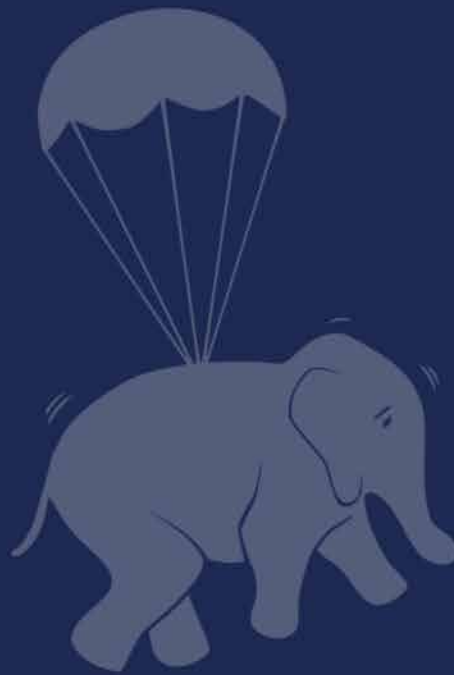


Quarterly

SOSYAL MUCİT ACADEMIC REVIEW

Sociology of economy, work and organizations

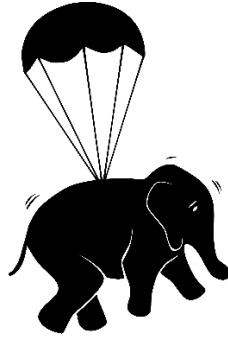


VOL: 4 - ISSUE:2
2023

ISSN: 2718-1081

HAZİRAN/JUNE - CİLT/VOL: 04 - SAYI/ISSUE: 02 - e-ISSN: 2718-1081

SOSYAL MUCİT ACADEMIC REVIEW



SOSYAL MUCİT ACADEMIC REVIEW
SMAR®

Sosyal Mucit Academic Review Smar©

3 Ayda Bir Yayınlanan Hakemli Dergi • A Peer-Reviewed Academic Journal Published Quarterly
Haziran/June 2023 • Sayı/Issue: 04 • No/Vol: 02 • e-ISSN: 2718-1081

İmtiyaz Sahibi • Owner

Erhan Aydın

Baş Editörler / Editor-in-Chiefs

Erhan Aydın & Ruoqi Geng & Mushfiqur Rahman

Editörler / Editors

Şakir Güler
Saowanit Lekhawat
Abdulaziz Elwalda

Alan Editörleri

Emir Özeren
İsmail Erkan
Mustafa Erhan Bilman
Betül Hayrullahoğlu
Rahmi Saylık
Ciaran Mcfadden

Dil Editörleri / Language Editors

Tuğba Erhan

Baş Asistan Editör / Asistant Editor in Chief

Yusuf Alparslan Dibek

Asistan Editörler / Asistant Editors

Ayşe Narin
Nihal Yazıcı
Meryem Gül
Melis Karakuş
Melis Uysal

Yayın Danışma Kurulu / Editorial Advisory Board

Aidan Mckearney, London South Bank University, United Kingdom
Metin Işık, Sakarya University, Turkey
Akarawat Jatuphatwarodom, Rajamangala University of Technology Thanyaburi, Thailand
Chompoonut Amchang, Burapha University, Thailand
Hasan Güllüpunar, Suleyman Demirel University, Turkey
Çağrı Bulut, Yasar University, Turkey
Çiğdem Karış, Trabzon University, Turkey
Juthathip Suraraksa, Burapha University, Thailand
Mustafa Özbilgin, Brunel University London, United Kingdom
Serap Sap, Abdullah Gul University, Turkey
Zeynep Kurnaz, Karabük University, Turkey

Iza Gigauri, St Andrews Georgian University, Georgia
Jean-Éric Pelet, Gérant de KMCMS (EURL), France
Soroush Haghsefat, Nanjing University of Sci. & Tech., China
Sabrina Leo, Sapienza University of Rome, Italy
Carla Martinho, Polytechnic Institute of Lisbon, Portekiz
Nazan Colmekcioglu, Cardiff University, United Kingdom
Justin Paul, Henley Business School & Centre for Euro-Asian Studies, United Kingdom
Anupam Mazumdar, University of Wales Trinity Saint David, United Kingdom
Raziur Chowdhury, University of Wales Trinity Saint David, United Kingdom
Ulaş Akkücüük, Boğaziçi University, Turkey
Özlem Ayaz, Brunel University London, United Kingdom

Tasarım / Design

Şakir Güler
Yusuf Alparslan Dibek
Talha Uygur

Malton London Yönetim Organizasyon Danışmanlık

Adres / Address: • İstiklal Mah. • 2. Cad. Tarmen 21 B/B, • Menemen/İzmir

Tel / Phone: +90 553 913 43 35

e-posta / e-mail: sosyalmucit@hotmail.com

web sayfası / web pages:

<https://www.sosyalmucit.com/>

<https://dergipark.org.tr/en/pub/smar>

<https://twitter.com/JournalSmar>

Sosyal Mucit Academic Review (SMAR), yılda dört kez yayınlanan (Mart, Haziran, Eylül ve Aralık) çift kör hakemli uluslararası hakemli bir dergidir. Dergi kapsamında özellikle toplum, ekonomi, politika, eğitim ve kuramlar ile ilgili kavramsal, kuramsal ve nitel çalışmalara yer verilmesi hedeflenmektedir. Bunun temel nedeni, SMAR'ın sadece akademisyenler, yüksek lisans ve doktora öğrencileri değil aynı zamanda toplumdaki bireylerin anlayabileceği makaleler yayınlayabilme amacından ileri gelmektedir. Bunun yanı sıra dergi kapsamına giren nicel çalışmalar da kabul edilmektedir. Derginin dili hem İngilizce hem de Türkçedir ve Türkçe makalelerin genişletilmiş İngilizce özete sahip olması gerekmektedir.

Sosyal Mucit Academic Review (SMAR) is a double-blind peer review international refereed journal published four in a year (March, June, September and December). This journal aims at publishing conceptual, theoretical and qualitative studies related to society, economics, politics, education and institutions. The main reason for this aim stems from publishing studies that are understood by not only academicians, graduate and PhD students, but also individuals and practitioners in society. In addition, quantitative studies within the scope of the journal have been accepted. In addition, quantitative studies within the scope of the journal have been accepted. The language of this journal is both English and Turkish, and the Turkish articles need to have an extended English abstract.

İÇİNDEKİLER / CONTENTS

Editörden

From Editor

Erhan Aydın & Ruoqi Geng & Mushfiqur Rahman v

Conceptual Articles • Kavramsal Makaleler

Meşru Olmayan Görevler Yazınına Dair Sistemik Bir Derleme ve Kavramsal Model Önerisi

A Systematic Literature Review on Illegitimate Tasks: A Proposed Conceptual Model

Nur Ayça Öztürk • Ethem Duygulu133

Araştırma Makaleleri • Research Articles

Post-Truth Kavramı Üzerine Yapılan Çalışmaların VOSviewer ile Bibliyometrik Analizi

A Bibliometric Analysis using VOSviewer of Publications on Post-Truth

Deniz Dirik • İnan Eryılmaz • Tuğba Erhan 164

Avrupa Birliği'nin Güvenlik ve Savunma Yaklaşımında Rusya-Ukrayna Savaşı'na Yönelik Kriz Yönetim Politikaları: Yumuşak Güç ve EUAM

Crisis Management Policies Concerning the Russo-Ukrainian War in the European Union's Security and Defence Approach: Soft Power and EUAM

Emrah Aydemir • Oğuz Güner 189

Staj Oryantasyon Programında Oyunlaştırma Modelinin Uygulanması: Bangladeş'teki Özel Üniversite Bağlamından Önerilen Bir Kavramsal Model

Application of Gamification Model in the Internship Orientation Program: A Proposed Conceptual Model from the Private University Context of Bangladesh

Mohammad Atiqul Basher • Zaheed Husein Mohammad Al-Din 206

Dönüştürücü Etkiyi Ortaya Çıkarmak: COVID-19 Salgını Dönemindeki Çevrimiçi Alışveriş Deneyimleri Üzerine Nitel Bir Araştırma

Unlocking the Transformative Effect: A Qualitative Research on Online Shopping Experiences During the COVID-19 Pandemic

Derya Altıntaş 219

Dear Readers,

Sosyal Mucit Academic Review (SMAR) SMAR is glad to present the fourth volume and second issue to the readers. In this issue, we would like to inform our esteemed readers and potential authors that the journal is indexed in TR DIZIN and we have applied to many indexes, specifically Scopus and DOAJ. Also, The SMAR continues to increase its committee members with national and international participants day by day.

As it is known, “Sosyal Mucit” (in English: Social Inventor) refers to the individuals who have systematic perspectives on the challenges that societies face in the field of politics, economics, sociology, technology and environment. The main understanding of a “Sosyal Mucit” as an individual is to diagnose social problems and suggest potential solutions by creating a link between scholarly discussion and society. For this reason, SMAR aims at creating systematic knowledge by raising critical questions and exploring the potential answers to the questions. I indicate the aforementioned questions as follows:

- 1) What is the problem?
- 2) Why is the problem important?
- 3) What is your suggestion to overcome the problem?

These questions guide the potential authors of the SMAR to structure their research. I emphasise them as critical questions because a paper's clarity and communication are important to reaching more academic and non-academic individuals. I hope the SMAR journal will achieve its aims day by day. Having adopted the aforementioned aims, the journal publishes five articles on this issue. Within these articles, the authors focus on the topics of “A Conceptual Framework on Illegitimate Tasks”, “A Bibliometric Analysis of the Post-truth Research”, “Crisis Management Policies of European Union”, “Gamification Model in the Internship Orientation Model”, and “Online Shopping Experiences during the Covid-19 Pandemic”. We hope you enjoy reading this issue and also, we look forward to seeing your contribution to the SMAR journal.

With kindest regards,

Assoc. Prof. Dr. Erhan AYDIN, Assoc. Prof. Dr. Ruoqi GENG and Dr. Mushfiqur Rahman

Sevgili Okurlar

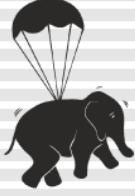
Sosyal Mucit Academic Review, dördüncü cilt ikinci sayısını sizlere takdim etmekten mutluluk duyuyoruz. Bu sayımızda, dergimizin TR Dizin’de indekslendiğini ve özellikle Scopus ve DOAJ gibi birçok indekse başvuru yapmakta olduğumuzu siz değerli okuyucularımıza ve potansiyel yazar adaylarımıza bildirmek isteriz. Bunun yanı sıra, SMAR ulusal ve uluslararası katılımcılarla her geçen gün kadrosunu geliştirmeye devam etmektedir. Bilindiği üzere SMAR; politika, ekonomi, sosyoloji, teknoloji ve çevre gibi toplumsal konularda sistematik bakış açısına sahip bireyleri sosyal mucit olarak adlandırmaktır. Sosyal Mucit’in temel hedefi, akademik tartışma konuları ile toplum arasında bir bağ kurarak toplumsal sorunları tespit etmek ve bu sorunlara karşı çözüm önerileri geliştirmektir. Bu bağlamda SMAR, sistematik bilgi oluşturmayı amaçlamaktadır. Bu amacı gerçekleştirebilmek için SMAR kritik sorunları gündeme getiren ve bu sorunlara çözüm önerisi sunan araştırmalara yer vermektedir. Söz konusu araştırmalara ait araştırma soruları şu üç ana kapsama odaklanmalıdır;

- 1) Problem nedir?
- 2) Bu problem neden önem arz ediyor?
- 3) Bu problemi aşmak için çözüm öneriniz nedir?

Yazar adayları bu araştırma sorularını rehber edinerek çalışmalarını yapılandırabilirler. Soruları özellikle vurguluyorum çünkü dergiye gönderilecek olan makalelerin yalnızca akademik camiaya değil aynı zamanda toplumsal tabana da ulaşmasını önemsemekteyiz. Umarız her geçen gün SMAR dergisi hedeflerine emin ve sağlam adımlarla ulaşır. Bu amaç ve vizyon doğrultusunda SMAR’ın bu sayısında beş makale yer almaktadır. Bu makalelerde, yazarlar “Meşru Olmayan Görevler Üzerine Kavramsal Bir Çalışma”, “Post-Truth Araştırmalarının Bibliyometrik analizi”, “Avrupa Birliği’nin Kriz Yönetimi Politikaları”, “Staj Oryantasyon Programında Oyunlaştırma Modeli” ve “Covid-19 Salgını Dönemindeki Çevrimiçi Alışveriş Deneyimleri” konularına odaklanmışlardır. Sayıyı okumaktan keyif almanızı diliyoruz ve SMAR dergisine katkı sağlamanızı dört gözle bekliyoruz.

En içten dileklerimizle,

Doç. Dr. Erhan AYDIN, Doç. Dr. Ruoqi Geng ve Dr. Mushfiqur Rahman



Meşru Olmayan Görevler Yazınına Dair Sistematik Bir Derleme ve Kavramsal Model Önerisi

Nur Ayça Öztürk¹ Ethem Duygulu²

Received/ Başvuru: 20.06.2023

Accepted/ Kabul: 23.06.2023

Published/ Yayın: 30.06.2023

Özet

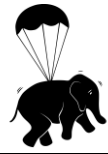
Çalışanların mesleki rol tanımlarının dışında kendilerine verilen ve çalışanların “gereksiz” ve “mantıksız” bulduğu görevleri ifade eden “meşru olmayan görevler (MOG)” kavramı özellikle son yıllarda iş stresi ve stres yaratan görev unsurları yazınının önemli bir parçasını oluşturmaya başlamıştır. Bireysel ve örgütsel açıdan önemli sonuçlar doğurmasına rağmen meşru olmayan görevler kavramı Türkiye’deki örgütsel davranış alan yazınında yeteri kadar incelenmemiş, kuramsal ve görgül katkısı tam olarak sunulamamıştır. Yönetim yazınında yeni bir kavram olarak karşımıza çıkan meşru olmayan görevler; çalışanın mesleki rol sınırları içerisinde bulunmamasına rağmen çalışandan beklenen görevler olarak ifade edilebilir. Çalışan kendisinden talep edilmemesi gerektiğini düşündüğü görevleri meşru olmayan olarak görür. Bu durum, kişinin genel iyi olma halini etkileyerek benliğine zarar veren bir stres faktörünü temsil eder ve bu yönüyle diğer mesleki stres etkenlerinden ayrılır. Bu çalışmanın amacı; üretkenlik karşıtı iş davranışı, görev performansında azalma, iş tatminsizliği, mesleki yabancılaşma, örgütte kalma niyetinde azalma gibi birçok olumsuz örgütsel çıktıyla sonuçlanan ve çalışan için ciddi bir mesleki stres faktörü olan meşru olmayan görevler hakkında literatürde yapılmış araştırmaları tüm yönleriyle sistematik ve bütünsel açıdan inceleyerek özgün bir kavramsal model önerisi sunmak ve gelecek araştırmacılar için yol gösterici olabilmektir.

Anahtar Kelimeler: meşru olmayan görevler, mesleki stres, mantıksız görevler, gereksiz görevler

* İşbu makale; Öztürk, N. A. “Meşru Olmayan Görevler Kavramı Üzerine Keşifsel Bir Araştırma” başlıklı doktora tezinden bağıntılı türetilmiştir.

¹ Doktora Öğrencisi, Dokuz Eylül Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Bölümü, Türkiye, ayca.ozturk@deu.edu.tr, Orcid: 0000-0003-1682-7558

² Prof. Dr., Dokuz Eylül Üniversitesi, Türkiye, ethem.duygulu@deu.edu.tr, Orcid: 0000-0001-5054-5795



A Systematic Literature Review on Illegitimate Tasks: A Proposed Conceptual Model

Abstract

The concept of "illegitimate tasks (ILT)", which refers to the tasks assigned to the employees other than their professional role definitions and that the employee finds "unnecessary" and "unreasonable", has started to form an important part of the literature on job stress and stress-inducing task elements, especially in recent years. The concept of illegitimate tasks, which is a relatively new concept in the organisation behaviour literature, can be expressed as the tasks expected from the employee although the employee is not within the limits of his/her professional role. The employee perceives tasks that he/she thinks should not be demanded of him/her as illegitimate. This situation represents a stress factor that harms the self by affecting the general well-being of the employee, and in this respect, it differs from other occupational stressors. Although it has important individual and organizational consequences, the concept of illegitimate tasks has not been thoroughly studied in the Turkish management and organisation literature, and its theoretical and empirical contribution has not been fully presented. The aim of this study is to propose a unique conceptual model and to offer guidance for future researchers by systematically and holistically reviewing the literature on illegitimate tasks that result in many negative organizational outcomes such as unproductive work behaviour, decrease in task performance, job dissatisfaction, work alienation, and decrease in the intention to stay in the organisation, which is a serious occupational stress factor for the employee.

Keywords: illegitimate tasks, occupational stressors, unreasonable tasks, unnecessary tasks

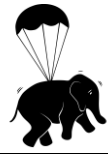


EXTENDED ABSTRACT

Background & Purpose: When performing tasks, elements such as the nature and characteristics of the tasks, and task processes determine the results of the work. Among these relationships, one of the most important factors affecting employee output is the stress factor. In professional role perceptions, tasks that are demanded beyond reasonable job expectations can create too much stress on employees, leading to role ambiguity and role conflict. Illegitimate tasks (ILT), which are defined as tasks demanded from the employee despite being outside the boundaries of his professional role, have been the subject of studies with increasing momentum in the organizational behaviour literature for the last ten years. The most important aspect that distinguishes the relatively new concept of ILT from other occupational stressors is that the employee does not see these tasks as appropriate and valid and in a sense questions their essence. In other words, whether the task is legitimate or not depends not on the internal characteristics of the task, but on the person's perception of the task (Semmer et al., 2007). The theoretical origins of illegitimate tasks are divided into two dimensions: unreasonable and unnecessary tasks. Unnecessary tasks are tasks that, if organized effectively, can be completed with less effort or needless to be done. In the face of such tasks, the employee has the thought "I don't need to do this" (Akyürek, 2020). Examples of such tasks are "filling out paperwork that no one has ever seen or used" (Eatough et al., 2016). Unreasonable tasks are tasks that are not in line with that employee's professional position and status and should not be expected from the employee because they are outside the acceptable limits of the profession. In the face of such tasks, the employee has the idea that "I should not do this task" (Akyürek, 2020). An example of this type of task can be given as "the dry cleaning of the boss by an employee" (Pindek et al., 2019). It is based on stress as offense-to-self (SOS) theory (Semmer et al., 2007), conservation of resources (COR) theory (Hobfoll, 2001) and role theory (Semmer et al., 2010).

The aim of this study is to propose a unique conceptual model and to offer guidance for future researchers by systematically and holistically reviewing the literature on illegitimate tasks that result in many negative organizational outcomes such as unproductive work behaviour, decrease in task performance, job dissatisfaction, work alienation, and decrease in the intention to stay in the organisation, which is a serious occupational stress factor for the employee.

Research Method: The aim of the study is to determine the profile of the studies on ILT, which is an emerging concept in the organisation behaviour literature, to review these studies thematically from a holistic and systematic perspective, to propose a conceptual model by revealing the theoretical and empirical contribution of the concept, and to guide the future studies. For this reason, the systematic literature review method, which is a method developed to synthesize and summarize the findings of published studies on the subject, was used. In this direction, the questions that constitute the main focus of attention of the study were determined as follows:



- Research Question 1: What are the general characteristics of studies on ILT?
- Research Question 2: What are the methodological features of the studies on ILT?
- Research Question 3: What are the findings and key reflections of the studies on ILT?
- Research Question 4: Which mediator and moderator variables were used in quantitative studies on ILT?

After the research questions were determined, the scanning phase was started. In the first place, the articles referring to the article "Illegitimate Tasks and Counterproductive Work Behavior" (2010), which was the first time the concept of ILT was discussed, were examined. The summaries of 314 articles were read and it was checked whether the main subject was illegitimate tasks; Languages other than English and Turkish, repetitive publications, books and papers were not included in the research. The words, which are keywords of the remaining 44 articles, "illegitimate task", "unnecessary tasks", "unreasonable tasks", "gereksiz gorevler", "mantiksiz gorevler", "mesru olmayan gorevler" were searched on electronic databases, especially ISI Web of Science, Scopus, Emerald, Google Scholar. The summaries of the articles obtained as a result of the search were carefully read and it was ensured that the main subject was illegitimate tasks. The scanning time interval was taken as the year 2010 when the concept of ILT was first introduced, and the first half of 2022, when the study was conducted. As a result of this, 42 articles in English and 2 articles in Turkish were found relevant to the concept of ILT. The articles reached later were examined in more detail; the summary, purpose, theoretical perspective, analysis method and bibliography were categorized and reported in a way that would answer the research questions, a conceptual model was developed and suggestions that could guide future studies were made.

Conclusion: Based on the comprehensive review of ILT literature, the antecedents and effects of the construct; mediator and moderator variables were determined, and a unique conceptual model was proposed. The general characteristics and methodological features of the ILT studies were examined in-depth. Antecedents are divided into two categories, structural and social conditions. The effects are grouped as physical health, psychological, and work-related attitudes and behaviours. Moderator variables were listed as demographic, psychological, relational, and work-related factors. In addition, it was seen that the antecedents of ILT were not adequately researched, and most of the studies were conducted quantitatively and were carried out in Europe and the USA. Moreover, the results of the review show that ILT is very important in understanding the employee-task relationship, pointing out the effects of the duties performed by the employees on the profession and identity of the employee in a social and relational context beyond the technical meaning.



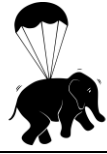
1. GİRİŞ

Görevleri gerçekleştirirken, görevlerin doğası ve özellikleri, görev süreçleri gibi unsurlar çalışmanın sonuçlarını belirler. Bu ilişkiler arasında çalışan çıktılarını etkileyen en önemli unsurlardan biri stres faktörüdür. Mesleki rol algılamalarında, makul iş beklentilerinin ötesinde talep edilen görevler, çalışanlar üzerinde çok fazla stres yaratarak rol belirsizliği ve rol çatışmasına neden olabilmektedir. Çalışandan mesleki rol sınırları dışında olmasına rağmen talep edilen görevler olarak tanımlanan meşru olmayan görevler (MOG), örgütsel davranış yazınında son on yıldır artan bir ivmeyle çalışmalara konu olmaktadır. Nispeten yeni olan MOG kavramını diğer mesleki stresörlerden ayıran en önemli yanı çalışanın bu görevleri uygun ve geçerli görmemesi, bir anlamda özünü sorgulamasıdır. Yani görevin meşru olup olmaması görevin içsel özelliklerine değil, kişinin o göreve olan algısına bağlıdır (Semmer vd., 2007). Mantıksız ve gereksiz görevler olmak üzere iki boyuta ayrılan meşru olmayan görevlerin kuramsal kökeni; benliğe karşı tehdit olarak stres (SOS) kuramı (Semmer vd., 2007), kaynakların korunması (COR) teorisi (Hobfoll, 2001) ve rol teorisine (Semmer vd., 2010) dayanmaktadır. Yapılan çalışmalar MOG'un bireysel ve örgütsel olumsuz sonuçlarını ortaya koymaktadır.

Çalışmamızın amacı özellikle Türkiye bağlamında yeterince tartışılmamış olan MOG kavramının örgütsel davranış yazınındaki yerini tüm yönleriyle sistematik ve bütünsel açıdan inceleyerek özgün bir kavramsal model önerisi sunmak ve gelecek araştırmacılar için yol gösterici olabilmektir. Bu doğrultuda MOG ile ilgili yapılan çalışmaların genel özellikleri, yöntemsel özellikleri, bulguları ve yapılan nicel çalışmalarda hangi aracı ve düzenleyici değişkenlerin kullanıldığı soruları araştırmanın temel ilgi odağını oluşturmuştur.

Tarama sürecine MOG kavramını ilk kez tartışıldığı makale olan “Illegitimate Tasks and Counterproductive Work Behavior” (2010) makalesine atıf yapan makalelere bakılarak başlanmıştır. Ayrıca “illegitimate task”, “unnecessary tasks”, “unreasonable tasks”, “meşru olmayan görevler”, “gereksiz görevler”, “mantıksız görevler” anahtar sözcükleri olan ISI Web of Science, Scopus, Emerald, Google Scholar başta olmak üzere elektronik veri tabanları üzerinden taranmıştır. Tarama zaman aralığı, MOG kavramının ilk ortaya atıldığı yıl olan 2010 yılı ile çalışmanın yapıldığı 2022 yılının ilk yarısı olarak alınmıştır. Yazım dili Türkçe ve İngilizce dışında kalanlar, bildiriler, kitaplar ve mükerrer yayınlar araştırma kapsamına alınmamıştır. Tarama sonucunda 42 adet İngilizce ve 2 adet Türkçe makaleye ulaşılmış ve uluslararası dergilerde yayınlanmış olan bu 44 MOG makalesi tüm yönleriyle incelenerek analiz edilmiştir.

Araştırma sonuçları, MOG'un çalışan görev ilişkisini anlama noktasında oldukça önemli olduğunu göstermekte, çalışanların yerine getirdiği görevlerin teknik anlamının ötesinde sosyal ve ilişkisel bağlamda çalışanın mesleği ve kimliği üzerindeki etkilerini işaret etmektedir. Çalışmanın özgün yönünü sistematik literatür taraması sonucu geliştirilen kavramsal model önerisi oluşturmaktadır. Oluşturulan kavramsal model, örgütsel davranış literatüründe yeni bir



kavram olan meşru olmayan görevlerin, yapılan çalışmalarla ortaya konan öncülleri, etkileri ve bu etkilerde aracılık ve düzenleyicilik rolü üstlenen kavramları bütüncül bir bakış açısıyla ortaya koyması açısından önemlidir.

2. KAVRAMSAL ARKA PLAN

2.1. Meşru Olmayan Görevler (MOG) Kavramı

Çalışma hayatında, görevleri gerçekleştirirken, görevlerin doğası ve özellikleri, görev süreçleri gibi unsurlar çalışmanın sonuçlarını belirler. Bu ilişkiler arasında çalışan çıktılarını etkileyen en önemli unsurlardan biri stres faktörüdür (Bakker ve Demerouti, 2007). İş stresörleri sadece çalışan çıktısını değil, aynı zamanda çalışanın fiziksel ve psikolojik sağlığını da etkiler. Mesleki rol algılamalarında, makul iş beklentilerinin ötesinde talep edilen görevler, çalışanlar üzerinde çok fazla stres yaratarak rol belirsizliği ve rol çatışmasına neden olabilmektedir (Katz ve Khan, 1978; Netemeyer vd.,1995). Çalışanların mesleki rol tanımlarının dışında kendilerine verilen ve çalışanın gereksiz ve mantıksız bulunduğu görevleri ifade eden “meşru olmayan görevler (MOG)” kavramı özellikle son yıllarda iş stresi ve stres yaratan görev unsurları yazınının mühim bir parçasını oluşturmaya başlamıştır.

MOG kavramı kısaca; çalışandan mesleki normlar ve kabuller dâhilinde beklenmemesi gereken görevleri yansıtan kendine özgü bir stres faktörü olarak ifade edilebilir (Semmer vd., 2007). Meşru olmayan görev algısına sahip olan çalışan, benliğine bir tehdit algısı hisseder ve böylece strese maruz kalır. Çalışanın rol belirsizliği ya da rol çatışması yaşamasına ve çalışanda adaletsizlik algısının oluşmasına neden olan MOG, çalışanın kendisindeki olumlu benlik imajını zedeleyerek benliğine tehdit algısı oluşturduğu için diğer stres kaynaklarından farklıdır. Görev temelli stresörler benliği değişik biçimlerde etkileyebilir. Çalışma hayatındaki performansı ve işi, birçok insanın kimliğinin önemli bir parçasını oluşturur. Belirsiz, tutarsız, mantıklı olmayan görevler, çalışan için gerekli olan performans standartlarına ulaşmasını güçleştirerek benlik üzerinde baskı oluşturabilir (Akyürek ve Can, 2021a). Çünkü kişinin ürettikleri benliğinin önemli bir parçasıdır. Kişi ürettikleri ile benliği arasında ilişki kurmakta ve bu onun benliğini sosyal bağlam nezdinde yüceltmektedir. Dolayısıyla birey toplum içerisinde vermiş olduğu imajı izlemekte ve ürettikleriyle benliğine karşı olan toplumsal saygıyı eşleştirmektedir. Bunun yanı sıra MOG’un bir takım olumsuz sosyal mesajlar içermesi, kişinin kendisi hakkında her zaman olumlu bir değerlendirme içinde olması yaklaşımına ters düştüğü için de çalışanın benliği üzerinde tehdit unsuru niteliği taşımaktadır (Alicke ve Sedikides, 2009). Örneğin misafir bulunmamasına rağmen, otele resepsiyonistin ayakta beklemesini istemek çalışanın değersiz görüldüğünü hissetmesine ya da bir sekreterden güncelliğini yitirmiş ve faydası olmayan belgeleri dosyalamasını istemek çalışanın bilgi ve becerilerinin küçümsendiğini düşünmesine yol açabilir. Görevlerle ilgili bu kuramsal ilişkiler mesleki stres yazınında yer almamıştır (Akyürek ve Can, 2021a). Ayrıca meşru olmayan görevler, kişiyi normal görev gereklerinin dışına iterek kişisel tehdit yarattığından tipik bir engelleyici stresördür. MOG’ları klasik görev stres etkenlerinden ayıran bir diğer şey, çalışanın bu



görevleri uygun ve geçerli görmemesi ve bir anlamda özünü sorgulamasıdır. Diğer taraftan bir görevin meşru olup olmaması görevin içsel özelliklerine değil, kişinin o göreve olan algısına bağlıdır (Semmer vd.,2007). Görevin meşru olmayan olarak algılanması için işin her koşulda kötü ve olumsuz olması gerekmez (Akyürek ve Can, 2021a).

Ayrıca, belirli bir kişi için belirli bir bağlamda farklı bir görev meşru olmayan olabilir. Veya belirli bir meslekte yapılan bir görev meşru iken aynı görev başka bir meslekte meşru kabul edilmeyebilir (Semmer vd., 2010). Örneğin bir hastanın yatağının değiştirilmesi hasta bakıcı için meşru iken hemşire için meşru değildir. Özetle, MOG kavramı somut ve nesnel görev özelliklerini değil, kişinin algısıyla oluşan görev değerlendirmesini yansıtır.

Görevler gereksiz, norm ve kural dışı olduğundan, çalışanlar tarafından iç sorgulamalar yoluyla meşru olmayan görev olarak değerlendirilir. Bu bağlamda MOG iki boyuttan oluşmaktadır; gereksiz görevler ve mantıksız görevler (Semmer vd., 2007). Bu boyutlandırmanın nedeni, bu görevlerin ayırt edici özellikler içermeleridir. Gereksiz görevler, etkin bir şekilde organize edildiklerinde daha az çabayla veya yapılmasına gerek kalmadan tamamlanabilen görevlerdir. Bu tip görevler karşısında çalışanın aklında “bunu yapmama gerek yok” düşüncesi vardır (Akyürek, 2020). Bu tip görevlere, “hiç kimsenin asla görmediği veya kullanmadığı evrakları doldurmak” örnek olarak verilebilir (Eatough vd., 2016). Mantıksız görevler, o çalışanın mesleki konumu ve statüsü ile uyumlu olmayan, mesleğin kabul edilebilir sınırlarının dışında olduğu için çalışandan beklenmemesi gereken görevlerdir (Semmer vd., 2010; 2015). Bu tip görevler karşısında çalışanın aklında “bu görevi ben yapmamalıyım” düşüncesi vardır (Akyürek, 2020). Bu tip görevlere, “patrona ait kuru temizlemenin bir çalışan tarafından getir götürünün yapılması” örnek olarak verilebilir (Pindek vd., 2019). Mantıksız görevlerin algılanması ve deneyimlenmesi, mesleki sınır ve ilkelerin ihlali yoluyla, çalışanların profesyonel kimliğine zarar verir (Semmer vd., 2007). Bir görev çalışanın mevcut konumunun gerektirdiği bilgi ve becerileri aşıyorsa da meşru olmayan olarak algılanabilir (Akyürek ve Can, 2021a). Uzmanlık eğitimine yeni başlamış bir asistan hekimin; tecrübe gerektiren, zor bir ameliyata girmesini beklemek bu duruma örnektir.

Birine iyilik yapmak ya da örgütsel vatandaşlık sergilemek gibi gönüllü yerine getirilen görevler MOG kapsamına girmez (Eatough vd., 2016).

2.2. Meşru Olmayan Görevlere İlişkin Teorik Perspektifler

Meşru olmayan görevler kavramı, olumlu öz değerlendirme yaklaşımıyla ortaya çıkmıştır (Alicke and Sedikides, 2009). Buna göre MOG, çalışanın genel refahını etkileyen ve ona zarar veren bir stres faktörüdür. Benliğe karşı tehdit olarak stres (SOS) kuramı (Semmer vd., 2007), kaynakların korunması (COR) teorisi (Hobfoll, 2001) ve rol teorisi (Semmer vd., 2010) kavramı besleyen kuramlardır.



2.2.1. Benliğe Karşı Tehdit Olarak Stres Kuramı (SOS)

Benliğe karşı tehdit olarak stres kuramına göre kişi, hem kişisel benlik saygısı hem de toplumsal benlik saygısı açısından kendisini korumak ister ve bunu sağlayamamak kişide stres yaratır. Benliğe karşı tehdit olarak stres kuramı, işyerindeki stresli deneyimlerin kaynağı olan benliğe yönelik tehditlere odaklanır (Semmer vd., 2010; 2015). Meşru olmayan görevler, çalışanın olumlu bir benlik imajı sergilemesi konusunda tehdit oluşturur. Bunun sebebi bu tip görevlerin kişide küçümsenme, değersizlik hissi yaratmasıdır. Bu tür bir benlik tehdidi kişinin özsaygısını ve/veya diğer insanların ona duyduğu saygıyı zedeler ve stresli durumlara neden olur (Akyürek ve Can, 2021b). Çalışmada konunun stres ve onun kaynaklarıyla bağlantılı olduğu düşünüldüğünde, başarısızlık deneyimlerinden bahsetmek önemlidir. Bu şekilde, “benliğin ideal veya fiili olarak tanımlanması” (Tracy and Robins, 2004), benliğe yönelik bir tehdit oluşturularak engellenebilir. İlgili literatürde buna *yetersizlik yoluyla stres* denilmektedir (Semmer vd., 2007). “Başkaları tarafından kabul edilmek ve saygı duyulmak için bir gruba ait olmak” sosyal kimlik teorisinde (Tajfel and Turner, 1979) ve literatürde yaygın olarak çalışılan bir kavramdır. Teoriye göre, başkalarından saygı ve takdir görmeme gibi davranışlar sosyal saygıya yönelik bir tehdit oluşturabilir. Literatürde bu durum, meşru olmayan görevler kavramı tartışılırken *saygısızlık olarak stres* adıyla anılmaktadır (Semmer vd., 2007). Bir stres etkeni olarak, MOG’un benzersiz karakteri sosyal bir stres etkenidir ve sosyal saygıyı tehdit etme eğilimindedir (Semmer vd., 2007). Gereksiz görevlerin yapılması sürecinde, anlamlı olmadığı için, yetersizlik yoluyla stres oluşacaktır. Öte yandan, mesleki normların dışında kalan mantıksız görevler nedeniyle çalışanın kimliğini tehdit etmek, *saygısızlık olarak stres* yaratabilmektedir (Eatough vd., 2016).

2.2.2. Kaynakların Korunması Teorisi

Kaynakların korunması teorisi, insanların değer verdikleri kaynakları (maddi kaynaklar, koşullar, kişisel özellikler ve enerji) elde etmeye, korumaya ve çoğaltmaya çalıştıklarını iddia etmektedir. Teoriye göre, insanlar şu üç koşuldan biri gerçekleştiğinde kendilerini stresli hisseder: (1) mevcut kaynaklara yönelik herhangi bir tehdit olduğunda; (2) kaynak kaybı gerçekleştiğinde veya (3) mevcut kaynaklar kullanılmasına rağmen yeterli yeni kaynak elde edilemediğinde. İnsanlar strese maruz kaldıklarında kaynak kaybını en aza indirmeye çalışarak bu duruma tepki göstermektedir (Yürür, 2011).

Kaynakların korunması teorisinde kaynak kaybının rolü kaynak kazancınınkinden çok daha önemlidir (Hobfoll, 2001). Kaynak kaybının duygusal stresle yüksek oranda ilişkili olduğu, kaynak kazanımının ise duygusal stresle ilişkili olmadığı da bulgular arasındadır (Hobfoll and Lilly, 1993). Ancak, kaynak kaybı kontrol altındayken, kaynak kazanımları psikolojik stresle ilişkilendirilmiştir. Bu durum, teorisinin öngördüğü kaynak kazanımlarının önemini ortaya koymaktadır. Ayrıca kaynak kayıp ve kazançlarının interaktif olarak değerlendirilmesi gerekmektedir. Bu açıdan MOG, mesleğin temel unsurlarının kullanımını engelleyerek kaynak kaybı yaratabilir. Ayrıca MOG, profesyonel kimlik ve görev süreçlerine yönelik tehdidi içermesi yönünden hem görev süreçlerinde hem de kişisel gelişimde yeni kaynak kazanımlarını



engelleyen bariz bir faktördür. Kaynak kaybı ve kaynak kazancı arasındaki etkileşim göz önüne alındığında, MOG'un yeni kaynakların oluşumunu engellediği için kayıp döngüsüne yol açabilecek bir bağlam yaratmaya meyilli olduğu düşünülebilir.

2.2.3. Rol Teorisi

Rol teorisi, sosyal hayatta çok önemli olan rol ve davranış kalıplarının özellikleri ile ilgilidir. İnsanların beklentilerinin ve sosyal statülerinin rollere dayalı olduğunu açıklar. Bunlar insanların hem kendisi hem de başkaları için sahip olduğu beklentilerdir (Biddle, 1986). Ayrıca mesleki roller sosyal kimliğin önemli bir parçasıdır (Haslam and Ellemers, 2005). İş veya meslek rolleri, bir amaç ve anlam hissi yarattıkları için çalışanın kimliğine gömülüdür (Thoits vd., 1991). Profesyonel rol(ler) de benliğin bir parçasıdır (Sluss and Ashforth, 2007). Rol teorisi, örgütsel ortamlardaki rollere sistemin yapı taşları ve sosyal varlık bakımından çalışanların gereksinimleri olarak yaklaşır. Teoriye göre; çalışanlar açıkça tanımlanmayan, birbiri ile çelişen iş rolleri ile karşılaştığında, görevleri arasında denge kurmakta güçlük çekmekte, bu durum da strese maruz kalmalarına neden olmakta ve verimliliklerini negatif yönde etkilemektedir (Rizzo vd., 1970; aktaran Güğerçin ve Sığircıkoğlu, 2019).

Örgütsel ya da mesleki roller o kişiden nelerin beklenmesi ve beklenmemesi gerektiğini açıklar. Özellikle mesleki roller, çalışanın kimliğinin ya da benliğinin ayrılmaz bir parçasını oluştururlar. Mesleki kimliğin onaylanması özdeğeri, özsaygıyı ve gururu artırırken, o kimliğe yönelik tehditler birçok olumsuz etki yaratır. Kişi bir görevi yerine getirirken ortaya çıkan çelişkili rol beklentileri rol çatışmasına ve bu da kimlik tehdidine yol açabilir. MOG, kişinin içsel standartları ve değerleri ile beklenen rol davranışı arasındaki uyumsuzluk olarak "kişi-rol çatışması"nın kendine has bir örneğini teşkil eder.

2.2.4. MOG Kavramının Örgütsel Davranış Literatüründeki Yeri

İş tasarımı ve stres arasındaki ilişkiyi incelemek MOG kavramının örgütsel davranış yazınındaki yerini kavrayabilmek açısından önemlidir. İdeal bir iş tasarımı ile iyi motive edilmiş ve tatmin olmuş bir çalışan, organizasyona sadık hale gelir ve kendini organizasyonun bir parçası olarak görür ve örgütsel hedefler onun kişisel hedefleri haline gelir. Çalışanların görev yapısına ilişkin algı, beceri ve tutumları onun örgütsel davranışının etkili ve başarılı olmasında büyük rol oynar (Aydın, 2008). İş, çalışanların tutumuna göre tasarlanırsa stres seviyeleri azalır. Görev tanımlarının etkin bir şekilde yapıldığı iyi tasarlanmış bir iş performans maksimizasyonunda hayati bir rol oynar. Ayrıca çalışanların psikolojik algı ve tutumları olumlu yönde etkileyerek onları üretken ve örgüte bağlı hale getirir (Zareen vd., 2013). Diğer yandan bu süreçlerdeki olumsuzluklar çalışanda stres yaratır.

MOG, mevcut göreve dayalı stres etkenlerinden farklı olan karakteristik bir stres kaynağıdır. Göreve dayalı stres kaynakları; teşvik edici stres kaynakları (zaman baskısı, sorumluluk yüklemesi, yeni iş öğrenme baskısı) ve engelleyici stres kaynakları (aşırı bürokrasi, çatışmalar, yanlış anlamalar, rol belirsizliği, rol çatışması) olarak ikiye ayrılmakta ve çalışanı hedeflerinden



uzaklaştıran stres kaynakları olarak betimlenen engelleyici stres kaynakları, çalışmada teşvik edici stres kaynaklarından daha fazla gerilim yaratmaktadır (Göksoy ve Argon, 2014). Ayrıca engelleyici stresörler iş tatminini ve örgütsel özdeşleşmeyi (Podsakoff vd., 2007) ve buna bağlı olarak meslekle özdeşleşmeyi olumsuz etkileyebilir. Engelleyici stres kaynakları, beklenti teorisinde açıklanan motivasyon üzerindeki biliş ve davranışın etkisiyle de ilişkilendirilebilir. Çünkü çalışanlar, önceden belirlenmiş mesleki ve davranışsal standartlar dâhilindeki norm ve kuralların görevleri süresince uygulanmasını beklerler (Lepine vd., 2005 aktaran; Akyürek ve Can, 2021a). Tüm bu özellikler çerçevesinde, normatif olmayan iş talepleriyle çalışanın benliğini tehdit eden MOG, rol tabanlı engelleyici bir stres kaynağı olarak değerlendirilebilir. Ancak yazında rol beklentileri ile görevler arasındaki bu ilişki yeterince irdelenmemiştir. MOG’u diğer görev tabanlı stres kaynaklarından ayıran en önemli nokta, çalışanların bu görevleri kendi rol beklentileri ile örtüştürememesi, uygun ve geçerli görmemesi ve bir anlamda özünü sorgulamasıdır. MOG, görev özelliklerine göre değil çalışanın algısına göre şekillenir (Akyürek ve Can, 2021a).

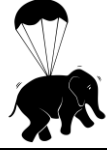
MOG, belirlenmiş rol gerekliliklerinin ötesinde olan ancak gönüllülükle örgüte fayda sağlamak amacıyla gerçekleştirilen (Alparslan, 2016) örgütsel vatandaşlık davranışı gibi fazladan rol davranışlarından farklıdır. Bu davranışlarda gönüllük esas iken MOG zorunlu görev taleplerini ifade eder. MOG’u gerçekleştiren çalışmada, ekstra rol davranışlarının özellikleri olan nezaket, yardımseverlik, dayanışma gibi bir motivasyon bulunmaz.

Diğer taraftan çalışandan, çalışanın algısına göre, meşru olmayan görevlerin talep edilmesi psikolojik sözleşme ihlali olarak da düşünülebilir. Ancak örgüt ve çalışan arasında sözlü ifade edilmeyen anlaşma olarak tanımlanan psikolojik sözleşme daha çok çalışanın kariyer olasılıkları ile ilgilidir ve genellikle mesleki rol beklentilerini içermez (Cihangiroğlu ve Şahin, 2010; Akyürek ve Can, 2021a).

3. ARAŞTIRMA YÖNTEMİ

Çalışmanın amacı, güncel bir kavram olan MOG hakkında yapılan çalışmaların profilini belirlemek, kavram ile ilgili yurt içi ve yurtdışında yapılmış araştırmaları bütünsel açıdan inceleyerek, kavramın kuramsal ve ampirik katkısını ortaya koyarak kavramsal bir model önerisi sunmak ve bundan sonraki çalışmalara yol gösterici olabilmektir. Bu sebeple, konu hakkında yayınlanmış çalışmaların bulgularını sentezlemek ve özetlemek için geliştirilmiş bir yöntem olan sistematik literatür tarama yöntemi kullanılmıştır. Sistematik literatür taraması, bir konu hakkında bilinen ve bilinmeyenleri anlamak için mevcut bilimsel makaleleri kapsamlı bir şekilde taranması, çeşitli dahil etme ve dışarda tutma kriterleri kullanılarak hangi çalışmaların derlemeye dahil edileceğinin belirlenmesi ve dahil edilecek çalışmalarda yer alan bulguların sentezlenmesidir (Karaçam, 2013).

Sistematik inceleme yapabilmek için Khan vd. (2003), beş basamaktan oluşan bir çalışma rotası ortaya koymuştur:



- 1) Üzerinde çalışılacak konunun net sorular şeklinde belirtilmesi
- 2) İlgili çalışmaların kapsamlı olarak belirlenmesi
- 3) Çalışmalar arasında araştırma konusuyla en ilgili olan çalışmaların seçilmesi
- 4) Bulunan makalelerin özellikleri, kalitesi ve etkilerinin ortaya konulması
- 5) Bulgular ve yorumlama

Bu doğrultuda çalışmanın temel ilgi odağını oluşturan sorular şu şekilde belirlenmiştir:

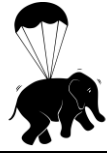
- Araştırma Sorusu 1: MOG ile ilgili yapılan çalışmaların genel özellikleri nelerdir?
- Araştırma Sorusu 2: MOG ile ilgili yapılan çalışmaların yöntemsel özellikleri nelerdir?
- Araştırma Sorusu 3: MOG ile ilgili yapılan çalışmaların bulguları nelerdir?
- Araştırma Sorusu 4: MOG ile ilgili yapılan nicel çalışmalarda hangi aracı ve düzenleyici değişkenler kullanılmıştır?

Araştırma soruları belirlendikten sonra tarama aşamasına geçilmiştir. İlk etapta MOG kavramını ilk kez tartışıldığı makale olan “Illegitimate Tasks and Counterproductive Work Behavior” (2010) makalesine atıf yapan makalelere bakılmıştır. Çıkan 314 makalenin özetleri okunmuş, ana konunun meşru olmayan görevler olup olmadığına bakılmış; dili İngilizce ve Türkçe dışında olanlar, tekrarlayan yayınlar, kitap ve bildiriler araştırma kapsamına alınmamıştır. Kalan 44 makalenin anahtar sözcükleri olan “illegitimate task”, “unnecessary tasks”, “unreasonable tasks”, “meşru olmayan görevler”, “gereksiz görevler”, “mantıksız görevler” kelimeleri ISI Web of Science, Scopus, Emerald, Google Scholar başta olmak üzere elektronik veri tabanları üzerinden taranmıştır. Tarama sonucu çıkan makalelerin özetleri dikkatli bir şekilde okunarak ana konunun meşru olmayan görevler olduğuna emin olunmuştur. Tarama zaman aralığı, MOG kavramının ilk ortaya atıldığı yıl olan 2010 yılı ile çalışmanın yapıldığı 2022 yılının ilk yarısı olarak alınmıştır. Bunun sonucunda MOG kavramını ele alan 42 adet İngilizce ve 2 adet Türkçe makaleye ulaşılmıştır (örnekleme dahil olan makaleler kaynakça kısmında * işareti ile gösterilmiştir). Daha sonra ulaşılan makaleler daha ayrıntılı olarak incelenmiş; özet, amaç, teorik perspektif, analiz yöntemi ve kaynakçaya bakılarak araştırma sorularına yanıt verecek şekilde kategorize edilerek raporlanmış ve gelecekteki çalışmalara yol gösterebilecek önerilerde bulunulmuştur.

4. BULGULAR

4.1. MOG ile İlgili Makalelerin Genel Özellikleri

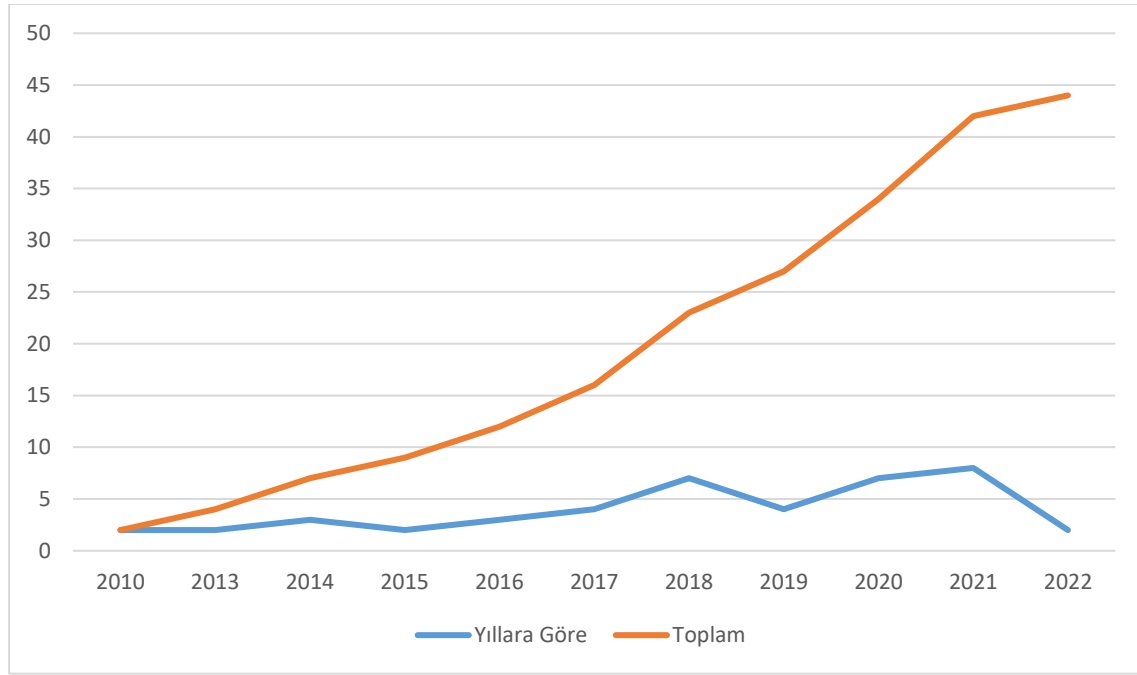
MOG kavramı ile ilgili ilk makale 2010 yılında Semmer ve arkadaşları tarafından yapılmış ve yıllar geçtikçe bu konudaki çalışmalar artmıştır (Şekil 1). Yapılan çalışmalara ülke bazında bakıldığında, MOG yazımına en çok katkı veren ülkeler sırasıyla Almanya (%23), ABD (%21) ve İsviçre (%19)'dir. MOG çalışmalarının yapıldığı diğer ülkeler ise İsveç, Danimarka, Finlandiya, Türkiye, Norveç, Pakistan, Çin, Hindistan ve Güney Afrika'dır (Şekil 2). Bölgesel olarak bakıldığında yayınlanan çalışmaların büyük çoğunluğunun Avrupa kaynaklı olduğu, bunu Amerika'nın takip ettiği görülmektedir. Ortaya çıkan tabloya bakıldığında MOG



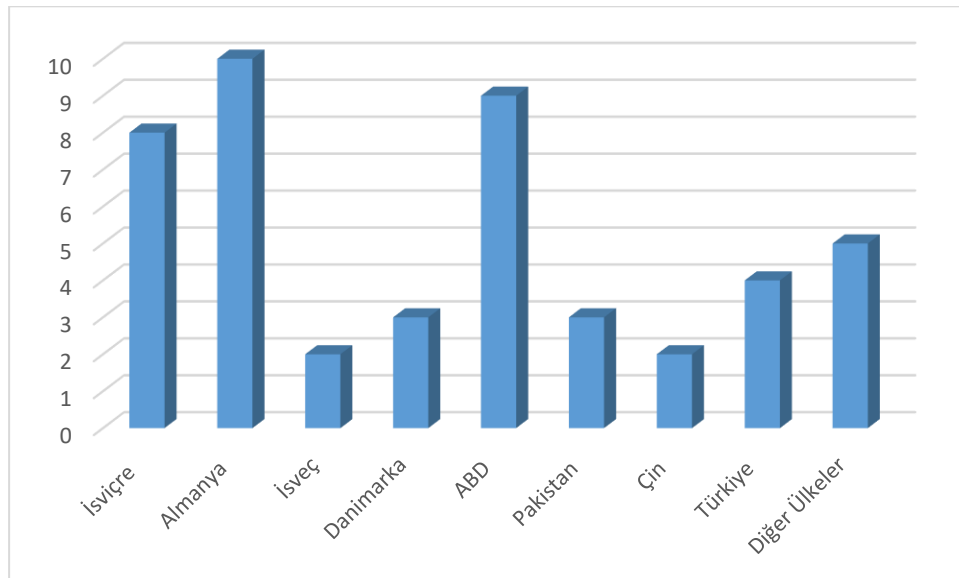
çalışmalarının gelişmekte olan ülkelere kıyasla, daha çok gelişmiş ülkelerde yapıldığı söylenebilir.

Makalelerin neredeyse tamamı birden fazla yazarla yapılan ortak çalışmadır. Bu alanda çalışan araştırmacılardan Semmer, Kottwitz, Eatough, Zhou, Akyürek, Muntz ve Ilyas kavram ile ilgili birden fazla çalışma gerçekleştirmiştir.

Şekil 1. MOG Çalışmalarının Yıllara Göre Dağılımı



Şekil 2. MOG Çalışmalarının Ünelere Göre Dağılımı





4.2. MOG ile İlgili Makalelerin Yöntemsel Özellikleri

Örneklem ve Katılımcı Profili: Sektör açısından bakıldığında çalışmaların çoğunluğu eğitim ve sağlık sektöründe gerçekleştirildiği görülmektedir. Eğitim sektöründe öğretmenler, öğretmen adayları, yönetici pozisyonundaki eğitimciler, üniversite personeli, öğrenciler; sağlık sektöründe hemşireler, doktorlar ve diğer sağlık personelleri çalışmaların katılımcı profilini oluşturmaktadır. Çalışmalarda kullanılan diğer sektörler; sigortacılık, sosyal hizmet, satış, güzellik, bilişim teknolojileri, üretim, danışmanlık, finans, mühendislik, üretim ve kamu hizmetleridir. Bazı çalışmalarda birden fazla sektör çalışmaya dahil edilmiştir (Björk vd.,2013; Kottwitz vd., 2013; Pereira vd.,2014; Schmitt vd.,2015; Omansky vd., 2016; Zhou vd., 2018; Kottwitz vd., 2017; Fila ve Eatough, 2020; Ilyas, A. vd. 2020; Kottwitz vd., 2021; Zhao vd., 2022). Çalışmalardaki katılımcıların meslekleri ise ordu mensubu (subay ve astsubaylar), polis memuru, tekniker, sosyal hizmet görevlisi, mühendis, satış elemanı, üretim elemanı, lojistik elamanı, sigortacı, elektrikçi, muhasebeci, gözlükçü, öğretmen, fizyoterapist, bilgisayar mühendisi, gümrük memuru, tamirci, marangoz, danışman, sekreter, güzellik uzmanı, müşteri temsilcisi, insan kaynakları sorumlusu olarak sıralanabilir. Çalışmalardaki örneklem büyüklüğü ise 10 ile 1351 kişi arasında değişmektedir.

Veri Toplama Yöntemleri ve Analizi: Makalelerin büyük çoğunluğunda (%72) veri toplama yöntemi olarak soru formundan (anketten) yararlanılmıştır. İncelenen çalışmaların içerisinde nitel araştırma sayısı oldukça azdır. Nitel araştırma yöntemi kullanılan bu makalelerin üç tanesinde yarı yapılandırılmış görüşme, bir tanesinde odak grup görüşmesi ve bir tanesinde nitel ve nicel yöntemin bir arada yer aldığı karma metodoloji kullanılmıştır (Faupeel vd., 2016; Pindok vd., 2019; Akyürek vd., 2020; Van Niekerk vd. 2021; Fein ve McKenna, 2022). Çalışanın algısına dayalı şekillenen, deneyim ve görüşler ile kişiselleşen MOG kavramı hakkında bu kadar az nitel çalışma olması dikkat çekicidir. Bu durumda yazında nispeten yeni çalışılmaya başlanan MOG kavramının daha keşifsel yöntemlerle kavranmaya ihtiyaç duyduğu söylenebilir. Diğer çalışmalarda, bir tanesi anketle beraber kullanılmak üzere, beş çalışmada günlük tutma yöntemi ile veri toplanılmıştır (Pereira vd., 2014, Eatough vd., 2016, Zhou vd., 2018, Kottwitz vd., 2017, Schulte-Braucks vd.,2019). İki çalışmada ise deneysel tasarımdan faydalanılmıştır (Minei vd.,2018; Mugayar-Baldocchi vd., 2019). Bunların dışında iki çalışmada boylamsal tasarım (Mäkikangasa vd., 2021; Kottwitz vd., 2021) ve bir çalışmada zaman gecikmeli (time-lagged) araştırma tasarımı (Ma ve Peng, 2019) kullanılmıştır. Nicel araştırmaların analizinde yapısal eşitlik modellemesi, çoklu regresyon analizi, çok seviyeli modelleme gibi yöntemler kullanılırken nitel araştırmalarda ise genel olarak içerik analizinden faydalanılmıştır.

MOG Boyutları: Çalışmalarda kullanılan MOG boyutlarına bakıldığında dikkat çeken nokta MOG kavramını ilk ortaya atan Semmers vd. (2010) MOG’u iki boyut olarak ele almasına rağmen bu kavram hakkında yapılan ilk çalışmaların MOG’u tek boyut olarak ele almasıdır. 2010 – 2019 yılları arasındaki çalışmaların üçte ikisinin MOG’u tek boyut olarak ele aldığı görülmektedir. 2019 – 2022 yılları arasında ise MOG kavramı neredeyse çalışmaların



tamamında mantıksız ve gereksiz görevler olarak iki boyut olarak ele alınmıştır. Dikkat çeken bir diğer nokta ise Fein ve McKenna'nın 2022 yılında yürüttüğü, MOG'un örgütsel vatandaşlık ve örgütsel adanmışlık üzerine etkisini araştıran odak grup çalışması sonucunda, meşru olmayan görevlere, mesleki takdir yetkisi azaltan görevler olarak adlandırdıkları üçüncü bir boyut olduğunu iddia etmeleridir. Bu durumdan yola çıkarak meşru olmayan görevlerin boyutları açısından da keşifsel çalışmalara ihtiyaç duyduğu söylenebilir.

Araştırmaların Modelleri: Yapılan nicel çalışmaların çoğunda MOG ile bir değişkenin arasında ilişki ölçülmeye çalışılmıştır. MOG ile ilişkisi araştırılan değişkenler örgütsel/iş ile ilgili ve bireysel olarak ikiye ayrılabilir. Örgütsel/ iş ile ilgili değişkenler; üretkenlik karşıtı iş davranışı, örgütün kontrol yetersizlikleri, işte kalma niyeti, iş tatmini, iş-aile çatışması ve iş-aile kolaylaştırması, görev performansı ve proaktif çalışma davranışı, süpervizör desteği ve çalışma arkadaşı desteği, istismarcı yönetim şekli, iş becerikliliği bağımsız değişkeniyle birlikte işin anlamı, mesleki prestij olarak sıralanabilir. Üretilen kortizol, uyku kalitesi, ruh sağlığı, özsaygı, tükenmişlik ve içerleme, içsel motivasyon, sıvı alımı ve çalışan refahı, akıl sağlığı, gerginlik seviyesi, açıklama ve kabul görmenin varlığı, öfke, olumsuz duygular, psikolojik tükenme, işe karşı psikolojik kopukluk, kaygı, depresif belirtiler, duygusal iyi oluş, kas-iskelet sistemi ağrısı gibi değişkenler de birey odaklı değişkenlerdir. Çalışmaların üç tanesinde MOG aracı ve düzenleyici değişken olarak kullanılmıştır (Stocker vd., 2010; Julmi vd., 2021; Schmitt vd.,2015). Nitel çalışmalarda ise araştırma modeli; örneklemdaki mesleğe ait tipik meşru olmayan görevleri tespit etmeye, ortaya çıkan MOG'ların neden ve sonuçlarını ortaya çıkarmaya, MOG ile baş etme stratejileri geliştirmeye yönelik oluşturulmuştur. Yalnızca Fein ve McKenna (2022)'nin çalışmasında nitel araştırma yoluyla MOG'un örgütsel vatandaşlık ve örgütsel adanmışlık üzerine etkisi üzerinde durulmuştur. Yapılan nitel araştırmalarda, nicel araştırmaların aksine, araştırma modellerinin tek bir meslek grubu üzerine kurulması dikkat çekicidir. Bunun sebebinin, meşru olmayan görevlerin meslekten mesleğe farklılaşması ve nitel araştırmaların daha derinlemesine bulgular elde etme amacı taşıması olduğu söylenebilir.

MOG Ölçümü: Yapılan nicel araştırmaların hepsinde, Semmer danışmanlığında 2006 yılında yazılan bir doktora tez çalışması sonucunda oluşturulan Bern Meşru Olmayan Görevler ölçeği (BIST) kullanılmıştır. Ölçek dört tanesi mantıksız görevleri, dört tanesi gereksiz görevleri ölçmek üzere toplam sekiz sorudan oluşmaktadır. Ölçek her zaman ve asla uç noktalarını içeren 5'li likert tipi bir ölçektir. "Sürekli olarak, acaba gerçekten yapılmak zorunda mıdır diye zihninizi meşgul eden görevleriniz var mı?" sorusu gereksiz görev boyutunu ölçmeye yönelik, "Başka biri tarafından yapılması gerektiğini düşündünüz görevleriniz var mı?" sorusu ise mantıksız görev boyutunu ölçmeye yönelik sorular olarak örnek verilebilir. Ölçek birçok kez psikometrik ve faktörel açıdan incelenmiş ve geçerliliği test edilmiştir (Semmer vd., 2010; Pindek vd., 2019) Gereksiz görevler boyutu için ölçeğin Cronbach alfası 0,83 iken mantıksız görevler boyutu için bu değer 0,87'dir (Jacobshagen, 2006).



4.3. MOG Araştırmalarının Kavramsal Açıdan İncelenmesi

Bu kısımda, çalışmaya konu olan 44 MOG araştırmasının kavramsal açıdan detaylı incelemesi yer alacaktır.

4.3.1. MOG'un Sonuçları/Etkileri Üzerine Yapılan Çalışmalar

MOG ile ilgili çalışmalar incelendiğinde MOG'un öncüllerine dair kısıtlı sayıda çalışma yapıldığı dikkat çekmektedir. Meşru olmayan görevler ile ilgili ilk nitel araştırma olma özelliği taşıyan Faupel ve meslektaşlarının (2016) yürüttüğü çalışmada, MOG'un öncülleri yapısal ve sosyal koşullar olmak üzere iki kategoride incelenmiştir. Çalışmanın sonuçlarına göre yapısal koşullar; planlama ve organizasyon eksikliği, diğer çalışanların verimsiz/az çalışmasından dolayı gereken ek çaba, esnekliğin olmaması, keyfilik, fazla iş yükü olarak sıralanmıştır. Sosyal koşulları ise; saygısız muamele, amirden eksik sosyal destek, amire bağımlılık, bilgi, iletişim ve işbirliği eksikliği olarak ortaya konmuştur. Ayrıca çalışmada; gereksiz görevlerin mantıksız görevlerden daha az zorlayıcı olduğu ve verimsizlik ve organizasyon eksikliğinden kaynaklandığı, mantıksız görevlerin de sorumluluktan ve denetim desteğinin yokluğundan ortaya çıktığı belirtilmiştir. Björk ve meslektaşlarının yürüttüğü çalışmanın (2013) sonuçlarından biri ise çalışanların sayıca oranı ve örgütün kontrol yetersizlikleri, yönetsel işlerde MOG ile pozitif ilişkili yönünde ortaya konmuştur. Çalışan için ciddi bir stres kaynağı olan meşru olmayan görevlere nelerin zemin hazırladığının daha fazla çalışılması gerektiği düşünülmektedir.

MOG ile ilgili çalışmalara bakıldığında, MOG'un etkilerinin ampirik bulguları üç ana kategoride sınıflandırılabilir: fiziksel sağlık, psikolojik sağlık ve duygu durumu, işle ilgili tutum ve davranışlar.

Araştırmacılar meşru olmayan görevlerin, stresin fizyolojik göstergeleri olarak, uyku kalitesinin düşmesine, yüksek oranda yarıda kesilmiş uykuya ve daha uzun sürede uykuya dalmaya neden olduğunu bulmuşlardır. Bunun yanı sıra meşru olmayan görevlerin uyku süresi ve verimliliği ile ise ilişkili olmadığı tespit edilmiştir (Pereira vd., 2014). Ayrıca (Kottwitz vd., 2013), kortizol düzeyinin meşru olmayan görevlere maruz kalındığında strese tepki olarak ortaya çıktığını; bu yolla çalışanın daha yüksek bir kortizol düzeyine sahip olarak sağlık durumunun kötüleştiği de görülmüştür. Ayrıca genel vücut sağlığının ve ruh sağlığının bozulduğu tespit edilmiştir. Meşru olmayan görevlerin tecrübe edilmesi ile ilgili olan bir başka çalışma, iş stresörlerinin varlığında düşük sıvı alımı olduğunu, dolayısıyla da iyilik halinin ve sağlığın bozulduğunu ortaya koymaktadır (Kottwitz vd., 2017). Buna ek olarak, Thun ve meslektaşları (2018) hastayken çalışma durumunu bağımlı bir değişken olarak incelemiştir. Araştırmacılar, doktorların yüksek miktarda mantıksız göreve dayalı iş yükünün, hastayken çalışma eğilimine katkıda bulunduğu bulgusuna ulaşmışlardır. Van Niekerk ve arkadaşlarının (2021) öğretmenler üzerinde yürüttüğü nitel çalışmada meşru olmayan görevlerin öğretmenlerde uykusuzluk, hastalık hali ve sürekli yorgun hissetme etkilerini yarattığı ortaya



çıkmıştır. Diğer bir çalışmada, meşru olmayan görevlerin çalışanların kas-iskelet sistemi şikâyetlerinde, iş ile ilgili öncüllerden biri olduğu belirtilmiştir (Kottwitz vd., 2021).

Birçok çalışma meşru olmayan görevlerin çalışan üzerinde yarattığı olumsuz duygular üzerine sonuçlar ortaya koymuştur. Bu çalışmaların sonucunda MOG'un; küskünlük, öfke, içerleme, kaygı, stresli olma, isteksizlik, mutsuzluk, değersizlik, tükenmişlik ve depresiflik gibi duygulara yol açtığı görülmektedir (Stocker vd., 2010; Semmer vd., 2015; Fila ve Eatough, 2017; Munir vd., 2017; Minei vd., 2018; Pindek vd., 2019; Meier ve Semmer, 2018; Fila ve Eatough, 2020; Akyürek vd., 2020). Gereksiz görevler ve ruh sağlığı arasındaki olası ilişkiyi inceleyen bir diğer çalışmada, gereksiz görevlere maruz kalarak ruh sağlığı düzeyinin düşmesinin özellikle ruh sağlığı zayıf ve/veya daha yaşlı olan çalışanlarda daha yoğun olduğu sonucuna varılmıştır (Madsen vd., 2014). Meşru olmayan görevler, sosyal stresörler ve rol çatışmasına bakıldığında özsayıda azalma, organizasyona karşı kırgınlık ve tükenmişliğe yol açmaktadır (Semmer vd., 2015). Başka bir çalışmada ise değişken özsaygı ve sürekli özsaygı kategorize edilmiş ve meşru olmayan görevlerin ilişkisi ampirik olarak incelenmiştir. Çalışmanın sonucunda, meşru olmayan görevler düşük geçici özsaygı ile ilişkilendirilmiş, ancak sürekli özsaygı ile ilişkilendirilmemiştir; bu nedenle sürekli özsaygı meşru olmayan görevler bakımından sınırlı kalmıştır (Eatough vd., 2016). Bu bulgular, meşru olmayan görevler ile özsaygı, kızgınlık ve tükenmişlik gibi motivasyonel ve kimlikle ilgili boyutlar arasında anlamlı bir ilişkinin varlığına işaret etmektedir. MOG'un bu faktörler üzerindeki olumsuz etkisi, iş süreçleri sırasında motivasyonel bozulma yoluyla çalışanların mesleki kimliklerini ve iş performanslarını da azaltabilir. Bu bulguları destekleyen başka çalışmalar da bulunmaktadır. Meşru olmayan görevlerin kaygı ve duygusal tükenme üzerindeki artırıcı etkisi de ortaya konmuştur (Fila ve Eatough, 2017). Meşru olmayan görevlerin bir parçası olan gereksiz görevlerin özsaygı üzerindeki etkisi de incelenmiş ve gereksiz görevlerin büyük oranda olumsuz duygu durumuna yol açtığı, özsaygıyı düşürdüğü ve işten psikolojik kopmaya sebep olduğu bulunmuştur (Sonntag vd., 2018). Bir başka araştırma ise, mantıksız görevlerin düşmanca atfin moderatör etkisi aracılığıyla olumsuz duyguları tetikleyici bir etkiye sahip olduğunu, genel olarak ise meşru olmayan görevlerin farklı bağlamlarda değişen derecelerde olumsuz duygular üzerinde etkisi olduğunu ortaya koymuştur (Pindek vd., 2019). Buna ek olarak, meşru olmayan görevlerin boyutlarını araştıran çalışma, mantıksız görevlerin, gereksiz görevlere göre çalışanların öz değerlerine daha fazla risk yarattığını göstermiştir (Pindek vd., 2019). Profesyonel kimliğe yönelik tehdit düşünüldüğünde, mantıksız görevler ise gereksiz görevlerden daha fazla etkiye sahiptir (Semmer et al., 2015). MOG'un iki farklı boyutunu içeren araştırmanın bulguları, gereksiz görevlere göre daha önemli olan mantıksız görevlerin motivasyonel ve kimlikle ilgili etkileriyle tutarlıdır. Pfistera ve arkadaşlarının (2020) çalışmasında ise MOG, duygusal iyi oluşun alt boyutları olan coşku ve memnuniyetle önemli ölçüde ilişkili bulunmuştur. Bu kategoride yapılan son çalışmada ise MOG'un mikro enformel (kayıt dışı) işletmelerde çalışan çalışanların stres düzeyini arttırdığı görülmüştür (Ilyas vd., 2021).



İşle ilgili tutum ve davranış kategorisinde ise, üretkenlik karşıtı iş davranışları ile meşru olmayan görevler kavramı birden fazla kez çalışılmıştır. Semmer ve arkadaşlarının 2010 yılında yaptığı çalışmada, meşru olmayan görevlerin, çaba-ödül dengesizliği, örgütsel adalet, ve kişilik özellikleri (vicdanlılık ve uyumluluk) yoluyla üretkenlik karşıtı iş davranışı ile pozitif olarak bağlantılı olduğu bulunmuştur. Başka bir çalışmada ise öfke ve ertesi gün boyunca meşru olmayan görevlere dair üretkenlik karşıtı iş davranışı incelenmiş ve meşru olmayan görevlerin bir sonraki gün yaşanan üretkenlik karşıtı iş davranışı ile olumlu bir şekilde ilişkili olduğu bulunmuştur (Zhou vd., 2018). Schulte-Braucks ve meslektaşlarının (2019) yürüttüğü araştırmada MOG'un hem özsaygı hem de üretkenlik karşıtı iş davranışı üzerindeki etkilerinin, adaletsizlik algısına daha yatkın çalışanlar için daha yüksek olduğu sonucu ortaya konmuştur. Bu davranışsal bulgular, adaletsizlik algısı yoluyla, meşru olmayan görevler aracılığıyla rol çatışmasının ortaya çıktığı kuramsal çerçeveyi desteklemektedir (Semmer vd., 2015). Zhao ve meslektaşlarının yürüttüğü diğer bir çalışmada (2022), meşru olmayan görevlerin yıkıcı ses ve ahlaki çözülme yoluyla zaman hırsızlığı ile olumlu bir şekilde ilişkili olduğunu ortaya konulmuştur. Ayrıca psikolojik yetkilendirme, meşru olmayan görevler ile ahlaki çözülme arasındaki pozitif ilişkiyi ve meşru olmayan görevlerin yıkıcı ses ve zaman hırsızlığı üzerindeki dolaylı etkisini güçlendirdiği bulunmuştur. Üretkenlik karşıtı iş davranışına karşıt bir konu olarak, MOG ve proaktif iş davranışı arasındaki ilişki, davranışsal bir bağlam olarak iş kimliği aracılığıyla da incelenmiştir (Ma ve Peng, 2019). Meşru olmayan görevlerin proaktif iş davranışı ve iş kimliği aracılığıyla görev performansı üzerindeki olumsuz etkileri, yalnızca düşük esnekliğe yönelik iş tasarımında önemlidir. Dolayısıyla rol sınırlarına dair beklentiler, görevlerin meşru olmayan olarak algılanmasında önemli bir rol oynayabilir. Meşru olmayan görev boyutlarının işle ilgili tutum ve davranışsal sonuçlar açısından farklılaştığını gösteren bazı araştırmalar da yapılmıştır. Schie ve meslektaşlarının (2014) araştırmasına göre, mantıksız görevler doğrudan gönüllü çalışanların kalma niyetlerini azaltmakta iken, gereksiz görevler daha zayıf bir etkiye sahip olmakta ve gönüllülerin motivasyonunu düşürmektedir. Bu çalışma aynı zamanda işsel motivasyon ve işle ilgili davranışlara bir örnek olarak gösterilebilir. Yine işten ayrılma niyeti üzerine yapılan bir çalışmada; amir desteğinin, meşru olmayan görevlerin işten ayrılma niyeti üzerindeki etkisini hafifleteceği sonucuna ulaşılmıştır (Ilyas vd., 2020). Björk ve meslektaşları (2013), astların sayısının ve örgütsel eksikliklerin meşru olmayan görevlerle doğru orantı ilişkisinde olduğunu bulmuştur. Ayrıca meşru olmayan görevlerin işyeri sınırları dışındaki etkileri de araştırılmış ve meşru olmayan görevlerin iş ve aile arasındaki dengeyi bozabileceği gösterilmiştir. Bu çalışmada araştırmacılar, iş-aile çatışması sonuçlarının milletlere göre değiştiğini ve meşru olmayan görevlerin etkileşimsel adalet deneyimlerini değiştirerek iş-aile çatışması ve iş-aile zenginleşirmesindeki farklılıklarla ilişkili olduğunu bulmuşlardır (Ahmed vd., 2018). İş-aile çatışmasını ele alan diğer bir çalışmada; psikolojik (işten) ayrılmanın, MOG ile iş aile çatışmasının zamana dayalı ve zorlanmaya dayalı alt boyutlarına aracılık ettiği görülmüştür. Ayrıca MOG'un zorlama temelli iş aile çatışması üzerindeki psikolojik (işten) ayrılma yoluyla dolaylı etkisinin daha pasif liderlere sahip olan bireylerde daha güçlü olduğu bulunmuştur (Zhou vd., 2020). MOG ile işin anlamı ilişkisinin boylamsal olarak incelendiği bir diğer çalışmada meşru olmayan görevlerdeki artış ne kadar



fazlaysa, bir yıl boyunca işin anlamındaki azalmanın da o kadar fazla olduğu görülmüştür (Mäkikangasa vd., 2021). Akyürek (2022) yılında yürüttüğü çalışmada, meşru olmayan görevlerin her iki boyutunun da meslekî prestij algısı üzerinde olumsuz etkisi olduğu ortaya konmuş; ayrıca lider üye sadakatinin, gereksiz görevler ve mantıksız görevlerin ayrı ayrı meslekî prestij algısı üzerindeki olumsuz etkiyi yatıştırdığı ortaya konmuştur. MOG'un boyutlarının farklı etkilere yol açtığını ortaya koyan bir çalışmaya (Akyürek ve Can, 2021b) göre ise gereksiz görevlerin çalışanların mesleki kimliklerini ve algılanan mesleki prestijini azaltırken, mantıksız görevler işyeri refahını zayıflatmaktadır. Son olarak; MOG'un örgütsel vatandaşlık ve örgütsel adanmışlık üzerindeki etkisini odak grup görüşmeleri aracılığıyla araştıran Fein ve McKenna (2022), meşru olmayan görevlerin örgütsel adanmışlık ve örgütsel vatandaşlık düzeylerini azalttığı sonucuna varmıştır. Ayrıca araştırmada benliğe yönelik en ciddi tehdit yaratan meşru olmayan görevlerin zaman kaybı olarak algılanan faaliyetler olduğu görülmüştür.

4.3.2. MOG ile İlgili Nicel Çalışmalarda Kullanılan Aracı Değişkenler

Bazı çalışmalarda MOG'un doğrudan ilişkilerinin yanı sıra bu ilişkiye aracılık yapan değişkenler de incelenmiştir. Bu değişkenler; çaba-ödül dengesizliği algısı, takdir, motivasyon, öfke, rol çatışması, sosyal stresörler, iş kimliği, psikolojik (işten) ayrılma, niteliksel iş güvencesizliği ve ahlaki çözülme olarak sıralanabilir (Semmer vd., 2010; Stocker vd., 2010; Schie vd., 2014; Omansky vd., 2016; Zhou vd., 2018; Munir vd., 2017; Ma ve Peng, 2019; Zhou vd., 2020; Kottwitz vd., 2021; Zhao vd., 2022). Örneğin takdir edilmek benlik saygısını olumlu yönde etkilediği ve iyi olma halinin önemli bir öncülü olduğu için meşru olmayan görevlerle iş tatmini ilişkisinde aracı bir faktör olarak incelenmiştir (Semmers vd., 2007; Stocker vd., 2010). Yine meşru olmayan görevler ve iş tatmini arasında yapılan bir çalışmada; MOG'un iş tatmini ve içsel motivasyonla ilişkili olduğu ve çaba ödül dengesizliği algısının aracılık etkisi gösterdiği görülmüştür (Omansky vd., 2016). MOG, yetersiz ödül yoluyla haksızlık ve kırgınlık duygularının kışkırtılması nedeniyle çaba-ödül dengesizliğinin varlığı olarak algılanabilir (Semmer et al., 2007). Rol beklentileri, iç motivasyonun öncülleridir ve meşru olmayan görevler doğası gereği rol beklentileri ile uyumsuz. Bu çalışma, bu uyumsuzluğun artan çaba ve azalan ödül ile öne çıktığının bir işaretidir. Bu durumda çalışmada stres kaynaklı tepkiler ve iyi halde düşüş meydana gelmektedir (Siegrist, 2002; aktaran Akyürek ve Can, 2021a). Stresin tetiklediği bir duygu olan öfkenin, başka bir çalışmada MOG ile tükenmişlik arasında aracılık rolü oynadığı ortaya konmuştur (Munir vd., 2017). Yine çalışmada sosyal stresörlerin, meşru olmayan görev ve öfke arasında aracılık etkisi gösterdiği saptanmıştır. Günlük meşru olmayan görevlerin ertesi günkü üretkenlik karşısı iş davranışlarını arttırdığı bulgularan diğer bir çalışmada, yine öfke duygusu aracılık görevi üstlenmektedir (Zhou vd., 2018). Zhao ve arkadaşlarının (2022) MOG'un üretkenlik karşısı iş davranışlarına etkisi incelediği çalışmada ise meşru olmayan görevlerin yıkıcı ses ve ahlaki çözülme yoluyla zaman hırsızlığı ile olumlu bir şekilde ilişkili olduğunu ortaya konulmuştur.



MOG ile iş-aile çatışması ilişkisini inceleyen iki çalışmanın ilkinde; etkileşimsel adaletin MOG ile iş-aile çatışması arasındaki olumsuz ilişkiye olumlu yönde aracılık ettiği bulunmuştur (Ahmed vd., 2018). Araştırmanın sonucu, işyerinden kaynaklanan olumsuz duyguların aile hayatına da yayılabileceğini (Greenhaus vd., 1985) ve bunun kişinin hayattaki rollerini dengeleme kapasitesini azaltabileceği öne süren teorik çerçevelerle de uyumludur (Clark vd., 2014). Benzer şekilde rol çatışmasının MOG ile tükenmişlik arasında aracılık etkisi gösterdiği de ortaya konmuştur (Munir vd., 2017). MOG ile iş –aile çatışmasını inceleyen diğer çalışmada ise; psikolojik (işten) ayrılmanın, MOG ile iş aile çatışmasının zamana dayalı ve zorlanmaya dayalı alt boyutlarına aracılık ettiği görülmüştür (Zhou vd., 2020). İşte kalma niyetinin bağımlı değişken olarak ele alındığı bir çalışmada ise MOG ile işte kalma niyeti arasındaki ters orantılı ilişki üzerinde içsel motivasyonun aracılık etkisi araştırılmış ve sadece gereksiz görevlerde içsel motivasyonun aracılık rolü üstlendiği saptanmıştır.

Ayrıca belirli bir işyerinin parçası olmaktan kaynaklanan bireysel kimlik duygusu anlamına gelen iş kimliği, meşru olmayan görevlerle ilgili çalışılan aracı faktörler arasında yer almaktadır. Düşük esnekliğe sahip rol odaklı görev tasarımı koşullarında, MOG ile görev performansı arasındaki ve MOG ile proaktif iş davranışı arasındaki ilişkide iş kimliğinin aracılık etkisinin olduğu tespit edilmiştir (Ma and Peng, 2019).

Son olarak meşru olmayan görevlerin, kas-iskelet sistemi şikayetlerinin öncüllerden birini oluşturduğu düşüncesiyle yola çıkan Kottwitz ve meslektaşları (2021), niteliksel iş güvensizliğinin meşru olmayan görevler ile kas-iskelet sistemi ağrısı kontrolü arasındaki ilişki üzerindeki dolaylı etkisi ortaya konmuştur.

İncelenen çalışmalardan birinde ise, MOG bağımsız değişken olarak değil aracı değişken olarak ele alınmıştır. Bu çalışmanın sonucunda etik liderlik ve tükenmişlik arasındaki ilişkinin kısmen meşru olmayan görevler tarafından yönlendirildiği sonucuna ulaşılmıştır. Ayrıca sunulan model, etik liderlik ve tükenmişlik arasındaki ilişkiyi meşru olmayan görevlerle ilişkilendiren ve etik liderliğe kendine-saldırı olarak stres (SOS) perspektifinden bakan ilk modeldir (Julmi vd., 2021).

4.3.3. MOG ile İlgili Nicel Çalışmalarda Kullanılan Düzenleyici Değişkenler

MOG'un etkilerini hafifleten ya da arttıran birçok değişken çalışmada incelenen makalelerde kullanılmıştır. Bu değişkenler; yaş, cinsiyet, zaman baskısı, amir desteği, takdir edici liderlik, düşmanca atıf önyargısı, esnek rol oryantasyonu, adalet duyarlılığı, üretkenlik karşıtı iş davranışları, şeffaf liderlik, hiyerarşi seviyesi, takdir, pasif liderlik, psikolojik yetkilendirme lider-üye etkileşimi olarak sıralanabilir (Madsen vd., 2014; Omansky vd., 2016; Zhou vd., 2018; Fila ve Eatough, 2017; Apostel vd., 2017; Pindek vd., 2019; Ma ve Peng, 2019; Schulte-Braucks vd., 2019; Muntz vd., 2019; Stein, vd., 2020; Muntz ve Dormann, 2020; İlyas vd. 2020; Zhou vd., 2020; Zhao vd., 2022; Akyürek, 2022). Kullanılan bu düzenleyici değişkenleri dört grupta toplamak mümkündür: demografik, psikolojik/karakteristik, ilişkisel ve iş ile ilgili.



İlk kategori olan demografik değişkenlerde yaş ve cinsiyet incelenmiştir. Omansky ve arkadaşlarının 2016 yılında yürüttüğü çalışmada, erkeklerin çaba ödül dengesizliği algısı yoluyla, iş tatmini ve içsel motivasyona daha yatkın olmaları nedeniyle, MOG ile içsel motivasyon ve iş tatmini arasındaki ilişkide cinsiyetin düzenleyici rolü saptanmıştır. Ayrıca çaba ödül dengesizliği algısının varlığında, erkeklerin meşru olmayan görevlere kadınlara göre daha reaktif olduğu ortaya konulmaktadır. Benzer bir sonuç ortaya konan bir diğer çalışmada erkeklerin gereksiz görev ve mantıksız görev algılarının daha yüksek olduğu saptanmıştır (Akyürek, 2022). Gereksiz görevler ve ruh sağlığı arasındaki ilişkiyi araştıran bir diğer çalışmada (Madsen vd., 2014), yaşlıların gereksiz görevlere maruz kaldıklarında ruh sağlığı düzeylerinin düşmesi daha olası olduğu sonucuna varılmıştır.

İkinci kategori olan psikolojik/karakteristik değişkenlerde düşmanca atıf algısı, adalet duyarlılığı ve dikey toplulukçuluk incelenmiştir. Meşru olmayan görevlerin olumsuz duygular üzerindeki etkisinin araştırıldığı çalışmada, düşmanca atıf algısının düzenleyici etkiye sahip olduğu görülmüştür. Çalışmanın sonuçlarına göre bu etki mantıksız görevlerde daha güçlüdür. Düşmanca atıf algısı yüksek kişilerin istenmeyen olayları, başkalarının zarar vermeye yönelik kasıtlı davranışları olarak görme eğilimi fazladır. Bu sebeple düşmanca atıf algısı yüksek kişilerin küçük ipuçlarına veya görevin biraz şüpheli olan unsurlarına dayanarak, bir görevi meşru olmayan olarak yorumlamaları ve kasıtlı olumsuz niyet nedeniyle göreve atandıklarına inanmaları daha olasıdır (Pindek vd., 2019). Adalet duyarlılığı ise MOG ve özsaygı ilişkisi ile MOG ve üretkenlik karşıtı iş davranışları ilişkisinde düzenleyici bir faktör olarak bulunmuştur. Adalet duyarlılığı arttıkça MOG'un özsaygıyı olumsuz etkileme derecesi de artmakta, aynı şekilde üretkenlik karşıtı iş davranışları da fazlalaşmaktadır (Schulte-Braucks vd., 2019). Diğer bir çalışmada ise dikey toplulukçuluk değeri yüksek çalışanların, MOG'un algılanan mesleki prestij, mesleki kimlik ve işyeri refahı üzerindeki olumsuz etkisini daha az hissettikleri ortaya konmuştur (Akyürek ve Can, 2021b).

Üçüncü kategori olan ilişkisel değişkenlerde amir desteği, takdir edici liderlik, şeffaf liderlik, takdir, pasif liderlik ve lider-üye sadakati ele alınmıştır. Fila ve Eatough'un (2017) yürüttüğü çalışmada amir desteğinin, MOG'un yarattığı kaygı ve duygusal tükenmeyi hafiflettiği sonucuna ulaşılmıştır. Bu sonuca paralel bir sonuç, İlyas ve meslektaşlarının (2020) yürüttüğü çalışmada ortaya çıkmış ve amir desteğinin, MOG'ların işten ayrılma niyeti üzerindeki etkisini hafifleteceği ortaya konmuştur. Meşru olmayan görevlerin işten ayrılma niyetine etkisini ılımlaştıran diğer bir unsur takdir edici liderlik olarak bulgulanmıştır (Apostel vd., 2017). Amir çalışan arasında ilişkideki şeffaflığın benzer bir hafifletici etkisi vardır, şeffaf liderlik MOG'un iş tatmini üzerindeki negatif etkisini azaltmaktadır (Muntz vd., 2019). Ayrıca MOG'un zorlama temelli iş aile çatışması üzerindeki psikolojik (işten) ayrılma yoluyla dolaylı etkisinin daha pasif liderlere sahip olan bireylerde daha güçlü olduğu bulunmuştur (Zhou vd., 2020). Diğer bir çalışmada, lider-üye sadakatinin gereksiz görevler ve mantıksız görevlerin ayrı ayrı mesleki prestij algısı üzerindeki olumsuz etkiyi azalttığı saptanmıştır (Akyürek ve Can, 2021b). Minei ve meslektaşlarının (2018) çalışmasına göre ise kabul görme, MOG algısını hafifletirken; açıklamalar ise öfkeyi hafifletmektedir. Hem kabul görme hem de açıklama, meşru olmayan

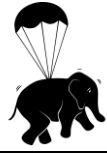


görev algısını ve öfkeyi azaltmada en güçlü etkiye sahip faktörlerdir. Sonuç olarak çalışan ve amir arasındaki ilişkinin açıklığı, amirin takdiri ve desteği MOG'un olumsuz sonuçlarını hafifletmektedir.

Son kategori olan iş ile ilgili çalışılan değişkenler zaman baskısı, esnek rol oryantasyonu, üretkenlik karşıtı iş davranışları, hiyerarşi seviyesi ve psikolojik yetkilendirmedir. MOG ve iş gününün sonundaki öfke ilişkisi üzerine yapılan bir çalışmada, zaman baskısının düzenleyici rolü olduğu görülmüştür. Zaman baskısı arttıkça MOG'un yarattığı gün sonu öfkesi artmaktadır (Zhou vd., 2018). Bir görevi tamamlayamama durumunda zaman baskısı yaşanır (Kinicki et al., 1994) ve yüksek zaman baskısı altında, meşru olmayan görevler sadece saygısızlık olarak algılanmayıp, aynı zamanda görevin tamamlanması ile meşru olmayan görev arasında daha fazla görev çatışması algısı yaratarak (Zhou vd., 2018) zaman baskısının düzenleyici rolüne yol açmaktadır. Ayrıca çalışanın esnek oryantasyonu, meşru olmayan görevler yoluyla kimliği tehdit eden ilişki üzerinde düzenleyici bir değişken olarak incelenmiştir. Esnek rol oryantasyonu düşük olduğunda MOG'un kimliği tehdit etme derecesi artmaktadır (Ma and Peng, 2019). İstismarcı yönetimin ilişki düzeyindeki kötü muameleyle sınırlı kalmayabileceğini ve istismarın çalışanların iş görevlerini de kapsayabileceği savunulan bir diğer çalışmada (Stein vd., 2020) hiyerarşi düzeyinin düzenleyici değişken rolü oynadığı saptanmıştır. Çalışmanın sonucuna göre istismarcı yönetim ile mantıksız görevler arasındaki ilişkinin, en düşük hiyerarşik düzeydeki yönetici olmayan çalışanlar için, daha yüksek hiyerarşik düzeylerdeki yönetici çalışanlara göre daha güçlüdür. Diğer bir çalışmada üretkenlik karşıtı iş davranışlarının, meşru olmayan görevlerin benlik saygısı üzerindeki olumsuz etkilerini ılımlaştıran bir başa çıkma stratejisi olduğu görülmüştür (Schulte- Braucks vd., 2019). MOG ile başa çıkma stratejilerinin incelendiği nitel bir çalışmada ise öğretmenlerin başa çıkma stratejisi olarak sessizlik, çözüm odaklı stratejik davranma ve yüzleşme yollarını seçtiği görülmüştür (Akyürek vd., 2020). Son olarak, Zhao ve meslektaşlarının (2022), meşru olmayan görevlerin organizasyonları hedef alan iki özel üretkenlik karşıtı iş davranış (yıkıcı ses ve zaman hırsızlığı) biçimine yol açıp açmayacağını incelemek üzere yürüttüğü çalışmada; psikolojik yetkilendirmenin, meşru olmayan görevler ile ahlaki çözülme arasındaki pozitif ilişkiyi ve meşru olmayan görevlerin yıkıcı ses ve zaman hırsızlığı üzerindeki dolaylı etkisini güçlendirdiği bulunmuştur.

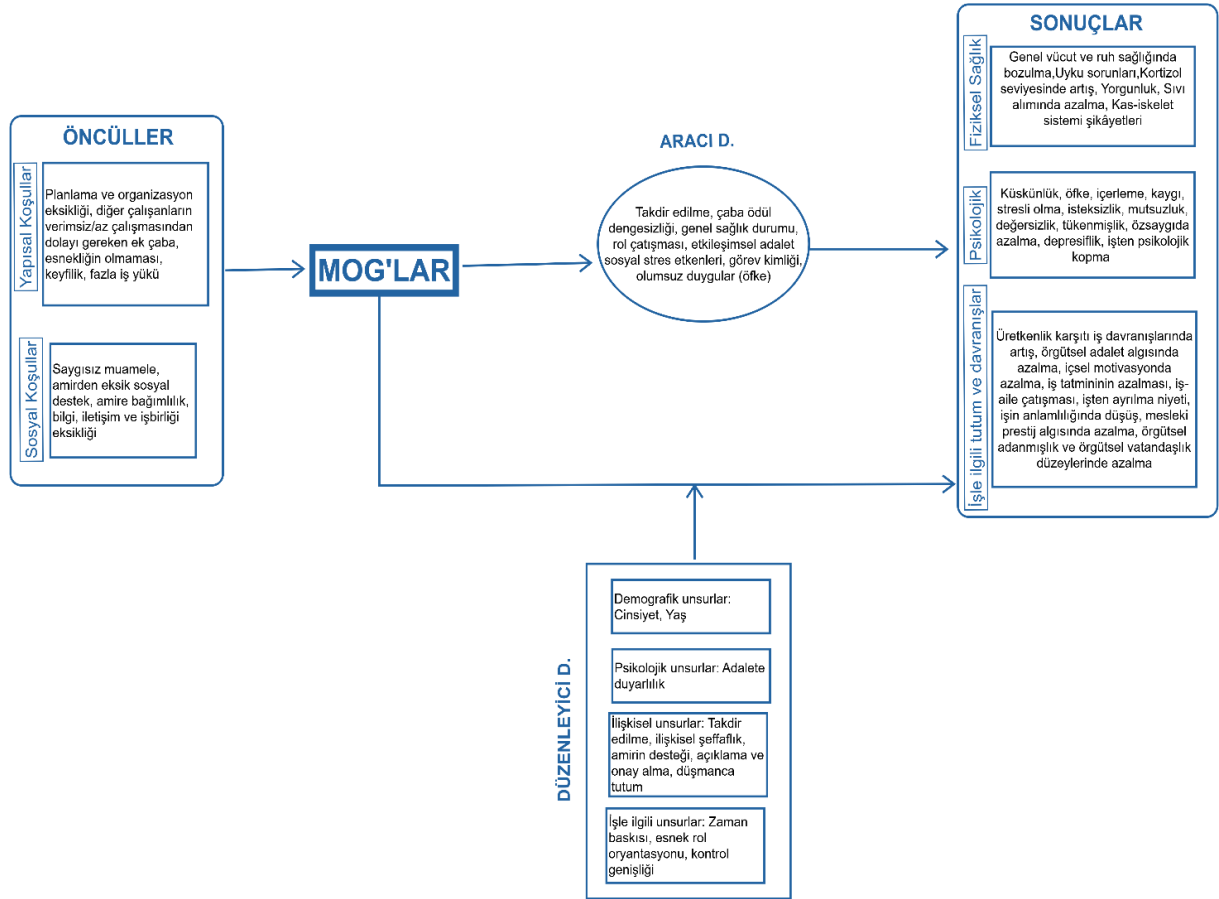
5. TARTIŞMA ve SONUÇ

Meşru olmayan görevler kavramı yazında nispeten yeni olmasına rağmen bütünsel bir yaklaşımla tam olarak incelenmemiştir. Bu çalışma, meşru olmayan görevler kavramını sistematik olarak inceleyen ilk çalışmalardan biridir. MOG kavramının ilk ortaya atıldığı yıl olan 2010 yılından günümüze kadar uluslararası dergilerde yayınlanmış 44 araştırma, çalışandan talep edilen mesleki norm dışı görevlerin çalışanlar için farklı ve önemli bir stres etkeni olduğunu göstermiştir. Yapılan ampirik çalışmalarda meşru olmayan görevlerin çalışanların psikolojik- fiziksel sağlığını (uykusuzluk, hastalık hali, sürekli yorgun hissetme, küskünlük, öfke, içleme, kaygı, stresli olma, isteksizlik, mutsuzluk, değersizlik, tükenmişlik



ve depresiflik vb.) ve işle ilgili tutum ve davranışlarını (üretkenlik karşıtı iş davranışları, işten ayrılma niyeti, iş tatmini, performans vb.) olumsuz yönde etkilediği görülmüştür. Bu etkilerin hangi aracı mekanizmalarla gerçekleştiği (çaba-ödül dengesizliği algısı, takdir, motivasyon, öfke, rol çatışması, sosyal stresörler, iş kimliği, psikolojik (işten) ayrılma, niteliksel iş güvencesizliği ve ahlaki çözüme) ve bu etkileri düzenleyen faktörler (adalet duyarlılığı, üretkenlik karşıtı iş davranışları, şeffaf liderlik, hiyerarşi seviyesi, takdir, pasif liderlik, psikolojik yetkilendirme lider-üye etkileşimi vb.) araştırmalara konu olmuştur. Yapılan çalışmalara dayanılarak geliştirilen kavramsal model önerisi şekil 3'te gösterilmiştir. Yapılan çalışmalardaki bu önemli sonuçlara rağmen MOG kavramının daha fazla kuramsal ve ampirik araştırmaya ihtiyaç duymaktadır.

Şekil 3. MOG Kavramsal Model Önerisi



İncelenen çalışmalara bütünsel olarak bakıldığında çoğu çalışmanın Avrupa ve ABD'de gerçekleştirildiği görülmektedir. Oysa stresin algılanış biçimi ve strese verilen tepki kültür bazında farklılaşmaktadır (Beltrán-Velasco vd., 2020). MOG kavramının çoğunlukla bireysel ve düşük güç mesafesi kültürel değerlere sahip ülkelerde çalışılmış olması, sonuçların tüm kültürel bağlamlar için genelleştirilmesinin önüne geçmektedir. Bu nedenle meşru olmayan görev mekanizmasının kültürel farklılıklar yoluyla nasıl ve neden değiştiği konusunu



araştırmak önemlidir. İncelenen çalışmalarda kültürel bağlamın etkisi, sadece tek bir çalışmada kültürler arası boyutta ele alınmıştır. Araştırmasını bireyci ve güç mesafesi düşük bir ülke olan ABD ile toplulukçu ve güç mesafesi yüksek bir ülke olan Hindistan'da eş zamanlı yürüten Ahmed ve meslektaşları (2018), MOG'un ABD'li çalışanlarda etkileşimsel adalet duygusunun azaltırken Hintli çalışanlarda böyle bir etkiye yol açmadığı sonuca varmıştır. Birey bazında dikey toplulukçuluğu ele alan ve toplulukçu değerlerin ön planda olduğu Türkiye'de yapılan bir diğer çalışmada, dikey toplulukçuluk yönelimi yüksek olan çalışanların MOG'un mesleki kimlik ve algılanan mesleki prestije olan olumsuz etkilerini daha az hissettikleri sonucuna varılmıştır (Akyürek ve Can, 2021b).

Mesleki kimlik, bireylerin yerine getirdikleri görevler ve iş hayatında sahip oldukları roller aracılığıyla kazanılmaktadır (Yılmaz, 2011). Mesleki prestij ise çalışanın mesleği hakkında edindiği genel düşüncedir (Habip, 2018). Mesleki rollerin tecrübe edildiği iş süreçlerinde meslekî normların dışında olduğu halde çalışandan talep edilen görevler olarak tanımlanan MOG'lar; rol karmaşası yaratması nedeniyle mesleki kimliği, çalışanın meslek hakkındaki düşüncesini etkimesi sebebiyle de mesleki prestij algısını olumsuz etkileyebilir. MOG'un iki önemli çıktısı olarak değerlendirilebilecek olan bu iki kavram, yalnızca üç çalışmada araştırma konusu olarak ele alınmıştır (Ma ve Peng, 2019; Mugayar- Baldocchi vd., 2019; Akyürek, 2022). MOG'un mesleki tahribatını anlamak adına bu kavramla ilişkisini araştırmak önemlidir. Benzer biçimde, MOG ile motivasyon (Omansky vd., 2016; Muntz ve Dormann, 2020), işten ayrılma/işte kalma niyeti (Schie vd.,2014; Apostel vd.,2017; İlyas vd. 2020) gibi konularla ilişkilerinin incelenmesine rağmen; bu kavramlarla ilişkili olan mesleki aidiyet konusu hiç ele alınmamıştır. Yalnızca tek bir çalışmada MOG'un işe bağlılığı olumsuz yönde etkilediği sonucuna varılmıştır (Schmitt vd., 2015). Bu duruma paralel olarak, çalışandan sürekli mesleki normların dışında görevler talep edilmesinin mesleki yabancılaşmaya yol açacağı söylenebilir. Bu mesleki ve örgütsel özdeşleşme parametreler ile MOG'un ilişkisinin netleşmesi ancak daha fazla ampirik çalışma ile mümkün olacaktır.

Mesleki stresör olarak yazında yer bulan meşru olmayan görevlerle çalışanların nasıl başa çıktığı, hangi başa çıkma stratejileri kullandığı da bir çalışma dışında odak noktası olarak alınmamıştır. Bahsi geçen çalışmanın sonuçları, farklı meslek türlerinde farklı MOG algılarının yaşanabileceğini ve ayrıca başa çıkma stratejilerinin farklı MOG türlerine ve çalışan özelliklerine göre farklılaşabileceğini göstermektedir (Akyürek vd., 2020). Ancak MOG ile başa çıkma stratejilerinin hangi çalışan özelliklerine göre farklılaştığı hiçbir çalışmada ele alınmamıştır. Algılanan stres ve stres yönetimi ile kişilik ile ilişkisi çalışmalara konu olmuşken (Örn. Durna, 2004 ; Lecic-Tosevski vd., 2011; Dumitru ve Cozman, 2012; Zehiroğlu ve Şencan, 2020) MOG ile kişilik ve/veya kişilik tipleri arasındaki ilişki incelenmemiştir. MOG algısı, MOG'a verilen tepki ve MOG ile başa çıkma stratejilerinin kişiliğe göre değişip değişmediği konusunda çalışmaların yürütülmesinin faydalı olabilir. Ayrıca MOG'a verilen duygusal tepkilerde sadece öfke üzerinde durulmuş; hayal kırıklığı, üzüntü, şaşkınlık gibi duygular tartışma konusu olmamıştır. Meşru olmayan görevleri yerine getirmek zorunda olan



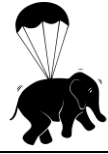
çalışanlarda açığa çıkan duygularda, bu görevlerin verilmesinden mesul tuttuğu (kendisi, amir, iş arkadaşları, örgüt kültürü) ve destek aldığını düşündüğü kaynaklar da önemli olacaktır.

Dikkat çeken bir diğer nokta da Stein ve meslektaşlarının (2020), istismarcı yönetimin ilişki düzeyindeki kötü muameleyle sınırlı kalmayabileceğini ve istismarın çalışanların iş görevlerini de kapsayabileceğini savunduğu çalışmadır. Çalışmanın sonucunda istismarcı yönetimin meşru olmayan görevlerle güçlü ve olumlu bir şekilde ilişkili olduğu bulgulanmıştır. Çalışmanın sonucu “yöneticiler, meşru olmayan görev taleplerini bir mobbing stratejisi olarak kullanıyor olabilir mi?” sorusunu beraberinde getirmektedir. Leymann’ın mobbing davranışı olarak tanımlanabilecek davranış türlerini sıraladığı listenin mesleğe yönelik saldırılar kategorisinde; çalışana yaratıcı anlamda işler yapabilmesi engellenir, çalışana anlamsız görevler verilir, çalışana kendi uzmanlık alanının dışında işler verilir gibi ifadeler yer almaktadır (Carnero vd., 2006). Bu nedenle bahsi geçen sorunun yapılacak araştırmalarla test edilmesi yararlı olabilir.

MOG’un kuramsal açıdan açıklanmasına yardımcı olacak bir diğer yaklaşım ise iş talepleri kaynakları modelidir. Modele göre rol belirsizliği yaratan iş talepleri çalışanın iyi oluşunu olumsuz yönde etkiler (Bakker ve Demerouti, 2007). Meşru olmayan görevler de bu yönde bir iş talebi olarak değerlendirilebilir. Bu durumda MOG ile çalışan çıktıları ilişkisinin iş talepleri-kaynak modeli kullanılarak incelenmesi yararlı olabilir. Benzer şekilde MOG’un iş tasarımı ile ilgili bir stresör olduğu düşünülürse, kavramın iş özellikleri modeli (Hackman ve Oldham, 1980) üzerinden de değerlendirilmesi uygun olabilir ve beceri çeşitliliği, görev bütünlüğü, görevin önemi, özerlik ve geri bildirim ile MOG ilişkisi anlamlı sonuçlar verebilir.

Diğer önemli konu ise MOG’un öncülleri ile ilgili yeterince çalışma yapılmamış olmasıdır. İncelenen çalışmaların büyük bir çoğunluğu MOG’un sonuçları üzerine odaklanmış, öncüllere ilişkin bulgulara sadece iki çalışmada (Faupele vd., 2016; Björk vd., 2013) yer verilmiştir. Bireysel ve örgütsel anlamda yıkıcı sonuçlara yol açabilen meşru olmayan görevlere neyin neden olduğunun incelenmesi önemlidir. Nispeten alanda yeri olan MOG kavramının tüm yönleriyle irdelenmesi ancak kavram hakkında nitel çalışma sayısının artırılması ile mümkün olacaktır.

Son olarak incelenen bazı çalışmalarda toplanılan verilerin birden fazla sektör ve meslekte olması, meslek tipine özgü meşru olmayan görevleri tespit etmenin önünde engeldir. Bunun sebebi tüm meslek türlerinin aynı ölçek üzerinden değerlendirilmesidir. Bu durumda meslekler ve sektörler arasında meşru olmayan görev algısının nasıl ve neden değiştiği sorusu irdelenememektedir. Gelecek çalışmalarda sektöre, işe ve mesleğe özgü MOG’lara odaklanarak daha net karşılaştırmalar yapılabilir. Nitel çalışma sayısının artırılması ile sektöre özgü ölçeklerin geliştirilmesi de MOG yazınına katkı sağlayacaktır.

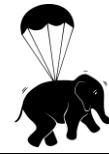


Kaynakça

- *Ahmed, F. S., Eatuogh, E. M., & Ford, M. T. (2018). Relationships between illegitimate tasks & change in work-family outcomes via interactional justice & negative emotions. *Journal of Vocational Behavior, 104*, 14-30.
- Akyürek, S. S. (2020). *A cultural & relational approach to illegitimate tasks: A study from education sector* [Yayımlanmamış Doktora Tezi]. Yaşar Üniversitesi.
- *Akyürek, S. S. (2022). Meşru olmayan görevlerin meslekî prestij algısı üzerindeki olumsuz etkileri ve Lüe'nin ılımlılaştırıcı etkisi: Türkiye'de çalışan öğretmenler örneği. *Öneri Dergisi, 17(57)*, 268-294.
- *Akyürek, S. S., & Can, O. (2021b). Illegitimate tasks and occupational outcomes: The impact of vertical collectivism. *Evidence-Based HRM, 10(2)*, 155-173.
- Akyürek, S. S., & Can, Ö. (2021a). Güncel bir kavram olarak meşru olmayan görevler: Bir yazın incelemesi. *Pamukkale University Journal of Social Sciences Institute/Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 42*, 238-260.
- *Akyürek, S. S., Zargham Ullah Khan, D. A. M. M., Naqvi, F. N., & Butt, J. M. (2020). Strategies adopted by teachers against illegitimate tasks: A qualitative research involving Turkish education sector. *Palarch's Journal of Archaeology of Egypt/Egyptology, 17(7)*, 6437-6451.
- Alicke, M. & Sedikides, C. (2009) Self enhancement & self-protection: What they are & what they do. *European Review of Social Psychology, 20*, 1-42.
- Alparslan, A. M. (2016). Emek işçilerinde fazladan rol davranışının öncülü: İş tatmini mi işyerinde mutluluk mu?. *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, 30(1)*, 203-215.
- *Apostel, E., Syrek, C. J., & Antoni, C. H. (2017). Turnover intention as a response to illegitimate tasks: The moderating role of appreciative leadership. *International Journal of Stress Management, 25(3)*, 234-249.
- Aydın, İ. (2008). *İş yaşamında stres* (3. Baskı). Pegem Yayınevi.
- Bakker, A. B., & Demerouti, E. (2007). The job demands-resources model: State of the art. *Journal of managerial psychology, 22(3)*, 309-328.
- Beltrán-Velasco, A. I., Bellido-Esteban, A., Ruisoto-Palomera, P., Mendoza, K. H., & Clemente-Suárez, V. J. (2020). The effect of cultural differences in psychophysiological stress response in high education context: A pilot study. *Applied Psychophysiology & Biofeedback, 45(1)*, 23-29.
- Biddle, B. J. (1986). Recent development in role theory. *Annual Review of Sociology, 12*, 67-92.



- *Björk, L., Bejerot, E., Jacobshagen, N., & Härenstam, A. (2013). I shouldn't have to do this: Illegitimate tasks as a stressor in relation to organizational control & resource deficits. *Work & Stress*, 27(3), 262-277.
- Carnero, A., Martínez, B., & Sánchez-Mangas, R. (2006). Mobbing & its determinants: The case of Spain. *Applied Economics*, 42(29), 3777-3787.
- Cihangiroğlu, N., & Şahin, B. (2010). Organizasyonlarda önemli bir fenomen: Psikolojik sözleşme. *Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi*, 6(11), 1-16.
- Clark, M. A., Michel, J. S., Stevens, G. W., Howell, J. W., & Scruggs, R. S. (2014). Workaholism, work engagement and work-home outcomes: Exploring the Mediating role of positive and negative emotions. *Stress and Health*, 30(4), 287-300.
- Dumitru, V. M., & Cozman, D. (2012). The relationship between stress & personality factors. *Human & Veterinary Medicine*, 4(1), 34-39.
- Durna, U. (2004). Stres, A ve B tipi kişilik yapısı ve bunlar arasındaki ilişki üzerine bir araştırma. *Yönetim ve Ekonomi Dergisi*, 11(1), 191-206.
- *Eatough, E. M., Meier, L. L., Igit, I., Elfering, A., Spector, P. E., & Semmer, N. K. (2016). You want me to do what? Two daily diary studies of illegitimate tasks & employee well-being. *Journal of Organizational Behavior*, 37(1), 108-127.
- *Faupel, S., Otto, K., Krug, H., & Kottwitz, M. U. (2016). Stress at school? A qualitative study on illegitimate tasks during teacher training. *Frontiers in psychology*, 7, 1410.
- *Fein, E. C., & McKenna, B. (2022). Depleted dedication, lowered organisation citizenship behaviours, & illegitimate tasks in police officers. *Journal of Management & Organization*, 1-23.
- *Fila, M. J., & Eatough, E. (2017). Extending knowledge of illegitimate tasks: Student satisfaction, anxiety, & emotional exhaustion. *Stress & Health*, 34(1), 152-162.
- *Fila, M. J., & Eatough, E. (2020). Extending the boundaries of illegitimate tasks: The role of resources. *Psychological reports*, 123(5), 1635-1662.
- Göksoy, S., & Argon, T. (2014). Debilitating & invigorating stress sources for teachers at schools. *Journal of Teacher Education & Educators*, 3(2), 245-271.
- Gügerçin, U., & Sığırcıkoğlu, E. B. (2019). Rol belirsizliği ve sanal kaytarma: Görgül bir araştırma. *Akademik Araştırmalar ve Çalışmalar Dergisi*, 11(20), 152-161.
- Habip, E. (2018). *Mesleki prestij ile işten ayrılma niyeti arasındaki ilişkide kolektif şükranın aracılık etkisi* [Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi]. Marmara Üniversitesi.
- Hackman, J.R., & Oldham, G.R. (1980). *Work redesign*. Reading, MA: Addison Wesley.



- Haslam, S.A. & Ellemers, N. (2005). Social identity in industrial and organizational psychology: Concepts, controversies and contributions. In G. P. Hodgkinson, & J. K. Ford (Eds.), *International review of industrial and organizational psychology 2005* (pp. 39-118). John Wiley & Sons.
- Hobfoll, S. E. (2001) The influence of culture, community, & the nested-self in the stress process: Advancing conservation of resources theory. *Applied Psychology*, 50(3), 337-421.
- Hobfoll, S. E., & Lilly, R. S. (1993) Resource conservation as a strategy for community psychology. *Journal of Community Psychology*, 21(2), 128-148.
- *Ilyas, A., Hassan, R., Khan, A., & Khan, W. (2021). Illegitimate tasks & job satisfaction among employees of micro informal enterprises. *Management Science Letters*, 11(1), 291-296.
- *Ilyas, A., Khan, A. H., Zaid, F., Ali, M., Razzaq, A., & Khan, W. A. (2020). Turnover intention of employees, supervisor support, & open innovation: The role of illegitimate tasks. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, & Complexity*, 6(4), 128.
- Jacobshagen, N. (2006). *Illegitimate tasks, illegitimate stressors: Testing a new stressor-strain concept* [Yayımlanmamış Doktora Tezi]. University of Bern.
- *Julmi, C., Pereira, J. M., Bramlage, J. K., & Jackenkroll, B. (2021). Explaining the relationship between ethical leadership & burnout facets in the academic context: The mediating role of illegitimate tasks. *International Journal of Organization Theory & Behavior*, 25(1/2), 39-55.
- Karaçam, Z. (2013). Sistematik derleme metodolojisi: Sistematik derleme hazırlamak için bir rehber. *Dokuz Eylül Üniversitesi Hemşirelik Fakültesi Elektronik Dergisi*, 6(1), 26-33.
- Katz, D., & Kahn, R.L. (1978). *The social psychology of organizations* (2nd Edition). Wiley.
- Khan, K. S., Kunz, R., Kleijnen, J., & Antes, G. (2003). Five steps to conducting a systematic review. *Journal of the Royal Society of Medicine*, 96(3), 118-121.
- Kinicki, A. J., & Vecchio, R. P. (1994). Influences on the quality of supervisor- subordinate relations: The role of time-pressure, organizational commitment, and locus of control. *Journal of Organizational Behavior*, 15(1), 75-82.
- *Kottwitz, M. U. Meier, L. L., Jacobshagen, N., Kälin, W., Elfering, A., Hennig, J., & Semmer, N. K. (2013). Illegitimate tasks associated with higher cortisol levels among male employees when subjective health is relatively low: An intra-individual analysis. *Scandinavian Journal of Work Environment & Health*, 39(3), 310-318.
- *Kottwitz, M. U., Otto, K., Elfering, A., Vásquez, M. E. G., Braun, S., & Kälin, W. (2021). Why do Illegitimate Tasks Cause Pain? Qualitative Job Insecurity as an Underlying Mechanism. *Scandinavian Journal of Work & Organizational Psychology*, 6(1), 1-12.



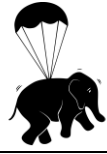
- *Kottwitz, M. U., Schnyder, R., Berset, M., & Elfering, A. (2017). Thirst at work implies more than just inadequate facilities for breaks. *Applied Psychophysiol Biofeedback*, 42, 223-234.
- Lecic-Tosevski, D., Vukovic, O., & Stepanovic, J. (2011). Stress & personality. *Psychiatriki*, 22(4), 290-297.
- Lepine, J. A., Podsakoff, P. N., & Lepine, M. A. (2005). A meta-analytic test of the challenge stressor hindrance stressor framework: An explanation for Inconsistent relationships among stressors and performance. *Academy of Management Journal*, 48(5), 764-775.
- *Ma, J., & Peng, Y. (2019). The performance costs of illegitimate tasks: The role of job identity & flexible role orientation. *Journal of Vocational Behavior*, 110, 144-154.
- *Madsen, I. E., Tripathi, M., Borritz, M., & Rugulies, R. (2014). Unnecessary work tasks & mental health: A prospective analysis of Danish human service workers. *Scandinavian Journal of Work, Environment & Health*, 40(6), 631-638.
- *Mäkikangas, A., Minkkinen, J., Muotka, J., & Mauno, S. (2021). Illegitimate tasks, job crafting & their longitudinal relationships with meaning of work. *The International Journal of Human Resource Management*, 34(7), 1330-1358.
- *Meier, L. L. & Semmer, N. K. (2018). Illegitimate tasks as assessed by incumbents & supervisors: Converging only modestly but predicting strain as assessed by incumbents, supervisors, & partners. *European Journal of Work & Organizational Psychology*, 27(6), 764-776.
- *Minei, E. M., Eatough, E. M., & Cohen-Charash, Y. (2018). Managing illegitimate task requests through explanation & acknowledgment: A discursive leadership approach. *Management Communication Quarterly*, 32(3), 374-397.
- *Mugayar-Baldocchi, M. A., Fila, M. J., Gray, B. E., & Eatough, E. M. (2019). "I won't do this again!" An Intersectional Perspective on Illegitimate Tasks on MTurk. <https://www.researchgate.net/publication/334327687> (Erişim Tarihi: 26 Ağustos 2022).
- *Munir, H., Jamil, A., & Ehsan, A. (2017). Illegitimate tasks & their impact on work stress: The mediating role of anger. *International Journal of Business & Society*, 18(3), 545-566.
- *Muntz, J., & Dormann, C. (2020). Moderating effects of appreciation on relationships between illegitimate tasks & intrinsic motivation: A two-wave shortitudinal study. *European Journal of Work & Organizational Psychology*, 29(3), 391-404.
- *Muntz, J., Dormann, C., & Kronenwett, M. (2019). Supervisors' relational transparency moderates effects among employees' illegitimate tasks & job dissatisfaction: A four-wave panel study. *European Journal of Work & Organizational Psychology*, 28(4), 485-497.



- Netemeyer, R. G., Burton, S., & Lichtenstein, D. R. (1995). Trait aspects of vanity: Measurement & relevance to consumer behavior. *Journal of Consumer Research*, 21(4), 612-626.
- *Omansky, R., Eatough, E. M., & Fila, M. J. (2016). Illegitimate tasks as an impediment to job satisfaction & intrinsic motivation: Moderated mediation effects of gender & effort-reward imbalance. *Frontiers in Psychology*, 7, 1818.
- *Pereira, D., Semmer, N. K., & Elfering, A. (2014). Illegitimate tasks & sleep quality: An ambulatory study. *Stress & Health*, 30(3), 209-221.
- *Pffister, I. B., Jacobshagen, N., Kälin, W., Stocker, D., Meier, L. L., & Semmer, N. K. (2020). Appreciation & illegitimate tasks as predictors of affective well-being: disentangling within-& between-person effects. *Journal of Work & Organizational Psychology*, 36(1), 63-75.
- *Pindek, S., Demircioğlu, E., Howard, D. J., Eatough, E. M., & Spector, P. E. (2019). Illegitimate tasks are not created equal: Examining the effects of attributions on unreasonable & unnecessary tasks. *Work & Stress*, 33(3), 231-246.
- Podsakoff, N. P., Lepine, J. A., & Lepine, M. A. (2007). Differential challenge stressor-hindrance stressor relationships with job attitudes, turnover intentions, turnover & withdrawal behavior: A meta-analysis. *Journal of Applied Psychology*, 92(2), 438-454.
- Rizzo, J. R., House, R. J., & Lirtzman, S. I. (1970). Role conflict and ambiguity in complex organizations. *Administrative Science Quarterly*, 15(2) 150-163.
- *Schmitt, A., Ohly, S., & Kleespies, N. (2015). Time pressure promotes work engagement: Test of illegitimate tasks as boundary condition. *Journal of Personnel Psychology*, 14(1), 28-36.
- *Schulte-Braucks, J., Baethge, A., Dormann, C., & Vahle-Hinz, T. (2019). Get even and feel good? Moderating effects of justice sensitivity and counterproductive work behavior on the relationship between illegitimate tasks and self-esteem. *Journal of Occupational Psychology*, 24(2), 241-255.
- *Semmer, N. K., Jacobshagen, N., Meier, L. L., Elfering, A., Beehr, T. A., Kälin, W., & Tschan, F. (2015). Illegitimate tasks as a source of work stress. *Work & Stress*, 29(1), 32-56.
- *Semmer, N. K., Tschan, F., Meier, L. L., Facchin, S., & Jacobshagen, N. (2010). Illegitimate tasks and counterproductive work behavior. *Applied Psychology*, 59(1), 70-96.
- Semmer, N., Jacobshagen, N., Meier, L., & Elfering, A. H. (2007). Occupational stress research: The stress as offense to self perspective. In J. Houdmont, & S. McIntyre (Eds.), *Occupational health psychology: European perspectives on research, education & practice* (Vol. 2) (pp. 41-58). Nottingham University Press.
- Sluss, D. M., & Ashforth, B. E. (2007). Relational identity & identification: Defining ourselves through work relationships. *Academy of Management Review*, 32(1), 9-32.



- *Sonntag, S., & Lischetzke, T. (2018). Illegitimate tasks reach into afterwork hours: A multilevel study. *Journal of Occupational Health Psychology, 23*(2), 248-261.
- *Stein, M., Vincent-Höper, S., Schumann, M., & Gregersen, S. (2020). Beyond mistreatment at the relationship level: Abusive supervision & illegitimate tasks. *International Journal of Environmental Research & Public Health, 17*(8), 2722.
- *Stocker, D., Jacobshagen, N., Semmer, N. K., & Annen, H. (2010). Appreciation at work in the Swiss armed forces. *Swiss Journal of Psychology, 69*(2), 117-124.
- Tajfel, H., & Turner, H. (1979). An integrative theory of intergroup conflict. In W. G Austin, & S. Worchel (Eds.), *The social psychology of intergroup relations* (pp. 7-24). CA: Brooks/Cole.
- Thoits, P. A. (1991). On merging identity theory & stress research. *Social Psychology Quarterly, 54*(2), 101-112.
- *Thun, S., Halsteinli, V., & Løvseth, L. (2018). A study of unreasonable illegitimate tasks, administrative tasks, & sickness presenteeism amongst Norwegian physicians: An everyday struggle?. *BMC Health Services Research, 18*, 407-417.
- Tracy, J. L., & Robins, R. W. (2004). Putting the self into self-conscious emotions: A theoretical model. *Psychological Inquiry, 15*(2), 103-125.
- *Van Niekerk, Z., Goosen, S., & Adams, S. P. (2021). Illegitimate tasks of primary school teachers at selected schools in the Western Cape: A reality for a developing country?. *SA Journal of Industrial Psychology, 47*(1), 1-12.
- *Van Schie, S., Güntert, S. T., & Wehner, T. (2014). How dare to demand this from volunteers! The impact of illegitimate tasks. *VOLUNTAS: International Journal of Voluntary & Nonprofit Organizations, 25*(4), 851-868.
- Yılmaz, Y. (2011). *Siyasal sistem ve medya kuramları bağlamında Türkiye’de gazeteciliğin mesleki kimlik sorunu ve bir alan araştırması* [Yayımlanmamış Doktora Tezi]. Marmara Üniversitesi.
- Yürür, Ş. (2011). Öğrenilmiş güçlülük, kıdem ve medeni durumun duygusal tükenmedeki rolü: Kaynakların korunması teorisi kapsamında bir analiz. *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, 25*(1), 107-126.
- Zareen, M., Razzaq, K. & Mujtaba, B.G. (2013). Job design & employee performance: The moderating role of employee psychological perception. *European Journal of Business & Management, 5*(5), 46-55.
- Zehiroğlu, Ç., & Şencan, H. (2020). Kabin memurlarında tip A/B kişilik yapısının algılanan stres üzerindeki etkisi. *İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 19*(37), 139-153.
- *Zhao, L., Lam, L. W., Zhu, J. N., & Zhao, S. (2022). Doing it purposely? Mediation of moral disengagement in the relationship between illegitimate tasks & counterproductive work behavior. *Journal of Business Ethics, 179*(3), 733-747.



- *Zhou, Z. E., Eatough, E. M., & Che, X. X. (2020). Effect of illegitimate tasks on work-to-family conflict through psychological detachment: Passive leadership as a moderator. *Journal of Vocational Behavior*, 121, 103463.
- *Zhou, Z. E., Eatough, E. M., & Wald, D. R. (2018). Feeling insulted? Examining end-of-work anger as a mediator in the relationship between daily illegitimate tasks & next-day CWB. *Journal of Organizational Behaviour*, 39(8), 911-921.

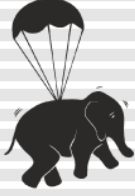
Katkı Oranı Beyanı: Yazarlar eşit şekilde katkıda bulunmuştur.

Destek ve Teşekkür Beyanı: Çalışmada herhangi bir kurum ya da kuruluştan destek alınmamıştır.

Çatışma Beyanı: Yazarlar herhangi bir çıkar çatışması olmadığını deklare etmektedir.

Bu çalışmada “Yükseköğretim Kurumları Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Yönergesi” kapsamında uyulması belirtilen kurallara uyulmuştur.

Bu makale **benzerlik** tespit yazılımlarıyla taranmıştır.



Post-Truth Kavramı Üzerine Yapılan Çalışmaların VOSviewer ile Bibliyometrik Analizi

Deniz Dirik¹ İnan Eryılmaz² Tuğba Erhan³

Received/ Başvuru: 27.03.2023

Accepted/ Kabul: 08.06.2023

Published/ Yayın: 30.06.2023

Özet

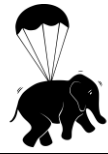
Bu çalışmada, post-truth kavramına dair yapılan çalışmalar özelinde kavramın evriminin ve yapılan çalışmaların haritasını çıkarmak hedeflenmiştir. Çalışmada, nicel veriler kapsamında, çağın ruhunu tasvirleyen kilit kavramlardan post-truth ya da hakikat ötesine ilişkin mevcut yazının bibliyometrik analiz kullanılarak sistemli bir özeti araştırmaçılarının dikkatine sunulması, kavramla ilgili çalışma eğilimlerinin ve boşlukların tespiti amaçlanmıştır. Analiz birimi olarak Web of Science veri tabanında taranan ve 2006-2023 yılları arasında yayınlanmış farklı türdeki eserlerin bibliyometrik verisi baz alınmıştır. Post-truth ile ilgili 1652 eserin yayın yıllarına göre dağılımına bakıldığında, en fazla 2018 (294 eser), 2019 (361 eser) ve 2020 (341 eser) yıllarında yoğunlaşma olduğu; en fazla eser veren isimlerin Lee McIntyre, Bram Buscher ve Leonardo Ambasciano olduğu; yayın türünün ağırlıklı olarak dergi makalesi (1215), editoryal yazı (210) ve kitap bölümü (134) türünde olduğu; araştırma alanları açısından iletişim (300), eğitim bilimleri (182), felsefe (151), siyaset bilimi (145) ve interdisipliner sosyal bilim (108) alanlarında eser verildiği; yayınların ülkelere göre dağılımı konusunda liderliğin ABD (318), İngiltere (251) ve İspanya (164) menşeli yayıncılarda olduğu; başta İngilizce (1381) olmak üzere İspanyolca (139) ve Portekizce (39) eserler yayınlandığı; SSCI (647), ESCI (590) ve AHCI (226) endekslerde taranan yayınların ağırlıkta olduğu tespit edilmiştir. Post-truth ile ilgili yayınlarda en sık kullanılan anahtar sözcüklere bakıldığında 563 tekrar ile post-truth (hakikat ötesi), 223 tekrar ile fake news (sahte haber), 106 tekrar ile social media (sosyal medya), 95 tekrar ile science (bilim) ve 84 tekrar ile truth (hakikat) ifadeleri başı çekmektedir.

Anahtar Kelimeler: post-truth, yalan haber, sosyal medya, bilim, enformasyon kirliliği, siyaset, medya

¹ Doç. Dr., Manisa Celal Bayar Üniversitesi, Türkiye, deniz.ispirli@cbu.edu.tr, Orcid: 0000-0002-7652-5079

² Doç. Dr., Süleyman Demirel Üniversitesi, Türkiye, inaneryilmaz@sdu.edu.tr, Orcid: 0000-0001-8307-2402

³ Doç. Dr., Süleyman Demirel Üniversitesi, Türkiye, tugbaerhan@sdu.edu.tr, Orcid: 0000-0002-5697-490X



A Bibliometric Analysis using VOSviewer of Publications on Post-Truth

Abstract

This study aims to map the evolution of the concept of “post-truth” based on relevant publications. By using bibliometric analysis and providing a systematic summary of the existing literature on post-truth as a key contemporary concept, the study attempts to identify trends and gaps in the relevant research to facilitate the identification of some future research directions. Bibliometric data of different types of publications indexed in the Web of Science database (published between 2006-2023) was taken as the unit of analysis. Of the total of 1652 publications retrieved from WOS on post-truth published between 2006 and 2023, the highest concentration is in 2018 (294 works), 2019 (361 works) and 2020 (341 works); the most prolific authors are Lee McIntyre, Bram Buscher and Leonardo Ambasciano; the type of publication is mainly journal article (1215), editorial article (210) and book chapter (134); in terms of disciplines, communication (300), educational sciences (182), philosophy (151), political science (145) and interdisciplinary social sciences (108) are the leaders; the leadership in the distribution of publications by country is in the US (318), UK (251) and Spain (164) publishers; publications are mainly in English (1381), Spanish (139) and Portuguese (39); most publications are indexed in SSCI (647), ESCI (590) and AHCI (226). When examining the most frequently used keywords in publications related to post-truth, the top expressions are "post-truth" with 563 occurrences, "fake news" with 223 occurrences, "social media" with 106 occurrences, "science" with 95 occurrences, and "truth" with 84 occurrences.

Keywords: post-truth, fake news, social media, science, disinformation, politics, media



EXTENDED ABSTRACT

The purpose of the current study is to provide a systematic analysis of the evolution of the concept of “post-truth” based on relevant publications. By providing a systematic summary of the existing literature on post-truth as a key contemporary concept, the study attempts to identify trends and gaps in the relevant research to facilitate the identification of some future research directions. The term "post-truth," rooted in political theory, is characterized as a continual process of prioritizing emotions over facts (d'Ancona, 2017). Keyes (1994) describes the post-truth era as one where the line between truth and falsehood becomes blurred, resulting in a confusing reality. The ramifications of a post-truth environment are severe, leading to a reality based on lies and misinformation, influencing public opinion, manipulation and a lack of accountability for disseminators of false information. This phenomenon manifests in various contexts, including politics, media, and science. Therefore, prioritizing research on post-truth in academic settings is crucial for developing a comprehensive understanding of the concept and creating a framework for future investigations. Such research will foster critical thinking skills, enabling individuals to navigate the complexities of a post-truth world and establish an informed society that distinguishes between fact and fiction.

The data collected on December 18, 2022, from the Web of Science database using the keyword "post-truth" and selecting "All Fields" resulted in 1652 records. These records comprised 1215 journal articles from various disciplines, ranging from the earliest publication in 2006 to the most recent in 2023, as well as 210 editorial contents, 134 book chapters, 102 book reviews, 82 conference papers, 70 early access works, 37 review articles, and 10 books. The majority of the studies found were from the field of communication (291), followed by climate change (99), political science (93), education (80), philosophy (63), social psychology (50), political philosophy (47), theology (43), literary theory (42), management (34), and anthropology (29). The data was analyzed using author-citation-journal-country-institution and keyword analyses, with the content indexed in the Web of Science database serving as the criterion for the search.

The results showed that the field of communication had the highest number of publications on post-truth, a welcome finding given that post-truth has gained significant attention in recent years, with social media being identified as a key driver of its proliferation. The analysis also revealed that Ullrich Ecker was the most cited author, and the United States had the most citations on post-truth research. The significance of post-truth as a topic of research was underscored in the context of the United States' political, business, and cultural diversity. Furthermore, the post-truth research has an arguably hypothetical impact on decision-making processes, as it could either facilitate access to accurate information or promote manipulative and untrustworthy information, leading to misguided or erroneous decisions (Mejia et al., 2018).

It is widely recognized that emotional illusions can cloud individuals' perception of reality, and that this can have negative effects on their emotional well-being. This is particularly relevant



in the context of unexpected disasters, such as recent earthquakes in our country, which can lead to deep sadness and trauma. As Özbilgin et al. (2023) argue, it is crucial for individuals to move away from emotional illusions and come to an accurate perception of reality. This is particularly relevant when it comes to taking tangible actions to prevent similar tragedies from occurring in the future. While it may take time for individuals to come to terms with the reality of the situation and accept the necessary precautions, it is important to emphasize that trivializing truth and reality is not a viable solution. Indeed, as the argument goes, experiencing fake and imaginary facts only serves to exacerbate the negative effects of disasters and prevent effective measures from being taken to prevent similar tragedies in the future.

While this study acknowledges the limitations inherent in its bibliometric analysis of the "post-truth", it still aims to make a valuable contribution to the literature. In the present age of technology, information is readily available and accessible through multiple sources. However, this abundance of information has also made individuals vulnerable to believing and acting on inaccurate or fabricated information that appears authentic (Barton, 2019). The proliferation of disinformation is considered one of the factors contributing to the rise of the post-truth era (Aydm, 2020), as it spreads rapidly and can deceive individuals who lack the skills to critically evaluate the information presented to them. It is crucial to study the concept of post-truth and its implications in various fields to better understand and address the challenges posed by this phenomenon. By enhancing our understanding of this phenomenon, we can develop strategies and interventions to combat disinformation and promote critical thinking skills in individuals to create a more informed society. By identifying the areas where research is most prevalent and the topics that are being explored, this study can serve as a starting point for future investigations and provide a framework for scholars to develop a more nuanced understanding of the post-truth phenomenon. Ultimately, this can help individuals develop critical thinking skills and empower them to navigate the complex information landscape of the 21st century. However, this study is limited in that it only analyzed works listed in the WOS Core Collection, excluding sources not available in online databases such as TÜBİTAK Ulakbim and YÖK Thesis Archive in Türkiye, and Scopus and Pubmed, as well as sources that are not available online. Despite this limitation, this study aims to provide valuable insights into the concept of post-truth and its impact on various fields of research.



1. GİRİŞ

Sistemik literatür taramasından farklı olarak, bibliyometrik analiz, bir alanın güncel durumuna dair biçimsel ve nicel veri elde etmede kullanılan ve görselleştirme yazılımları yoluyla akademik trendleri izlemeyi kolaylaştıran bir analitik metottür. Metrikler çağının scientometrik, webometrik, sibermetrik, altmetrik, infometrik gibi kavramları ile karıştırılabilen bibliyometrik yaklaşımda nihai amaç, araştırma performansı hakkında nicel veriler ve nümerik ölçüm göstergeleri elde edebilmektir. Bu metrikler üzerinden yapılacak yorumlar, araştırmacıların alana dair deneyimlerinden ve bilgi birikimlerinden ilham almak durumundadır. Bibliyometri aracılığıyla, ülke, yazar, üniversite ve dergi üretkenlikleri, zayıf ve güçlü araştırma alanları, literatür boşlukları, iş birliği ağları, potansiyel fırsatlar ve bir alanda üretilen çıktının yaygın etkileri üzerine nicel bulgular elde edilir. Sistemik bir literatür incelemesinin ön aşaması olarak da kullanılabilir bibliyometrinin, tüm kısıtlılıklarına karşın, herhangi bir araştırmanın ön adımı olarak kullanılabilmesi, kanımızca bugün gördüğü yaygın ilgiyi açıklayan faktörler arasındadır.

Post-truth ya da hakikat ötesi, içinde yaşanan zamanın ruhunu tanımlayan ve gerçeklikle ilişkilenişin tasvirini yapan bir kavram olarak son yıllarda sıklıkla gündeme gelmektedir. Post-truth ifadesi ile bilimin itibar kaybetmesinden komplo teorilerinin yükselişe geçmesine, iklim krizinin ya da Yahudi soykırımının inkarından aşı karşıtlığına, sosyal medya aracılığıyla dolanımına giren sahte haberlerden bir kıvılcımla başlayıp teyitlenmemiş veriyle sürüklenen linç kültürüne kadar pek çok toplumsal olgunun kastedildiği görülmektedir (Gürsoy, 2021). Kavramın yaygınlaşmasında milat olarak gösterilen Amerika Birleşik Devletleri 2016 yılı başkanlık seçim süreci ile Brexit referandumu sonrasında, hakikat ötesi, nesnel olgular yerine duyguların, gerçeklik yerine inançların kamuoyunun şekillenmesinde başat rol üstlendiğini ifade etmek üzere kullanılır hale gelmiştir (Oxford Dictionaries, 2016). O günden bu yana, hakikat ötesi, normatif ve betimsel anlamı, kullanım çerçevesi, eleştirisi dahil olmak üzere pek çok çalışmaya konu olmaktadır (Gudonis, 2017).

Post-truth konusunda yapılan araştırmalar, bu fenomenin ne olduğunu, nasıl ortaya çıktığını ve nasıl yayıldığını anlamak için teorik bir temel oluşturmaktadır. Mevzunun felsefi boyutuna ilaveten, siyaset, ekonomi, işletmeler, hukuk, toplumsal yaşam ve dahi psikolojik doğurguları olan gündelik bir deneyime işaret ediyor olması, çok farklı disiplinler tarafından çalışmalara konu edilmesinden anlaşılmalıdır. Post-truth, doğruluk, dürüstlük ve etik değerlerle ilgili birçok sorunu beraberinde getiren bir kavramdır. Akademik araştırmalar, post-truth meselesini etik açıdan analiz ederek, toplumsal ve bireysel değerlerin nasıl etkilendiğini anlamaya yardımcı olurken, karar vericilerin, içerik üreticilerin ve sıradan vatandaşın bilgiyle iletişimini vatandaşlık ve kurumsal sorumluluklar üzerinden şekillendirmesi yönündeki ihtiyaca da işaret etmektedir. Bu araştırma da dahil olmak üzere yapılacak olan çalışmalar, post-truth'un toplumsal etkilerini ve sonuçlarını anlamak için veri ve analitik yaklaşımlar sunmaktadır. Post-truth çağında yaşanan toplumsal değişimleri ve mekanizmaları ortaya çıkarmaya yardımcı olarak, meselenin olumsuz sonuçlarını bir nebze dizginlemeye katkı sunmak arzulanan bir



sonuçtur. Spesifik olarak, çalışma, bir taraftan da analize konu edilen çalışmaların işaret ettiği mikro, mezo ve makro birtakım çıkarımlara dikkat çekmeyi hedeflemektedir.

Bu dolayında, çalışmada, mikro bireysel, mezo kurumsal ve makro toplumsal düzeylerde sonuç yaratan, üzerine bilgi ve fikir geliştirilmesi gereken bir kavram olarak post-truth meselesi problematize edilmektedir. Bu türden bir mevzuya ya da probleme dair çözüm üretimi, önlemler ve stratejiler geliştirilmesi, konunun anlaşılması, tanınması ve kavramsallaştırılması ile başlayacaktır. Dağınık literatürün sistemli analizler ile toplanması, bir taraftan konunun güncelde tutulmasını diğer taraftan ise meseleye dair trendlerin izlenmesini, bulguların özetlenmesini, başlıca yazarların ve en çok okunan içeriklerin işaret edilmesini, araştırmaların çeşitliliğini ve zenginliğini ortaya koymasını ve ilgisine yol gösterilmesini kolaylaştıracaktır. Mevcut çalışma, bu hedeflere yönelik motivasyonunun bir meyvesidir. Çalışmada, post-truth kavramına dair yayınlar üzerinden bibliyometrik bir analiz yapılarak kavrama dair çalışmalarda öne çıkan eğilimler tespit edilecektir. Post-truth konusunun başta sosyal bilimler olmak üzere çeşitli disiplinlere mensup araştırmalarda çağın ruhunu tanımlamada türlü yönleriyle irdelenmiş olması, kavrama dair bütüncül çalışmaların araştırmacıların dikkatine sunulmasını gerekli kıldığı düşüncesinden ilham alınmıştır. Biriken yazının nicel seyrini ortaya koyan bu çalışmanın, gelecek araştırmacılar için kavramsal çerçeve sayesinde teorik ve ortaya koyduğu bulgular sayesinde yönetsel bir çerçeve sunması hedeflenmektedir.

Çalışmada, tüm alanlar açısından post-truth kavramının seyri sorunsallaştırılmış olsa da alt metinde, post-truth çağında bireylerin, kurumların ve genel anlamda toplumun deneyimlediği zorlukların altını çizmek ve kavram özelinde hakikat farkındalığının geliştirilmesine mütevazı bir katkı sunmak amaçlanmaktadır. Post-truth çağında, işletmeler, politikacılar, medya kuruluşları ve diğer paydaşlar, iletişim stratejilerini ve yöntemlerini yeniden değerlendirmek zorundadır. Sözelimi, kurumların ve bireylerin, post-truth ortamında gerçekleri nasıl algıladıklarını ve iletişim stratejilerini nasıl yönetmeleri gerektiğini anlamak için burada analize dahil edilen ve atıfta bulunulan çalışmalardan faydalanılabilir. Örneğin, post-truth çağının, işletmelerin itibarını ve güvenilirliğini etkileyebilmesi olasılığı, liderlerin rolü ve etkisinin taşıdığı önem, zamanın ruhuna uyumlu etkili yönetimin/liderliğin nasıl mümkün olacağı, insan kaynakları özelinde doğru bilgi ve kaynakları kullanarak işe alım, eğitim ve performans değerlendirme gibi süreçlerin etkin yönetimi mevzuları açısından stratejik düşünceyi ve yönlendirilmiş çabaları teşvik etmek, çalışmada hedeflenmiş pozitif dışsallıklar arasındadır.

2. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

Bu bölümde çalışmada ele alınan post-truth (hakikat ötesi) kavramı ile ilgili tanımlar ve ilişkili kavramlar ile ilgili bir alanyazın taraması yer almaktadır.

2.1. Post-truth Kavramı ve İlişkili Kavramlar Üzerine Bir Alanyazın Taraması

Post-truth kavramı, 2016 yılında Oxford Sözlüğü tarafından yılın kelimesi olarak seçilmesi ile ciddi bir üne kavuşan, bu metin de dahil olmak kaydıyla, kendisine dair neredeyse tüm



çalışmaların bu atıfla başladığı popülerliğiyle dilimize giren, Türkçe karşılığı konusunda ortak bir görüş birliği olmayan ancak kanımızca “hakikat ötesi” ifadesinde doğru bir karşılık bulan (Alpay, 2019), zamanın sihirli sözcüklerinden biri olarak karşımıza çıkmaktadır (McIntyre, 2018). Kavramın ilk defa kullanımı 1992 yılında Sırp Amerikan oyun yazarı Steve Tesich’e atfedilmekle birlikte, popüler hale gelmesinde Ralph Keyes tarafından 1994 yılında yayınlanan "Post-Truth" adlı makalenin önemli olduğu belirtilmektedir (Özkaya, 2020). Bu makalede, Keyes, post-truth kavramını "gerçeklerin önemini yitirdiği bir dönem" olarak tanımlamıştır. Ancak kavramın yeniliği, mevzunun yeniliği anlamına elbette gelmemelidir. 20. yüzyılın önemli filozoflarından ve sosyal ve politik iktidar, bilgi ve kuramların yapısı gibi konulara dair fikirleriyle tanıdığımız Michel Foucault'nun çalışmalarında bu konu önemli bir yere sahiptir. “Foucault”cu bir bakışla, post-truth konusunda, bilgi ve gerçeklerin, iktidar ilişkileri ve güç dengeleri çerçevesinde nasıl oluştuğuna ve nasıl yönetildiğine dikkat etmek gerekir. Foucault'ya göre, bilgi ve gerçekler, toplumda mevcut olan iktidar ilişkileri ve güç dengelerine göre oluşur ve yönetilir. Bu nedenle, post-truth söylemi de iktidar ilişkileri ve güç dengelerine göre oluşur ve yönetilir çünkü bir iktidar grubu, bilgi ve gerçekleri yönlendirmeye çalışarak iktidarını sürdürme amaçlarına hizmet etmeye çabalayacaktır. Yine, post-truth söylemini anlamaya ve yönetmeye yönelik çalışmalarda, Jean-François Lyotard’ın ünlü metanarration (öykü anlatımı) kavramı önemli bir referans noktası olabilir. Jean-François Lyotard “metanarration” kavramını kullanarak toplumda mevcut olan inançları ve değerleri yöneten bir anlatım biçimini kastetmektedir. Post-truth söylem de metanarration çerçevesinde değerlendirilebilir.

Alpay, post-truth kavramının, hakikat ve gerçeğin yerine, duyguların ve inançların ön plana çıkarılmasını vurguladığını belirtmektedir (Alpay, 2019). Hakikat ötesi çağ, 20. yüzyılın ortalarında ortaya çıkan bir kavramdır ve bu çağın kendine özgü özellikleri, düşünceleri ve kültürel öğeleri vardır. Bu çağ, genellikle postmodernizm ile anılır ki postmodern düşünce, genellikle 20. yüzyılın sonlarında ortaya çıkan ve modernizmin kendine özgü özelliklerine karşı çıkan bir akım olarak nitelenir (Lyotard, 1979). Postmodern düşünce, modernizmin lineer zaman anlayışını, nesnelliği ve doğruları sorgular ve bunların yerine çeşitlilik, çoklu perspektifler ve çok yönlülük gibi kavramları ön plana çıkarır (Bhabha, 1994). Hakikat ötesi çağ, postmodern düşüncenin bir sonucu olarak ortaya çıkmıştır ve bu çağın kendine özgü özellikleri arasında, hakikat ve gerçeklik kavramlarının sorgulanması, metanarratiflerin reddedilmesi ve kültürel çeşitliliğin önem verilmesi sayılabilir (Harman, 2011). Bu çağın özellikleri, birçok yazar ve düşünür tarafından eleştirilmiş ve bu çağın olumsuz etkilerine dikkat çekilmiştir (Giddens, 1991). Ancak, hakikat ötesi çağın kendine özgü özellikleri ve düşünceleri, modernizmin yarattığı sorunların çözümüne yardımcı olabilir ve yenilikçi çözümler üretebilir (Bauman, 2000).

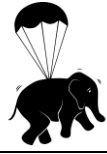
Hakikat ötesi çağ, birçok yönüyle sosyal medya çağının da özelliklerini taşımaktadır. Sosyal medya, hakikat ötesi çağın önemli öğelerinden biridir ve bu mecralar, hakikatin ve gerçeğin sorgulanmasına, yalan haberlerin yayılmasına ve dezenformasyonun çok daha hızlı bir şekilde yayılmasına yardımcı olmaktadır (Bruns, 2018). Sosyal medya, hakikatin önemini yitirme



eğilimine neden olmakta, çok sayıda farklı kaynaktan bilgi edinme imkânı sunarken, aynı zamanda bu bilgilerin doğruluğunu ve gerçekliğini sorgulamaya yönelik bir mekanizma da içermemektedir (Sunstein, 2018). Bu nedenle, sosyal medya kullanıcıları, doğrulanmamış, yanlış veya yalan haberlerle karşılaşma riskiyle karşı karşıya kalmaktadır. "Post-Truth Politics: Populism and the War on Reality" adlı bir çalışmada (Rüdiger, 2017), post-truth söylemin, özellikle son yıllarda giderek yükselen popülizmle ilişkisi üzerinde durulmuştur. Bu çalışmada, popülizm ve post-truth söylemi arasındaki ilişkinin, popülist liderlerin gerçekleri yalanlamaya yönelik söylemleriyle birlikte ortaya çıktığı vurgulanmıştır. Başka bir çalışmada ise (Bastiaens ve Parker, 2018), post-truth söylemin, özellikle sosyal medya platformları üzerinden nasıl yayılabildiği incelenmiştir. Bu çalışmada, sosyal medya kullanımının artmasıyla birlikte, kullanıcıların gerçekleri doğrulama işlemini azaltarak, yanlış bilgi ve yanlış haberlerin yayılmasına neden olduğu vurgulanmıştır. Başka bir çalışmada (Zhang ve Weber, 2020), post-truth söylemin, özellikle 2016 yılında yapılan ABD başkanlık seçimlerinde rol oynadığı ve bu seçimlerde kullanılan sosyal medya platformları üzerinden nasıl yayılabildiği incelenmiştir. Bu çalışmada, sosyal medya platformlarının yanlış haberlerin yayılmasına neden olabileceği, ancak aynı zamanda doğru bilgilerin de yayılmasına yardımcı olabileceği vurgulanmıştır. Post-truth yayılımının nasıl tamponlanabileceğine ve hakikate ulaşmanın yöntemlerini keşfetmeye dair çalışmalar da yapılmaktadır (Brüggemann, 2018; Farrell ve Morris, 2018). Yalın Alpay, post-truth kavramı ile ilgili olarak, hakikat ötesi anlatımların ve yalan haberlerin yayılmasının, toplumda güvensizlik yaratacağını ve toplumda öfke ve kargaşaya yol açabileceğini vurgulamaktadır (Alpay, 2019). Bu anlamda, post-truth'un varlığını kabul etmek, anlamak, tanımak ve yok etmek mümkün olmasa da bilinçli farkındalıkla karşısında konumlanmak, bir gereklilik halini almaktadır.

Post-truth, hakikat ötesi anlamına gelmektedir ve hakikatin ve gerçeğin öneminin azaltılması, duyguların ve inançların ön plana çıkarılması olarak tanımlanır (Oxford Dictionaries, 2016). Post-truth, genellikle siyaset, güncel olaylar ve toplumun genelinde güncel olayların anlatımında kullanılmaktadır ve bu kavram, hakikat ve gerçeğin yerine, duyguların ve inançların ön plana çıkarılmasını vurgular (Allcott ve Gentzkow, 2017). Post-truth kavramı ile birlikte birçok anahtar kavram da öne çıkmaktadır. Bu anahtar kavramlar arasında, dezenformasyon, yalan haberler, propaganda, bilgi kirliliği gibi kavramlar sayılabilir (Allcott ve Gentzkow, 2017).

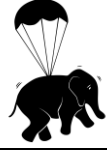
Post-truth kavramı ve infodemi arasında bir ilişki vardır ve Covid-19 pandemisi sırasında, bu ilişki önemini daha da artırmıştır. Pandemik olaylar sırasında, hakikat ötesi anlatımların ve yalan haberlerin yayılma riski artmaktadır ve bu, pandemik olayların yönetiminde zorluklar yaratabilir (WHO, 2022) Infodemi, bilgi kirliliği anlamına gelmektedir ve genellikle çok sayıda farklı kaynaktan bilgi edinme imkânı sunarken, aynı zamanda bu bilgilerin doğruluğunu ve gerçekliğini sorgulamaya yönelik bir mekanizma da içermemektedir (World Health Organization, 2020). Infodemi, genellikle hakikat ötesi anlatımların yayılmasına ve yalan haberlerin yayılmasına yardımcı olabilir ve bu da hakikat ve gerçeğin yerine duyguların ve inançların ön plana çıkarılmasını vurgulayabilir (World Health Organization, 2020). Covid-19



pandemisi sırasında, Dünya Sağlık Örgütü (WHO), infodemi ile mücadele etmek amacıyla bir dizi uyarı yayınlamıştır. Bu uyarılar arasında, hakikat ve gerçeğin takip edilmesi, yalan haberlerin yayılmasının önlenmesi ve doğru bilgilere ulaşılması gibi konular yer almaktadır (World Health Organization, 2020).

Post-truth söylemi, işletmeler açısından da önem taşıyan bir konudur, çünkü işletmelerin imajı ve itibarı, yaptıkları söylemler ve yayınladıkları bilgiler üzerinden oluşur. Eğer işletmeler gerçekleri yalanlamaya yönelik söylemlerde bulunurlarsa ve yanlış bilgi ve yanlış haberler yayarlarsa, bu işletmelerin itibarını olumsuz etkileyebilir ve müşterilerin güvenini kaybetmelerine neden olabilir. Kavramı bu yönüyle inceleyen bir çalışmada (Baldacci ve Pelagalli, 2017), post-truth söylemlerin işletmelerin itibar yönetimine etkisi üzerinde durulmuştur. Bu çalışmada, post-truth söylemlerin işletmelerin itibarını olumsuz etkileyebileceği, ancak aynı zamanda işletmelerin doğru bilgi ve gerçekleri paylaşarak itibarını koruyabileceği vurgulanmıştır. Post-truth söylemlerin, liderlik ve güven ekseninde aşınmalara yol açabileceğine dair araştırmalar da yapılmaktadır (Ashworth ve Gao, 2020; Gallagher, 2018). Post-truth'un yayılımına katkı sunmanın, çalışanların örgütsel güvenlerini azaltmak yoluyla çalışmaya devam etme istekliliklerinde aşınmaya ve örgüt içerisindeki hatalı veya etik dışı uygulamaları ifşa etmeye (whistleblowing) dair istekliliklerinde azalmaya yol açacağı da ayrıca tespit edilmiştir (Delen vd., 2021).

Post-truth konusu, Türkiye'de de önemli bir konu olarak ele alınmakta ve çalışmalar yapılmaktadır. Örneğin, Gürsoy (2021) çalışmasında hakikat ötesi kavramının sınırlarına dair eleştirel bir çözümleme sunarak, kavramın çift anlamlılığına, ima ettiği toplumsal durumun bölünme ve çatışma üretme potansiyeline ve kaçınılmaz olarak siyasi notalar taşıdığına işaret etmektedir. Akpınar (2019) çalışmasında Türkiye'de post-truth ve sahte haberler konusu ele alınmış ve bu konuların diline dair bir inceleme yapılmış, sahte haberlerin nasıl ortaya çıktığı ve nasıl yayıldığı araştırılmıştır. Özdemir ve Özdemir (2020) çalışmasında, Türkiye'de sosyal medya paylaşımında post-truth etkisi incelenmiştir. Çalışmada, sosyal medya kullanıcılarının post-truth haberleri paylaşma nedenleri ve bu haberlerin etkisi araştırılmıştır. Sağlam (2019) çalışmasında, Türkiye'de post-truth döneminde propaganda faaliyetleri incelenmiştir. Çalışmada, 2014-2018 yılları arasında Türkiye'de propaganda faaliyetlerinin özellikleri ve yöntemleri araştırılmıştır. Bu çalışmada, Türkiye'de post-truth çağında eğitim konusu ele alınmıştır. Gözübüyük ve Özer (2021) çalışmasında, öğrencilerin gerçekleri algılama düzeyleri ve öğretmenlerin etkisi araştırılmıştır. Çalışma, Türkiye'de post-truth çağında eğitimin nasıl yönetilebileceği konusunda öneriler sunmuştur. Aytaç ve Aytaç (2020) çalışmasında, Türkiye'de post-truth çağında işletmelerde liderlerin etkisi incelenmiştir. Çalışmada, liderlerin post-truth çağında nasıl bir rol oynadıkları ve bu rolün nasıl yönetilebileceği araştırılmıştır. Çiftçi ve Özdemir (2020) çalışmasında, Türkiye'de post-truth çağında işletmelerde yalan haberler konusu ele alınmış, işletmelerin yalan haberlere nasıl cevap verdikleri araştırılmıştır. Yine Özdemir ve Özdemir (2020) çalışması, post-truth ve whistleblowing ilişkisi üzerine çıkarımlar ve öneriler sunmaktadır.



3. YÖNTEM

Çalışmanın bu bölümünde araştırmanın amacı, yapılan analizler ve bulgulara yer verilmiştir.

3.1. Araştırmanın Amacı

Nicel veriler ve nümerik ölçüm göstergeleri sonucunda post-truth kavramına ilişkin yapılan bibliyometrik analizler sonucunda kavrama yönelik çalışmaların bütüncül bir bakış açısı ile araştırmacıların dikkatine sunulması amaçlanmaktadır.

3.2. Veri ve Analiz

Alanyazında farklı bibliyometrik analiz araçları kullanılmaktadır. Bu çalışmada işlevsellik açısından güçlü yanlarının olmasından dolayı VOSviewer program tercih edilmiştir. Literatürdeki evrimleri, ilişkileri ve yeni kavramları keşfetmek adına araştırmacılara kolaylıklar sunan önemli bir program olduğu değerlendirilmektedir. Ayrıca, görselleştirme, haritalama ve çok boyutlu analiz imkânı sağlamasından ötürü de veri setlerinin derinlemesine analizine olanak sağlamaktadır.

Mevcut çalışmada Web of Science veri tabanı kullanılmıştır. Bibliyometrik analizler dahil çeşitli analizler için Web of Science veri tabanının seçilmesi araştırmaların güvenilirliği açısından önemli bir faktördür. Web of Science veri tabanı ileri düzey veri analizi için gelişmiş arama göstergelerine sahip olmakla birlikte çeşitli kontrol mekanizmaları kullanmaktadır. Yayın etiği açısından nitelikli ve güvenilir çalışmaları kapsamaktadır. Ayrıca, farklı disiplinlerden geniş kapsamlı bir veri koleksiyonuna erişim sağlamaktadır.

18.12.2022 tarihinde, “post-truth” anahtar sözcüğüyle Web of Science’da “tüm alanlar” seçilerek yapılan aramada 1652 sonuca ulaşıldı. Yıllara göre en eski 2006 ve en yeni 2023 olmak üzere farklı disiplinlerden 1215 dergi makalesi başta olmak üzere, 210 editoryal içerik, 134 kitap bölümü, 102 kitap incelemesi, 82 bildiri, 70 erken görünüm çalışma, 37 derleme makale ve 10 kitap türü esere ulaşıldı. Disiplinler açısından çalışmaların büyük çoğunluğu iletişim (291) olmak üzere, iklim değişikliği (99), siyaset bilimi (93), eğitim bilimleri (80), felsefe (63), sosyal psikoloji (50), siyaset felsefesi (47), ilahiyat (43), edebiyat kuramları (42), yönetim (34) ve antropoloji (29) alanlarına mensup görünmekte. Ulaşılan data, yazar-atıf-dergi-ülke-kurum ve anahtar sözcük analizleri üzerinden incelendi. Veri tabanı olarak Web of Science’da endekslenen içerikler kriter alındı.

4. BULGULAR

Bu başlık altında çalışmada elde edilen bulgulara yer verilmiştir.

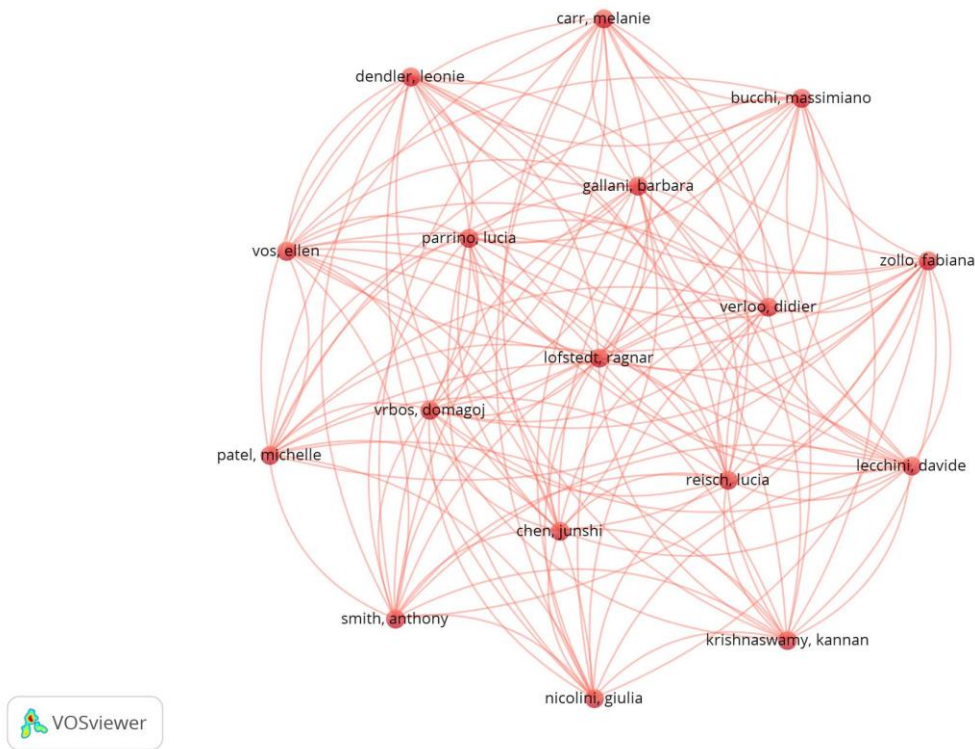
4.1. Ortak Yazar Analizi (Co-authorship of Authors)

Yazarların ortak yazarlık analizine göre, en fazla bağlantılı ve iş birliği yapan yazarları tespit etmek üzere en az 1 yaygın ve en az 1 atıf kriteri belirlenerek ağ haritası oluşturulmuştur.



Aralarında en yüksek bağlantı bulunan isimler arasında yapılan analize göre tek bir kümede birleşen 17 isim ve toplam 136 bağlantı görülmektedir. Kümedeki en bağlantılı 17 yazarın her birinin toplamda 16 birim bağlantısı bulunmaktadır. En çok atıf alan yazarların (498 atıf ile Ullrich Ecker, 487 atıf ile John Cook ve 482 atıf ile Stephan Lewandowsky) en bağlantılı yazarlar olmadığı ayrıca görülmektedir. En çok eser üreten yazarlar da en bağlantılı yazarlar arasında görünmemektedir (sırasıyla Lee McIntyre, Leonardo Ambasciano ve Bram Buscher).

Şekil 1. Yazarlar Arası İş Birliğini Gösteren Ortak Yazar Bağları

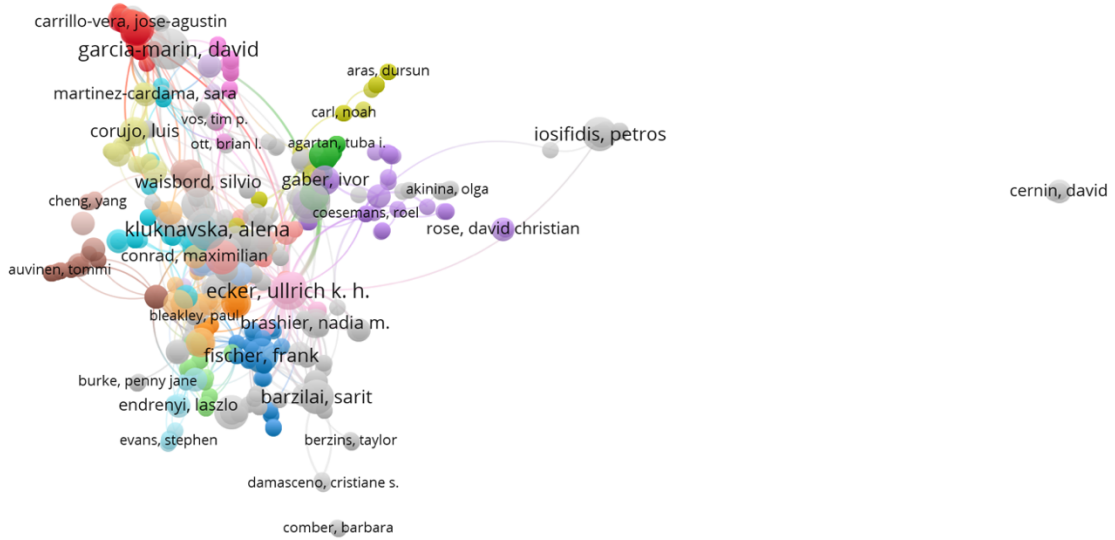


4.2. Yazarların Atıf Analizi (Citation of authors)

Atıf ağlarını tespit etmek üzere en az 1 yayın ve en az 1 atıf kriteri ile yazar atıf analizine dair ağ haritası çıkarılmıştır. Birbiriyle bağlantılı olduğu görülen 801 birim üzerinden yapılan analizde toplamda 39 küme, 2739 bağlantı ve toplam bağlantı gücü 3033 olarak tespit edilmiştir. En fazla atıf alan yazarlar 498 atıf ile Ullrich Ecker, 487 atıf ile John Cook, 481 atıf ile Stephan Lewandowsky olmuştur. Bu üç yazar, toplam bağlantı gücü açısından da ilk üçte yer almaktadır.

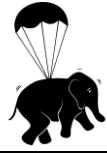


Şekil 2. Yazarların Atıf Bağları

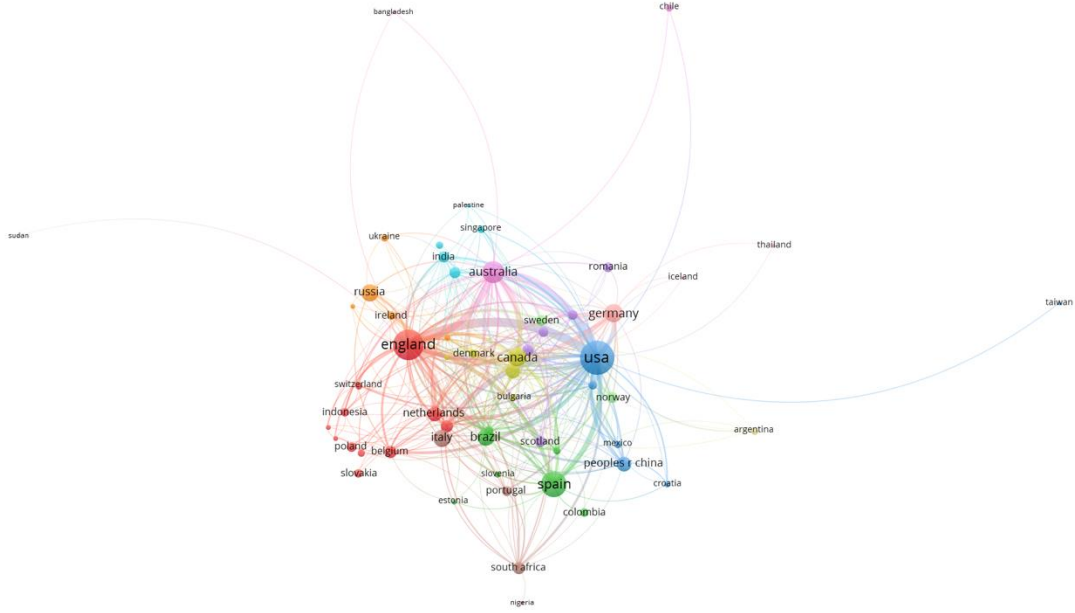


4.3. Ülkelerin Atıf Analizi (Citation of Countries)

Yayınların menşei ülkelerine göre aldıkları atıflara dair ağ haritası oluşturmak üzere bir ülke tarafından en az 1 eser yayınlanması ve 1 atıf alınması kriteri kapsamında aralarında ilişki bulunan 58 gözlem birimi üzerinden analiz yapılmıştır. 13 küme, 380 bağlantı ve 1785 toplam bağlantı gücü tespit edilmiştir. En fazla atıf alan ülkeler ABD (3310 atıf), İngiltere (2314 atıf) ve Avustralya (1209 atıf) olmuştur. Toplam bağlantı gücü açısından bu ülkeler ilk üçte yer almaktadır. Eser sayısı olarak ise sıralama ABD (318 yayın), İngiltere (251 yayın) ve İspanya (163 yayın) şeklindedir.

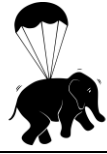


Şekil 3. Ülkelerin Atıf Bağları

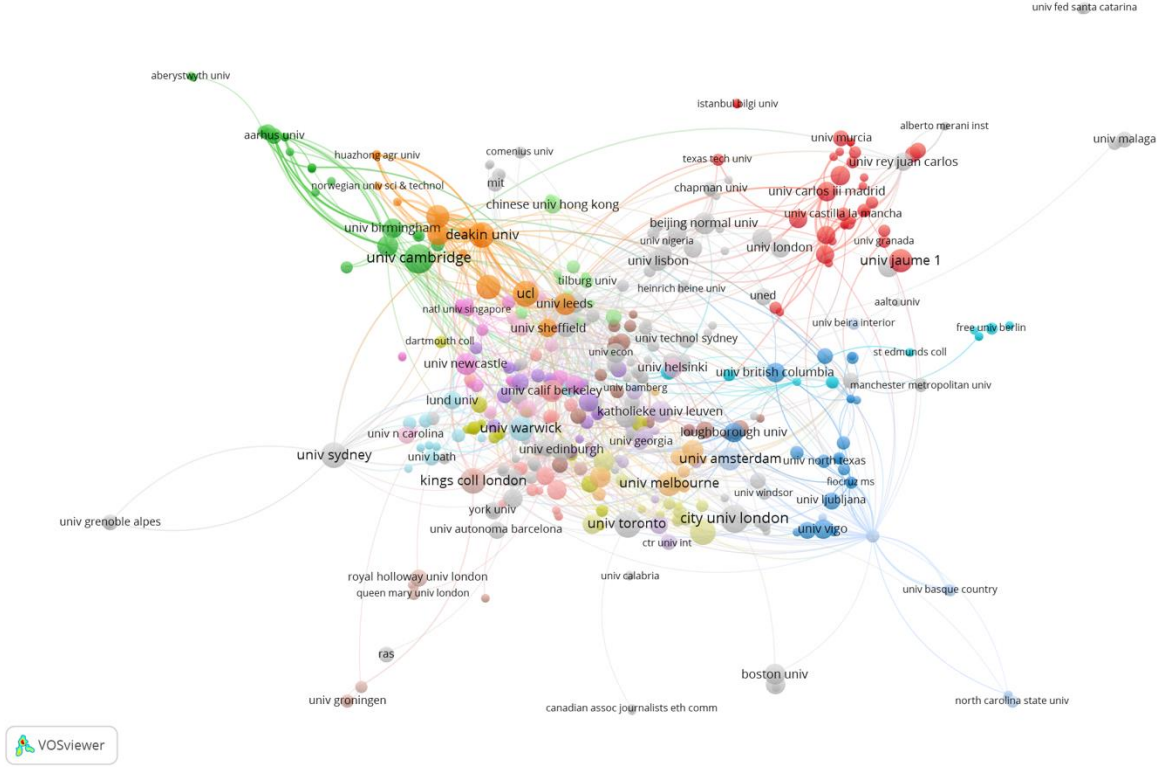


4.4. Kurumların Atıf Analizi (Citation of Organizations)

Kurumlar arası atıflara dair ağ haritası oluşturmak üzere bir kurum tarafından en az 1 eser yayınlanması ve 1 atıf alınması kriteri kapsamında aralarında ilişki bulunan 531 gözlem birimi üzerinden analiz yapılmıştır. Cambridge University (18 eser), City University of London (16 eser), University of Toronto (15) eserle temsil edilirken en fazla atıf alan yayınların adres kurumları University of Bristol (555 atıf), University of Western Australia (499 atıf) ve George Mason University (496 atıf) olmuştur. Toplamda 33 küme, 2159 bağlantı ve toplam bağlantı gücü 2710 olarak tespit edilmiştir.

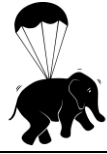


Şekil 4. Kurumların Atıf Bağları

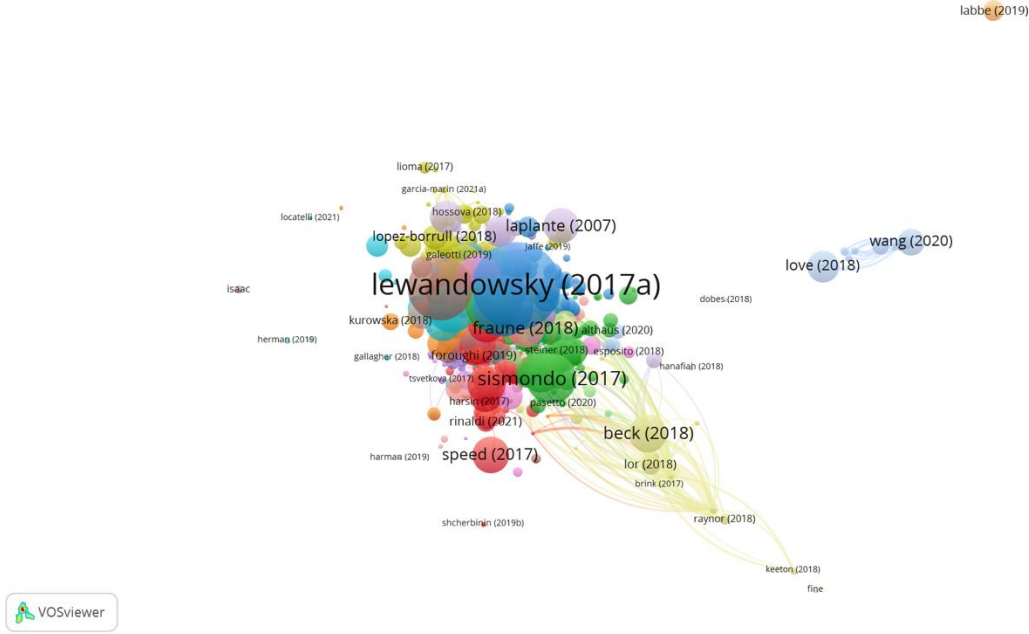


4.5. Anahtar Sözcük Analizi (Co-occurrence of All Keywords)

Post-truth ile ilgili yayınlarda en sık kullanılan anahtar sözcüklere bakıldığında 563 tekrar ile post-truth (hakikat ötesi), 223 tekrar ile fake news (sahte haber), 106 tekrar ile social media (sosyal medya), 95 tekrar ile science (bilim) ve 84 tekrar ile truth (hakikat) ifadeleri başı çekmektedir. Toplam bağlantı gücü açısından en güçlü ifadeler post-truth, fake news ve social media olmuştur. En az 3 defa görülen ve aralarında ilişki bulunan 544 gözlem birimi ile yapılan analiz neticesinde toplam 17 küme, 7878 bağlantı ve 12562 toplam bağlantı gücü tespit edilmiştir.

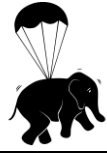


Şekil 6. Eserlerin Bibliyografik Eşleşme Bağları



4.7. Yazarların Bibliyografik Eşleşme Analizi (Bibliographic Coupling of Authors)

En az 1 eser yayınlamış ve 1 atıf almış olmak kriteri ile seçilen ve aralarında bağlantı bulunan 1449 birim ile yapılan analize göre 39 küme, 90975 bağlantı ve 240369 toplam bağlantı gücü elde edilmiştir. En fazla bibliyografik eşleşme olan yazarlar 498 alıntı ile Ullrich Ecker (3435 bağlantı gücü), 487 alıntı ile Peter Love (2444 bağlantı gücü) ve 482 alıntı ile Stephan Lewandowsky (2228 bağlantı gücü) olmuştur.



Şekil 7. Yazarların bibliyografik eşleşme bağları

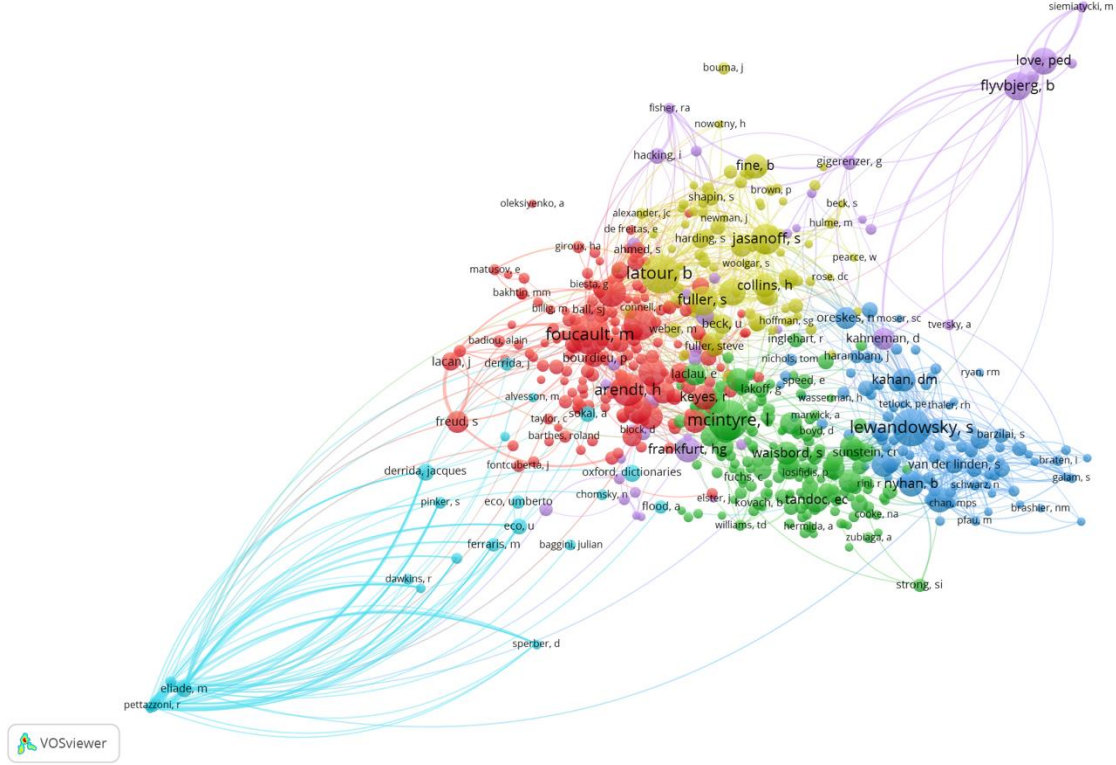


4.8. Yazarların Ortak Atıf Analizi (Co-citation of Co-authors)

Bir yayında atıf yapılan farklı kaynaklar co-citation (ortak atıf) olarak adlandırılır. Atıf sayısı minimum 10 seçilerek 609 birim üzerinden yapılan analize göre toplamda 6 küme, 37211 bağlantı ve 113836 toplam bağlantı gücü tespit edilmiştir. En fazla ortak atıf yapılan yazarlar McIntyre (193), Foucault (191) ve Latour (178) olarak tespit edilmiştir.



Şekil 8. Ortak atıf yapılan yazarlar arası bağlar



5. SONUÇ

Bu çalışmada, post-truth kavramına dair yapılan çalışmaların nicel bir sinopsisi çıkarılmaya çalışılmıştır. Hem nicel analizin hem de analize konu olan çalışmaların teorik incelemesinin işaret ettiği birtakım sonuçlar söz konusudur. Mevcut çalışmada incelenen post-truth kavramına dair tanımlardaki temel uzlaşımın, hakikat ve gerçeğin öneminin azaldığı, duygu ve inanç bütünlüğünün ön plana çıktığı bir bağlamın tasvir edilişi olduğu söylenebilir. Hayati önem taşıyan hakikat arka plana atılarak, gerçekliğin işaret ettiği durumlar veya sonuçlar önemsizmiş algısı oluşturulmak kaydıyla bireylerin duygu durumlarının dengesizleşmesine uzanabilecek bir kayıtsızlığın tetikleyeceği sorunlara çözüm üretebilmek, kavramın net bir şekilde anlaşılmasını gerekli kılmaktadır. Tam da bu sebeple, post-truth kavramının anlamı, kapsamı, metodik incelemesi ve sınırlılıkları üzerine yapılacak çalışmalara ve kullanımının sınır koşullarına dair bilgi üretilmesi anlamlı hale gelmektedir.

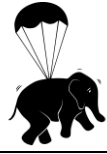
Öte yandan, kişisel inanç yönelimlerinin sonuçlarının sıklıkla tecrübe edildiği bir yüzyılda bulunduğumuzun da altını çizmek gerekmektedir. Özellikle son yıllarda insanlıkça deneyimlenen felaketler ve yakın zamanda ülkemiz coğrafyasında meydana gelen depremler özelinde, bu olayların toplumsal hafızada oluşturduğu hasarı ve bozulan duygudurumunu gerçeklikle ilişkimiz üzerinden okumak (Özbilgin vd., 2023) ve duygusal yanılsamaların etkisinden uzaklaşarak mevzuyu doğru algılamak önem taşımaktadır. “Virüsün biyolojik



pandeminin politik” olduğu gibi pandemi döneminde sıkça duyulan ve hakikatle ilişkileneşin altını çizen söylemlere paralel biçimde deprem felaketi esnasında ve akabinde de bolca enformasyon zehirlenmesi deneyimlendiği söylenebilir (bkz. [Teyit, 2023](#)). Sorumluların kim olduğundan sürecin nasıl yönetildiğine, sosyal media paylaşımlarına konu olan içeriklerin hakikatinden esas tablonun detaylarına dair gerçeklerden bağımsız biçimde, kayıplardan beslenen travmaların derin üzüntüsünü yaşayan bireyler ve toplumun geri kalanı açısından, alınması gereken fiziksel önlemlerin gerçekliğini benimsemek kadar altında kaldığımız enformasyon enkazını kaldırmak da zaman alacaktır. Ancak, olası gelecek deneyimlerde, emsal majör travmaların oluşmamasının yegane reçetesi ise hakikatin önemsizleştirilmediği bir sosyal gerçeklik inşası ile mümkün görünmektedir. Medyanın alternatif veya geleneksel kanallarının kurumsal düzeyde, bireylerin farklı kimlikleriyle parçası olduğu sosyal yaşamın ise vatandaşlık görevi ve evrensel etik ilkeler temelinde gerçekle ilişkileneşme açısından tekrar düşünülmesi ve bir uzlaşma toplumunun nasıl mümkün olacağına değerlendirilmesi gereken zamanlardan geçildiğini söylemek, muhtemelen abartılı olmayacaktır.

Post-truth veya hakikat ötesi kavramı, tam da bu açılardan bireysel ve toplumsal gündemin başrolüne oturtulması gereken bir mevzu olarak dikkat çekmektedir. Hakikatin yitiminin, insanlığın yeşerttiği tüm gelişmişliğin erozyonu anlamına geleceğine dair bolca argüman, bu makaleye konu olan araştırmalarda ve metinlerde yer almaktadır. Bu bibliyometrik analiz neticesinde ulaşılan bir dizi istatistiğin, konunun meraklısına sunacağı nicel resim bir tarafa, konunun ivediliğinin altını çizmek, çalışmanın esas çıkış noktasını oluşturmuştur. Eğitim bilimleri alanında gerçekleştirilen ve bir alan dergisinin irdelendiği bir başka bibliyometrik analiz çalışmasında ([Naveed vd., 2021](#)) en çok atıf alan makaleler arasında yer alan çalışmanın “post-truth” kavramını işlemeşi ([Cooke, 2017](#)) de bu gerekçeye destek sağlamıştır. Sahte haber sorunu epey bir süredir küresel bir kriz haline gelmiş olup ([The Guardian, 2016](#)), daha ivedi ve yakın sorunlarımızın bizi körleştirdiği hakikat problemi üzerine yapılacak daha çokça çalışmaya ihtiyaç bulunmaktadır.

Post-truth’a ilişkin daha önceki yapılan çalışmalardaki kavramsallaştırmalar ile ilgili 2006-2023 yılları arası alanyazında yer alan 1215 dergi makalesi, 210 editoryal içerik, 134 kitap bölümü, 102 kitap incelemesi, 82 bildiri, 70 erken görünüm çalışma, 37 derleme makale ve 10 kitap türü esere ulaşılmıştır. Post-truth ile ilgili 1652 eserin yayın yıllarına göre dağılımına bakıldığında, en fazla 2018 (294 eser), 2019 (361 eser) ve 2020 (341 eser) yıllarında yoğunlaşma olduğu; en fazla eser veren isimlerin Lee McIntyre, Bram Buscher ve Leonardo Ambasciano olduğu görülmüştür. Araştırma alanları açısından iletişim (300), eğitim bilimleri (182), felsefe (151), siyaset bilimi (145) ve interdisipliner sosyal bilim (108) alanlarında eserler verilmiştir. Post-truth kavramının çoğunlukla iletişim alanında incelendiği bulgusu, kavramın sosyal medya eliyle beslenmesinden ve yalanın, hakikat olmayanın, propagandanın, tahrifatın yayılımının türlü medya platformlarında gerçekleşmesinden kaynaklı, bu alanda araştırmaların üretildiği başat disiplinin iletişim ve medya çalışmaları olması sebebiyle beklendik bir bulgudur. Mevcut çalışmada en çok atıf alan yazarın Ullrich Ecker olduğu tespit edilmiştir. Yayınların ülkelere göre dağılımı konusunda liderliğin ABD (318), İngiltere (251) ve İspanya

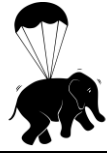


(164) menşeli yayıncılarda olduğu; başta İngilizce (1381) olmak üzere İspanyolca (139) ve Portekizce (39) eserler yayınlandığı görülmüştür. Bilimin, yeşerdiği toprakları sevmesi önermesinin haklılığı kadar, hakikat ötesi kavramının ironik bir biçimde ifade özgürlüğünün en çok desteklendiği coğrafyanın başına ağ örüyor olması ihtimali de masada durmaktadır. Bir konunun, araştırmalara konu olmasının, arka planda toplumca deneyimlenen bir soruna temas etme kaygısından beslendiğini varsayarsak, ABD kamuoyunun hakikat ötesi ile imtihanı, bu bulgunun gerekçesini oluşturabilir. Post-truth meselesinin, Amerika Birleşik Devletleri'nin tarihi, politik, iş dünyası ve kültürel çeşitliliği açısından değerlendirildiğinde, sözde bilimsel, manipülatif ve güven telkin etmeyen bilginin taraflı, yanlış ya da kötü niyetli kararlara malzeme yapılmak üzere kullanılmasına aracılık eden, yeni şişede eski sirke türünden bir mevzu olması da pekala mümkün görünmektedir (Mejia vd., 2018). Bu açıdan, kavramın, kendisiyle tarihi deneyimin bol olduğu bir bağlamda daha yüksek ses çıkarması, anlaşılır olabilir.

Kurumlara yapılan atıf analizi sonuçlarına göre en fazla atıfın Cambridge Üniversitesi'ne yapıldığı belirlenmiştir. Anahtar sözcük analizinde merkezde yer alan post-truth kelimesini fake news (sahte haberler) sözcüğünün izlediği bulunmuştur. Bu iki kelimenin birbirleriyle bağlantılı olarak arandığını, anıldığını ve konuyu açıklamada başvurulan öncü sözcük öbeğini oluşturduğunu söylemek mümkün. 2022 yılında yayınlanan bir çalışmaya göre "fake news" ve onun ilintili post-truth gibi kavramlar üzerine yapılan çalışmaların sayısında 2014-2020 yılları itibarıyla daha önce görülmemiş bir artış bulunmaktadır (Patra vd., 2022). Dijital çağda kolektif olarak yarattığımız bilgi kirliliğinden ve buradan beslenen kaotik bağlamlardan kurtulabilmek, bilinçli bir şekilde gerçeği idrak edebilmek, post-truth ya da fake news gibi kavramlar üzerine yapılan çalışmaların çoğalmasında mümkün olacaktır (Patra vd., 2022).

Bilimsel yönetim ilkelerinin temellerinin atıldığı 1900'lü yıllardan bu yana örgütlü yaşam ve bizatihi örgütler, sürekli değişmekte, gelişmekte ve dönüşmektedir. Ancak, içinde bulunulan zamanın ruhunu tasvir eden bir kavram olarak post-truth açısından okunacak olursa, gerçeklikten ve şeffaflıktan uzaklaşarak yoluna devam eden örgütlerin sürdürülebilirliği konusunda ciddi riskler ortaya çıkmaktadır. Bu açıdan, bireysel ve örgütsel düzeyde, gerçekliği göz ardı ederek geçici çözümler sunmanın ya da tamamen duygulara dayalı bir bakış açısı ile hareket etmenin, gerçekliğin keşfedilmesini zorlaştıran bir süreç oluşturabileceği hesaba katılmalıdır.

Post-truth, gerçekliği arka planda bırakan geçici çözümlerin gerçekmiş gibi algılanması veya duyguların, gerçekliğin keşfedilmesini zorlaştırması gibi süreçleri içermektedir. Dezenformasyon içeriğinin hızla yayılması, post-truth dönemini tetikleyen unsurlardan biri olarak görülmektedir (Aydm, 2020). Bu süreçler, bireysel ve örgütsel düzeyde önemli sonuçlar doğururken, meselenin boyutları, dijital iletişim araçları aracılığıyla yayılan yanıltıcı bilgi ve dezenformasyon ile de her geçen gün derinleşmektedir (Adams, vd.,2023). Sahte bilgilerin otantik görünümlü içeriklerle sunulabildiği teknoloji çağında (Barton, 2019) bilgi hızla tüketilirken, bireylerin maruz kaldığı manipülasyonun sınırlarını tayin etmek oldukça zor görünmektedir. Bu durumun üstesinden gelmek naif bir iyimserlik değilse dahi uzun zaman ve



bilinçli çaba gerektirdiği söylenebilir. Yine de, konuya dikkat çekmeyi amaçlayan her türlü çabanın bilim alanında emek gösteren herkesin vazifesi olduğu kanaatiyle, çalışmanın post-truth mevzusunun altını çizmek ve mevcut görüntüye dair bir fotoğraf sunmak şeklinde mütevazı bir katkı yapması umut edilmektedir.

Post-truth konusunda yapılan akademik araştırmalar, fenomenin anlaşılmasına, toplumsal etkilerinin analiz edilmesine, stratejik yaklaşımların geliştirilmesine ve önleme/müdahale stratejilerinin oluşturulmasına katkı sağlama potansiyelini taşımaktadır. Bu çalışmalar, bilimsel temelleri olan bilgi ve analizler sunarak, post-truth çağında toplumun karşılaştığı zorlukların anlaşılmasına ve bu zorluklarla başa çıkmak için çözümler üretilmesine yardımcı olmaktadır. Bu stratejiler, bilgi güvenliğini artırmaya ve yanıltıcı içeriklerle mücadele etmeye yönelik politika önerileri olabilir. Kurumsal aydınlatma metinleri ve bilgilendirilmiş onam formlarının sinyallediği "hakikat" yönetimi stratejilerinin işlevsizliğinin en büyük kanıtlarından biri olarak post-truth yayılımı, mevcut uygulamaların zamanın ruhuna yetmediğini ortaya koymaktadır. Meselenin, bireysel, kurumsal ve toplumsal düzeyde farklı açılardan ele alınması ve öneriler geliştirilmesi gerekmektedir. Sözelimi, mikro düzeyde bireysel bilinçlenme, bilgiye eleştirel bir gözle yaklaşma, medya okuryazarlığı, kaynakları doğrulama ve yanıltıcı bilgilere karşı dirençli olmanın öğretileridir olduğu; mezo düzeyde, eğitim müfredatına kavramın yerleştirilmesinin yanı sıra, eleştirel düşünme becerilerini geliştiren, medya okuryazarlığını teşvik eden ve bilgi güvenilirliğini değerlendirmeye odaklanan içeriklerin eğitim programlarına eklenmesinin faydalı olacağı; makro düzeyde ise post-truth fenomeniyle mücadele etmek için yasal düzenlemelerin yapılabileceği, bilgi manipülasyonunu cezalandıracak etkili mekanizmaların kurulabileceği, toplumsal bilinçlenme kampanyaları düzenlenebileceği, uygulama açısından düşünmeye değer öneriler olarak değerlendirilebilir.

Nihayet, gelecekte araştırmacılar, post-truth fenomeninin bireysel, toplumsal, siyasi, ekonomik ve kültürel alanlarda yarattığı etkileri ve sonuçlarını daha ayrıntılı bir şekilde inceleyebilirler. Bu, post-truth'un toplum üzerindeki etkilerinin daha iyi anlaşılmasına ve bu etkilerle başa çıkma stratejileri geliştirmeye yardımcı olacaktır. Medya manipülasyonu, yanıltıcı haberlerin yayılması, sosyal medyanın rolü gibi konulara odaklanan araştırmalar, medya ve iletişim mekanizmalarının post-truth yayılımına nasıl katkı sağladığı ve nasıl etkilendiği verimli araştırma konuları olabilir. Post-truth'un bilhassa işletmeler ve liderlik üzerindeki etkileri daha fazla incelenebilir. İş dünyasında doğruluk, güvenilirlik ve etik değerlerin nasıl korunabileceği, liderlerin yanıltıcı bilgilere karşı nasıl bir tutum geliştirebileceği, statü endişeleri, itibar yönetimi ve kurumsal marka algısı gibi konular üzerinde araştırmalara ihtiyaç duyulmaktadır. Yapay zekanın yükseldiği ve internet ortamında insanlık tarafından üretilen veriden beslenerek serpiildiği bir ortamda, yapay zeka ve post-truth'un yayılımı üzerine yapılacak çalışmalar da ayrıca kıymetli olacaktır. Mevcut toplumsal bilinçlenme stratejilerinin etkinliği ve etkileri incelenmesi gereken konular arasındadır. Topluma yönelik eğitim programları, kampanyalar, bilinçlendirme faaliyetleri gibi stratejilerin nasıl tasarlanabileceği, farklı kültürler, demografik gruplar veya sektörler arasındaki farklılıkları dikkate alan karşılaştırmalı çalışmalar özelinde fayda potansiyeli taşımaktadır.



Araştırmacıların bilgisi dahilinde, post-truth kavramı bu türden bir bibliyometrik incelemeye tabii tutulmamıştır. 2016 yılını kavramın popülerleşmesi açısından miat kabul etmekle, aradan geçen sürede biriken literatür ve küresel deneyimler, kavramın önemini artırmaya devam etmiştir. Belirli aralıklarla yapılacak bu türden derleme çalışmaları, konuya ilgili duyanların bilimsel bir perspektiften ve kapsamlı bir özet üzerinden bilgilendirilmesine hizmet edecektir.

Elbette çalışmanın birtakım kısıtları bulunmaktadır. WOS Core Collection'da listelenen çalışmaların analiz kapsamında alınması, Türkiye'deki TÜBİTAK Ulakbim ve YÖK Tez Arşivi ile uluslararası alanda Scopus ve Pubmed gibi veri tabanlarının, çevrimiçi dolanımına girmeyen başkaca kaynakların dışlanması çalışmanın en kritik sınırlılıklarıdır.

Kaynakça

- Adams, Z., Osman, M., Bechliyanidis, C. & Meder, B. (2023). *(Why) Is misinformation a problem?* <https://www.researchgate.net/publication/368573363> (Erişim Tarihi: 26 Mart 2023).
- Akpınar, Ö. (2019). Post-truth'ın diline dair: Türkiye'de post-truth ve sahte haberler. *Girişimcilik, İktisat ve Toplum*, 8(1), 115-129.
- Allcott, H., & Gentzkow, M. (2017). Social media and fake news in the 2016 election. *Journal of Economic Perspectives*, 31(2), 211-236.
- Alpay, Y. (2019). *Yalanın siyaseti*. Destek Yayınları.
- Ashworth, L., & Gao, J. (2020). Post-truth and HRM: A conceptual analysis. *The International Journal of Human Resource Management*, 31(6), 864-880.
- Aydın, A. F. (2020). Post-truth dönemde sosyal medyada dezenformasyon: Covid-19 (yeni koronavirus) pandemi süreci. *Asya Studies*, 4(12), 76-90.
- Aytaç, S., & Aytaç, B. (2020). Türkiye'de post-truth çağında liderlik: İşletmelerde liderlerin etkisi. *Girişimcilik, İktisat ve Toplum*, 9(1), 167-182.
- Baldacci, E., & Pelagalli, F. (2017). Communication of statistics in post-truth society: The good, the bad and the ugly. *Publications Office of the European Union*, 3-13.
- Barton, C. C. (2019). Critical literacy in the post-truth media landscape. *Policy Futures in Education*, 17(8), 1024-1036.
- Bastiaens, T., & Parker, M. (2018). Post-truth, fake news and propaganda: A contemporary threat to democracy?. *Government and Opposition*, 53(1), 1-20.
- Bauman, Z. (2000). *Liquid modernity*. Polity Press.
- Bhabha, H. K. (1994). *The location of culture*. Routledge.
- Brüggemann, M. (2018). Post-Truth Politics: How to criticize and defend against it. *Political Studies Review*, 16(2), 187-202.



- Bruns, A. (2018). Social media, disinformation and the political landscape. In A. Bruns, J. Burgess, F. J. F. van der Meij, & A. Hujanen (Eds.), *The routledge companion to social media and politics* (pp. 23-34). Routledge.
- Çiftçi, A., & Özdemir, B. (2020). Türkiye'de post-truth çağında işletmelerde yalan haberler: İşletmelerin yalan haberlere nasıl cevap verdikleri. *Girişinlik, İktisat ve Toplum*, 9(2), 255-268.
- Cooke, N. (2017). Posttruth, truthiness, and alternative facts: Information behavior and critical information consumption for a new age. *The Library Quarterly: Information, Community, Policy*, 87(3), 211-221.
- d'Ancona, M. (2017). *Post-truth: The new war on truth and how to fight back*. Random House.
- Delen, D., Kaur, J., & Saad, N. (2021). The impact of post-truth on whistleblowers: A review of the literature. *Journal of Business Ethics*, 156(1), 163-179.
- Farrell, H., & Morris, J. (2018). Post-truth and media literacy: A response to the challenge of 'fake news'. *Journalism Practice*, 12(6), 765-778.
- Gallagher, M. (2018). Post-truth, leadership and ethics. *Journal of Business Ethics*, 147(4), 709-722.
- Giddens, A. (1991). *Modernity and self-identity: Self and society in the late modern age*. Stanford University Press.
- Gözübüyük, N., & Özer, S. (2021). Türkiye'de post-truth çağında eğitim: Öğrencilerin gerçekleri algılama düzeyleri ve öğretmenlerin etkisi. *Eğitim ve Öğretim Araştırmaları Dergisi*, 10(2), 666-679.
- Gudonis, M. (2017). How useful is the concept of post-truth in analysing genocide denial? analysis of online comments on the Jedwabne massacre. *Zoon Politikon*, 8, 141-182.
- Gürsoy, A. Ö. (2021). Hakikatin ötesi, berisi, kendisi: "Hakikat-ötesi" kavramına dair eleştirel bir çözümleme. *Kaygı*, 20(1), 150-170.
- Harman, G. (2011). *The quadruple object*. Zero Books.
- Keyes, R. (1994). Post-truth. *The New Republic*, 210(17), 9-11.
- Lewandowsky, S., Ecker, U. K., & Cook, J. (2017). Beyond misinformation: Understanding and coping with the "post-truth" era. *Journal of Applied Research in Memory and Cognition*, 6(4), 353-369.
- Lyotard, J.-F. (1979). *The postmodern condition: A report on knowledge*. Manchester University Press.
- Lyotard, J.-F. (1984). *The postmodern condition: A report on knowledge*. University of Minnesota Press.
- McIntyre, L. C. (2018). *Post-truth*. MIT Press Essential Knowledge Series.



- Mejia, R., Beckermann, K., & Sullivan, C. (2018). White lies: A racial history of the (post) truth. *Communication and Critical/Cultural Studies*, 15(2), 109-126.
- Naveed, M., Ali, N., Aslam, S., & Siddique, N. (2021). Research output of the library quarterly: A bibliometric analysis during 2010-2019. *Library Philosophy and Practice*, 1-15.
- Oxford Dictionaries (2016). *Post-truth*. <https://www.lexico.com/en/definition/post-truth> (Erişim Tarihi: 27 Mart 2023).
- Özbilgin, M., Erbil, C., Demirbağ, K. Ş., Demirbağ, O., & Tanrıverdi, V. (2023). Afet yönetiminde sorumluluğun yeniden inşası: Deprem, sosyal dramalar, sosyal politikalar. *Sosyal Mucit Akademik Review*, 4(1), 1-39.
- Özdemir, A., & Özdemir, F. (2020). Türkiye'de post-truth çağında whistleblowing: İşletmelerde whistleblowers'ın etkisi. *Girişimcilik, İktisat ve Toplum*, 9(3), 365-378.
- Özdemir, İ., & Özdemir, H. (2020). Sosyal medya paylaşımında post-truth etkisi: Türkiye örneği. *Marmara Coğrafya Dergisi*, 39(2), 27-44.
- Özkaya, A. (2020). *Post truth (gerçeklik ötesi): yalanların gerçekmiş gibi sunulduğu bir dünyada, hakikatin anlamı nedir?*, Evrim Ağacı. <https://evrimagaci.org/post-truth-gerceklik-otesi-yanlanlarin-gercek-mis-gibi-sunuldugu-bir-dunyada-hakikatin-anlami-nedir-8574> (Erişim Tarihi: 10 Nisan 2023).
- Patra, R. K., Pandey, N., & Sudarsan, D. (2022). Bibliometric analysis of fake news indexed in Web of Science and Scopus (2001-2020). *Global Knowledge Memory and Communication, ahead-of-print*.
- Rüdiger, D. (2017). Post-truth politics: Populism and the war on reality. *Political Studies Review*, 15(1), 2-15.
- Sağlam, M. (2019). Türkiye'de post-truth döneminde propaganda: 2014-2018 yılları arasında Türkiye'de propaganda faaliyetlerinin incelenmesi. *Marmara Coğrafya Dergisi*, 38(2), 1-19.
- Sunstein, C. R. (2018). *Republic: Divided democracy in the age of social media*. Princeton University Press.
- Teyit (2023). *Yerinde ve zamanında: Deprem bölgelerinde doğru bilgiye erişimi sağlamak*. <https://teyit.org/> (Erişim Tarihi: 28 Nisan 2023).
- The Guardian (2016). *Fake news: an insidious trend that's fast becoming a global problem*. <https://www.theguardian.com/media/2016/dec/02/fake-news-facebook-us-election-around-the-world> (Erişim Tarihi: 10 Nisan 2023).
- World Health Organization (2020). *Infodemic: How to fight against misinformation*. <https://www.who.int/publications/i/item/9789240017270> (Erişim Tarihi: 12 Nisan 2023).



World Health Organization (2022). *WHO policy brief: COVID-19 infodemic management*. https://www.who.int/publications/i/item/WHO-2019-nCoV-Policy_Brief-Infodemic-2022.1 (Erişim Tarihi: 12 Nisan 2023).

Zhang, J., & Weber, I. (2020). The role of social media in post-truth politics: A case study of the 2016 US presidential election. *Social Science Computer Review*, 38(2), 134-147.

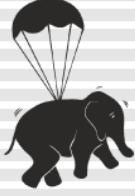
Katkı Oranı Beyanı: Yazarlar eşit şekilde katkıda bulunmuştur.

Destek ve Teşekkür Beyanı: Çalışmada herhangi bir kurum ya da kuruluştan destek alınmamıştır.

Çatışma Beyanı: Yazarlar herhangi bir çıkar çatışması olmadığını deklare etmektedir.

Bu çalışmada "Yükseköğretim Kurumları Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Yönergesi" kapsamında uyulması belirtilen kurallara uyulmuştur.

Bu makale **benzerlik** tespit yazılımlarıyla taranmıştır.



Crisis Management Policies Concerning the Russo-Ukrainian War in the European Union's Security and Defence Approach: Soft Power and EUAM

Emrah Aydemir¹ Oğuz Güner²

Received/ Başvuru: 24.12.2022

Accepted/ Kabul: 14.06.2023

Published/ Yayın: 30.06.2023

Abstract

The European Union (EU) has long been formulating security and defense policies, and strategy documents, incorporating modern developments, based on joint assessment of threats and challenges against the security of Europe. European Union, while striving to optimize existing sources and boosting the overall efficiency of crisis management policies to address foreign crises, falls short of substantial progress in overcoming the challenges. This article aims to discuss the EU's crisis management policies regarding the Russo-Ukrainian War, covering the years 2014-2022, from a historical perspective on the Union's approach to security and defense. In this context, this article focuses on the use of soft power and European Union Advisory Mission (EUAM) adopted by the European Union for Ukraine as part of its crisis management policy, and evaluates the security and defense approach it has displayed in resolving the crisis combined with the objectives pursued and the goals to be achieved.

Keywords: European Union, Ukraine, Russia, EUAM, soft power, crisis management policies

¹ Assoc. Prof. Dr., Department of Journalism, Fırat University, eydemir@firat.edu.tr, Orcid: 0000-0002-3770-0444

² Assoc. Prof. Dr., Department of International Relations, Yıldırım Beyazıt University, oguz.guner@aybu.edu.tr, Orcid: 0000-0003-1619-579X



Avrupa Birliği'nin Güvenlik ve Savunma Yaklaşımında Rusya-Ukrayna Savaşı'na Yönelik Kriz Yönetim Politikaları: Yumuşak Güç ve EUAM

Özet

Avrupa Birliği, uzun yıllardır güvenlik ve savunmaya ilişkin çeşitli politikalar belirlemekte ve Avrupa'nın güvenliği için karşılaşılan tehditlerin ve zorlukların ortak değerlendirmesini temel alan ve modern dünyanın gelişmelerini içeren strateji belgeleri üretmektedir. Avrupa Birliği, dış krizlere yanıt vermek üzere mevcut kaynakları optimize etmek ve kriz yönetim politikalarının genel etkinliğini artırmak noktasında çaba sergilemekte, fakat sorunlarla başa çıkma konusunda çok az ilerleme kaydetmektedir. Bu makale, Avrupa Birliği'nin Rusya-Ukrayna Savaşı'na yönelik 2014-2022 yıllarını kapsayan kriz yönetim politikalarını, Birliđin güvenlik ve savunma anlayışına ilişkin tarihsel yaklaşımla ele almayı amaçlamaktadır. Bu bağlamda bu makale, Avrupa Birliği'nin kriz yönetim politikasında Ukrayna için benimsediği yumuşak güç kullanımına ve EUAM'a odaklanmakta ve krizin çözülmesinde sergilediği güvenlik ve savunma yaklaşımını gözetilen amaçlar ve ulaşılmaması beklenen hedeflerle değerlendirmektedir.

Anahtar Kelimeler: Avrupa Birliği, Ukrayna, Rusya, EUAM, yumuşak güç, kriz yönetim politikaları



1. INTRODUCTION

Europe has been worn out over long periods of war and policies and hasn't been able to wield its full potential. The dedication to rebuild everything in both Eastern and Western Europe has been a driving force for Europe and a desire for social and economic recovery has been demonstrated. The collapse of old structures over time prepared the grounds for innovation and a defense umbrella emerged in Europe within the framework of Marshall Plan aid (Kennedy, 1991, p.496). The United States' adoption of liberal internationalism after 1945, in essence the Marshall Plan, involved American aid to Europe. The Marshall Plan focused on state building and integrating some parts of the working class in Europe. The Marshall Plan played a significant role in addressing economic needs against the communist threat, and as a turning point in world history, it provided consensus on the recognition of the Soviet threat and providing economic support to Europe. Many causes have become social issues with the Marshall Plan (McCourt and Mudge, 2022, p.2-5).

In the meanwhile, democracy was supported against Russian expansionism according to foreign policy trends and Russia's integration into the international system was considered a key role in the emerging international order. For this reason, it was vital to influence Russia's behavior and calculations and preventing Soviet hegemony in Europe became crucial in the act (Kissinger, 2012, p.794-795).

Following the disintegration of the Soviet Union, most of the countries in the Eastern Bloc turned to the European Union (EU) and the Eastern European countries were presented with a EU membership perspective. Enlargement policy has always been a strong suit of the EU (Güner, 2020, p.165) and Eastern European countries have turned to Europe for both political and economic reasons. Therefore, Eastern European countries desired Union protection against the possible revival of communism and the security concerns of Eastern European countries made it impossible to neglect these regions (Düzgit, 2013, p.46).

Ukraine was among the countries experiencing security concerns, and since December 2, 1991, which is accepted as the beginning of the European Union-Ukraine relations, the political culture of Ukraine has developed. Particularly after 2014, reforms in Ukraine intensified significantly and most Ukrainians supported European integration. At this stage, Russian pressure on Ukraine was relentless and Moscow tried to halt the political development. Indeed, Russia's annexation of Crimea in 2014 and its invasion of Ukraine in 2022 substantially affected both the EU and the rest of the world, and it was once again loudly proclaimed that Russia is a threat to Eastern European countries. Located between Europe and Russia, Ukraine has presented a crisis given the political expectations of both sides within the framework of these issues.

Based on the security and defense approaches of the EU, covering the years 2014-2022, this article presents a theoretical framework on soft power and the European Union Advisory Mission Ukraine (EUAM Ukraine) in the Union's crisis management policies regarding the



Russia-Ukraine War. The article starts by building on the European Security and Defence Policy (ESDP), the 2003 European Security Strategy, the 2016 European Union Global Strategy and the 2020 EU Security Union Strategy. Then, in light of these documents, the EU's approach to crises in security and defense policies and its evaluations on Ukraine are analyzed. Finally, the article discusses how the EU employs its soft power in the crisis management policies towards the Russia-Ukraine War and how it utilizes EUAM.

2. EUROPEAN SECURITY AND DEFENCE POLICY (ESPD)

The concept of common security in Europe was first instigated by the parameters of the Cold War and the European Security and Defence Policy came to the fore with the 1992 Maastricht Treaty, which formed the EU. The European Security and Defence Policy, primarily designed to reduce the dependency of the EU on the US in terms of security, aimed to combine the defense expenditures of the member states in one place for higher efficiency (Tuğtan, 2013, p.251). For this purpose, the pursuit of subtle and effective policies of resistance against American competition and the production of arms in Europe were seen as a feasible way (Vestel, 1998, p.202).

Over time, the crises in the Balkans prompted the US to put pressure on Europe and it became important to share the burden on Europe. The United States' defense expenditure, demand for an increase in Europe's share of NATO contributions by the United States, lead of the United States in the European conflicts, and Europe's military reliance on the power of the United States have projected its own military and political weakness (Tangör, 2012, p.589). As the EU's security and defence policies evolve and achieving a full consensus in sensitive policy areas have become more difficult considering the diversity of the member states, the EU's role and contribution to the resolution of global crises has become a new topic for discussion. (Britz and Eriksson, 2005).

Europeans realized that they would be in a predicament due to the differences of opinion between the US and Europeans on how to manage crises or conflicts, and the need for rapid and effective decision-making in crisis management in Europe (Tangör, 2012, p.589). There were shortcomings in the European Security and Defence Policy in terms of both the quantity and the quality of the resources available for responding to crises (Grevi and Keohane, 2009, p.69). In turn, the Common Foreign and Security Policy and the European Security and Defence Policy were designed and structured to be responsible for crisis management. This was characterized in theory as the capacity to deal with a situation from start to finish. Subsequently, in 1999, the Council of Europe in Helsinki mandated the establishment of a military management mechanism at the disposal of the Union and its Member States to coordinate and make more potent the various civilian vehicles and resources as well as the military vehicles. This concept was based on the experiences, resources and capacities of the Member States (Hunter, 2002, p.85). Therefore, the ability to formulate, adopt and implement decisions gained importance in political decision-making capacity. As for the European Security and Defence

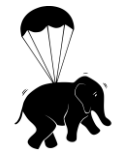


Policy, these capacities entailed a number of key functions, including agreeing on the common political and strategic priorities, developing the conceptual framework for the EU crisis management, gathering information, formulating a common analysis, reining and extending military and civilian forces, and managing crisis management operations (Grevi, 2009, p.18-19). The necessity to build on a combined assessment of threats and challenges in the operational steps of the EU, to formulate and develop cooperation to respond to crises, and to optimize the existing resources became vital to develop tailored solutions in the common security and defence policy. In line with this necessity, the Security and Defence Policy came to be an integral component of the Common Foreign and Security Policy of the EU, including of cooperation and coordination among the member states, and gained importance for the protection of peace and security in Europe in terms of Union's military and civilian missions and reinforcing responses to military and political crises. As a matter of fact, financial delays in civil operations grew into controversies in the European Security and Defence Policy. Furthermore, the Commission and the Council Secretariat's differing definitions of relevant competencies in the field of non-military crisis management disrupted inter-agency cooperation and fast financing (Grevi and Keohane, 2009, p.95). Another issue surfaced in the development of a genuine European security and defence identity. In order to achieve the vision of a common future and to cultivate a common identity outside the institutional mechanisms, European citizens' aspirations for European integration as well as efficiency and transparency gained significance (Tank, 1998, p.21).

3. EUROPEAN SECURITY STRATEGY 2003

As a unique actor in international politics and law, the EU engages in a partially independent security policy from Member States and seeks to shape its political steps in line with that policy. Although the EU pursues a normative agenda and design, it generally adopts security-oriented steps and geopolitical concerns and priorities rank high in its foreign policy (Özgöker and Batı, 2017, p.272). Regarding the concerns and priorities, a more aggressive Bush administration in the United States, the global war on terrorism, the Iraq War and the EU member states' disagreement over the Iraq War, concerns over international law (Smith, 2017, p.507), the Cold War, the Gulf War and the September 11 attacks had an impact on the formulation of Europe's security approach and the EU established a security framework to acknowledge the importance of strategy. As a nod to such importance, the European Security Strategy, the first of its kind in the history of the European Union, was introduced in 2003 (Portela and Kienzle, 2015, p.48-49).

The exercise of the European Security Strategy 2003 was a step towards Europe's distinction between foreign and security, and security in multilateral and bilateral relations and towards escalating a qualitative growth in foreign and security policy tools (Bendiek, 2006). Therefore, security concerns triggered by the problems of a developing world, the threat of terrorism, overspread weapons of mass destruction, regional conflicts, economy intertwined with political issues, organized crimes, and the particularly troublesome energy dependency prompted the EU



to address the threats in assuring the Union's security. The European Security Strategy was regarded as the prime reference to prepare for facing possible crises.

The European Security Strategy stated that the European countries were committed to solve disputes peacefully and to cooperate through joint institutions and affirmed that the vision of a united and peaceful continent had become a reality. The document noted that European integration played a critical role in security and emphasized that Europe continued to face security threats and challenges. The conflicts in the Balkans were pointed out to showcase that war was yet to be eliminated on the European continent ([European Security Strategy, 2013](#)). The lessons regarding crisis management learned by the EU from the experiences in the Balkans were reflected in the security strategy. Those experiences prompted the Union to develop a set of civilian and military crisis management capabilities, institutions and tools within the European Commission and the Council General Secretariat. Moreover, crisis management tools were implemented to support stability and association process in the Western Balkans, and the Union's security and stability oriented wide scope strategy in the Western Balkans was designed to include the countries in the region into the Union ([Ionnides, 2007, p.82](#)). In this respect, the European Security Strategy acknowledged that security and development go hand in hand in hand with the establishment of peace and stability and stipulated focus on policy areas at the intersection of security and development to achieve crisis management and stability ([Vasconcelos, 2009, p.29](#)).

Over the years, a unique European approach to security has emerged, characterized by a broad, multidimensional or comprehensive concept of security that builds on all dimensions of security, and political, socio-economic, ecological, cultural and military interdependence. The commitment to set targets and implement instruments in all fields, and the approach of focusing on security and multilateralism based on dialogue, cooperation, and partnership have been incorporated in the strategic indicators of the European Union ([Biscop, 2005, p.9-10](#)). The European Security Strategy was created within the framework of these indicators to establish cooperative relations, develop an international order based on prominent multilateralism, progress in effective crisis management, strengthen capacity during and after crisis situations, and ultimately enable the EU to become a global player. The soft power of the EU is the underlying component of the aspiration to become a global player on the international arena. The EU, falling short of achieving targeted military intervention capacity, attempted to switch to policies and soft power given their influence on security, and yet, as the challenges became more complex and interconnected, the search for solutions in crisis management put the Union in a difficult position.

The European Security Strategy, put into effect by the European Council in December 2003, was a motivating approach to develop countermeasures against recent and older threats, yet the threats could not be entirely eliminated. The terrorist attacks in Madrid in 2004 and in London in 2005 saw improvements in the EU's efforts to rectify institutional shortcomings and strengthen coordination, and building security gained prime priority in relations with third



countries in the European integration efforts. Factors enabling the integration of trade, development, etc. in bilateral relations with the strategically important countries as specified in the European Security Strategy were based on a multilateral order and strong commitment (Bendiek, 2006, p.11-12). Despite these developments and approaches, the European Security Strategy fell short of determining clear priorities, associating specific resources with specific targets, and reviewing practices on a regular basis (Smith, 2017, p.508).

4. EUROPEAN UNION GLOBAL STRATEGY 2016

During the period following the European Security Strategy 2003, the implications of security of climate change, energy security, cyber security, the Eurozone crisis, the Arab Spring, and events breaking out on a wide region from Ukraine to Türkiye, Syria, Egypt and Sahel as well as the continuously intensifying foreign policy agenda clearly indicated that the EU was surrounded by a chain of crisis (Smith, 2017, p.508-509). By 2016, Ukraine had taken up a substantial place in the crisis chain. In November 2013, the Ukrainian internal crisis blew up upon President Viktor Yanukovich's rejection of the agreement for further integration with the European Union, the violent suppression of the mass protests in the country, and Russia's support of Yanukovich. The Ukrainian crisis triggered a continent-wide crisis in Europe. With Russia's annexation of Crimea in 2014, in an attempt to recover its dissipated influence in Ukraine, and with the pro-Russian separatist rebels starting to seize lands in Eastern Ukraine, peace and stability in Europe were disrupted. Another important factor showing that the EU is in a crisis chain is the terrorist attacks of ISIS and the uncontrolled flow of immigrants and refugees to Europe. These developments prompted a new strategy regarding the foreign and security policy of the Union.

The EU Global Strategy underlines that the sovereignty, independence and territorial integrity of states, the inviolability of borders and the peaceful resolution of disputes are the main elements in the European security order, and affirms that these elements are valid for all states both within and outside the borders of the European Union (European Union Global Strategy, 2016). The EU Global Strategy acknowledges that there is no peace and stability in Europe and emphasizes that Russia violated international law and destabilized Ukraine, and that long-term conflicts in the Black Sea region affect security order in Europe. Along the same vein, the European Union Global Strategy stipulates that the European Union will be an organization of international law, democracy, human rights and cooperation in which each country will be free to choose for itself (European Union Global Strategy, 2016).

The EU Global Strategy acknowledges that managing relations with Russia is an important strategic challenge, and that a coherent approach should remain the cornerstone of the European Union's policy towards Russia. The Strategy also provides that regarding the relations particularly between the European Union and Russia, an approach based on international law and the principles that form the basis of the European security order, including the Helsinki Final Act and the Paris Charter, will be followed, and underlines that Russia's illegal annexation



of Crimea and destabilization of Eastern Ukraine will not be accepted ([European Union Global Strategy, 2016](#)). Based on the developments in Ukraine and Russia, the European Union Global Strategy adopts an approach that will strengthen the European Union, strengthen the resilience of its eastern neighbors and support their right to freely define their approach to the European Union. It is acknowledged that, in case of a conflict of interests regarding the Russian conflicts, cooperation will be initiated ([European Union Global Strategy, 2016](#)). As in the case of Ukraine, a paragraph is dedicated to the Middle East, and the resolution of conflicts, promotion of development and human rights, overcoming the threat of terrorism and the problems concerning demography, migration and climate change, and achieving a shared prosperity are described as goals. The strategy emphasizes that practical cooperation will be supported; dialogue and negotiations will be favored in regional conflicts as such in Syria and Libya; and that close dialogues will be established with key stakeholders in the Israeli-Palestinian conflict; and also included the issue of refugees ([European Union Global Strategy, 2016, p.34-35](#)).

The European Union Global Strategy stipulates that the EU will take measures at all stages of conflict cycles, respond to crises responsibly and decisively, invest in stability, and take early measures in case of a new crisis. The strategy notes that conflicts cannot be resolved alone, and it highlights that sustainable peace can be achieved through comprehensive agreements based on well-rounded, deep and lasting regional and international partnerships ([European Union Global Strategy, 2016, p.9-10](#)). Accordingly, the strategy affirms that the vision of peace policy will be quickly translated into action and a smooth transition towards long-term peacebuilding will be ensured. Furthermore, the document mentions the correlation between crisis intervention and the long-term efforts towards peace, human rights and resilience through Common Security and Defence Policy, humanitarian aid and sanctions, and diplomacy ([European Union Global Strategy, 2016, p.50-51](#)).

The 2003 European Security Strategy A Secure Europe in a Better World (ESS 2003), as well as the 2015 US National Security Strategy (NSS 2015), played an important role in the development of the 2016 European Union Global Strategy, and in the changing global environment, both served as reference points in the European Union's characteristics ([Selchow, 2016](#)). Indeed, the 2016 European Union Global Strategy was revealed as a strategy document that the 2003 European Security Strategy attempted to live up to. The European Security Strategy was a draft of the European Union's aspirations and the European Union Global Strategy appeared as the strategy itself ([Žutić and Vukadinović, 2017, p.104](#)). While the European Security Strategy adopted multilateralism as the advocated word, the European Union Global Strategy embraced resilience/flexibility. While multilateralism is indeed indicative of the EU's preferred implementation of foreign and security policies, another desired aspect demand/flexibility in the other party. There is also a pragmatic objective that depends on existing European Union instruments. Both the 2003 and 2016 Documents focused on the European Union's engagement in the international security environment, and the EU Global Strategy set a final goal ([Žutić and Vukadinović, 2017, p.108](#)). Ultimately, the EU Global



Strategy 2016 formed an aspect of the social reestablishment of European security and was designed as an advisory and inclusive strategy (Selchow, 2016).

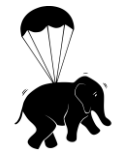
5. EUROPEAN UNION SECURITY UNION STRATEGY 2020

The European Union Security Strategy notes that the security environment is affected by numerous elements including changing threats, climate change, demographic trends and political instability that transcends borders. The new strategy document focuses on the importance of working together to improve the overall crisis system and contribute to global stability. It has been emphasized that efforts should exceed the borders of the European Union, that the protection of the Union and its citizens goes beyond ensuring security within the borders of the Union, and that the external aspects of security must also be addressed (EU Security Union Strategy, 2020, p.1-2). In this context, the new document states that the European Union's approach to external security within the framework of the Common Foreign and Security Policy and the Common Security and Defence Policy will continue to be a fundamental component to increase security within the European Union. On the other hand, the new document sets out that cooperation with third countries and on a global level to address common problems, stability in the Union's region and security are critical for the Union (EU Security Union Strategy, 2020, p.2).

The new document emphasizes the need to develop capacities for early detection, prevention and quick response of security crises, the need for reliable strategic intelligence for security policies, and the importance of a broader crisis management system (EU Security Union Strategy, 2020, p.5). The European Union has also underlined that its position is unique in responding to new global threats and challenges and has outlined the below four key strategic priorities (EU Security Union Strategy, 2020, p.6):

- A future-oriented security environment
- Tackling emerging threats
- Protecting Europeans from terrorism and organized crime
- Building a strong European security ecosystem.

While the 2016 European Union Global Strategy included articles on Russia and Ukraine, the new document does not contain any statements nor solutions regarding the relations with Russia or the ongoing crisis in Ukraine. Although the new document attempts to build the security ecosystem of the European Union and emphasizes complex cross-border threats and issues such as the fight against Covid-19, a Security Union has not been clearly defined. The document focuses more on ambitions rather than on concrete structures, and prioritizes the security of the individual over the security of the European Union. Also asserting strengthening border security through close cooperation with third countries and international organizations, the strategy document mentions that the security policy should be based on the shared values of the European Union including democracy, the rule of law and the protection of fundamental rights.



6. THE USE OF SOFT POWER

The European Union, a symbol of European unity, bears considerable soft power. The view that war is now out of the question between countries that have fought fiercely for centuries and that Europe has become an island of peace and prosperity inflicts a positive image in many parts of the world. The economic growth and the development of equality, democracy and personal freedoms in Europe set a model and Eastern European countries had a positive outlook towards Europe (Nye, 2005, p.80-81). With the end of the Cold War, the aim of becoming a member of the European Union led the countries in Eastern Europe to Brussels, and captivated by the Union, these countries envisioned their long-term future in the European Union (Nye, 2005, p.81).

The EU's practice of soft power generally consists of a top-down approach, bridging gaps in the public sector in the respective country, concluding trade and political agreements, and supporting new policies where necessary (Christian, 2020, p.12). In this context, the European Union believes that the European Union is a positive force in solving the problems of the world as a measure of its soft power. After the Iraq War, Eastern Europeans and the Turkish gave high marks to the European Union from reducing poverty to protecting the environment and fighting terrorism. However, as evidenced in the case of Iraq, there is a disagreement of perspective in Europe which faced the Union with numerous issues. It made it particularly challenging to address the crises as in case of disputes, the foreign policy and defence policies reside in the authority of national governments and (Nye, 2005, p.82) the states' hard power falls in the hands of countries advantageous in terms of budget and arms.

Soft power has also been used as a tool on Ukraine in the European Union's security and defense policies. Having officially declared independence on August 24, 1991, Ukraine faced political, social and economic problems and had high hopes of improving the economy and building democracy, a value that constitutes a soft power of Europe (Galeotti, 2019, p.4-5). In early April 2014, Russian-backed uprisings broke out in Ukraine's heavily Russian-speaking, heavy-industrial region Donbass, and a war began that risked bringing Ukraine to its knees (Colborne, 2022, p.32). With Russia's annexation of Crimea and its support of the Donbass rebels, the Western narrative of democracy once again surfaced (Cohen, 2019) and the soft power values in the security and defense policies of the EU were wielded towards the full acquisition of Ukraine. The political provisions of the Association Agreement were signed between the EU and Ukraine on March 21, 2014, immediately after Russia's annexation of Crimea, which started in February 2014 and lasted over twenty days, and underlined the continuation of the signing and conclusion of the remaining parts of the Agreement.

As mentioned in the 2003 European Security Strategy, following the Russian annexation of Crimea in 2014, Ukraine's integration into the European Union was regarded as a way of crisis management and the policies regarding the crisis proved insufficient. The European Union endeavored to use its soft power and will to counter these developments, and the Association



Agreement with Ukraine turned into an area of defense and security where soft power can be equipped.

In the meanwhile, the EU emphasized the importance of human rights, and pursued an approach that kept communication channels open, had restrictive measures, and ensured the support of Ukrainian reforms. With the aim of resolving the political crisis in a peaceful and conciliatory manner, the EU combined pressure with diplomatic efforts and sustained dialogue (Rees, 2016, p.32). The European Union's calls to protect the soft power values to defend human rights and democracy in Ukraine during and after the crisis and to continuously highlight Russia's violation of international law did not solve the problems related to security and defense, and rather gained further importance to plans of creating a European identity. The division in Eastern Europe, cultural differences, traditional rivalries in Europe and the ethnic nationalism of Russia caused a conflict between the patriots in the crisis policies of the European Union and in the process of creating a European identity. Europe proved contradictions in the crisis management policies regarding the use of soft power in crisis particularly when it welcomed Ukrainians despite having closed its doors to Syrians in the 2015 Syrian refugee crisis.

The European Union's soft power approach works well in the case of a friendly government that desires change. As in the case of Ukraine, the model demonstrated by the government helped shape people's expectations of a European future and set the stage for a vicious rupture in society between the pro-European and pro-Russian groups. While supporting state structures and adhering to economic and political agreements play an important role in terms of soft power, complying to it as an actor limited in only one region (Christian, 2020, p.12) did not solve the problems either.

Following the annexation of the Crimea in 2014, a large-scale military build-up was launched by Russia in 2021 near the eastern Ukraine border, and a new crisis commenced with Russia's military offensive against Ukraine on February 24, 2022. Military aggression against Ukraine was condemned by the European Union. As of February 2022, the Council of Europe and the Council of the European Union met regularly to discuss the situation and it was stated that tensions and conflicts would be resolved through dialogue and diplomacy. European Union leaders demanded that Russia cease military actions and that Ukraine's territorial integrity, sovereignty and independence be fully respected, and emphasized Ukraine's right to choose for itself. The European Union also called for solidarity and support between countries hosting refugees fleeing the war in Ukraine and coordinated with NATO, OSCE, UN and G7.

Sufficient steps were not taken to strengthen the European Union or to contribute to the struggle of Ukraine regarding the resolution of the Ukraine issue, despite it being included in the 2016 EU Global Strategy. On the other hand, the emphasis in the strategy on taking early measures in case of such a crisis was turned into action. Although the European Union Global Strategy states that the values that constitute soft power, such as human rights, are linked to crisis intervention, the European Union responded with different answers to the crisis in Ukraine. The length of the decision-making mechanism combined with the inability to make joint or effective



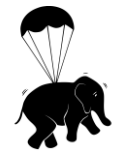
decisions caused the crisis management to fail in achieving the expected results up until current period. The European Union has made efforts to use hard power as well as soft power, and many individuals and organizations have been included in the sanctions list, and Ukraine has been provided with humanitarian, financial, political and military support. The European Union has taken various measures to weaken Russia's economy and reduce its ability to fight by depriving Russia of technology. The European Union has also imposed sanctions such as the ban on transactions with the Central Bank of Russia and the SWIFT ban. In addition to economic sanctions, the European Union has also employed media restrictions and diplomatic measures in crisis management and closed its airspace to all Russian aircraft.

In compliance with its soft power approach, on June 23, 2022 the Council of Europe granted Ukraine candidate status for accession to the European Union. Ultimately, the 2020 European Security Union Strategy underlined the importance of crisis management and the correlation between security policy and values such as democracy and the rule of law, which include soft power values, while the crisis in Ukraine continued to be an important problem that needed to be urgently resolved for the European Union.

7. EUAM

The EU and its member states are implementing a range of tools to globally optimize their diplomatic, humanitarian and development contribution. Coordinated by the EU's External Action Service, these tools are employed in the efforts for global peace and security. EUAM, designed based on the values constituting the soft power of the EU and created after the Maidan Revolution, is important for the EU's Common Security and Defence Policy ([EU Missions Worldwide, 2022](#)). Created in December 2014 after Russia's annexation of Crimea, EUAM operates in accordance with European Union standards and international good governance and human rights principles to accelerate sustainable reform in civil security. Leveraged for crisis response as a civilian mission in the European Union security and defense policies, EUAM functions in developing civil security strategies, cooperating and coordinating reform efforts with Ukrainian and international actors, and supporting reforms to deliver education and other projects ([EUAM Ukraine, 2022](#)). EUAM Ukraine, which is autonomous and its unitary and international nature respected by the host state as per the agreement ([Wouters et al, 2021, p.393](#)), was assigned new tasks by the European Union member states in March and April 2022. EUAM assists law enforcement to facilitate the flow of refugees from Ukraine into neighboring Member States and the humanitarian aid into Ukraine and works to facilitate the investigation and prosecution of international crimes ([EUAM Ukraine, 2022](#)).

Since 2015, 15,000 people have been trained with the contributions of EUAM, 27 key strategic documents have been approved after EUAM recommendation, and 59 bills have been passed with the help of EUAM. EUAM has been working on reforms for the development of the country from the establishment of a community policing strategy to countering domestic violence across Ukraine. With the contribution of EUAM, the National Security Law was



adopted in 2018 and the National Human Rights Strategy (NHRS) of Ukraine was signed in 2021 ([EUAM Progress in Reform, 2022](#)). With the escalation of the conflict with Russia that started in 2014 and the occupation of Ukraine in 2022, more than 7.4 million Ukrainians fled the country and a major refugee crisis was triggered. In the meanwhile, Ukraine has applied for EU membership. In response to Russian attacks, the Council of Europe decided to grant Ukraine candidacy status for the EU, and EUAM Ukraine acted together with its Ukrainian partners to stabilize the country, guarantee democracy, promote the rule of law and human rights ([EUAM Progress in Reform, 2022](#)).

As evidenced by the developments in Ukraine, states, international organizations, media and people try to grasp the emerging reality after a crisis, and the credibility and reliability of the actors' actions in many crises such as military conflicts, terrorist attacks or diplomatic crises affect crisis management ([Aydemir, 2022, p.132-133](#)). In this context, from the perspective of the European Union, EUAM is a credibility and reliability-oriented policy aimed at the resilience of Ukraine's civil security, and the combination of the rule of law with credibility ([Rabinovych, 2021, p.204](#)) in the Union's response to the crisis in Ukraine and its surroundings.

Depending on the type and severity of the crisis, minimizing damage in optimal response strategies, as well as focusing on what works best for everyone, including the national government and international public opinion in other countries, contributes to crisis management. EUAM intervenes ([Kim, 2015, p.124-125](#)) at a regional level depending on the nature and severity of the crisis and, in the context of EUAM's security and defense strategies, the objective to have Ukraine ([Mays, 2021, p.123](#)) reach a civil security sector that is efficient, accountable and trusted by the public is a strategy focusing on everyone's benefit. This strategy is also a message for Russia.

EUAM's presence in Ukraine, attempting to fulfill its duty in many respects after the comprehensive Russian occupation on February 24, 2022, has a symbolic meaning in terms of the use of soft power values of the EU in crisis management policies. Hence, considering the correlation between theory and practice, it is evident that it is challenging for EUAM, a component of the crisis management processes of the EU in the Russia-Ukraine War and the Union's presence in Ukraine since 2014, to respond effectively and rapidly to the crises.

EUAM, which was shaped by geopolitical concerns and priorities included in the 2003 European Security Strategy, serves as a positioning for Brussels in the security and defense policy towards Russia in Eastern Europe. Furthermore, EUAM emphasizes efficiency and transparency in Kiev's integration into the EU.

8. CONCLUSION

The EU is both an intergovernmental and a supranational entity. The EU displays success in institutional terms and reveals a unique quality in terms of law. The EU has an intergovernmental organization model that limits supranational demands. Sometimes social



welfare and national security are the underlying reasons for joining the EU (Tzimitras, 2013, p.117). Policies and strategies regarding security are also put forward from time to time. The European Security and Defence Policy (ESDP), the 2003 European Security Strategy, the 2016 European Union Global Strategy and the 2020 EU Security Union Strategy failed to establish a working crisis management system in line with the EU's policies. Neither in the past nor today has the European Union been sufficiently successful in developing its defense capacity against Russia or strategically addressing the crisis management policies regarding the events in Ukraine, and has instead focused on the integration of Ukraine into the Union. In the security and defense approach of the EU, there have been difficulties in defining norms in crisis management policies, and especially in the crisis that has progressed gradually in Ukraine since 2014, the European Union has wielded soft power and EUAM to address concerns.

Although the European Union has adopted the soft power approach to crisis management, it has not been able to fully describe its general objectives and goals in the defense and security policies and overall objectives and goals have remained ineffective in resolving the crisis. The EU did not focus on specific objectives in resolving the crisis and failed to intervene quickly and firmly in crisis management. The EU's shortcomings were reflected in the Union's insufficient military power, lack of a proactive approach as evidenced in the differences between the strategic documents, failure in drawing clear lines towards Russia, incoherent political attitude towards the Syrian and Ukrainian crises, impact of conflicting policies on a set of subsequent policies, sanctions on Russia falling short of full impact, multilateral approach not fulfilling the expectations, and the lack of ability to estimate long-term developments as evidenced in the 2016 and 2020 documents.

To shape a democracy that takes Europe as an example is to create a real long-term solution for the security of both the country in question and Europe (Christian, 2020, p.12). The EU has pursued policies at the point of vital importance on sharpening soft power tools in order to secure the future of Ukraine and its surroundings, and has prioritized political coherence in strategies that contribute to regional security. EUAM, which took place in crisis management policies between 2014-2022, was also a reflection of soft power and prioritized EU standards and human rights. Therefore, the EU's desire to resolve crises peacefully and reconcilably on the axis of soft power, the difficulties of resisting geopolitical and geo-economic challenges, and the urgent need of establishing deterrence and defense against Russia have weakened the hand of the Union.

The influx of masses into Europe following the war in 2022 and Russia's exploiting of the EU's dependency on Russian energy, have indicated that it was vital for the EU to invest in hard power and energy. Furthermore, the Ukraine crisis has proven the need for urgent planning to resolve issues in dealing with complex strategic realities of the Union's security and defense approaches across borders, and for a new approach in crisis management policies.



References

- Aydemir, E. (2022). Kriz yönetimi bağlamında kamu diplomasisi. V. Eren (Ed.). *Kamu sektöründe kriz yönetimi: Kavram, kuram ve uygulamalar içinde* (ss. 129-145). Nobel Akademik Yayıncılık.
- Bendiek, A. (2006). Cross-pillar security regime building in the European Union: Effects of the European security strategy of december 2003. *European Integration Online Papers*, 10(9), 1-18.
- Biscop, S. (2005). *The European security strategy: A global agenda for positive power*. Ashgate Publishing.
- Britz, M., & Eriksson, A. (2005). The European security and defence policy: A fourth system of European foreign policy?. *Politique Européenne*, 2005/3 n° 17, 35-62. <https://www.cairn.info/revue-politique-europeenne-2005-3-page-35.htm> (Accessed: 28 August 2022).
- Cohen, S. F. (2019). *War with Russia?: From Putin & Ukraine to Trump & Russiagate*. Hot Books.
- Colborne, M. (2022). *From the fires of war: Ukraine's azov movement and the global far right*. (Analyzing Political Violence, Vol. 2). Ibidem Press.
- Christian, C. (2020). *Towards a more effective EU diplomacy: A comparative analysis of the EU soft power in Ukraine and Belarus*. Institute of European Democrats.
- Düzgit, S. A. (2013). Avrupa Birliği genişlemesi ve komşuluk politikası. A. Kaya, S. A. Düzgit, Y. Gürsoy, & Ö. O. Beşgül (Der.). *Avrupa Birliği'ne giriş: Tarih, kurumlar ve politikalar içinde* (ss. 43-58). İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları.
- EU Missions Worldwide (2022). <https://www.euam-ukraine.eu/our-mission/eu-missions-worldwide/> (Accessed: 4 September 2022).
- EU Security Union Strategy (Brussels, 24 July 2020). European Commission.
- EUAM Progress in Reform (2022). <https://www.euam-ukraine.eu/our-mission/progress-in-reform/> (Accessed: 4 September 2022).
- EUAM Ukraine (2022). <https://www.euam-ukraine.eu/our-mission/about-us/> (Accessed: 4 September 2022).
- European Security Strategy, A Secure Europe in a Better World. (Brussels, December 12, 2003). *Council of the European Union, December 2, 2013*. https://www.cvce.eu/obj/european_security_strategy_a_secure_europe_in_a_better_orld_brussels_12_december_2003-en-1df262f2-260c-486f-b414-dbf8dc112b6b.html (Accessed: 31 August 2022).
- European Union Global Strategy (June 2016). European Commission.
- Galeotti, M. (2019). *Armies of Russia's war in Ukania*. Osprey Publishing.



- Grevi, G. (2009). ESDP institutions. In G. Grevi, D. Helly, & D. Keohane (Eds.). *European security and defence policy: The first ten years (1999 2009)* (pp. 19-67) The European Union Institute for Security Studies.
- Grevi, G. & Keohane, D. (2009). ESDP resources. In G. Grevi, D. Helly, & D. Keohane (Eds.). *European security and defence policy: The first ten years (1999 2009)* (pp. 69-114). The European Union Institute for Security Studies.
- Güner, O. (2020). Arnavutluk'un Avrupa Birliği üyelik sürecindeki siyasi zorlukları: Hukukun üstünlüğü ve yolsuzluk örnekleri. *Türk İdare Dergisi*, 92(491), 163-202.
- Hunter, R. E. (2002). *The European security and defence policy: NATO's companion or competitor?.* Rand.
- Ionnides, I. (2007). Police mission in Macedonia. In M. Emerson, & E. Gross (Eds.). *Evaluating The EU's crisis missions in the Balkans* (pp. 81-125). Centre for European Policy Studies.
- Kennedy, P. (1991). *Büyük güçlerin yükseliş ve çöküşleri* (B. Karanakçı Çev.). Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları.
- Kim, J. R. (2015). Application of issues and crisis management to public diplomacy. In G. J. Golan, S. Yang, & D. F. Kinsey (Eds.). *International public relations and public diplomacy* (pp. 109-130). Lang Publishing.
- Kissinger, H. (2012). *Diplomasi* (İ. H. Kurt Çev.). Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları.
- Mays, T. M. (2021). *Historical dictionary of multinational peacekeeping*. Rowman & Littlefield.
- McCourt, D. M., & Mudge, S. L. (2022). Anything but inevitable: How the Marshall Plan became possible. *Policy & Society*, 0(0), 1-30.
- Nye, J. S. (2005). *Yumuşak Güç* (R. İnan Aydın Çev). Elips Kitap.
- Özgöker, U. & Batı, G. F. (2017). *Küresel denklemde Avrupa'nın iç ve dış "birlik" güvenliği: Avrupa güvenlik ve savunma politikası*. Yeni Güvenlik Ekosistemi ve Çok taraflı Bedeli Ana Temalı 4. İstanbul Güvenlik Konferansı 2017, TASAM ve Nişantaşı Üniversitesi 01-03 Kasım, 261-272.
- Portela, C. & Kienzle, B. (2015). European Union non-proliferation policies before and after the 2003 strategy: Continuity and change. In S. Blavoukos, D. Bounrantonis, & C. Portela (Eds.). *The EU and the non-proliferation of nuclear weapons* (pp. 48-66). Palgrave Macmillan.
- Rabinovych, M. (2021). *EU regional trade agreements: An instrument of promoting the rule of law to third states*. Routledge.
- Rees, M. V. (2016). *Analysing the effectiveness of the EU as a regional crisis management actor in the post-lisbon era: A case study assessment of the capability expectations gap applied to the Ukraine crisis*. The Hague University of Applied Sciences.



- Selchow, S. (2016). The construction of 'European Security' in the European Union in a changing global environment: A systematic Analysis. *European Security*, 25(3), 281-303.
- Smith, K. E. (2017). A European Union global strategy for a changing world?. *International Politics*, 54, 503-518.
- Tank, G. P. (1998). The CFSP and the nation-state. In K. A. Eliassen (Ed.). *Foreign and security policy in the European Union*. (pp. 9-21). Sage Publications.
- Tangör, B. (2012). Dış, güvenlik ve savunma politikaları. B. Akçay, & İ. Göçmen (Eds.), *Avrupa Birliği: Tarihçe, teoriler, kurumlar ve politikalar içinde* (ss. 579-607). Seçkin Yayıncılık.
- Tuğtan, M. A. (2013). Avrupa Birliği güvenlik ve savunma politikası. A. Kaya, S. Aydın Düzgit, Y. Gürsoy, & Ö. O. Beşgöl (Der.). *Avrupa Birliği'ne giriş: Tarih, kurumlar ve politikalar içinde* (ss. 251-267). İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları.
- Tzimitras, H. (2013). Avrupa Birliği hukuku. A. Kaya, S. Aydın Düzgit, Y. Gürsoy, Ö. O. Beşgöl (Der.). *Avrupa Birliği'ne giriş: Tarih, kurumlar ve politikalar içinde* (ss. 117-132). İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları.
- Vasconcelos, Á. d. (Ed.). (2009). *The European security strategy 2003-2008: Building on common interests*. Institute for Security Studies.
- Vestel, P. d. (1998). The future of armament cooperation in NATO and WEU. In K. A. Eliassen (Ed.). *Foreign and security policy in the European Union* (pp. 197-215). Sage Publications.
- Wouters Žutić, I., & Vukadinović, L. Č. (2017). EU global strategy – an upgrade or new os. *European Studies*, 3(5-6), 91-115.

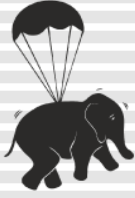
Declaration of Contribution Rate: The authors have contributed equally.

Declaration of Support and Appreciation: The research did not receive any support from any institution or organisation.

Declaration of Conflict: The authors declare that there is no conflict of interest.

In this study, the rules stated in the "Higher Education Institutions Scientific Research and Publication Ethics Directive" were followed.

This article has been screened with **similarity** detection software.



Application of Gamification Model in the Internship Orientation Program: A Proposed Conceptual Model from the Private University Context of Bangladesh

Mohammad Atiqul Basher¹ Zaheed Husein Mohammad Al-Din²

Received/ Başvuru: 12.03.2023

Accepted/ Kabul: 08.06.2023

Published/ Yayın: 30.06.2023

Abstract

Despite being the 8th most densely populated country in the world, Bangladesh is one of the countries with the most underdeveloped manpower resources in the world. In order to stimulate learning within the masses, the demand for flipped classroom settings and innovative phenomena like gamification can appear as a solution. The aim of this conceptual paper was to explore gamification as a teaching mechanism for the pre-internship training for the graduate school students. Based on literature analysis and from our observation of the internship program, we have proposed two process flow diagrams that attempt to integrate the mechanisms of gamification within the internship program. The proposed models integrate the ideas from goal-setting theory, behavioral reinforcement theory, self-determination theory and social-comparison theory.

Keywords: human resources management, gamification, internship, training and development

¹ Lecturer, BRAC Business School, BRAC University, Bangladesh, atiqul.basher@bracu.ac.bd, Orcid: 0009-0000-7944-5632

² Senior Lecturer, BRAC Business School, BRAC University, Bangladesh, zaheed.husein@bracu.ac.bd, Orcid: 0009-0006-6077-9441



Staj Oryantasyon Programında Oyunlaştırma Modelinin Uygulanması: Bangladeş'teki Özel Üniversite Bağlamından Önerilen Bir Kavramsal Model

Özet

Bangladeş, nüfus yoğunluğu bakımından dünyada 8. sırada yer almasına rağmen, dünyadaki insan gücü kaynakları en az gelişmiş ülkelerden biridir. Kitleler arasında öğrenmeyi teşvik etmek için, tersine çevrilmiş sınıf ortamlarına ve oyunlaştırma gibi yenilikçi fenomenlere olan talep bir çözüm olarak görünebilir. Bu kavramsal makalenin amacı, yüksek lisans öğrencileri için staj öncesi eğitim için bir öğretim mekanizması olarak oyunlaştırmayı keşfetmektir. Literatür analizine ve staj programına ilişkin gözlemlerimize dayanarak, oyunlaştırma mekanizmalarını staj programına entegre etmeye çalışan iki süreç akış şeması önerdik. Önerilen modeller, hedef belirleme teorisi, davranışsal pekiştirme teorisi, kendi kaderini tayin teorisi ve sosyal karşılaştırma teorisinden gelen fikirleri bütünleştirir.

Anahtar Kelimeler: insan kaynakları yönetimi, oyunlaştırma, staj, eğitim ve gelişim



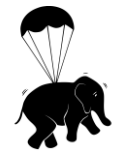
1. INTRODUCTION

In the present context, graduate employability and placement has become a critical issue around the world, especially in an overpopulated country like Bangladesh. According to a survey conducted by world population review (2019) Bangladesh has an estimated total population of 168.07 million. Of this entire population, 19.36% of the citizens fall under the age group of 15-24 years and 39.73% of the residents fall under the age segment of 25-54 years. (Indexmundi, 2019a). Even though Bangladesh has a huge population that falls under the active age group, the unemployment rate of Bangladesh has not been favorable as reported by CEIC (2021) Bangladesh's unemployment rate rose from the previously reported figure of 4.35% in December 2016 to 4.37% in December 2017. The phenomenon of unemployment rate has been observed throughout the world as well. According to (Indexmundi, 2019b) Global unemployment rate has increased from a rate of 7.5% in 2016 to a rate of 7.9% in 2017.

The growing unemployment rate throughout the world has raised some concerns regarding the role of education institutions towards developing employable graduates (Lyons and Hill, 2015). Universities are under growing pressure to generate marketable graduates as a result of recent changes in education and labor market policies (Bridgstock, 2009). Academic institutions should continue to face pressure to empower their students with relevant credentials that contain marketable skills in order to address the unemployment problem. As the primary objective of education is to teach knowledge, this opens up opportunities for work in the students' preferred industry (Durazzi, 2021). Thus, it has become crucial for Bangladeshi universities to get in touch with the country's largest companies and learn about the perceived discrepancy between their requirements and graduation qualifications. The internship program, in which interns are assigned to the institutions so they may gain first-hand knowledge of the information throughout their academic career, is one significant platform that can enable the universities to close the knowledge gap. Throughout the process, the universities and their graduates may have the chance to hear from companies on the abilities of the students relative to their requirements.

The idea of gamification as a tool for enhancing knowledge disbursement is a familiar concept in the world of academia. For instance, in a course on professional competences, Santos-Guevara and Rincon-Flores (2020) discovered that a gamified leaderboard system increased student engagement, assignment quality, and final grades. On the other hand, (Fitz-Walter et al., 2011) discovered that incoming university students' involvement with a gamified mobile application during orientation rose. Last but not least, O'Donovan, Gain and Marais (2013) discovered that gamification increased class participation, topic comprehension, problem-solving abilities, and general engagement in a college course.

While there is no shortage of literature that shows the connection between gamification and higher education, surprisingly, the authors of this research discovered a paucity of such research within the concept of internship education program and virtually non-existent within the context of developing country like Bangladesh. This is surprising because internship gives students the



chance to experience first-hand how a business organization runs on a daily basis, put the principles and ideas they study in class into practice, and learn new skills (Goia et al., 2017; Swift and Kent, 1999) and thus should be deemed as an important step by the universities.

Hence, the purpose of this study is to evaluate the possibilities of gamification as a means of changing this curriculum. With this thought in mind, we wrote this conceptual paper by asking the following question: “How can the gamification process be effectively integrated at the internship program of the universities?”

2. GAMIFICATION

According to (Deterding et al., 2011, pp.2425-2428), “Gamification” is a colloquial word that refers to the incorporation of video game components into non-gaming systems in order to enhance user engagement and user experience (UX). Huotari and Hamari, (2012), on the other hand, describes gamification as the use of games to enhance user and customer experiences. In this case, the game’s components may contain motivating tools like badges, leaderboards, and levels. In contrast to conventional incentives, the reward frequently acts as a signal to the player and others that a certain level of skill has been reached rather than being directly tied to the goal that was attained. A series of intermediate objectives are used to map out progress towards an overarching aim, and reward systems are frequently used to facilitate and guide progress monitoring (Buckley and Doyle, 2016).

Although Deterding popularized the phrase in 2011, the earliest documented use of gamification took place in Lenin’s Soviet Union, when employees were encouraged to boost production rates through contests (Nelson, 2012). Since the term’s introduction, academics from all around the world have researched the implications of gamification and its efficacy. The “gamification” movement, according to Rughiniş (2013), grew primarily in the business, education, and healthcare sectors. It also spread into other social settings through the use of serious games, ubiquitous games, games with a purpose, and other gaming-related technologies.

Gamification is gaining users’ acceptance little by little. According to Peterson (2012) By 2016, the gamification market is forecasted to be worth 2.8 billion dollars. Yet, according to certain projections, gamification will reach over US\$ 11 billion by 2020. (Markets and Markets, 2016). Thom, Millen and DiMiccio (2012) took the initiative to investigate the effects of eliminating gamification from a business social networking system where gamification principles were included to maintain user engagement. The participants in this research saw a decline in user activity in the two most active regions, the United States and India, after assessing user reaction in the modified system.



3. FINDINGS

3.1. Application of Gamification in Education

Low student motivation is one of the growing concerns worldwide. According to Zichermann and Cunningham (2011), many pupils don't have the drive or curiosity to learn. Conventional assessments frequently serve to punish pupils with grades that cannot be modified, so diminishing confidence and desire in continuing the learning process, according to Pike (2015), who cited this as one of the potential causes. Yet by allowing students to practice content until they have a firm grasp of it without incurring any consequences, good games can open up classroom chances for going beyond the conventional externally-motivated grading system.

Gamification has been investigated as a potential remedy for this issue. Fitz-Walter, Tjondronegoro and Wyeth (2011) conducted research on the shift in student behavior following the addition of an accomplishment system to a mobile event application designed to aid freshmen in adjusting to university life. All of the participants achieved at least four accomplishments, while the majority of participants (81.8%) completed 10 or more of the twenty achievements, according to data collected on user behavior utilizing multimodal inputs on a phone. 96.1 percent of participants, all but one, believed that the accomplishment system enhanced their orientation experience and was enjoyable to use.

Prensky (2003) had a similar opinion when he said that gaming characteristics can supply the entertainment component of the instructional design that is necessary to captivate students. Engaging students may be facilitated by stealing gaming aspects and using them in the classroom setting.

In order to include gamification into ordinary coursework, a number of efforts have been launched, according to Stott and Neustader (2013). Just press play (JPP), a real-world game created at Rochester Institute of Technology (RIT), was one of the initiatives. With the game's gameplay elements, students were urged to exhibit desirable social behaviors that aided in their academic performance. Such as speaking with the professors, going to workshops, etc. In exchange, instructors gave each student an RFID card so they could record and monitor their progress.

By looking at these studies, we could see that researchers have put a lot of work into improving students' classroom experiences. Yet, the bulk of research mainly addressed improving courses and learning environments. It was discovered after reviewing and evaluating the secondary sources that no studies had been conducted to employ gamification approaches to prepare undergraduate and postgraduate students for their internship programs, which serve as the majority of students' entry points into the corporate sector. This study aims to fill this gap by investigating the viability of using gamification approaches to prepare students for their internship placement in the business sector. The goal of this study is to offer these options in

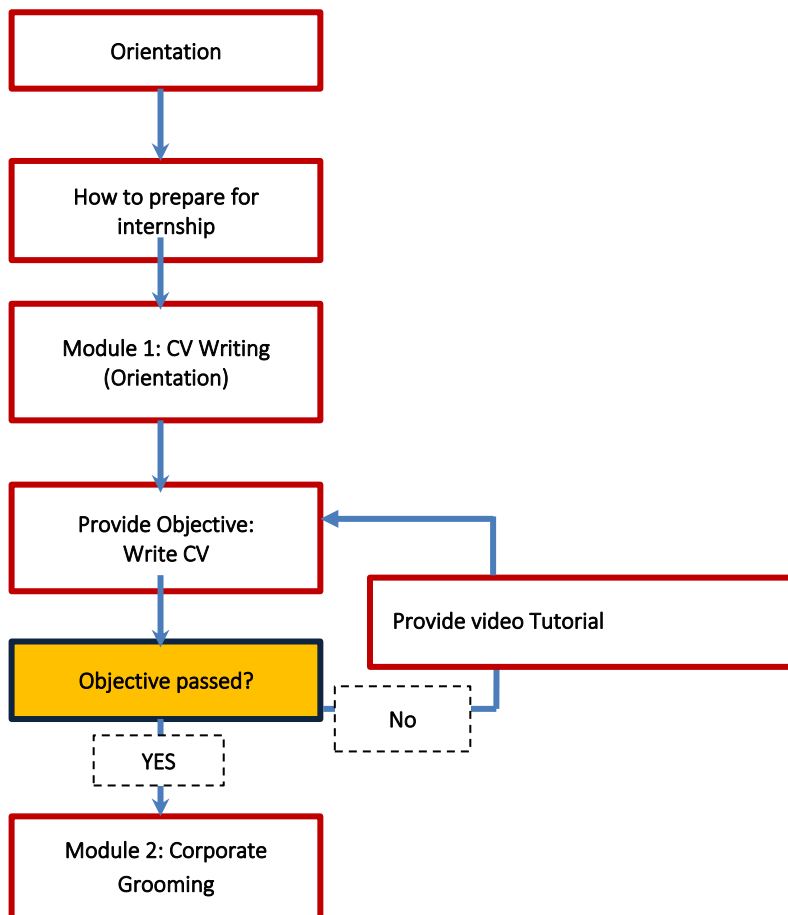


the form of two models that are fully compliant with a number of theories that closely relate to gamification strategies.

3.2. Proposed Model

Model 1: The internship orientation program was envisioned in the original suggested concept as a collection of several courses. The interns in this instance will be trained using a level-based game approach. In accordance with the suggested paradigm shown above, interns must receive some instruction on the module during a workshop. Interns must complete an objective or challenge in order to pass a level (or a module). The interns will advance to the following module or level if they succeed in the task.

Figure 1. Proposed 1st model for implementing gamification in internship



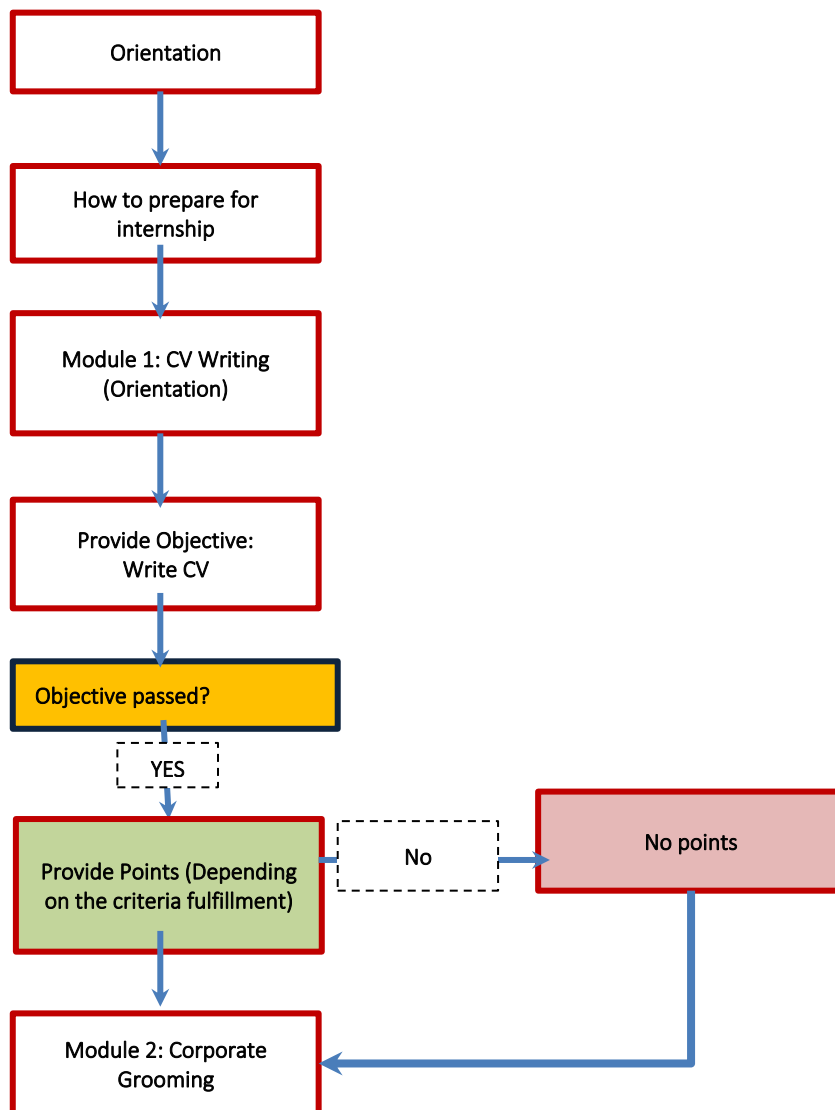
The interns will be given access to video tutorials to review the workshop lessons, but if they don't succeed, they will have to retake the goal. They will be able to advance to the next module if they successfully meet the requirements. There will be a deadline set for the interns to finish all of these modules in the case of these modules. Via a dashboard like the one shown below, they may monitor their progress. In this way, when all the courses have been finished, the



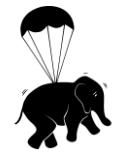
students will receive a message of congratulations, and then the certificate or any other kind of reward may be given.

Model 2: The second model, like the first, views the internship orientation program as a body of coursework. The internship orientation training program has been created using the point/leaderboard gamification, which is different from the earlier model where each module of the program was thought of as a level.

Figure 2. Proposed 2nd model for implementing gamification in internship











The aforementioned flowchart illustrates how potential interns will receive training initially through a corporate grooming session (or module), after which they will be given a task or assignment (CV writing, in this case). After the tasks are completed, the participant interns will be provided points, based on their performance. However, if the students cannot fulfill the criteria of these objectives, they will not be provided points. In either case, students will proceed



to the next module. In this case, a leaderboard should be maintained, that will keep track of the students/ intern's performance. This can look like the image provided below. Based on the intern's overall performance, the university can provide the top ranked interns with incentives or facilitate them towards getting a placement in an organization.

Figure 3. Proposed leaderboard for the 2nd model

Rank	Member Name	Reputation Points	Badge	Member Since
1	 Melissa	189		4 months ago 4/21/2016
2	 Seth Waterfall	115		4 months ago 4/21/2016
3	 Alexandra Landeta	77		4 months ago 4/26/2016
4	 Ed Viesturs	61		4 months ago 4/21/2016

4. THEORETICAL BACKGROUND

The suggested model was created in accordance with well-known ideas that have been used to explain why humans require motivation. After conducting an extensive study, we have found the following conceptual model that helped us establish these frameworks and explained how they relate to the suggested model:

Edwin Locke developed the goal-setting theory of motivation in the 1960s. According to this hypothesis, task performance and goal setting are fundamentally related (Juneja, 2011). It claims that clear, difficult objectives and useful feedback help people do tasks more effectively. Despite the fact that Locke originated this notion, Dale H. Schunk expanded upon it. According to Schunk (1991), a teacher should 1) establish realistic long- and short-term goals for students, 2) give feedback on their performance, and 3) support them in assessing their own growth in order to create a motivating atmosphere. This idea is echoed in the suggested framework, where the first and second frameworks build up attainable short-term goals in the form of module completion and inspire the students to achieve the long-term goals, which is to complete the program with a particular distinction. The suggested framework also gives the students' performance feedback because they can see how long it takes them to finish a module. Moreover, gamification elements like leaderboards and percentage completion might assist individuals gauge how they're doing in relation to other participants.

Behavioral reinforcement theory was first proposed in the 1950s by Skinner (1965). Skinner indicated the numerous outside elements in the proposed theory that might affect an employee's



conduct. Reinforcement with positive feedback is one such method. Positive reinforcement, according to (Catania, 2001), is a strategy that adds rewards and incentives rather than removing advantages in order to elicit and enhance new behaviors. It may be used at work through perks, compensation, and advancement opportunities (Wei and Yazdanifard, 2014). When a subject has learned a new behavior in the next stage, an intermittent reinforcement plan might be applied (Skinner, 1965, 1989; Woolfolk, 1998). On the other end of the spectrum, negative influences can also have an impact on behavior and performance. According to Hinline (2022), the removal, decrease, delay, or suppression of stimulation is frequently involved in the process of negative reinforcement; these actions improve the response on which they are dependent.

The suggested study upholds the idea of constructive reinforcement. The addition of a point system and leaderboard, particularly in the second model, encourages participants to exert more effort in the internship orientation program because their performance is ultimately reinforced by adding an immaterial reward (i.e., points), rather than removing benefits and features.

People engage in an activity because they find it intriguing and get spontaneous gratification from the activity itself, according to (Gagné and Deci, 2005). Although self-determination theory, proposed by Ryan and Deci (2000), serves as the foundation for the entire intrinsic motivation theory (1985), empirical evidence suggests that the two types of autonomous motivation predict different outcomes in distinct ways. Intrinsic motivation proves to be a stronger predictor of behaviors that are inherently interesting and enjoyable, while identified/integrated regulation emerges as a better predictor of performance on tasks that require self-control and concerted effort (Gagné and Deci, 2005). Gamification models were found by Kusuma, Wiggati, Utomo and Surypranata (2018) to encourage students' extrinsic motivation. In addition, they discovered that challenges offered in a variety of ways in any gamification model provide players motivation to continue learning by giving them reasons to strive and think in order to complete a task. The feeling that they will have when they succeed in overcoming the difficulties is one of satisfaction. There is no doubt that the gamification paradigm has been shown to be able to ignite both extrinsic and intrinsic motivation with equal vigor.

Leon Festinger (1954) coined the phrase "social comparison theory," which examines our innate propensity to evaluate and compare our circumstances with those around us in order to sate our urge for self-evaluation. Festinger (1954) contends that social influence and some forms of competitive conduct are conceptually equivalent aspects of the same socio-psychological process. Both are intimately related to the need for self-assessment and the requirement that such evaluation be grounded in comparison with other people. The paper's discussion of gamification methods might enhance participants' propensity for social comparison. Social barriers exist in physical settings that prevent people from spending an excessive amount of time studying charts that resemble leaderboards. Without anybody else noticing or understanding that they are engaging in such intense social comparison, students



can spend as much time as they want online researching each particular classmate or contrasting their accomplishments with those of others (Hanus and Fox, 2015).

5. CONCLUSION

Internship process is the first step for the students to attain the initial exposure towards the real-life business operations. Hence, how the students will be groomed towards this process is an important procedure for a university to consider. This conceptual paper was an initiative towards visualizing how this process can be made more effective using the concepts of gamification – a process that has been endorsed by Robinson (2006). Hence, based on the literature and our observations from our internship program, we proposed two conceptual process flows that integrated the ideas of goal-setting theory, behavioral reinforcement theory, self-determination theory and social-comparison theory. We believe, that the ideas shared on this paper can aid the universities towards an effective internship program as according to Lucardie (2014), enjoyment and fun helped adult learners focus and absorb information, which in turn motivated them to attend sessions and learn and gamification components like gamerscore, leaderboards, medals, and bonus products boost user satisfaction by inserting fun in the whole process (Hantke et al., 2018).

6. LIMITATIONS AND FUTURE RESEARCH AREAS

Although these process flows can assist the universities to visualize how gamification can be integrated with their internship program, however, these concepts require empirical verification. Hence, the future researchers can conduct empirical studies (both qualitative, quantitative or mixed) based on the theoretical frameworks mentioned above to detail the stakeholders (i.e., students and employers) perception about the entire process. Alongside this, we also recommend conducting a systematic literature review, especially to unearth the critical Antecedents, Decisions and Outcomes factor based on the ADO framework proposed by Paul and Benito (2018).

References

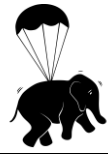
- Bridgstock, R. (2009). The graduate attributes we've overlooked: Enhancing graduate employability through career management skills. *Higher Education Research & Development*, 28(1), 31-44.
- Buckley, P., & Doyle, E. (2016). Gamification and student motivation. *Interactive Learning Environments*, 24(6), 1162-1175.
- Catania, A. C. (2001). Positive psychology and positive reinforcement. *American Psychologist*, 56(1), 86-87.
- CEIC (2021). *Bangladesh Unemployment Rate*. CEIC Data. www.ceicdata.com/en/indicator/bangladesh/unemployment-rate (Accessed: 20 June 2023).



- Deterding, S., Sicart, M., Nacke, L., O'Hara, K., & Dixon, D. (2011, May). *Gamification. using game-design elements in non-gaming contexts*. In CHI'11 extended abstracts on human factors in computing systems (pp. 2425-2428). Vancouver, Canada: ACM.
- Durazzi, N. (2021). Opening universities' doors for business? Marketization, the search for differentiation and employability in England. *Journal of Social Policy*, 50(2), 386-405.
- Festinger, L. (1954). A theory of social comparison processes. *Human relations*, 7(2), 117-140.
- Fitz-Walter, Z., Tjondronegoro, D., & Wyeth, P. (2011, November). *Orientation passport: using gamification to engage university students*. In Proceedings of the 23rd Australian computer-human interaction conference (pp. 122-125).
- Gagné, M., & Deci, E. L. (2005). Self-determination theory and work motivation. *Journal of Organizational Behavior*, 26(4), 331-362.
- Goia, S., Marinaş, C. V., & Iğret, R. Ş. (2017). A plea for quality in internship programmes—evidence from the business and administration students' experience. *Management & Marketing. Challenges for the Knowledge Society*, 12(1), 49-60.
- Hantke, S., Appel, T., & Schuller, B. (2018, May). *The inclusion of gamification solutions to enhance user enjoyment on crowdsourcing platforms*. In 2018 First Asian Conference on Affective Computing and Intelligent Interaction (ACII Asia) (pp. 1-6). IEEE.
- Hanus, M. D., & Fox, J. (2015). Assessing the effects of gamification in the classroom: A longitudinal study on intrinsic motivation, social comparison, satisfaction, effort, and academic performance. *Computers & Education*, 80, 152-161.
- Hineline, P. N. (2022). *Negative reinforcement and avoidance*. In Handbook of operant behavior (pp. 364-414). Routledge.
- Huotari, K., & Hamari, J. (2012, October). *Defining gamification: a service marketing perspective*. In Proceeding of the 16th international academic MindTrek conference (pp. 17-22).
- Indexmundi. (2019a). *Bangladesh Demographics Profile 2019*. https://www.indexmundi.com/bangladesh/demographics_profile.html (Accessed: 14 June 2020).
- Indexmundi. (2019b). *World Unemployment rate - Economy*. https://www.indexmundi.com/world/unemployment_rate.html (Accessed: 15 June 2020).
- Juneja, P. (2011). *Goal setting theory of motivation*.
- Kusuma, G. P., Wigati, E. K., Utomo, Y., & Suryapranata, L. K. P. (2018). Analysis of gamification models in education using MDA framework. *Procedia Computer Science*, 135, 385-392.
- Lucardie, D. (2014). The impact of fun and enjoyment on adult's learning. *Procedia-Social and behavioral sciences*, 142, 439-446.



- Lyons, K., & Hill, R. (2015). A shift towards industry-relevant degrees isn't helping students get jobs. *Chain Reaction*, (125), 18-19.
- Markets and markets. (2016). *Gamification Market Future Growth, Trends and Analysis – 2020*. Markets and Markets. <https://www.marketsandmarkets.com/MarketReports/gamification-market-991.html> (Accessed: 14 June 2020).
- Nelson, M. J. (2012, October). *Soviet and American precursors to the gamification of work*. In Proceeding of the 16th international academic MindTrek conference (pp. 23-26).
- O'Donovan, S., Gain, J., & Marais, P. (2013, October). *A case study in the gamification of a university-level games development course*. In Proceedings of the South African Institute for Computer Scientists and Information Technologists Conference (pp. 242-251).
- Paul, J., & Benito, G. R. (2018). A review of research on outward foreign direct investment from emerging countries, including China: What do we know, how do we know and where should we be heading?. *Asia Pacific Business Review*, 24(1), 90-115.
- Peterson, S. (2012, May 21). *Gamification market to reach \$2.8 billion in 2016*. Gamesindustry.biz. <https://www.gamesindustry.biz/gamification-market-to-reach-usd2-8-billion-in-2016> (Accessed: 15 June 2020).
- Pike, M. (2015). Gamification in the Latin classroom. *Journal of Classics Teaching*, 16(31), 1-7.
- Prensky, M. (2003). Digital game-based learning. *Computers in Entertainment (CIE)*, 1(1), 21-21.
- Robinson, S. (2006, December). *Conceptual modeling for simulation: issues and research requirements*. In Proceedings of the 2006 winter simulation conference (pp. 792-800). IEEE.
- Rughiniş, R. (2013). *Work and Gameplay in the Transparent 'Magic Circle' of Gamification: Insights from a Gameful Collaborative Review Exercise*. In Design, User Experience, and Usability. Health, Learning, Playing, Cultural, and Cross-Cultural User Experience: Second International Conference, DUXU 2013, Held as Part of HCI International 2013, Las Vegas, NV, USA, July 21-26, 2013, Proceedings, Part II 2 (pp. 577-586). Springer Berlin Heidelberg.
- Ryan, R. M., & Deci, E. L. (2000). Self-determination theory and the facilitation of intrinsic motivation, social development, and well-being. *American Psychologist*, 55(1), 68-78.
- Santos-Guevara, B. N., & Rincon-Flores, E. G. (2020, December). Gamification: when pedagogical innovations benefit internship seekers. In *Proceedings of the International Conference on Education*, 6(2), 17-25.
- Schunk, D. H. (1991). Self-efficacy and academic motivation. *Educational Psychologist*, 26(3-4), 207-231.



- Skinner, B. F. (1965). *Science and human behavior* (No. 92904). Simon and Schuster.
- Skinner, B. F. (1989). The origins of cognitive thought. *American Psychologist*, 44(1), 13-18.
- Stott, A., & Neustaedter, C. (2013). Analysis of gamification in education. *Surrey, BC, Canada*, 8(1), 36.
- Swift, C. O., & Kent, R. (1999). Business school internships: Legal concerns. *Journal of Education for Business*, 75(1), 23-26.
- Thom, J., Millen, D., & DiMicco, J. (2012, February). *Removing gamification from an enterprise SNS*. In Proceedings of the acm 2012 conference on computer supported cooperative work (pp. 1067-1070).
- Wei, L. T., & Yazdanifard, R. (2014). The impact of positive reinforcement on employees' performance in organizations. *American Journal of Industrial and Business Management*, 4, 9-12.
- Woolfolk, A. E. (1998). *Readings in educational psychology*. Allyn & Bacon.
- World Population Review. (2019). *Bangladesh Population 2019*. <http://worldpopulationreview.com/countries/bangladesh-population> (Accessed: 15 June 2020).
- Zichermann, G., & Cunningham, C. (2011). *Gamification by design: Implementing game mechanics in web and mobile apps*. O'Reilly Media.

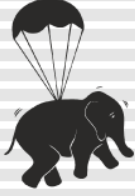
Declaration of Contribution Rate: The authors have contributed equally.

Declaration of Support and Appreciation: The research did not receive any support from any institution or organisation.

Declaration of Conflict: The authors declare that there is no conflict of interest.

In this study, the rules stated in the "Higher Education Institutions Scientific Research and Publication Ethics Directive" were followed.

This article has been screened with **similarity** detection software.



Dönüştürücü Etkiyi Ortaya Çıkarmak: COVID-19 Salgını Dönemindeki Çevrimiçi Alışveriş Deneyimleri Üzerine Nitel Bir Araştırma

Derya Altıntaş¹

Received/ Başvuru: 01.05.2023

Accepted/ Kabul: 26.06.2023

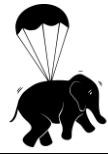
Published/ Yayın: 30.06.2023

Özet

COVID-19 salgını sırasında bireylerin kişisel olarak alışveriş yapmaları kısıtlandığında, çevrimiçi alışveriş tüketici ihtiyaçlarını ve isteklerini karşılamak için önemli hale gelmiştir. Bu nitel araştırma, daha önce çevrimiçi alışveriş deneyimi olan 25 katılımcının çevrimiçi alışveriş davranışlarındaki değişiklikleri incelemeyi amaçlamaktadır. Bu çalışma, planlanmış davranış teorisi temelinde oluşturulan tutumlar, öznel normlar ve davranışsal kontrol üzerine odaklanmaktadır. Bulgular, deneyimlenmiş avantajlar ve dezavantajların tüketicilerin çevrimiçi satın alma tutumlarını etkilediğini gösterirken, otoritelerin, uzmanların ve diğer bireylerin etkisinin öznel normları şekillendirdiğini ortaya koymaktadır. Bu çalışma, satın alma sıklığı, planlanmış satın almalarındaki sapmalar, salgın öncesi ve sonrası ürün tercihleri, ekonomik zorluklar ve pişmanlıkları inceleyerek tüketicilerin davranışsal kontrolünü değerlendirmektedir. Dikkate değer bir bulgu olarak katılımcıların kendilerini salgının etkilerinden korumak için çevrimiçi alışverişlerini artırdığıdır. Çevrimiçi alışveriş davranışlarındaki değişiklikler, evde geçirilen sürenin artması ve salgınla ilgili önlemlerle ilişkilendirilmektedir. Çalışma, maskeler ve dezenfektanlar gibi yeni ürün kategorilerinin ortaya çıkmasını tanımlamaktadır ve nakliye, iptal ve iade gibi satın alma sürecinde karşılaşılan sorunları vurgulamaktadır. Keşfedici bir yaklaşımla, bu çalışma beklenmedik olaylarda işletmelere pazarlama stratejilerini uyarlamaları için öneriler sunmayı ve böyle süreçlerdeki satın alma davranışları üzerine araştırmaya katkıda bulunmayı amaçlamaktadır.

Anahtar Kelimeler: çevrimiçi alışveriş, COVID-19, nitel çalışma, planlanmış davranış teorisi

¹ Dr. Öğr. Üyesi, Trabzon Üniversitesi Vakıfkebir MYO, Pazarlama ve Reklamcılık Bölümü, Türkiye, daltintas@hotmail.com, Orcid: 0000-0003-1965-236X



Unlocking the Transformative Effect: A Qualitative Research on Online Shopping Experiences During the COVID-19 Pandemic

Abstract

Online shopping has become essential in fulfilling consumers' needs and desires during the COVID-19 pandemic when in-person purchases were restricted. This qualitative research aims to examine the changes in online shopping behaviors among 25 participants with previous online shopping experience. The study focuses on attitudes, subjective norms, and behavioral control, derived from the theory of planned behavior. Findings reveal that experienced advantages and disadvantages influence consumers' attitudes towards online purchasing, while the influence of authorities, experts, and other individuals shapes subjective norms. The study assesses consumers' behavioral control by examining purchase frequency, deviations from planned purchases, pre- and post-pandemic product preferences, economic difficulties, and regrets. A notable finding is that participants increased their online shopping to protect themselves from the pandemic's effects. Changes in online shopping behaviors are attributed to increased time spent at home and pandemic-related measures. The study identifies the emergence of new product categories, such as masks and disinfectants, and highlights issues encountered during the purchasing process, including shipping, cancellation, and returns. With an exploratory approach, this study aims to provide recommendations for businesses to adapt their marketing strategies in unexpected events and contribute to research on purchasing behaviors during such processes.

Keywords: online purchasing, COVID-19, qualitative study, theory of planned behaviour



EXTENDED ABSTRACT

Background & Purpose: The pandemic is thought to have had an impact on the fundamentals of the concept of consumption with the changes experienced during the COVID-19 period. Moreover, an unexpected event such as the COVID-19 outbreak can be seen as a threat for one part of society while it can be considered an opportunity for another. With the COVID-19 outbreak, online purchasing, which constitutes an important part of the concept of e-commerce, seems to offer important opportunities for businesses serving in this field. However, these opportunities and returns can be achieved when online purchasing behaviour is better understood and strategies can be created in this direction. In this framework, the study aims to examine online purchasing behaviour, which is evaluated within consumer behaviours, within the scope of the Theory of Planned Behavior (TPB) components of attitudes, subjective norms, and behavioural control themes. In fact, the variables affecting online purchasing behaviours will be better understood if online purchasing behaviours, which are a result of advances in information technologies and the internet, are examined both before and during the pandemic period. Thus, it is thought that it will be possible to transform purchase intentions into behaviours, as Ajzen (1991) claims in the TPB theory. As a result, this study was designed as qualitative research to learn more about how the online purchasing habits of customers affected by the COVID-19 outbreak were before and during the pandemic.

Research Method: In the study, the phenomenon of online purchasing and the change in this phenomenon in the pandemic were discussed within the scope of the phenomenological design, which is one of the qualitative research methods. Thematic analysis was conducted in the study, in which attitudes, subjective norms, and perceived behavioural control, which are components of the TPB theory, were evaluated as themes. The interviewees were selected from online shoppers with previous qualitative interview experience to participate in the study. After the research questions were categorised under the themes in question, the statements of the respondents for each category were deciphered under the relevant themes, and codes were prepared. In this way, the statements of the respondents were examined, and online purchasing behaviours were evaluated in terms of relevant environments, including consumers, businesses, and marketing practitioners.

Conclusion: According to the results of the study, online purchasing experiences can be influenced by factors such as attitudes, subjective norms, and behavioural control. Consumers' attitudes towards online purchasing are shaped by the advantages and disadvantages they experience, while subjective norms are related to how other people and authorities around them can influence their online purchasing behaviour. In addition, within the framework of controlling individuals' online purchasing behaviours, purchasing experiences were associated with purchasing frequency, products purchased more than planned or before and after the pandemic, the reasons for purchase, regrets, and economic difficulties experienced as a result of these experiences. These findings suggest that online purchasing has become an important alternative during the pandemic and that consumers' experiences are influential in this choice.



The results of the study suggest that online retailers should focus on improving the user experience, enhance security measures, and support services to ensure consumers' trust. In addition, understanding the factors affecting consumers' online purchasing behaviour is important for determining marketing strategies and helping online retailers provide better service to consumers.



1. GİRİŞ

Bilişim teknolojilerinin artan kullanımıyla birlikte çevrim içi alışveriş davranışı, tüketicilere hayatlarında önemli kolaylıklar sağlayan bir yöntem olarak kabul edilmektedir. Web sayfaları, mobil uygulamalar ve sosyal medya ortamları aracılığıyla her türlü ürün ve hizmetin çevrimiçi olarak satın alınabilmesi mümkün hale gelmiştir. EUROSTAT verilerine göre, AB işletmelerinin %12'si 2020 yılı boyunca COVID-19 salgınının kendilerini internet üzerinden mal veya hizmet satma çabalarını başlatmaya veya artırmaya sevk ettiğini bildirmiştir (EUROSTAT, 2022). Birleşmiş Milletler Ticaret ve Kalkınma Konferansı'nın (UNCTAD, 2022) istatistiklerini elinde bulundurduğu 66 ülkenin verilerine göre çevrimiçi alışveriş yapan tüketicilerin ortalama payı, COVID-19 salgını öncesi %53 iken virüs etkisiyle yaşanan pandemi ilanını takiben hızlıca %60'a yükselmiştir. 2020 yılında çevrimiçi kredi kartı kullanılarak gerçekleştirilen ödemeler 2019 yılına oranla yüzde 37'lik bir büyümeyle yıllık 260 milyar liraya ulaşmıştır. 2020'de her 5 TL kredi kartı kullanılarak yapılan ödemenin 1 TL'si çevrimiçi gerçekleşmiştir (Bankalar Arası Kart Merkezi- BKM Raporu, 2021). Türkiye'de ise e-ticaret işletmelerinin sayısı 2019'da 68 bin civarında iken 2020'de ciddi anlamda bir artış gerçekleşerek 256 bin 861'e ulaşmıştır. 2019'da 136 milyar lira olan E-ticaret hacminin de yüzde 66 oranında artarak 2020 yılında 226 milyar 220 milyon TL'ye ulaştığı tespit edilmiştir (Ulukan, 2021). TÜBİSAD (Türkiye Bilişim Sanayicileri Derneği) Raporuna (2020) göre yurtiçi satıcıların e-ticaret hacminin ise 2020 yılında 216 milyar liraya ulaştığı belirlenmiştir. Bu bilgilere göre tüketicilerin bu dönemde, Türkiye ve Dünya genelinde COVID-19 salgınının etkisiyle tüketiciler mağazalarda yaptıkları yüz yüze alışverişlerini elektronik ortamlarda çevrimiçi bir şekilde gerçekleştirmek durumunda kalmışlardır. Söz konusu bu durum beraberinde çevrimiçi satın alma davranışı ile ilgili bazı olumsuzlukların ortaya çıkmasına da neden olmuştur. Örneğin panik satın alma, stoklama, kontrolsüz satın alma gibi davranışlar, finansal problemler, tedarik sorunları ve iade/iptal sorunları gibi zorluklar bu olumsuzluklardan birkaçıdır (Prentice vd., 2022; Islam vd., 2021; Bhattacharya vd., 2021; Kocabaş 2022). Bu bağlamda COVID-19 salgınının yaşandığı süreçte insan sağlığı üzerindeki etkilerinin yanında özellikle toplumsal hayatın içinde yaşamlarını sürdüren tüketiciler ve davranışları üzerinde de etkilerinin olduğu görülmektedir. Salgın öncesinde özgür bir şekilde, istediği yerde, istediği kişilerle yaşamını sürdüren bireylerin salgın süreciyle beraber nerede, ne zaman, kimlerle ve hangi koşullarda yaşamlarına devam edileceklerine otoriteler, yöneticiler ve uzmanlar tarafından açıklanan kurallar yön vermeye başlamıştır. Bu durum ticari hayatta da etkilerini göstermiştir. Dolayısıyla salgın süreci tüketicilerin tüm yaşamlarını değiştirirken satın alma yöntemlerinde de değişiklikler yaşanmasına sebep olmuştur. Satın alma yöntemlerinde yaşanan bu değişim elbette COVID-19 süreciyle başlamamıştır ama salgının bu değişimi ve değişime ayak uydurma çabalarını hızlandırdığı ifade edilebilir. Virüse bağlı hastalığın hızla yayılıyor olması, hastalık ve ona bağlı sağlık problemlerinden korunma çabaları, karantinalar ve kapanmalar gibi önlemlerin alınması tüketici satın alma davranışlarını değiştirmiştir. Ayrıca salgın döneminde tüketicilerin çevrimiçi alışverişe yönelmelerinin arkasında çevrimiçi alışverişlerin, mağazalardan yüzyüze satın alma davranışına kıyasla zorlukları (dezavantajları) ve



kolaylıkları (avantajları) gibi faktörlerin de belirleyici olduğu düşünülmektedir. Dolayısıyla salgın döneminde tüketici satın alma sürecinin artan oranlarda çevrimiçi ortamlara taşınması çalışma kapsamında salgın döneminde tüketici çevrimiçi satınalma davranışlarının incelenmesi gerekliliğini ortaya çıkarmıştır. Bu nedenle, çalışmanın odak noktası, COVID-19 salgınının etkileri altında tüketicilerin satın alma davranışlarını ve bu davranışların çevrimiçi alışveriş ortamlarında nasıl sergilendiğini ortaya koyabilmektir.

Bu çalışma, çevrim içi alışverişin doğasını, kapsamını ve COVID-19 sürecinde çevrim içi alışveriş yapan tüketicilerin davranışlarındaki değişimi araştırmak amacıyla gerçekleştirilmiştir. Bu amaç doğrultusunda, çalışma COVID-19 süreci öncesinde ve sırasında çevrim içi alışveriş yapan bireylerin öznel deneyimlerini yarı yapılandırılmış görüşmeler aracılığıyla anlamayı ve elde edilen verileri nitel çözümlemeler yardımıyla analiz etmeyi hedeflemektedir. Bu şekilde, çevrim içi alışveriş yapan tüketicilerin deneyimleriyle ilgili temel veriler sunmak amaçlanmaktadır. Bu doğrultuda hazırlanan çalışma yedi kısımdan oluşmaktadır. İlk kısım olan giriş bölümünde çalışmanın yapılmasına neden olan problem ortaya konularak araştırmanın amacı ve önemi açıklanmaktadır. İkinci kısımda, tüketici davranışları çerçevesinde çevrimiçi alışveriş ve yüzyüze alışveriş kavramları teorik çerçevede karşılaştırılmıştır. Üçüncü kısımda çevrimiçi satın alma davranışı ve planlanmış davranış kuramı ilişkisine yer verilmiştir. Dördüncü kısımda tüketici davranışlarındaki değişim COVID-19 özelinde açıklanmaya çalışılmıştır. Beşinci kısım, yöntem bölümüdür ve yarı yapılandırılmış görüşmelerin nasıl gerçekleştirildiği açıklanmaktadır. Altıncı kısım, bulguları ve analizleri içermektedir. Yedinci ve son kısımda ise sonuçlar, tartışma ve öneriler sunulmuştur.

2. TÜKETİCİ DAVRANIŞLARI ÇERÇEVESİNDE ÇEVİRİMİÇİ VE YÜZ YÜZE SATIN ALMA DAVRANIŞLARI

Hofstede'ye göre tüketici davranışı, alıcıların satın alma tercihlerini belirlerken düşünme ve hareket etme biçimleridir. Başka bir ifadeyle alıcıların kısıtlı kaynaklarını, örneğin zamanlarını, eforlarını ve paralarını satın alma için harcama konusunda nasıl karar verdiğinin araştırılmasıdır. (Veeragandham vd., 2020). Tüketici davranışları bireylerin ekonomik değeri olan mal ve hizmetleri elde etme ve kullanmaları ile doğrudan ilgili etkinlikler ve bu etkinliklere yol açan ve belirleyen karar süreçleridir. Tüketici davranışı sadece tüketimi değil tüketicinin satın almaya ilişkin karar ve eylemlerini de inceler (Tek, 1999, s.285). Özetle tüketici satın alma davranışı tüketicilerin neleri satın alacakları, neden satın alacakları, nereden satın alacakları, ne zaman satın alacakları ve bu ürünleri ne sıklıkta satın alıp ve ne sıklıkta tüketecekleri sorularının cevabını verecektir. Tüketicilerin ürünlerini satın almalarını ve kendi müşterileri olmalarını sağlayabilmek için işletmelerin tüketicilerin davranışlarını en iyi şekilde anlaması gerekmektedir.

Pazarlama ve tüketici davranışları literatüründe, tüketici satın alma karar sürecinin beş aşamadan oluştuğu kabul edilmektedir. Business Dictionary tüketici satın alma davranışını bilgi



aranması, alternatif ürün seçeneklerinin değerlendirilmesi, satın alma kararının verilmesi ve satın alma sonrası davranışlar şeklinde tanımlanmaktadır (Stankevich, 2017, s.8). Bir tüketicinin satın alma davranışını açıklamak için kullanılan adımların takip edildiği bu temel süreç, tüketici alışveriş davranışının anlaşılabilmesi için gereklidir. Ancak tüketici davranışları etkileyen faktörlerdeki örneğin bilgi teknolojilerindeki gelişmeler etkisiyle ortaya çıkan elektronik ticaretin satın alma davranışlarındaki değişimini açıklayabilmek için yeterli değildir. Çünkü çevrimiçi alışveriş yapma sürecini etkileyen faktörler yüzyüze alışveriş davranışını etkileyen faktörlerden farklıdır ve söz konusu bu farklılıklar alışılmış satın alma davranışı süreci adımlarında da farklılıklara neden olabilecektir. Örneğin alternatif ürün seçeneklerinin değerlendirilmesi adımı için yüzyüze alışverişte saatlerce mağaza mağaza dolaşmamız gerekirken çevrimiçi alışveriş sürecinde elektronik araçlarımızın klavyeleri yardımıyla dakikalar içinde aradığımız alternatiflere ulaşabiliriz. Bu noktada satın alma davranışını etkileyen faktörlerin iki farklı satın alma davranışı şeklinin karşılaştırılarak daha iyi anlaşılmasını mümkün kıldığı ifade edilebilir. Wang vd. de (2008) çalışmalarında, geleneksel (mağazada, pazarda, AVM’de yüzyüze) ve çevrimiçi (bilgisayar, telefon, tablet aracılığıyla) satın alma davranışları arasındaki farklılıkları ortaya koymak amacıyla bu iki farklı davranışı etkileyen faktörleri aşağıdaki gibi karşılaştırmaya tabi tutmuşlardır.

Tablo 1. Çevrimiçi ve geleneksel alışverişini etkileyen faktörler

ETKİ FAKTÖRLERİ	GELENEKSEL ALIŞVERİŞ	ONLİNE ALIŞVERİŞ
Perakendeci	Yer, trafik durumu, dağıtım	İnternet sitesi görünürlüğü
	Dükkanların güvenilirliği	Çevrimiçi alışverişin güvenilirliği
	Promosyon (Tutundurma)	Bilgi karşılaştırması
Hizmet faktörü	Hizmet kalitesi ve Hizmet modu	Ödeme güvenliği, Gizlilik
Çevresel faktörler	Alışveriş çevresi	İnternet sitesi arayüzü
Satın alma sürecinin motive edicileri	Deneme	Uygun zaman
Kişisel faktörler	Alışveriş tercihleri, Deneyim geçmişi	Eğitim düzeyi, İnternet ağı deneyimi

Tablo 1’de görüldüğü üzere geleneksel alışveriş yapan tüketicilerin özellikle alışveriş yapılacak mağazaya ulaşmada yaşana güçlükler, ürünlerle ilgili tutundurma faaliyetlerinin kısıtlı olması, alışveriş yapılan mağazanın atmosferindeki kalabalık, ısı, ışık problemleri ve alışveriş için uygun zaman bulamama gibi bazı zorluklarla karşı karşıya kaldıkları ifade edilebilir. Bu tür zorlukların çevrimiçi alışveriş davranışı için ise geçerli olmadığı görülmektedir. Böylece internet ve bilgi teknolojilerindeki gelişmeler sonucunda kullanılmaya başlanan çevrimiçi alışverişlerin hem geleneksel satın alma davranışının zorluklarını ortadan kaldırmaya yardımcı



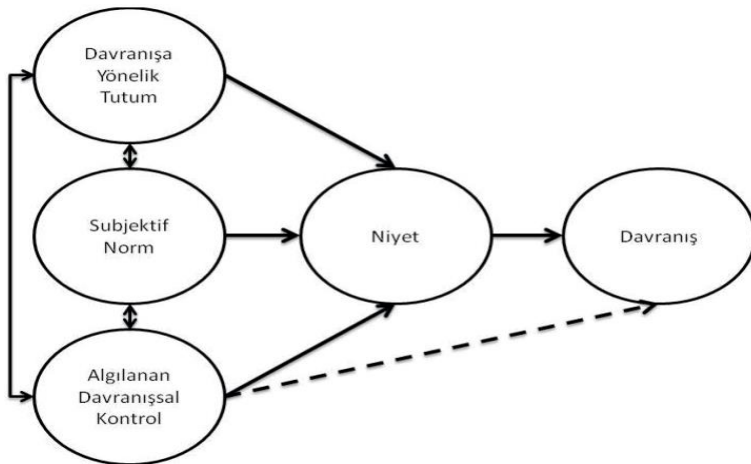
olarak hem de kendisine has örneğin çevrimiçi ürünler hakkında bilgilerin kolaylıkla ve hızlıca karşılaştırılmasına imkan tanıyan özellikleriyle alternatif bir satın alma davranışı olduğu söylenebilir. Bu durumda çevrimiçi tüketim bu kadar avantajlı ise tüm tüketicilerin çevrimiçi satın almaya geçmeleri gerektiği düşünülebilir. Ancak çevrimiçi alışverişin benimsenme derecesi ülkeler ve bölgeler arasında, tüketiciden tüketiciye, üründen ürüne farklılıklar göstermektedir. Dolayısıyla çevrimiçi satın alma davranışının beklenildiği gibi yaygın olarak kullanılmasını engelleyen bazı faktörler bulunmaktadır (Watanabe ve Omori, 2020). Bu faktörlerden birisi çevrimiçi alışveriş yapmaya geçişin getirdiği sabit maliyetlerdir. Çevrimiçi alışveriş için akıllı telefon ya da bilgisayar gibi teknolojik bir aracın kullanımının gerekli olmasının yanında internete erişimi de gerekmektedir. İnternet ortamında tüketici pazarının gelişmesi; büyük ölçüde kişisel bilgisayar kullanımının artması ve erişim maliyetlerinin azalması gibi unsurlara bağlıdır (Oyan, 2010, s.112). Dijital teknolojilerin etkin bir şekilde kullanılması gerekliliği ise dijital okuryazarlık kavramını ortaya çıkarmıştır. Dijital okuryazarlık, dijital medyanın, bilgisayarların ve Bilgi ve İletişim Teknolojilerinin (BİT) kullanımını çevreleyen geniş bir yetkinlikler kümesini ifade eder (Bayram ve Kızıltan, 2022, s.84). Başka bir ifadeyle bir akıllı telefonun nasıl kullanılacağını, web sitelerinde nasıl gezinileceğinin ve nasıl alışveriş yapılacağını öğrenilmesi tüketiciler için çevrimiçi yeterlilik gerektirmektedir ve maliyetlidir. Tüketiciler bu maliyetler ile çevrimiçi tüketimin faydalarının karşılaştırılmasına bağlı olarak çevrimiçi alışverişe yönelip yönelmeyeceklerine karar vermektedirler. Çevrimiçi tüketim geçişi potansiyel olarak engelleyen ikinci neden, gizlilik endişeleridir. Bu endişeler, satın alımlarla ilgili bilgilerin mağazalarla, diğer işletmeler ve kişilerle paylaşılmasına ilişkin endişelerdir (Yoon, 2002, s.48). Bu kaygıları taşıyan tüketiciler çevrimiçi alışveriş yapma konusunda oldukça isteksiz olabilirler. Üçüncü olarak ise, çevrimiçi tüketim, alıcıların mal ve hizmetlerin kalitesini doğrudan kontrol edemediği bir bilgi asimetrisine yol açmaktadır. Ticari alanda taraflarından birinde diğerine göre bilgi eksikliği veya farklılığının olması durumunu ifade eden bilgi asimetrisi (Fidan, 2014, s.77) örneğin, bir çevrimiçi satıcı bir ürünün kalitesi veya durumu hakkında daha fazla bilgiye sahipken, çevrimiçi bir alıcının bu bilgilere tam olarak erişemediği durumda meydana gelebilir. Bu durumda, satıcı daha fazla bilgiye sahip olduğundan, alıcı açısından belirsizlik ve risk ortaya çıkabilir. Çevrimiçi ürünler hakkında edinilen bilgiler çevrim içi ve geleneksel alışverişte büyük farklılıklar gösterdiği zaman veya ürünü daha iyi algılamamıza yarayan (tadarak, görerek ya da dokunarak gibi) somut özellikler çevrimiçi alışveriş sırasında kullanılmadığında satıcı ve alıcı arasındaki güven ilişkisinin bozulması sözkonusu olabilmektedir. Anis ve Tan'ın (2023) OTC yani reçetesiz satıldığında sorun oluşturmayan ilaç grubu ile ilgili yaptıkları nitel çalışmalarında, araştırmaya katılanların büyük bir kısmının OTC ürünler için çoğunlukla çevrimdışı satın alımlara güveniyor olsalar da, özellikle COVID-19 salgını sonrasında çevrimiçi satın alma yöntemlerinin kullanımını artırma konusunda istekli olduklarını tespit etmişlerdir. Bu sonuç normalde ilaç gibi güvenilir ve en doğru bilginin araştırılması ve bulunması adımlarıyla mağazadan yüzyüze satın alımın tercih edildiği bir ürün için bile salgının korkutucu etkileri nedeniyle çevrimiçi satın alma yönteminin benimsenebileceğini göstermektedir.



3. PLANLANMIŞ DAVRANIŞ TEORİSİ VE ÇEVİRİMİÇİ ALIŞVERİŞ

Tüketici davranışları sürekli değişime tabi olan bir araştırma konusudur. Temelinde insan davranışlarını barındırması ve yukarıda ifade edilen özellikleri nedeniyle tüketici davranışları farklı araştırmacıların ortaya koyduğu farklı varsayımlar ve modellerle açıklanmaya çalışılmıştır. Bu çalışmada salgın öncesi ve salgın döneminde yapılan çevrimiçi satın alma davranışlarının değerlendirilmesinin nitel bir yaklaşımla gerçekleştirilebilmesi için Ajzen'in (1991) ortaya koyduğu Planlanmış Davranış Teorisi (PDT) temel alınmıştır. Planlanmış davranış teorisi, insan davranışının rasyonelliğinin yanı sıra hedef davranışın bireyin bilinçli kontrolü altında olduğu inancını vurgulayan bir teoridir. Davranış sadece kişinin niyetlerine değil, aynı zamanda davranışı sergilemek için uygun kaynakların ve fırsatların mevcudiyeti gibi bireyin kontrolü dışındaki faktörlere de bağlıdır. Ajzen'in (1991) Planlanmış Davranış Teorisi'ne göre davranışı gerçekleştirmeye yönelik niyetler davranışa yönelik tutumlardan, öznel normlar olarak bilinen bu davranışı gerçekleştirmeye yönelik sosyal baskıdan ve davranışsal kontrol olarak bilinen davranış üzerindeki kontrolden etkilenir (Salim vd, 2022, s.4). Dolayısıyla genel olarak, davranışa yönelik olumlu tutumlar, sübjektif normlar ve davranışı gerçekleştirmenin daha kolay algılanması, davranışı gerçekleştirme niyetinin daha güçlü olmasına yol açar. Bu niyetler, kaynakların mevcudiyeti ve kişinin kendi davranışını seçebilmesi koşuluyla, eninde sonunda gözlemlenen davranışa dönüşecektir (Sigurdardottir vd., 2013). PDT teorik bir çerçevede incelendiğinde, müdahalelerin davranışsal, normatif ve/veya kontrol inançlarını değiştirmeyi ve sonuç olarak davranışın performansını motive etmeyi amaçladığı görülmektedir. Başka bir ifadeyle başarılı bir müdahale olumlu sonuçlara ilişkin inançları artırabilir, olumsuz sonuçlara ilişkin inançları azaltabilir. Tüketiciler için önemli diğer kişilerin davranışı onayladığı algısı davranışa yönelik niyetleri olumlu yönde etkilerken davranışı gerçekleştirmek için gerekli beceri veya bilgiyi de artırabilir. Davranışın önündeki gerçek engelleri azaltabilir veya davranış ortaya çıkabilmesi için gerçek kolaylaştırıcılar ortaya konulmasına yardımcı olabilir (Steinmetz vd, 2016).

Şekil 1. Ajzen'in (1991) planlanmış davranış teorisi





Planlanmış Davranış Teorisi'nin 3 temel bileşeninin ilki olan tutum Ajzen (1991)'e göre belirli bir davranışın gerçekleştirilmesiyle ilişkili duyguları ifade eder. Bu duygular olumlu ya da olumsuz olarak değerlendirilebilir. Schiffman ve Kanuk (1994) tutumu, bir nesneden hoşlanma ya da hoşlanmama duygusunu gösteren, tutarlı bir niyetle öğrenme sonuçlarından elde edilen bir davranış eğilimi olarak ifade etmektedir. Bir kişinin tutumu, kişinin belirli bir nesne hakkındaki inancıdır ve sonuç olarak kişi bu inanca göre hareket eder. (Vatunyou vd., 2022). Hedef birey davranışa karşı olumlu bir tutuma sahipse o davranışı benimseme olasılığı yüksektir ve dolayısıyla tutum, tüketici memnuniyeti için gereklidir (Salim vd., 2021). İkinci bileşen olan öznel normu açıklarken Ajzen (2020) tedbir amaçlı ve tanımlayıcı olmak üzere iki tür normatif inanç olduğunu ifade etmektedir. Tedbir amaçlı normatif inanç, belirli bir referans birey veya grubun (örneğin, arkadaşlar, aile, eş, iş arkadaşları, kişinin doktoru veya amiri) söz konusu davranışı gerçekleştirmeyi onaylaması veya onaylamaması beklentisi veya öznel olasılığı olarak tanımlanmaktadır. Öte yandan, tanımlayıcı normatif inançları, önemli diğer kişilerin davranışı gerçekleştirip gerçekleştirmediğine ilişkin inançları olarak tanımlanmaktadır. Dolayısıyla her iki inanç türünün de davranışta bulunmaya yönelik algılanan genel sosyal baskıya veya öznel norma katkıda bulunduğunu ifade etmektedir. Öznel norm, bireyin faaliyetlere katılmak için çevresindeki insanlardan gelen talimatlara veya önerilere uymaya yönelik inançları olarak açıklanmaktadır. Öznel normlar, insanların nasıl davranacaklarını etkileyen sosyal inançlardır. Bireyin sosyal ilişkiler açısından türetilmektedirler. Kişinin öznel normları, ilişki kurduğu kişilerin normlarına daha çok benzeyecektir (Khuram vd., 2021, s.145-146). Üçüncü ve son bileşen olarak ele alınan davranışsal kontrol Ajzen'e (1991) göre bir kişinin bir davranışı gerçekleştirirken karşılaştığı engelleri algılamasıdır. Kontrol faktörleri uzmanlık, yetenekler, bilgi ve duygular gibi iç faktörleri ve durum/çevre gibi dış faktörleri içerir. Algılanan davranışsal kontrol, bir kişinin hedef davranışı gerçekleştirmenin kolaylığı veya zorluğuna ve davranışın gerçekleştirilmesini engelleyebilecek herhangi bir sınırlamaya ilişkin algısını ifade eder (Jandawapee vd., 2022, s.4).

PDT modeli, bireylerin davranışlarını incelemede ayrıntılı olarak tanımlanmış yapılara sahip olduğu için fiziksel aktiviteden uyandırıcı kullanımına, geri dönüşümden seyahat modu seçimine, teknolojinin benimsenmesinden mahremiyetin korunmasına ve daha güvenli cinsel hayattan tüketici davranışına kadar çok sayıda davranış alanındaki çalışmada davranışları açıklamak ve tahmin etmek için kullanılmıştır (Ajzen, 2020, s.314). Örneğin Yasa vd. (2021), COVID-19 pandemisi sırasında tıbbi maskelerin sürekli kullanımında öznel normlar tutum ve davranışları olumlu ve önemli ölçüde belirtmişlerdir. Jandawapee vd. (2022), Taylandlıların COVID-19 aşısı olmak ve yüz maskesi takmak gibi davranışsal niyetlerine ilişkin algılarını iyileştirmek için PDT modeli çerçevesinde bu davranışların değerlendirilebileceğini ifade etmişlerdir. Salim vd. (2022) ise planlanmış satın alma teorisini COVID-19 Krizi sırasında Endonezya'da Müslüman kıyafetlerinin internetten satın alınması konusuyula ilişkilendirip çevrimiçi satıcıların, tüketicilerin bağımsız kararlarını güçlendirmek etkilemek ve tüketicilerin güvenini korumak için pozitif PDT stratejilerinin geliştirmesi gerektiğini tespit etmiştir. Araştırmacıya göre, öznel normların oluşumunda tüketiciler üzerinde etkili olabilecek önemli



kişilerin tüketiciyle ilgili olumlu algıları ve görüşleri bu tüketicinin dini yaşamının yanısıra satın alma davranışları üzerinde de olumlu bir etkiye sahiptir. Moghaddam ve Fedak (2022) COVID-19 salgınının farklı İsveç şehirlerinde çevrimiçi alışverişe yönelik tüketici davranışları üzerindeki etkisini görebilmek amacıyla tüketicileri çevrimiçi alışverişe motive eden faktörleri PDT çerçevesinde araştırmışlardır. Araştırmacılar salgın döneminde çevrimiçi alışveriş davranışındaki artışın arkasındaki nedenlerin algılanan davranışsal kontrol ve çevrimiçi alışverişe yönelik tutumdan kaynaklandığını ifade etmişlerdir. Aile, arkadaş ve referans gruplarının öznel normlarının açısından değerlendirdiklerinde ise bazı katılımcıların COVID-19'a yakalanmama konusunda akrabalarından etkilendiklerini ifade etmelerine rağmen, bu durumun katılımcıların davranışlarını önemli ölçüde etkilemediğini tespit etmişlerdir. PDT'ye göre, inançlar tutumlar, öznel normlar ve davranışsal kontrol algıları için temel oluşturur. Tutumlar, kişinin hedef davranışa ilişkin kendi değerlendirmelerini yansıtırken, öznel norm, davranışta bulunmak için algılanan sosyal baskıyı ifade eder. Algılanan davranışsal kontrol ise ise söz konusu davranışı gerçekleştirmek için algılanan yetenektir (Ajzen, 2002, s.677). Spesifik olarak, davranışa yönelik tutum, davranışı gerçekleştirmenin olası olumlu ve olumsuz sonuçlarına ilişkin inançlara (davranışsal inançlar), öznel norm, önemli diğer kişilerin normatif beklentilerine ilişkin inançlara (normatif inançlar) ve algılanan davranışsal kontrol ise davranışın gerçekleştirilmesini kolaylaştırabilecek veya engelleyebilecek faktörlerin varlığına ilişkin inançlara (kontrol inançları) dayanmaktadır (Steinmetz vd., 2016). Bu çalışmada da çevrimiçi alışveriş davranışının insan sağlığı ve tüketici davranışları üzerinde önemli etkileri olduğu düşünülen COVID-19 salgını çerçevesinde tüketici davranışları PDT teorisi bileşenleri kullanılarak açıklanmaya çalışılmıştır.

4. SALGIN DÖNEMİNDE TÜKETİCİ DAVRANIŞLARINDA YAŞANAN DEĞİŞİMLER VE ÇEVİRİMİÇİ ALIŞVERİŞ İLİŞKİSİ

COVID-19 salgıyla birlikte, kısıtlamalar ve karantinalar gibi kavramlar nedeniyle ev yaşantısından, sosyal yaşantıya, eğitim hayatından, iş hayatına her alanda yoğun bir internet kullanımını gerçekleştirdiği bilinmektedir. Literatürde bu dönemde tüketicilerin çevrimiçi platformları oldukça fazla kullanmaya başladıklarını gösteren çalışmalar da görülmektedir. Dannenberg vd. (2020) çalışmalarında salgının Almanya'daki çevrimiçi market perakendeciliği üzerindeki etkisini incelemişlerdir. Araştırmacılar, market perakendeciliğinde genel bir artış ve çevrimiçi market perakendeciliğinde ise orantısız bir yükseliş tespit etmişlerdir. Bridges ve Fowler (2022) gelecekte özellikle de internetten market alışverişi yaparken, tüketicilerin davranışlarındaki değişimi, öngörmek için faydalı olacağı düşüncesiyle yaptıkları nitel araştırmanın sonucunda çalışmaya katılan cevaplayıcıların salgın sürecinde çevrimiçi market alışverişlerini arttırdıklarını tespit etmişlerdir. Keskin (2020), çalışmasında COVID-19 sürecinde virüsün etkilerinin yoğun olarak hissedilmeye başladığı Şubat 2020'den Nisan 2020 sonuna kadar geçen sürede kısıtlamalar ve bu kısıtlamalar nedeniyle yaşanan endişenin çevrimiçi alışverişe etkilerini görmeyi amaçlamıştır. Araştırmanın sonucunda, pandeminin yaşanmaya başladığı tarihten itibaren tüketicilerin dijital etkileşiminin arttığı ve çevrimiçi ticaret verilerinde önemli artışların yaşandığını ortaya konulmuştur. Araştırmacıların hem



alışveriş miktarlarında hem de çevrimiçi alışverişlerde artış tespit ettikleri bu çalışmalar tüketicilerin salgın döneminde hem satın alma miktarlarının hem de çevrimiçi alışverişe yönelimlerinin arttığı ve dolayısıyla tüketici davranışlarında değişimler olduğu bilgilerini destekler bir nitelik taşımaktadırlar.

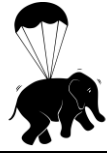
Çevrimiçi alışveriş ortamlarında kullanılan kupon, indirim ve özel gün kampanyalarında çevrimiçi tüketici davranışları açısından dikkat çekici bir konudur. Peters ve Thomas (2022)'in çalışmaları salgın, perakendeci stratejileri, çevrimiçi alışveriş, kültürel eğilimler gibi çeşitli faktörlerin tüketicilerin Black Friday ile ilgili görüşlerini ve alışveriş davranışlarını nasıl yeniden şekillendirdiğini incelemek amacıyla geçmişte Black Friday zamanı alışveriş yapmış tüketicilerle yapılan mülakatlar yardımıyla hazırlanmıştır. Araştırmacılar genel olarak, tüketicilerin Black Friday 'in değiştiğine ve daha az etkili hale geldiğine inandıklarını tespit etmişler. Amerika'da yapılan çalışmanın katılımcıları değişimin sebebi olarak ise salgın sırasında güvenlikle ilgili mağaza politikalarını, Black Friday alışverişini için gün sayısının uzamasını, ekonominin alışveriş yapma yeteneği üzerindeki etkisini ve Black Friday adının olumsuz çağrışımlarını göstermişlerdir. Bu sonuç özel günler, kampanyalar, indirim kuponları gibi tutundurma faaliyetlerinin COVID-19 gibi topluma etkisi önemli olan olayların yaşandığı dönemlerde daha dikkatli bir şekilde hazırlanması gerektiğini göstermektedir.

Farklı demografik gruplarla yapılan çalışmalar ise tüketici davranışlarını COVID-19 dönemine özel olarak daha ayrıntılı bir şekilde anlamamızı sağladığı için dikkate alınmalıdır. Pedroso ve Palencia (2020) yaptıkları fenomenolojik nitel bir çalışma ile öğretmen adaylarının COVID-19 salgını sırasında çevrimiçi alışverişe ilişkin görüşlerini incelemişlerdir. Araştırmanın sonucunda öğretmen adaylarının COVID-19 salgını sırasında çevrimiçi alışverişe ilişkin yönelimlerinin teknoloji odaklı, değişim odaklı ya da değer odaklı olarak sınıflandırıldığını ortaya koymuşlardır. Bir başka çalışmada ise Deral ve Kazancıoğlu (2021) Covid-19 salgınında sokağa çıkma kısıtlaması getirilen 65 yaş ve üstü erkek tüketicilerin, çevrimiçi alışverişe olan eğilimlerini değerlendirmek üzere 6 erkek tüketici ile mülakatlar gerçekleştirmişlerdir. Araştırmacılar sonuçta çevrimiçi perakendecilerin bu ve benzeri demografik yapıdaki tüketici gruplarına hitap edebilmek için bu gruptaki tüketicilerin çevrimiçi alışveriş yaparken hissettikleri riskleri en aza indirmenin yollarını aramaları gerektiğini önermektedirler. Bu çalışmaların sonuçları doğrultusunda salgın sürecinde sundukları ürünler ve hizmetlerde teknolojik yenilikleri takip edebilmiş, değişime ayak uydurabilmiş ve toplumsal değerleri ve çekinceleri gözardı etmemiş çevrimiçi işletmelerin demografik açıdan farklı tüketici gruplarını kendi ürün ve hizmetlerinin çevrimiçi alışverişini için yönlendirebilecekleri söylenebilir.

Karantinalar rutin hale geldikçe işletmeler ve tüketiciler giderek daha fazla “çevrimiçi” olmuşlardır (Wani ve Mohamad Ali, 2022, s.111). Salgın etkisiyle, çevrimiçi alışveriş davranışı da kısıtlanan geleneksel alışveriş davranışının yerine kullanılan ve o dönem için başlı başına yaşamsal önemi olan bir tüketici davranışına dönüşmüştür. Sheth (2020) çalışmasında her şeyin daha fazla çevrimiçi olmasının yanısıra COVID-19 salgınının tüketicilerin davranışlarını başka hangi açılardan etkilediğini “istifleme”, “doğaçlama”, “bastırılmış talep”, “dijital teknolojiyi



kucaklamak”, “mağazanın eve gelmesi”, “iş –yaşam sınırlarının bulanıklaşması”, “arkadaş-aile buluşmaları” ve “yeteneğin keşfi” kavramları üzerinden açıklamaya çalışmıştır. Dolayısıyla COVID-19 salgınıyla birlikte dikkat çeken bazı kavramların (istifleme, panik satın alma, bastırılmış talep gibi) toplum üzerindeki etkilerini ve bu etkilerin satın alma davranışlarına yansımaları ortaya koyabilmek amacıyla alan yazında bir çok araştırmanın yapıldığı görülmektedir. Önemli bir satın alma davranışı olan istifleme davranışları, ihtiyaçları karşılama noktasında geleceğe yönelik korkuya kapılan tüketicilerin COVID-19 dönemine özgü bir şekilde tuvalet kağıdı, dezenfektan, temizlik ürünleri ve temel gıdalar gibi ürünleri satın alarak stoklamaları şeklinde gelişmiştir. Arafat vd., (2020) çalışmada medyada çıkan panik satın almanın arkasındaki psikoloji ile ilgili haberlerin % 67,3’ünde boş raf görüntülerinin sergilediği ortaya koymuştur. Bu durum stok yapma sürecinde ihtiyaç karşılanamayacağı düşüncesiyle tüketicilerin panik satın alma gerçekleştirdiğinin de önemli bir göstergesi olmuştur. Mağazaların eve gelmesi kavramı artık ürünleri satın almak için mağazalara fiziksel olarak ulaşmayı beklememize gerek kalmadığını anlatmanın yanında tüketicilerin yüzyüze mağazalarda eksikliğini hissettiği ürün çeşitlerini arama ve karşılaştırma gibi davranışları çevrim içi ortamda kolaylıkla yapabilmeyi de ifade etmektedir. Chaudhry ve Kaur (2022) ise çalışmalarında, COVID-19 sırasında çevrimiçi satın alma kararlarında çevrimiçi incelemelerde bulunabilmenin alışveriş yapan tüketiciler için en önemli faktör olduğunu ortaya koymuşlardır. Bu faktörü fiyat, ağızdan ağıza iletişim, güvenlik ve gizlilik, indirimler ve teklifler, teslimat hizmetleri, ürün resimleri, ürün bilgileri, web sitesi tasarımı ve iade politikası gibi diğer faktörler izlemiştir. Bastırılmış talep kavramı salgın hastalık nedeniyle yaşanan belirsizlikler yüzünden tüketicilerin lüks ve pahalı olan isteğe bağlı satın alınan ürünlerin alışverişinin ve tüketiminin ertelenmesi şeklinde ifade edilebilir. Farklı Nikam ve Nikam’ın (2020) çalışmalarında COVID-19 salgınının söz konusu süreçte Hindistan’ın Karad şehri özelinde cep telefonu, ayakkabı, kıyafet vb. ürünlerin sihtiyaca değil isteğe bağlı satın alınması üzerindeki etkisini incelemeyi amaçlamışlardır. Çalışmada COVID-19 pandemisinde üreticiler ve tüketicilerin, COVID-19’ un yayılmasını önlemek için hükümet ve Dünya Sağlık Örgütü (WHO) tarafından verilen kurallara uyulması gerekliliği vurgulanmıştır. Ancak bu sebeplerle salgın dönemindeki bastırılmış taleplerin sonraki dönemde insanların kendini şımartma ve normalden daha fazla satın alma eğiliminde olabileceği, özellikle lüks tüketim tarafında yüksek tutarlı harcamalar gerçekleştirilerek intikam alışverişine dönüşebileceği şeklinde ifade edilebilir. Dijital teknolojiyi kucaklamak şeklinde gelişen davranışları ise teknolojinin nimetleri olarak görebileceğimiz temazsız teslimat ve ödeme yöntemlerini, dijitalleşen alışveriş ve ödeme sistemlerini ve bu sistemlerdeki dijital güvenlik önlemlerini bu dönemde hem tüketicilerin hem de iş çevrelerinin daha fazla kullanması şeklinde örneklendirilebiliriz. Rauf ve Thoha (2022) çalışmalarında COVID-19 pandemisinin, finansal açıdan nakit işlemlerini azaltan yüz yüze kısıtlamalara neden olduğunu ifade etmişlerdir. Araştırmacılar dijital ödeme yöntemleri ile ödeme yapmanın toplumun önde gelen tercihi olduğunu ve pandemi döneminde yoğun kullanılan dijital işlemlerin virüslerin yayılmasını önlemenin önemli bir yolu olduğunun düşünüldüğünü ifade etmişlerdir. Yüceol vd. (2021) ise salgın döneminde işletmelerin durumunu ortaya koymak amacıyla SWOT analizi yardımı ile değerlendirme yaptıkları



çalışmalarının sonucunda tedarik zincirleri ile ilgili planlamaların, teknolojiye uyum sağlamanın, üzere demografik yapıyı göz önünde bulundurarak yapılan tutundurma faaliyetlerinin, temassız sistemlerin desteklediği teslimat ve kargo süreçlerinin ve son olarak da çevrimiçi süreçlerdeki güvenliği sağlamak için alınacak önlemlerin yer aldığı stratejilerin önemini vurgulamışlardır.

Salgın sürecinde arkadaş-aile buluşmalarının tüketiciler için bazı platformlarda (görüntülü konuşma, sanal market, sanal toplantı gibi) kullanılan uygulamalar aracılığıyla çevrimiçi ne dönüşmesi zorunluluğu da önemli bir araştırma konusudur. Bunun yanısıra iş ve sosyal yaşam arasındaki sınırın bulanıklaşması sonucunun ortaya çıkmasına neden olan alışveriş, iş, eğitim ya da eğlence süreçlerinin de çevrimiçi yaşanmasının zorunluluk haline gelmeği görülmektedir. Bu durumu Jafarzadeh-Kenarsari vd. (2022) çalışmalarında COVID-19 salgını sırasında yaşanan karantina deneyimlerinin incelenmesinin halkın ihtiyaçlarının ve endişelerinin daha iyi anlaşılmasının ve giderilmesinin mümkün kılmasının salgının aileler ve toplum üzerindeki olumsuz etkilerini en aza indirmek için önemli olduğu görüşünü savunarak açıklamaktadırlar. Araştırmacılar İranlı ailelerin COVID-19 salgını sırasında yaşadıkları ev karantinası deneyimlerini keşfetmeyi amaçlamışlardır. Çalışma sonucunda bulunan temalardan deneyimler temasının altında yeni alışkanlıkların ortaya çıkması, zorunlu dinlenme, maneviyata daha fazla önem vermenin yer aldığı, endişeli günler temasında sürekli endişe, bir kafese hapsolünmüş hissi, evde artan gerginlikler kavramlarının yer aldığı görülmektedir. Zıtlık içinde korku ve umut temasının altında eş zamanlı olumlu ve olumsuz duygular ve doğru ve yanlış haberlerle ilgilenmenin yer aldığı ve son olarakta maddi sıkıntılar teması altında ise pahalı kişisel koruyucuların satın alınmasının gerekliliği, düşük ücretler ve kişisel eşyaların satışına zorlanma kavramlarının yer aldığı görülmektedir. Bu kavramlarla yapılmak istenen davranışların daha iyi bir şekilde açıklanabilmesini sağlamaktır.

COVID-19 döneminde tüketicilerin hobileri, ilgi alanları ve yeteneklerini de örneğin pastalar, yemekler, çeşit çeşit ekmekler gibi ürünlerin tarifleri ve yapım süreçleriyle ilgili videolar paylaşmak, çevrimiçi ortamlardan hobi malzemeleri satın almak, ya da çevrim içi pilates, yoga dersleri paylaşmak şeklinde çevrimiçi ortamlara yönlendirdikleri görülmektedir. Bu tür davranışlar bir anlamda salgın döneminde çevrimiçine yönelmenin yeteneklerin keşfine yardımcı olduğu varsayımını destekler niteliktedir. Çetin vd. (2021) nitel araştırma yöntemi kullandıkları çalışmalarında elde ettikleri sanata sığınma ve keşif yolculuğu temalarıyla COVID-19 sürecinin, bireylerin kendi iç dünyalarında var olan fakat daha önce hem vakit bulamadıkları hem de fark etmedikleri yetenekleri, hobileri ve ilgi alanlarının ortaya çıkartıldığı bir dönem olduğunu tespit etmişlerdir.

Özetle COVID-19 salgını döneminde hastalığın yayılmasını önlemek amacıyla dünya genelinde ülkeler kısmen veya tamamen sokağa çıkma yasakları uygulamaya başlamış, bu kararlar doğrultusunda tüketicilerin perakende alışverişlerinin çevrimiçi ne dönüştüğünün görülmesi yanısıra bu çevrimiçi dönüşümün farklı sektörlerde de (sağlık, eğitim, eğlence vb) gerçekleştiği tespit edilmiştir (Nieto-Escamez ve Roldán-Tapia, 2021; Daniel, 2020; Fihartini



vd., 2021; Moon, 2020). Salgın süresince yaşanan hareket kısıtlamaları ve işyeri kapatmaları nedeniyle mağaza ve alışveriş merkezlerinin fiziki satışları olumsuz etkilenmiş ve COVID-19'un bulaşma kaynağı olarak kalabalık ortamlar düşünüldüğünden tüketicilerin çevrimiçi alışverişe eğilimleri artmıştır. Başka bir ifadeyle elektronik ticaret ile fiziksel temas riski neredeyse sifira indiği için salgın sürecinde sağlıklarını korumak adına çevrimiçi alışveriş yöntemi müşterilerden daha yoğun ilgi görmeye başlamıştır. İnsanların satın aldıkları ürünlerle sağlıklarını korumaların ve salgın dönemindeki düzene uymalarının yanı sıra zaman kaybını da ortadan kaldırdığından çevrimiçi alışverişler tüketiciler için oldukça pratik uygulamalar olarak değerlendirilmiştir (Priyono vd., 2020; Iriani ve Andjarwati 2020). Bu dönemde alışlagelmiş yüzyüze alışveriş kanallarının satışları giderek azalmakta ve çevrimiçi dağıtım kanallarının satışları hızla artmakta, böylece perakende sektöründeki rekabetin yapısı da önemli ölçüde değişmektedir (Moon vd., 2021, s.11). İşletmeler ve pazarlama uygulayıcıları tarafından tüketici davranışları kapsamında çevrimiçi alışveriş davranışlarındaki değişimin takip edilebilmesinin, hem potansiyel müşterilere ulaşmada hem de mevcut müşterilerle ilişkileri sürdürülemede başarı getireceği düşünülmektedir. Sonuç olarak literatürdeki çalışmalar incelendiğinde çevrimiçi alışveriş davranışının, COVID-19 salgını döneminde tüketicilerin virüsten korunarak toplumun faydası doğrultusunda hareket edebilmelerine yardımcı olduğu için tüketiciler açısından olumlu sonuçlar ortaya çıkardığı görülmektedir. Çevrimiçi alışverişin tüketicilerin stoklama, plansız satın alma, aldıklarından pişmanlık duyma gibi durumları yaşamasına neden olduğu için ise tüketiciler açısından olumsuz sonuçlar ortaya çıkardığı görülmektedir. Literatür genel olarak değerlendirildiğinde planlanmış davranış teorisi kapsamında yapılan tüketici davranışı araştırmalarının genelde spesifik bir ürün ya da hizmet ile ilgili (sigara, kıyafet, seyahat hizmetleri, sağlık hizmetleri) tüketicilerin davranışlarını açıklamak üzere kullanıldığı görülmektedir. Bu bilgiler ışığında özellikle çevrimiçi alışveriş davranışlarının COVID-19 salgınından nasıl etkilendiğinin nitel çözümlerle yardımcıyla Planlanmış Davranış Teorisi çerçevesinde açıklanmaya çalışıldığı bu araştırma ile literatüre katkı sağlanması beklenmektedir.

5. ARAŞTIRMA YÖNTEMİ

Bireylerin tüketim süreçlerinin içinde bulunulan zamana ve bağlama göre gelişmesi ve değişmesi nitel araştırmaya yönelmenin önemli bir nedenidir. Tüketici davranışları ile ilgili olay ve olguların oluştukları bağlamla birlikte değerlendirilmesi zorunluluğu nitel araştırmaların yorumlayıcı yapısına oldukça uygundur. Nitel araştırmaların insanlar ve toplulukların farklılıklarına odaklanarak niçin sorusuna cevap arayıcı olgular kuramlar ve olaylar kapsamında yürütülen bir süreç olduğu bilinmektedir (Şahin, 2020, s.33-35). Dolayısıyla nitel araştırmalar ve bu araştırmaların yapılabilmesi için kullanılan yaklaşımlar araştırmacılar için insanları ve onların duygu, düşünce ve davranışlarını anlamada oldukça faydalıdır.

Fenomenolojik (olgu bilim) araştırma nitel araştırmalarla birçok bireyin belli bir kavram ya da fenomen ile ilgili yaşanmış deneyimlerinin ne anlama geldiğini tanımlamaya çalışan bir



yaklaşımıdır (Güler vd., 2015, s.234). Fenomenoloji araştırmalarında verilerin birincil kaynakları araştırmanın üstüne gittiği olguyu yaşayan ve bu olguyu dışa vurabilecek veya yansıtabilecek olan bireyler ya da gruplar olarak görülmektedir (Yıldırım ve Şimşek, 2018, s.251). Bu çalışmada mülakatların yapıldığı tüketiciler de çevrimiçi alışveriş deneyimini salgın döneminde ve öncesinde yaşayan tüketicilerdir. Ayrıca çalışmaya birincil kaynak olan bu tüketiciler yaşadıkları bu deneyimlerini çalışmada araştırmacıyla paylaşan bireylerdir. Fenomenolojik araştırma süreci araştırma probleminin belirlenmesi adımı ile başlamaktadır. Daha sonra araştırmacı araştırma yapılırken kendi deneyimlerini göz ardı ederek çalışmalıdır. Araştırmacı artık sahaya inerek veri toplamaya hazırdır. Böylece veri toplama sürecini analizi takip etmektedir. Araştırma süreci araştırma sonuçlarının rapora dönüştürülmesi ile sonuçlanır (Güler vd., 2015, s.237). Tanımlamakta, anlamakta ve kullanmakta zorlandığımız pandemi döneminde çevrimiçi alışveriş yapma olgusu için çalışmada fenomenoloji araştırma deseni kullanılarak tematik analiz yapılmış ve katılımcılar amaçlı örnekleme ile belirlenmiştir. Bu çalışmanın araştırma sorusu salgın döneminde çevrimiçi alışveriş davranışını ve varsa tüketicilerin bu davranışlarındaki değişimleri anlamak üzere hazırlanmıştır.

Teti vd. (2020) çalışmalarında COVID-19 salgınının sadece tıbbi bir salgın değil; günlük yaşamımızı, finansal ve ekonomik düzeni temellerinden sarsan önemli bir olay olduğunu ifade etmişlerdir. COVID-19 Pandemisi 2020'nin başından itibaren bizleri farklı yaşamaya, yemeye ve alışveriş yapmaya zorlamıştır. Kısıtlamalar insanların açık hava etkinliklerinin azalmasına, alışveriş merkezlerinin ve bazı geleneksel pazarların kapanmasına neden olmuştur. Bu araştırmanın amacı, COVID-19 salgınının yaşandığı dönemde alışverişlerini çevrimiçi yapanların bu satın alma davranışı hakkındaki fikirlerini PDT'nin bileşenleri olan tutum, öznel normlar ve algılanan davranışsal kontrol temaları çerçevesinde tespit etmektir. Çalışmanın nitel araştırma şeklinde tasarlanmasının nedeni COVID-19 dönemi çevrimiçi satın alma davranışı fenomenine ilişkin tüketici görüşlerini PDT bileşenleri bağlamında derinlemesine keşfetmek ve anlamaktır. Çalışma için yapılan mülakatlarda cevaplayıcılara çevrimiçi alışveriş davranışlarını incelemek amacıyla 5'i demografik ve 9'u açık uçlu olmak üzere toplamda 14 soru sorulmuştur. Açık uçlu soruların 2'si tutumlar, 1'i özel normlar, 6'sı davranışsal kontrol temasına ilişkin sorulardır. Nitel araştırmalarda çalışmaya katılanların sayısı tekrar eden cevapların fazla olmaması için araştırmacı tarafından araştırmanın gidişatına göre belirlenebilir. Araştırmanın amacı çerçevesinde araştırmanın örneklemini tek bir kişiden dahi oluşturabilir (Türnüklü, 2000, s.548). Örnekleme seçimi sürecinde bireylere yaşanan COVID-19 salgınında çevrimiçi alışveriş yapıp yapmadıkları sorularak bu dönemde çevrimiçi alışveriş yapan ve çalışmaya katılmayı kabul eden 25 kişi ile yüz yüze görüşme gerçekleştirilmiştir. Başka bir ifadeyle hazırlanan çalışmada amaçlı bir örnekleme yöntemi kullanarak seçilen 25 kişi pandemi dönemine ve öncesine dair çevrimiçi olarak yaptıkları alışverişler hakkında bilgi alınmak üzere çalışmaya dahil edilmiştir. Çalışmada kullanılacak örneklemin belirlenmesinde nitel araştırmalar çerçevesinde geçerlilik ve güvenilirlik beklentisinin karşılanabilmesi için araştırmaya katılım tamamen isteğe bağlı gerçekleştirilmiştir. İlgili literatür incelenip, uzmanların görüşleri araştırıldıktan sonra, çevrimiçi alışveriş yapan 5 kişiyle yapılan ön görüşmeler sonucunda



çalışmanın mülakat soruları belirlenmiştir. Görüşme formu için sorular hazırlanırken Lee ve Park (2008), Hocoğlu (2017), Ersoy (2017), Kılıçalp ve Özdoğan (2019), Nikam ve Nikam (2020), Patil ve Patil (2020), Pedroso ve Palencia (2020), Shamvique (2020) ve Peters ve Thomas'ın (2022) yaptıkları çalışmalar incelenmiş ve çalışmanın soruları yazar tarafından oluşturulmuştur. Araştırma zaman ve ekonomik kısıtlar nedeniyle çevrimiçi ve yüzyüze mülakatlar yardımıyla yapılmıştır. Çalışmanın amacı ve önemi önceden katılımcı ile paylaşıldıktan sonra uygun olan görüşme zamanı planlanmıştır. Katılımcılar, nitel görüşme deneyimi olan kişilerden seçilmiştir. Her bir katılımcıyla görüşmeler kendi belirledikleri çevrimiçi ya da yüzyüze ortamda ortalama 30 dakikalık sürelerde gerçekleşmiştir. Bu görüşmelerden elde edilen veriler bu çalışmada kullanılmak üzere gizli tutularak kaydedilmiştir. Katılımcıların herhangi bir zamanda onaylarını geri almalarına izin verilmiştir. Araştırmacı veri toplama konusunda tarafsız kalarak katılımcılarla arasında güvene dayalı bir iletişim kurmuştur. Verilerin gerçekliğini artırmak ve önyargıdan kaçınmak için koşulsuz kabul, aktif dinleme ve açıklama gibi teknikler kullanılmıştır. Her görüşmeden sonra görüşme materyalleri olan formlar gözden geçirilmiş ve toplanan veriler deşifre edilmek üzere formlarda yer alan anlamlı ifadeler özetlenmiştir. Verilerin çözümlenerek kategorilerin ve kodlama şemasının oluşturulması için tematik analiz kullanılmıştır. Tematik analizde temalar, kategoriler ve kodlar Planlanmış davranış teorisi ve konuyla ilgili literatürdeki önceki çalışmalar çerçevesinde tümdengelsel (genelden özele) yaklaşımla gerçekleştirilmiştir (Braun ve Clark, 2019, s.879-880). Aşağıda yapılan tematik analizin aşamaları Tablo 2'de verilmiştir.

Tablo 2. Tematik analizin aşamaları

AŞAMALAR	UYGULAMA SÜRECİ
Araştırmacının veriye aşına olması: Verinin deşifre edilmesi	Veriler araştırmacı tarafından bizzat toplanmıştır. Verideki fikirlerin ve örüntülerin tespit edilebilmesi amacıyla tekrar eden okumalar gerçekleştirilmiş. Okuma süreci tümdengelsel bir yaklaşımla gerçekleştirilmiştir. Bu okumalarda tüm analiz süreci boyunca kullanılmak üzere kağıt-kalemle notlar alınmıştır.
İlk kodların oluşturulması: Tüm veri seti boyunca verinin dikkat çeken özelliklerinin sistematik bir şekilde kodlanması, her bir kodla alakalı olan verilerin bir araya toplanması	Planlanmış davranış teorisi ve çevrimiçi satın alma literatürü odaklı bu çalışmada mülakat soruları çerçevesinde kodların oluşturulabilmesi için veriler incelenmiştir. Toplanan verilerin kodlamaları, yazarın da dahil olduğu alanında uzman 3 farklı araştırmacı tarafından yapılmış ve kodlamalar üzerinde fikirbirliğine varılmıştır.
Temaların ve kategorilerin gözden geçirilmesi ve isimlendirilmesi: Temaların, kategoriler altında kodlanmış veri içeriğiyle ve tüm veri setiyle uyumunun kontrol edilmesi, analize ilişkin tematik 'haritanın' oluşturulması. Her bir temanın tanımlanıp isimlendirilmesi	Bu aşamada kategori ve kodların temalar altında tutarlı bir örüntü oluşturup oluşturmadığını anlamak amacıyla bir tema haritası oluşturulmuştur. Temaların ve kategorilerin kodlanan içeriği yeterince temsil ettiğine karar verildikten sonra her temanın PDT teorisi bileşenleri çerçevesinde veri setinin hangi boyutunu yansıttığı tanımlanmıştır. PDT teorisinin tutum, öznel



	norm ve davranışsal kontrol bileşenleri tema isimleri olarak ifade edilmiştir.
Raporun hazırlanması: Somut, çarpıcı ve inandırıcı doğrudan alıntı örneklerinin seçilmesi, kodlanan veri içeriklerinin son kez analiz edilmesi, analiz sonuçlarının araştırma sorusu ve alan yazınla tekrar ilişkilendirilmesi, analizin akademik bir dille raporlaştırılması.	Bu aşamada temaların ve kodların geçerliliğini ortaya koymak amacıyla doğrudan alıntılara yer verilmiştir. Elde edilen bulgular ve literatürdeki bu bulguları destekleyici çalışmalar yardımıyla araştırmanın tartışma ve sonuç kısmı yazılarak raporlanması tamamlanmıştır.

Kaynak: Braun ve Clark (2019) çalışmalarından bu çalışmaya uyarlanmıştır.

Doğru bilgiye ulaşma konusunda gereken önlemlerin alınması (yani geçerlilik) ve araştırma sürecini ve verileri açık ve ayrıntılı bir biçimde yani başka araştırmacının değerlendirmesini olanak verecek biçimde tanımlanması yani güvenilirlik nitel araştırmacının karşılaması gereken önemli beklentilerdir (Yıldırım ve Şimşek, 2018, s.285). Çalışmanın nitel araştırmaya özgü geçerlilik ve güvenilirlik bağlamında izlediği adımlar Tablo 3'te açıklanmıştır.

Tablo 3. Araştırmada geçerlilik ve güvenilirlik

Ölçütler	Gerçekleştirilen Süreçler
Araştırma sonuçları yoluyla gerçeğin doğru temsili/ İNANDIRICILIK	Çalışmada kullanılan temaların oluşturulmasında PDT ile ilgili yazından faydalanılmıştır. Temalar altına yerleştirilen kategoriler COVID- 19 ve öncesi dönemdeki çevrimiçi alışveriş davranışları ile ilgili yazından yardım alınarak oluşturulmuştur. Kategorilerin anlamını yansıtacak kodlar ise katılımcı ifadeleri doğrultusunda ilgili kategorilerin altına yerleştirilmiştir. Kodlar görüşmelerden oluşturulan metinlerden kategorilerin anlamını yansıtacak sözcük söz grubu cümle ya da paragraf düzeyinde hazırlanmıştır çalışmada kodları yansıtan seçili örnek ifadeler doğrudan alıntılama yapılarak sunulmuştur.
Sonuçların uygulanması (ayrıntılı betimleme ve Amaçlı örnekleme)/ AKTARILABİLİRLİK	Ayrıntılı betimleme araştırma sonuçlarının aktarılabilirliği dayandığı verilerin yeterli düzeyde betimlenmesini ifade etmektedir. Çalışmada katılımcıların doğrudan ifadelerine yer verilmesi bu amaçladır. Ayrıca amaçlı örnekleme kullanılarak nitel araştırmanın aktarılabilirliği artırılmaya çalışılmaktadır. Amaçlı örnekleme ile veri kaynaklarının farklılığı sayesinde hem genele hem özele ait bilgilerin ulaşılması istenmektedir. Yapılan bu çalışmanın sonuçları tüketici davranışları kadar girişimcilik, küresel pazarlama, sosyoloji, araştırma geliştirme ve davranışsal finans gibi alanlara da aktarılabilir.
Tutarlılığı sağlama/ TUTARLILIK	Dışsal faktörlerin kontrol edildiğini ve araştırma süreci üzerinde olumsuz bir etkisinin olmadığını güvence altına almak anlamına taşır. Tutarlılık incelemesi araştırmaya dışarıdan bir gözle bakılması ve araştırmacının baştan sona gerçekleştirdiği araştırma etkinliklerinde tutarlı davranıp davranmadığını ortaya koymaktadır. Toplanan verilerin kodlamaları, 3 farklı araştırmacı tarafından yapılmış ve kodlamalar



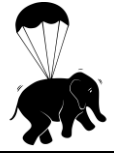
	üzerinde fikirbirliğine varılmıştır. Ayrıca derinlemesine görüşmeler yanında tüketici davranışları ile ilgili verileri paylaşan kurum ve organizasyon raporları ve de daha önce konuyla ilgili yapılmış çalışmalardan elde edilen bilgiler gibi ikincil verilerden de yararlanılması sayesinde araştırmanın güvenilirliği sağlanmaya çalışılmıştır.
Nesnel, Yansız olma/ TEYİT EDİLEBİLİRLİK	Teyit edilebilirlik araştırmacının herhangi bir biçimde toplanan veriyi varlığı ile ya da varsayımları ve inançları ile etkilememek için önlem almasını ifade eder. Araştırma süreci boyunca araştırmanın tasarımı katılımcıların seçimi verilerin toplanması ve çözümlenmesi gibi tüm aşamalarda bireysel ve ideolojik yanlılık öznellik oluşturabilecek, katılımcıları etkileyebilecek ya da yönlendirebilecek durumlardan özenle uzak durulmuştur.

Kaynak: Yıldırım ve Şimşek (2018) ile Aydın ve Özeren'in (2019) çalışmalarından bu çalışmaya uyarlanmıştır.

Pandemi dönemindeki çevrimiçi alışveriş davranışları ile ilgili gerçekleştirilen çalışmanın katılımcılarının sorulara verdikleri cevaplar benzerlik ve farklılıkları açısından incelenerek elde edilen bulgular arasındaki ilişkiler ortaya konmuştur. Bu doğrultuda hazırlanan çalışmanın cevaplayıcılarına ait demografik özellikler Tablo 4'te gösterilmiştir.

Tablo 4. Katılımcıların demografik özellikleri

Cevaplayıcı Kodları	Cinsiyeti	Mesleği	Yaşı	Yaklaşık Aylık Geliri	Medeni Durumu
C1	Erkek	Öğretmen	39	18000	Evli
C2	Kadın	Öğretmen	30	15000	Bekar
C 3	Kadın	Bankacı	32	12000	Bekar
C 4	Erkek	Öğretmen	42	15000	Evli
C 5	Erkek	İşletme Sahibi	37	50000	Evli
C 6	Kadın	Akademisyen	46	25000	Bekar
C 7	Kadın	Bankacı	42	12000	Evli
C 8	Kadın	Eczacı	26	20000	Bekar
C 9	Erkek	Sekreter	34	10000	Evli



C 10	Kadın	Eczacı	56	25000	Bekar
C 11	Kadın	Doktor	35	30000	Evli
C 12	Kadın	Doktor	27	25000	Evli
C 13	Kadın	Çağrı merkezi çalışanı	21	8500	Bekar
C 14	Erkek	Bankacı	37	12000	Evli
C 15	Erkek	Akademisyen	38	25000	Evli
C 16	Erkek	Mühendis	35	22000	Evli
C 17	Erkek	Diş hekimi	36	25000	Evli
C 18	Kadın	Mühendis	43	20000	Bekar
C 19	Kadın	Akademisyen	38	22000	Bekar
C 20	Erkek	Mühendis	38	25000	Evli
C 21	Erkek	Kaymakam	37	22000	Evli
C 22	Erkek	Muhasebeci	37	15000	Bekar
C 23	Kadın	İşletme sahibi	37	40000	Bekar
C 24	Erkek	Doktor	50	35000	Evli
C 25	Erkek	İşletme sahibi	33	30000	Bekar

Tablo 4'te katılımcıların cinsiyetleri, meslekleri, yaşları, aylık gelir düzeyleri ve medeni hallerine ait bilgiler verilmiştir.



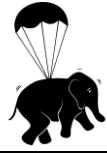
6. BULGULAR

Çalışmanın bu bölümünde cevaplayıcıların çevrimiçi alışveriş davranışını COVID-19 salgını çerçevesinde değerlendirmelerine ilişkin Planlanmış Davranış Teorisi (PDT)'nin 3 temel bileşeni ana temalar olarak sunulmaktadır. Buradan hareketle bu çalışma çevrimiçi alışverişin doğasını, kapsamını ve COVID-19 sürecinde çevrimiçi alışveriş yapanların tüketici davranışlarındaki değişimin keşfedilmesi amacıyla yapılmıştır. Bu amaç doğrultusunda çalışmada, COVID-19 sürecinde ve öncesinde de çevrimiçi alışveriş yapan kişilerin öznel deneyimlerine ait verileri yarı yapılandırılmış görüşmeler yoluyla toplanmış ve nitel çözümlenmeler yardımıyla analiz edilmiştir. Pazarlama alanında yapılan nitel araştırmalarda tüketiciden elde edilen verilerin analiz edilmesi; tüketici yönelim, karar ve davranışlarının özünde yer alan pek çok farklı kavram ve durumun ortaya çıkarılmasında araştırmacılara önemli katkılar sağlamaktadır. Araştırmacının betimleme sürecini kendi görüş ve yorumlarından arındırması yani veri setini okuyucuya kendi yorumlarını katmadan aktarması gerekmektedir. Elde edilen bulguları ayrıntılı bir şekilde betimledikten sonra araştırmacının yorumlarını sonuç kısmında okuyucuyla paylaşması okuyucunun araştırma problemini daha iyi anlamasını sağlayacaktır (Yıldırım ve Şimşek, 2018, s.86). Bu bilgiler ışığında tüm soru ifadeleri her bir cevaplayıcı için tek tek incelenerek analiz edilmiştir. Daha sonra çalışmada elde edilen bulgular, katılımcıların paylaştıkları cevaplarında tespit edilen farklılıklar ve benzerlikler PDT kuramı bileşenlerinden oluşturulan temalar altında sunulmuştur. Verilen cevaplar kodlanırken, benzer katılımcı cevapları içinde vurgulanan ve açıklama yapılan cümleler dikkate alınmıştır. Bunun yanında okuyuculara yardımcı olması amacıyla araştırmadaki her bir soru için, katılımcıların doğrudan ifadelerine de yer verilmiştir.

Nitel çözümlenmeler yardımıyla oluşturulan temalar ve kategorilerin çevrimiçi alışveriş davranışındaki gelişimin anlaşılabilirliği açısından önemli olduğu düşünülmektedir. Kategoriler altındaki kodların COVID-19 döneminde çevrimiçi alışveriş davranışının anlaşılabilirliği ve salgından önceki döneme göre yaşanan değişikliklerin tespit edilebilmesi için önemli bir veri niteliği taşıdığı düşünülmektedir. Tablo 5'te PDT çerçevesinde araştırmacının oluşturduğu ana temalar, kategoriler ve kodlar gösterilmektedir.

Tablo 5. Temalar, kategoriler ve kodlar

TEMALAR	KATEGORI	KODLAR
Tutumlar	Çevrimiçi alışveriş avantajları	-Alışveriş zamanı ve mekanı özgürlüğü -Ürün bilgisi ve yorumlara erişim -Farklı coğrafik pazarlara erişim -Rahat ve engelsiz alışveriş ortamı -Ürün çeşitliliği ve karşılaştırma kolaylığı -Ekstra maliyetlerden kaçınma ve fiyat avantajı -Kampanyalar, hediyeler ve çekilişler
	Çevrimiçi alışveriş dezavantajları	-Teknolojik zorluklar -Teslimat sorunları -Bilinmeyen markadan kaçınma -Pazarlık yapılamaması -Yüz yüze iletişim eksikliği



		-Güvenlik endişeleri
Öznel normlar	COVID -19 dönemi çevrimiçi alışveriş yönelimleri	-Halka açık alışveriş alanlarına olan fiziki uzaklık nedeniyle yönelimin artışı -Devletin uyguladığı sosyal hayatı kısıtlayıcı kurallar nedeniyle çevrimiçi daha fazla zaman geçirildiğinden yönelimin artışı - Bulaş riskini azaltmak ve temastan kaçınma amacıyla alınan ürünler nedeniyle yönelimin artışı - Toplum çevrimiçi alışverişe yönlendirmek amacıyla yapılan kampanyalar ve indirimler nedeniyle artış - Toplumun kısıtlamalar sürecinde yemek ve market siparişleri için çevrimiçi alışverişe yönelmek zorunda kalması nedeniyle artış
Algılanan Davranış Kontrolü	COVID -19 öncesi çevrimiçi alışveriş zamanı	- Düzenli çevrimiçi alışveriş -İhtiyaç olduğunda ve gelir durumuna bağlı çevrimiçi alışveriş -Yüz yüze alışverişte bulunamayan ürünler olduğu zaman çevrimiçi alışveriş -İndirim ve kampanya günleri olduğu zaman çevrimiçi alışveriş
	COVID -19 öncesi çevrimiçi satın alınan ürünler ve satın alma sebepleri	-Güzel giyinme motivasyonu ile giysi, ayakkabı ve aksesuar -Kişisel gelişim ve ilgi alanlarım nedeniyle kitap ve kırtasiye -Biletleri fiyatları karşılaştırma ve daha çok seçenek sunma nedeniyle seyahat biletleri -Geniş ürün çeşitliliği nedeniyle teknoloji ürünleri -Çevrimiçi indirimler nedeniyle market ve yemek siparişleri
	COVID -19 dönemi çevrimiçi alınan ürünler ve satın alma sebepleri	- Meslek nedeniyle giyim ayakkabı, aksesuar -Hastalıktan korunma için alınan önlemler nedeniyle temizlik ve hijyen ürünleri -Sağlıklı kalabilmek amacıyla vitamin, gıda takviyesi ve şifalı bitkiler -Kapanmalar nedeniyle çevrimiçi market ve yemek siparişi -Evde geçen zamanın değerlendirilmesi amacıyla hobi malzemeleri ve eğlence ürünleri
	COVID -19 dönemi planlanandan fazla çevrimiçi alışveriş yapma durumu	-Duygusal anlamda iyi hissetmek için planlanandan fazla -Kapanmalar ve sosyal kısıtlamalar etkisiyle planlanandan fazla -Bulaş riskini azaltmak ve kalabalık ortamlardan kaçınmak için planlanandan fazla -Ekonomik sorunlardan kaçınmak için planlandığı kadar -Bağışıklığı güçlendirmek ve fiziksel aktiviteleri artırmak için planlanandan fazla
	COVID-19 dönemi yapılan çevrimiçi alışverişler nedeniyle ekonomik sorun yaşama durumu	-Fiyatlardaki aşırı yükselmeler sebebiyle ekonomik zorluklar yaşanması



		<ul style="list-style-type: none"> -İşyerlerinin kapanması ve gelir azalışlarına bağlı ekonomik zorluklar yaşanması -Kredi kartı limitlerinin aşılması ve ekonomik problemler yaşanması -Planlı alışveriş yapılması ve yüz yüze alışverişlerin azalması nedeniyle ekonomik problem yaşanmaması -Banka ve çevrimiçi alışveriş mağazalarının çevrimiçi alışveriş imkanları sayesinde ekonomik sorun yaşanmaması
	<p>COVID-19 dönemi yapılan çevrimiçi alışverişlerden pişmanlık duyma durumu</p>	<ul style="list-style-type: none"> -Fazla miktarda ürün satın alma nedeniyle pişmanlık - Daha faydalı olabilecek ürünler tercih edilmediği için duyulan pişmanlık -İade ve değişim süreçlerinde yaşanan zorluklar yüzünden geri gönderilemeyen ürünlerin pişmanlığı -Karantinede kaldığı için kullanılmayan mevsimlik ürünlerin pişmanlığı -Model yenilemek için yapılan harcamalar sebebiyle pişmanlık -Yapılan alışverişlerden pişmanlık duyulmaması

Tablo 5’te belirtilen tema, kategori ve kodlara ilişkin çözümlerinin ayrıntıları aşağıda verilmiştir.

6.1. Tutumlar

Tutum, bireyin duygularının içsel bir ifadesidir ve bireyin bir ürün veya hizmeti beğenip beğenmediğini yansıtır (Temizkan, 2022, s.131). Başka bir ifadeyle tutumlar, bireylerin belirli bir davranışa yönelik olumlu veya olumsuz değerlendirmelerini ifade etmektedir. PDT’ye göre, bireylerin bir davranışa yönelik tutumları, bu davranışın olumlu sonuçlarını değerlendirme ve olumsuz sonuçlarından kaçınma düşüncesiyle ilişkilidir. Zhou vd., (2007, s.57) dokunsal geribildirim eksikliğinin, özellikle kadın tüketiciler için deneyimsel ürünlerin çevrimiçi alışverişinde büyük bir dezavantaj olduğunu ifade etmişlerdir. Araştırmacılar çevrimiçi perakendecilerin, 3D animasyon ve sanal showroom gibi yeni bilgi teknolojilerini benimseyerek o çevrimiçi ürünlerin daha iyi tanımlanmasını ve sergilenmesinin sağlanmasıyla tüketicilerin bu alışverişten elde edecekleri faydaları ortaya koyabileceklerini ve bu sayede meydana gelen olumlu tutumlar sayesinde tüketicilerin davranışa yönlendirilebileceklerini belirtmişlerdir. Dolayısıyla bir bireyin çevrimiçi alışverişe yönelik olumlu bir tutumu varsa, çevrimiçi satın alma davranışını gerçekleştirme olasılığının artacağı olumsuz bir tutumun varsa satın almaktan vazgeçilebileceği ya da satın almanın ertelenebileceği ifade edilebilir.

6.1.1. Çevrimiçi Alışveriş Avantajları Kategorisi

Çevrimiçi alışveriş davranışının mağazalardan yapılan alışverişlere göre hangi noktalarda avantajlı olabileceğinin belirtilmesi tüketicilerin çevrimiçi alışverişe yönelik olumlu tutumlarının da göstergesi olarak değerlendirilmektedir. Çalışmanın cevaplayıcıları çevrimiçi alışverişleriyle ilgili avantaj olarak alışveriş zamanı ve alışveriş mekanında özgürlük, ürün bilgisi ve yorumlara erişim, farklı coğrafik pazarlardaki ürünlere erişim, rahat ve engelsiz



alışveriş ortamı, ürün çeşitliliği ve karşılaştırma kolaylığı, ekstra maliyetlerden kaçınma ve avantajlı fiyatlar, çevrimiçi mağazalardaki kampanyalar, hediyeler ve çekilişler gibi birçok farklı görüşü paylaşmışlardır. Cevaplayıcıların çevrimiçi alışverişlerin avantajlarına yönelik örnek ifadelerinden bazıları şöyledir.

C 12: “Yüz yüze alışverişte ürün çeşidi maalesef sınırlı sayıdaiken, çevrimiçi yapılan alışverişte ürün çeşitliliği çok fazladır. Farklı ürün türleri yanında bir ürün için birden çok alternatif model ve özellikte ürüne çevrimiçi ortamda ulaşabiliriz. Bunun yanı sıra ikinci el satış yapan uygulamalardan da yüzyüze alışveriş yaptığım mağazalarda bulamayacağım farklı çeşitte ürünler satın aldığım olmuştur.”

C 19: “Yüz yüze alışverişte ulaşabileceğimiz mağazalar sadece yaşadığımız çevrede bulunan alışveriş yerleridir. Ancak çevrimiçi alışveriş siteleri ve uygulamaları sayesinde Türkiye’de bulunmayan bir ürünü dünyanın diğer ucunda ki yabancı bir ülkeden bile sipariş etme şansımız oluyor. Hatta yakın zamanda yaşadığım şehirdeki teknoloji mağazasında bulamadığım mutfak aletini yurt dışından kolayca satın alma imkanı veren çevrimiçi bir mağazadan sipariş edebildim.”

C 20: “Biz müşteriler için çevrimiçi alışverişin en önemli avantajının ekstra maliyetlere katlanmamak olduğunu düşünüyorum. Düşünsenize çevrimiçi alışveriş yapabilmek için sadece parmaklarımızı kıpırdatmamız yetiyor. Yüz yüze alışveriş için öncelikle hazırlanıp o mağaza ya da markete gidebilmemiz gerekir. Bu süreçte ulaşım ve otopark ücreti gibi ekstra maliyetler de ödenmek zorunda kalınıyor. Ayrıca satın aldığımız yükte ağır ürünleri taşımanın zorluğunu da unutmamamız gerekli. Çevrimiçi alışveriş satın aldığım ürünleri yüklenip gelme zahmetinden beni kurtardı, böylece artık alışveriş yapmak çile olmaktan çıktı.”

C 22: “Yüz yüze yapılan alışverişlerde mağazaların çalışma saatleri kısıtlı olduğundan genellikle koştur koştur bir durumda alışveriş yapmak zorunda kalıyoruz yani geleneksel alışverişte belli bir zaman dilimi kısıtlamam oluyor. Çevrimiçi alışverişte ise zaman mekan fark etmeden alışveriş yapma imkanım oluyor. Mesela ister telefonum ister bilgisayarım yardımıyla 7/24 evimde veya ofisimde alışverişlerimi rahatlıkla yapabiliyorum.”

6.1.2. Çevrimiçi Alışveriş Dezavantajları Kategorisi

Tüketicilerin çevrimiçi alışveriş davranışının mağazalardan yapılan yüzyüze alışverişlere göre bazı açılardan daha dezavantajlı olabileceğini belirtmesi tüketicilerin çevrimiçi alışverişe yönelik olumsuz tutumlarının da göstergesi olarak düşünülebilmektedir. Öyleyse tüketicinin dezavantajları nedeniyle çevrimiçi alışverişle ilgili olumsuz düşüncelere sahip olabileceği gibi çevrimiçi alışveriş yapmaktan da vazgeçebilir. Çalışmanın cevaplayıcıları çevrimiçi alışverişin yüzyüze alışverişe göre dezavantajlarıyla ilgili teknolojik zorluklar, teslimat sorunları, bilinmeyen markadan kaçınmak zorunda kalmak, pazarlık yapılamaması, yüz yüze iletişim eksikliği, güvenlik endişeleri gibi birçok farklı görüş paylaşmışlardır. Cevaplayıcıların çevrimiçi alışverişlerin avantajlarına yönelik örnek ifadelerinden bazıları şöyledir.



C 17: “Tabi ki bir ürünün çevrimiçi olarak sadece resmini görüp yorumlarını okumak her zaman mükemmel ürünü elde etmemizi sağlamıyor. Eğer çevrimiçi aldığım ürünün istediğim veya görüldüğü gibi gelmemesi durumu söz konusuysa ya da ürün elime geldiğinde uygun bulmadıysam iade etmek veya değiştirmek zorunda kalıyorum ve bunun için kargoya gidip geri göndermem gerekiyor. Son günlerde iade etme süreçleri giderek iyileşiyor olsa da büyük bir heves ve heyecanla yapılan alışverişin sonunda yanlış, bozuk veya beklentimi karşılamayan ürünlerle karşılaşmak oldukça can sıkıcı.”

C 23: “Yüz yüze alışverişte küçükte olsa bir pazarlık payı var ve ben alışveriş yaparken pazarlık yapmaktan zevk alıyorum. Örneğin sürekli alışveriş yaptığım için samimiyet kurduğum bir mağaza sahibiyle yaptığım pazarlık sonrası alabildiğim küçük bir indirim bile beni mutlu ediyor. Çevrimiçi alışverişte ürünler sabit bir fiyat üzerinden satıldığı için böyle bir imkan olmuyor.”

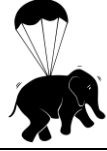
6.2. Öznel Normlar

Öznel normlar kavramı, PDT karar verme teorisinin merkezinde yer almaktadır. Öznel norm, sosyal bilim araştırmalarında davranışsal niyet ile ilişkilendirilmektedir. (Utami, 2017, s.16; Sia ve Jose, 2019, s.681; Li vd., 2020, s.18951). Öznel normlar toplum üzerinde etkili olan çevrelerin söylemleri sonucunda ortaya çıkmaktadır. Psikolojide öznel normlar, bir kişinin belirli bir davranışta bulunan biri hakkında diğerlerinin ne düşündüğü ve bunu onaylayıp onaylamayacakları hakkındaki inançlarıdır. Belirli bir davranışa katılım, bir bireyin bu davranışta bulunması halinde referans gruplarının kendisini nasıl algılayacağına dair inançlarını ortaya koymaktadır.

Ayrıca, çevresel faktörler ve aile, arkadaşlar veya meslektaşlar gibi yakın referans gruplarından gelen olumlu geri bildirimler de subjektif normları etkileyebilir.

6.2.1. COVID-19 Dönemi Çevrimiçi Alışveriş Yönelimleri Kategorisi

COVID-19 döneminde, sağlık yetkilileri ve uzmanlar tarafından yapılan öneriler ve yönlendirmeler tüketicilerin davranışını etkileyebilir. Eğer toplumda çevrimiçi alışveriş destekleyen bir norm oluşmuşsa, tüketicilerin çevrimiçi satın alma davranışına yönelik niyetleri artabilir. Öznel norm, davranışta bulunmak için algılanan sosyal baskıyı ifade eder. Bir tüketici davranışa yakın olan ve davranışla ilişkili olan diğer bireylerden onay alıyorsa öznel norm etkisiyle davranışa yönelebilir. Örneğin COVID-19 pandemisi sırasında tıbbi maskelerin sürekli kullanımında öznel normlar, davranışları önemli ölçüde etkilemektedir (Yasa vd., 2021). Cevaplayıcıların COVID-19 dönemi çevrimiçi alışveriş yönelimleriyle ilgili, halka açık alışveriş alanlarına olan fiziki uzaklık nedeniyle çevrimiçi alışverişe yöneldiklerine, devletin uyguladığı sosyal hayatı kısıtlayıcı kurallar nedeniyle çevrimiçi daha fazla zaman geçirdiklerinden çevrimiçi alışverişe yöneldiklerine, yapılan uyarılar etkisiyle bulaş riskini azaltmak ve temastan kaçınmak amacıyla çevrimiçi ürünlere yöneldiklerine, salgın döneminde toplumu çevrimiçi alışverişe yönlendirmek amacıyla yapılan kampanyalar ve indirimler



nedeniyle çevrimiçi alışverişe yöneldiklerine, toplumun kısıtlamalar sürecinde yemek ve market siparişleri için çevrimiçi alışverişe yönelmek zorunda kalması nedeniyle çevrimiçi alışverişe yöneldiklerine dair birçok farklı fikri paylaştıkları görülmüştür. Cevaplayıcıların bu yönelimlerine dair örnek ifadelerden birkaçı aşağıda paylaşılmıştır.

C 6: *“Yaşantımızın genelinde olduğu gibi alışveriş zamanlarımda da hem kendimin hem de diğer insanların sağlıklarını düşünerek salgın sürecinde kalabalık ortamlara girmiyordum. Yani teması azaltmak ve bulaş riskinden korunmak için çevrimiçi alışveriş yapmayı tercih ediyordum.”*

C 10: *“COVID- 19 sürecinde sosyal yaşamı kısıtlayıcı kurallar nedeniyle sosyalleşemediğim için evde çok fazla zaman geçirdim. Bu şartlar altında internette de fazlaca zaman geçiriyor ve çevrimiçi alışveriş yapıyordum.”*

C 19: *“COVID- 19 sürecinde herkesin alışveriş yaptığı çevrimiçi site ve uygulamaların indirimli günleri ve kampanyalarını takip ederek çevrimiçi alışverişlerimi yapıyordum. Ayrıca pandemi sonrası beğendiğim markaların çevrimiçi mağazalarında da daha sık indirim uygulanmaya başladığı için o dönemde alışverişlerimde çevrimiçi mağazalara yöneldiğimi söyleyebilirim.”*

6.3. Algılanan Davranış Kontrolü

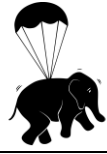
Davranış kontrolü, kişinin bir davranışı gerçekleştirmek veya gerçekleştirmemek için sahip olduğu yetenekler, kaynaklar ve motivasyonlarla ilgilidir. Başka bir ifadeyle davranış kontrolü davranışın gerçekleştirilmesini kolaylaştırabilecek veya engelleyebilecek faktörlerin varlığına ilişkin inançlara (kontrol inançlarına) dayanmaktadır.

6.3.1. COVID-19 Öncesi Çevrimiçi Alışveriş Zamanı Kategorisi

Cevaplayıcıların çevrimiçi alışveriş zamanları ile ilgili beyanları düzenli aralıklarla çevrimiçi alışveriş yapıldığı, ihtiyaç olduğunda ve gelir durumuna bağlı çevrimiçi alışveriş yapıldığı, yüz yüze alışverişte bulunamayan ürünler olduğu zaman çevrimiçi alışveriş yapıldığı ve indirim ve kampanya günleri olduğu zaman çevrimiçi alışveriş yaptıkları şeklindedir. Cevaplayıcıların bu beyanları ile ilgili örnek ifadelerden birkaçı aşağıda paylaşılmıştır.

C 3: *“Çevrimiçi alışveriş yapma zamanlarımda ihtiyaçlarıma ve gelir durumuma göre şekillendiğini söyleyebilirim. Çevrimiçi alışveriş elbette çok cezbediyor. Fakat bütçe işin içine girdimi geri adım atmak durumunda kaldığım zamanlar oluyor. Bu yüzden ihtiyacım ve yeterli param olduğunda çevrimiçi alışveriş yaparım.”*

C 7: *“Çevrimiçi alışverişini sevdiğim ve çevrimiçi alışveriş yapınca mutlu olduğum için moralim düzelsin diye ayda 1-2 kez sipariş verirdim.”*



C 11: “Salgından önce daha çok yüzyüze alışveriş yapıyordum çünkü ürünleri deneyerek ve görerek satın almayı daha güvenilir buluyor ve tercih ediyordum. Ama çok sık olmasa da arada bir çevrimiçi alışverişte yapıyordum.”

C 23: “Yüzyüze alışveriş ile karşılaştırmalar yapıp indirimler makul geldiği zaman çevrimiçi alışveriş yapardım. Dolayısıyla COVID-19 salgınından önceki çevrimiçi alışveriş yapma sıklığım indirim zamanlarına ve kuponlara göre şekillenirdi.”

6.3.2. COVID-19 Öncesi Çevrimiçi Satın Alınan Ürünler ve Satın Alma Nedenleri Kategorisi

Çalışmaya katılanların cevapları, COVID-19 öncesinde hangi ürünleri çevrimiçi olarak satın aldıklarını ve hangi amaçla bu ürünleri satın aldıklarını anlayabilmek yani hangi ürünleri ne gibi sebeplerle ya da hangi motivasyonlarla çevrimiçi satın aldıklarını ortaya koyabilmek için davranışsal kontrol temasının altında değerlendirilmiştir. Cevaplayıcılar COVID-19 öncesinde güzel giyinme motivasyonu ile giyisiler, ayakkabılar ve aksesuarlar aldıklarını, kişisel gelişimleri için kitap ve kırtasiye ürünleri, bilet fiyatlarını karşılaştırma ve daha çok seçenek bulabilme imkanı sağladığı için seyahat biletleri, sunulan çevrimiçi indirimler nedeniyle market ve yemek siparişlerini çevrimiçi olarak verdiklerini, geniş ürün çeşitliliği nedeniyle teknoloji ürünlerini çevrimiçi satın aldıklarını ifade etmişlerdir. Cevaplayıcıların kategoriye ilişkin örnek ifadelerinden birkaçı aşağıda paylaşılmıştır.

C 2: “Çoğunlukla giyim, ayakkabı ve aksesuar ürünlerini çevrimiçi yollarla almayı tercih ederdim. Özellikle gömlek satın almaya özel bir ilgi duyuyorum. Güzel giyinmeyi seviyorum. Bu yüzden her hafta internette giyisiler, ayakkabılar, kıyafetler ya da bunlarla uyumlu olarak kullanabileceğim aksesuarlar ve takılar sipariş verirdim.”

C 16: “Kredi kartı kullanıcısı olarak kartımın çevrimiçi alışveriş avantajlarından faydalanarak seyahatlerim için biletler satın alırdım. Firmaların sunduğu biletlerin fiyatlarını internet ortamında kolayca karşılaştırabiliyor olmam da seyahatlerim için bilet alışverişlerimi çevrimiçi olarak yapmamı etkiliyordu.”

C 17: “Yaşadığım şehir teknoloji ürünleri ve elektronik eşyaların satıldığı mağazalar konusunda beklentilerimi pek fazla karşılayamadığından daha fazla seçenek bulmak için bu tür ürünlerde çevrimiçi alışverişini tercih ediyordum. Teknolojik ürünler ve elektronik eşyalarda ürün özellikleri hakkında ayrıntılı ve karşılaştırmalı bilgilere ulaşabildiğim için de bu tür ürünleri çevrimiçi olarak satın alıyordum.”

6.3.3. COVID-19 Dönemi Çevrimiçi Alınan Ürünler ve Satın Alma Nedenleri Kategorisi

Çalışmaya katılanların cevapları COVID-19 döneminde hangi ürünleri çevrimiçi olarak satın aldıklarını ve neden satın aldıklarını anlayabilmek yani hangi ürünleri ne gibi sebeplerle ya da hangi motivasyonlarla çevrimiçi satın aldıklarını ortaya koyabilmek amacıyla davranışsal kontrol temasının altında değerlendirilmiştir. Cevaplayıcılar COVID-19 döneminde meslekleri nedeniyle giyim ayakkabı, aksesuar gibi ürünler aldıklarını, hastalıktan korunmak için alınması



gereken önlemler nedeniyle temizlik ve hijyen ürünleri satın aldıklarını, sağlıklı kalabilmek amacıyla vitamin, gıda takviyesi ve şifalı bitkiler satın aldıklarını, kapanmalar nedeniyle çevrimiçi market ve yemek siparişi verdiklerini, evde geçen uzun zamanın değerlendirilmesi amacıyla hobi malzemeleri ve eğlence ürünleri gibi pek çok farklı ürünü pek çok farklı nedenle satın aldıkları bildirmişlerdir. Cevaplayıcıların kategoriye ilişkin örnek ifadelerden birkaçı aşağıda paylaşılmıştır.

C 7: “Özellikle pandeminin ilan edilmesiyle birlikte maske, kolonya, dezenfektan, deterjan ve hatta sirke gibi hastalıktan korunama yardımcı olacağını düşündüğüm temizlik ve hijyen ürünlerini çevrimiçi alışveriş ortamlarından satın aldım.”

C 8: “Pandemi süreci nedeniyle yaşanan kısıtlamalara rağmen mesleğim gereği iş hayatım devam ettiği için giyim, ayakkabı ve aksesuar gibi ihtiyaçlarımı çevrimiçi satın alarak karşıladım.”

C 24: “Pandemi sürecinde kalabalık ortamlardan uzak durmamız için uygulanan kapanmalar nedeniyle ihtiyaç duydukça marketlerin çevrimiçi siteleri ve mobil uygulamalarını kullanarak atıştırmalıklardan, bakliyata, ekmekten, meyveye kadar birçok gıda ürününü satın aldım. Bu süreçten önce gitmeyi sevdiğim kapanmalar nedeniyle gidemediğim farklı restoranlardan yemek siparişleri de verdim.”

6.3.4. COVID-19 Dönemi Planlanandan Fazla Çevrimiçi Alışveriş Yapma Durumu Kategorisi

Cevaplayıcıların planlanandan fazla çevrimiçi alışveriş yapmalarını planlanmış davranış teorisinin alt unsurları olan içsel ve dışsal kontrol faktörleri açısından algılanan davranış kontrolü teması altında incelemek mümkündür. Cevaplayıcılar duygusal anlamda iyi hissetmek için, kapanmalar ve sosyal kısıtlamalar etkisiyle planladıklarından fazla, bulaş riskini azaltmak ve kalabalık ortamlardan kaçınmak için planladıklarından fazla, bağıışıklığı güçlendirmek ve fiziksel aktiviteleri artırmak için planladıklarından fazla çevrimiçi alışveriş yaptıklarını ve yaşanabilecek ekonomik sorunlardan kaçınmak için çevrimiçi alışverişlerini planlarının dışına çıkmadan yaptıklarını ifade etmişlerdir. Cevaplayıcıların kategoriye ilişkin örnek ifadelerinden birkaçı aşağıda paylaşılmıştır.

C 1: “Bu dönemde kaygı bozukluğu yaşadığım için kendimi iyi hissetmek amacıyla çevrimiçi alışveriş yaptım. COVID- 19 salgını ilk duyulduğu andan itibaren sağlık konusunda nasıl bir tablo ile karşılaşacağımızı bilmiyordum. Dolayısıyla çeşitli nedenler ile ertelediğim ve sahip olmak istediğim birçok ürünü bari şu ürünü alayım da, kullanırım ya da öğrenirim düşüncemden kaynaklanan satın almalar gerçekleştirdim.”

C 8: “COVID- 19’un yarattığı belirsizlik nedeniyle gelecekte ekonomik sorunlarla karşılaşmamak için sadece gerektiği kadar çevrimiçi alışveriş yaptım.”

C 23: “Kısıtlamalar sebebiyle sürekli ev ortamında yaşamak zorunda olduğumuz ve dışarıda farklı aktiviteler yapma şansımız olmadığı için gereğinden daha fazla çevrimiçi alışveriş



yapıyordum. Virüse karşı güvende olmak ve sağlıklı hissetmek için vitaminler, şifalı bitkiler ve spor malzemelerini çevrimiçi olarak satın aldım, hatta stok yaptım da denilebilir.”

6.3.5. COVID-19 Dönemi Yapılan Çevrimiçi Alışverişler Nedeniyle Ekonomik Sorun Yaşama Durumu Kategorisi

Ekonomik sorunlar yaşama durumu, çevrimiçi alışverişlerin kontrol edilebilirliği ve kişinin davranışlarını yönlendirme yeteneğini çerçevesinde değerlendirilebilir. Cevaplayıcılar bu dönemde fiyatlardaki aşırı yükselmeler sebebiyle ekonomik zorluklar yaşadıklarını, işyerlerinin kapanması ve gelir azalışlarına bağlı ekonomik zorluklar yaşadıklarını, kredi kartı limitlerinin dolmasına bağlı olarak ekonomik problemler yaşadıklarını, alışverişlerini planlı yaptıkları ve yüz yüze alışverişleri de azaldığı için ekonomik problem yaşamadıklarını ve banka ve çevrimiçi alışveriş mağazalarının çevrimiçi alışverişle ilgili sundukları imkan sayesinde ekonomik sorun yaşamadıklarını ifade etmişlerdir. Cevaplayıcıların kategoriye ilişkin örnek ifadelerinden birkaçı aşağıda paylaşılmıştır.

C 4: “COVID- 19 döneminde öncelikle ailemde düzenli bir gelire sahip olan bir tek ben kaldığım için evimize giren para oldukça azaldı. Bir de bu duruma pandemide bazı ürünlerin fiyatlarının neredeyse 2-3 katına yükselmesi eklenince gerçekten ciddi ekonomik sıkıntılar yaşadığımızı söyleyebilirim.”

C 9: “COVID- 19 döneminde elzem ihtiyaçlarımı yani evde eksik olduğumu gördüğüm ürünleri çevrimiçi olarak satın aldım. Dolayısıyla bu süreçte özellikle ihtiyaç fazlası ürün almaktan kaçındığımı ve bu sayede de ekonomik bir problem yaşamadığımı söyleyebilirim.”

C 18: “Pandemide çevrimiçi mağazalardan kampanyaları takip ederek birçok ürünü avantajlı bir şekilde satın aldım. Bu süreçte çevrimiçi alışverişlerime örneğin fazla sayıda taksit yapılması veya yüz yüze alışverişlerimde mümkün olmayan yemek harcamalarımın bile ertesi aya ötelenebilmesi gibi imkanlar sayesinde de herhangi bir ekonomik sorun yaşamadım.”

6.3.6. COVID-19 Dönemi Yapılan Çevrimiçi Alışverişlerden Pişmanlık Duyma Durumu Kategorisi

Davranışsal kontrol bireyin bir davranışı gerçekleştirme konusundaki kontrol algısını ve kapasitesini kapsayan bir kavramdır. Dolayısıyla bireyin davranışını gerçekleştirme veya gerçekleştirilmeme kararında etkili olan faktörler bu kavram çerçevesinde incelenebilecektir. Çalışmada gerçekleşen davranışların sonucunda ortaya çıkan pişman olma veya pişman olmama durumları katılımcılar açısından algılanan davranışsal kontrol kavramı çerçevesinde incelenmektedir. Cevaplayıcılar fazla miktarda ürün satın almaları nedeniyle duydukları pişmanlıklarını aldıkları yerine daha faydalı olabilecek ürünleri tercih etmedikleri için duydukları pişmanlıklarını, iade ve değişim süreçlerinde yaşanan zorluklar yüzünden geri göndermedikleri ürünler nedeniyle yaşadıkları pişmanlıklarını, evde karantinede kaldıkları için kullanamadıkları mevsimlik ürünler satın aldıkları için duydukları pişmanlıklarını ve ürünlerin



yeni modelleri için yaptıkları gereksiz harcamalar sebebiyle duydukları pişmanlıklarını ifade etmişlerdir. Cevaplayıcıların bu görüşleriyle ilgili ifadelerden birkaç örnek aşağıda paylaşılmıştır.

C 12: *“Salgın döneminde mümkün olduğunca planlı ve kontrollü bir şekilde çevrimiçi alışverişlerimi gerçekleştirdim. Bu süreçte çevrimiçi aldığım için pişmanlık yaşadığım bir ürün olmadı.”*

C 17: *“Çocuğum ve benim için aldığım ürünlerde beden ve kalite konusunda birçok kez uyumsuzluk ve tutarsızlık yaşadım. Örneğin bir alışverişimde beden sıkıntısı yaşadım ama ürünleri iade etmedim ve birkaç ihtiyaç sahibine veya yakınarımdan uygun bedende olanlara verdim. Salgın sürecindeki başka bir alışverişimde ise oğluma çevrimiçi mağazadan bir pantolon satın aldım. Oğlum için aldığım bu pantolonun kumaşı ise sitedeki bilgilendirmenin aksine bir çocuk için uygun türde değildi. Dolayısıyla bu ürünü de iade etmem gerekirdi. Ancak pandemide kargoya gidip insanlar ile temas etmek ve iade süreçleri ile uğraşmak istemedim.”*

C 18: *“Evde oturma oturma çok kilo almıştım, kilomu kontrol altına alırım diye tartımı değiştirip son teknoloji bir tartı aldım. Eskisi de iş görüyordu ama yenisi daha ileri teknolojiye sahip diye elektronik bir diş fırçası aldım. Aslında mevcut ürünlerimin ihtiyaçlarımı karşıladıklarını ancak yenilerinin biraz daha konforlu bir kullanım sunduğunu düşünüyordum. Ölüm oranlarının arttığını gördüğüm dönemde ise bir daha mı geleceğim dünyaya mantığıyla gereksiz buna benzer harcamalarım oldu.”*

7. TARTIŞMA ve SONUÇ

Bu çalışma tüketicilerin beklenmedik şekilde hayatlarına giren COVID-19 salgını öncesinde ve salgın döneminde gerçekleştirilen çevrimiçi alışveriş deneyimleri hakkındaki görüşlerini Ajzen’in Planlanmış davranış teorisi çerçevesinde incelemeyi amaçlamıştır. Ajzen’e (2002) göre teorisinde yer alan bileşenlerden biri olan tutumlar, kişinin hedef davranışa ilişkin kendi değerlendirmelerini yansıtırken, ikinci olan öznel norm bileşeni, davranışta bulunmak için algılanan sosyal baskıyı ifade etmektedir. Üçüncü olan davranışsal kontrol bileşeni ise söz konusu davranışı gerçekleştirmek için algılanan yetenek olarak ifade edilmektedir. Ajzen (2002) çalışmada bu üç bileşenin davranışın temellerini oluşturduğunu ifade etmektedir. Bu bilgiler doğrultusunda söz konusu teorinin davranışlar üzerinde etkili olduğu düşünülen bu bileşenlerinin araştırmanın temaları olarak kullanıldığı tematik bir analiz hazırlanmıştır. Yapılan nitel araştırma kapsamında elde edilen bulgular çevrimiçi satın alma olgusunu açıklamada kullanılan planlanmış davranış teorisi temalarının üçünde içermektedir.

Çevrimiçi satın alma olgusunu keşfedebilmek amacıyla katılımcılarla hem salgın öncesi hem de salgın dönemindeki çevrimiçi alışverişlerine ilişkin soruların sorulduğu mülakatlar yapılmıştır. Mülakatlardan elde edilen verilerin analizi sonucunda oluşturulan tutumlar teması altındaki çevrimiçi alışverişin yüzyüze alışverişe göre avantajları kategorisinde bulunan kodlar çevrimiçi satın almanın, mağazalardan yüzyüze yapılan alışverişlerle karşılaştırma yapıldığında



bu avantajların katılımcıların tutumlarını olumlu etkileyeceği düşüncesiyle ortaya konulmuştur. Dolfen vd. (2019) ile Limayem vd. (2000) tarafından yapılan çalışmalarda, çevrimiçi alışverişlerde sunulan avantajlar sayesinde tüketicilerin çevrimiçi alışverişten algıladığı faydalarda artışların olduğu görülmektedir. Başka bir ifadeyle avantajlarla ilgili olumlu tutumlar tüketicilerin çevrimiçi alışverişleri faydalı olarak değerlendirerek bu davranışa yönelmelerine yardımcı olabilecektir. Dezavantajlar kategorisindeki kodlar ise çevrimiçi alışverişlerin yüzyüze alışverişlerle karşılaştırıldığında katılımcıların çevrimiçi alışverişe yönelik tutumlarının olumsuz etkileneceği düşüncesiyle ortaya konulmuştur Algür ve Cengiz (2011) yaptıkları çalışmalarında çevrimiçi alışverişin güvenlik ile ilgili dezavantajının tüketiciler tarafından bir risk olarak değerlendirildiği tespit etmişlerdir. Bu riskin sebep olduğu olumsuz duyguyu ortadan kaldırmak için ise çevrimiçi alışverişte kullanılan kredi kartlarının sigortalatılabileceği ifade etmiştir. Benzer bir yaklaşımla bu çalışmada tespit edilen dezavantajlar çevrimiçi alışverişin bazı zorluklarına ve tüketici endişelerine işaret etmektedir. Teknolojik zorluklar, teslimat sorunları, bilgi sahibi olunmayan markadan kaçınma, pazarlık yapılamaması, yüz yüze iletişim eksikliği ve güvenlik endişeleri gibi dezavantajlar, tüketicilerin çevrimiçi alışverişe karşı olumsuz tutumlarını etkileyebilmektedir. Bu tür dezavantajların, işletmelerin Ar-Ge çalışmalarında tüketici geri bildirimlerine daha fazla önem veren politikalarıyla birleştirilerek ve teknolojiyle bütünleşmiş iş sistemleri kullanarak en aza indirilebileceği söylenebilir. Pazarlama uygulayıcılarının çevrimiçi tüketicilerin taleplerine istedikleri zamanda ve istedikleri yerde kolaylıkla ulaşabilmelerini sağlamaları, çevrimiçi alışverişlerin avantajlarının ve dezavantajlarının doğru bir şekilde analiz edilebilmesiyle mümkün olacaktır.

Çalışmanın öznel normlar teması altındaki COVID-19 döneminde çevrimiçi alışverişe yönelimler kategorisinde ise bu dönemde katılımcıların çevrimiçi alışverişe yönelimlerinin nasıl olduğu ve bu yönelimlerinin nedenleri araştırılmıştır. Öznel normlar, tüketicilerin çevrelerindeki insanların tutumlarının ve beklentilerinin çevrimiçi alışveriş davranışları üzerindeki etkisini ortaya koymaktadır. Salgın döneminde sosyal kısıtlamalar ve kapanmaların, toplumun çevrimiçi alışverişe olan talebinin ve tercihlerinin bireylerin çevrimiçi alışverişe yönelimini artırdığı düşünülmektedir. Ayrıca, çevrimiçi alışverişin güvenliği ve kolaylığı hakkında olumlu deneyimlere sahip olan insanların tutumlarının, diğer tüketicilere olumlu bir etki yaparak öznel normları şekillendirdiği söylenebilir. Salgın sürecinde yapılan uyarıların tüketiciler için normlar haline dönüştüğü ve bu normlar doğrultusunda da çevrimiçi alışverişlerini gerçekleştirdikleri düşünülmektedir. Ngan ve Khoi'nin (2022) çalışmalarında da ifade ettikleri gibi çevrimiçi alışveriş bağlamında, öznel normlar tüketicilerin çevrelerindeki insanlardan, ilgili dönemde açıklamalarda bulunan otoritelerden veya sosyal medyadan yayınlanan COVID-19 salgınıyla ilgili mesajlardan etkilenmeleri, bu nedenle çevrimiçi alışverişe geçme gerekliliği hissetmeleriyle açıklanabilmektedir. Katılımcıların yaşamlarının devamlılığı için gerekli olan yiyecek ihtiyaçlarını gidermeyi ya da salgın hastalığa yakalanmadan sağlıklı kalabilmeyi çevrimiçi alışverişe yönelerek gerçekleştirebildiklerini ifade etmeleri de bu düşüncelyi destekler niteliktedir.



Davranışsal kontrol teması ile ilgili sonuçlar kişisel yeteneklerin, kaynakların, içsel ve dışsal etkenlerin çevrimiçi alışveriş davranışlarını yönlendirebildiği düşüncesiyle oluşturulmuştur. Bu bağlamda, TBP, davranışsal kontrol bileşeninin bireylerin bir davranışı gerçekleştirme niyetlerini etkileyebileceğini öne sürer. Ma vd. (2022) yaptıkları çalışmayla, ödeme kolaylığı, rekabetçi fiyatlandırma, şehirde yaşama ve çocuk sayısının çevrimiçi alışveriş sıklığını anlamlı ve pozitif bir şekilde etkilediğini ortaya koymaktadırlar. Dolayısıyla davranışsal kontrolün artmasıyla birlikte bireylerin çevrimiçi alışveriş sıklığına ilişkin niyetlerinin de artabileceği öngörülebilir. Bireyler, kendi ihtiyaçlarına göre çevrimiçi alışveriş yapmak, indirim/kampanya fırsatlarını takip etmek ve yüz yüze alışverişte bulunamadıkları ürünler için çevrimiçi alışveriş tercih etmek gibi kararlarla davranışlarını kontrol ederek çevrimiçi alışveriş sıklıklarını değiştirebilirler. Buradan hareketle davranışsal kontrol teması altındaki COVID-19 öncesi çevrimiçi alınan ürünler ve satın alınma nedenleri kategorisi kapsamında çevrimiçi alışveriş yapma sürecinde katılımcıların güzel giyinmek için kıyafetler, kişisel gelişimlerini sağlama ve ilgi alanlarını belirleyebilmek için kitaplar, ürün fiyatlarını karşılaştırabildikleri ve seçenekleri değerlendirebildikleri için biletler, geniş ürün çeşitliliğini değerlendirebildikleri için teknolojik ürünler ve çevrimiçi indirimleri tespit edebildikleri için market ve yemek siparişlerini çevrimiçi gerçekleştirerek aslında cevaplayıcıların yetenekleri ve amaçları doğrultusunda davranışlarını kontrol edebildikleri düşünülmektedir. Çatlı (2021) da çalışmasında COVID-19 öncesi çevrimiçi alışverişlerde en fazla tercih edilen ürünlerin giyim, ayakkabı, çanta, kitap, dergi ve cd olduğunu ifade etmektedir. Dolayısıyla tüketicilerin sözkonusu ürün türlerini satın almalarında etkili olan faktörleri kontrol etme ve yönlendirme becerilerinin, onların çevrimiçi alışveriş yapma niyetlerini etkileyebildiği ve bu niyetlerinin de COVID-19 öncesi alışveriş davranışlarını şekillendirdiği söylenebilir. Davranışsal kontrol teması altındaki “COVID-19 dönemi alınan ürünler ve çevrimiçi satın alma nedenleri” kategorisine göre ise, bireylerin kendi mesleki ihtiyaçları, hastalıktan korunma önlemleri, sağlık hedefleri, kapanmalar ve evde geçirilen zaman gibi faktörlerin cevaplayıcıların COVID-19 salgınıyla ilişkili ihtiyaçlarını, sağlık kaygılarını, evde vakit geçirme süreçlerini ve yeni yaşam koşullarına uyum sağlama motivasyonlarını yansıttığı düşünülmektedir. Bayır (2021) tüketicilerin COVID-19 döneminde dışarı çıkmaktan korktukları ve sosyal mesafelerini korumak istedikleri için ihtiyaçlarını evden yani çevrimiçi olarak karşıladıklarını ifade etmiştir. Bu dönemde çevrimiçi market alışverişlerinin %74 oranında artmış olduğunu ve en çok satın alınan ürünler arasında; tuvalet kâğıdı, tek kullanımlık eldivenler, dondurucu, çay, kahve ve ekmek makinaları, bulmaca ve boyama kitapları, hava difüzörleri ve spor aletlerinin yer aldığını ortaya koyan araştırmanın sonuçları da bu çalışmanın sonuçlarıyla benzerlik göstermektedir. Kısaca pek çok farklı ürünü pek çok farklı nedenle çevrimiçi satın aldıklarını ifade eden tüketicilerin istek ve ihtiyaçlarına en doğru şekilde cevap verilebilmesi içinde bulunulan şartların en doğru şekilde analiz edilebilmesine bağlıdır. Tüketicilerin yaşadıkları duyguların alışveriş davranışını etkilediği söylenebilir. Vuković vd.’nin (2022) araştırma sonuçları, tüketicilerin korku duygularına ne kadar yatkın olurlarsa besin takviyesi satın alma miktarlarının da o kadar yüksek olacağını göstermektedir. Benzer bir yaklaşımla ele alınan davranışsal kontrol temasının altındaki “COVID-19 döneminde planlanandan fazla çevrimiçi alışveriş yapma durumu”



kategorisindeki kodlamalardan biri olan “Duygusal anlamda iyi hissetmek için planlanandan fazla çevrimiçi alışveriş” kodu, tüketicilerin duygusal tatmin ve moral desteği arayışıyla oldukça fazla miktarda çevrimiçi alışveriş yapma eğilimlerini yansıtmaktadır. “Kapanmalar ve sosyal kısıtlamalar etkisiyle planlanandan fazla” kodu, fiziksel mağazalara ulaşmanın zorlaşması ve sınırlamaların etkisiyle tüketicilerin daha fazla çevrimiçi alışverişe yönelmelerini ifade etmektedir. “Bulaş riskini azaltmak ve kalabalık ortamlardan kaçınmak için planlanandan fazla” kodu, tüketicilerin salgın kaynaklı bulaş riskini minimize etmek amacıyla çevrimiçi alışverişlere daha fazla başvurduklarını göstermektedir. “Ekonomik sorunlardan kaçınmak için planlı” kodu, tüketicilerin salgının ekonomik etkilerinden kaçınmak ve bütçelerini kontrol altında tutmak için çevrimiçi alışverişleri planlı bir şekilde gerçekleştirdiklerini ifade etmektedir. “Bağışıklığı güçlendirmek ve fiziksel aktiviteleri artırmak için planlanandan fazla çevrimiçi alışveriş yaparım” kodu ise tüketicilerin sağlık ve fiziksel anlamda iyi olma hallerini desteklemek amacıyla çevrimiçi alışverişlere daha fazla yönelmelerini yansıtmaktadır. Bu sonuç araştırmaya katılanların bir kısmının alışkın olmadıkları bir durumla karşılaştıklarında alışveriş alışkanlıklarının dışına çıkarak planladıklarından daha fazla çevrimiçi alışveriş yaptıkları şeklinde değerlendirilebilirken, bir kısmının da bu değişikliğe adapte olabilecek kontrol ve yeteneğe sahip oldukları için planları çerçevesinde çevrimiçi alışverişe devam ettikleri şeklinde değerlendirilebilmektedir. Davranışsal kontrol temasının altındaki bir diğer kategori olan “COVID-19 dönemi yapılan çevrimiçi alışverişler nedeniyle ekonomik sorun yaşama durumu” kategorisi yardımıyla tüketicilerin COVID-19 salgını sırasında çevrimiçi alışverişlerinin neden olduğunun düşünüldüğü ekonomik zorluklar anlaşılmaya çalışılmıştır. “Fiyatlardaki aşırı yükselmeler sebebiyle ekonomik zorluklar yaşanması” kodu altında cevap veren katılımcıların, salgın sürecinde talep ve arz dengesinin bozulması sonucu fiyatların yükselmesiyle ekonomik zorluklarla karşılaştıkları düşünülmektedir. “İşyerlerinin kapanması ve gelir azalışlarına bağlı ekonomik zorluklar yaşanması” kodu altında cevap veren katılımcıların, salgın önlemleri nedeniyle işyerlerinin kapanması veya gelirlerin azalması sonucu parasal sıkıntılar yaşadıkları düşünülmektedir. “Kredi kartı limitlerinin aşılması ve ekonomik problemler yaşanması” kodu altında cevap veren katılımcıların, çevrimiçi alışverişlerinin artmasıyla birlikte kredi kartı limitlerinin aşılmasından dolayı ekonomik sorunlarla karşılaştıkları düşünülmektedir. “Planlı alışveriş yapılması ve yüz yüze alışverişlerin azalması nedeniyle ekonomik problem yaşanmaması” kodu altında cevap veren katılımcıların, kontrollü bir şekilde yaptıkları çevrimiçi alışverişler sayesinde ekonomik problemler yaşamadıkları düşünülmektedir. “Banka ve çevrimiçi alışveriş mağazalarının çevrimiçi alışveriş imkanları sayesinde ekonomik sorun yaşanmaması” kodu altında cevap veren katılımcıların ise, finansal kurumların ve çevrimiçi alışveriş platformlarının sağladığı imkanları iyi bir şekilde değerlendirebildikleri için ekonomik sorunlar yaşamadan alışveriş yapabildikleri düşünülmektedir. Elde edilen bu sonuçların Fulford ve Shupe’nin (2021) söz konusu dönemde bir faturayı veya harcamayı ödemekte güçlük çeken tüketicilerin oranının arttığını ve birçok tüketicinin pandemi sırasında mali sıkıntı yaşadığını ifade ettikleri araştırmalarının sonuçlarını destekler nitelikte olduğu görülmektedir. Sonuç olarak bu kategori COVID-19 salgını sırasında çevrimiçi alışverişlerin neden olduğu ekonomik zorlukları anlamaya yönelik bir bakış açısı

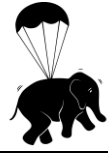


sunarak bu ekonomik problemlerin benzer kriz durumlarında bir daha yaşanmaması için çevrimiçi işletmeler tarafından tüketicilere ne tür önerilerde bulunulabileceği noktasında yol gösterici olacaktır. Barta vd.'nin (2022, s.878) çalışmalarında pişmanlık kavramını "mevcut durumumuzun farklı davranmış olsaydık daha iyi olacağını fark ettiğimizde ya da hayal ettiğimizde yaşadığımız olumsuz, bilişsel olarak belirlenmiş bir duygu" şeklinde ifade etmektedirler. Bu doğrultuda değerlendirilen davranışsal kontrol temasının altında ki "COVID-19 dönemi yapılan çevrimiçi alışverişlerden pişmanlık duyma durumu" kategorisi yardımıyla salgın döneminde katılımcıların çevrimiçi alışverişlerden dolayı yaşadıkları pişmanlıklarının olup olmadığı anlaşılmaya çalışılmıştır. Ayrıca tüketicilerin çevrimiçi alışveriş davranışlarının sonrasında bir pişmanlıkları varsa yaşadıkları bu pişmanlık duygusunun nedenleri de anlaşılmaya çalışılmıştır. Bu kategori içindeki "Fazla miktarda ürün satın alma nedeniyle pişmanlık" kodu, tüketicilerin gereksiz veya fazla miktarda ürün satın alarak sonradan pişmanlık yaşadıklarını düşündürmektedir. "Alınanlara göre daha faydalı olabilecek ürünler tercih edilmediği için duyulan pişmanlık" kodu, tüketicilerin o dönemde daha faydalı olabilecek ürünler olmasına rağmen kendileri için daha az faydalı ürünleri tercih etmeleri sonucunda pişmanlık duyduklarını yansıtıyor olabilir. "İade ve değişim süreçlerinde yaşanan zorluklar yüzünden geri gönderilemeyen ürünlerin pişmanlığı" kodunun, tüketicilerin iade veya değişim süreçlerinde yaşadıkları zorluklar veya kısıtlamalar nedeniyle geri gönderilemek için geç kalınan ve bu yüzden amaçsızca elde kalan ürünlerin pişmanlığını yansıtıyor olduğu düşünülmektedir. "Evde karantinada kalındığı için kullanılmayan mevsimlik ürünlerin pişmanlığı" kodunun, tüketicilerin salgın sürecinde evde karantinada kaldıkları için zamanında kullanamadıkları ürünlerin pişmanlığını yansıttığı düşünülmektedir. "Ürünlerin yeni modelleri için yapılan gereksiz harcamalar sebebiyle pişmanlık" kodunun, tüketicilerin sırf ürünlerin yeni modellerini ve modayı takip etmek için gereksiz harcamalar yapmaları sonucu pişmanlık yaşadıklarını düşündürmektedir. "Hiçbir nedenle alışverişten pişmanlık duyulmaması" kodunun ise, tüketicilerin bu dönemde gerçekleştirdikleri çevrimiçi alışverişlerinden herhangi bir nedenle pişmanlık duymadıklarını yansıttığı düşünülmektedir. Buradan hareketle genel itibarıyla katılımcılar sözkonusu dönemde yaptıkları çevrimiçi alışverişlerle ilgili pişmanlıklar yaşadıklarını ifade etmişlerdir. Ancak katılımcıların bir kısmının da yaptıkları çevrimiçi alışverişlerden pişmanlık yaşamadıklarını ifade ettikleri görülmektedir. Özay'ın (2021) çalışmasına katılanların %66,8'inin aldıkları ve kullanmadıkları ya da ihtiyaç duymadıkları halde aldıkları ürünler nedeniyle daha sonradan pişmanlık duyduklarını ifade etmeleri araştırmanın sonuçlarını destekler niteliktedir. Pişmanlık yaşamadıklarını ifade eden katılımcılarla ilgili sonuç ise Barta vd.'nin (2022) çalışmalarındaki tüketicilerin düşünmeden başka bir ifadeyle dürtüsel olarak yaptıkları alışverişlerden pişmanlık duyduklarını ifade ettikleri sonuçla örtüşmektedir. Çevrimiçi alışverişlerde katılımcıların bazıları satın aldığı miktardan, bazıları satın aldığı ürün çeşidinden bazıları ise ihtiyacı olmadığı halde alışveriş yapmış olmalarından dolayı pişmanlık yaşadıklarını ifade etmişlerdir. Bu durum örneğin salgın döneminde evden pijamalarımızla ders anlatıyor olmamıza rağmen mont ya da ayakkabı gibi ürünleri almaya devam ettiğimiz gerçeğini işletmelerin göz ardı etmemesini gerektiğini hatırlatan bir noktadır. Davranışsal kontrol çerçevesinde incelenen bu kategori, tüketicilerin



çevrimiçi satın almalarının kontrolünü kayb ettiklerinde alışverişlerinden dolayı pişmanlık yaşayabilecekleri göstermektedir. Sonuç olarak bu kategorinin anlaşılması tüketicilerin salgın döneminde çevrimiçi alışverişlerinden pişman olma veya olmama durumlarının satın alma davranışı sonrası süreçte yaşanan tatmin ya da tatmin olmama durumunu açıklamamıza yardımcı olacaktır. Böylece tüketicilerin memnuniyetleri sayesinde sonraki dönemlerde ihtiyaç ya da istek duyduklarında ürünleri tekrar aynı ortam ve satıcılardan satın alabilecekleri düşünülebilmektedir. Tüketici geri bildirimleri ve sadakatle yapılan alışverişler de bu değerlendirmeyi destekleyici veriler sağlayabilir.

Bu çalışmanın sonuçları, Theodorou ve diğerlerinin (2023) çevrimiçi alışverişe yönelik tutumlar, öznel normlar, algılanan davranışsal kontrol ve COVID-19 salgını döneminde yüzyüze alışveriş yapmaya ilişkin endişelerin tüketicilerin satın alma niyet ve davranışları üzerinde etkili olduğunu belirttikleri çalışmalarının sonuçlarını desteklemektedir. Ancak çalışmanın sonuçları her ne kadar yukarıda ifade edildiği gibi olsa da aynı soruların farklı katılımcılara sorulduğu yeni çalışmalar da yapılmalıdır. Yapılan bu araştırmanın sonuçları görüşmeye katılan cevaplayıcıların görüşleri ile sınırlıdır. Bu çalışmadan elde edilen sonuçların genellenebilmesi için farklı çalışmalarla desteklenmeye ihtiyacı vardır. Dolayısıyla çevrimiçi alışveriş davranışı konusunda yapılan çalışmalarla COVID-19 salgını gibi etkili bir olayın tüketicilerin davranışlarının nasıl etkilendiğinin incelenmesinin araştırmacılar için önem arz ettiği düşünülmektedir. Çalışma, işletme sahiplerine, yöneticilere ve pazarlama uygulayıcılarına tüketicilerin çevrimiçi satın alma kararlarını verirken yaptıkları tercihlerini etkileyen faktörler doğrultusunda örneğin çevrimiçi alışveriş ortamında ürün çeşitliliğinin sağlanması, uygulanan kampanya ve indirimlerin dikkatle hazırlanması, alışveriş süreçlerinin güvenli olması ve ürün gönderim ve iade süreçlerinin doğru bir şekilde planlanması gerektiğini gösteren pratik bilgiler vermektedir. Ayrıca çalışma, müşterilerinin karar verme süreçlerini anlamalarını sağlayarak e-ticaret işletmelerine örneğin çevrimiçi ortamlarda uygun taksitli ödeme imkanları sunulması ya da çevrimiçi ürünleri araştırarak onlar hakkında bilgi edinmeye yardımcı bir web sitesinin kurulması gibi rekabet avantajı kazandırabilecek konularda da yol gösterici olabilecektir. Sonuç olarak COVID-19 pandemisi bazı iş çevreleri tarafından bir felaket olarak görülebilir. Ancak bazı akıllı işletmeler için bu tehdit bir fırsata dönüşmüştür. Örneğin salgının sağlık ve zindeliğin önemine ilişkin farkındalığı artırmanın yanında sağlık ve refahı teşvik eden ürün ve hizmetlere yönelik talebin artmasına yol açtığını gördükleri için tüketicilere çevrimiçi ortamlardan gıda takviyeleri önerisinde bulunmuş veya çevrimiçi ruh sağlığı hizmetleri önermişlerdir. Başka bir örnekte ise salgın döneminde bazı hazır giyim işletmelerinin atölyelerinde maske üretimi gerçekleştirerek bu salgın döneminde yaşanan krizi çok önemli bir iş fırsatına dönüştürdükleri görülmektedir. Dijital hizmet sunan işletmelerde (web siteleri, mobil uygulamalar, paket programlar gibi ürünlerini) bu durumu hizmetlerini daha da yaygınlaştırmak için kullanmışlardır. Öyleyse tüketici davranışlarındaki değişiklikleri ve bu değişikliklere sebep olan durumları anlayarak, bir krizin ortasında bile başarıyı yakalamak mümkündür. Gelecekte yapılacak çalışmalarda toplum üzerinde önemli etkileri olan farklı beklenmedik olayların yaşandıkları dönemler için çevrimiçi satın alınan teknolojik



ürünler ya da çevrimiçi bankacılık hizmetleri gibi daha spesifik bir ürün veya hizmet grubuna odaklanılabilir. Bu farklı sektörler açısından da söz konusu koşullar altında işletmelerin ve pazarlama stratejilerinin gözlemlenmesinin faydalı olacağı düşünülmektedir.

Kaynakça

- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179-211. [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)
- Ajzen, I. (2002). Perceived behavioral control, self-efficacy, locus of control, and the theory of planned behavior 1. *Journal of Applied Social Psychology*, 32(4), 665-683.
- Ajzen, I. (2020). The theory of planned behavior: Frequently asked questions. *Human Behavior and Emerging Technologies*, 2(4), 314-324. <https://doi.org/10.1002/hbe2.195>
- Algür, S., & Cengiz, F. (2011). Türk tüketicilere göre online (çevrimiçi) alışverişin riskleri ve yararları. *Journal of Yasar University*, 22(6), 3666-3680.
- Anis, M. S., & Tan, M. L. (2023). Exploring OTC drug consumers' perception towards online shopping and digital marketing through qualitative interviews: A sample from Malaysia. *International Journal of Healthcare Management*, 1-9. <https://doi.org/10.1080/20479700.2022.2163865>
- Arafat, S. Y., Kar, S. K., Marthoenis, M., Sharma, P., Apu, E. H., & Kabir, R. (2020). Psychological underpinning of panic buying during pandemic (COVID-19). *Psychiatry Research*, 289, 113061. <https://doi.org/10.1016%2Fj.psychres.2020.113061>
- Assadi Moghaddam, P., & Fedak, T. (2022). *The impact of the COVID-19 pandemic on consumer buying behavior towards online shopping in Sweden* [Bachelor Dissertation]. Jönköping International Business School.
- Aydın, E., & Özeren, E. (2019). Akademide işe yabancılaşma olgusu: Araştırma görevlileri üzerine nitel bir alan çalışması. *Uluslararası İktisadi ve İdari İncelemeler Dergisi*, 159-178. <https://doi.org/10.18092/ulikidince.518296>
- Barta, S., Gurra, R., & Flavian, C. (2022). The role of flow consciousness in consumer regret. *Internet Research*, 32(3), 875-896. <https://doi.org/10.1108/INTR-08-2020-0482>
- Bayır, T. (2021). Koronavirüs (COVID-19) ile yeni dijital dünyada değişen tüketici tercihleri. *OPUS International Journal of Society Researches*, 17(Pandemi Özel Sayısı), 3621-3640. <https://doi.org/10.26466/opus.829515>
- Bayram Ş. S ve Kızıltan G. (2022). Dijital teknolojinin gıda ve beslenme okuryazarlığı için sundukları. N. Aktaş (Ed.), *Gıda ve beslenme okuryazarlığı içinde* (ss. 84-90). Türkiye Klinikleri.
- Bhattacharya, S., Smark, C., & Mir, M. (2021). COVID-19: Social, financial and economic implications. *Australasian Accounting, Business and Finance Journal*, 15(1), 1-4.



- BKM- Bankalar Arası Kart Merkezi (2020). *Faaliyet Raporu*. https://bkm.com.tr/wp-content/uploads/2021/03/BKM_Faaliyet_Raporu_2020_high.pdf (Erişim Tarihi: 01 Haziran 2023).
- Braun, V., & Clarke, V. (2019). Psikolojide tematik analizin kullanımı (S. N. Şad, N. Özer, & A. Atli, Çev.). *Eğitimde Nitel Araştırmalar Dergisi – Journal of Qualitative Research in Education*, 7(2), 873-898.
- Bridges, E., & Fowler, K. (2022). Grocery shopping before, during and after the Pandemic: A qualitative study. *Family and Consumer Sciences Research Journal*, 51(1), 35-50. <https://doi.org/10.1111/fcsr.12453>
- Chaudhry, B. R., & Kaur, G. (2022). *Factors affecting the purchase decision of E-consumers in online shopping during COVID-19: An empirical research* [Master Dissertation]. Halmstad University.
- Çatlı, Ö. B. (2021). Tüketicilerin covid 19 öncesi ve covid 19 sonrası online alışveriş davranışlarının karşılaştırılmasına yönelik bir araştırma. Ö. E. Tekin (Ed.), *Sosyal bilimlerde COVID-19 salgını içinde* (ss. 84-99). Astana Yayınları.
- Çetin, E., Ünver, O., Dinç, H., & Argan, M. (2021). “Akıp giden zamanları bir yerlerde bulsam!”: COVID-19 pandemisi esnasında akış kuramı üzerine bir fotoses incelemesi. *GSI Journals Serie A: Advancements in Tourism Recreation and Sports Sciences*, 4(1), 33-52. <https://doi.org/10.5281/zenodo.4574582>
- Daniel, S. J. (2020). Education and the COVID-19 pandemic. *Prospects*, 49(1), 91-96. <https://doi.org/10.1007/s11125-020-09464-3>
- Dannenberg, P., Fuchs, M., Riedler, T., & Wiedemann, C. (2020). Digital transition by COVID-19 pandemic? The German food online retail. *Tijdschrift Voor Economische En Sociale Geografie*, 111(3), 543-560. <https://doi.org/10.1111/tesg.12453>
- Deral, B., & Kazançoğlu, İ. (2021). 65 yaş ve üstü erkek tüketicilerin covid-19 döneminde online alışveriş eğilimlerini belirleyen nitel bir araştırma. *İşletme Ekonomi ve Yönetim Araştırmaları Dergisi*, 4(1), 96-121. <https://doi.org/10.33416/baybem.782114>
- Dolfen, P., Einav, L., Klenow, P. J., Klopach, B., Levin, J. D., Levin, L., & Best, W. (2019). *Assessing the gains from E-Commerce*, February, NBER Working Paper No. 25610.
- Ersoy, E. (2017). Tüketicilerin değişen alışveriş alışkanlıkları (Online alışveriş). *İletişim Çalışmaları Dergisi*, 3(1), 87-129.
- EUROSTAT- Avrupa Birliği İstatistik Ofisi (2022). *Online sales efforts on the rise due to the pandemic*. <https://ec.europa.eu/eurostat/web/products-eurostat-news/-/ddn-20220411-1> (Erişim Tarihi: 09 Haziran 2023).
- Fidan, H. (2014). *Asimetrik bilginin elektronik ticaret üzerindeki etkileri ve tüketici güveni üzerine bir uygulama* [Doctoral dissertation]. Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.



- Fihartini, Y., Helmi, R. A., Hassan, M., & Oesman, Y. M. (2021). Perceived health risk, online retail ethics, and consumer behavior within online shopping during the COVID-19 pandemic. *Innovative Marketing*, 17(3), 17-29. [https://doi.org/10.21511/im.17\(3\).2021.02](https://doi.org/10.21511/im.17(3).2021.02)
- Fulford, S., & Shupe, C. (2021). Consumer finances during the pandemic: Insights from the Making Ends Meet Survey. *Consumer Financial Protection Bureau Office of Research Reports Series*, (21-16).
- Güler, A., Halıcıoğlu, M. B., & Taşgın, S. (2015). *Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemi*. Seçkin Yayıncılık.
- Hocaoğlu, G. (2017). *Tüketicilerin çevrimiçi anlık satın alma davranışlarının analizi: Özel alışveriş siteleri üzerine bir uygulama* [Master's thesis]. Adnan Menderes Üniversitesi.
- Iriani, S. S., & Andjarwati, A. L. (2020). Analysis of perceived usefulness, perceived ease of use, and perceived risk toward online shopping in the era of COVID-19 pandemic. *Systematic Reviews in Pharmacy*, 11(12), 313-320.
- Islam, T., Pitafi, A. H., Arya, V., Wang, Y., Akhtar, N., Mubarak, S., & Xiaobei, L. (2021). Panic buying in the COVID-19 pandemic: A multi-country examination. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 59, 102357. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2020.102357>
- Jafarzadeh-Kenarsari, F., Pourghane, P., & Kobrai-Abkenar, F. (2022). Lived experiences of home quarantine during COVID-19 Pandemic in Iranian families; A phenomenological study. *Health Education and Health Promotion*, 10(2), 213-220.
- Jandawapee, S., Siripipatthanakul, S., Phayaphrom, B., & Limna, P. (2022). Factors influencing intention to follow the preventive COVID-19 Protocols among Thai people. *International Journal of Behavioral Analytics*, 2(1), 1-15.
- Keskin, S. (2020). COVID-19 salgını sürecinde kısıtlamaların ve endişelerin tüketici davranışına etkileri. *Ahi Evran Akademi*, 1(2), 69-82.
- Khuram, W., Wang, Y., Khan, S., & Khalid, A. (2021). Academic attitude and subjective norms effects on international doctoral students' academic performance self-perceptions: A moderated-mediation analysis of the influences of knowledge-seeking intentions and supervisor support. *Journal of Psychology in Africa*, 31(2), 145-152. <https://doi.org/10.1080/14330237.2021.1903188>
- Kılıçalp, M., & Özdoğan, O. N. (2019). Paket yemek siparişlerinde çevrimiçi aracı kullanan tüketici davranışlarının genişletilmiş teknoloji kabul modeliyle araştırılması. *International Journal of Contemporary Tourism Research*, 3(2), 148-163. <https://doi.org/10.30625/ijctr.618952>
- Kocabaş, İ. (2022). COVID-19 döneminde e-şikâyet yönetimi perspektifinden müşterilerin çevrimiçi alışverişte karşılaştıkları sorunlar. *Selçuk İletişim*, 15(1), 323-359. <https://doi.org/10.18094/josc.976876>



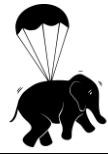
- Lee, Y. J., & Park, J. (2008). The mediating role of consumer conformity in e-compulsive buying. *ACR North American Advances*, 35, 387-392.
- Li, L., Long, X., Laubayeva, A., Cai, X., & Zhu, B. (2020). Behavioral intention of environmentally friendly agricultural food: The role of policy, perceived value, subjective norm. *Environmental Science and Pollution Research*, 27, 18949-18961. <https://doi.org/10.1007/s11356-020-08261-x>
- Limayem, M., Khalifa, M., & Frini, A. (2000). What makes consumers buy from Internet? A longitudinal study of online shopping. *IEEE Transactions On Systems, Man, And Cybernetics-Part A: Systems and Humans*, 30(4), 421-432. <https://doi.org/10.1109/3468.852436>
- Ma, W., Gan, C., Vatsa, P., Yang, W., & Zheng, H. (2022). Factors affecting online shopping frequency: lessons from New Zealand. *SN Business & Economics*, 2(6), 41. <https://doi.org/10.1007/s43546-022-00214-5>
- Moon, J., Choe, Y., & Song, H. (2021). Determinants of consumers' online/offline shopping behaviours during the COVID-19 Pandemic. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 18(4), 1593. <https://doi.org/10.3390/ijerph18041593>
- Moon, S. (2020). Effects of COVID-19 on the entertainment industry. *IDOSR Journal of Experimental Sciences*, 5(1), 8-12.
- Ngan, N. T., & Khoi, B. H. (2022). Optimal Choice for Online Shopping in COVID-19 Pandemic. *Qual. Access Success*, 23, 143-149. <https://doi.org/10.47750/QAS/23.187.18>
- Nieto-Escamez, F. A., & Roldán-Tapia, M. D. (2021). Gamification as online teaching strategy during COVID-19: A mini-review. *Frontiers in Psychology*, 12, 648552. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2021.648552>
- Nikam, A. V., & Nikam, M. T. A. (2020). Buying behavior of customers towards e-commerce in COVID-19 unlock phase-I: A special reference to Karad City. *Journal of University of Shanghai for Science and Technology*, 22(11), 1114-1120.
- Oyan, R. C. D. (2010). Küçük yerleşim yerlerindeki tüketicilerin, internetten ürün satın alma davranışları üzerine bir uygulama. *Niğde Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 3(1), 98-115.
- Özay, M. A. (2021). Covid-19 etkisiyle tüketicilerin online satın alma davranışlarında yaşanan değişim. *Ekonomi İşletme ve Yönetim Dergisi*, 5(1), 1-25.
- Patil, B., & Patil, N. (2020). Impact of COVID-19 pandemic on consumer behaviour. *Mukt Shabd Journal*, 9(5), 3074-3085.
- Pedroso, J. E. P., & Palencia, H. G. I. (2020). Preservice teachers' insights on online shopping during the COVID- 19 pandemic. *International Journal of Research Publication and Reviews*, 3(4), 464-479.
- Peters, C., & Thomas, J. (2022). Black Friday: Has the game changed?. *Journal of Global Fashion Marketing*, 13(4), 344-359. <https://doi.org/10.1080/20932685.2022.2085600>



- Prentice, C., Quach, S., & Thaichon, P. (2022). Antecedents and consequences of panic buying: The case of COVID-19. *International Journal of Consumer Studies*, 46(1), 132-146. <https://doi.org/10.1111/ijcs.12649>
- Priyono, A., Moin, A., & Putri, V. N. A. O. (2020). Identifying digital transformation paths in the business model of SMEs during the COVID-19 pandemic. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 6(4), 104. <https://doi.org/10.3390/joitmc6040104>
- Rauf, S. A. A., & Thoha, A. M. (2022). Online digital transactions as a solution for national economic recovery during the COVID-19 pandemic. *Jurnal Multidisipliner BHARASA*, 1(1), 10-19. <https://doi.org/10.56691/jurnalmultidisiplinerbharasa.v1i1.3>
- Salim, M., Alfansi, L., Anggarawati, S., Saputra, F., & Afandy, C. (2021). The role of perceived usefulness in moderating the relationship between the DeLone and McLean model and user satisfaction. *Uncertain Supply Chain Management*, 9(3), 755-766. <http://dx.doi.org/10.5267/j.uscm.2021.4.002>
- Salim, M., Aprianto, R., Anwar Abu Bakar, S., & Rusdi, M. (2022). Muslim Clothing Online Purchases in Indonesia during COVID-19 Crisis. *Economies*, 10(1), 19. <https://doi.org/10.3390/economies10010019>
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (1994). *Consumer behavior* (Fifth Edition). Prentice Hall NJ.
- Shamvique, A. S. (2020). *Pengaruh Kecanduan internet terhadap online compulsive buying di masa pandemi coronavirus disease (COVID-19)* [Doctoral dissertation]. Universitas Muhammadiyah Malang.
- Sheth, J. (2020). Impact of COVID-19 on consumer behavior: Will the old habits return or die?. *Journal of Business Research*, 117, 280-283. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2020.05.059>
- Sia, S. K., & Jose, A. (2019). Attitude and subjective norm as personal moral obligation mediated predictors of intention to build eco-friendly house. *Management of Environmental Quality*, 30(4), 678-694. <https://doi.org/10.1108/MEQ-02-2019-0038>
- Sigurdardottir, S. B., Kaplan, S., Møller, M., & Teasdale, T. W. (2013). Understanding adolescents' intentions to commute by car or bicycle as adults. *Transportation Research Part D: Transport and Environment*, 24, 1-9. <https://doi.org/10.1016/j.trd.2013.04.008>
- Stankevich, A. (2017). Explaining the consumer decision-making process: Critical literature review. *Journal of international Business Research and Marketing*, 2(6), 7-14. <http://dx.doi.org/10.18775/jibrm.1849-8558.2015.26.3001>
- Steinmetz, H., Knappstein, M., Ajzen, I., Schmidt, P., & Kabst, R. (2016). How effective are behavior change interventions based on the theory of planned behavior?. *Zeitschrift für Psychologie*, 224(3), 216-233. <https://doi.org/10.1027/2151-2604/a000255>



- Şahin, E. (2020). Nitel araştırmalarda veri toplama yöntemleri: Örnek pazarlama uygulamaları. M. Zerenler (Ed.), *Pazarlamanın nitel çağı araştırma desenleri* içinde (ss. 9-40), Çizgi Kitabevi Yayınları.
- Tek, Ö. B. (1999). *Pazarlama ilkeleri*. Beta Yayınları.
- Temizkan, V. (2022). A Research on the attitude and purchasing behavior of Muslim consumers towards products with halal logo in another Muslim Country. *Sosyal Mucit Academic Review*, 3(1), 123-147. <https://doi.org/10.54733/smar.1108447>
- Teti, M., Schatz, E., & Liebenberg, L. (2020). Methods in the time of COVID-19: The vital role of qualitative inquiries. *International Journal of Qualitative Methods*, 19, 1-5. <https://doi.org/10.1177/1609406920920962>
- Theodorou, A., Hatzithomas, L., Fotiadis, T., Diamantidis, A., & Gasteratos, A. (2023). The impact of the COVID-19 pandemic on online consumer behavior: Applying the theory of planned behavior. *Sustainability*, 15(3), 2545. <https://doi.org/10.3390/su15032545>
- TÜBİSAD (Türkiye Bilişim Sanayicileri Derneği) Raporu (2020). *Ekonominin dönüştürücü gücü: E-ticaret etki analizi*. <https://www.tubisad.org.tr/tr/guncel/detay/TUBISAD-%E2%80%9CEkonominin-Donusturucu-Gucu-E-ticaret-Etki-Analizi-2020-Raporu-Aciklandi/58/3243/0> (Erişim Tarihi: 08 Haziran 2023).
- Türnüklü, A. (2000). Eğitimbilim araştırmalarında etkin olarak kullanılabilir nitel bir araştırma tekniği: Görüşme. *Kuram ve Uygulamada Eğitim Yönetimi*, 24(24), 543-559.
- Ulukan, G. (2021). *Türkiye'de e-ticaret hacmi 2020'de yüzde 66 arttı ve 226,2 milyar TL'ye yükseldi*. <https://webrazzi.com/2021/04/06/turkiye-de-e-ticaret-hacmi-2020-de-yuzde-66-artti-ve-226-2-milyar-tl-ye-yukseldi/> (Erişim Tarihi: 03 Haziran 2023).
- UNCTAD- United Nations Conference on Trade and Development- (2022). *COVID-19 boost to e-commerce sustained into 2021, new UNCTAD figures show*. <https://unctad.org/news/covid-19-boost-e-commerce-sustained-2021-new-unctad-figures-show> (Erişim Tarihi: 31 Mayıs 2023).
- Utami, C. W. (2017). Attitude, subjective norms, perceived behavior, entrepreneurship education and self-efficacy toward Entrepreneurial Intention University student in Indonesia. *European Research Studies Journal*, 20(2A), 475-495.
- Vatunyou, M., Nurittamont, W., & Sawatmuang, P. (2022). Antecedents of online consumers' intention to buy in Bangkok, Thailand. *Journal of Management in Business, Healthcare, and Education*, 1(2), 1-12.
- Veeragandham, M., Patnaik, N., Tiruvaipati, R., & Guruprasad, M. (2020). Consumer buying behaviour towards e-commerce during COVID-19. *International Journal of Research in Engineering, Science and Management*, 3(9), 78-82.



- Vuković, D., Jurič, B., & Krnjak, I. (2022). Influence of the emotion of fear on patterns of consumer behavior toward dietary supplements during the COVID-19 pandemic. *Journal of Risk and Financial Management*, 15(6), 257. <https://doi.org/10.3390/jrfm15060257>
- Wang, N., Liu, D., & Cheng, J. (2008). *Study on the influencing factors of online shopping*. In 11th Joint International Conference on Information Sciences. Atlantis Press, 497-500.
- Wani, B. A., & Mohamad Ali, N. A. B. (2022). COVID-19 sparked the ecommerce revolution; Some benefited, while others left in cold. *International Journal of Computer Science & Information Technology (IJCSIT)*, 14(3), 111-117.
- Watanabe, T., & Omori, Y. (2020). Online consumption during and after the COVID-19 pandemic: Evidence from Japan. *The Impact of COVID-19 on E-Commerce*, 10, 978.
- Yasa, N. N. K., Rahmayanti, P. L. D., Telagawathi, N. L. W. S., Witarsana, I. G. A. G., & Liestiandre, H. K. (2021). COVID-19 perceptions, subjective norms, and perceived benefits to attitude and behavior of continuous using of medical mask. *Linguistics and Culture Review*, 5(S2), 1259-1280. <https://doi.org/10.21744/lingcure.v5nS2.1805>
- Yıldırım, A., & Şimşek, H. (2018). *Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri* (11. Baskı). Seçkin Yayınevi.
- Yoon, S. J. (2002). The antecedents and consequences of trust in online-purchase decisions. *Journal of Interactive Marketing*, 16(2), 47-63. <https://doi.org/10.1002/dir.10008>
- Yüceol, Ö. G. N., Can, E., Zehir, C., & Urfa, A. G. A. M. (2021). COVID-19 döneminde e-ticaret sektörü incelemesi ve strateji önerileri. *Social Science Development*, 6(27), 353-367. <http://dx.doi.org/10.31567/ssd.458>
- Zhou, L., Dai, L., & Zhang, D. (2007). Online shopping acceptance model-A critical survey of consumer factors in online shopping. *Journal of Electronic Commerce Research*, 8(1), 41-61.

Katkı Oranı Beyanı: Yazar çalışmayı tek başına gerçekleştirmiştir.

Destek ve Teşekkür Beyanı: Çalışmada herhangi bir kurum ya da kuruluştan destek alınmamıştır. Çalışmada bana yapıcı katkılarda bulunan değerli meslektaşlarıma teşekkür ederim.

Çatışma Beyanı: Yazar herhangi bir çıkar çatışması olmadığını deklare etmektedir.

Bu çalışmada "Yükseköğretim Kurumları Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Yönergesi" kapsamında uyulması belirtilen kurallara uyulmuştur.

Bu makale benzerlik tespit yazılımlarıyla taranmıştır.