kurulan; gönüllülüğün tanınmasını, güçlendirilmesini, yaygınlaştırılmasını destekleyen aktörlerin işbirliğini sağlayan stratejik bir danışma organıdır (UGK, 2019). Dijital çağda gönüllülüğe ilişkin dijital platformlarda buluşabilmek büyük önem taşımaktadır. Örneğin ülkemiz ölçeğinde günümüzde 100.000’in üzerinde gönüllü, 1.500’den fazla kurumu ve 14.000 Gönüllülük ilanını kapsayan ve Türkiye’nin en büyük Gönüllülük hareketi olarak nitelenen IOS, Android, Web platformları olan “Genç Gönüllüler” in artık E-Devlet Entegrasyonu ile daha kurumsal ve günlük yedekleme sistemi ile de daha güvenli hale geldiği vurgulanmaktadır (Apphic, 2019). Dünyada popüler olan online gönüllülük sisteminin Türkiye’de ilk kez Akdeniz Gençlik Derneği tarafından hayata geçirildiği görülmektedir (Sivil Alan, 2019). 2-3 Mayıs 2019 tarihinde Ankara’da gerçekleştirilen “Sivil Düşün Forumu” kapsamında Akdeniz Gençlik Derneği tarafından online gönüllülük sistemine ilişkin bir atölye çalışması gerçekleştirilerek, sivil toplum örgütleriyle dijital iletişim araçları ile örgütlenme faaliyetlerinin nasıl sürdürülebilecekleri ve gönüllüleri ile dijital iletişim araçlarıyla nasıl iletişim kurabilecekleri konusunda tartışmalar gerçekleştirilmiştir (Sivil Düşün Forumu, 2019).

Uluslararası Vakıfların Türkiye temsilciliklerinin de gençlere gönüllülük konusunda çeşitli çağrılarını bulunmaktadır. Örneğin, Doğal Hayatı Koruma Vakfı (WWF) Türkiye’nin Gönüllü Programı Duyurusu kapsamında tam zamanlı gönüllü olarak çalışacak “Genç Panda” ilanı güncel örneklerden biridir (WWF, 2019). Türkiye’de gençler için gönüllülük fırsatları sunan bir program da “Avrupa Gönüllülük Hizmeti”dir. 2004 yılından itibaren Türkiye’de AB Eğitim ve Gençlik Programları Merkezi Başkanlığı-Ulusal Ajans tarafından Gençlik Programı kapsamında yürütülen Avrupa Gönüllü Hizmeti, 18-30 yaş arasındaki gençlere kendi ikamet ettikleri ülke haricindeki bir ülkede 12 aya varan sürelerde gönüllü olarak çalışma imkânı sağlamaktadır (Demirel, 2013).

Gençlik ve Gönüllülük çerçevesinde ülkemizde çeşitli etkinlikler de düzenlenmektedir. Örneğin, İstanbul Aydın Üniversitesi, Avrasya Üniversiteler Birliği, Uluslararası Mavi Hilal İnsani Yardım ve Kalkınma Vakfı (IBC) ve Birleşmiş Milletler Gönüllüleri (UNV) iş birliği ile 6 Mayıs 2014’te düzenlenen ve gençlerin gönüllü faaliyetlere katılımını teşvik etmek ve gönüllülük alanındaki deneyimlerini, beklentilerini anlamak amacı güden “Gençlik ve Gönüllülük Zirvesi” bunlardan biridir (İstanbul Aydın Üniversitesi Etkinlik Portalı, 2014).

İstanbul Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Sosyoloji Araştırma Merkezi ve Sosyal Sorumluluk Uygulama ve Araştırma Merkezi bünyesinde gerçekleştirilen Türkiye Turing ve Otomobil Kurumu tarafından desteklenen “Gönüllülük Akademisi ve Gönüllülük Eğitimleri Projesi” kapsamında yapılan “Üniversite Öğrencilerinin Gönüllülük Algıları, Deneyimleri ve Eğilimleri:

1 AB EGM Türkiye Ulusal Ajansı, AÇEV Anne Çocuk Eğitim Vakfı, AYDER Alternatif Yaşam Derneği, BKD Bilim Kahramanları Derneği, C@RMA Care Move Act, DEM Deneysel Eğitim Merkezi, FYF Fikret Yüksel Vakfı, GENÇ-TUR, GSM Gençlik Servisleri Merkezi, HABİTAT Derneği, IBC Uluslararası Mavi Hilal, İhtiyaç Haritası, İla Int Labour Association, Kaçuv Kanserli Çocuklara Umut Vakfı, Kifder Kistik Fibrozis Derneği, MAG Mahalle Afet Gönüllüleri Vakfı, MAYA VAKFI, ÖÖT Özel Olimpiyatlar Türkiye, ÖSGD Özel Sektör Gönüllüleri Derneği, SOSYALBEN Vakfı, SİM Sosyal İnovasyon Merkezi, TEGV Türkiye Eğitim Gönüllüleri Vakfı, TEMA Vakfı, KSS Türkiye, TOÇEV Tuvana Okuma İstekli Çocuk Eğitim Vakfı, TOG Toplum Gönüllüleri Vakfı, TURMEPA Deniz Temiz Derneği, TÜSEV Türkiye Üçüncü Sektör Vakfı, UNV The United Nations Volunteers (UGK, 2019).

İstanbul Üniversitesi Örneği” araştırmasının sonuç kısmında Şentürk ve Turan'ın (2016) üniversitelerde gönüllülüğün yaygınlaşabilmesi için sundukları öneriler arasında; gençlerin gönüllülükle ilgili haberleri takip edebilmesi için sosyal medya ile entegre olabilecek bir gönüllülük platformu oluşturmanın önemli olduğu, üniversite gönüllülüğünü yaygınlaşması için öğrencilere alan açmanın gerekli olduğu, gönüllülüğün yaygınlaşmasında ve gerçekleşmesinde akran gönüllülüğü, grup çalışması ve birlikte iş başarmanın önemli olduğu, üniversite öğrencilerinin gönüllülük faaliyetlerinin ödüllendirilmesi gerekliliğine vurgu yaparken, bu ödüllendirme için maddi olanaklar sağlamak yerine Üniversitenin web sayfası, sosyal medya mecraları, gazetesi, radyosu vb. alanlarında öğrencilerin ve gönüllülük faaliyetlerinin duyurulması ve diğer öğrencilerle paylaşılmasının önemi ön plana çıkan maddeler arasında yer almaktadır.

2018 yılında yapılan Türkiye'nin Gençleri araştırmasında, herhangi bir sivil toplum kuruluşuna üye olduğunu belirten gençlere hangi STK'lara üye oldukları sorulduğunda; STK olmayan kurumların da cevaplar arasında yer alması, gençlerin STK'lar konusunda daha çok bilgilendirilmeye ihtiyacı olduğunu gösterirken, nitel araştırma sonuçları doğrultusunda çalışmaları beğenilen başlıca STK'lar; KIZILAY, LÖSEV, TEMA ve TÜGVA olarak sıralanmakla birlikte genel olarak beğendiği veya takdir ettiği herhangi bir STK olmadığını ifade eden gençlerin sayısı çoğunluğu oluşturmaktadır. Üye gençlerin STK'larda üstlendikleri öncelikli görevler ise; ağaç dikim, kan bağıışı için kan toplama, lise yönetim koordinatörlüğü şeklinde sıralanmaktadır. Gençlerin STK'lardan temel beklentileri ise; “Gençlere sahip çıkmaları”, “Topluma hizmet etmeleri”, “Ailelere ve gençlere maddi ve manevi destekte bulunmaları” ve “Aktif olmaları” olarak belirtilmektedir (TGSP, 2018).

TÜSEV Atölye'nin Gönüllük ve Yasal Mevzuat konusundaki Bilgi Notunda Türkiye'de gönüllülükle ilgili ve STK'lar ile gönüllüler arasındaki ilişkileri düzenleyen herhangi bir özel düzenleme olmadığı, bazı STK'ların kendi gönüllülük politikalarını geliştirdikleri vurgusu yaptığı görülmektedir (TÜSEV Atölye, 2015). 25-26 Nisan 2018 tarihinde Ankara'da gerçekleştirilen “Sivil Toplumda Gönüllülük” temalı 2.Sivil Toplum Forumu'nda (Sivil Düşün, 2018), Ulusal Gönüllülük Komitesi'nin Türkiye özelinde gönüllülüğün tanımlanması, güçlendirilmesi ve yaygınlaştırılması amacıyla hazırladığı raporun sunumunda gönüllük teması: “durdur”, “koru” ve “geliştir” olmak üzere 3 başlık altında ele alınmıştır. Raporla gönüllüyü koruyan yasal mevzuatın olmaması vurgusu ön plana çıkmaktadır (Bianet, 2018).

Habitat Derneği tarafından 2017 yılında ilki yayınlanan “Türkiye’de Gençlerin İyi Olma Hali Raporu”nun saha araştırması bulguları gençlerin gönüllülük oranının mevcut verilerle karşılaştırıldığında artış göstermediği ve %5 seviyesinde olduğunu göstermektedir (Erdoğan, 2017). Habitat Derneği tarafından 2019 yılında yapılan yeni bir araştırma sonucunda “Türkiye’de Gençlerin İyi Olma Hali Raporu 2” yayınlanmıştır. Bu çalışmada “Herhangi bir ücret almadan gönüllü bir işte veya bir sivil toplum kuruluşunda hiç çalıştınız mı?” sorusuna gençlerin sadece %6’sı böyle bir gönüllü faaliyette bulunduğunu, %95’i ise geçmişinde böyle bir deneyim olmadığını belirterek yanıtlamıştır. Geçmişte gönüllü faaliyette bulunan gençlere bir dizi zorluk yaşayıp yaşamadıkları sorulduğunda; zaman bulmakta zorlanmış olmak (%41), yaptıkları masrafları karşılamakta zorlanmış olmak (%38), kuruma ulaşmakta zorlanmak ve ailesi/arkadaşları tarafından onaylanmamak (%24) şeklinde zorlukların sıralandığı görülmektedir. Dolayısıyla gönüllü gençlerin önündeki

en büyük engelin zaman olarak ifade edilmektedir. Gönüllülük yapmamış olan gençlere bu davranışlarının nedenleri sorulduğunda; gönüllülük için zamanları olmaması (%65), ilgilenmemek (%55), gönüllülük için parası olmaması (%43), sivil toplum örgütlerine nasıl erişeceğini bilmemek (%33), gönüllü olmayı isteyeceği bir sivil toplum örgütü olmaması (%31), ailesinin/arkadaşlarının izin vermeyeceği (%25) gibi nedenler sıralanmaktadır (Habitat, 2019). Habitat yayınlanan rapor gençlerin gönüllülükleri bağlamında 2017'den (%5) 2019'a (%6) uzanan süreçte ciddi bir artış olmadığı gözlenmektedir.

T.C. Gençlik ve Spor Bakanlığı tarafından Türkiye'de Gönüllülük Yılı olarak kabul edilen 2019 yılı için hazırlanan Gönüllülük Yılı Strateji Belgesi düzenleme aşamasında odak noktasını oluşturan konu başlıkları: Gönüllülük kültürünün güçlendirilmesi, teknolojinin daha etkin kullanımı, daha etkili düzenleme ve risk yönetimi, gönüllü yönetiminin güçlendirilmesi ve eğitimin artırılması, kurumlararası ilişkilerin güçlendirilmesi, gönüllüğün tanınması ve değerlendirilmesi, şeklinde sıralanmaktadır (T.C. Gençlik ve Spor Bakanlığı, 2019).

Türkiye'de gönüllülük ve gençlik ilişkisi yukarıda sıralanan çeşitli raporlar ve istatistikler bağlamında değerlendirildiğinde ülkemizdeki gençlerin gönüllülük konusunda önlerinde uzun bir mesafe olduğu görülmektedir. Ülkemizde yapılan araştırmalar, etkinlikler, teknolojik yatırımlar, farkındalık çalışmaları, ulusal ve uluslararası iş birlikleri bu bağlamda büyük önem taşımaktadır.

Teknoloji-Gönüllülük İlişkisi Kapsamında Dijital Ortamda Çevrimiçi Gönüllülük

Bugün, toplumsal yaşama dair her alanda etkisini gösteren, gündelik yaşamın pratikleri içerisinde vazgeçilmez bir konuma sahip olan teknolojik unsurlar, gönüllülük kavramına da farklı bir çerçeveden bakılmasına yardımcı olmaktadır. Gönüllü birey, teknolojinin desteğiyle bu bağlamdaki girişimlerine uygun platformlar bulabilmekte yine aynı şekilde gönüllülük çalışmalarını yönlendirebileceği hedef grubundan haberdar olup, onlarla iletişim kurabilmektedir. İnternetin gönüllülük çalışmalarındaki etkin rolü, sosyal medya platformlarının etkileşimli yapısının kullanılması, teknoloji-gönüllülük ilişkisi kapsamında değerlendirilmesi gereken önemli bir başlıktır. Zaman ve mekân sınırlarını ortadan kaldıran bu durum, 21. yüzyıl insanına gönüllü olma konusunda pek çok farklı kanalın yolunu açmaktadır. Bunun yanı sıra gönüllülük çalışmalarının dijital ortamda kurumsal bir yapıya kavuşması, daha geniş bir alanda daha çok gönüllünün desteğinin sağlanması, kısaca gönüllü seslerin duyurulması konusunda teknolojinin sunduğu imkanların varlığı oldukça önemlidir. Özellikle yaşadığımız yüzyılın genç kuşağının teknoloji ile olan ilişkisi de dikkate alındığında tüm bu ortamların gençler tarafından daha yoğun kullanıldığı, gönüllülük konusunda onlara ilham verecek ayrıntıların, gençlik-gönüllülük-teknoloji ilişkisini ön plana çıkarttığı gözlenmektedir.

Toplumsal sorunlardan haberdar olmaya başlayan birey kadın, çocuk, gençlik, doğal afetler, yaşlılık, yoksulluk, engellilik gibi birçok farklı konuda gönüllü faaliyetler gerçekleştirebilmektedir. Sivil toplum örgütlerinin başı çektiği gönüllülük faaliyetlerinde artık özel sektörün de aktif rol oynamaya başladığı gözlenmektedir. Bunların dışında yine teknolojinin desteğiyle gözlenen önemli bir gelişme de bireylerin sadece kurumsal yapılanmalar çatısı altında değil, bireysel olarak da gönüllülük faaliyetlerini

gerçekleştirebilmeleridir. Eğitimden sağlığa farklı toplumsal sorunlar konusunda bireysel girişimlerin, grup inisiyatiflerinin gönüllülük faaliyetlerini gerçekleştirdikleri gözlenmektedir (Özçağdaş, 2013). Kesgin (2016:130), Türkiye'deki gönüllülük konusunda yapılacak yeni çalışmalarda gönüllülüğün disiplinler arası ayrı bir alan olarak ele alıp değerlendirmenin daha faydalı olacağını belirtmektedir.

Toplumsal anlamda sorun olarak değerlendirilen herhangi bir konuda, kurumsal bir yapı altında olmaya gerek duymadan bireyler, akıllı telefonlar aracılığıyla dahi hızla sanal ortamda örgütlenerek, erişilmesi güç noktalara destekte bulunabilmektedir. Teknoloji destekli olarak gerçekleştirilen ve "çevrimiçi gönüllülük" de denilen bu model farklı içeriklerle uygulanabilmektedir. Toplumsal sorunları görünür kılmayı amaçlayan bu uygulamalar, benzer konulara duyarlılık gösteren bireyleri de bir araya getirebilmektedir (Özçağdaş, 2013). Gönüllülüğe farklı bir içerik sunarak, bu faaliyetlerin artmasına imkân tanıyan teknolojik gelişmeler, çevrimiçi gönüllülük kapsamında mobil iletişim tekniklerinin kullanıldığı mikro gönüllülük faaliyetlerini de desteklemektedir (Balaban ve İnce, 2015).

Bireysel anlamda, herhangi bir kurumsal yapıya ihtiyaç duymadan gönüllülük faaliyetlerine katılma imkânı bulan insanlar, ayrıca bu gönüllülük faaliyetlerini sadece ulusal düzeyde sınırlı tutmamaktadır. Küresel düzeydeki birçok olaydan haberdar olduğumuz günümüzde, mobil iletişim teknolojilerinin kullanımıyla da gönüllülük faaliyetlerinde "çevrimiçi gönüllülük, mikro gönüllülük" gibi kavramlar sıkça karşımıza çıkmaktadır. Mobil teknolojilere erişmek gönüllüler için farklı fırsatlar yaratmaktadır. Cep telefonu kullanımının her geçen gün artması başta kısa mesaj servisleri aracılığıyla olmak üzere, gönüllülük faaliyetlerini mikro düzeye indirmiştir. Yine aynı şekilde internetin kullanımı, zamanını ve yeteneklerini kullanarak, herhangi bir maddi çıkar olmadan toplum yararına hizmet sunan çevrimiçi gönüllülerin sayısını da arttırmıştır (Birleşmiş Milletler Gönüllüleri, 2011). Tamamıyla ya da kısmen, internet ya da internet bağlantısı bulunan araçların kullanımıyla gerçekleştirilen gönüllülük faaliyetleri verilen bir diğer isim de "sanal gönüllülük" olarak karşımıza çıkmaktadır (Cravens ve Ellis, 2014)

Ancak teknolojiye erişim noktasında yaşanan eşitsizliği, dijital uçurum ve dijital bölünme başlıkları altında dikkate almak gerekmektedir. Yaşanan bu eşitsizliğin gönüllülük faaliyetleri çerçevesinde gerçekleşmesi sonuçların daha geniş çaplı değerlendirilmesine neden olmaktadır. Teknolojiye erişimdeki eşitsizlik aynı zamanda gönüllülük faaliyetlerine erişimi de sınırlandırabilmektedir. Teknoloji aracılığı ile gerçekleştirilen faaliyetler kapsamında birtakım olumsuzlukları işaret eden diğer kavramlar içerisinde kliktivizm (clicktivism) ve slaktivizm (slacktivism) kavramlarından da gönüllülük, aktivizm konuları ile ilişkileri kapsamında kısaca bahsetmek doğru olacaktır.

Toplumsal anlamda duyarlı olunması gereken olaylara herhangi fiziksel bir aktivite olmaksızın, bulunduğu noktadan, klavye yardımıyla katılma, bu olaylara yönelik tepkiyi bu şekilde gösterme olarak yorumlanan kliktivizm, son yıllarda birçok çalışmaya² da

2 Clicktivism: A systematic heuristic (Halupka, 2014); online political mobilization from the advocacy group's perspective: Looking beyond clicktivism (Karpf, 2010); Child soldiers and clicktivism: Justice, myths, and prevention (Drumbl, 2012); Slactivism-slaktivism & clicktivism-kliktivism nedir? (Tarhan, 2013); Dijital aktivizmin bir türü olarak Hacktivism ve "Redhack" (Yegen, 2014).

konu olmaya başlamıştır. Çoğunlukla olumsuz bir değerlendirme ile açıklanan kliklizizm, dijital ortamdaki aktivizmin etkililiğini de tartışmaya açmıştır. Aynı şekilde yeni bir tartışma konusu olarak slaktivizm de dijital aktivizmdeki tembelliğe vurgu yapmaktadır. Çevrimiçi ortamlarda savunulan, tepki gösterilen konular hakkında özellikle sosyal medyada yapılan eylemler (profil fotoğrafını değiştirme, paylaşım ve yorum yapma gibi) bu tembellik kapsamında değerlendirilmektedir (Yılmaz vd., 2016).

Çalışmanın konusu kapsamında internet teknolojileri yardımıyla gerçekleştirilen gönüllülük faaliyetlerinin Türkiye'deki genel görünümüne bakıldığında ise daha önceki bölümde de aktarıldığı gibi birbirinden farklı grupların, sivil toplum kuruluşlarının, gönüllülük faaliyetleri dikkat çekmektedir. Bu konuda Türkiye'de her geçen gün artan internet ve mobil iletişim teknolojilerinin kullanımının da etkisi olduğu düşünülebilir. Türkiye İstatistik Kurumu tarafından 2018 yılında yapılan Hanehalkı Bilişim Teknolojileri Kullanım Araştırması sonuçlarına göre Türkiye'de her 10 haneden 8'i internet erişimine sahiptir. 2018 yılı Nisan ayındaki verilere göre hanelerin %83,8'i internet erişimine sahiptir. Bu oran 2017 yılında %80,7 olarak tespit edilmiştir (TÜİK, 2018). Konuyla ilgili diğer bir istatistiki veri de We are Social ve Hootsuit tarafından ülkeler özelinde her yıl hazırlanan Türkiye raporunda yer almaktadır. Rapora göre Türkiye'de 2019 yılında yetişkinlerin %98'i cep telefonu kullanmaktadır; bunların %77'si ise akıllı telefon olma özelliğine sahiptir. Aynı raporun sonuçlarına göre Türkiye'de 52 milyon insan sosyal medya kullanıcıdır (Digital in 2019, 2019).

Yukarıdaki veriler ışığında, küreselleşmenin her geçen gün etkisini hissettirmesiyle ve teknolojik gelişmelerin insan yaşamını kuşatmasıyla, Türkiye'de gündelik yaşamın her alanında olduğu gibi gönüllülük faaliyetlerinin oluşumu ve bu faaliyetlere erişim-katılım noktasında dikkat çeken çalışmaların varlığından söz edebiliriz. Teknoloji ile desteklenmiş örnek bir gönüllülük projesi olan İhtiyaç Haritası da bu kapsamda değerlendirilmesi gereken önemli bir girişim olarak dikkat çekmektedir.

Dijital Ortamda Örnek Bir Gönüllük Projesi: İhtiyaç Haritası

“Sosyal Platform Kooperatifi”³ olarak Gümrük ve Ticaret Bakanlığı Kooperatifçilik Genel Müdürlüğü'nün onayı ile faaliyetlerini, dijital ortamda sürdüren İhtiyaç Haritası, farklı kategoriler altındaki ihtiyaçların, toplumsal sorumluluk yaklaşımı ile karşılanması amacıyla kurulmuştur. Bireyleri ve kurumları ihtiyaçların karşılanması konusunda bir araya getiren bu oluşum, kâr amacı gütmemektedir. İhtiyaç sahiplerini destek verenlerle bir araya getirirken temel olarak “ihtiyaç gir, destek ol, gönüllü ol” başlıklarını kullanmaktadır. Çevrimiçi bir platform olan İhtiyaç Haritası'na Türkiye'nin her yerinden erişmek mümkündür (İhtiyaç Haritası, 2019).

“İhtiyaç gir” başlığı altında, ihtiyaç sahipleri, ihtiyaç duydukları konuya göre bilgi girişi gerçekleştirirken, “destek ol” başlığı altında da yine konulara göre destek olunmak istenen durumlar ayrıntıları ile belirtilmektedir. “Gönüllü ol” başlığı altında ise İhtiyaç Haritası'nda

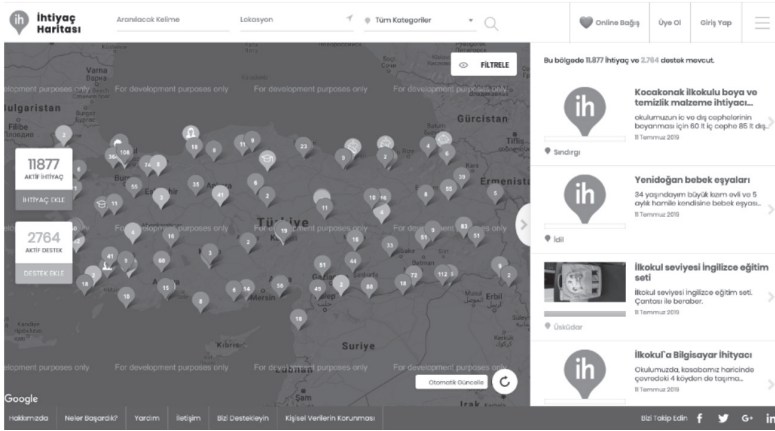
³ İnternet ile gelişen yeni bir kooperatif türüdür. Farklı etik ve finansal bir mantığa sahip olan bu yeni model dijital ekonominin imkanlarından faydalanıyor. Giderek gelişen bir uluslararası hareket olan platform kooperatifçiliği, insan merkezli bir yaklaşımı benimsemektedir (Türkiye Milli Kooperatifler Birliği, 2018).

yer alan projelerde gönüllü olmak isteyenlerin dahil olduğu bölüm yer almaktadır (İhtiyaç Haritası, 2019).

İhtiyaç Haritası amacını, Türkiye'de vatandaşların da katılımı ile mikro düzeydeki (kent, mahalle) ihtiyaç konularını, ihtiyaç sahiplerini belirlemek, sistematik bir şekilde bu ihtiyaçların karşılanması için destek olmak isteyenleri, gönüllüleri bilgilendirmek şeklinde tanımlamaktadır. Türkiye'nin farklı bölgelerinden gönüllülerin aktif olarak görev aldığı platformda nakit akışına izin verilmemektedir (İhtiyaç Haritası, 2019).

İhtiyaç Haritasında toplam 22 kategori altında ihtiyaçlar gruplandırılmış ve gönüllü olarak destek olmak isteyenler için her bir kategori altında, ihtiyaç sahiplerinin ihtiyaç duydukları konular aktarılmıştır. Bu kategoriler “eğitim, sağlık, ulaşım, barınma, su, elektrik, ısınma, genç, kadın, engelli, göçmen, çocuk, spor, emekli, yaşlı, müzik, kültür-sanat, hayvan, teknoloji, çevre, tarım, giyim-kıyafet” şeklindedir (İhtiyaç Haritası, 2019).

Şekil 1. İhtiyaç Haritası Genel Görünüm



Kaynak: www.ihtiyacharitasi.org

Şekil 1’de aktarıldığı şekilde İhtiyaç Haritası, ihtiyaç sahiplerinin konulara göre belirttikleri ihtiyaçlarının ayrıntılarını (lokasyon, konu, aranacak kelime) arama seçeneği ile destekçilerin ve gönüllülerin bilgisine sunmaktadır. Türkiye haritası üzerindeki, ihtiyaç konularına göre farklı renklerle etiketlenen ihtiyaçların haritanın sağ tarafında yer alan pencerede ayrıntıları paylaşılmaktadır. Bu çalışmada da arama kategorisindeki “genç” konu başlığı altındaki ihtiyaç sahibi gençler, ihtiyaç konusu olan başlıklar, bölgelere göre ihtiyaçların özellikleri, destekçiler ve destekçilerin özellikleri konusunda örnek olay yöntemiyle bir inceleme yapılmıştır.

Araştırma Verilerinin Analizi

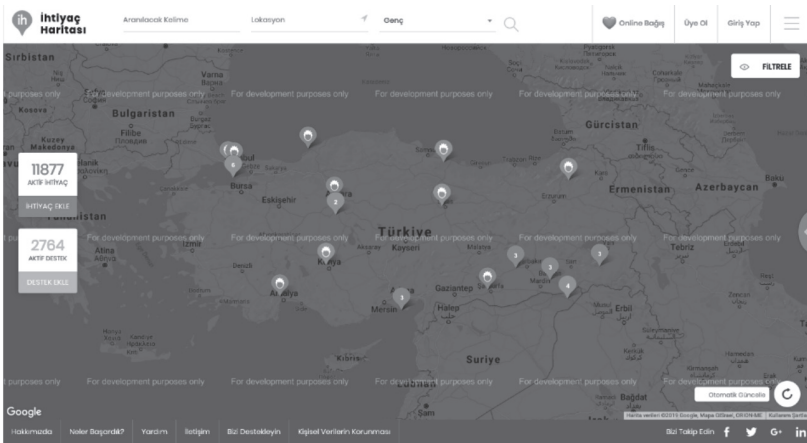
Bu çalışmada Türkiye’de gönüllülük faaliyetlerini temsil eden Ulusal Gönüllülük Komitesinin 32 üyesi arasından dijital iletişim olanaklarını aktif olarak kullanan “İhtiyaç Haritası” örnek olay incelemesi yöntemi kullanılarak analiz edilmiştir.

Belirli bir olguya ilişkin ayrıntılı betimleme yapma amacıyla kullanılan örnek olay tarama modellerinde genel tarama modellerinin tersine daha sınırlı bir örneklem ve daha dar tanımlanmış bir olgu üzerine derinlikli çalışma yapılmaktadır (Şimşek, 2012, s.93). Örnek olay yöntemi, araştırmacıların bireysel yaşam döngüleri, örgütsel ve yönetsel süreçler, muhit değişikliği, uluslararası ilişkiler ve sanayilerin olgunlaşması gibi gerçek yaşam kesitlerinin bütüncül ve anlamlı özelliklerini korumasına imkân tanır (Yin, 2003). Örnek olay, araştırmaya sınır çizen bir çerçeve niteliğindedir. Başka bir ifadeyle örnek olay projektör ışınının sonunu temsil etmektedir. Bu ışık huzmesi içinde konu incelenir. Her çalışmanın bir sınırı olduğu gibi ışık ışınının sonunun da bir sınırı vardır (Thomas, 2015, s.21). Örnek olay taramaları çoğunlukla nitel araştırmalar olup, istatistiksel çözümlenmelere olanak tanımamaktadır. Toplanan bilgiler sadece inceleme konusu ünite için geçerlilik gösterip genelleme amacı taşımamaktadır. Ancak incelenen örnek olay sayısının artması ile genellenebilirlik mümkün olabilir (Karasar, 2004, s.86-87). Bu kapsamda çalışmaya konu olan “İhtiyaç Haritası” gönüllülük faaliyeti örnek olay olarak belirlenmiş ve bu haritadaki gençlerin konumları daha ayrıntılı bir şekilde incelenerek, Türkiye’deki ihtiyaç sahibi gençler ile bu ihtiyaç sahiplerine destek olan gönüllüler hakkında genel bir değerlendirme yapılmak istenmiştir.

İhtiyaç Haritası’nda Gençler: İhtiyaç Sahipleri ve Destekçiler

Çalışmada örnek olay olarak seçilen İhtiyaç Haritası projesi kapsamında öncelikle, “genç” konu seçeneğinde destekçiler, ihtiyaç sahipleri ve gönüllüler kategorilerinde bir arama gerçekleştirilmiştir. Aramanın gerçekleştirildiği tarihte öncelikle Türkiye haritası üzerindeki genel görünüm paylaşılmış (Şekil 2) ardından da ihtiyaçların, destekçilerin ve gönüllüler hakkındaki değerlendirme tablolar aracılığıyla aktarılmıştır. Çalışmada bu tablolar aracılığıyla “Türkiye’de ihtiyaç sahibi gençler hangi bölgelerde yoğun olarak yaşamaktadır; bu gençlerin ihtiyaçları nelerdir, bu ihtiyaçlar için destekçiler var mıdır; gönüllüler hangi konularda gençlere yardımcı olmak istemektedir?” sorularına cevap aranmak istenmiştir.

Şekil 2. İhtiyaç Haritası’nda “Genç” Konusu Kapsamında Genel Görünüm



Kaynak: www.ihtiyacharitasi.org

Genel ihtiyaç haritası görünümüne kıyasla, “genç” konusu kapsamında yapılan arama neticesindeki görünümde ihtiyaçların az olduğu görülmektedir. Arama neticesinde, Temmuz 2019 itibarıyla Türkiye’de “genç” konu başlığı altında 18 ihtiyaç, 1 destek ve 1 gönüllü olduğu tespit edilmiştir. İhtiyaçların çoğunlukla Güneydoğu Anadolu ve Doğu Anadolu Bölgelerinde yoğunlaştığı gözlenmektedir. Bu bölgelerde özellikle Diyarbakır-Ergani, Şırnak-İdil, Van-Gevaş, Elâzığ ve Batman’dan ihtiyaç sahibi gençler İhtiyaç Haritası’na bilgilerini bırakmıştır. İhtiyaç kategorileri olarak da giyim-kıyafet, teknoloji, kitap-kırtasiye, mobilya ve diğer kategorilerinde ihtiyaçların belirtildiği gözlenmiştir.

Tablo 1. İhtiyaç Haritası-İhtiyaçlar

Bölge	İhtiyaç Kategorisi	Cinsiyet
İstanbul-Maltepe	Giyim-kıyafet	Erkek
Diyarbakır-Ergani	Giyim-ayakkabı	Erkek
Diyarbakır-Ergani	Teknoloji	Erkek
Van-Gevaş	Teknoloji	Erkek
Diyarbakır-Ergani	Giyim-ayakkabı	Kadın
Van-Gevaş	Diğer-bavul	Erkek
Antalya-Kepez	Giyim-kıyafet	Kadın
Zonguldak-Kilimli	Mobilya	Kadın
Adana-Seyhan	Giyim-kıyafet	Kadın
Elâzığ	Giyim-kıyafet	Erkek
Mersin-Erdemli	Giyim-kıyafet	Erkek
Şırnak-İdil	Giyim-kıyafet	Kadın
Adana-Seyhan	Giyim-kıyafet	Erkek
Balıkesir-İvrindi	Giyim-ayakkabı	Erkek
Şırnak-Cizre	Giyim-kıyafet	Kadın
Batman	Giyim-kıyafet	Erkek
Şırnak-İdil	Giyim-kıyafet	Kadın
İstanbul-Esenyurt	Mobilya	Kadın

İhtiyaç Haritası’nda genç kategorisinde, ihtiyaçlar başlığı altında, Temmuz 2019 itibarıyla, 18 adet ihtiyaç talebi olduğu görülmüştür (Tablo 1). Bu ihtiyaçların özellikle Doğu bölgelerden yapılmış olması, ihtiyaç sahibi gençlerin çoğunluğunun erkeklerden oluşması dikkat çekicidir. Spor ayakkabı ve giyim-kıyafet konusundaki ihtiyaçların belirtildiği kategoride, ihtiyaç sahibi gençler genellikle öğrenci olduklarını ve kıyafete ihtiyaç duyduklarını belirtmişlerdir. Bazı ihtiyaç taleplerinde, kendileriyle birlikte küçük kardeşleri için de ihtiyaç talebinde bulunmuşlardır.

“İki kardeş üniversite sınavına hazırlanacağız babamın ikimizi birden dershaneye gönderme imkânı yok ben evde hazırlanacağım bu nedenle dersleri dinleyebileceğim tablete ve yks sayısal kitaplarına ihtiyacım var yardım ederseniz çok mutlu olurum. Şimdiden teşekkür ederim.”

“Lütfen yardımcı olun babam çalışmıyor kız kardeşim okuyor ben maddi sıkıntıdan dolayı okulu bıraktım yardımcı olursanız çok seviniriz.”

Gençler, küresel bir sorun olarak görülen işsizlikten en çok etkilenen gruptur. Türkiye, sahip olduğu genç nüfusu ile dikkat çekerken diğer tarafta işsizlik sorunuyla da mücadele etmektedir. Makro (ekonomik durgunluk, krizler, toplam talep yetersizliği, demografik faktörler gibi) ve mikro (tecrübe eksikliği, engellilik, gençlerin çalışma eğilimleri gibi) düzeydeki birçok farklı etkenden dolayı gençler işsizlikle mücadele etmektedir (Taş ve Bilen, 2014). Türkiye’de işsizlik önemli bir toplumsal sorun iken işsizliğin yanı sıra genç işsizlik ve eğitilmiş işsizlik de sıkça tartışılan önemli sorunlar arasında yer almaktadır. Genç kategorisi altındaki 15-24 yaş arasındaki bireyler, işgücü piyasasındaki problemlerden en çok etkilenen grubu oluşturmaktadır (Çondur ve Bölükbaş, 2014). Tablo 1’de belirtilen ve Temmuz 2019 itibarıyla genç kategorisi altında Türkiye’deki ihtiyaç sahiplerinin yer aldığı bilgiler incelendiğinde işsizlik ve beraberinde yaşanan problemler de tespit edilebilmektedir.

Tablo 1’de dikkat çeken bir diğer nokta da genç kadınların ihtiyaç taleplerinde, hane halkının geneline ilgilendiren ihtiyaçlara odaklanmış olmalarıdır. Evdeki eksiklikler üzerine ihtiyaçlarını belirten kadınlar genellikle mobilya talebinde bulunmuşlardır. Özellikle kırsal kesimde yoksullukla da mücadele etmek zorunda kalan kadınlar evin ihtiyaçlarının giderilmesi konusunda da önemli rol üstlenmişlerdir.

“2 adet baza ihtiyacım var çocuklarım için...”

“Evimizde özellikle yatak odamızda rutubet bulunması nedeniyle kendi yatak odamızdaki çoğu eşyamız kullanılamaz duruma geldi atmak zorunda kaldık çift kişilik mümkünse sandıklı temiz baza ve yatak ya da komple yatak odası takımı paylaşmak isteyenlerin desteğini bekliyoruz”

Burada dikkat çeken bir diğer ayrıntı da yoksulluk, işsizlik, kırsal kesimde yaşamamanın zorluğu, genç ve kadın olmak gibi şartların yanı sıra kadınların internet teknolojisini kullanarak ihtiyaçlarını belirtmesi, İhtiyaç Haritası gibi bir sosyal yardımlaşma-gönüllülük platformunda talepte bulunması, modern yaşamın diğer yönünü de bizlere sunan bir örnek olarak değerlendirilebilir. Tablo 1’deki veriler çerçevesinde modern yaşama yönelik diğer bir atf da ihtiyaç sahiplerinin cep telefonu tablet bilgisayar gibi taleplerini belirtmeleridir. İhtiyaçlar sıralamasında belki de az bir öneme sahip olduğu düşünülen bu teknolojik cihazlarla ilgili talepler, yine internet teknolojisini kullanmaya yönelik ihtiyacın günümüzde sahip olduğu önemi örneklendirmektedir.

Tablo 2. İhtiyaç Haritası- Destekler

Bölge	Destek Kategorisi	Cinsiyet
Ankara	Giyim-kıyafet	Kadın

İhtiyaç Haritası'nda Temmuz 2019 itibariyle, genç kategorisinde, destekler başlığı altında yalnızca bir destek başvurusu bulunmaktadır. Ankara'dan başvuran destekçi aşağıdaki ifadeleri kullanmıştır:

“Genç kızlar için kıyafet, mont, atkı, çanta desteğinde bulunmak istiyorum.”

Tablo 3. İhtiyaç Haritası- Gönüllüler

Bölge	Gönüllülük Kategorisi	Cinsiyet
İstanbul	Çorba dağıtımı-sosyal hizmet	Kadın-Erkek

“Her Akşam 19.00-21.00 saatleri arasında İhtiyaç sahiplerine ve Hastanenin acil servislerinde kalan evsizlere, hasta yakınlarına çorba dağıtıyoruz. Dağıtım esnasında yardımınıza ihtiyacımız var. Bize destek olur musunuz?”

İhtiyaç Haritası'nda Temmuz 2019 itibariyle, genç kategorisinde, gönüllülük başlığı altında da yine yalnızca 1 kayıt olduğu gözlenmiştir. Toplum Gönüllüleri Vakfı'nın Sokak Lambası Projesi kapsamında, çorba dağıtımı gerçekleştiren grup, gönüllülere ulaşabilmek amacıyla bir duyuruda bulunmuştur. Destekler gibi gönüllülük konusunda da az başvuru olmasına rağmen, ihtiyaçlar başlığı altında, ihtiyaç sahiplerine gönüllü olarak destek olanlar da dikkate alındığında, İhtiyaç Haritası'nın her başlığı altında gönüllülüğü teşvik ettiğini söylemek mümkündür. Genel olarak harita incelendiğinde, farklı gönüllü girişimlerin⁴ de seslerini duyurmak için bu platformu kullandıkları gözlenmektedir.

Sonuç ve Tartışma

Çağımızda dünya genelinde teknoloji ve gönüllülük ilişkisi bağlamında öne çıkan çevrimiçi gönüllülük ve mikro gönüllülük anlayışının yaygınlaşması, dijital iletişim teknolojilerine erişim konusunda yaşanan engellerin ve eşitsizliklerin ortadan kaldırması gerekliliğini doğrulamaktadır. Türkiye'de gittikçe artan oranda internet ve mobil iletişim teknolojilerinin kullanımı ise çevrimiçi gönüllülük faaliyetlerinin yaygınlaşmasına katkı sağlamaktadır. Gönüllülük bağlamında teknolojinin daha etkin kullanımı, 2019 yılını Türkiye'de Gönüllülük Yılı olarak kabul eden T.C. Gençlik ve Spor Bakanlığı tarafından hazırlanan Gönüllülük Yılı Strateji Belgesinde de öne çıkan başlıklar arasında yer almaktadır. Bu bağlamda dijital iletişimi etkin şekilde kullanan gençler de Türkiye'de gönüllülük faaliyetlerinin gerçekleştirilmesinde önemli aktörler haline gelmişlerdir.

4 “Benim Bisikletim Benim Şehrim”, “Geleceğin Kadın Liderlerini Arıyoruz”, “Otizme Mavi Işık Yak”, “Aradığımız Kahraman Sen misin?”

Türkiye'nin dijital iletişim aracılığıyla gerçekleştirilen gönüllülük projelerinden olan Ulusal Gönüllülük Komitesi üyeleri arasında yer alan İhtiyaç Haritası, toplumsal sorumluluk anlayışıyla, kar amacı gütmeksizin, bireyleri ve kurumları buluşturan, gençlerin ihtiyaçlarını ve desteklerini dijital platformda daha çok kişiye ulaştırmalarına olanak tanıyan, gönüllülük konusunda dünya sıralamasında alt sıralarda yer alan gençlerimizi gönüllülük faaliyetlerine teşvik eden ve ülke genelinde gönüllü gençlerin sayısını artırma potansiyeli olan bir proje olarak karşımıza çıkmaktadır. Ancak çalışmada örnek olay yöntemi ile incelenen İhtiyaçlar Haritası ilgili dönemde (Temmuz 2019) ihtiyaçlar, destekler ve gönüllüler olmak üzere üç temel başlık altında ele alındığında projenin genç kategorisindeki görünümünün ihtiyaçlar (18 talep) başlığı altında yoğunlaştığını, destekler (1 kayıt) ve gönüllüler (1 kayıt) başlıklarındaki katılımcı sayısının ise geri planda kaldığı görülmektedir. Bu bağlamda genel ihtiyaç haritası görünümüne kıyasla, “genç” konusu kapsamında yapılan arama neticesindeki görünümde ihtiyaçların az olduğu dikkati çekmektedir. Bölgesel olarak değerlendirildiğinde yoğunluk olarak Güneydoğu Anadolu ve Doğu Anadolu Bölgelerindeki gençlerin ön plana çıktığı Harita'da özellikle Diyarbakır-Ergani, Şırnak-İdil, Van-Gevaş, Elâzığ ve Batman'dan ihtiyaç sahibi gençlerin İhtiyaç Haritası'na bilgilerini bıraktıkları görülmektedir. Kategorik olarak değerlendirildiğinde; giyim-kıyafet, teknoloji, kitap-kırtasiye, mobilya ve diğer kategorilerinde ihtiyaçların belirtildiği gözlenmiştir. İhtiyaç sahiplerinin çoğunluğunun erkek olduğu görülmektedir. İlgili dönemde İhtiyaç Haritası'na girilen ihtiyaçlar ağırlıklı olarak Türkiye'nin Güneydoğu ve Doğu Bölgesinden gelirken destek (Ankara) ve gönüllülük (İstanbul) talebinin ülkenin Orta ve Batı Bölgesinden geldiği dikkati çekmektedir. Temmuz 2019 itibarıyla genç kategorisi altında Türkiye'deki ihtiyaç sahipleri ve ihtiyaç talepleri ülkemizde işsizlik ve beraberinde yaşanan maddi problemlere de ayna tutar niteliktedir. Aynı dönemde genç kadınların ihtiyaç taleplerinde, giyim-kıyafet, mobilya gibi hane halkının genelini ilgilendiren ihtiyaçlara odaklanmış olmaları dikkat çekicidir. Bu durum kırsal kesimde yoksullukla da mücadele etmek zorunda kalan kadınların evin ihtiyaçlarını karşılama konusunda üstlendikleri rolü göstermektedir. İncelenen dönemde teknoloji konusundaki ihtiyaç talebinin ise genç erkeklerden geldiği görülmektedir. İhtiyaç sahiplerinin cep telefonu, tablet, bilgisayar gibi bu talepleri, kırsal kesimde yaşanan daha temel ihtiyaçların yanı sıra teknolojinin günümüzün bireylerinin yaşantısında edindiği başat rolü göstermektedir.

İhtiyaç Haritası'nda yer alan tüm başlıklar altında gönüllülüğün teşvik edilmesi, Harita'da farklı bir vakfın (TGV) yürüttüğü proje kapsamındaki gönüllülük duyurusuna ve farklı girişimlerin gönüllülük çağrısına yer verilmesi ulusal platformda gönüllülük konusunda farkındalık sağlanmasına ve iş birliğine destek olmaktadır. Bu bağlamda mikro düzeyde ülkemizde çevrimiçi gönüllülüğe katkı sağlayan İhtiyaçlar Haritası makro açıdan ulusal gönüllülük faaliyetlerine duyuru, geliştirme ve katılım bakımından olanak sağlamaktadır. Cravens (2006) dünya çapında kişiler ve organizasyonlar için oldukça yerel ve kişisel düzeyde gerçekleşen çevrimiçi gönüllülüğün, küreselleşmenin olumlu tarafı olabileceğini vurgulamaktadır.

Dünya çapında 5.721 adet STK'nın anket sonuçlarına dayanan "2019 Küresel STK Teknoloji Raporu", dünya çapındaki STK'ların; %80'nin web sitesi olduğunu, %71'nin destekçilerine ve bağışçılara düzenli olarak e-posta güncellemeleri gönderdiğini, % 90'ının destekçileri ve bağışçıları ile bağ kurmada düzenli olarak sosyal medyayı kullandığını göstermektedir (Global NGO Technology Report 2019). Bu bağlamda rapor, günümüzde yeni iletişim teknolojilerinin sivil toplum kuruluşları tarafından etkin kullanıldığını göstermektedir. Çevrimiçi gönüllülük faaliyetlerinin gerçekleştirilmesinde etkin rol oynayan sivil toplum kuruluşlarına ilişkin uluslararası bu görünüm ülkemiz açısından örnek teşkil etmektedir. Özellikle politika geliştirici ve uygulayıcıların, bu çalışma kapsamında ele alınan İhtiyaçlar Haritası gibi yeni medya ile bütünleşen çeşitli çevrimiçi gönüllülük uygulamalarını (farklı alanlar ve hedef kitlelere yönelik) hayata geçirerek benzer platformların sayıca artmalarına olanak tanınması ülkemizdeki gönüllülük faaliyetlerinin gelişimine katkı sağlayacaktır. Yine çevrimiçi gönüllülük konusunda alan yazına kazandırılacak yeni araştırmalar ve çalışmalar bu konudaki bilgi havuzunun genişlemesine ve toplumsal farkındalık sağlanmasına etkili olacaktır.



Copyright © 2019 Republic of Turkey Ministry of Youth and Sports

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

Journal of Youth Research • December 2019 • 7(Special Issue) • 116-124

ISSN 2147-8473

Received | 01 August 2019

Accepted | 24 October 2019

ANALYSIS / RESEARCH

EXTENDED ABSTRACT

A Leading Volunteering Project in Digital Medium: An Evaluation on the Position of Youth in Turkey's Needs Map

*Zaliha İnci Karabacak**

*Ayşe Aslı Sezgin***

In this research, it is aimed to evaluate volunteering from the perspective of youth in Turkey, within the frame of the frequently discussed concepts of conscious society-conscious citizen. Today's digital means of communication have enabled the individuals to communicate and interact without the need to deal with impediments of place and time, which led to more digital volunteering programmes to be carried out. Analysed with the method of case study in this research, the Needs Map Project is also a young initiative which is based on digital volunteering in Turkey. Furthermore, the Needs Map is a member of the National Volunteering Committee in Turkey. Accessible online from all over Turkey, the Needs Map Project offers their members to be volunteer and supporter for the needs in micro level (town, district); under 22 categories (education, healthcare, transportation, accommodation, water, electricity, heating, young, woman, disabled, immigrant, child, sport, retired, elderly, music, culture-art, animal, technology, environment, agriculture and clothing) thanks to attendance of the local people.

* Assoc. Prof., Department of Visual Communication Design, TOBB University of Economics and Technology, Ankara, Turkey, zincikarabacak@gmail.com, ORCID ID: 0000-0002-4931-556X

** Assoc. Prof., Çukurova University, The Faculty of Communications, Department of Communication Sciences, Adana, Turkey, aaslisezgin@gmail.com, ORCID ID: 0000-0002-4557-7351

Within the scope of the Needs Map project as the case study of the research, first of all, a search was conducted about the heading “young” under the categories of supporters, needers and volunteers. On the date the search was conducted, first the general view over map of Turkey was shared (Figure 2), then evaluations on needs, supporters and volunteers presented via charts. This research seeks answers to the questions of “Where do the youth in need live in Turkey?”, “What do these youth need?” “Are there any supporters for these needs?” and “What can the volunteers do for these youth?” via these charts.

The Needs Map appears to be a project that enables youth to convey their needs and support to more people on digital platform, encourages our youth - the lowest number in terms of volunteering amongst the world - to take part in volunteering projects more and that has the potential to multiply the number of volunteer youth. However, when the Needs Map analysed with the case study method under three main titles: needs, supports and volunteers in the relevant period (July 2019), it is seen that the project's youth category is focused on needs (18 demands), but the number of participants under supports (1 record) and volunteers (1 record) categories stayed in the background. In this context, when compared to the general needs map; it was noteworthy that the needs of the search result within the scope of “youth” were few. Evaluating the needs according to regions, it is observed that the youth from South-eastern and Eastern Region are numerous; and that the youth in need from Diyarbakır-Ergani, Şırnak-İdil, Van-Gevaş, Elâzığ and Batman gave their details on Needs Map. Categorically evaluated, such needs are identified under clothing, technology, book-stationery, furniture and others. The majority of the people in need are male. Needs of that period are mostly from South-Eastern and Eastern Turkey, while most of the support (Ankara) and volunteering (Istanbul) are from inlands and western regions. As of July 2019 under the category of young, the Turkish people in need and their needs indicate the financial issues resulted from unemployment. In the same period, the needs of young women focus on the needs of the whole household, such as clothing and furniture. This shows the domestic roles of women who fights with poverty in rural areas. In the period examined, it is seen that the demand for technology comes from young men. Apart from the basic needs of the people who live in rural areas, such needs (mobile phone, tablet, computer, etc.) show that technology has a great importance for the individuals today.

Encouragement of volunteering under each category of the Needs Map Project, and giving place to announcement of another volunteering project conducted by another association (TGV) and volunteering calls of different initiatives on the Map raise awareness nationwide and sustain cooperation. Within this context, contributing to volunteering on a micro level in Turkey, the Needs Map Project- on a macro level- provides national volunteering activities with opportunities in terms of announcement, development and attendance.

Volunteering and Youth in Turkey

The fact that communication technology has developed so much in the present century, the concept of digital communication, the conscious society and the conscious citizens of this society have changed the appearance and content of volunteering activities. We are aware of all the issues in a very short time, no matter where in the world, we can reflect our reactions with our technological opportunities, and we can also take action on issues we want to volunteer. In order to take a step in the face of various social problems

depending on these developments and to listen to those who want to make their voice heard, different opportunities are offered to us with the help of digital communication technologies.

Since 2008, the policies on voluntary or specific legislation or other measures or update in Turkey have brought worldwide is among 68 countries (UNV, 2018). Represented Turkey in the activities of the actors in the field of corporate volunteerism is important in terms of the National Volunteer Committee. The National Volunteering Committee, which has a total of 32 members, was established in May 2013; It is a strategic advisory body that enables the cooperation of actors supporting the recognition, strengthening, and dissemination of volunteering (NGK, 2019). In the digital age, it is of great importance to meet on digital platforms about volunteering. In Turkey, the popular online reading system for the first time in the world is implemented by the Mediterranean Youth Association (Sivil Alan, 2019). There are several calls about volunteering to young people representative of the International Foundation of Turkey. For example, the World Wildlife Foundation (WWF) full-time within the scope of Turkey's Volunteer Program Announcement will work as a volunteer "Young Panda" ad is one of the current sample (WWF, 2019).

One of the program that offers volunteering opportunities for young people in Turkey is "European Voluntary Service". Since 2004, Turkey in the EU Education and Youth Programs Center Administration-National Agency by the Youth in Action Program within the scope of the European Voluntary Service, between 18-30 years old youth in a country other than the country of their residence and that in up to 12 months while providing opportunity to work as a volunteer (Demirel, 2013).

In 2018, Turkey's Youth Survey young people were asked what they were members of NGOs, indicating that any member of the civil society organizations. Non-NGO institutions were also among the answers. The result of the study shows that there is a need for more information about NGOs. Major NGOs whose work is appreciated in line with qualitative research results; KIZILAY, LÖSEV, TEMA and TÜGVA are listed in general, the majority of young people expressing that they do not have any NGOs they like or appreciate. Priority tasks undertaken by member youth in NGOs; tree planting, blood donation for blood donation, high school management coordinator. The basic expectations of young people from NGOs are stated as "Protecting young people", "Serving for the community", "Providing financial and moral support to families and young people" and "Being active" (TGSP, 2018).

Ministry of Youth and Sport, adopted by the Year of Volunteering in Turkey, prepared for the 2019 Year of Volunteering Strategy Paper constitutes the editing stage the focus topics. These are, strengthening the culture of volunteering, more effective use of technology, more effective regulation and risk management, strengthening volunteer management and increasing education, strengthening inter-institutional relations, recognition and evaluation of volunteerism (T.C. Ministry of Youth and Sports, 2019).

In the context of the various reports and statistics volunteering and youth relations in Turkey is seen as a long distance in front of young people in volunteering in our country. Researches, activities, technological investments, awareness studies and national and international collaborations carried out in our country are of great importance in this context.

Online Volunteering in Digital Environment within the Scope of Technology-Volunteer Relationship

Today, technological elements, which have an impact on every field of social life and have an indispensable position in the practices of daily life, help to look at the concept of volunteering from a different frame. With the support of technology, the volunteer can find suitable platforms for his / her initiatives in this context and he / she is aware of the target group that he / she can direct the volunteering activities and can communicate with them.

Individuals, children, youth can be voluntarily engaged in many different subjects such as social issues natural disasters, old age, poverty and disability. It is observed that the private sector has also started to play an active role in volunteer activities led by non-governmental organizations. Apart from these, an important development observed with the support of technology is the ability of individuals to perform volunteering activities not only under institutional structures but also individually (Özçağdaş, 2013).

In any issue that is considered as a social problem, individuals can quickly organize in virtual environment even through smart phones and support the hard-to-reach points without having to be under an institutional structure. This model, also called online volunteering technology, can be implemented with different contents.

When the subject of study within the scope of voluntary activities carried out with the help of internet technologies in Turkey we look at the overall appearance of different groups, civil society organizations, noteworthy voluntary activities. In this regard the internet and it can be considered as the effect of the use of mobile communications technology is increasing with each passing day in Turkey. The Needs Map, which is an exemplary volunteer project supported by technology, is also an important initiative to be evaluated in this context.

A Sample Volunteer Project in Digital Environment: The Needs Map

The Needs Map is defined its purpose, the micro-level, with the participation of citizens in Turkey (cities, districts) need issues, to determine their own needs, in a systematic way for those who want to support in order to meet these needs is defined as to inform volunteers. In the Needs Map, needs were grouped under a total of 22 categories and the subjects needed by the needy were conveyed under each category for those willing to support voluntarily. These categories "education, health, transportation, housing, water, electricity, warming, young, women, disabled, migrants, children, retired, elderly, music, culture-arts, animal, technology, environment, agriculture, clothing (Needs Map, 2019).

Analysis of Research Data

In this study, using digital communications opportunities among the 32 members of the National Volunteer Committee representing voluntary activities in Turkey as an active "The Needs Map" was analyzed using the case study method. The case study method allows researchers to maintain the holistic and meaningful characteristics of real-life segments such as individual life cycles, organizational and managerial processes, change of neighborhood, international relations and the maturation of industries (Yin, 2003).

The case study is a framework that limits the research. In other words, the case study represents the end of the projector beam (Thomas, 2015).

In this study “The Needs Map” volunteering determined as a case study and examined in more detail in the youth position on this map, the owner needs in Turkey, which supports the owners of this need with the young people were asked to be made a general assessment of volunteers.

Young People in The Needs Map: Needs and Supporters

Within the scope of the The Needs Map project selected as a case study in the study, first of all, a search was made in the categories of “young” subjects in the categories of supporters, needs and volunteers. The date on which the search is conducted primarily on the needs and then shared the general view on the map Turkey, has been transferred through the evaluation tables of supporters and volunteers.

Compared to the general needs map outlook, the search results within the scope of the “young” issue show that the needs are low. Young people are the most important group that affected by unemployment, seen as a global problem. Turkey draws attention with its young population but on the other side it is struggling with the problem of unemployment. Young people are struggling with unemployment due to many different factors at the macro level (economic stagnation, crises, total demand insufficiency, demographic factors) and micro (lack of experience, disability, young people’s working disposition) (Taş & Bilen, 2014). Individuals between the ages of 15-24 under the youth category constitute the group most affected by the problems in the labor market (Çondur and Bölükbaş, 2014).

In the analysis, another detail that draws attention is poverty, unemployment, the difficulty of living in rural areas, being young and women. Women’s use of internet technology to specify their needs, the need for a social assistance-volunteering platform such as the Map of Needs, can be considered as an example that offers us the other aspect of modern life. The demands related to these technological devices, which are thought to have little importance in the requirements list, exemplify the importance of the need for using internet technology today.

It is possible to say that map encourages volunteering under each heading. In general, when the map is examined, it is observed that different voluntary initiatives also use this platform to make their voices heard.

Conclusion and Discussion

The use of internet and mobile communication technologies in Turkey are increasingly contributing to the spread of online volunteering activities. Among the members of the National Volunteering Committee, the Needs Map, with its social responsibility, approach, brings together individuals and institutions for non-profit, enables young people to convey their needs and support to more people on a digital platform, is a project that has the potential to increase the number of young volunteers across the country.

When the Needs Map examined in the case study under three main headings: needs, supports and volunteers in the relevant period (July 2019), it is seen that the view of the project in the young category is concentrated under needs (18 demands), supports (1 record) and volunteers (1 record), the number of participants remained in the background. In this context, compared to the general needs map view, it is noteworthy that the needs of the search result within the scope of "youth" are low.

As of July 2019, there were 18 needs in the youth category in the Needs Map (Table 1). It is noteworthy that these needs are made especially from Eastern regions and the majority of young people in need are men. A remarkable detail within the framework of the data in Table 1 is that the needy people specify their demands such as mobile phones and tablet computers. The demands related to these technological devices, which are thought to have little importance in the requirements list, exemplify the importance of the need for using internet technology today.

Table 1. Needs Map-Needs

Region	Category of need	Gender
İstanbul-Maltepe	Clothing-clothes	Male
Diyarbakır-Ergani	Clothing-shoes	Male
Diyarbakır-Ergani	Technology	Male
Van-Gevaş	Technology	Male
Diyarbakır-Ergani	Clothing-shoes	Female
Van-Gevaş	Other-suitcase	Male
Antalya-Kepez	Clothing-clothes	Female
Zonguldak-Kilimli	Furniture	Female
Adana-Seyhan	Clothing-clothes	Female
Elâzığ	Clothing-clothes	Male
Mersin-Erdemli	Clothing-clothes	Male
Şırnak-İdil	Clothing-clothes	Female
Adana-Seyhan	Clothing-clothes	Male
Balıkesir-İvrindi	Clothing-shoes	Male
Şırnak-Cizre	Clothing-clothes	Female
Batman	Clothing-clothes	Male
Şırnak-İdil	Clothing-clothes	Female
İstanbul-Esenyurt	Furniture	Female

A general assessment of volunteers and support in the needs map is provided in table 2 and table 3.

Table 2. Needs Map- Supports

Region	Category of need	Gender
Ankara	Clothing-clothes	Female

Table 3. Needs Map- Volunteers

Region	Volunteering category	Gender
İstanbul	Soup delivery-social work	Female-male

We can state the assessments about the results in sub-titles. According to this:

Regional Assessment

Regionally, it is seen that young people in Southeastern Anatolia and Eastern Anatolia regions come to the fore in the Map and especially young people in need from Diyarbakır-Ergani, Şırnak-İdil, Van-Gevaş, Elâzığ and Batman leave their information to the Needs Map. In the relevant period to the entered requirements are mainly coming from Turkey's Southeast and East Regional support (Ankara) and voluntary (Istanbul), the country is noteworthy that the request came from Central and Western Regions.

Categorical Assessment

When evaluated categorically; clothing-clothing, technology, book-stationery, furniture and other categories were identified. The demands of the needs, such as mobile phones, tablets and computers, show the dominant role of technology in the lives of today's individuals as well as more basic needs in rural areas.

Assessment by Gender

It is seen that the majority of people in need are men. In the same period, it is noteworthy that young women focused on the needs of the households such as clothing and clothing and furniture. This shows the role of women in rural areas who have to fight poverty in meeting the needs of the house. In the period examined, it is seen that the demand for technology comes from young men.

The evaluations of non-governmental organizations that play an active role in the implementation of online volunteering activities are very important for our country. In particular, enabling policy makers and practitioners to increase the number of similar platforms by introducing various online volunteering practices (for different areas and target audiences) integrated with the new media such as the Needs Map discussed in this study will contribute to the development of volunteer activities in our country. Again, new research and studies on online volunteering will be effective in expanding the knowledge pool and raising public awareness.

Kaynakça/References

- Apphic (2019). 100.000'den fazla gönüllü ile genç gönüllüler yayında!, <https://www.apphic.com/100-000den-fazla-gonullu-ile-genc-gonulluler-yayinda/>, Erişim tarihi: 05.06.2019
- Balaban, A. Y. ve İnce, İ. Ç. (2015). Gençlerin sivil toplum kuruluşlarındaki gönüllülük faaliyetleri ve gönüllülük algısı: Türkiye Eğitim Gönüllüleri Vakfı (TEGV) Örneği. *Dokuz Eylül Üniversitesi İktisadi İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 30(2), 149-169.
- Bianet (2018). *Türkiye'de gönüllülük raporu: gönüllüyü koruyan yasal mevzuat yok*, <https://m.bianet.org/bianet/toplum/196512-turkiye-de-gonulluluk-raporu-gonulluyu-koruyan-yasal-mevzuat-yok>, Erişim tarihi: 05.06.2019
- Birleşmiş Milletler Gönüllüleri (2011). Yirmi birinci yüzyılda gönüllülük. *Dünyada gönüllülüğün durumu raporu içinde* (s.25-37).
- Chen, J., Ren, Y., & Riedl, J. (2010, April). The effects of diversity on group productivity and member withdrawal in online volunteer groups. In Proceedings of the SIGCHI conference on human factors in computing systems (pp. 821-830). ACM.
- Comas-Quinn, A. (2019), Using Online Volunteer Translation Communities For Language Learning in Formal Education, In, A. Plutino, K. Borthwick & E. Corradini, New educational landscapes: innovative perspectives in language learning and technology, (41-46), Research-publishing.net.
- Çondur, F., ve Bölükbaş, M. (2014). Türkiye'de işgücü piyasası ve genç işsizlik-büyüme ilişkisi üzerine bir inceleme. *Ammme İdaresi Dergisi*, 47(2), 77-93.
- Cravens, J. (2006), Involving International Online Volunteers: Factors for Success, Organizational Benefits, and New Views of Community, *The International Journal Of Volunteer Administration*, Volume XXIV, Number 1 15-23
- Cravens, J., Ellis, S. J. (2014), *The LAST Virtual Volunteering Guidebook: Fully Integrating Online Service into Volunteer Involvement*, Energize, Inc
- Demirel, İ. (2013). Türkiye'de gönüllülüğü yaygınlaştıran avrupa birliği programları, *Türkiye'de Gönüllülük içinde* (s.43-46)
- Digital in 2019 (2019). *Digital in Turkey 2019*. <https://wearesocial.com/global-digital-report-2019>, Erişim tarihi: 11.07.2019.
- Drumbl, M. A. (2012). Child soldiers and clicktivism: Justice, myths, and prevention. *Journal of Human Rights Practice*, 4(3), 481-485.
- Erdoğan, E. (2017). *Türkiye'de gençlerin iyi olma hali saha araştırması bulgular*, <https://habitatdernegi.org/wp-content/uploads/turkiye-de-genclerin-iyi-olma-hali-raporu.pdf>, Erişim tarihi: 06.06.2019
- Farrow, H., Yuan, Y. C. (2011), Building stronger ties with alumni through Facebook to increase volunteerism and charitable giving. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 16(3), 445-464.
- Farzan, R., Kraut, R., Pal, A., & Konstan, J. (2012, February). Socializing volunteers in an online community: a field experiment. In Proceedings of the ACM 2012 conference on Computer Supported Cooperative Work (pp. 325-334). ACM.
- Fussell, S., & Setlock, L. (2003). Informal communication in an online volunteer community: Implications for supporting virtual relationships. Unpublished Manuscript, Human-computer Interaction Institute, USA: Carnegie Mellon University.
- Global NGO Technology Report 2019, <https://www.funraise.org/techreport>, Erişim tarihi: 11.11.2019
- Habitat (2019). *Türkiye'de gençlerin iyi olma hali raporu 2*, <https://habitatdernegi.org/wp-content/uploads/turkiye-de-genclerin-iyi-olma-hali-raporu-2-ozet.pdf>, Erişim tarihi: 06.06.2019
- Halupka, M. (2014). Clicktivism: A systematic heuristic. *Policy & Internet*, 6(2), 115-132.
- İhtiyaç Haritası (2019). <https://www.ihdiyacharitasi.org/hakkimizda>, Erişim tarihi: 11.07.2019.
- İstanbul Aydın Üniversitesi Etkinlik Portalı (2014), *Gençlik ve Gönüllülük Zirvesi*, http://etkinlik.aydin.edu.tr/haber_detay.asp?haberID=2264, Erişim tarihi: 06.06.2019
- Karasar, N. (2004). *Bilimsel araştırma yöntemi*, Ankara: Nobel Yayın Dağıtım
- Karpf, D. (2010). Online political mobilization from the advocacy group's perspective: Looking beyond clicktivism. *Policy & Internet*, 2(4), 7-41.

- Kesgin, B. (2016), Türkiye’de Gönüllülük Çalışmaları Üzerine Bir Değerlendirme, *MSGSÜ Sosyal Bilimler Dergisi*, (13), 119-131
- Özçağdaş, S. (2013). Gönüllülük ve sosyal inovasyonla fark yaratmak. *Türkiye’de gönüllülük gönüllülüğün rolünün ve katkılarının keşfedilmesi içinde* (s.86-95). Birleşmiş Milletler Gönüllüleri Programı Türkiye Gençlik Servisleri Merkezi.
- Sivil Alan (2019). Akdeniz Gençlik Derneği Türkiye’nin Her Yerinden Gönüllü Çalışma Arkadaşları Arıyor..., <https://sivilalan.com/2019/05/12/akdeniz-genclik-dernegi-turkiyenin-her-yerinden-gonullu-calisma-arkadaslari-ariyor-2/>, Erişim tarihi: 06.06.2019
- Sivil Düşün (2018). 2. Sivil Toplum Forumu Nisan’da ‘gönüllülük’ temasıyla düzenleniyor, <http://sivildusun.net/2-sivil-toplum-forumu-nisanda-gonulluluk-temasiyla-duzenleniyor/>, Erişim tarihi: 10.05.2019
- Sivil Düşün Forumu (2019). <http://sivildusun.net/wp-content/uploads/2019/04/Forum-kitapcik-TR-small.pdf>, Erişim tarihi: 10.06.2019
- Şentürk, M. ve Turan B. (2016). Sonuç: üniversitede gönüllük olmak, M.Şentürk, Y. Adıgüzel, B. Turan (Ed.), *Üniversitede Gönüllü Olmak Üniversite Öğrencilerinin Gönüllülük Algıları, Eğilimleri ve Deneyimleri Araştırması: İstanbul Üniversitesi Örneği içinde* (s.337-366), <http://gonulluakademisi.org/wp-content/uploads/2018/02/UniversitedeGonulluOlmak-1.pdf>, Erişim tarihi: 28. 05. 2019
- Şimşek, A. (2012). Araştırma Modelleri, A. Şimşek (Edt.), *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri içinde* (s.80-108), Eskişehir: Anadolu Üniversitesi
- Starbird, K., & Palen, L. (2011). Volunteers: Self-organizing by digital volunteers in times of crisis. In Proceedings of the SIGCHI conference on human factors in computing systems (pp. 1071-1080). ACM.
- Strange, A.M., Enos R.D., Hill, M., Lakeman, A. (2019) Online volunteer laboratories for human subjects research. *PLoS ONE* 14(8): e0221676.
- Tarhan, U. (2013). Slactivism–slaktivizm & clicktivism–klikativizm nedir? *Martı Dergisi*, 1.
- Taş, H., ve Bilen, M. (2014). Avrupa Birliği ve Türkiye’de genç işsizliği sorunu ve çözüm önerileri. *Hak İş Uluslararası Emek ve Toplum Dergisi*, 3(6), 50-69.
- T.C. Gençlik ve Spor Bakanlığı (2019). *2019 Gönüllülük Yılı Stratejisi*, [https://www.gsb.gov.tr/Public/Edit/images/GSB/gencongonullulerkitapcik/GencGonulluler2019Kitap%20\(1\).pdf](https://www.gsb.gov.tr/Public/Edit/images/GSB/gencongonullulerkitapcik/GencGonulluler2019Kitap%20(1).pdf), Erişim tarihi: 20.06.2019
- TGSP (2018). *Türkiye’nin Gençleri 2018*, <http://tgsp.org.tr/Uploads/Document/TGSP%20Türkiye’nin%20Gençleri%20Araştırması.pdf>, Erişim Tarihi: 28. 06. 2019
- Thomas, G. (2015), *How to Do Your Case Study*, SAGE
- TÜİK (2018). Hanehalkı bilişim teknolojileri kullanım araştırması. *TÜİK Haber Bülteni*, sayı:27819.
- Türkiye Milli Kooperatifler Birliği (2018). *İnternet ile gelişen yeni bir kooperatif türü platform kooperatifçiliği*. <http://www.turkey.coop/haberdetay/Internet-ile-gelisen-yeni-bir-kooperatif-turu-/285>, Erişim tarihi: 11.07.2019.
- TÜSEV Atölye (2015). *Gönüllülük ve Yasal Mevzuat*, <https://www.tusev.org.tr/usfiles/files/GonullulukAnalizBilgiNotu.12.02.15.pdf>, Erişim tarihi: 20.05.2019
- UGK (Ulusal Gönüllülük Komitesi) (2019). <http://www.ulusalgonullulukkomitesi.org>, Erişim tarihi: 01.06.2019
- UNV (2018). *2018 State of the World’s Volunteerism Report*, https://www.unv.org/sites/default/files/UNV_SWVR_2018_English_WEB.pdf, Erişim tarihi: 01.06.2019
- WWF (2019). *WWF-Türkiye Gönüllü Programı Duyurusu*, <https://www.wwf.org.tr/bizkimiz/wwfisanlar/?8581/WWF-Turkiye-Gonullu-Program-Duyurusu>, Erişim tarihi: 01.06.2019
- Yegen, C. (2014). Dijital aktivizmin bir türü olarak Hacktivism ve “Redhack”. *Intermedia International Peer-Reviewed E-Journal Of Communication Sciences*, 1(1), 118-132.
- Yılmaz, B., Dündar, G.,ve Oskay, T. (2016). Dijital ortamda aktivizm: online imza kampanyalarına katılım davranışlarının incelenmesi (Kocaeli Üniversitesi İletişim Fakültesi öğrencileri üzerine bir araştırma). *Intermedia International e-Journal*, 2(3), 481-504.
- Yin, R.K. (2003). *Case study research: design and methods*, Sage Publications.
- https://europa.eu/youth/fr/article/45/29449_en, Erişim: 10.11.2019
- <http://cyber.icvolunteers.org>, Erişim: 10.11.2019



Copyright © 2019 T.C. Gençlik ve Spor Bakanlığı

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

Gençlik Araştırmaları Dergisi • Aralık 2019 • 7(Özel Sayı) • 125-145

ISSN 2147-8473

Başvuru | 01 Eylül 2019

Kabul | 04 Kasım 2019

Üniversite Öğrencilerinin Gönüllülük Davranışları ve Motivasyonları Üzerine Bir Araştırma: Çağ Üniversitesi Örneği

Murat Gülmez*

Öz

Farklı kişisel motivasyonlarla gerçekleştirilen gönüllülük faaliyetleri, toplumsal yapının güçlendirilmesinde ve gelişmesinde önemli bir yere sahiptir. Üniversite öğrencileri, hem dünyada hem de Türkiye’de gönüllülük faaliyetlere katılarak kendi gelişimlerine ve topluma katkı sağlamaktadır. Çalışmanın temel amacı üniversite öğrencilerinin gönüllülük davranışlarını ve motivasyonlarını ortaya çıkarmaktır. Ayrıca çalışmada öğrencilerin cinsiyetlerine göre gönüllülük motivasyonları arasındaki farklılık da incelenmiştir. Çağ Üniversitesi’nde öğrenim gören 376 öğrenciden elde edilen veriler, SPSS 22 programı kullanılarak analiz edilmiştir. Analiz sonuçlarına göre başkalarına yardım etme bilinci ve gerçekleştirilen yardımın kişiye kendini iyi hissettirme duygusu, gönüllülük faaliyetlerine katılımı en çok etki eden motivasyon nedeni olarak bulunmuştur. Ayrıca örnekleme dahil olan öğrencilerin daha çok, resmi olmayan bir şekilde bireysel olarak ya da kar amacı gütmeyen organizasyonlar içinde gönüllü oldukları ortaya çıkmıştır.

Anahtar Kelimeler: Gönüllülük, Gönüllülük Motivasyonu, Üniversite Öğrencileri.

* Dr. Öğr. Üyesi, Çağ Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Mersin, mgulmez@cag.edu.tr

Orcid ID: 0000-0003-2584-785X

Abstract

The volunteering activities that are carried out with different personal motivations play an important role in strengthening and developing the societal structure. University students contribute to their own development and society by participating in volunteering activities both in the world and in Turkey. The main purpose of this study is to find out the university students' volunteering behaviour and to determine the motivation of university students to participate in volunteering activities. In addition, the study examined the differences between volunteer motivation according to gender. Data obtained from 376 students studying at Cag University were analyzed using SPSS 22 program. According to the results, the awareness of helping others and the feeling of being helped by the help provided was found to be the most repeated motivation for participation in volunteering activities. Furthermore, it was determined that students volunteered on their own or in non-profit organizations more informally.

Keywords: Volunteering, Volunteering Motivation, University Student.

Giriş

Günümüzde bireyler, toplumsal değişimin bir parçası olmak, sağlık hizmetlerini iyileştirmek, başka kişilerin yaşam kalitesini artırmak için hiçbir maddi karşılık beklemeden gönüllü yardım etkinliklerine katılmaktadırlar (Leigh vd., 2011). Temelinde özgür irade ve maddi kazanç bekleme olmayan gönüllülük kavramı, toplumların kültürel özelliklerine göre farklı anlamlar taşımaktadır. Gönüllülük en genel tanımı ile bireylerin menfaat gözetmeksizin, bilgi, zaman, beceri ve kaynaklarını bir amaç doğrultusunda kullanmasıdır (Steinbach vd., 2014). Başka bir tanıma göre gönüllülük; kişinin kamu yararı amacına ulaşmak için doğru olduğuna inandığı toplumsal bir girişime veya sivil toplum kuruluşuna katılımına olanak sağlayan etkinliklere destek olmasıdır (Sellars vd., 2019). Gönüllüler günlük yaşamda eğitim, çevre koruma, sosyal hizmetler, engelli ve yaşlılara yardım gibi birçok alanda çeşitli görevler üstlenmektedirler.

Gönüllülük yapısı örgün ve yaygın olmak üzere ikiye ayrılmaktadır. Yaygın gönüllülük, sivil toplum örgütleri gibi resmi kuruluşlar tarafından belirlenen sosyal bir ihtiyacı karşılamaya yönelik, koordineli bir şekilde gerçekleştirilen gönüllülük hizmetleri olarak tanımlanmaktadır. Örgün gönüllülük ise, herhangi bir kuruluşa ve topluluğa bağlı olmadan kendiliğinden gerçekleşen, karşılanması gereken sosyal bir ihtiyaç durumunda karşılık beklemeden yapılan gönüllülük hizmetleridir. Gerçekleştirilen gönüllülük hizmetinin formal bir yapı içerisinde olması gerektiğini savunan görüşler olmasına karşın, informal yapılar içerisinde yer alan gönüllü faaliyetlerinin de gönüllülük tanımına dahil edildiği görülmektedir (Fişne, 2017).

Gönüllüler, yer aldıkları yapıların doğasının yanı sıra katıldıkları gönüllü faaliyetlerinin sürelerine göre de farklılık göstermektedir. Bang ve Chelladurai (2003) gönüllüleri sürekli ve olay (episodik) gönüllüler olmak üzere iki grupta sınıflandırmaktadır. Buna göre sürekli gönüllüler; maddi kaynaklarını, vakitlerini ve hizmetlerini belirli bir gruba ya da hedefe ayıran, bu doğrultuda uzun süreli faaliyetlerde yer alan kişilerdir. Sürekli gönüllülerin, dahil olduğu projeye düzenli olarak katkıda bulunmaları ve katılım sağlamaları gerekmektedir. Olay (episodik) gönüllüler ise, kısa süreli özel bir yardım faaliyetine katılan, belirli bir durum ve ihtiyaç karşısında gönüllü olan kişilerdir. Olay gönüllülüğünde, bireyin dahil olduğu yardım projesi tamamlandığında ya da gereksinim duyulan ihtiyaç karşılandığında gönüllülük sona ermektedir (Şengöz, 2016). Cnaan (1996), ise gönüllülüğü; özgür seçim, karşılık, hedeflenen yarar ve yapı olmak üzere dört boyutta tanımlamaktadır. Ayrıca gönüllüğe ait bu dört boyutun kendi içinde salt gönüllülükten geniş gönüllüğe doğru hiyerarşik bir sıralamada bulunduğunu belirtmektedir. Buna göre salt gönüllülük, formal bir yapı içerisinde bireyin gönüllü faaliyete katılmayı özgürce seçtiği, bir yakınlığının bulunmadığı kişi veya organizasyonlara hiçbir karşılık beklemeden hizmet etmesidir. Bireyin informal yapı içerisinde, ailesinden veya yakınından bir kişiye, göreceli olarak sosyal zorlama ile küçük boyutta hizmet sunması ise geniş gönüllülük olarak tanımlanmaktadır (Bowman, 2004).

Özellikle teknolojik gelişmeler ve artan sosyal sorumluluk bilinci ile birlikte gönüllülük yaklaşımının değiştiğini ve bu faaliyetlerinin arttığı görülmektedir. Mobil iletişim teknikleri ve sosyal medya siteleri aracılığıyla gündeme gelen çevrimiçi gönüllülük, zamana ve mekâna bağlı olma zorunluluğunu ortadan kaldırarak gönüllü katılımına esneklik getirmiştir (Balaban ve İnce, 2015). Sosyal medya sayfaları ile dünyanın her yerinden kişiler yardım faaliyetlerine katılıp, birbirleri ile bilgi üretimi ve paylaşımında bulunabilmektedir. Benzer şekilde kısa mesaj ile bireyler kolayca yardım faaliyetlerine katılabilmektedir. Sanal gönüllülük olarak da adlandırılan bu faaliyetlere, online imza kampanyalarına katılmak, engelli bireylerin gelişimine katkı sağlamak için kitap seslendirmek, sivil toplum kuruluşlarının sosyal medya sayfalarını takip ederek, etkinliklerinin duyurulmasına yardımcı olmak örnek olarak gösterilebilir (Şengöz, 2016). Küreselleşme ile gündeme gelen diğer bir kavram ise gönüllü turizmdir. Kısa dönemleri kapsayan ve genelde üniversite öğrencilerinin boş zamanlarında gönüllü yardım faaliyetlerine katılmasına olanak sağlayan gönüllü turizmi, üniversiteler ve çeşitli sivil toplum kuruluşlarının desteği ile gerçekleştirilmektedir (Uriely ve Ron, 2003). Bu gönüllülük faaliyetleri ile gençler, küresel çapta yer alan sorunların çözülmesine katkı sağlarken, farklı kültürleri tanıyarak bilgi ve deneyimlerini geliştirme fırsatı da bulabilmektedir.

İnsanları karşılık beklemeden kaynaklarını başkaları için harcamaya iten temel unsurların belirlenmesi, gönüllülük faaliyetlerine hangi nedenlerle katıldıklarının anlaşılmasından geçmektedir. Birçok alanda hizmet veren, emek ve zaman harcayan bireyleri, gönüllü olmaya yönlendiren güçlü bir motivasyonun olduğu bilinmektedir (Handy vd., 2010). Gönüllülüğün çok farklı ve çeşitli nedenleri olduğundan insanların gönüllü olma motivasyonlarının anlaşılması da oldukça güçtür (Wilson, 2000). Alanyazında gönüllü

motivasyonun altında yatan boyutlar birçok teori çerçevesinde açıklanmıştır. Bu teorik çerçeve kapsamında gerçekleştirilen çalışmalar incelendiğinde, gönüllü motivasyonun iki ve üç faktörlü modellere dayandırıldığı görülmektedir (Horton-Smith, 1981; Gillespe ve King, 1985; Cnaan ve Goldberg-Glen, 1991; Clary vd., 1994).

Horton-Smith 1981 yılında yapmış oldukları çalışmalarında gönüllülük motivasyonunu fedakârlık (altruistic) ve egoistlik (egoistic) olmak üzere iki alt boyutlu bir model ile incelemişlerdir. Buna göre gönüllü olan kişiler başkalarına yardım etmek istemektedir ancak bu faaliyetlere, tecrübe kazanma, toplumda saygı ve kabul görme, kendini geliştirme gibi faydacı güdüler ile katılmaktadır. Fitch (1987) ise üniversite öğrencileri üzerine yapmış olduğu çalışmada, bu iki faktöre ek olarak sosyal sorumluluğu (social responsibility) ekleyerek modeli geliştirmiştir. Gönüllülük motivasyonu ile asıl kapsamlı araştırmaların 1990'lu yıllarda başladığı görülmektedir. Cnaan ve Goldberg-Glen (1991) gönüllülüğü 28 güdü ile açıklayarak Gönüllülük Motivasyonu (Motivation to Volunteer-MTV) modelini geliştirmiştir. Bu çalışma ile bireylerin gönüllük motivasyonları çok alt ölçekli modeller ile ölçülmeye başlanmıştır (Esmond ve Dunlop, 2004).

Clary vd., (1998) çok boyutlu motivasyon ölçeği üzerinde ABD AIDS gönülleri ile yapmış oldukları çalışma sonucunda Gönüllü Fonksiyon Envanteri (Volunteer Function Inventory-VFI)'ni geliştirmişlerdir. Ölçekte gönüllülük motivasyonunu; değerler, anlama, kariyer, sosyal, koruyucu ve kendini gerçekleştirmek olmak üzere altı boyutta açıklamışlardır. Bu boyutlardan değerler, kişinin başkalarına yardımcı olmak konusunda din gibi derin inançlar ile hareket etmesini temsil etmektedir. Anlama; kişinin öğrenme arzusunu tatmin etmesini, kariyer ise yeni çalışma ortamları ve iş fırsatlarını önceden belirlemesini içermektedir. Sosyalleşme, gönüllülerin kendileri ile ortak değerlere sahip önemli insanlar ile bir araya gelmesini sağlamanın yanı sıra, toplumda kabul görmesini ve yakınında bulunan aile bireylerinin yönlendirmesi ile faaliyete katılarak saygı kazanma isteğini kapsamaktadır. Koruyucu, bireyin egodan kaynaklanan negatif duygulardan ve özelliklerinden kaçınmak motivasyonu ile gönüllülük faaliyetlerine katılmasını ifade eder. Son olarak kendini gerçekleştirme, kişinin yardım etme duygusu yaşadığı içsel mutluluğu ve kendine dair özsaygı ve değer duygusunu artırma isteklerini göstermektedir (Cappellari ve Turati, 2004).

Gönüllük motivasyonu ile ilgili gerçekleştirilen en geniş kapsamlı çalışma ise 2004 yılında Esmond ve Dunlop tarafından Avusturalya'da gerçekleştirilmiştir. 15 farklı kurumdan 2444 gönüllü katılımcı ile gerçekleştirilen araştırmada gönüllülük motivasyonları; değerler, karşılıklılık, kabul görme, anlama, benlik saygısı, tepkisellik, sosyal, koruyucu, sosyal etkileşim ve kariyer geliştirme olmak üzere 10 alt faktörden oluşmaktadır. Çalışmada geliştirilen model; gönüllülük motivasyonlarını anlamak, yeni gönüllülerinin motivasyon ihtiyaçlarının tespit edilerek bu ihtiyaçlara yönelik görevlerde yer almasını sağlamak ve gönüllülük devamlılığını sağlamak için kullanılmaktadır (Esmanda ve Dunlop, 2004).

Fairly vd. (2007) gönüllü etkinlikte yer alan bireylerin temel motivasyonlarını dört ana başlık altında toplamıştır. Bu motivasyonlar; toplumda prestij elde etme, bir olayın parçası olma, diğer insanlarla buluşma ve sosyalleşerek yeni şeyler öğrenmedir. Işık ve Bozçam (2016), sivil toplum alanında görev eğitmenlerin motivasyonlarını araştırdığı çalışmasında, bireyin sahip olduğu temel değerlerin (toplum sorunlarına duyarlılık, toplumda eşitlik algısı ve bilimsel yaklaşım) gönüllülük için güdüleyici unsurlar olduğunu belirtmektedir.

Gönüllülük faaliyetleri, bireysel anlamda hem gençlere hem de yetişkinlere değer yargılarının gelişmesinde, özgüvenlerinin artmasında, takım çalışmasını öğrenmede ve aidiyet hissi yaşamalarında önemli fırsatlar sunmaktadır (UNV, 2014). Özellikle gönüllülük, gençlerin kendilerini geliştirmeleri için iyi bir öğrenme yoludur. Bjalesjö (2010) gönüllük faaliyetlerinin, gençlere gelecekteki iş hayatlarında faydalanabilecekleri bilgi ve becerileri sağlamalarında fayda sağlayacağını belirtmektedir. Benzer şekilde öğrencilerin özgeçmişlerinde gönüllü faaliyetlerin olması da kariyer hayatlarında onlara avantaj sunmaktadır. Gönüllü faaliyete katılan öğrencilerin katılmayanlara oranla liderlik yeteneklerinin, özgüvenlerinin, eleştirel düşünme ve çatışma yönetme becerilerinin daha gelişmiş olduğu tespit edilmiştir (Astin ve Sax, 1998). Bu nedenle, üniversite öğrencileri için gönüllülük deneyimleri, başarılı şekilde rekabet edebilmelerini, kariyer fırsatlarını arttırmalarını ve daha yüksek maaşla daha iyi işler elde etmelerine yardımcı olmaktadır (Ziemek, 2006). İşverenler açısından ise gönüllülük deneyimi olan iş görenler, iyi örgütsel vatandaşlık özelliği gösterecek, organizasyon için kendi özel çıkarlarından gönüllü olabilecek muhtemel adaylar olarak değerlendirilmektedir (Handy vd., 2010).

Smith ve Weaver (2006) daha önce bir bakım evinde gönüllü olarak yer alan tıp fakültesi adayının, benzer akademik profili olan ancak gönüllülük deneyimi olmayan bir adaya göre daha avantajlı olacağını belirtmektedir. Bu açıdan eğitimi sonrası iş arayışına başlayacak olan üniversite öğrencilerinin, gönüllülük motivasyonlarının sadece içsel olarak fedakârlık boyutunda değerlendirilmesinin ötesinde faydacı bir perspektifle de araştırılması ve anlaşılması gerekmektedir. Alanyazında üniversite öğrencilerinin gönüllülük motivasyonlarının farklı yaklaşımlarla araştırıldığı çalışmalar yer almaktadır. Örneğin Pan (2012), Tayland'daki üniversite öğrencilerinin başka ülkelerde gönüllülük faaliyetlerine (gönüllü turizm) katılma motivasyonlarını itme- çekme (push-pull) teorisi çerçevesinde incelediği çalışmasında, gönüllü faaliyetlerinin, öğrencilere kattığı kazanımlarına vurgu yapmaktadır. Buna göre farklı ülkelerdeki gönüllülük faaliyetlerine katılan öğrencilerin; öğrenme tutumlarının, iletişim becerilerinin, empati yeteneklerinin, özdeğer algılarının, stres yönetim becerilerinin ve takım çalışma yeteneklerinin gelişmesinin yanı sıra farklı görüşlere karşı hoşgörülerini de arttırmaktadır. Aynı zamanda bu faaliyetlere katılan öğrencilerin kişisel hayatlarında sahip oldukları ile mutlu olma eğilimlerinin arttığı ve maddiyata dayalı isteklerini kontrol etmeyi öğrendikleri tespit edilmiştir.

Berber (2015) spor etkinliklerinde yer alan gönüllülerin motivasyonlarını araştırdığı doktora tezinde, katılımcıların motivasyonlarını; benzer ilgilere sahip başka insanlarla tanışma ve

bir arada olma (ortak hedef), etkinliğin gerçekleştirilmesine ve ülkesine katkı sağlama (amaç odaklı), çevresindeki insanlara ve ailelerine karşı duydukları (sorumluluk) ve çevrelerindeki ve ailelerindeki insanlardan etkilenme (dış kaynaklar) olmak üzere dört alt faktör ile incelemiştir. Araştırma sonuçlarına göre katılımcıların ortak hedef, amaç odaklı ve sorumluluk motivasyonları ile gönüllülük faaliyetlerine katıldıkları tespit edilmiştir. Ayrıca ağırlıklı olarak 18-24 yaş grubu katılımcıların yer aldığı çalışmada gönüllü olma konusunda ailelerinden daha çok, arkadaş çevrelerinden etkilendikleri belirlenmiştir.

Balaban ve İnce (2015) gençlerin sivil toplum kuruluşlarındaki gönüllülük faaliyetleri ve algılarının inceledikleri araştırmalarını, TEGV (Türk Eğitim Gönüllüleri Vakfı) gönüllüleri ile gerçekleştirmiştir. Çalışmada ülkemizdeki gençlerin, sorumluluk ve yardımseverlik bilinci ile gönüllülük faaliyetlerine katıldığı, yardım etmiş olmanın bireye kazandırdığı içsel motivasyonlarla bu etkinliklerde yer aldığı belirtilmektedir. Benzer şekilde Tiltay (2014) doktora tezinde, empatinin ve özgeciliğin doğrudan ve dolaylı gönüllü hizmet sağlamada olumlu yönde etkiye sahip olduğunu belirtmektedir. Buna karşın bireyin gönüllülük gösterme motivasyonları arasında yer alan dini değerlerin ve sosyal etkileri ile gönüllülük hizmetleri arasında anlamlı bir ilişki olmadığı tespit edilmiştir.

Dyson (2017) İngiltere'deki hemşire öğrencilerinin gönüllülük tutumlarını araştırdığı çalışmada öğrencilerin gönüllü olma motivasyonlarının yüksek olduğunu belirtmektedir. Ayrıca bu faaliyetlerin, öğrencilerin eleştirel düşünme becerilerini ve kişisel değerler algılarını artırdığı sonucuna ulaşmıştır.

Gönüllülük faaliyetlerin giderek yaygınlaşmasının yanında, bu faaliyetlere katılım oranlarının ve motivasyonlarının, farklı kültürlere sahip ülkelere göre değiştiği bilinmektedir (Salamon ve Sokolowski, 2000). Avusturya ve Britanya'daki çevre gönüllülerin motivasyonlarının kültürler arası boyutta incelendiği çalışmada iki ülke katılımcıların motivasyonlarının büyük oranda farklılık gösterdiği görülmüştür (Sloane ve Haider, 2019). Çalışma sonuçlarına göre, Britanya'daki katılımcıların gönüllülük motivasyonlarını kariyer ve öğrenme fırsatları oluştururken; Avusturya'daki katılımcıların çevresel değerler ve toplumsal saygı motivasyonları ile gönüllü oldukları belirlenmiştir. 2014 yılında 135 ülkede gerçekleştirilen araştırmada, gönüllülerin maddi yardımları, gönüllülük süreleri ve birine yardımda bulunma sıklıkları esas alınmıştır. Araştırma sonucuna göre gönüllü faaliyetlerine katılım süresinde ilk üç sırada Türkmenistan, Mynmar ve Sri Lanka yer alırken, Türkiye 132. Sıra ile sondan üçüncü sırada yer almıştır (World Giving Index, 2014). Benzer şekilde Handy vd., (2010)'nin gönüllülük motivasyonları üzerine 13 farklı ülke ile gerçekleştirdikleri kültürler arası çalışmalarında, gönüllülük ve kültür arasında anlamlı bir ilişki olduğu tespit edilmiştir.

Gençlerin gönüllülük motivasyonları, gönüllü olan ve bu alanda yer alan gönüllü yönetimi ve akademik camia için önemli araştırma konulardan birini oluşturmaktadır. Yabancı alan yazında (Davis vd., 1999; Sherraden vd., 2008; Morrow-Howell vd., 2014; Cady vd., 2018; Lau vd., 2019) ve ülkemizde gönüllülük motivasyonu ile farklı alanlarda gerçekleştirilmiş çok sayıda çalışmanın varlığı dikkat çekmektedir. Ülkemizde gençlerle

gerçekleştirilen çalışmalar incelendiğinde ise daha çok spor organizasyonları (Koşan ve Güneş, 2009; Kara, 2012; Güzel vd., 2013; Atçı vd., 2014; Beber, 2015) ve eğitim (Sertbaş, 2006; Akman, 2008; Balaban ve İnce, 2015; Işık ve Bozçam, 2016), gibi belirli alanlara yönelik gönüllü katılım motivasyonlarının araştırıldığı görülmektedir. Alan yazın taraması süresince ülkemizde gerçekleştirilen çalışmalarda, üniversite öğrencilerinin genel gönüllülük motivasyonlarının da incelendiği çalışma sayısının az olması, çalışmanın önemini pekiştirmektedir. Bu çalışmada, gençlerin özel bir organizasyonda ya da sivil toplum örgütünde gönüllü olarak yer alma motivasyonlarından ziyade, genel gönüllülük tutumlarının ve profillerinin belirlenmesi hedeflenmektedir. Bu açıdan çalışmanın alan yazına katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

Yöntem

Araştırmanın Amacı

Günümüzde üniversite öğrencileri sağlıktan eğitime çok geniş yelpazede gönüllülük faaliyetlerinde yer alarak hem kendi gelişimlerine hem de toplumsal kalkınmaya katkıda bulunmaktadır. Ancak ülkemizde hala genç nüfusun gönüllülük faaliyetlerine katılımlarının düşük olduğu bilinmektedir (Balaban ve İnce, 2015). Üniversite öğrencilerinin gönüllülük faaliyetlerine katılımların artırılması, devamlılığının sağlanması için, gençleri gönüllü olmaya iten nedenlerin anlaşılması önem arz etmektedir. Araştırmanın temel amacı üniversite öğrencilerinin gönüllülük davranışlarını ve motivasyonlarını belirlemektir. Üniversite öğrencilerinin gönüllülük durumlarını ve nedenlerini ortaya çıkarmak amacıyla tasarlanan bu çalışmanın araştırma sorusu (AS) aşağıda belirtilmiştir.

AS 1: Üniversite öğrencilerinin gönüllülük motivasyonları ne yöndedir?

AS 2: Üniversite öğrencilerinin gönüllülük davranışları ne düzeyde ve nasıl gerçekleşmektedir?

Araştırmada nicel verileri toplamak için hazırlanan anketler çoğaltılarak yüz yüze uygulanmıştır. Toplamda 376 öğrencinin katılımı ile anket çalışması tamamlanmıştır.

Araştırmanın Anakütlesi ve Örneklemi

Üniversite öğrencilerinin gönüllülük davranışları ve motivasyonlarının incelendiği bu araştırmanın ana kütlesini Çağ Üniversitesinde 2017-2018 akademik yılında kayıtlı olan öğrenciler oluşturmaktadır. Araştırmanın örneklem belirlenmesinde, tesadüfi olmayan örneklem yöntemlerinden kolayda örnekleme yöntemi kullanılmıştır (Gegez, 2019). Anket formunda katılımcıların demografik ve tanımlayıcı bilgilerini elde etmek üzere toplam 6 adet soru vardır. Bu sorular ile örneklem profilinin yaş, cinsiyet, eğitim durumu, aylık hane geliri, okudukları bölüm ve sınıf, planladıkları mezuniyet tarihleriyle ilgili sorular yer almıştır. Örneklem grubunun demografik özelliklerine ait bulguların dağılımı Tablo 1'de yer almaktadır.

Tablo 1. Demografik Bulgular

Yaş dağılımı	n	%	Cinsiyet	n	%
18-20 yaş aralığı	127	33,7	Kadın	231	61,4
21-23 yaş aralığı	187	50,7	Erkek	145	38,6
24-26 yaş aralığı	35	9,3	Toplam	376	100
27 yaş ve üzeri	5	1,4	Aylık Hane geliri	n	%
Belirtmemiş	22	4,9	Yüksek gelir grubu	57	15,2
Toplam		100	Orta gelir grubu	288	76,6
Liseyi Türkiye’de okuma durumu	n	%	Düşük gelir grubu	11	2,9
Evet	355	94,4	Belirtmemiş	20	5,3
Hayır	7	1,9	Toplam	374	100
Belirtmemiş	14	3,7	Bölümü	n	%
Toplam	376	100	Hukuk	40	0,11
Üniversitedeki eğitim yılı	n	%	Psikoloji	72	0,19
1	22	5,9	Uluslararası ilişkiler	91	0,24
2	125	33,2	Uluslararası Ticaret ve Lojistik	60	0,16
3	58	15,4	Uluslararası İşletmecilik	59	0,16
4	67	17,8	Uluslararası Finans ve Bankacılık	54	0,14
5	33	8,8	Toplam	376	100
6 ve üzeri	6	1,6			
Belirtmemiş	65	17,3			
Toplam	376	100			

Tablo 1 incelendiğinde katılımcıların % 90'a yakınının 18-23 yaş aralığında, % 61'inin kadın ve % 77'sinin orta gelir gruba mensup olduğu görülmektedir. Ayrıca öğrencilerin % 94'ünün liseyi Türkiye'de okuduğu, % 24'ünün hukuk öğrencisi olduğu belirlenmiştir. Anket uygulamasına katılan öğrencilerin % 33'ünün de ikinci sınıf öğrencisi olduğu tespit edilmiştir.

Veri Toplama Araçları ve Verilerin İstatistikî Analizi

Araştırma, karşılaşılan herhangi bir probleme çözüm bulabilmek veya ortaya çıkan fırsatlardan yararlanabilmek amacıyla sistematik, düzenli, objektif ve bilimsel bilgi toplama, işleme ve analiz çabalarını içermektedir (Gegez, 2019). Araştırma anketi iki temel bölümden oluşmaktadır. Anket formunun ilk bölümünde öğrencilerin gönüllülük durumlarını ve motivasyonlarını belirlemek amacıyla Handy vd., (2010) tarafından geliştirilen ölçek kullanılmıştır. Ölçekte katılımcıların gönüllülük durumlarını sorgulayan 20 ifade, gönüllülük motivasyonlarını sorgulayan 15 ifade olmak üzere toplamda 35 ifade yer almaktadır. Öğrencilerin gönüllülük durumlarına ilişkin görüşleri "evet", "hayır" şeklinde cevaplarla sorgulanırken, gönüllülük motivasyonlarına ilişkin 15 ifade ise beş önem derecesine göre (1: Hiç önemli değil, 5: Çok önemli) oluşturulan ölçek ile sorgulanmıştır. Anket formunun ikinci bölümünde ise, araştırmaya katılan gönüllü öğrencilerin demografik ve tanımlayıcı bilgilerini elde etmek amacıyla yaş, cinsiyet, aylık hane geliri, üniversitede okudukları bölüme ait altı adet soru yer almaktadır. Ölçek İngilizceden Türkçeye çevrilmiş ve ardından yeniden İngilizceye çevirisi yapılarak ölçekte yer alan ifadelerin anlamlarının değişip değişmediği kontrol edilmiştir. Ardından anket uygulaması öncesi çeviri ile ilgili olarak İngilizce ve Türkçeyi iyi derecede bilen üç akademisyenin ve üç doktora öğrencisinin görüşleri alınmıştır.

Motivasyon ölçeğinin geçerliliğini belirlemek için açıklayıcı faktör analizi (EFA) ile doğrulayıcı faktör analizi (CFA) yapılmış olup, 15 ifadeden oluşan ölçek 12 ifadeye indirgenmiş ve özdeğeri birden büyük üç boyutlu bir yapıya dönüşmüştür (Tablo 2).

Tablo 2. Gönüllük motivasyonlarına ilişkin geçerlilik ve güvenilirlik analizi bulguları

Motivasyon faktörleri	F.Yükü	Öz değer	% VE.	CA
Faktör 1: Fedakarlık				
M1.Çünkü diğer insanlara yardım etmek önemlidir.	,860	3,524	22,027	,85
M2. Önemli olan bir amaç için çalışmak	,710			
M3.Gönüllülük faaliyetinde bulunulan amaç ile ilgili daha fazla bilgi edinmek.	,701			
M5. Gönüllülük kişinin kendini daha iyi hissetmesini sağlar.	,782			
M6. Yeni arkadaşlar edinmeyi sağlar.	,645			
Faktör 2: Faydacılık				
M7. Üst düzey eğitim kurumlarına giriş için özgeçmişe eklenebilir.	,863	3,276	20,477	,90
M8. İş başvurusu için özgeçmişe eklenebilir.	,878			
M9. Gönüllülük faaliyeti kişinin ücretli bir iş sahibi olabilmesi için kurumlara ilk adımı atmasını sağlar.	,796			
M10.İş kariyeri yapmak için yeni bağlantılar sağlar.	,757			
Faktör 3: Sosyallik				
M12. Kariyer danışmanı veya aile tarafından gönüllülük faaliyetinde bulunulması tavsiye edilir.	,515	2,699	16,872	,78
M13.Yakınları, kişiyi gönüllü olmaları için etkiler.	,564			
M14. Gönüllü iş yapmak diğer insanlardan daha şanslı olduğumuz için çekilen vicdan azabını azaltır.	,856			
M15. Gönüllü olmak, kişinin kendi sorunlarından uzaklaşabilmesi için iyi bir kaçış yoludur.	,788			
Not: Temel bileşenler analizi ve varimax yöntemi ile rotasyon yapılmıştır. Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) (örneklem yeterliliği) = 0,903 Bartlett'in küresellik testi $\chi^2(120)=448,508$; $p<0.001$. Faktör yükü 0,50'den büyük olanlar (FL) < .5 değerlendirilmiştir. CA: Cronbach Alpha; % VE= % ortalama açıklanan varyans.			68,71	,74- ,90

Tablo 2'de literatürle uyumlu olarak faktörler sosyallik, faydacılık ve fedakarlık boyutları olarak adlandırılmıştır. M4 ve M11 nolu ifadelerin faktör yükleri kabul gören 0,50 değerinin altında kaldığı için (Hair vd., 1998) ölçekten çıkartılmıştır. Ayrıca bu üç faktörlü yapıdan

oluşan ölçek, toplam varyansın ortalama (VE) % 59,375 'ini açıklamaktadır. Bu değer sosyal bilimler için kabul gören % 40-60 oranının üzerinde çıkmıştır (Scherer, 1988). Ölçeğin tamamının ve alt boyutlarının güvenilirliklerini belirlemek amacı ile Cronbach Alfa (CA) iç tutarlılık katsayısına bakılmıştır. Ölçeğe ilişkin güvenilirlik analizi bulguları incelendiğinde, ölçeğin genel Cronbach Alfa değeri 0,86 iken, ölçeğin alt boyutlarına ilişkin Cronbach Alfa değerleri sırası ile faydacılık için 0,90 fedakarlık için 0,85 ve sosyallik boyutu için 0,78 olarak çıkmıştır. Nunnally (1978)'e göre genel ölçek ve alt boyutları oldukça yüksek düzeyde güvenilir olarak bulunmuştur. Ölçekteki alt boyutlar ayrıca Doğrulamalı Faktör Analizi (DFA) ile test edilmiş ve Meydan ve Şeşen (2011)'de verilen kabul edilebilir aralıklar ve $p > .05$ anlamlılık düzeyine göre belirlenmiştir. Bu bağlamda, gönüllülük motivasyonu ölçeğinin alt boyutları olarak üçlü bir yapıya sahip olma durumu için yapılan Doğrulamalı Faktör Analizine (DFA) göre ($X^2/df:4,571$, GFI: ,899; CFI: ,956, RMSEA: 0,075) ile de gönüllülük motivasyonları ölçeğinin üç faktörlü bir yapıya sahip olduğu doğrulanmıştır. Bu bağlamda çalışmaya katılan üniversite öğrencilerinin gönüllülük motivasyonları; faydacılık (kariyer fırsatları, özgeçmiş güçlendirme), fedakarlık (başka birine yardım etmenin önemi, yardım etmenin getirdiği iyi hissetme) ve sosyallik (yakın birini etkileme vb.) alt faktörlerinden oluştuğu doğrulanmıştır.

Araştırmanın Bulguları

Çalışmada anketler aracılığıyla elde edilen nicel verileri test etmek amacıyla SPSS 22 programı kullanılmıştır. Ülkemizdeki üniversite öğrencilerinin gönüllük profillerinin belirlemeye yönelik olarak çalışmada betimleyici analizlerden faydalanılmıştır. Betimsel analizde temel amaç, bir değişkene ait veri setinin kantitatif veya grafik şeklinde ifade edip özetlemektir (Karagöz, 2016). Üniversite öğrencilerinin gönüllülük motivasyonlarını ve gönüllülük profillerini belirlemek amacıyla anket yöntemi kullanılarak elde edilen nicel verilere ait istatistiksel analiz sonuçları aşağıda tablolarda soru başlıklarına göre yer almaktadır.

Çalışmada öncelikle öğrencilerin son 12 ayda gönüllülük faaliyetlerine katılıp katılmadıkları belirlenmiştir. Öğrencilerin gönüllü olma durumlarını ilişkin dağılımlar Tablo 3' de yer almaktadır.

Tablo 3. Katılımcıların Geçen 12 Aylık Sürede Gönüllü Olma Durumlarına İlişkin Dağılım

	Evet	
	n	%
Evet	117	31,1
Hayır	255	67,8
İşaretlememiş	4	1,1
Toplam	376	100

Tablo 3 incelendiğinde katılımcıların % 31'inin geçmiş 12 aylık zamanda, gönüllülük faaliyetlerine katılıp katılmadığı görülürken, %67,8'nin katılmadığı tespit edilmiştir.

Son 12 ayda gönüllülük faaliyetlerinde yer alan öğrencilerin, gönüllülük durumlarına yönelik bulgulara Tablo 4'te yer verilmektedir.

Tablo 4. Gönüllülükle İlgili Deneyimlere Olumlu Cevap Veren Katılımcı Görüşlerinin Dağılımı

	Evet	
	n	%
1.Geçtiğimiz yıl içinde, herhangi bir dini organizasyon için gönüllü bir iş yaptınız mı? Örneğin, cami yapımına para toplamak vb.	55	14,6
2.Geçtiğimiz yıl içinde hastane, sosyal yardımlaşma evi, kriz merkezi, sığınma evleri, kan bankası, yiyecek ve giysi bankası vb. diğer insani yardım amaçlı kuruluşlarda gönüllü olarak görev aldınız mı?	132	35,1
3.Geçtiğimiz yıl içinde, herhangi bir kültürel veya sportif organizasyonda gönüllü olarak görev aldınız mı?	149	39,6
4.Geçtiğimiz yıl içinde, herhangi bir sosyal gelişim organizasyonunda görev aldınız mı? Örneğin müze ya da tiyatrodaki gönüllü olarak çalışmak, çevreyi, hayvanları korumayı desteklemek, kamu güvenliği örgütünde gönüllü çalışma ya da diğer benzeri sosyal ihtiyaçları karşılama hizmeti veren kuruluşlarda gönüllü olarak görev almak gibi.	99	26,3
5.Geçtiğimiz yıl içinde, herhangi bir faaliyet ya da organizasyon için internet üzerinden gönüllü bir faaliyette bulundunuz mu?	136	36,2
6.Geçtiğimiz yıl içinde, üniversitede öğrenci kulübü veya diğer grupları gönüllü olarak desteklediniz mi?	203	54
7.Geçtiğimiz yıl içinde, mahalli veya yerel aktivist gruplar için gönüllü müydünüz?	51	13,6
8.Geçtiğimiz yıl içinde gençliğin faydalanacağı herhangi bir mentorluk, koçluk, danışmanlık ve ya benzeri diğer faaliyetlerde gönüllü asistanlık veya yardımcılık yaptınız mı?	51	13,6
9.Geçtiğimiz yıl içinde, herhangi bir başka faaliyet ya da amaç için gönüllü oldunuz mu?	143	38

Tablo 4 incelendiğinde, bir önceki yıl için üniversitede bir öğrenci kulübü vb'inde gönüllü olarak yer alan katılımcı oranlarının %54 olduğu görülmektedir. Bu oran kültürel ve sportif faaliyetlerde % 40 iken internet üzerinden bir yardım organizasyonuna katılma oranı % 36 'dır. Hastane, sosyal yardımlaşma evi, kriz merkezi, kan bankası, yiyecek ve giysi bankasında gönüllülük faaliyetlerinde yer alan katılımcı oranı ise %26,3 olarak belirlenmiştir. Çevre ve hayvan haklarını korumak, müze ya da tiyatrodaki gönüllü olarak çalışmak gibi sosyal gelişim organizasyonlarında gönüllü olarak yer alma oranı ise %26,3' tür. Ayrıca katılımcıların gönüllülük katılım oranlarının, dini organizasyonlarda %14,6; mahalli ve yerel aktivist gruplarda %13,6; gençlik danışmanlık gruplarında %13,6 olduğu tespit edilmiştir.

Katılımcıların geçen 12 aylık sürede hangi alanlarda gönüllü olarak yer aldıklarına ilişkin dağılımlara Tablo 5'te yer verilmektedir.

Tablo 5. Geçen 12 Aylık Süreçte Katılımcıların Gönüllü Oldukları Alanlara İlişkin Dağılım

	Evet	
	n	%
Kar amacı güden bir şirket için	54	14,4
Cami ya da Din temalı bir organizasyon için	46	12,2
Kar amacı gütmeyen bir şirket için	88	23,4
Devlet için	44	11,7
Uluslararası bir örgüt için	48	12,8
Resmi olmayan bir şekilde (kendiniz için)	166	44,1
Diğer belirtiniz	21	5,6
Belirtilmemiş	21	5,6

Tablo 5 incelendiğinde geçen 12 aylık süreçte katılımcıların, % 23,4'ünün kar amacı gütmeyen bir şirket için, % 44,1 'nin ise resmi olmayan bir şekilde kendileri için gönüllü olduğu görülmektedir. Kar amacı güden bir şirket için gönüllü olan katılımcı oranı %14,4 iken; cami ya da din temalı bir organizasyonda yer alan katılımcı oranı %12,2'dir. Devlet için gönüllü faaliyetlere katılma oranının ise %11,7 olduğu belirlenmiştir. Ayrıca katılımcıların %12,8'i de uluslararası bir örgüt için gönüllü olduğu tespit edilmiştir.

Katılımcıların gönüllü olma sıklıklarına ait dağılımlar Tablo 6'te yer almaktadır.

Tablo 6. Katılımcıların Gönüllü Olma Sıklıklarına İlişkin Dağılım

	Evet	
	n	%
1. Haftalık	24	6,4
2. Aylık	30	8,0
3. Arada sırada	237	63
4. Hiç olmadım	96	25,5

Tablo 6'da yer alan bulgulara bakıldığında öğrencilerin % 63'ünün arada sırada gönüllü faaliyetlere katıldığı görülmektedir. Öğrencilerin gönüllü katılım oranlarının, aylık olarak %8; haftalık olarak ise %6,4 olduğu belirlenmiştir. Hiç gönüllü olmadığını belirten katılımcı oranı ise %25,5'tir.

Bugüne kadar gönüllülük faaliyetlerinde hiç yer almayan katılımcıların, gönüllü olmak isteyip istemediklerine ilişkin dağılımlar Tablo 7'de yer almaktadır.

Tablo 7. Hiç Gönüllü Olmayan Katılımcıların Gönüllü Olma İsteklerine İlişkin Dağılım

	Evet	
	n	%
Evet	262	69,7
Hayır	39	10,4
Düşünmüyorum	69	18,4
İşaretlememiş	6	1,6
Toplam	376	100

Tablo 7’de yer alan bulgular incelendiğinde hiç gönüllü olmayan katılımcıların %69,7’sinin gönüllü olmaya istekli olduğu görülmektedir. Gönüllü olmaya istekli olmayan katılımcı oranı %10,4 iken hiç gönüllü olmayı düşünmeyen katılımcı oranı %18,4 olarak belirlenmiştir.

Katılımcıları gönüllü olmaya yönlendiren unsurları belirleme kapsamında, eğitim aldıkları lise ve üniversitelerde gönüllü çalışma ve staj yapma zorunlulukları olup olmadığına dair sorular sorulmuştur. Katılımcıların yanıtlarına ilişkin yanıtlarının dağılımı Tablo 8’de yer almaktadır.

Tablo 8. Katılımcıların Eğitim Aldıkları Kurumda Gönüllü Olma Şartlarına İlişkin Dağılım

	Evet	
	n	%
1)Mezun olduğunuz lisenizde mezun olabilme şartları arasında bir kurumda gönüllü çalışmış olmak ya da gönüllülük şartı var mıydı?		
Evet, zorunlu dersti	15	4,0
Evet, seçmeli dersti	23	6,1
Hayır	337	89,6
Belirtilmemiş	1	0,3
Toplam	376	100
2)Mezun olacağınız üniversiteden mezun olabilme şartları arasında bir kurumda gönüllü çalışmış olmak ya da gönüllülük şartı var mıdır?		
Evet, zorunlu dersti	0	0
Evet, seçmeli dersti	0	0
Hayır	376	100
Toplam	376	100
3)Mezun olduğunuz lisenizde mezun olabilme şartları arasında bir kurumda staj yapmış (ücretli ya da gönüllü) olma şartı var mıdır?		
Evet, zorunlu dersti	22	5,8
Evet, seçmeli dersti	23	6,1
Hayır	332	89,1
Toplam	376	100

Tablo 8’de yer alan bulgular incelendiğinde katılımcıların %89,6’ sının mezun oldukları lisede gönüllü çalışma zorunluluklarının olmadığı görülmektedir. Buna karşın katılımcıların %39,6’sı ise gönüllü çalışmaya yönlendirecek seçmeli ders aldıklarını belirtmişlerdir. Ayrıca katılımcıların mezun oldukları liselerde gönüllü çalışma zorunluluğu bulunmadığı sonucuna ulaşılmıştır. Eğitim gördükleri üniversiteden mezun olabilmek için gönüllü çalışma zorunlulukları bulunmayan katılımcı oranı %89,1 olarak tespit edilmiştir.

Katılımcıları gönüllülük faaliyetlerinde yer almaya yönlendiren kişiler ve bu hizmet karşılığında elde edeceklerini düşündükleri faydalara ilişkin bulgular Tablo 9’da yer almaktadır.

Tablo 9. Gönüllülük Faaliyetlerine Katılıma Yönlendiren Kişi Ve Faydalara İlişkin Dağılımlar

	Eğitim kurumuna girmek için		İşe girmek için		Sosyal bağlantılar için		İlerde profesyonel bağlantılar sağlamak için	
	n	%	n	%	n	%	n	%
Arkadaşlar	70	18,6	63	16,8	185	49,2	78	20,7
Ebeveynler	73	19,4	102	27,2	87	23,1	89	23,7
Öğretmenler	144	38,3	54	14,4	70	18,6	113	30,1
Yazılı medya	44	11,7	53	14,1	102	27,1	91	24,2
İnternet	74	19,7	76	20,2	164	43,6	106	28,2
Cevap verilmemiş	10	2,7	12	3,2	16	4,3	20	5,3

Tablo 9 incelendiğinde, katılımcıların %49,2’sinin arkadaşları tarafından, sosyal bağlantılar için; %20,7’sinin ise ileride profesyonel bağlantılar sağlamak için gönüllü faaliyetlere yönlendirildikleri görülmektedir. Bu oran eğitim kurumuna girmek için de %18,6 iken işe girmek için de %16,8’tir. Ebeveynler tarafından yapılan yönlendirmelerin ise işe girmek için %27,2; sosyal bağlantılar yapmak için %23,1; profesyonel bağlantılar yapmak için %23,7 ve eğitim kurumuna girmek için %19,4 olduğu belirlenmiştir. Öğretmenler tarafından yapılan yönlendirmelerin büyük oranın eğitim kurumuna giriş için %38,3 olduğu görülmektedir. Gönüllülüğe profesyonel bağlantılar sağlamak için yapılan yönlendirme oranı ise %30,1’dir. Bunları sırası ile % 18,6 ile sosyal bağlantılar sağlamak ve % 14,4 ile işe girmek takip etmektedir. Yazılı medya tarafından yapılan yönlendirmelerin ise %27,1 oranla ile sosyal bağlantılar sağlamak için olduğu belirlenmiştir. En düşük yönlendirme alanın %11,7 ile eğitim kurumuna giriş için olduğu görülmektedir. İnternette yapılan gönüllü olma yönlendirme oranı sosyal bağlantılar için %43,6’ tür. Yazılı medya yönlendirmeleri ile paralel olarak, internet aracılığıyla yapılan yönlendirmelerde en düşük oranların %19,7 ile eğitim kurumuna girişi için iken %20,2 ile işe girmek için olduğu tespit edilmiştir.

Katılımcıların gönüllülüğe yönlendirmeleri faydalı bulup bulmadıklarına ilişkin bulgular Tablo 10’da yer almaktadır.

Tablo 10. Katılımcıların Gönüllülüğe Yönlendirmeleri Ne Kadar Yararlı Bulduklarına İlişkin Dağılımlar

	Evet	
	n	%
Hiç yararlı değil	31	8,2
Yararlı Değil	31	8,2
Yararlı	249	66,2
Çok yararlı	57	15,2
Belirtilmemiş	8	2,2
Toplam	368	100

Tablo 10 incelendiğinde katılımcıların %66,2'sinin yapılan yönlendirmeleri gönüllülük faaliyetlerine katılım için yararlı bulduğu tespit edilmiştir. Yönlendirmeleri çok faydalı bulduğu belirten katılımcı oranları ise %15,2'dir. Çevreden gelen yönlendirmeleri yararlı bulmayan %8,2 ve hiç yararlı bulmayanların oranları yine %8,2 olarak belirlenmiştir.

Katılımcıların gönüllülük motivasyonları anket formunda yer alan 15 ifadeyle belirtilmiştir. Bu kapsamda gerçekleştirilen frekans analize ait sonuçlar Tablo 11'da yer almıştır.

Tablo 11. Katılımcıların Gönüllülük Motivasyonlarına İlişkin Bulgular

	N	Ort.	S.S.
M1.Çünkü diğer insanlara yardım etmek önemlidir.	369	4,41	,816
M2. Önemli olan bir amaç için çalışmak	364	4,11	,984
M3. Gönüllülük faaliyetinde bulunulan amaç ile ilgili daha fazla bilgi edinmek.	352	3,87	,933
M4. Gönüllülük kişiye yeni bir bakış açısı kazandırır.	360	4,41	2,827
M5. Gönüllülük kişinin kendini daha iyi hissetmesini sağlar.	352	4,18	,897
M6. Yeni arkadaşlar edinmeyi sağlar.	358	4,06	,918
M7. Üst düzey eğitim kurumlarına giriş için özgeçmişe eklenebilir.	351	3,70	1,11
M8. İş başvurusu için özgeçmişe eklenebilir.	350	3,72	1,13
M9. Gönüllülük faaliyeti kişinin ücretli bir iş sahibi olabilmesi için kurumlara ilk adımı atmasını sağlar.	354	3,24	1,19
M10.İş kariyeri yapmak için yeni bağlantılar sağlar.	356	3,65	1,09
M11. Arkadaşlarım gönüllülük faaliyetinde bulunuyor.	346	3,50	1,13
M12. Kariyer danışmanı veya aile tarafından gönüllülük faaliyetinde bulunulması tavsiye edilir.	354	3,58	1,01
M13.Yakınları, kişiyi gönüllü olmaları için etkiler.	351	3,63	1,09
M14. Gönüllü iş yapmak diğer insanlardan daha şanslı olduğumuz için çekilen vicdan azabını azaltır.	355	3,08	1,29
M15. Gönüllü olmak, kişinin kendi sorunlarından uzaklaşabilmesi için iyi bir kaçış yoludur.	357	3,27	1,23

Katılımcıların gönüllü olma motivasyonlarına yönelik anket formunda yer alan 15 ifade beşli Likert ölçeğine göre sorgulanmış olup, öğrencilerin görüşleri belirlenmeye çalışılmıştır. Motivasyonlarla ilgili 15 ifadenin ortalamalarının 3,08-4,41 aralığında olduğu görülmektedir. M1 koduyla sorgulanan diğer insanlara yardım etmenin (Ort. 4,41; S.S= ,82) en yüksek ortalamaya sahip olduğu görülmektedir. Başka insanlara yardım etmenin önemine ve gönüllü olmanın kişiye kendisini iyi hissettirmesine (M5;Ort. 4,18; S.S= ,88) yönelik ifadeler ise yine yüksek ortalama ile sonuçlanan ifadelerdir. Bu ifadeleri en çok tercih edilme sıklıklarına göre, önemli olan bir amaç için çalışmak (M2; Ort. 4,11; S.S= ,98) ve yeni arkadaşlar edinilmesini sağlar (M6;Ort. 4,06; S.S= ,92) ifadelerinin takip ettiği belirlenmiştir.

Çalışmaya katılan öğrencilerin cinsiyetlerine göre boyutlar arası farklılıkları bağımsız örneklem t-testi ile analiz edilmiş olup bulgular, Tablo 12'de gösterilmiştir.

Tablo 12. Öğrencilerin Cinsiyetlerine Göre Farklılık Bulguları

Boyutlar	Grup	N	Ortalama	Standart sapma	t	df	p
Fedakarlık	Kadın	204	4,2088	,65279	2,240	331	0,026
	Erkek	129	4,0295	,79691			
Faydacılık	Kadın	205	3,7061	,88936	2,926	328	0,004
	Erkek	125	3,3760	1,14548			
Sosyallik	Kadın	208	3,3894	,92705	1,052	341	,294
	Erkek	135	3,2765	1,03467			

Tablo 12 incelendiğinde, ortalamalar iki grup için yakın değerlerde olmasına rağmen, iki grup farklılık analizi için yapılan t-testine göre, fedakarlık ve faydacılık boyutları için, kadın öğrenciler erkek öğrencilere göre daha anlamlı bir farklılığa sahip iken, sosyallik boyutu için bir farklılık bulunmamıştır.

Tablo 13'de katılımcıların gönüllü olarak bir faaliyette bulunmalarının kendilerine sağlayacağı faydaları tespit etmek için ölçekte yer alan sorulara ait tanımlayıcı analiz sonuçları yer almaktadır.

Tablo 13. Gönüllülüğün Faydalarına İlişkin Bulgular

Gönüllülüğün Faydaları	N	Ort.	S.S.
1.Sosyal bağlantılar kurmaya fayda sağlar.	361	4,11	,907
2.Kişisel tatmin sağlar.	363	3,80	1,04
3.İş-kariyer deneyimi sağlar.	359	3,79	1,054
4.Toplumda insanlar arasında güven inşa eder.	357	4,05	,858
5. İş için referans sağlar ya da bir üniversiteye kayıta faydalıdır.	353	3,55	1,13
6.Devlet ya da okul programı için gerekli şartları yerine getirmede faydalıdır.	355	3,31	1,13
7.Yeni şeyler öğrenmek için fırsattır.	357	4,16	,842
8.Profesyonel anlamda bağlantı oluşturma fırsatı sağlar.	356	3,73	1,06
9.Meslekteş ya da arkadaşlar tarafından kabul görmeyi sağlar.	357	3,46	1,14
10.Liderlik becerisi kazandırır.	357	3,86	,994

Tablo 13 incelendiğinde, gönüllülüğün kendilerine yeni bir şey öğrenmek için fırsat sağladığını düşünenlerin ortalamalarının (Ort. 4,16; S.S= ,84) ve sosyal bağlantılar kurmada fayda sağladığını düşünenlerin ortalamalarının (Ort. 4,11; S.S= ,91) daha yüksek olduğu belirlenmiştir. Bunu sırası ile gönüllülük faaliyetlerinin, toplumda insanlar arasında güven sağladığını (Ort. 4,05; S.S= ,86); liderlik becerisi kazandırdığını (Ort. 3,86; S.S= ,99); kişisel tatmin sağladığını (Ort. 3,80; S.S= 1,04) ve iş- kariyer deneyimi sağladığını (Ort. 3,79; S.S= ,86) belirten görüşlerin takip ettiği görülmektedir. Gönüllülük faaliyetlerinin kendileri için profesyonel anlamda bağlantı sağlayacağını düşünenlerin ortalamalarının (Ort. 3,73; S.S= 1,06) iş referansı için faydalı olacağını düşünenlere (Ort. 3,55; S.S= 1,13) göre daha yüksek olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca meslekteş ya da arkadaş tarafından kabul görmek (Ort. 3,46; S.S= 1,14) ve okul ya da devlet programları için şartları yerine getirme(Ort. 3,31; S.S= 1,13) ifadelerinin ortalamalarının daha düşük olduğu belirlenmiştir.

Katılımcıların geçen 12 ayda bağış yapıp yapmadığına ve hangi alanlara bağış yaptığına ilişkin dağılımlar Tablo 14' te yer almaktadır.

Tablo 14. Katılımcıların Bağış Yapma Durumlarına İlişkin Bulgular

	n	%
Geçen 12 ayda bağışta bulundunuz mu?		
Evet	278	74
Hayır	98	26
Toplam	376	100
Bağış yapılan alan		
Cami, camiyle bağlantılı veya dinsel organizasyonlar	69	18,4
Afet yardımı	71	18,9
Diğer	128	34

Tablo 14 incelendiğinde katılımcıların % 74'nün geçen 12 ayda bağış yaptığı belirlenmiştir. Bağış yapanların %18,9'unun afet yardımında bulunduğu, %18,4'ünün ise cami ve dinsel organizasyonlara bağış yaptığı belirlenmiştir.

Tartışma

Özellikle son yıllarda sivil toplum kuruluşlarının ve üniversitelerin, gönüllük faaliyetlerinin önemli bir bölümünü oluşturan gençlere, ulusal ve uluslararası platformlarda gönüllü hizmetlerine katılmaları için fırsatlar sunarak teşvik ettiği görülmektedir. Amerika ve Almanya gibi, öğrencilerin gönüllülük faaliyetlerinde zorunlu yer alması için çalışmalarda bulunan ülkelerin yanında, Avrupa Birliğinin de öğrencilerin gönüllülük faaliyetlerine katılmalarını desteklediği bilinmektedir (Vetitnev vd., 2015). Küçük maliyetlerle toplumun kalkınmasına ve toplumun refah düzeyinin artmasına yadsınamaz katkılar sağlayan gönüllülük faaliyetlerine, genç nüfusun önemli bir bölümünü oluşturan üniversite öğrencilerinin katılımının sağlanması ve bu katılımın sürdürülebilmesi için gönüllülük motivasyonlarının anlaşılması gerekmektedir.

Üniversite öğrencilerinin gönüllülük motivasyonlarını ele alan bu çalışmada aynı zamanda üniversite öğrencilerinin gönüllülük profillerinin de belirlenmesi hedeflenmiştir. Araştırma kapsamında 376 öğrenci ile anket uygulaması gerçekleştirilmiştir. Araştırmadan elde edilen sonuçlardan ilk olarak gönüllülük motivasyonları değerlendirildiğinde, fedakârlık alt boyutunun öğrencilerin gönüllülük katılımlarında daha yüksek orana sahip olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Bu sonuçlara göre başkalarına yardım etme bilinci ve gerçekleştirilen yardımın kişiye kendini iyi hissettirme duygusu, gönüllülük faaliyetlerine önde gelmektedir. Elde edilen bu sonuç alanyazın ile de uyumluluk göstermektedir. Balaban ve İnce (2015) gerçekleştirmiş oldukları çalışmalarında, gönüllü gençlerin karşılık beklemeden, sorumluluk üstlenme ve sevgi temelinde gönüllülük faaliyetlerinde yer aldıkları sonucuna ulaşmıştır. Benzer şekilde Sinclair ve Chung (2003) çalışmasında gönüllü bireylerin, başkalarına yardım edebilmenin mutluluğu ve yeterlilik duygusu ile manevi olarak rahatlık elde ettiklerini belirtmektedir. Katılımcıların motivasyonları, öğrencilerin gönüllülük hizmetlerinden; doğrudan işe girmekten ziyade özgeçmiş güçlendirme ve iş bağlantıları sağlama açısından fayda sağlayacaklarını düşündükleri sonucu ortaya çıkmıştır. Çalışma sonucu ile uyumlu olarak, öğrencilerin gönüllülük faaliyetlerine iş ve kariyer yaşamı için, kendini geliştirme fırsatı elde etme düşünceleri katıldıklarını belirten çalışmalar (Astin ve Sax, 1998; Ziemek, 2006; Handy, 2010) ile uyumluluk göstermektedir. Gönüllü faaliyetlerde yer almanın kişinin kendi sorunlarından uzaklaşması ve diğer insanlara kıyasla daha şanslı olduğunu düşündüğü için çekilen vicdan azabının azaltılması ifadelerinin ortalamalarının daha düşük olduğu görülmüştür. Çalışmada elde edilen bu sonuç, bireylerin manevi olarak haz elde etmek ve yalnızlıktan oluşan can sıkıntısını gidermek için gönüllülük faaliyetlerinde yer alma isteği duyduğunu belirten çalışma (Çolak, 2018) ile farklılık göstermektedir. Ortaya çıkan bu farklılığın, bireylerin birden çok ve farklı motivasyonlarla gönüllülük gösterebilmesi ile ilgili olduğu düşünülmektedir. Bireylerin gönüllülük motivasyonları; yaşadığı coğrafyaya, toplumun ihtiyaçlarına ve hatta yer aldığı organizasyonun amacına göre farklılık gösterebilmektedir (Morrow- Howell vd., 2014). Doğal afetlerin yaygın olduğu bir toplumda, afet arama ve kurtarma ekibinde yer alma motivasyonu sorumluluk duygusu ile şekillenirken; çocuk ve yaşlı bakım evlerinde gönüllü olmanın bireysel haz motivasyonu ile şekillendiğini söylemek mümkündür.

Katılımcıların gönüllü olma durumlarını belirlemeye yönelik sorulara ilişkin bulgulara bakıldığında, kadın katılımcıların sayısının daha fazla olduğu (%61,4) belirlenmiştir. Alanyazında gönüllü katılımının incelendiği çalışmalara bakıldığında, gönüllü katılımcıların cinsiyetlerine ilişkin farklı sonuçların elde edildiği görülmektedir. Sloane ve Haider (2019) kültürler arası boyutta çevre gönüllülük motivasyonlarını inceledikleri çalışmalarında İngiltere’de kadın gönüllü sayısının (%57,7), Avusturya’da ise erkek gönüllü sayısının (%73,9) daha fazla olduğunu belirtmektedirler. Fişne (2017) uluslararası spor organizasyonlarında yer alan gönüllüler ile gerçekleştirdiği çalışmasında kadın gönüllü oranlarının (%63,6) erkeklere (%35,9) oranla daha fazla olduğunu tespit etmiştir. Elde edilen bu sonuçlar, cinsiyet ile gönüllülük arasındaki çalışmaların; kültür ve organizasyon değişkenleri ile daha kapsamlı bir biçimde araştırılması gerektiği şeklinde yorumlanabilir. Yapılan çalışmalarda (Eagly, 1987; Evans & Diekman, 2009; Hollander vd. 2011; Ana Isabel, vd., 2018) erkeğin rolünün ağırlıklı olarak güç, rekabet ve otoriteyi temsil ettiği, kadınların rolünün ise daha çok sosyal yardımlaşma ve insan ilişkileri üzerine yoğunlaştığı üzerinde durulmuştur (Eagly, 1987; Evans & Diekman, 2009). Hollander vd. (2011) tarafından yapılan bir çalışmada kadınların ailenin ve arkadaşların ihtiyaçlarına erkeklerden daha duyarlı olduğu ortaya konmuştur. Cinsiyetler ile ilgili bu davranış kalıpları genellikle aile ve toplum tarafından aktararak gelmiştir. Bulunan sonuçlarda kadınların faydacılık ve fedakarlık boyutlarında daha baskın çıkmasının kadına atfedilen bu davranış kalıpları ile alakalı olabileceği düşünülmektedir.

Çalışmada son 12 ayda gönüllü olan katılımcı sayısı oranın %31,1 olduğu görülmüştür. Öğrencilerin, son 12 ayda daha çok resmi olmayan bir şekilde bireysel olarak ya da kar amacı gütmeyen organizasyonlar içinde gönüllü oldukları belirlenmiştir. Ayrıca katılımcıların %54’ü üniversite içerisinde öğrenci kulüplerinde, kültürel ve sosyal faaliyetlerde gönüllülük faaliyetlerine katıldıklarını ifade etmişlerdir. Öğrencilerin gönüllü oldukları diğer alanların ise hastane, sosyal yardımlaşma evi, kriz merkezi, kan bankası, yiyecek ve giysi bankası olduğu tespit edilmiştir. Öğrencilerin en az gönüllü oldukları alanların; cami ve din temalı organizasyonlar ve aktivist grup faaliyetleri olduğu görülmüştür.

Katılımcıların gönüllü olma sıklıkları incelendiğinde, %63’ ünün düzenli olmayan bir şekilde arada sırada gönüllülük faaliyetlerine katıldığı sonucuna ulaşılmıştır. Düzenli olarak haftada bir veya ayda bir gönüllü olan öğrenci sayısının ise çok az olduğu belirlenmiştir. Bugüne kadar hiç gönüllü olmayan katılımcıların, gönüllü olma isteklerine bakıldığında %69,7’sinin gönüllülük faaliyetlerinde yer almak istediği belirlenmiştir. Elde edilen bu sonuç, üniversitelerde gönüllü faaliyetleri ile ilgili bilgi ve yönlendirmelerinin artırılarak, daha fazla gönüllü öğrenci katılımı sağlanabileceği şeklinde yorumlanabilir.

Katılımcıları gönüllü olmaya yönlendiren unsurları belirleme kapsamında, eğitim aldıkları lise ve üniversitelerde gönüllü çalışma ve staj yapma zorunlulukları olup olmadığına dair sorulara ait bulgular incelendiğinde, katılımcıların büyük çoğunluğu (%89,1) zorunluluklarının bulunmadığını belirtmiştir. Ancak zorunluluklarının olmamasına rağmen eğitim gördükleri üniversitede, gönüllü çalışmaya yönlendirecek seçmeli ders aldıklarını belirtenlerin sayısı (%39,1) dikkat çekmektedir. Bu sonuç, öğrencilerin gönüllü faaliyetlerine yönlendiren seçmeli derslere ilgi gösterme eğiliminde oldukları şeklinde değerlendirilebilir.

Katılımcıların gönüllüğün kendilerine sağladıkları faydalara ilişkin görüşlerine bakıldığında, yeni bir şey öğrenmek için fırsat sağlamasının ve sosyal bağlantılar kurmada fayda sağlamasının öncelikli olduğu görülmüştür. Ayrıca öğrenciler gönüllü olmanın kendilerine; toplum içinde güven inşa etmelerine, liderlik becerisi kazanmalarına, kişisel tatmin ve iş-kariyer deneyimi edinmelerine katkı sağladığını düşünmektedirler. Alan yazında çalışma sonuçları ile aynı doğrultuda sonuçlara ulaşan çalışmaların (Fairly vd.,2007; Pan, 2012; Dyson, 2017; Işık ve Bozçam, 2017) da yer aldığı görülmektedir.

Katılımcıları gönüllülük faaliyetlerinde yer almaya yönlendiren kişiler ve bu hizmet karşılığında elde edeceklerini düşündükleri faydalara ilişkin bulgulara bakıldığında, daha çok arkadaşları tarafından sosyal bağlantılar sağlamaları için yönlendirildikleri belirlenmiştir. Gönüllülerin öğretmenleri tarafından eğitim kurumlarına girmek için yönlendirildiği de araştırmanın sonuçları arasında yer almaktadır. Gönüllülük faaliyetlerine yönlendirmede en az oranların ise ebeveynler ve yazılı medya olduğu belirlenmiştir. Çalışmada dikkat çeken diğer bir sonuç ise katılımcıların %66,2'sinin bu yönlendirilmelerini gönüllülük faaliyetlerine katılmalarında yararlı bulmalarındadır. Elde edilen bu sonuçların öğrenci gönüllülük katılımını artırılması için yol gösterici olabileceği düşünülmektedir. Bu bağlamda hem sivil toplum kuruluşlarının, hem de üniversite yönetimlerinin, bilgilendirmeye yönelik tanıtım ve organizasyon çalışmalarına ağırlık vererek daha geniş kapsamlı bir kitleye ulaşması mümkün olabilir.



Copyright © 2019 Republic of Turkey Ministry of Youth and Sports

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

Journal of Youth Research • December 2019 • 7(Special Issue) • 146-154

ISSN 2147-8473

Received | 01 September 2019

Accepted | 04 November 2019

ANALYSIS / RESEARCH

EXTENDED ABSTRACT

A Research on Volunteer Behavior and Motivations of University Students: Çağ University Case

Murat Gülmez*

Introduction

Individuals participate in voluntary charitable activities to be a part of social change, to improve health services and to improve the quality of life of other people without expecting economic gains (Leigh et al., 2011). Volunteering has different meanings which vary by the cultural characteristics of societies, and in essence, it is based on free will and altruism. Volunteering is the most general definition of individuals' use of knowledge, time, skills and resources for a purpose without any personal interest (Steinbach et al., 2014). Volunteers undertake various duties in many areas such as education, environmental protection, social services, and assistance for the disabled and the elderly.

Cnaan (1996) defines volunteering in four dimensions: free choice, response, targeted benefit and structure. In addition, he states that these four dimensions of volunteering are in a hierarchical order from pure volunteering to broad volunteering. Pure volunteering is the service of individuals or organizations, in which a person freely chooses to participate in voluntary activity in a formal structure. Whereas broad volunteering is defined as providing services to a person within an informal structure, such as a family member or a close person, with a relatively small amount of social coercion (Bowman, 2004).

* Dr., Çağ University, Faculty of Economics and Administrative Sciences, Mersin, mgulmez@cag.edu.tr

Orcid ID: 0000-0003-2584-785X

Identifying the main factors that push people to spend their resources on others without waiting for a response is to understand why they participate in volunteering activities. It is known that there is a strong motivation for individuals who work in many fields and spend time and effort to become volunteers (Handy et al., 2010). There are many different and diverse reasons for volunteering, so it is difficult to understand people's motivation to volunteer (Wilson, 2000). In the literature, the underlying dimensions of voluntary motivation are explained by many theories.

When the studies carried out within the scope of theoretical framework are examined, it is seen that voluntary motivation is based on two- and three-factor models (Horton-Smith, 1981; Gillespe and King, 1985; Cnaan and Goldberg-Glen, 1991; Clary et al., 1994). Volunteering activities provide both young people and adults with individual opportunities to develop standards of judgments, to increase their self-confidence, to learn teamwork and to feel a sense of belonging (UNV, 2014). In particular, volunteering is a good method of learning for young people to develop themselves. Bjalesjö (2010) states that volunteering activities will provide young people with the knowledge and skills they can use in their future occupational life. Similarly, voluntary activities in the curriculum vitae of the students give them an advantage in their career life. It was found that the students who participated in volunteer activities had more advanced leadership skills, self-confidence, critical thinking and conflict management skills than those who haven't (Astin and Sax, 1998).

For this reason, volunteering experiences for university students enable them to compete successfully, increase career opportunities and obtain better jobs with higher salaries (Ziemek, 2006).

In terms of employers, those who have experience of volunteering are considered as potential candidates who will exhibit good organizational citizenship and voluntarily sacrifice for their own special interests (Handy et al., 2010).

Individuals participate in voluntary charitable activities to be a part of social change, to improve health services and to improve the quality of life of other people without expecting economic gains (Leigh et al., 2011). Volunteering has different meanings which vary by the cultural characteristics of societies, and in essence, it is based on free will and altruism. Volunteering is the most general definition of individuals' use of knowledge, time, skills and resources for a purpose without any personal interest (Steinbach et al., 2014). Volunteers undertake various duties in many areas such as education, environmental protection, social services, and assistance for the disabled and the elderly.

Smith and Weaver (2006) state that a medical faculty candidate who had previously volunteered in a nursing home would be more advantageous than a candidate with a similar academic profile but no volunteering experience. In this respect, university students, who will start to search for jobs after their education, need to be explored and understood from a utilitarian perspective beyond the altruistic dimension of volunteer motivation. In the literature, there are studies in which volunteer motivation of university

students is investigated with different approaches. When studies regarding the motivation of volunteering in the literature are examined, it is determined that there are three important factors that motivate the individual to volunteer. These motivators are grouped as altruistic, utilitarian and social (Handy et al., 2010). In this context, volunteer motivation of university students is evaluated within the framework of these three sub-factors.

Volunteer motivation of young people is one of the more important research topics for volunteer management and academic community. In the Western literature (Davis et al., 1999; Sherraden et al., 2008; Morrow- Howell et al., 2014; Cady et al., 2018; Lau et al., 2019) and in our country there are many studies carry out in different fields regarding the motivation for volunteering. When the studies carried out with young people in our country are examined, it is seen that the motivation of voluntary participation have been focused in certain areas such as sports organizations (Koşan and Güneş, 2009; Kara, 2012; Güzel et al., 2013; Atçı et al., 2014; Beber, 2015) and education (Sertbaş, 2006; Akman, 2008; Balaban and İnce, 2015; Işık and Bozçam, 2016). The starting point of this study is that we have not encountered any attempts to explore volunteering incidence from a utilitarian perspective in our country during the literature review phase. Rather than motivating young people to participate voluntarily in a private organization or non-governmental organization, it is aimed to determine general volunteer attitudes and profiles. In this respect, it is thought to contribute to the literature.

Methodology

Today, university students are involved in a wide range of voluntary activities from health to education, contributing both to their own development and to social development. However, it is known that the participation of young people in volunteer activities is still weak in our country (Balaban and İnce, 2015). In order to increase the participation of university students in volunteering activities, and to ensure their continuity, it is important to understand the reasons that push young people to volunteer. The main purpose of this study is to find out the university students' volunteering behaviour and to determine the motivation of university students to participate in volunteering activities. In addition, the study examined the differences between volunteer motivation according to gender. For this purpose, motivation behind volunteering of university students is investigated within a framework that consists of three sub-dimensions: altruistic, utilitarian, and social. Data obtained from 376 students studying at Çağ University were analyzed using SPSS 22 program.

Sampling Group

Motivation for volunteering has been examined through a sample of university students. The main population of the study is consisted of students enrolled in Çağ University in the 2017- 2018 academic year. The sampling method of the study was carried out using non-random sampling methods (Gegez, 2019). There are 6 questions in order to obtain the demographic and descriptive information of the participants in the questionnaire

form. In this section, the sample profile included questions about age, sex, educational background, monthly household income, academic department and class they studied, and their expected graduation dates. When the results related to demographic characteristics are examined, it is seen that almost 90% of the participants are between the ages of 18-23, 61% are women and 77% are in the middle-income group. In addition, 94% of students attended high school in Turkey, and law students make up 24% of the sample. About 33% of the students who participated in the survey were in their second year.

Data Collection Instruments

The research has the characteristic of descriptive research aiming to reveal the characteristics of facts, objects, people, groups or organizations. In this type of research, the researcher tries to identify situations and groups by obtaining quantitative data (Gegez, 2019). The survey consists of two main sections. The scale developed by Handy et al. (2010) was used to determine the volunteer status and motivation of the students in the first part of the questionnaire. The scale consists of 36 statements, 20 of which question the volunteering status of the participants and 15 of which question the motivation for volunteering. While student's status about volunteering was measured by "yes" or "no" responses, their level of motivation toward volunteering was measured by a five-point Likert type scale; 1=not important at all, 5: very important. The scale was translated from English to Turkish and then translated back to English to check whether the meaning of the expressions in the scale had changed. Then, the opinions of three academics and three PhD students with a good command of English and Turkish were asked about the translation.

Data Analysis

SPSS 22 program was used to test the quantitative data obtained through questionnaires. In this study, descriptive analyses were used to determine the volunteer profiles of university students in our country. The main purpose of the descriptive analysis is to express and summarize the data set of a variable in quantitative or graphical form. (Karagöz, 2016).

Findings

In the study, the number of volunteers in the last 12 months was 31.1%. It was determined that students volunteered more informally, individually or in non-profit organizations in the last 12 months. In addition, 54% of the participants stated that they participated in volunteer activities in student clubs within their university, cultural and social activities. Other fields where students volunteered were hospitals, social assistance houses, crisis centers, blood banks, food and clothing banks. The areas where the students volunteered the least were mosques and religious themed organizations and activist group activities. When the frequency of volunteering of the participants was examined, it was concluded

that 63% of them participated in volunteering activities occasionally. On the other hand, the number of students who volunteered regularly -weekly or monthly- was very low. 69.7% of the volunteers who have never volunteered to date are willing to take part in volunteering activities. This result can be interpreted as increasing the knowledge about and guidance towards volunteer activities in universities can increase the participation of more students in volunteer work. When the findings related to the necessity of voluntary work and internship in their high schools and universities were examined, the majority of the participants (89.1%) stated that they did not have any obligations. However, the number of students (39.1%) stating that they take voluntary elective courses is noteworthy even though they do not have obligations to attend the course. When the findings of the people who are guided into volunteering activities and the benefits they think they will receive in return for this service are examined, it is observed that 49.2% of the participants are guided by their friends for social connections, and 20.7% are directed to voluntary activities in order to provide professional connections in the future. While this rate is 18.6% for entering educational institutions, it is 16.8% for finding a job. The referrals made by the parents were found to be 27.2% for employment, 23.1% for making social connections, 23.7% for making professional connections and 19.4% for entering educational institutions it is seen that the referrals made by the teachers are mostly for entrance to an educational institution (38.3%). The rate of referral to volunteering to make professional connections is 30.1%. These are followed by making social connections with 18.6% and gaining employment with 14.4%. It was determined that the referrals made by the written media were to provide social connections with a rate of 27.1%. It is seen that the lowest referral area is for entrance to an educational institution with 11.7%. The rate of guidance to volunteering through the internet is 43.6% for social connections. In parallel with the written media guidance, it was determined that the lowest rates for the referrals made via the internet were for entry to an educational institution with 19.7% and for gaining employment with 20.2%. In addition, 66.2% of the participants found the guidance to participate in volunteering activities to be helpful. The percentage of participants who indicated that they found the guidance to be very helpful was 15.2%.

When the participants' motivation to volunteer was examined, it was found that the averages regarding the expressions in the dimension of altruism were higher than those of utilitarianism and social. First of all, when we look at the dimension of altruism, it is seen that the expressions regarding helping and volunteering to make other people feel better making the person feel better about themselves are higher. As for utilitarianism, it is seen that the expression that volunteering activity can be added to their CV in a job application has the highest average. Finally, it is seen that the expression that the people close to the individual affects the person to volunteer is higher in the social dimension. The patterns of behavior related to the gender, have generally been transmitted by the family and society. According to the results, it is thought that woman dominance in the dimensions of utilitarianism and altruism may be related to these behavior patterns attributed to women.

Discussion

Especially in recent years, non-governmental organizations and universities have encouraged young people, who constitute an important part of their volunteering activities, by providing opportunities for them to participate in national and international platforms. It is known that the European Union supports the participation of students in volunteer activities, in addition to countries where volunteer activities are mandatory for students, such as the United States of America and Germany (Vetitnev et al., 2015). Volunteer motivation needs to be understood in order to ensure the participation of university students that make up a significant part of the young population, and to sustain this participation in volunteer activities that contribute undeniably to the development of society and increase the welfare level of society with small costs. The aim of this study, which deals with the motivation of volunteerism in the framework of altruism, utilitarianism and social sub-factors of university students, is also determining the volunteer profiles of university students. The survey was conducted with 376 students. When the motivation for volunteering is evaluated from the results of the study, it is concluded that the sub-dimension of altruism has a higher rate of volunteer participation. According to these results, the awareness of helping others and the feeling of helping making an individual feel good about them is more important than utilitarianism in participating in volunteering activities. This result is consistent with the literature. Balaban and İnce (2015) concluded that volunteer young people are involved in volunteering activities based on love and responsibility, without expecting something in return. Similarly, in the study of Sinclair and Chung (2003), it is stated that voluntary individuals obtain spiritual comfort with the happiness and sense of competence that comes from helping others. When the motivations of the participants were examined in terms of utilitarianism, it was found that the students thought that they would benefit from the volunteer services in terms of resume strengthening and providing business connections, rather than an immediate means for gaining employment. In line with the results of this study, there are studies indicating that students participate in volunteering activities not only with motivations of altruism but also with the idea of self-development opportunities for work and their professional lives (Astin and Sax, 1998; Ziemek, 2006; Handy, 2010). When the results of the social sub-factor are considered, it is seen that the mean of expressing the statements that participating in voluntary activities helps people distance themselves from their own problems and helps alleviate the guilt felt by perceiving themselves as more fortunate than other people, were lower. This result of the study differs from another study (Çolak, 2018), which states that individuals desire to take part in volunteering activities in order to obtain spiritual pleasure and to eliminate the boredom of loneliness. This difference is thought to be related to the ability of individuals to volunteer with multiple and different motivations. It can vary according to the geography in which they live, the needs of the society and even the purpose of the organization in which it takes place (Morrow-Howell et al., 2014).

When the findings related to the questions about the volunteer status of the participants were examined, it was found that the number of female participants was higher (61.4%). When the studies examining the participation of volunteers in the literature are examined, it is seen that there are different results regarding the sex of the volunteer participants. Sloane and Haider (2019) reported that the number of female volunteers (57.7%) was higher in the UK and the number of male volunteers (73.9%) was higher in Austria. In her study with volunteers from international sports organizations, Fişne (2017) found that female volunteers (63.6%) were higher than men (35.9%). These results indicate that the studies between sex and volunteering have cultural and organizational variables. Looking at the participants' views on the benefits of volunteering, it was seen that providing opportunities to learn something new and benefiting from making social connections was a priority. In addition, students think that volunteering contributes to building trust, gaining leadership skills, gaining personal satisfaction and work-career experience. In the literature, it is seen that there are other studies that have reached the same conclusions (Fairly et al., 2007; Pan, 2012; Dyson, 2017; Işık and Bozçam, 2017).

When the findings regarding the students' participation in volunteering activities and the benefits that they think they would receive in return for this service were examined, it was determined that they were mostly directed by their friends to provide social connections. The results of the study include that volunteers are directed by their teachers, in order to enter educational institutions. Parents and written media have the lowest rates in guidance to volunteering activities. Another result of the study is that 66.2% of the participants find these referrals helpful in participating in volunteering activities. It is thought that these results can provide guidance in increasing student volunteer participation. In this context, it may be possible for both non-governmental organizations and university administrations to reach a wider audience by focusing on informing via promotion and organization activities.

Kaynakça/References

- Akman, P. (2008). Effects of motives, volunteer role identity and sense of community on sustained volunteering. *Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Boğaziçi Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.*
- Ana Isabel Gil-Lacruz, Carmen Marcuello & M^a Isabel Saz-Gil (2019) Gender differences in European volunteer rates, *Journal of Gender Studies*, 28:2, 127-144, DOI: 10.1080/09589236.2018.1441016
- Astin, A. W., & Sax, L. J. (1998). How undergraduates are affected by service participation. *Service Participation*, 39(3), 251.
- Atçı Dilek, Yenipınar Uysal ve Unur Kamil. (2014). "Gönüllü Olma Nedenleri: Mersin 2013- XVII. Akdeniz Oyunları Örneği". *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*. 11(3): 42-56.
- Balaban, A. Y., & İnce, İ. Ç. (2015). Gençlerin sivil toplum kuruluşlarındaki gönüllülük faaliyetleri ve gönüllülük algısı: Türkiye Eğitim Gönüllüleri Vakfı (TEGV) Örneği. *Dokuz Eylül Üniversitesi İktisadi İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 30(2), 149-169.

- Bang, H., & Chelladurai, P. (2009). Development and validation of the volunteer motivations scale for international sporting events (VMS-ISE). *International Journal of Sport Management and Marketing*, 6(4), 332-350.
- Bjälesjö, J. (2010). Youth policy cooperation between Turkey and Sweden" Introduction to Youth Policy–Swedish and Turkish Perspectives. *The Swedish National Board for Youth Affairs and the Department of Youth Services at the Directorate for Youth and Sports in Turkey*.
- Bowman, W. (2004). Confidence in charitable institutions and volunteering. *Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly*, 33(2), 247-270.
- Cady, S. H., Brodke, M., Kim, J. H., & Shoup, Z. D. (2018). Volunteer motivation: A field study examining why some do more, while others do less. *Journal of Community Psychology*, 46(3), 281-292.
- Cappellari, L., & Turati, G. (2004). Volunteer labour supply: the role of workers' motivations. *Annals of public and cooperative economics*, 75(4), 619-643.
- Clary, E. G., Snyder, M., & Stukas, A. A. (1996). Volunteers' motivations: Findings from a national survey. *Nonprofit and voluntary sector quarterly*, 25(4), 485-505.
- Clary, E. G., Snyder, M., Ridge, R. D., Copeland, J., Stukas, A. A., Haugen, J., & Miene, P. (1998). Understanding and assessing the motivations of volunteers: a functional approach. *Journal of personality and social psychology*, 74(6), 1516.
- Cnaan, R. A., & Goldberg-Glen, R. S. (1991). Measuring motivation to volunteer in human services. *The journal of applied behavioral science*, 27(3), 269-284.
- Cnaan, R. A., Handy, F., & Wadsworth, M. (1996). Defining who is a volunteer: Conceptual and empirical considerations. *Nonprofit and voluntary sector quarterly*, 25(3), 364-383.
- Davis, M. H., Mitchell, K. V., Hall, J. A., Lothert, J., Snapp, T., & Meyer, M. (1999). Empathy, expectations, and situational preferences: Personality influences on the decision to participate in volunteer helping behaviors. *Journal of personality*, 67(3), 469-503.
- Dyson, S. E., Liu, L., van den Akker, O., & O'Driscoll, M. (2017). The extent, variability, and attitudes towards volunteering among undergraduate nursing students: implications for pedagogy in nurse education. *Nurse education in practice*, 23, 15-22.
- Eagly, A. H. (1987). Sex differences in social behavior: A social-role interpretation. Nueva Jersey: Erlbaum.
- Esmond J, Dunlop E (2004): Developing the Volunteer Motivation Inventory to Assess the Underlying Motivational Drives of Volunteers in Western Australia. Motivation Final Report. CLAN WA Inc.
- Evans, C. D., & Diekmann, A. B. (2009). On motivated role selection: Gender beliefs, distant goals, and career interest. *Psychology of Women Quarterly*, 33, 235-249.10.1111/j.1471-6402.2009.01493.x
- Fişne M. (2017) Kişilik özelliklerinin sporda gönüllülük motivasyonu üzerine etkisi: uluslararası spor organizasyonlarında görev alan gönüllülere yönelik bir araştırma. *Yayınlanmamış Doktora Tezi, Cumhuriyet Üniversitesi, Sosyal Bilimleri Enstitüsü, Sivas*.
- Fitch, RT (1987): Characteristics and Motivations of College Students Volunteering for Community Service. *J Coll Student Person*, 28:424-430.
- Gegez, E (2019): Pazarlama Araştırmaları, Beta yayınları 6. Baskı.
- Gillespie, DF, King, AEO (1985): Demographic understanding of volunteerism. *J Sociol Soc Welfare*, 12, 798-816.
- Güzel P, Ünlü H, Özbey S, Esentaş M (2013): Gönüllülük ve Uluslararası Spor Organizasyonları: XVII: Akdeniz Oyunları. II. Rekreasyon Araştırma Kongresi, 31ekim-03 Kasım 2013, Aydın.
- Handy, F., Cnaan, R. A., Hustinx, L., Kang, C., Brudney, J. L., Haski-Leventhal, D., ... & Yamauchi, N. (2010). A cross-cultural examination of student volunteering: Is it all about résumé building?. *Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly*, 39(3), 498-523.
- Horton-Smith, D (1981): Altruism, volunteers, and volunteerism. *Journal of Voluntary Action Research*, 10, 21-36.
- Kara, K. E. (2012). Üniversiade 2011 Erzurum Kış Oyunlarındaki gönüllülerin katılma motivasyonları ve oyunlar sonrası beklenti ve memnuniyetlerinin değerlendirilmesi. *Yayınlanmamış Doktora Tezi, Marmara Üniversitesi, Sağlık Bilimleri Enstitüsü, İstanbul*.
- Koşan, A., & Güneş, E. (2009). Gönüllülük ve Erzurum 2011 Üniversitelerarası Kış Oyunları. *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 13(2), 1-18.

- Lau, Y., Fang, L., Cheng, L. J., & Kwong, H. K. D. (2019). Volunteer motivation, social problem solving, self-efficacy, and mental health: a structural equation model approach. *Educational Psychology*, 39(1), 112-132.
- Leigh, R., Smith, D. H., Giesing, C., León, M. J., Haski-Leventhal, D., Lough, B. J., ... & Hockenos, P. (2011). *State of the world's volunteerism report, 2011: universal values for global well-being*. United Nations Volunteers.
- Meydan, C.H., Şeşen, H. (2011). Yapısal Eşitlik Modellemesi Amos Uygulamaları, Detay Yayıncılık.2. Baskı.
- Morrow-Howell, N., Lee, Y. S., McCrary, S., & McBride, A. (2014). Volunteering as a pathway to productive and social engagement among older adults. *Health Education & Behavior*, 41(1_suppl), 84S-90S.
- Musick, M. A., & Wilson, J. (2007). *Volunteers: A social profile*. Indiana University Press.
- Nunnally, J. C. (1978). *Psychometric theory* (2nd ed.). New York: McGraw-Hill.
- Pan, T. J. (2012). Motivations of volunteer overseas and what have we learned—The experience of Taiwanese students. *Tourism Management*, 33(6), 1493-1501.
- Uriely, N., Reichel, A., & Ron, A. (2003). Volunteering in tourism: Additional thinking. *Tourism Recreation Research*, 28(3), 57-62.
- Sellars, M., Simpson, J., Kelly, H., Chung, O., Nolte, L., Tran, J., & Detering, K. (2019). Volunteer involvement in advance care planning: a scoping review. *Journal of pain and symptom management*.
- UNV, Türkiye & GSM (2013). Giriş. Türkiye'de gönüllülük: Gönüllülüğün rolünün ve katkılarının keşfedilmesi. *Birleşmiş Milletler Gönüllüleri (UNV) Programı Türkiye & GSM Gençlik Servisleri Merkezi* (Yay. Haz.). Bordo Tercüme Bürosu ve Eda Erdem (Çev.).
- Salamon, L. M., & Anheier, H. K. (1998). Social origins of civil society: Explaining the nonprofit sector cross-nationally. *Voluntas: International journal of voluntary and nonprofit organizations*, 9(3), 213-248.
- Sloane, G. M. T., & Pröbstl-Haider, U. (2019). Motivation for environmental volunteering—A comparison between Austria and Great Britain. *Journal of Outdoor Recreation and Tourism*, 25, 158-168
- Smith, J. K., & Weaver, D. B. (2006). Capturing medical students' idealism. *The Annals of Family Medicine*, 4(suppl 1), S32-S37.
- Sherraden, M. S., Lough, B., & McBride, A. M. (2008). Effects of international volunteering and service: Individual and institutional predictors. *Voluntas: International Journal of Voluntary and Nonprofit Organizations*, 19(4), 395.
- Steinbach, D., Guett, M. ve Freytag, G., (2012), 'Training 4 Volunteers: Mapping Strategies and Good Practices of Human Resources Development for Volunteers in Sports Organizations in Europe'.
- Sinclair, D. R., Chung, F., & Smiley, A. (2003). *General anesthesia does not impair simulator driving skills in volunteers in the immediate recovery period—a pilot study*. *Canadian journal of anaesthesia*, 50(3), 238.
- Şengöz, N. (2016). Gönüllülüğün değişen boyutu Sanal Gönüllülük ve üniversite gençliğinin sanal gönüllülük farkındalığı (Master's thesis, Anadolu Üniversitesi).
- Uriely, N., Reichel, A., & Ron, A. (2003). *Volunteering in tourism: Additional thinking*. *Tourism Recreation Research*, 28(3), 57-62.
- Tiltay, M. A. (2014). *Bir tüketici davranışı olarak bireysel bağış: bağış motivasyonlarının doğrudan ve dolaylı bağış üzerindeki etkisi*. Yayınlanmamış Doktora Tezi, Eskişehir Osmangazi Üniversitesi, Sağlık Bilimleri Enstitüsü, Eskişehir.
- Qi, H., Smith, K. A., & Yeoman, I. (2018). *Cross-cultural event volunteering: Challenge and intelligence*. *Tourism Management*, 69, 596-604.
- World Giving Index. (2014), *A Global View of Giving Trends*, Charities Aid Foundation, Final.pdf,
- Wilson, J., Musick, M., 2000. The effects of volunteering on the volunteer. *Law Contemp. Probl.* 62 (4), 141-168.
- Vetitnev, A., Kruglova, M., & Bobina, N. (2015). The economic dimension of volunteerism as a trend of university research. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 214, 748-757.
- Ziemek, S. (2006). Economic analysis of volunteers' motivations—A cross-country study. *The Journal of Socio-Economics*, 35(3), 532-555.



Copyright © 2019 T.C. Gençlik ve Spor Bakanlığı

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

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

ISSN 2147-8473

Başvuru | 16 Ağustos 2019

Kabul | 21 Ekim 2019

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

*Hilal Kılıç**

*Umut Solmaz***

Öz

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

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

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

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

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

Abstract

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

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

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

Giriş

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

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

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

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

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

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

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

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

Kurumsal Sosyal Sorumluluk ise,

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

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

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

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

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

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

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

Bireysel Sosyal Sorumluluk Kavramı

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

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

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

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

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

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

Girişimcilik Düşüncesi

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

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

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

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

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

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

Tablo 1. Girişimcilik Tanımları

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

Amaç ve önem

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

Yöntem ve Hipotezler

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

Araştırmada oluşturulan hipotezler şu şekildedir:

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

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

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

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

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

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

Veri Toplama Araçları

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

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

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

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

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

Verilerin Analizi

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

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

Tablo 2. Ölçeklere İlişkin Güvenirlilik Analizi Tablosu

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

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

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

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

Araştırmanın Evren, Örneklem ve Sınırlılıkları

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

Tablo 3. Katılımcıların Cevaplarının Frekans Dağılımı

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

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

Bulgular

Tablo 4. Bölüm İle Girişimcilik Seviyesi Arasındaki İlişki Tablosu

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

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

Tablo 5. Bölüm İle Sosyal Sorumluluk Seviyesi Arasındaki İlişki Tablosu

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

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

Tablo 6. Sınıf ile Girişimcilik Seviyesi Arasındaki İlişki Tablosu

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

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

Tablo 7. Sınıf ile Sosyal Sorumluluk Algısı Arasındaki İlişki Tablosu

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

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

Tablo 8. Girişimcilik Düşüncesi ile Seviyesi Arasındaki İlişki Tablosu

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

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

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

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

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

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

Tartışma ve Sonuç

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

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

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

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

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

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

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

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



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

*Hilal Kılıç**
*Umut Solmaz***

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

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

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

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

Purpose and Importance of Research

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

Method and Hypotheses of Research

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

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

Hypotheses Created in the Research are Listed Below:

The hypotheses generated in the research are as below:

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

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

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

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

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

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

The Data Tools

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

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

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

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

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

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

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

Analysis Of The Data

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

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

Universe, Sampling and Limitations of Research

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

Findings

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

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

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

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

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

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

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

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

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

Discussion and Conclusion

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

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

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

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

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

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

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

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

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

Kaynakça/References

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

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

GENÇLİK ARAŞTIRMALARI DERGİSİ

Yazarlara Notlar

Gençlik Araştırmaları Dergisi, T.C. Gençlik ve Spor Bakanlığı'nın "gençlik" konusunu disiplinler veya disiplinlerarası açıdan ele alan kuramsal ve uygulamalı çalışmaları yayımladığı akademik, resmî yayınıdır.

Bu çerçevede; (i) gençlerin eğitim yönelimlerini ve bilgilenme kaynaklarını ortaya koyan, (ii) gençlerin meslek edinme süreçlerine, iş piyasası içerisindeki konumlanışlarına ve ihtiyaçlarına odaklanan, (iii) gençlere yönelik psikolojik, psikiyatrik, sosyolojik ve antropolojik içerikli sorunları tespit eden, çözüm arayışlarına katkı sunan,

(iv) gençlerin kimlik oluşumlarını, boş zaman tercihlerini, suç yönelimlerini, sosyalleşme pratiklerini ve akran ilişkilerini irdeleyen vb. yazılara yer verilmektedir.

Gençlik Araştırmaları Dergisi'nde;

- Gençlik alanı ile ilgili nicel, nitel araştırmalara, en son literatürü kapsamlı biçimde değerlendiren derlemelere, meta-analiz çalışmalarına, model önerilerine ve benzeri özgün yazılara yer verilir.
- İleri araştırma/istatistik yöntem ve teknikleri kullanılan güncel çalışmalara öncelik tanınır.
- Çalışmaların yöntembilim açısından yetkinlikleri kadar alana orijinal ve yeni katkı sunmaları da temel yayımlanma kriteridir.
- Yayımlanan yazıların sorumluluğu yazarına aittir. Yayımlanan yazılar, düşünsel planda Gençlik Araştırmaları Dergisi'ni bağlamaz.
- Yayımlanmış yazıların yayım hakları T.C. Gençlik ve Spor Bakanlığı'na aittir.
- Gençlik Araştırmaları Dergisi ve yazar/ların ismi kaynak gösterilmeden alıntı yapılamaz.
- Gençlik Araştırmaları Dergisi'nin yayın dili Türkçe ve İngilizce'dir.

Dergiye Gönderilecek Yazılar;

- A4 boyutlarındaki kağıda üst, alt, sağ ve sol boşluk 2,5 cm bırakılarak (16 x 24,7 cm'lik alana) 1,5 satır aralıklı, iki yana dayalı, satır sonu tirelemesiz ve 10 punto Times New Roman yazı karakteri kullanılarak yazılmalıdır.
- Gönderilen tablo, şekil, resim, grafik ve benzerlerinin derginin sayfa boyutları dışına taşmaması ve daha kolay kullanılmalrı amacıyla 10 x 17 cm'lik alanı aşmaması gerekir. Bundan dolayı tablo, şekil, resim, grafik vb. unsurlarda daha küçük punto ve tek aralık kullanılabilir.
- İngilizce uzun özet de dâhil olmak üzere çalışmalar 35 sayfayı aşmamalıdır.
- Çalışmanın, MS Word ile yazılmış bir kopyasının dergi e-posta adreslerine ekli dosya olarak gönderilmesi editoryal sürecin başlaması için yeterlidir.
- Çalışma gönderildikten sonra en geç bir hafta içinde alındığını teyit eden bir elektronik posta mesajı gönderilir.

Gönderilen Çalışmaların Aşağıda Koyu Yazılan Bölümleri İçermesi GerekmeKtedir;

- Türkçe Başlık Sayfası (makale başlığını, yazar/lar/ın tam adlarını ve unvanlarını, çalıştıkları kurumlarını, adres, telefon, faks ve elektronik posta bilgilerini içermelidir)
- Türkçe Öz (150-200 kelime arası)
- Anahtar Kelimeler (5-8 kelime arası)
- Ana Metin (Nicel ve nitel çalışmalar giriş, yöntem, bulgular, tartışma bölümlerini içermelidir)

Yöntem kısmında ise eğer yeni bir model kullanılmışsa model alt bölümü ile mutlaka örneklem/ çalışma grubu, veri toplama araçları ve işlem alt bölümleri bulunmalıdır. Derleme türü çalışmalar ise problemi ortaya koymalı, ilgili literatürü yetkin bir biçimde analiz etmeli, literatürdeki eksiklikler, boşluklar ve çelişkilerin üzerinde durmalı ve çözüm için atılması gereken adımlardan bahsetmelidir. Diğer çalışmalarda ise konunun türüne göre değişiklik yapılabilir, fakat bunun okuyucuyu sıcakak ya da metinden faydalanmasını güçleştirecek detayda alt bölümler şeklinde olmamasına özen gösterilmelidir.

- Tablo, şekil, resim, grafik vb. metin içerisinde yer almalıdır.
- İngilizce Başlık Sayfası (makale başlığını, yazar/lar/ın tam adlarını ve unvanlarını, çalıştıkları kurumlarını, adres, telefon, faks ve elektronik posta bilgilerini içermelidir)
- Abstract (150-200 kelime arası)
- Key Words (5-8 kelime arası)
- İngilizce Ana Metin (En az 2,000 kelimelik çalışma Türkçe metindeki alt bölümlerini ve kaynakçada yer alan her bir referansı içermelidir. İngilizce ana metin çalışma yayıma kabul edildikten sonra gönderilir)

Kaynakça (Hem metin içinde hem de kaynakçada Amerikan Psikologlar Birliği (APA) tarafından yayınlanan Publication Manual of American Psychological Association adlı kitapta belirtilen yazım kuralları uygulanmalıdır).

Yayım Süreci Üzerine Notlar

- Yazar ya da yazarların tamamının ıslak imzasını taşıyan aşağıdaki içeriğe sahip bir mektup yayımcıya posta ile gönderilmelidir: yazının tüm yazarlarca okunduğu, onaylandığı, başka bir dergiye gönderilmemiş olduğu, yazının hazırlanmasının her aşamasında bilimsel etik kodlara uyulduğu, yazı yayımlandığı takdirde tüm yayın haklarının yayıncıya devredildiği.
- Birden çok yazarlı makalelerde editoryal yazışmanın kiminle yapılacağı belirlenmeli ve açık bir şekilde belirtilmelidir.
- Yayınlanan yazıların içeriğinde ya da alıntılarında olabilecek çarpıtma, yanlış, telif hakkı ihlali, intihal vb. hususlardan yazar/yazarlar sorumludur.
- Yayınlanan yazıların içeriğinden yazarları sorumludur. İlgili çalışmada, eğer etik onay alınması gereken durumlar söz konusu ise yazarların etik kurullardan ve kurumlardan onay aldığı var sayılmaktadır. Hem metin içinde hem de kaynakçada TDK Yazım Kılavuzu (Yazım Kılavuzu, 2009, Türk Dil Kurumu, Ankara) veya www.tdk.gov.tr adresindeki online hali yazım kuralları, akademik atf ve gelenekler bağlamında ise Publication Manual of American Psychological Association [6. Baskı] esas alınır.

JOURNAL OF YOUTH RESEARCH

Notes for Contributors

Journal of Youth Research, founded in 2012, is the official open-access, double-blind peer-reviewed, international journal of The Republic of Turkey Ministry of Youth and Sports.

Journal of Youth Research is a scientific journal for the publication of research and studies covering all aspects of youth and related issues.

The journal's aim is to facilitate both international and interdisciplinary scientific communication, to strengthen the links between scientific research and management policy in Turkey, and to stimulate and enhance the quality of debate.

Representing an interdisciplinary forum for the exchange of recent data and expert opinions, it reflects the importance of a comprehensive approach to resolve the problems of youth in Turkey.

Journal of Youth Research publishes peer-reviewed research reports on youth, bringing together research conducted within a variety of disciplines. Articles include theoretical, philosophical, and political essays; research papers; case reports; and historical research related to all youth issues. In addition to original research, the journal features articles.

Studies that clearly contribute to the current knowledge of youth issues, social policy are given priority. Scholarly commentaries on topical issues and systematic reviews are also encouraged.

Journal of Youth Research publishes its research articles unrestricted with open access as early as possible after acceptance of a manuscript.

Contributors Submitting their Work to Journal of Youth Research (JYR) Journal Should be Informed that:

- JYR seeks to publish articles from all areas of youth. Articles should include quantitative, qualitative research, comprehensive literature reviews, meta-analysis, model proposals and original writings of similar quality.
- JYR gives priority to current studies using advanced research and statistical methods and techniques.
- JYR considers original contribution to the field and competency in methodology the main criterion for publication.
- Authors bear responsibility for the content of the published articles.
- Authors are assumed to have conformed to an ethical code of conduct during research. Ethical problems that may arise after publication are binding for authors only.
- Published articles are not intellectually binding on JYR.
- Publishing rights of the manuscripts belong to JYR.
- Articles may not be quoted without citing JYR and the author(s).
- JYR publishes manuscripts in Turkish and English.

The manuscripts that have been submitted to JYR are first assessed by the editorial board in terms of purpose, topic, content, presentation style and mechanics of writing.

As Part of the Submission Process, Authors are Required to Ensure their Submission's Compliance with all of the Following Items;

- Manuscripts should be typed on a A4-sized paper, with top, bottom, right and left margins 2.5 cm (16 x 24.7 cm area), 1.5 line spacing, justified, no end of line hyphenation, using Times New Roman font 10.
- Tables, figures, pictures, graphics, and the like should not exceed an area of 10 x 17 cm, and a smaller font and single spacing is recommended.
- Manuscripts must not exceed 25 pages,
- The editorial process starts when a copy of the manuscript is forwarded to the following e-mail address as an attached file written in MS Word: editor@genclikarastirmalari.gsb.gov.tr
- Within one week after the submission of the manuscript an electronic mail message is sent to confirm receipt.
- Submitting authors will be asked to mail, fax or e-mail a letter to the publisher bearing the signatures of all authors, with the following content: This letter should clearly indicate that the manuscript is the product of a collaborative study of the authors; it has not been submitted to another journal; and ethical codes have been complied with at every stage of the study. If there are co-authors, the letter should specify with whom editorial correspondence will be conducted.
- All submissions will be first reviewed and assessed by the Editorial and Advisory Boards in terms of subject matter, contents, suitable presentation and accordance with spelling rules.
- The manuscripts which are found suitable and acceptable by the mentioned boards will be submitted for scientific assessment to referees who are well- known and distinguished by their works in related branches.
- Referees' reports are secret. Authors have to take into consideration the suggestions, criticisms and corrections made by both Referees and Editorial- Advisory Boards.
- Authors are responsible for opinions expressed in the articles.
- Quotation from the articles in the journal is allowed in condition that the journal should be indicated and acknowledged as source.
- Quoting person or institutions are responsible by law for distortions.
- No payment will be made for published articles.

The Manuscripts Submitted Should Comply with the Sample Manuscript Format and Contain the Following Sections:

- English Title Page (article title, author(s)' full names and titles, address, phone, fax and electronic mail)
- Abstract (between 150-200 words)
- Key words (between 5-8 words)
- Main Text (quantitative and qualitative studies should include introduction, methodology, findings, and discussion sections. If the study has used a new model, the methodology section must include sample/working group, data collection tools and subdivisions of the procedure. Papers that are based on compilation of other studies should lay down the problem, analyze the relevant literature comprehensively, underline the gaps and contradictions in the field, and discuss the solution to the problem. Other studies may vary the sections depending on the subject, but there should not be too many subsections that will impede fluency. Tables, figures, pictures, graphics and so on should be included within the text.)
- References (for in text citations and references section, APA style (Publication Manual of the American Psychological Association [6th edition] published by the American Psychological Association) must be used.

BU SAYIDA

Aylin Görgün Baran

Türkiye'de Gençlerin Gönüllülük Faaliyetlerine Katılım Durumu
Participation of the Young in Volunteering Activities in Turkey

Selda Tademir Afar

Gönüllülük Olgusunu Sosyolojik Teorilerle Anlama Denemesi
Essay on Understanding Volunteering Fact from Sociological Theories

Mehtap akmak Barsbay

Sağlık İnsangücü Adaylarında Gnlllğn Tahmin Edilmesi
The Prediction of Volunteerism in Health Workforce Candidates

mit Doğrul

**İlevsel Yaklaım ile Gönüllülük Motivasyonlarının İncelenmesi:
niversite ğrencileri zerine Bir Araştırma**
*Investigation of Volunteerism Motivations with Functional Approach:
A Research on University Students*

Zaliha İnci Karabacak & Aye Aslı Sezgin

**Dijital Ortamda rnek Bir Gönüllülük Projesi: Türkiye'nin İhtiyaç Haritası'nda Gençlerin
Görünümüne Yönelik Bir Değerlendirme**
*A Leading Volunteering Project in Digital Medium: An Evaluation on the Position of Youth in
Turkey's Needs Map*

Murat Gülmez

**Üniversite ğrencilerinin Gönüllülük Davranışları ve Motivasyonları zerine Bir
Araştırma: ağ niversitesi rneği**
*A Research on Volunteer Behavior and Motivations of University Students:
ağ University Case*

Hilal Kılıç & Umut Solmaz

**Sosyal Hizmet Bölümü ve Halkla İlişkiler Bölümü ğrencilerinin Bireysel ve Sosyal
Sorumluluk Seviyeleri ile Girişimcilik Potansiyelleri Arasındaki İlişkinin llmesi**
*Measurement of the Relationship Between Individual and Social Responsibility Levels and
Entrepreneurial Potentials of the Students of the Department of Social Work and Public
Relations and Advertising*

