

EUropean Journal of Managerial Research (EUJMR)



Cilt (Volume): 7

Sayı (Number): 13

Yıl (Year): 2023

EUropean Journal of Managerial Research (EUJMR)



Cilt (Volume): 7

Sayı (Number): 13

Yıl (Year): 2023

European Journal of Managerial Research (EUJMR) Dergisi Uluslararası hakemli bir dergidir.

EUropean Journal of Managerial Research (EUJMR)

Cilt (Volume): 7 Sayı (Number): 13 Yıl (Year): 2023

e-ISSN 2602-4179

Sahibi (Owner):

Prof. Dr. Himmet KARADAL

Doç. Dr. A. Mohammed ABUBAKAR

Baş Editör (Chief Editor)

Prof. Dr. Muhsin HALİS

Editör (Editor), Teknik Editör (Technical Editor)

Yayın Editörü (Production Editor)

Doç. Dr. Gülbeniz AKDUMAN

Editörler Kurulu (Editorial Board):

- Prof. Dr. Fevzi OKUMUŞ - University of Central Florida, USA
- Prof. Dr. Asım SALDAMLI - Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi
- Prof. Dr. Cihan ÇOBANOĞLU - University of South Florida Sarasota-Manatee, USA
- Prof. Dr. Cem TANOVA - Eastern Mediterranean University TRNC
- Prof. Dr. Emin CİVİ - University of New Brunswick, Canada
- Prof. Dr. Hüseyin ARASLI - University of Stavanger, Norway
- Doç. Dr. Gülbeniz AKDUMAN – İstanbul Bilgi Üniversitesi
- Doç. Dr. Muhammet SAYGIN - Mersin Üniversitesi
- Doç. Dr. Yavuz AKÇİ - Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi
- Doç. Dr. Aytekin ZEYNALOVA, Bakü State University, Azerbaijan
- Prof. Dr. Erdoğan EKİZ, Özbekistan, Team University
- Doç. Dr. Murteza Hasanoglu, Azerbaycan Cumhuriyeti, Devlet Başkanlığı'na Bağlı Devlet İdarecilik, Akademisi, Azerbaycan
- Dr. Ankit KATRODIA, NorthWest University, South Africa
- Dr. Evren DİNÇER, Aksaray Municipality/Turkey
- Murat ER, Sakarya Üniversitesi

Aralık 2023



Dergi Hakkında

AMAÇ

EUJMR'nin temel amacı; çok disiplinli alanlarda çalışmalar yapmakta olan bilim insanlarının bilgi, deneyim, değerlendirme, görüş ve önerilerini paylaştıkları bilimsel bir platform oluşturmak ve bu alandaki çalışmalara ulusal ve uluslararası düzeyde katkı sağlamaktır.

KAPSAM

EUJMR dergisi yılda en az iki kez elektronik ortamda yayımlanmaktadır. Dergide çok alanlı (multidisipliner) Türkçe ve/veya İngilizce (iktisat, işletme, siyaset bilimi ve kamu yönetimi, maliye, uluslararası ticaret ve lojistik, Uluslararası İlişkiler, ekonometri, istatistik, bankacılık ve finans, Çalışma Ekonomisi ve Endüstri İlişkileri, İnsan Kaynakları Yönetimi, Sağlık Yönetimi, Turizm İşletmeciliği vd.) uygulamalı veya kuramsal çalışmalara, istatistiki analiz ve değerlendirmelere, nicel ve nitel araştırmalara yer verilmektedir.

DEĞERLENDİRME SÜRECİ

Yılda iki sayı halinde yayımlanan European Journal of Managerial Research (EUJMR) Dergisi Uluslararası hakemli bir dergidir. Dergide yayımlanan makaleler en az iki hakem tarafından incelenmektedir. Yayın şartları son sayfada yer almaktadır.

KISALTMA

Dergiye yapılan atıflarda EUJMR kısaltması kullanılmalıdır.

HABERLEŞME ADRESİ

Dilkur Akademi, Migros Arkası İpekyolu İş Merkezi Kat:10 Aksaray 68100 Türkiye
İnternet: <https://dergipark.org.tr/tr/pub/eujmr>

DERGİNİN TARANDIĐI İNDEKSLER

| | | |
|---|---|---|
|  | Scientific Indexing Service | EUJMR, 2018 Mart döneminden itibaren SIS indeksine alınmıştır. |
|  | Google Scholar | EUJMR , 2018 Şubat döneminden itibaren Google Scholar indeksine alınmıştır. |
|  | Open AIRE | EUJMR, 2018 Şubat döneminden itibaren OpenAIRE indeksine alınmıştır. |
|  | Directory Research Journals Indexing (DRJI) | EUJMR, 2018 Mayıs döneminden itibaren DRJI indeksine alınmıştır. |
|  | İdeal Online | EUJMR, 2018 Haziran döneminden itibaren İdeal Online indeksine alınmıştır. |
|  | CiteFactor | EUJMR, 2018 Haziran döneminden itibaren CiteFactor indeksine alınmıştır. |
|  | JIFACTOR | EUJMR, 2019 Haziran döneminden itibaren JIFACTOR indeksine alınmıştır. |
|  | ASOS | EUJMR, 2020 Ocak döneminden itibaren ASOS indeksine alınmıştır. |

EUropean Journal of Managerial Research (EUJMR)

Cilt (Volume): 7 Sayı (Number): 13 Yıl (Year): 2023

İ Ç İ N D E K İ L E R

MAKALELER

1

Onur SARIKAYA
**İnsan Kaynakları Sorumlularının Yetkinlikleri: "Türkiye'nin En İyi İşverenleri"
Kapsamında Bir Değerlendirme**

11

Süreyya ECE
Örgütlerde Kırık Camlar

24

Selami ÖZCAN, Mustafa YILMAZ
**Yapay Zekâ ve Büyük Verinin Girişimcilik Üzerindeki Etkisi: Bir Bibliyometrik
Analiz**

39

Özge AYAZ, Gül GÜN
Yeşil İnsan Kaynakları Yönetiminin Hizmet Kalitesine Etkisi

55

Ahmet Serdar KILIÇ, Gül GÜN
Örgütsel Bağlılığın İş Tatminine Etkisi

69

Hasan YALÇIN

Social Loafing; Causes, Prevention Strategies and Analysis of Social Loafing in Audit Firms

86

Bahar TÜRK

Digital Twin Technology and Digital Entrepreneurs: On The Trail of Digital Transformation Towards A Sustainable Future

101

Gülşah EREN, Bülent GÜLÇUBUK

Dünyanın ve Türkiye'nin Ortak Geleceğinin Bir Girişimcilik Kaygısı: Aile Çiftçiliği

112

Özge TOPÇU

İletişimin Dijitalleşmesi ile Ortaya Çıkan Habercilik Şekli

İNSAN KAYNAKLARI SORUMLULARININ YETKİNLİKLERİ: “TÜRKİYE’NİN EN İYİ İŞVERENLERİ” KAPSAMINDA BİR DEĞERLENDİRME

Öğr. Gör. Dr. Onur SARIKAYA¹

ÖZ

Bireyin bir şeyi yetkin bir şekilde yapabilmek için belirli bir faaliyette bulunabilme yeteneği olan yetkinlik kavramının etkileri gün geçtikçe artmakta ve bu durum ilgili kavramın incelenmesini önemli hale getirmektedir. Bu çalışmanın amacı, insan kaynakları sorumlularının yetkinliklerinin tespit edilmesi ve insan kaynakları sorumlularının sahip olduğu yetkinliklerin çalışanlar ve iş başvurusunda bulunan adaylardan beklenen yetkinliklerle karşılaştırılarak değerlendirilmesidir. Bu amaçla, 2019 yılı “Türkiye’nin En İyi İşverenleri” doğrultusunda “20-50” ve “50-250” çalışan sayısı kategorisindeki toplam 11 firmanın insan kaynakları sorumluları kapsamında bir değerlendirme yapılmıştır. Araştırma kapsamına dahil edilen kişilerin yetkinlikleri, LinkedIn profilleri doğrultusunda cinsiyet, deneyim, eğitim, yabancı dil bilgisi ve sertifika sayısı gibi çeşitli başlıklar altında incelenmiş ve elde edilen sonuçlar yorumlanmıştır. Çalışma sonucunda, insan kaynakları sorumlularının yetkinlikleri ile çalışanlar ve adaylardan beklenen yetkinlikler arasında önemli farklar bulunduğu tespit edilmiştir. Yetkinlik kavramına insan kaynakları perspektifinden yaklaşan bu çalışma ile literatürdeki ilgili boşluğun doldurulmasına katkıda bulunulabileceği öngörülmektedir.

Anahtar Kelimeler: Yetkinlik, İnsan kaynakları sorumluları, İnsan kaynakları yönetimi

Jel Kodları: M10, M12

COMPETENCIES OF HUMAN RESOURCE RESPONSIBLES: AN EVALUATION WITHIN THE SCOPE OF "BEST WORKPLACES IN TURKEY"

ABSTRACT

The effects of the concept of competence, which refers to the ability of an individual to perform a specific task competently, are increasing day by day, making the examination of this concept important. The aim of this study is to identify the competencies of human resources responsables and evaluate their competencies by comparing them with the expected competencies of employees and job applicants. In line with this objective, an evaluation was conducted with the inclusion of human resources responsables from a total of 11 companies in the categories of "20-50" and "50-250" employees, based on the "Best Workplaces in Turkey" in 2019. The competencies of the responsables included in the study were examined under various headings such as gender, experience, education, foreign language proficiency, and number of certifications based on their LinkedIn profiles, and the results were interpreted. The study revealed significant differences between the competencies of human resources responsables and the expected competencies of employees and candidates. This study, which approaches the concept of competence from the perspective of human resources, is expected to contribute to filling the relevant gap in the literature.

Keywords: Competence, Human resources responsables, Human resources management

JEL Codes: M10, M12

¹Öğr. Gör. Dr., Süleyman Demirel Üniversitesi, onursarikaya1993@gmail.com, (ORCID: 0000-0002-0825-9573)

GİRİŞ

Bireyin bir şeyi yetkin bir şekilde yapabilmek için belirli bir faaliyette bulunabilme yeteneği olan yetkinlik (competence) kavramı, bireyin belirli bir konuda performans gösterebilmek için sahip olduğu bilgi, tutum, değer, kalite, beceri ve kabiliyet gibi unsurlar ile ilişkilendirilmektedir (Wuim-Pam, 2014; Skorkova, 2016; Xu ve Zhang, 2018). Bu kavram, insan kaynakları (İK) perspektifi açısından ise çalışanların “yapabilirlikleri” olarak değerlendirilmektedir (Ünal, 2013). Yetkinlik hususunun yalnızca çalışanlar/yeni işe alınacak kişiler kapsamında değil, bu çalışanların seçimini/denetimini yapacak kişiler kapsamında da önemli olduğu ve ilgili kişilerin özelliklerinin de insan kaynakları yönetimi (İKY) uygulamalarının verimi için büyük önem taşıdığı düşünülmektedir (Sarikaya, 2022). Dolayısıyla, işe alımlar da dâhil olmak üzere, İKY süreçlerinde etkin rol alan ve çalışanlarda yukarıda belirtilen yetkinlikleri arayan/denetleyen İK sorumlularının bu yetkinliklerin hangilerine ne düzeyde sahip oldukları veya hangi yetkinliklere sahip oldukları merak konusu olup, bu durum ilgili hususun araştırılmasını önemli hale getirmektedir.

Bu bilgilerden hareketle, araştırma sorusu "Türkiye'nin en iyi işveren firmalarında hâlihazırda İK sorumlusu pozisyonlarında görev yapan kişilerin sahip olduğu yetkinlikler nelerdir?" olan bu çalışma ile İK sorumlularının yetkinliklerinin tespit edilmesi ve İK sorumlularının sahip olduğu yetkinliklerin çalışanlar/adaylardan beklenen yetkinliklerle karşılaştırılarak değerlendirilmesi amaçlanmıştır.

Yetkinlik kavramı, İKY alanı için önemli hale gelmesine ve literatürde artan bir ilgiye sahip olmasına rağmen, literatürde bu kavrama ilişkin önemli bir boşluk olduğu tespit edilmiştir. Özellikle, yerli literatür olmak üzere uluslararası literatürde konuyla ilgili çalışmaların azlığı önemli bir eksiklik olarak dikkat çekmektedir. Bu çalışmanın, literatürde göz ardı edilmiş bir hususu inceleyecek ve sonuçlarıyla ilgili boşluğun doldurulmasına fayda sağlayacak olması nedeniyle önem arz ettiği düşünülmektedir. Ayrıca, bu çalışmanın yeni çalışmalara ışık tutacağı da öngörülmektedir.

1. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

Yüksek oranda birbirine bağlı süreçlere sahip, sürekli değişen, iş süreçlerinin hızlandığı ve çetin rekabet koşulları barındıran küreselleşmiş bir dünyada şirketler gittikçe artan birçok zorluklarla karşı karşıyadır. Bu değişimlerde rol oynayan en önemli unsurlardan birinin Endüstri 4.0 sanayi devrimi olduğu belirtilmektedir (Hecklau vd., 2016; Lubis vd., 2019; Yamamoto vd., 2019). Endüstri 4.0'ın getirdiği en önemli değişiklik/zorluklar ekonomik (örn., artan inovasyon ve hizmet odaklılık talebi), sosyal (örn. değişen sosyal değerler, sanal çalışmaya olan ihtiyacın artması), teknik (örn. teknoloji ve veri kullanımının öneminin hızla artması), çevresel (örn. iklim değişikliği ve kaynak kıtlığı) ve politik ve yasal (örn. veri güvenliği ve kişisel gizlilik) olmak üzere çok boyutlu bir yapıya sahiptir (Hecklau vd., 2016). Bu değişimlere adapte olunabilmesi firmaların hayatta kalabilmeleri adına büyük önem arz etmekte ve bu doğrultuda çalışanların daha stratejik, eşgüdümlü ve yaratıcı faaliyetler üstlenebilmeleri bu zorlukların üstesinden gelinebilmesi, fırsatların yakalanması ve rekabet edebilme yeteneğinin

sağlanması adına önem taşımaktadır (Ünal, 2013; Hecklau vd., 2016; Lubis vd., 2019). Bu nedenle, birey seçimi ve geliştirilmesi, performans yönetimi ve stratejik planlama gibi İKY'nin çeşitli alanlarında kullanılan yetkinlik kavramının öneminin özellikle İnsan Kaynakları Yönetimi (İKY) alanında son yıllarda büyük bir artış gösterdiği düşünülmektedir (Skorkova, 2016).

Yetkinlik terimi, ilk olarak White (1959) tarafından yazılan makalede bir performans motivasyonu olarak yer bulmuştur. Ardından, Lundberg (1972), ilgili kavramı yönetici geliştirme programının planlanmasına ilişkin çalışmada ele almıştır. Yetkinlik kavramı ile ilgili en önemli çalışmalardan birinin ise McClelland'a (1973) ait olduğu ve ilgili kavramın bu araştırmacının çalışmasından sonra daha çok ilgi çekmeye başladığı düşünülmektedir (Wuim-Pam, 2014). Çalışmada temel olarak, yetkinlik kavramının daha iyi ölçülebilmesi için başarılı yaşam çıktıları ve bu çıktılara katkıda bulunan yetkinlikler ile iletişim becerilerinin analiz edilmesi gerektiği belirtilmiştir (McClelland, 1973).

Yetkinlik, bireyin bir şeyi yetkin bir şekilde yapabilmek için belirli bir faaliyette bulunabilme yeteneğidir. Bu kavram, bireyin belirli bir konuda performans gösterebilmek için sahip olduğu bilgi, tutum, değer, kalite, beceri, kabiliyet ve benzeri unsurlar ile ilişkili olup, bireyler yetkinlikleri açısından birbirlerinden farklılaşmaktadırlar (Wuim-Pam, 2014; Skorkova, 2016; Xu ve Zhang, 2018). İK perspektifinden ise yetkinlik, çalışanların "yapabilirlikleri" olarak görülmektedir (Ünal, 2013).

Literatürde yetkinlik çeşitleri genellikle 4 başlık altında incelenmektedir. Bunlar, teknik (technical), metodolojik (methodological), sosyal (social) ve kişisel (personal) yetkinlikler olarak aktarılmaktadır. Teknik yetkinlikler, işle ilgili tüm bilgi ve becerileri içerirken, metodolojik yetkinlikler genel problem çözme ile karar verme beceri ve yeteneklerini içerir. Sosyal yetkinlikler tüm beceri ve yeteneklerin yanı sıra başkalarıyla iş birliği yapma ve iletişim kurma tutumunu kapsar. Kişisel yetkinlikler ise bireylerin sosyal değerlerini, motivasyonlarını ve tutumlarını içerir (Hecklau vd., 2016).

Yukarıda bahsedildiği üzere, günümüzde yaşanan değişimler ekonomik bir aktör olarak insanların rolünü de etkilemekte ve kendilerinden beklenen yetkinlik seti de bu doğrultuda yeniden belirlenmektedir (Yamamoto vd., 2019). Günümüzde aranan yetkinlikler, temel yetkinlikler, yönetsel yetkinlikler ve temel değer yetkinlikleri olmak üzere üç ana başlık altında incelenmektedir. Temel yetkinlikler, iletişim ve iş birliği becerilerini, sonuç odaklılığı, bilgi paylaşabilme ve sürekli iyileştirme yapabilmeyi, dijital ve ağ uzmanlığını (dijital okuryazarlık) ve güncel bilgiye sahip olma (yaşam boyu öğrenme) istek ve yeteneğini kapsamaktadır. Yönetsel yetkinlikler, karmaşık problem çözme becerilerini, kaliteli karar verebilmeyi, kültürlerarası iletişim ve dil bilgi-becerilerini ve değişimi yönetebilme ve liderlik yapabilmeye yeteneğini içermektedir. Temel değer yetkinlikleri ise profesyonel, yaratıcı, yenilikçi ve sürdürülebilir düşünce yapısına sahip olmak ile ilgilidir (Lubis vd., 2019). Ayrıca, eleştirel düşünme ile kültürel, evrensel ve çevresel farkındalığın da günümüzde önem verilen yetkinlikler olduğu ifade edilmektedir (Yamamoto vd., 2019).

2. YÖNTEM

Bu çalışmada yöntem olarak ikincil veri kullanılmış ve bu kapsamda tanımlayıcı istatistikleri içeren bir envanter çıkarılmıştır. Bu doğrultuda, değerlendirmeleri alanda dünya genelinde meşruiyet kazanmış bir kurum olan Great Place To Work (GPTW) tarafından “Türkiye’nin en iyi işverenleri” olarak değerlendirilen firmalar kapsam olarak belirlenmiştir. Çalışmanın yürütüldüğü dönem itibarıyla mevcut olan en güncel veriler 2019 yılına ait olduğundan değerlendirmeler bu veriler doğrultusunda yapılmış olup, bu kapsamda 31 firma bulunmaktadır (GPTW, 2019). Bununla birlikte, çalışma, küçük ve orta büyüklükteki firmaları içermesi nedeniyle Türkiye popülasyonunu yansıtacağı düşünülen “20-50” ve “50-250” çalışan sayısı kategorisindeki tüm firmalarla sınırlandırılmıştır. Bu kapsamda toplam 11 firma çalışmaya dahil edilmiştir.

Yukarıdaki kapsam ışığında yürütülen araştırmada, belirlenen 11 firmanın İK sorumlularının bilgilerine son dönemde iş dünyasında çok popüler hale gelen, dünyada birçok çalışan tarafından kullanılan LinkedIn adlı web sitesi aracılığıyla ulaşılmıştır. LinkedIn platformunun halihazırda Türkiye’de 12, Dünyada 627 milyon kullanıcıya sahip olduğu belirtilmektedir (Statista, 2022). Bu doğrultuda, ilgili 11 firmanın LinkedIn’de kayıtlı tüm çalışanları incelenmiş ve bu çalışanlardan İK sorumluları olan kişiler seçilmiştir. İlerleyen başlıkta bulguları aktarılan envanter, bu kişilerin profillerinde “herkese açık” olarak paylaştıkları bilgiler doğrultusunda oluşturulmuştur. Bilgileri aktarılan 11 firmanın 2 tanesinin LinkedIn’de İK ile ilgili olan herhangi bir çalışanı tespit edilememiş olup, kalan 9 firmanın 7 tanesinde bir, 2 tanesinde ise İKY ile ilgili ikişer çalışan saptanmıştır. Bu doğrultuda, oluşturulan envanter 11 çalışana ilişkin bilgileri içermektedir.

3. BULGULAR

Belirlenen ölçütler (Ö) doğrultusunda yapılan incelemeler sonucunda ulaşılan bulgular Tablo 1’de mevcuttur. Bulgular aktarılmadan önce bir konuya değinilmesinde fayda görülmektedir. İncelenen LinkedIn profillerine ilişkin genel bir değerlendirme yapıldığında, ilgili İK sorumlularının başta eğitim bilgileri olmak üzere, sınav puanları ve yetenekler gibi bazı bölümlere yeterince veri eklemedikleri ve profillerinde önemli boşluklar bulunduğu tespit edilmiştir. Bu çalışmada, ilgili kişilerin boşluk bulunan bölümlere eklenecek yetkinlik bilgilerine sahip olmadıkları varsayılmıştır.

Tablonun ilk sütununda, profilleri incelenen kişiler, hâlihazırda çalıştıkları firmalar doğrultusunda rastgele dağıtılmış ve her firmaya bir numara verilmiştir. 2. sütunda ise profilleri incelenen kişilerin çalıştığı firmaların faaliyet gösterdiği sektörler ve çalışan sayılarına göre buldukları kategori bilgileri verilmiştir. 3. sütun cinsiyet, 4. sütun unvan (çalışanın ifadesiyle), 5. sütun toplam deneyim, 6. sütun ise kişinin hâlihazırda çalıştığı firmadaki deneyim süresi bilgilerini içermektedir. 7. sütun, kişinin ilk unvanından başlamak üzere tüm unvan bilgilerini (hâlihazırdaki unvanı hariç), 8. sütun eğitim alınan üniversite programları, 9. sütun ise mezun olunan üniversite bilgilerini içermektedir. 10. sütun, ilgili

kişinin LinkedIn'e eklediği yetenekler arasından bağlantılarındaki kişiler tarafından en çok "onay" almış 3 yetenek bilgisini, 11. sütun ise kişinin yabancı dil ve bu dillere ilişkin yetkinlik düzeyi bilgisini içermektedir (kişinin LinkedIn'den yaptığı seçime göre). 12. sütun kişinin bilgilerini girdiği sertifika sayısını, 13. sütun ise kişinin katıldığı gönüllü deneyim/organizasyonlara ilişkin sayı bilgisini içermektedir. Son sütun ise kişilerin profillerini hangi dilde oluşturduklarına dair bilgiyi içermektedir.

Tablo 1. 2019 Yılı "Türkiye'nin En İyi İşverenleri" Firmaları İK Sorumlularının Profil Çalışması

| FN | Ö 1 | Ö 2 | Ö 3 | Ö 4 | Ö 5 | Ö 6 | Ö 7 | Ö 8 | Ö 9 | Ö 10 | Ö 11 | Ö 12 | Ö 13 |
|----|--|-----|-----------------------------------|--------------------|----------------|--|--|---|--|-------------------------------|------------|------|---------|
| 1 | BT/Da nışman lık, 20- 50 | K | İdari İşler & İK | 8 y 5 a | 2 y 4 a | Satış yön; Satış yön yrd; Satış yön | Turizm- Seyahat Hizmetle ri Yönetimi (L) | Bilkent | - | - | - | - | İN G |
| 2 | BT, 20-50 | K | İK Uzm | 4 y 10 a | 2 y 4 a | Sosyal sorumluluk proje temsilcisi Pazarlama stajyeri; İK stajyeri; İK uzm | İşletme (L) | Özyeğin | İK politikaları; İK stratejisi; Örgütsel beceriler | İNG (tpy) | - | - | İN G |
| 3 | BT/Ya zılım, 20-50 | K | İşe Alım cı | 3 y 1 a | 1 y 4 a | Stajyer; İK stajyeri; İK uzm | Uluslarar ası İlişkiler (L), İKY (YL) | Bilkent (L), ODTÜ (YL) | İngilizce; MS Ofis; Araştırma | İNG (pçy); İSP (bdy) | 1 | 1 | İN G |
| | | K | İK& Oper asyon Yön | 13 y 10 a | 4 y 11 a | İK uzm; İK kıdemli uzm | ÇEKO (L), İşletme (YL) | Marmara (L), Sakarya (YL) | İK; BT İşe Alım; Çalışan bağlılığı | İNG (b.) | - | - | İN G |
| 4 | PH/Da nışman lık- Yöneti m, 50- 250 | K | İK Yön | 11 y 10 a | 2 y 7 a | İK uzm; İK süpervizörü | İşletme (L) | İstanbul | İK; Çalışan bağlılığı; İK politikaları | - | - | - | İN G |
| 5 | BT/Da nışman lık, 50- 250 | K | İK Uzm | 8 y 5 a | 3 y 2 a | İK asistanı, İşe alım uzm, BT işe alım uzm | Sosyal antropolo ji (L), Gazetecil ik (YD), İKY (YL) | İstanbul | İK, Mülakatlar; İşe Alım | - | - | - | İN G |
| 5 | BT/Da nışman lık, 50- 250 | K | Yete nek Kaza nma Uzm | 6 y 4 a | 3 a | İK stajyeri; Proje öğrencisi; İK uzm | ÇEKO (L), Uluslarar ası İşletmecil ik (YL) | İstanbul (L); Fachhoch schule Aalen (Almany a) (YL) | Mülakat; İşe alım; Performans yönetimi | İNG (tpy); ALM (pçy) | 1 | 3 | İN G |
| 6 | İşleme Sanayi & Üreti m, 50- 250 | K | İK İş Orta ğı | 8 y | 1 y 1 a | Haber Yazarı; Öğrenci Asistan; Stajyer; İK Uzm Yrd; İK ve Kurumsal İletişim Uzm | Siyaset Bilimi (L) | Bilkent | SAP ERP; İşe alım; Yeni İşe Alınanların Oryantasyo nu | İNG (pçy); İSP (bdy) | 3s, 6kr | 3 | İN G |

| | | | | | | | | | | | | | |
|---|--|---|-------------------------|-----------|----------|---|-------------|-------------|--|-----------|----|---|-----|
| 7 | FH ve Sigortacılık/Ot o. Sigortası, 50-250 | K | İK | 9 y 11 a | 1 y 11 a | İşletme şefi; Müşteri ilişkileri ve İK sorumlusu; İK sorumlusu | İşletme (L) | Düzce | İK; Performans Yönetimi; Mülakatlar | İNG (b) | 11 | 3 | TR |
| 8 | Perakende, 50-250 | E | İK Yön | 12 y 10 a | 11 a | Mağaza yön.; İK Bölge uzman; Uluslararası İK İş ortağı; İK yöneticisi | ÇEKO (L) | Dokuz Eylül | İK; Operasyon Yönetimi; Takım yönetimi | İNG (b) | - | - | İNG |
| 9 | BT, 50-250 | K | Asistan Yön ve İK uzman | 29 y 7 a | 12 y 7 a | Stajyer; Resepsyonist; Asistan; Yön. asistanı | İşletme (L) | Anadolu | Yönetim; İK; Sosyal Ağlar | İNG (pçy) | - | - | İNG |

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Kısaltmalar: a: ay, ALM: Almanca, b: belirtilmemiş, bdy: başlangıç düzeyinde yetkinlik, BT: Bilgi Teknolojileri, C: Cinsiyet, ÇEKO: Çalışma Ekonomisi ve Endüstri İlişkileri, E: Erkek, FH: Finansal Hizmetler, FN: Firma no, İNG: İngilizce, İSP: İspanyolca, K: Kadın, kr: kurs, L: Lisans, Ö1: Sektör, Çalışan sayısı aralığı, Ö2: Cinsiyet, Ö3: Unvan, Ö4: Deneyim, Ö5: İlgili firmadaki deneyimi, Ö6: Geçmiş unvanları (eskiden yeniye), Ö7: Eğitim, Ö8: Mezun olduğu üniversite, Ö9: En çok onaylanan 3 yeteneği, Ö10: Yabancı dilleri ve yetkinliği, Ö11: Sertifika sayısı, Ö12: Gönüllü deneyim/Organizasyon sayısı, Ö13: Profil dili, PH: Profesyonel Hizmetler, pçy: profesyonel çalışma yetkinliği, profesyonel, s: sertifika, tpy: tam profesyonel yetkinlik, TR: Türkçe, Uzm: Uzman, y: yıl, YD: Yan Dal, YL: Yüksek Lisans, yrd: yardımcısı, Yön: Yönetici

Tablo 1’den hareketle ulaşılan birtakım temel bulgular şu şekilde özetlenebilir: Araştırma kapsamında incelenen küçük ve orta büyüklükteki işletmelerin çoğunluğunu (6 firma – %67) bilgi teknolojileri sektöründe faaliyet gösteren firmalar oluşturmaktadır. Ulaşılan bir diğer dikkat çekici bulgu ise firmaların İK sorumlularının ağırlıkla (%91) kadın olmasıdır (10 kadın, 1 erkek).

Kişilerin toplam deneyim süresi ortalamaları 127,73 ay (yaklaşık 11 yıl) olarak tespit edilmiştir. Bu kişilerin hâlihazırda çalıştıkları firmadaki deneyim süreleri ortalamaları ise 36,45 ay (yaklaşık 3 yıl) olarak tespit edilmiştir. Ayrıca, ilgili kişilerin kariyerlerinin önemli bir bölümünde İK ile ilgili pozisyonlarda çalıştıkları da bulgulanmıştır.

Profillerden ulaşılan eğitim bilgilerinin gösterdiği en temel sonuçlardan biri bahsi geçen İK sorumlularının genellikle İşletme, ÇEKO ve Uluslararası İlişkiler gibi İktisadi ve İdari Bilimlere ilişkin programlardan mezun olduğu bilgisidir. Eğitime ilişkin bir başka önemli sonuç ise lisanüstü eğitim hususu ile ilgilidir. Sonuçlar, incelenen kişiler arasında yalnızca 4 kişinin (yaklaşık %36) yüksek lisans eğitimi aldığını göstermektedir. Bulgulara eğitim alınan üniversite kapsamında bakıldığında ise yalnızca 3 kişinin (Yaklaşık %27) Bilkent ve ODTÜ gibi ülkemizin dünya sıralamalarında üst sıralarda yer alan üniversitelerinden mezun olduğu, 1 kişinin (yaklaşık %9) ise yurt dışı eğitimi aldığı görülmektedir.

Kişilerin en çok “onaylanan” ve öne çıkan üç yetenek bilgisi incelendiğinde ise bu bilgilerin spesifik özelliklerden ziyade “insan kaynakları” ve “mülakatlar” gibi genel kapsamlı/net olmayan ifadelerle belirtildiği ve genellikle MS Office programları dışında herhangi bir program bilgisi eklenmediği görülmektedir. İlgili kişilerin bildikleri yabancı diller ve bu dillere ilişkin yetkinlik bilgileri

incelendiğinde ise bu kişilerin çoğunluğunun (8 kişi – yaklaşık %73) İngilizce diline hâkim olduğu dikkat çekmektedir. Bu kişilerden beşi İngilizce diline ilişkin yetkinlik bilgisini “Profesyonel çalışma yetkinliği” ve üzerinde bir düzey ile belirtmişken, üç kişinin ise profilinde İngilizce diline ilişkin yetkinlik düzeyi belirtmediği tespit edilmiştir. Toplam 11 kişi içerisinde yalnızca 3 kişi (yaklaşık %27) İngilizce dışında da ikinci bir yabancı dil bildiğini belirtmiş (2 kişi İspanyolca, 1 kişi Almanca) ancak bu dillere ilişkin yetkinlik düzeyi “Başlangıç düzeyinde yetkinlik” olarak işaretlenmiştir. İncelenen 11 kişiden üçünün (yaklaşık %27) profilinde ise dil bilgisine ilişkin bilgi mevcut değildir. Bununla birlikte, incelenen profillerin hiçbirinde bilindiği iddia edilen dile ilişkin ulusal veya uluslararası düzeydeki bir sınavdan alınmış puan bilgisi paylaşılmadığının da belirtilmesinde fayda görülmektedir.

Profillerden yalnızca dördünde (yaklaşık %36) sertifika/kurs bilgisine rastlanmıştır. En çok sertifika sayısına sahip olan kişinin 11 sertifikası bulunmakta olup, onu takip eden profilin 3 sertifika ve 6 kurs bilgisi mevcuttur. Kalan 2 kişinin profillerinde ise birer adet sertifika bilgisi girilmiştir. Sonuçlar, gönüllü deneyimler/organizasyonlar kapsamında incelendiğinde de benzer sonuçlara rastlanmış olup, yalnızca 4 profilde (yaklaşık %36) bu bilgilere ulaşılmıştır. 3 profilde üçer, 1 profilde ise 1 adet gönüllü deneyim/organizasyon bilgisi tespit edilmiştir. İncelenen profillerin oluşturuldukları dil bilgileri incelendiğinde ise yalnızca 1 profilin (yaklaşık %9) Türkçe, diğer tüm profillerdeki ifadelerin ise İngilizce dilinde oluşturulduğu bulgulanmıştır.

SONUÇ VE TARTIŞMA

Son yıllarda yaşanan değişimler yetkinlik kavramının önemini artırmıştır. Bununla birlikte, halen literatürde bu kavrama ilişkin incelenmeyi bekleyen birçok konu olduğu tespit edilmiştir. Bu doğrultuda, bu çalışma ile İK sorumlularının yetkinliklerinin tespit edilmesi ve İK sorumlularının sahip olduğu yetkinliklerin çalışanlar/adaylardan beklenen yetkinliklerle karşılaştırılarak değerlendirilmesi amaçlanmıştır.

“2019 yılı Türkiye’nin en iyi işverenleri” kapsamında “20-50” ve “50-250” çalışan sayısı kategorisindeki 11 firmanın İK sorumluları ile sınırlandırılan araştırmada, ilgili kişilerin LinkedIn profilleri cinsiyet, deneyim, eğitim, yabancı dil bilgisi ve sertifika sayısı gibi çeşitli başlıklar altında incelenmiş, ulaşılan sonuçlara bulgular bölümünde yer verilmiştir. Çalışma sonucunda, ayrıca, İK sorumlularının yetkinlikleri ile çalışanlar/adaylardan beklenen yetkinlikler arasında önemli farklar bulunduğu tespit edilmiştir.

Yapılan incelemeler sonucunda ulaşılan bulgulara ilişkin birtakım temel hususlarda tartışma ve yorum mahiyetinde bazı çıkarım ve değerlendirmelerde bulunulabilir. Bulgularda da belirtildiği üzere, incelenen profillerde bazı bölümlere yeterince veri eklenmediği görülmüş ve bu çalışmada, ilgili kişilerin boşluk bulunan bölümlere eklenecek yetkinlik bilgilerine sahip olmadıkları varsayılmıştır.

Bununla birlikte, bahsi geçen kişilerin, ilgili bölümlere eklenecek bilgilere sahip oldukları halde bu bilgileri eklememiş olmaları ihtimali de bulunmaktadır. İş dünyası tarafından günümüzde LinkedIn’de verilen önem göz önünde bulundurulduğunda, bahsi geçen ihtimalin gerçekleşmesi ilgili kişiler için profesyonellikten uzak ve negatif bir durum olarak değerlendirilebilir.

Bulgularda öne çıkan ve negatif olarak değerlendirilebilecek hususlardan biri İK sorumlularının üniversite eğitimleri ile ilgilidir. Çalışan/adayların eğitim düzeylerine ve mezun oldukları üniversite bilgilerine büyük önem atfedilen günümüzde (Hecklau vd., 2016), incelenen kişilerin küçük bir bölümünün, ülkemizin dünya sıralamalarında üst sıralarda yer alan üniversitelerinden mezun olduğu görülmüştür. Yurt dışı eğitimi veya yüksek lisans eğitimi alan kişi sayısı da düşük düzeydedir. Bu bilgilerden hareketle, bahsi geçen durumun İK sorumlularının sahip oldukları yetkinlikler ile çalışan/adaylardan beklentileri arasında bir tutarsızlık bulunduğu şeklinde yorumlanabileceği düşünülmektedir.

Dikkat çeken negatif durumlardan bir diğeri ise İK sorumlularının profillerinin yetenekler bölümüne ekledikleri bilgiler ile ilgilidir. Çalışanlar/adaylardan teknolojiye yüksek düzeyde hâkim olmaları ve çok sayıda güncel ve karmaşık programı bilmelerinin beklendiği günümüzde (Lubis vd., 2019), İK sorumlularının bu yetkinliklerden uzak oldukları görülmektedir. İlgili kişiler yetenek bilgilerini genel ifadelerle belirtmiş olup, genellikle MS Office programları dışında herhangi bir program bilgisi eklememişlerdir. Bahsi geçen durum da bir tutarsızlık olarak yorumlanabilir.

İK sorumlularının yabancı dil bilgileri ve bu dillere ilişkin yetkinlik düzeyleri de dikkat çekmektedir. Daha önce de belirtildiği üzere, günümüzde adayların yüksek düzeyde dil bilgi ve becerilerine sahip olmaları beklenmektedir (Lubis vd., 2019). Bununla birlikte, incelenen kişilerin yabancı dil bilgilerinin nitelik ve nicelik açısından çalışanlar/adaylardan beklenen düzeyden uzak olduğu görülmektedir. Bu durumun da sahip olunanlar ile beklentiler arasında bir tutarsızlık bulunduğu işaret ettiği düşünülmektedir.

Günümüzde çalışanlar/adaylardan çok sayıda program bilgisine sahip olmaları beklenmekte ve bu doğrultuda da sahip oldukları sertifika ve kurs bilgileri önem taşımaktadır. Bununla birlikte, incelenen kişilerin küçük bir bölümü bu bilgilere sahiptir. Benzer bir durum gönüllü deneyim ve organizasyonlar bölümü için de geçerlidir. Günümüzde firmalar düzenli aralıklarla sosyal sorumluluğa vurgu yapmakta, çalışan/adaylardan da bu yönde bir beklenti bulunmakta ve dolayısıyla işe alımlarda kültürel, evrensel ve çevresel farkındalıkla ilgili hususlara önem verilmektedir (Yamamoto vd., 2019). Bununla birlikte, incelenen kişilerin yalnızca küçük bir bölümünde bu konu ile ilgili bilgilere rastlanmıştır. Bu doğrultuda, bu paragrafta aktarılan hususlar da İK sorumlularının tutarsızlığı ile ilişkilendirilebilir.

Burada aktarılan olumsuzlukların yanında nispeten olumlu bazı noktalar da mevcuttur. Örneğin, incelenen İK sorumlularının büyük bir bölümünün kadın olması, profillerin genellikle LinkedIn’de hâkim dil olan İngilizce dilinde oluşturulması, sorumluların genellikle İK alanı ile ilgili kabul

edilebilecek bölümlerden mezun olmaları ve kariyerlerinde İK ile ilgisiz alanlarda çalışmamış olmaları bu kapsamda değerlendirilebilir.

Son olarak, olumlu yahut olumsuz olarak değerlendirilmemekle birlikte, deneyim konusunda da bir yorumda bulunulmasında fayda görülmektedir. Özellikle ülkemizde işe alımlarda adayların deneyimine önem verildiği bilinen bir husustur (Pelit ve Ak, 2018). Çalışmada, incelenen kişilerin sahip oldukları toplam deneyim süresinin nispi yüksekliği dikkat çekmektedir. Bu doğrultuda, İK sorumlularının adaylardan deneyim beklentisinde olmaları ile kendi deneyim düzeylerinin yüksek olması arasında bir ilişki kurulabileceği düşünülmektedir.

Bu çalışmanın sonuçları, araştırmanın kapsamında belirtilen bilgiler ve bulunulan varsayımlar doğrultusunda yapılan incelemelerle sınırlıdır. İncelenen kişilerin LinkedIn profillerinde yanıltıcı/eksik bilgiler olabileceğinden, araştırma sonuçlarında tam anlamıyla bir genelleme yapılamayacağı da göz önünde bulundurulmalıdır. Bununla birlikte, farklı kapsamlarda yürütülecek araştırmaların daha farklı/verimli sonuçlar verebileceğinin hatırlatılmasında da fayda görülmektedir. Örneğin, farklı firma gruplarına odaklanılması veya daha çok sayıda firma/kişide inceleme yapılması bu konuda katkı sağlayabilir. Ayrıca, bu çalışmada ele alınan konu ve ilgili konularda çalışma yapacak araştırmacılara konuyla ilgili kuramsal ve kavramsal çerçevenin güçlendirilmesi yönünde çalışmalar yapmaları önerilmektedir. İlgili konuların araştırılmasına yönelik yöntemsel arayışlar da gelecekte yapılacak çalışmaların bilimsel meşruiyetinin artması açısından fayda sağlayacaktır.

Yetkinlik kavramının son yıllarda artan önemi bu konuyu irdeleyecek çalışmaları da önemli hale getirmektedir. Uluslararası literatürde bu kavramla ilgili hem görgül hem de kavramsal araştırmalar açısından önemli bir boşluk bulunmaktadır. Bu nedenle, araştırmacılara, literatürde yetkinlik kavramına dair çalışma eksikliği bulunduğu, bu doğrultuda yapılacak çalışmaların ilgi görebileceğinin ve ilgili alanın zenginleşmesine katkıda bulunacağına hatırlatılmasında fayda görülmektedir.

KAYNAKÇA

GPTW. (2019). Türkiye'nin en iyi işverenleri. <https://www.greatplacetowork.com.tr/listeler/turkiyenin-en-iyi-isverenleri/tuerkiyenin-en-iyi-iverenleri-2019/>

Hecklau, F., Galeitzke, M., Flachs, S., & Kohl, H. (2016). Holistic approach for human resource management in Industry 4.0. *Procedia CIRP*, 54, 1-6. <https://doi.org/10.1016/j.procir.2016.05.102>

Lubis, A. S., Absah, Y., & Lumbanraja, P. (2019). Human resource competencies 4.0 for Generation Z. *European Journal of Human Resource Management Studies*, 3(1), 95-104. <http://doi.org/10.5281/zenodo.3375458>

Lundberg, C. C. (1972). Planning the executive development program. *California Management Review*, 15(1), 10-15. <https://doi.org/10.2307/41164394>

McClelland, D. C. (1973). Testing for competence rather than for 'intelligence'. *American Psychologist*, 28(1) 1-14. <https://doi.org/10.1037/h0034092>

Pelit, E., & Ak, S. (2018). İnsan kaynakları yönetimi işlevi olarak personel bulma, seçme ve personeli işe yerleştirme ile ilgili sorunlar: Turizm işletmeleri örneğinde teorik bir inceleme. *İstanbul Aydın Üniversitesi Dergisi*, 10(2), 39-74. <https://doi.org/10.17932/IAU.IAUD.m.13091352.2018.2/38.39-74>

Sarikaya, O. (2022). Problems faced by Gen Y in recruitment processes and HRM mistakes. *International Journal of Social Sciences and Education Research*, 8(1), 226-234. <https://doi.org/10.24289/ijsser.1012925>

Skorkova, Z. (2016). Competency models in public sector. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 230, 226-234. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2016.09.029>

Statista. (2022). Leading countries based on LinkedIn audience size as of April 2022. <https://www.statista.com/statistics/272783/linkedins-membership-worldwide-by-country/>

Ünal, Ö. F. (2013). Temel yetkinliklerin algılanmasına ilişkin bir araştırma (Şirketler grubu örneği). *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 38, 51-65.

White, R. W. (1959). Motivation reconsidered: The concept of competence. *Psychological Review*, 66(5): 279-333. <https://doi.org/10.1037/h0040934>

Wuim-Pam, B. (2014). Employee core competencies for effective talent management. *Human Resource Management Research*, 4(3), 49-55. <https://doi.org/10.5923/j.hrmr.20140403.01>

Xu, P., & Zhang, K. (2018). Research on human resource management from the perspective of competency. *Advances in Social Science, Education and Humanities Research*, 236, 7-9. <https://doi.org/10.2991/meess-18.2018.3>

Yamamoto, G. T., Zümrüt, N., & Altun, D. (2019). Dijital dünyada analog kalmamak için insan kaynaklarının dönüşümü. *Proceedings of the International Congress on Business and Marketing*, İstanbul, 360-370.

ÖRGÜTLERDE KIRIK CAMLAR

Doç. Dr. Süreyya ECE¹

ÖZ

Bir toplumda fiziksel çevrenin bakımsız olması ya da çevrede oluşan küçük hasarlara müdahale edilmemesi o bölgedeki yetkililerin çevredeki olaylara karşı duysuz olduğu izlenimini yaratabilmektedir. Böyle bir çevrede ufak-tefek suçlar işlenebilmekte, söz konusu suçları işleyenler herhangi bir caydırıcı yaptırımla karşılaşmadığında bu ortamda daha büyük suçların işlenmesinin önü açılabilmektedir. Bu durum Kırık Camlar Teorisi ile açıklanabilmektedir. Kırık Camlar Teorisinde toplumda önemsiz gibi görünen olaylara müdahale edilmediğinde daha büyük ve toplumda ciddi etkileri olabilecek olayların meydana gelebileceği ileri sürülmektedir. Teori, çalışanlarıyla bir topluluğu oluşturan işletmeler için de söz konusu olabilmektedir. İşletmelerde fiziksel çalışma koşullarının çalışanların işyeri refahına göre düzenlenmemesi çalışanlar arasında yöneticilerin ihmalkârlığı olarak algılanabilmektedir. Bu durum çalışanların görevlerini aksatmalarına, görevini aksatan çalışanlara müdahale edilmediğinde ise üretim karşıtı davranışların çalışanlar arasında yayılmasına neden olabilmektedir. Bu çalışmada Kırık Camlar Teorisine ilişkin öncelikle kavramsal bir çerçeve çizilmiş, daha sonra işletmeler açısından ele alınan teori hakkında ayrıntılı bilgi verilmiştir. Çalışmanın amacı teori kapsamında işletme yöneticilerinin önemsiz görebildikleri durumlara müdahale etmemelerinin uzun vadedeki sonuçlarını ortaya koymak ve bu sonuçların ortaya çıkmasını engellemek için yöneticilere yapılabilecek önlemlere dair öneriler sunmaktır.

Anahtar Kelimeler: Kırık Camlar, Sıfır Hoşgörü Politikası, Vandalizm

Jel Kodları: M12, M14

BROKEN WINDOWS IN ORGANIZATIONS

ABSTRACT

In a society, the neglect of the physical environment or the failure to address minor damages in the surroundings can create an impression that the authorities are insensitive to events in the surrounding area. Such an environment, minor offenses can be committed, and when the perpetrators of these offenses don't face any deterrent sanctions, it can pave the way for more significant crimes to be committed in that area. This situation can be explained by the Broken Windows Theory. The Broken Windows Theory suggests that when seemingly insignificant incidents are not intervened within a community, it may lead to occurrence of larger events with serious societal consequences. The theory can also be applicable to businesses as forms a community with their employees. In businesses, the failure to arrange the physical working conditions according to the well-being of the employees can be perceived as negligence on the part of the managers. This situation can lead to employees neglecting their duties, and when no intervention occurs with employees failing in their tasks, it can result in the spread of counterproductive behaviors among the employees. In this study, a conceptual framework is initially outlined regarding the Broken Windows Theory, followed by detailed information about the theory as applied to businesses. The aim of the study is to reveal the long-term consequences of managers not intervening in seemingly insignificant situations within the scope of the theory, and to provide recommendations for measures that can be taken by managers to prevent emergence of these consequences.

Keywords: Broken Windows, Zero Tolerance Policy, Vandalism

JEL Codes: M12, M14

¹ Şırnak Üniversitesi İİBF İşletme Bölümü, sureyyaace@yahoo.com, (ORCID: 0000-0002-2110-8091)

GİRİŞ

Kırık Camlar Teorisi bir ortamda önemsiz gibi görünen olaylara müdahale edilmediği takdirde daha büyük olayların ortaya çıkabileceği varsayımına dayanmaktadır. Teori, yerleşim yerlerinde toplumlar arasında ortaya çıkan asayiş sorunlarının nedenlerinin tespitine yönelik olarak ortaya atılmıştır. İşletmelerin de bir nevi çalışanları ve yöneticileriyle bir toplum olduğu dikkate alındığında Kırık Camlar Teorisinin işletme ortamında da geçerli olabileceği söylenebilmektedir.

Bu çalışmanın amacı yerleşim yerlerinde ortaya çıkan vandalizme kadar varan suçların ortaya çıkış noktasını açıklayan Kırık Camlar Teorisinin işletme ortamında uygulanabilirliğini ortaya koymaktır. Bu kapsamda öncelikle Kırık Camlar Teorisine ilişkin bilgiler verilmiştir. Daha sonra teorinin işletmeler üzerindeki etkileri bireysel ve örgütsel açıdan ayrı ayrı ele alınmıştır. Çalışmada teorik bilgilerin yanı sıra konuya ilişkin yapılan ampirik çalışmalara da yer verilmiştir. Son olarak Kırık Camlar Teorisi ışığı altında yöneticilere işletmelerde düzeni sağlamak adına bir takım öneriler sunulmuştur.

Bu çalışmanın geçmiş çalışmalardan farkı, daha çok kentlerdeki asayiş sorunları üzerine ele alınan Kırık Camlar Teorisini işletmeler açısından ele alarak, faaliyetleriyle toplumu etkileyebilen işletmelerde kırık camların çalışan refahı üzerindeki etkilerine dikkati çekmektir.

1. KIRIK CAMLAR TEORİSİ

Kırık Camlar Teorisi Stanford Üniversitesi'nde görev yapan Psikolog Philip Zimbardo tarafından yapılan bir deneye dayanmaktadır. Deneyde biri Bronx diğeri Palo Alto olmak üzere iki farklı yerleşim yerine plakasız birer araba bırakılmıştır. Bronx'taki araba Vandallar tarafından saldırıya uğramış, önce aracın radyatörü ve bataryası sökülüştür. Bir gün içerisinde arabada değerli olabilecek her şey çalınmıştır. Sonrasında ise rasgele yıkım başlamış, aracın camları kırılmış, döşemeleri parçalanmıştır. Üç günden kısa bir süre içinde arabadan geriye kalan, 23 yıkıcı temas olayının sonucu olarak hırpalanmış, işe yaramaz bir metal parçasıydı. Saldırıların çoğu gündüz saatlerinde yaşanmıştı. Palo Alto'daki araca ise bir hafta boyunca kimse dokunmamıştır. Bunun üzerine Zimbardo iki öğrencisiyle birlikte arabanın bir kısmını balyozla parçalamıştır. Her şeyden önce, o ilk darbeyi atmaya, ön camları kırmaya ve bir biçimde yıkımını başlatmaya karşı hatırı sayılır bir isteksizlik vardı. Ancak ilk darbelerden sonra öğrenciler, hevesli bir şekilde arabaya zarar vermeye başlamıştır. Çok kötü bir şekilde harap olan arabaya aynı gece üç genç adam boru ve çubuklarla karkasa o kadar yoğun bir şekilde vurmaya başlamıştı ki, bir blok ötede bulunan yurt sakinleri onlara durmaları için bağırmıştır (Zimbardo, 1969). Bronx'taki topluluk yaşamının doğası nedeniyle (arabaların terk edilme ve eşyaların çalınma veya kırılma sıklığı, "kimsenin umursamadığı" deneyimleri) vandalizm, Palo Alto'da olduğundan çok daha hızlı başlamıştır. Palo Alto şehri ise Bronx şehrine göre insanların özel mülkiyete önem verildiğine ve rahatsız edici-zararlı davranışların maliyetli olduğuna inandıkları bir şehirdir. Ancak vandalizm, toplumsal engeller (karşılıklı saygı duygusu ve nezaket yükümlülükleri vb.), "kimsenin umurunda değil" gibi görünen eylemlerle ortadan kaldırıldığında meydana gelebilmektedir. Bu deneye göre sahihsiz

mülk, eğlenmek veya yağmalamak amacıyla dışarı çıkan insanlar ve hatta normalde böyle şeyler yapmayı aklından bile geçirmeyen ve muhtemelen kendilerini yasalara saygılı olarak gören insanlar için adil bir oyun haline gelebilmektedir (Kelling ve Wilson, 1982).

Kırık Camlar Teorisinde (Broken Windows Theory), önemsiz görünen suçlara taviz verildiğinde daha büyük suçların ortaya çıkacağı düşünülmektedir (Güven ve Akmeşe, 2021: 75).

Kırık Camlar Teorisi bakımsız bir ortamın, o bölgede istenmeyen ve anti-sosyal davranışları teşvik edebileceğini, buna karşılık düzensizliği kontrol etmenin küçük suçları azaltabileceğini ve sonunda ciddi suçları da azaltabileceğini öne sürmektedir (Austrup, 2011). Başka bir ifadeyle Kırık Camların özü, kontrol edilmediği ve denetlenmediği takdirde, küçük çaplı sivil davranışların (sarhoşluk, dilencilik, vandalizm, düzensiz davranışlar, grafiti, çöp vb.) bir toplulukta veya bir sokakta daha ciddi suçların gelişeceği bir atmosfer yaratmasıdır. Bu durum, bir mahallenin bakımsız ve ilgisiz görünmesi halinde – ‘kırık camlar’ ve diğer mülkler kırık ve onarılmadan bırakılırsa ve düzensiz davranışların kontrol edilmemesine izin verilirse - o zaman bir suç döngüsünün gelişeceği ve kendi kendini besleyeceği fikriyle özetlenmektedir (Pollard, 1998).

Kırık Camlar Teorisine göre insanlar usulsüzlük ve ihmalle karşılaştıklarında genellikle suç korkusu yaşamaktadırlar. Suç korkusu, toplumsal ve bireysel anlamda duygusal, bilişsel ve davranışsal boyutları olan çok yönlü ve karmaşık bir durumdur (Nalçacıgil, 2020).

Bratton ve Kelling (2015) kırık camlar metaforunun bir bozulma metaforu olduğunu belirtmiştir. Kırık bir camın onarılmadan kaldığı bir binanın, etraftaki kişilere bina sahiplerinin (ve dolayısıyla polisin) küçük suçları kontrol etmedikleri yönünde bir mesaj gönderdiğinden kısa bir süre içerisinde çok daha kapsamlı bir vandalizme maruz kalacağını ileri sürmüşlerdir. Böyle bir ortam küçük suçların kontrol edilemeyeceği algısı oluşturmakta ve bu durum daha ciddi suç işleme potansiyeli olan bireyler üzerinde caydırıcı olamaz. Küçük suçların sorgulanmadığı bir yerleşim yeri, kısa sürede daha ciddi suç faaliyetleri ve nihayetinde şiddet için bir üreme alanı haline gelebilmektedir. Teorinin dikkat çektiği en önemli nokta meydana gelen bir olaya zamanında müdahale edilmez ise, bir anlamda göz yumulursa, o olay bir süre içinde bir domino taşı etkisi veya kelebek etkisi yaratarak tetikleyici olaylar zincirine yol açacak ve zamanında önlem alınmadığı için de bazı şeyler için artık çok geç olabilecektir (Bektaş vd., 2019).

Teori sadece bir norm ihlalinin diğer normların ihlalinin teşvik ettiğini değil, aynı zamanda daha ciddi norm ihlallerini de teşvik ettiğini vurgulamaktadır (Ramos ve Torgler, 2012).

Torgler ve arkadaşları (2009) tarafından yapılan araştırma sonucunda bireyin halka açık bir yere çöp atmanın yaygın olduğunu düşündüğü takdirde çevreye yönelik etik algısının düştüğü ve yere çöp atmanın sıradan olduğuna inandığı tespit edilmiştir. Bireyin, başkalarının uyumlu olduğuna dair inancı arttığında ise çevreye yönelik etik algısı da yükselebilmektedir.

Usulsüzlük durumu, denetimin olmadığı veya denetimsiz bırakıldığı algısını uyandırdığından genel olarak iki tür sonuç ortaya koymaktadır. Birincisi suç korkusu, ikincisi ise düzensizliğin yol açtığı suç eğilim ve etik dışı davranışlardır. Kriminolojinin ilgi alanına giren suç korkusu ve Kırık Cam Teorisi birbirinin sonucu ya da türevi olarak değerlendirilebilmektedir. Örgütsel davranış bağlamında suç korkusu, kırılan camların yol açtığı düzensizlik ve denetimsizlik nedeniyle suç/etik dışılığa (soyut/somut) maruz kalma kaygısıdır (Nalçacıgil, 2020).

Kırık pencere camları gibi idari ve kamusal ihmal işaretleri, insanların düzensiz ve suç teşkil eden davranışlarda bulunma olasılığını artırabilmektedir. Buna karşılık, bu davranışlar vandalizm gibi daha fazla ihmal sinyallerine yol açabilmektedir. Dolayısıyla senaryo, pozitif bir geri besleme döngüsüdür. Bu pekiştirme döngüsü için teorik açıklamalar, düzensizlik ve suçun ihmal edildiğini ve sonuçların yokluğunu gösterebilen kırık camlar gibi görsel ipuçlarını içermektedir (Williams, 2019).

Kırık Camlar Teorisi, Sosyal Düzensizlik Teorisiyle ilişkili gösterilmiştir. Mahalle yapısına ve sosyal uyuma odaklanan Sosyal Düzensizlik Teorisi, mahalle yapısı ile suç arasındaki ilişkiyi sosyal süreçler aracılığıyla anlamaya çalışmaktadır (Abdullah vd., 2015). Düzensizlik, gözetimsiz bırakılırsa toplulukları suç sarmalına gönderebilecek bir başlangıç noktası olarak görülmektedir (Weisburd vd., 2015: 592). “Kırık Camlar” perspektifinde de bir mahalledeki düzen erozyonunun artan korkuya, sokaktan çekilmeye ve sonuç olarak daha ciddi suçların kök saldığı bir ortama yol açtığı öne sürülmektedir (Weil, 2012).

Kırık Camlar Teorisini işyeri yönetimi ve operasyon yönetiminde uygulamak, özellikle istenmeyen çalışan davranışlarıyla ilişkili maliyetleri en aza indirmede işletmelere fayda sağlayabilmektedir. Bu uygulama, paydaş yönetimi ve çeşitli idari faaliyetler gibi operasyonların diğer yönlerine de genişletilebilmektedir (Williams, 2019). Kırık camların olumsuz etkileri dikkate alındığında teorinin işletmelere uygulanmasının önemi daha iyi anlaşılabilir.

2. KIRIK CAM VARLIĞININ ETKİLERİ

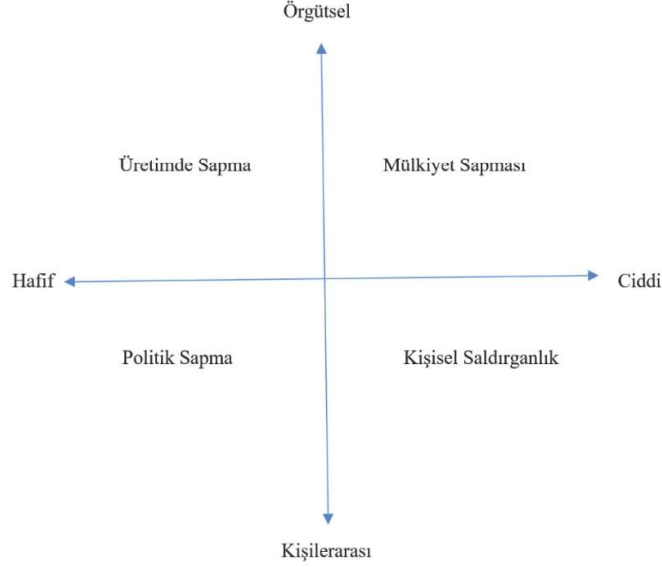
Kırık Camlar Teorisi kapsamında sosyal sermayeden bireysel erozyona kadar pek çok noktada aksamaların olabileceği bir ortam oluşmaktadır. Nitekim iş hayatında (örgütsel bağlamda) ve toplum hayatında sosyal sermaye toplum, grup veya örgütler için iletişim kanalları aracılığıyla harekete geçen, toplum içinde birlik, beraberlik, işbirliği ve güç sağlayan varoluş dinamiğidir. Bu dinamiği sağlayan, güçlendiren ve sürdürülebilir kılan temel unsur ise güvendir (Nalçacıgil, 2020).

Bir işyerinde kırık camların varlığının örgütsel ve bireysel açıdan sonuçları olabilmektedir. Söz konusu olası sonuçlara aşağıda yer verilmiştir.

2.1. Bireysel Etkiler

Kırık Camlar Teorisine göre, bir mekânın özellikleri çalışanların bireysel ve grup davranışlarını etkileyebilmektedir. İhmal ve düzensizlik belirtileri, işçiler arasında daha fazla ihmal ve düzensizliğe yol açabilmektedir (Williams, 2019). Düzensizlik de işyerinde sapma davranışlarının artmasına neden

olabilmektedir. Robinson ve Bennett (1995: 565) tarafından işyerinde sapma davranışlarına ilişkin bir tipoloji geliştirilmiştir. Bu tipoloji aşağıda gösterilmiştir:



Şekil 1. İşyerinde Sapma Davranışları Çeşitleri

Kaynak: Robinson ve Bennett, 1995

Robinson ve Bennett (1995) bireylerin işyerindeki sapma davranışlarının kişilerarası-örgütsel ve hafif-ciddi düzeyde olabileceğini ileri sürmüşlerdir. Bu davranışlar da üretimde sapma, mülkiyet sapması, politik sapma ve kişisel saldırganlık başlıkları altında gruplanmıştır (bkz. Şekil 1).

Üretimde sapma davranışları işten erken ayrılma, aşırı molalar verme, kasıtlı olarak işi yavaş yapma ve kaynakları israf etme fiillerini içerebilmektedir. Üretimde sapma davranışları örgütsel ve hafif düzeyde davranışlardır.

Araç-gereçleri sabote etme, rüşvet alma, çalışılan saat hakkında yalan söyleme, şirketten çalma mülkiyet sapması başlığı altında yer almakta ve bu davranışlar örgütsel düzeyde ve ciddi derecede önemli davranışlardır.

Kayırmacılık, iş arkadaşları hakkında dedikodu yapma, iş arkadaşlarını sorumlu tutma, fayda sağlamayan rekabet etme politik sapma davranışları altında değerlendirilmekte olup, bu davranışlar bireysel düzeyde ve hafif derecede eylemlerdir.

Son olarak kişisel saldırganlık başlığı altında cinsel taciz, sözlü taciz, iş arkadaşlarından çalma, iş arkadaşlarını tehlikeye atma davranışları bireysel düzeyde yapılan ciddi derecede önemli eylemler olarak kabul edilmektedir.

Örgütlerde ortaya çıkan küçük çaplı sorunlar giderilmediğinde bu sorunların daha büyük sorunlara, hata ve hileli işlemlere dönüşebileceği ileri sürülmüştür. Giderek daha fazla çalışanın söz konusu hileli işlemlere dahil olacağı, dürüst çalışanların ise bunun bir parçası olmak istemediklerinden işten ayrılma niyetlerinin artabileceği ifade edilmiştir (Yazıcı, 2018).

Bir kuruluştta cam kırılma durumu varsa; çalışanın verimliliği, sadakati, fedakârlığı, davranışlarında bir gerileme söz konusu olabileceği gibi, müdahale konusunda yönetimin ihmali de yasayı izleyen mercilerin daha fazla baskı yapmasına neden olabilmektedir (Nalçacıgil, 2020). Yapılan bir çalışmada, bireyin yaşadığı bölgede algılanan kırık cam varlığının zihinsel sağlık ile ilişkili olduğu belirlenmiş, ancak fiziksel sağlık veya riskli davranışları üzerinde etkisi olmadığı tespit edilmiştir (O'brien vd., 2018).

Pek çok işyerinde, özellikle çok sayıda düşük ücretli işçi çalıştıran işyerlerinde, günlük deneyimler temel çalışma standartlarının ihlal edilmesiyle dolu olduğunu göstermiştir. Düşük ücretli birçok işyerinde artan temel standart ihlalleri, işçiler tarafından yasaların çiğnenmesi olarak algılanmakta, herhangi bir şekilde seslerini duyurmaktan çekinmekte ve bunun sonucunda da koşullar daha da erozyona uğramaktadır (Weil, 2012). Bu tür ortamlarda çalışanın kendi menfaatini göz önünde bulundurarak "normlara yakın sapma" göstermesi mümkündür. Pro-normdan sapma, suç korkusuna koruma tepkisi (pasif sapma), 'kırık camların' varlığından beslenerek etik dışına çıkma ve soyut/somut şiddete yönelme (aktif sapma) şeklinde gelişebilmektedir (Nalçacıgil, 2020).

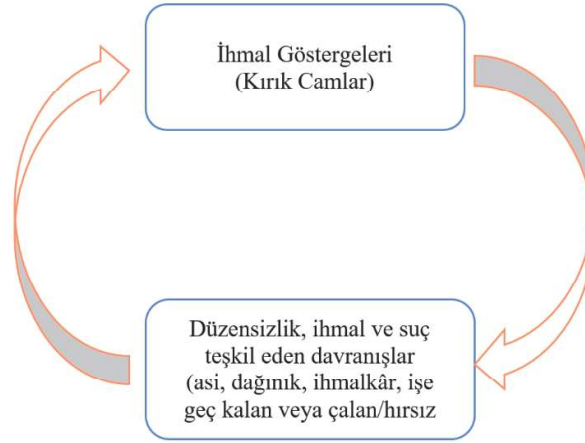
Maskaly ve Boggess (2014) özünde, Kırık Camlar Teorisinin, küçük düzensizliklerin önce bir yerleşim yerindeki bireylerin suç korkusunu artırarak ve ardından bu bireyler topluluktan uzaklaştıklarında sosyal kontrollerde bir bozulmaya yol açarak gelecekte daha ciddi suçlara yol açabileceği süreci belirttiğini ifade etmiştir. Bir yerleşim yerinde ortaya çıkan ufak-tefek sorunlara müdahale edilmemesi sonucunda daha büyük sorunların ortaya çıkması ve suçların işlenmeye başlanması bireyler üzerinde bir korku ortamı yaratabilmektedir. Bu korku şehirde ikamet edenlerin imkân ve fırsata sahip oldukları takdirde şehri terk etmelerine sebep olabilmektedir. Korkunun bir sonucu olarak şehir hayatından geri çekilmenin bir benzeri de iş yerinde yaşanabilmektedir. İş yerini değiştiremeyen bir çalışan, iş ortamında kalıcı ihlallerin varlığında, görmezden gelme, başkalarının işine karışmama ve başkalarına yapılan haksız muameleye göz yumma gibi hayatta kalma stratejisi uygulayabilmektedir. Birey iş arkadaşlarının küçük, ama ısrarlı yasa ihlalleri karşısında durmuyorsa, kendisi de bu konuda farklı bir tavır sergilemekten kaçınabilmektedir (Weil, 2012).

Kırık Camlar Teorisi açısından bakıldığında, kurumlarda nezaketsiz, istenmeyen davranış ve eylemlere karşı gereken önleyici tedbirler alınmadığı takdirde, çalışanlar arasında daha ciddi sorunlara dönüşebilmektedir. Çalışanlar iş arkadaşları tarafından kötü muamele gördüklerini hissedersen ve bu durum yönetim tarafından göz ardı edilirse, domino etkisi ortaya çıkabilmekte ve kendi sorunlarını kendilerinin çözmesi gerektiğini düşünmeye başlayabilmektedirler. Bunun sonucunda kendilerine haksız davranan birinden öğ almaya çalışabilmekte ve durum karşılıklı çatışmaya dönüşebilmektedir. Yani, tıpkı Kırık Camlar Teorisinde olduğu gibi, tek bir kırık cam, çalışanlar arasındaki bazı küçük pervasız, suiistimal edici eylemlere eşittir. Eğer söz konusu eylemlere uygun şekilde müdahale edilmezse veya bu eylemlerde bulunan çalışanları durdurmak için herhangi bir şey yapılmazsa, eylemler

üretim karşıtı iş davranışlarına dönüşebilmekte ve nihayetinde kuruluşlarda kaotik sorunlara neden olabilmektedirler (Biçer, 2022: 29-30).

Oysa Kırık Camlar Teorisinin sosyal kontrol uygulamasını genişleten işletme yöneticileri, işyerinin fiziksel özelliklerini, özellikle de çalışanların kolayca gözlemledikleri özellikleri geliştirerek çalışanlar arasında arzu edilen davranışları teşvik edebilmektedirler. Bu özellikler, çalışanların şirkete yönelik algılarını ve karşılık gelen davranışlarını etkileyen görsel ipuçlarıdır (Williams, 2019).

Fiziksel çevredeki ve insan davranışları arasındaki ilişki aşağıdaki şekilde gösterilmiştir (Williams, 2019):



Şekil 2. Fiziksel Çevredeki İhmal Sinyalleri ile İnsan Davranışı Arasındaki Akış

Kaynak: Williams, 2019

Güven ve Akmeşe (2021) bir işletmede herhangi bir çalışanın kural dışı davranışlarına yönelik herhangi bir yaptırım uygulanmadığında diğer çalışanların da kural dışı davranışlar göstermeye başlayabildiğini öne sürmüştür. İşyerinde etik, kural dışı iş-işlem-davranışlara yöneticilerin müdahale etmemesi ortamda ‘kırık camların’ varlığına işaret etmektedir. Böyle bir ortamda daha önce görevi ihmal etme, görevi kötüye kullanma, işe geç kalma, vb. etik/yasa dışı iş-işlem-davranışlarda bulunan çalışanlar daha büyük üretim karşıtı davranışlarda bulunma eğiliminde olabilmektedir. Daha önce üretim karşıtı davranışlarda bulunmayan çalışanlar da işyerinden ayrılma ya da benzer davranışlar sergileyebilmektedir. Dolayısıyla yöneticiler kırık camlara müdahale etmedikçe bir kısır döngü gibi bu olaylar devam edebilecektir (bkz. Şekil 2).

Düzensizlik, yasalara uyanların evlerine veya daha düzenli güvenli sitelere kaçarak tepki gösterdiği genel bir korku duygusuna neden olabilmektedir. Tersine, ‘yanlış’ türden insanlar sözde düzensiz alanlara çekilme eğiliminde olabilmekte, çünkü bu tür yerler suç işlemek için kolay yerler olarak görülebilmektedir (Muniz, 2011: 4). İşyerinde düzensizliğin olması, görevini en iyi şekilde yapan disiplinli ve sorumluluk sahibi çalışanların işten ayrılmasına neden olabilmektedir. Buna karşın

düzensizlik, o iş yerini, üretim karşıtı davranışlar yapma potansiyelinde olan bireyler için cazip bir iş yeri haline getirebilmektedir.

Düzensizliğin yanı sıra iş yaşamının kalitesi de kırım camlarla ilişkili olabilmektedir. İş yaşamının kalitesi kavramı, işin çalışanların sağlığı ve refahı üzerindeki olumsuz etkilerine yönelik bir endişeden ve işin tasarımında ve koşullarında değişiklikler yaparak iş alanının kalitesini iyileştirme dürtüsünden gelişmiştir. İş yaşamının kalitesi konusu işçilerin üretkenliğiyle ilgilenmektedir, ancak aynı zamanda çalışanların iş deneyimlerinden memnun hissetmeye yönelik duygusal ihtiyaçlarını da ele almaktadır (Vischer ve Wifi, 2017: 388). Gürültülü, havasız, temiz olmayan vb. koşulların varlığı yöneticilerin iş yerini ihmal ettiği şeklinde bir algı oluşturabilmektedir. Bu durum da çalışanların görevlerini ihmal etmesi, birbirleriyle uğraşmasına neden olabilmektedir. Nitekim Finlandiya’da yapılan bir araştırma iş ortamındaki fiziksel çevrenin bireylerin işyeri zorbalığına uğrama olasılığını arttırdığı tespit edilmiştir (Salin, 2014).

İşyerinde kırık camların örgütün geneli üzerinde de etkileri bulunmakta olup, bu etkilere aşağıda değinilmiştir.

2.2. Örgütsel Etkiler

Örgütlerde, çalışanlar tarafından yapılan olumsuz davranışların temelinde, zamanında önemsiz olarak değerlendirildiğinden dikkate alınmayan etik dışı davranışlar olduğu ifade edilmiştir. Görevini özensiz bir şekilde yerine getiren bir çalışana müdahale edilmediğinde zaman içerisinde başka çalışanlar da görevlerini düzgün bir şekilde yapmamaya başlayabilmektedir. Önemsiz olarak değerlendirilen herhangi bir etik/kural dışı eylemde bulunan bir çalışan, bir yaptırımla karşılaşmadığında bu durum emsal teşkil edebilmekte, söz konusu eylem diğer çalışanlar arasında da yaygınlaşabildiği gibi ayrıca daha büyük suçların ortaya çıkmasına da neden olabilmektedir. Bu nedenle ‘sıfır hoşgörü (tolerans)’ politikasının uygulanması önerilmektedir (Bektaş vd., 2019). A.B.D.’nin New York eyaletinde şehirdeki suç oranını düşürebilmek için uygulanan bir politika olan sıfır hoşgörü politikasının, karmaşık toplumlarda nezaket ve düzenin önemi ve polisin düzeni yeniden kurma ve sürdürme ihtiyacı hakkında güçlü bir mesaj olduğu ifade edilmiştir (Bratton, 1998).

Örgütlerde ‘kırık cam’ın göstergeleri arasında ihmal edilen takviyeler, hatalı ve ihmal edilen ofis veya üretim araçları, örgüt ikliminde bozulma ve çalışanlar arasında yatay/dikey-açık/örtük şiddet yer almaktadır. İhmal edilen herhangi bir fiziksel veya soyut durum işyerinde ‘camların kırılmasına’ ve bu da örgütsel işleyiş üzerinde yıkıcı etkilere neden olabilmektedir (Nalçacıgil, 2020).

Bir örgütte yöneticilerin her zaman küçük aksaklıkları büyümeden fark etmesi ve bu aksaklıklara anında müdahale etmesi gerekmektedir. Aynı katı politikayı işletme çalışanları için de uygulamaları beklenmektedir. Çünkü bir örgütte kararların verilmesi ve uygulanmasında yöneticiler tarafından çalışanlara gösterilen küçük bir hoşgörü, uzun vadede örgütlerde bu kararların uygulanmasında sorunlar yaşanmasına neden olabilmektedir (Bektaş vd., 2019).

İşletme yönetimi açısından, örneğin ofiste kirli/yırtılmış bir halı varsa, bu durum çalışanlar ve müşteriler ve hatta rakipler ve yasal ortam için de önemli olabilmektedir (Nalçacıgil, 2020). Söz konusu durum işletmenin hem iç çevresinde hem de dış çevresinde yöneticilerin işyerini ciddiye alıp almadığına yönelik bir algı yaratabilmektedir.

Örgütlerde kırık camlara ilişkin çeşitli ampirik çalışmalar yapılmıştır. Bu çalışmalardan biri Güven ve Akmeşe (2021) tarafından yapılan çalışmadır. Güven ve Akmeşe yönetim tarzlarının kırık camlar üzerinde etkisini tespit etmeye yönelik Şanlıurfa'da çeşitli kurumlarda görev yapan çalışanların dahil olduğu bir araştırma yapmıştır. Araştırma sonucunda otoriter yönetim tarzının çalışanların kırık cam üzerinde pozitif yönde; demokratik yönetim tarzının ise negatif yönde ve anlamlı bir etkisinin olduğu; tam serbestçi yönetim tarzının ise kırık cam üzerinde pozitif ancak anlamlı olmayan bir etkisinin olduğu belirlenmiştir. Bu sonuca göre demokratik yönetim tarzı çalışanların kural ihlali gibi olumsuz davranışlarını azaltabilmektedir. Yönetim tarzının kırık cam üzerindeki etkisine yönelik bir diğer çalışma Üzüm ve arkadaşları (2022) tarafından yapılan çalışmadır. Bu çalışmada makyevelist liderliğin örgütteki kırık camlar üzerinde etkisinin olup olmadığını tespit etmek için imalat ve hizmet sektöründe görev yapan 205 çalışanla araştırma yapılmıştır. Araştırma sonucunda makyevelist liderliğin kırık camlar üzerinde pozitif yönde bir etkisinin olduğu belirlenmiştir. Bu sonuca göre makyevelist bir yönetim tarzı çalışanların amaçlarına ulaşmak için her şeyi yapabilmelerini meşru gördüğünden, bu yönetim tarzının varlığında kırık camların artması beklenmektedir.

Örgütlerde kırık camların üretkenlik karşıtı iş davranışları üzerindeki etkisini tespit etmek için Kocaeli'nde hizmet sektöründe görev yapan çalışanlarla bir araştırma yapılmıştır. Araştırma sonucunda kırık cam algısının üretkenlik karşıtı iş davranışlarından sabote etme, geri çekilme, çalma ve kötüye kullanma üzerinde pozitif ve anlamlı bir etkisinin olduğu belirlenmiştir (Şenol, 2022). Bu sonuç örgütlerdeki kırık cam varlığına ilişkin algının çalışanların üretim karşıtı bazı davranışlarını artırdığını göstermektedir.

Denetimin yapılmadığı düşünülen örgütlerde çalışanların, düzenli denetimlerin ve yaptırımların uygulandığı örgütlere göre daha fazla etik dışı davranışlar sergileme eğiliminde oldukları ifade edilmiştir (Bektaş vd., 2019). Bununla ilgili olarak Hollanda'da çevrede düzensizliğin bireylerin davranışları üzerindeki etkisini tespit etmek için 6 farklı alan çalışması yapılmıştır. Bu çalışmaların sonucunda bireylerin, başkalarının belirli bir sosyal normu veya meşru kuralı ihlal ettiğini gözlemlediğinde, diğer normları veya kuralları ihlal etme olasılıklarının daha yüksek olduğu ve bunun da düzensizliğin yayılmasına neden olduğu belirlenmiştir (Keizer vd., 2008).

Avustralya'da Kırık Camlar Teorisi bir üniversite ortamında araştırılmıştır. Araştırmada akademisyenler ve lisansüstü öğrenim gören öğrencilerin davranışları düzenli bir iş ortamı ile dağınık bir iş ortamında incelenmiştir. Dağınıklığın olduğu bir ortamda yere çöp atma oranının yüksek olduğu tespit edilmiştir.

Düzenli ortamda katılımcıların %18'i yere çöp atarken, dağınık bir iş ortamında %59'u yere çöp atmıştır (Ramos ve Torgler, 2012).

Algılanan düzensizlik, suç korkusu ve kolektif yeterlik arasındaki ilişkileri incelemek için Malezya'da 235 hane halkının katılımıyla bir araştırma yapılmıştır. Burada ifade edilen kolektif yeterlik mahalle ortamında sosyal uyum ve paylaşılan gayri resmi sosyal kontrolün bir kombinasyonu olarak tanımlanmıştır. Araştırma sonuçları yüksek düzeyde bozukluk algısının kolektif yeterlik ile negatif ilişkili olduğunu ortaya koymuştur (Abdullah vd., 2015).

SONUÇ

Kırık Camlar Teorisi bir yerleşim yerinin yetkililer tarafından ihmal edilmesinin ufak-tefek suçlara zemin hazırladığını, söz konusu suçlara müdahale edilmediği takdirde vandalizme yol açabileceği ve bu noktadan sonra kaos ortamının oluşabileceğini ileri sürmektedir. Zimbardo, Kırık Camlar Teorisini test ettiği araştırmasında ortaya çıkan vandalizmin, gerçekten 'anlamsız', 'ahlaksız', 'amaçsız' ve 'kötü niyetli' ise o zaman kontrol edilemez olduğunu ileri sürmüştür. Sebepsiz bir sonucun, onu sınırlandırabilecek hiçbir sistematik plana sığmayacağını, başka bir ifadeyle bunu ortadan kaldırmak için ortaya konulan planların sonuçsuz kalabileceğini öne sürmüştür. Bu nedenle vandalizmin, yalnızca yüz milyonlarca dolar olarak hesaplanan doğrudan bir kaybın yanı sıra, aynı zamanda ek güvenlik önlemleri şeklinde ve kişisel rahatsızlık düzeyinde, yeri doldurulamaz öğelerin kaybına, halka verilen hizmetlerin azalmasına ve en önemlisi, dolaylı olarak kişinin hemcinsine olan sosyal güveninin yok edilmesine yol açabildiğini ifade etmiştir (Zimbardo, 1970).

Kırık Camlar Teorisi bir topluluk olan işletme ortamında da söz konusudur. İşyerinde yöneticilerin işletmeyi ihmal etme yönündeki davranışları, çalışanların görevlerini aksatmasına neden olabilmektedir. Görevlerini aksatan çalışanlara müdahale edilmediğinde zaman içerisinde başka çalışanlar da görevlerini aksatma eğiliminde bulunabilmekte, bazı çalışanlar ise etik/kural dışı iş-işlemler yapmaya yönelebilmektedir. Sonrasında ise çalışanlar arasında çatışmalar ortaya çıkabilmekte, bu durum çalışanların refahı, güvenliğini olumsuz yönde etkilemekle kalmamakta, işletmedeki faaliyetlerin aksaması ya da gerektiği gibi yerine getirilememesi ve nihayetinde işletmenin zarar etmesine yol açabilmektedir. Dolayısıyla kırık camlara müdahale konusunda yöneticilere bir takım öneriler sunulmuştur. Bunlardan biri Etrafta Yürüyerek Yönetim (MBWA-Management by Walking Around) olarak adlandırılan bir yönetim tarzıyla yöneticilerin işletme içerisinde sürekli hareket etmesidir. Etrafta Yürüyerek Yönetim, kişiler arası iletişimin, açık takdirin ve tanınmanın önemini vurgulamaktadır. Bu yönetim tarzı işyerinde nezaket ve performans oluşturma en önemli yollarından biri olarak gösterilmiştir. Bu yönetim tarzının ana teması, yöneticilerin sorunları ve endişeleri ilk elden öğrenmesi gerektiğidir (Mohan ve diğ., 2013). Etrafta Yürüyerek Yönetimin (MBWA-Management by Walking Around), organizasyon liderlerinin duygusal refahlarını, projelerdeki durumlarını ve işlerini daha verimli ve etkili bir şekilde yapmalarına yardımcı olabilecek kaynaklara ihtiyaç duyup duymadıklarını

belirlemek için çalışanlarla görüşmeleri için etkili bir yöntem olabileceği ifade edilmiştir (Prieto vd., 2016).

Yöneticilerin kırık camlarla ilgili dikkat etmesi gereken noktalardan biri iş ortamında küçük de olsa ortaya çıkan düzensizliklerin nedeni/nedenleridir. Düzensizlik belirtilerini önlemenin, sosyal uyum normlarını sürdürmenin etkili bir yöntemi olabileceği düşünülmektedir (Ramos ve Torgler, 2012).

Kırık Camlar Teorisinin bir işyerinde çalışanlara yönelik mikro saldırıları azaltmak ve çeşitliliği yönetmek için kullanılabileceği öne sürülmüştür. Mikro saldırganlıklar bir bireye cinsiyeti, yaşı, engeli ve ırksal grup üyeliği nedeniyle yöneltilen, genellikle otomatik olarak ve bilinçaltında ince sözlü ve sözsüz aşağılamalar, hakaretler ve aşağılayıcı mesajlardır. Rekabetçi kalmak isteyen kuruluşlar, sürdürülebilir bir iş sahibi olmayı umuyorlarsa, mevcut iş gücünde ve pazarda mevcut olan çeşitlilik hakkında bilgili olmalıdır. Çünkü çeşitlilik, daha homojen çalışanların ve ekiplerin sunamayacağı yeni bakış açıları, fikirler ve çalışma biçimleri yoluyla daha fazla yenilik sunma potansiyeline sahiptir (Prieto vd., 2016).

Yöneticiler, iş ortamının öncelikle fiziksel durumuyla ilgilenmelidir. Fiziksel çalışma koşulları işletmenin ihmal edilip edilmediği konusunda ilk göze çarpan konu olabilmektedir. Çalışanlara görevlerini yaparken sorun yaşamayacakları ergonomik bir ortam hazırlamak, yönetimin ilk yapması gereken görevlerden sayılabilmektedir. Sonrasında ise çalışanlar arasında küçük de olsa üretim karşıtı davranışlar sergileyen kişilere gerekli uyarıların yapılması gerekmektedir. Bu uyarılar söz konusu çalışanları aynı davranışları tekrarlamaktan men edebileceği gibi bu davranışların başka çalışanlar arasında da yayılmasını önleyebilecektir. Önemsiz de olsa üretim karşıtı bir davranışın yaptırımla karşılaşması daha önemli eylemlerin ortaya çıkmasını da engelleyebilecektir.

KAYNAKÇA

- Abdullah, A., Marzbali, M. H., Bahauddin, A., & Tilaki, M. J. (2015). Broken windows and collective efficacy: Do they affect fear of crime? *Sage Open*, 5(1), 1-11.
- Austrup, S. (2011). *The person behind the "broken window": The influence of the environment and personality on undesired behavior*. (Bachelor's thesis), University of Twente, Hollanda
- Bektaş, M., Erkal, P., & Çetin, D. T. (2019). Kırık Camlar Teorisinin işletmelere uyarlanması: Ölçek geliştirme çalışması. *Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 21(3), 596-617.
- Bıçer, C. (2022). Broken windows effect in organizations: A focus on counterproductive work behaviors that lead to employee burnout and employee turnover and solutions. *Tarsus Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 3(1), 28-45.
- Bratton, W. J. (1998). Crime is down in New York city: Blame the police. N. Dennis (Ed.), *Zero Tolerance: Policing A Free Society* (s. 29-43). Great Britain: IEA Health and Welfare Unit
- Bratton, W. J., & Kelling, G. L. (2015). Why we need broken windows policing. *City Journal*, 25(1), 10-17.
- Güven, M., & Akmeşe, A. (2021). Kırık camlar teorisi bağlamında yönetim tarzlarının değerlendirilmesi: Bir alan araştırması. A. M. Sahabi içinde, *İşletmelerde Güncel Sorunlar ve Çözüm Önerileri* (s. 75-86). İstanbul: Eğitim Yayınevi.
- Keizer, K., Lindenberg, S., & Steg, L. (2008). The spreading of disorder. *Science*, 322(5908), 1681-1685.
- Kelling, G. L., & Wilson, J. Q. (1982). Broken windows. *Atlantic Monthly*, 249(3), 29-38.
- Maskaly, J., & Boggess, L. N. (2014). Broken windows theory. *The Encyclopedia of Theoretical Criminology*, 1-4.
- Mohan, D. R., Kumar, S. S., & Subrahmanyam, G. (2013). Management by walking around: An effective tool for day-to-day operations of Hospital. *IUP Journal of Operations Management*, 12(1), 58.
- Muniz, A. (2011). Disorderly community partners and broken windows policing. *Ethnography*, 13(3), 330-351.
- Naıçacıgil, E. (2020). Contributions to the organizational administration of the broken windows theory. *International Social Sciences Studies Journal*, 6(62), 2149-2157.
- O'brien, D. T., Farrell, C., & Welsh, B. C. (2019). Broken (windows) theory: A meta-analysis of the evidence for the pathways from neighborhood disorder to resident health outcomes and behaviors. *Social Science & Medicine*, 228, 272-292.
- Pollard, C. (1998). Zero tolerance: Short-term fix, long-term liability? N. Dennis, (Ed.), *Zero tolerance: Policing a free society* (s. 44-61). Great Britain: IEA health and welfare unit.
- Prieto, L. C., Norman, M. V., Phipps, S. T., & Chenault, E. B. (2016). Tackling micro-aggressions in organizations: A broken windows approach. *Journal of Leadership, Accountability & Ethics*, 13(3), 36-49.
- Ramos, J., & Torgler, B. (2012). Are academics messy? Testing the broken windows theory with a field experiment in the work environment. *Review of Law & Economics*, 8(3), 563-577.
- Robinson, S. L., & Bennett, R. J. (1995). A typology of deviant workplace behaviors: A multidimensional scaling study. *Academy of Management Journal*, 38(2), 555-572.
- Salin, D. (2014). Risk factors of workplace bullying for men and women: The role of the psychosocial and physical work environment. *Scandinavian Journal of Psychology*, 56(1), 69-77.
- Şenol, L. (2022). Örgütsel kırık camların üretim karşıtı iş davranışları üzerine etkisi: Hizmet sektöründe bir araştırma. *International Social Sciences Studies Journal*, 8(97), 1518-1526.
- Torgler, B., Frey, B. S., & Wilson, C. (2009). Environmental and pro-social norms: Evidence on littering. *The BE Journal of Economic Analysis & Policy*, 9(1), 1-39.
- Üzüm, B., Özkan, O. S., & Çakan, S. (2022). Moral disengagement, organizational broken window, person-organization fit as an antecedent: Machiavellian leadership. *Journal of Organizational Behavior Research*, 7(1), 29-41.

Vischer, J. C., & Wifi, M. (2017). The effect of workplace design on quality of life at work. G. Fleury-Bahi, E. Pol, & O. Navarro içinde, *Handbook of Environmental Psychology and Quality of Life Research* (s. 387-400). Switzerland: Springer.

Weil, D. (2012). "Broken windows," vulnerable workers, and the future of worker representation. *The Forum*, 10(1), 1-21.

Weisburd, D., Hinkle, J. C., Braga, A. A., & Wooditch, A. (2015). Understanding the mechanisms underlying broken windows policing: The need for evaluation evidence. *Journal of Research in Crime and Delinquency*, 52(4), 589-608.

Williams, M. (2019, Ağustos 08). *Broken windows theory in workplace management & business strategy*. Rancord Society: <https://www.rancord.org/broken-windows-theory-business-management-strategy> adresinden alındı

Yazıcı, N. (2018). Hile üçgeni: Fırsatların önlenmesinde kırık camlar teorisi. *Üçüncü Sektör Sosyal Ekonomi*, 53(3), 843-851.

Zimbardo, P. G. (1969). The human choice: Individuation, reason, and order versus deindividuation, impulse, and chaos. *Nebraska symposium on motivation* (s. 237-307). Nebraska: University of Nebraska press.

Zimbardo, P. G. (1970). *A Social-Psychological analysis of vandalism: Making sense of senseless violence*. Springfield: National Technical Information Service.

YAPAY ZEKÂ VE BÜYÜK VERİNİN GİRİŞİMCİLİK ÜZERİNDEKİ ETKİSİ: BİR BİBLİYOMETRİK ANALİZ¹

Prof. Dr. Selami ÖZCAN²

Arş. Gör. Mustafa YILMAZ³

ÖZ

Yapay zekâ ve büyük veri kavramları, son yıllarda artan etkileri dolayısıyla farklı bilim dallarında yaygın olarak araştırılmaktadır. Yapay zekâ ve büyük veri alanındaki ilerlemeler girişimcilere birçok fırsat sunarken diğer yandan farklı zorluklarla karşı karşıya bırakmıştır. Bu teknolojik ilerlemeler iş modellerini değiştirmekte, girişimciliği dijital tabanlı olarak geliştirmekte ve farklı girişimcilik türlerinin ortaya çıkmasına olanak sağlamaktadır. Bu noktadan hareketle mevcut çalışma girişimcilikte yapay zekâ ve büyük verinin etkisini anlamlandırabilmeyi, çalışmaların eğilimini ve temel dönüşümlerini ele alarak alana dair derin bir içgörü elde etmeyi amaçlamaktadır. Bu amaç doğrultusunda Web of Science veri tabanında yer alan ve araştırma konusunda (başlık, özet ve anahtar kelime) büyük veri-yapay zekâ-girişimcilik terimleri bulunan 228 çalışma araştırmamanın veri setini oluşturmaktadır. Veri setinde bulunan çalışmalar bibliyometrik analiz yöntemiyle analiz edilmiş, VOS Viewer ve R Bibliometrix programları ile çeşitli analizler ve görselleştirme teknikleri uygulanmıştır. Yapay zekâ, büyük veri ve girişimcilik alanında en fazla atıf alan çalışmalar, en fazla atıf alan dergiler, yayınların ülkelere göre dağılımı, yıllara göre yayın sayısı gibi çeşitli başlıklar bibliyometrik göstergeler yardımıyla incelenmiştir. Mevcut çalışmanın girişimcilik disiplinindeki değişimleri ve gelişimleri ortaya çıkararak girişimcilik akademisyenleri, eğitimcileri ve uygulayıcıları için yol gösterici bir çalışma olması hedeflenmiştir.

Anahtar Kelimeler: Yapay Zekâ, Büyük Veri, Girişimcilik, Bibliyometrik Analiz, Web of Science, VOSviewer, R Bibliometrix

Jel Kodları: M13, M39

THE IMPACT OF ARTIFICIAL INTELLIGENCE AND BIG DATA ON ENTREPRENEURSHIP: A BIBLIOMETRIC ANALYSIS

ABSTRACT

The concepts of artificial intelligence and big data have been widely researched in different disciplines due to their increasing impact in recent years. Advances in artificial intelligence and big data have presented entrepreneurs with many opportunities, but also different challenges. These technological developments are changing business models, developing digital-based entrepreneurship and enabling the emergence of different types of entrepreneurship. From this point of view, this study aims to make sense of the impact of artificial intelligence and big data in entrepreneurship and to gain a deep insight into the field by addressing the tendency and fundamental transformations of studies. In line with this purpose, 228 studies in the Web of Science database with artificial intelligence-big data-entrepreneurship terms in the research topic (title, abstract and keywords) constitute the data set of the research. The studies in the data set analyzed by bibliometric analysis method and various analysis and visualization techniques applied with the VOS Viewer and R Bibliometrix package programs. Various topics such as the

¹ *Bu çalışmanın özeti 9. Uluslararası Girişimcilik Sosyal Bilimler Kongresi'nde (7-10 Kasım 2023, Taşkent, Özbekistan) sözlü olarak sunulmuştur.

² Prof. Dr., Yalova Üniversitesi, sozcan@yalova.edu.tr, (ORCID: 0000-0002-0882-427X)

³ Arş. Gör., Yalova Üniversitesi, mustafa.yilmaz@yalova.edu.tr, (ORCID: 0000-0001-7706-676X)

most cited studies in the field of artificial intelligence, big data and entrepreneurship, the most cited journals, the distribution of publications by countries, and the number of publications by year examined with the help of bibliometric indicators. This study aims to guide study for entrepreneurship academics, educators and practitioners by revealing the changes and developments in the entrepreneurship discipline.

Keywords: Artificial Intelligence, Big Data, Entrepreneurship, Bibliometric Analysis, Web of Science, VOSviewer, R Bibliometrix

Jel Codes: M13, M39

GİRİŞ

Girişimcilik bireyler tarafından yeni iş fikirlerinin ortaya atılması ve hayata geçirilmesini ifade etmektedir (de Reizabal ve Benito Gomez, 2020:354), özünde veya odağında bir işin kurulması ve yürütülmesi yer almaktadır (Küçük, 2021: 30). Girişimcilik kişilerin kendi kariyerlerinin üreticileri olmalarını sağlayarak ülkelerin ekonomik büyümelerine ve istihdamına katkı sağlamaktadır (Shabbir vd., 2022:1041). Girişimciler yenilikçi iş fikirlerini ürün veya hizmetlere dönüştürerek fayda ve kârın büyük bölümüne sahip olan kişilerdir (Veleva ve Bodkin, 2018:22). Girişimcileri harekete geçiren farklı motivasyonlar bulunmaktadır. Bunlardan ilki yeni bir şeyler yapmak, bir diğeri iş yapmanın verdiği haz ve sonucusu ise başarı güdüsü ve kişisel tatmindir (Sher vd., 2020:2; Pacut, 2020:4).

Günümüzde yapay zekâ, büyük veri ve nesnelerin interneti gibi bilgi ve iletişim teknolojilerinin kullanımının yaygınlaşması endüstrilerde büyük devrimler ortaya çıkarmıştır (Zhang ve Lu, 2021:1). Özellikle yapay zekâ ve büyük veri teknolojilerindeki gelişmeler, geleneksel işletme modellerini ve stratejilerini yeniden şekillendirmekte, dijital tabanlı girişimciliğin ve ilgili iş modellerinin gelişmesinde önemli bir rol oynamaktadır (Upadhyay vd., 2022:1141; Nambisan, 2017:1033). Bu teknolojiler girişimciliğin geleneksel kalıplarını değiştirmekte ve girişimciler için yeni keşif olanakları sağlamaktadır (Troise vd., 2022:1129).

Yapay zekâ ve büyük veri, artan veri birikimi ve bilgisayarların artan işleme kapasitesi dolayısıyla günümüzün en önemli teknolojilerindendir (Lu vd., 2018:368; Xiao vd., 2023:176). Yapay zekâ ve büyük veri girişimcilik riskinin azaltılması, işgücü verimliliğinin artırılması, daha etkili girişimcilik modellerinin oluşturulması ve yeni iş talepleri yaratılmasında girişimcilere destekler sağlamaktadır (Zhang ve Lu, 2021:5; Xiao vd., 2023:176). Yapay zekâ ve büyük veri teknolojileri yazılım, mobil oyun, imalat, sağlık hizmetleri, tedarik zinciri gibi birçok yenilikçi ve geleneksel endüstride firmalar tarafından kullanılmaktadır (Leone vd., 2021:850).

Girişimcilik temel olarak belirsizlik koşullarında mücadele etmeye ve karar vermeye odaklanmaktadır. Yapay zekâ ve büyük veri teknolojilerindeki ilerlemeler belirsizliği azaltıp etkin kararlar alınabilmesini sağlayarak girişimcilik teorisinin geliştirilmesi için katkıda bulunmaktadır (Van Burg ve Romme, 2014:398). Yapay zekâ ve büyük veri teknolojileri işlevsel olarak üstün ve düşük maliyetli araçlar sunarak modern işletmelere katkı sağlamaktadırlar (Townsend ve Hunt, 2019:2). Büyük ve çeşitli miktardaki veriler yapay zekâ destekli makine ve sistemler sayesinde anlamlı hale getirilerek stratejik rekabet avantajı sağlamaktadır (Arora ve Sharma, 2023:138).

Bu noktadan hareketle çalışmamız girişimcilik alanyazınında yapay zekâ ve büyük verinin etkisini anlamlandırabilmek ve alana dair genel bir bakış sağlamak adına bibliyometrik analiz yöntemini kullanmaktadır. Alandaki entelektüel gelişimi özetleyebilmek, temel araştırma temalarını ortaya koyabilmek ve araştırmacılara güncel çalışma fırsat ve alanlarını belirleyebilmek için bu çalışma yapay zekâ ve büyük veri teknolojilerinin girişimcilik disiplinindeki etkilerini bibliyometrik analiz yöntemiyle incelemektedir.

Yapay zekâ veya büyük verinin girişimcilik alanyazınındaki etkisi konusunda, iki teknolojiyi tek başına ele alan çeşitli çalışmalar yapılmış olsa da (örn, Xiao vd., 2023; Li vd., 2022; Giuggioli ve Pellegrini, 2023) iki teknolojinin bir arada girişimcilik üzerindeki etkisini ele alan çalışma yapılmamıştır. Bu boşluğu doldurabilmek ve Chalmers vd., (2021) ve Obschonka ve Audretsch, (2020) tarafından belirtilen yapay zekâ-büyük veri-girişimcilik arasındaki kesişimlerin ortaya konması için yapılan çalışma çağrısına katkı yapabilmek çalışmamızın temel çıkış noktasıdır.

Makalenin geri kalanı şu şekilde yapılandırılmıştır; yapay zekâ ve büyük veri teknolojilerinin gelişiminin özeti ve girişimcilik alanyazını üzerindeki etkisi bir sonraki bölümde açıklanmaktadır. Ardından metodolojik olarak araştırmada kullanılan analiz yöntem ve türleri açıklanmaktadır. Daha sonra araştırmanın bulguları ve tartışma özetlenmektedir. Araştırmanın son bölümünde ise araştırmamızın sonuçlarını, sınırlamalarını ve gelecekteki araştırmacılar için önerileri içermektedir.

1- YAPAY ZEKÂ, BÜYÜK VERİ VE GİRİŞİMCİLİK

Yapay zekâ terimi ilk kez 1956 yılında John McCarthy tarafından Dartmouth Üniversitesi'nde düzenlenen bir konferansta ortaya konmuştur. Yapay zekâ, makine öğrenimini, duygu tanımayı, veri depolamayı ve karar vermeyi entegre eden çok disiplinli bir teknolojidir (Lu, 2019:2; Zhang ve Lu, 2021:2). Yapay zekâ algoritmalar aracılığıyla verileri yorumlar, yorumladığı verilerden öğrenir ve edindiği öğrenimleri belirli sonuçlara ulaşmak için kullanır. Garry Kasparov'un -dünya satranç şampiyonu- 1997'de IBM'in Deep Blue bilgisayarına yenilmesi insanlığın yapay zekaya ilgisini uyandırmıştır (Hsu, 2002:235). Kasparov'un saniyede üç satranç pozisyonu karşısında Deep Blue'nin 200 milyon pozisyonu değerlendirebilmesi, yapay zekâ teknolojisinin hızını ve etkinliğini ortaya koymaktadır (Nilsson, 2009:32).

Yapay zekanın bu şaşırtıcı gücü dolayısıyla bazı araştırmacılar yapay zekanın gelişimine şüphe ile yaklaşmışlardır (Townsend ve Hunt, 2019:3). Yapay zekanın hem çağrı merkezleri gibi nispeten kolay hizmet tabanlı işleri hem de finansal hizmetler gibi profesyonel hizmetleri tehdit ettiği (Chalmers vd., 2021:1028), yakın gelecekte kitlesel işsizlik ve artan eşitsizlik seviyelerine yol açabileceği ifade edilmektedir (Korinek ve Stiglitz, 2018:378; Susskind ve Susskind, 2015:211).

Yapay zekanın sunduğu fırsatların yanında bazı noktalarda belirsizlik ve riskleri de barındırması hem olumlu hem de olumsuz sonuçlar sunma potansiyeline sahip olduğunu özetlemektedir. Burada, girişimcilerin yapay zekâ ve büyük veri teknolojilerini kullanma biçimleri önemli bir rol oynayacaktır (Giuggioli ve Pellegrini, 2023:820). Literatürde yer alan çalışmalar yapay zekâ ve büyük veri

teknolojilerinin insanların yeteneklerini geliştirdiği ve tamamladığı bir “güçlendirme modeli” etrafında birleşmektedir (Townsend ve Hunt, 2019:3). Brynjolfsson ve McAfee, (2017, s:20) yapay zekâ için "önümüzdeki on yıl içinde yapay zekâ yöneticilerin yerini almayacak, ancak yapay zeka kullanan yöneticiler kullanmayanların yerini alacaktır" belirtmişlerdir. Stephen Hawking ise yapay zekâ için “insanlığın başına gelen ya en iyi ya da en kötü şey olacak, hangisi olduğunu henüz bilmiyoruz” diyerek yapay zekanın bir teknolojik araç olduğunu, insanoğlunun ve girişimcilerin onu kullanım şekil ve niyetlerinin insanlık üzerindeki etkilerini belirleyeceğini ifade etmişlerdir (Shepherd ve Majchrzak, 2022:2).

Büyük veri ise, büyük miktarda ve çeşitli şekillerde olan karmaşık veri kümelerini ifade etmektedir (Sağiroğlu ve Sinanç, 2013:42). Büyük veri teknolojisi büyük miktardaki veri kümelerinin kullanılması ve yönetilmesi için gerekli olan araç ve uygulamaları içermektedir (Arora ve Sharma, 2023:127). Bu büyük miktardaki veri sosyal medya platformlarından, akıllı telefonlardan, sensörlerden ve akıllı cihazlar gibi dijital objelerden sensör verileri, metin verileri ve video verileri gibi çeşitli şekillerde oluşturulan veri türlerini içermektedir.

Yapay zekâ ve büyük veri teknolojileri birbirlerinin tamamlayıcılarıdır ve günümüzde firmaların stratejik rekabet avantaj kaynaklarından. Büyük veri yapay zekanın eğitimi ve doğruluğunun artması için bir ön koşuldur (Zhang ve Lu, 2021:2). Büyük veri yapay zekâ için yakıt yani “yeni petrol” niteliğindedir (Agrawal vd., 2018:93). Yapay zekâ “makinelere düşünebilir mi?” sorusuna yanıt bulma çabası (Arora ve Sharma, 2023:132), büyük veri ise bu makinelerin düşünebilmesi için gerekli olan temel hammadDEDİR. Yapay zekâ teknolojilerinin başarısı yapılandırılmış ve iyi entegre edilmiş büyük verilerin varlığına bağlıdır.

Büyük veri ve yapay zekâ teknolojileri iç içedir ve günümüzde dijital dönüşümün temel itici güçleridir (Obschonka ve Audretsch, 2020:530). Bu dijital dönüşüm “ilk makine çağı” yani Sanayi Devrimi’nden sonra “ikinci makine çağı” olarak adlandırılmaktadır (Brynjolfsson ve McAfee, 2014). Dijital çağ olan ikinci makine çağı kömür ve buhar yerine, büyük veri ve yapay zekâ tarafından idame ettirilmektedir (Obschonka ve Audretsch, 2020:530).

Yapay zekâ ve büyük veri teknolojilerinin girişimciler için yıkıcı etkileri olmuş, geleneksel iş modelleri yerine dijital iş modellerini ortaya çıkarmıştır. Bu kapsamda birçok sektörde bu teknolojiler kullanılarak yenilikçi start-up’lar ortaya çıkmıştır (Spender vd., 2017:5). Firmalar yapay zekâ ve büyük veri sayesinde müşteri istek ve ihtiyaçlarına dair içgörü elde edebilecek ve bu doğrultuda etkin iş modelleri oluşturabilecektir (O’Leary, 2013:98). Örneğin yapay zekâ ve büyük veri teknolojileri müşteri hizmetlerinde sohbet robotları kullanılması, mesajların kişiselleştirilmesi ve hizmetlerin özelleştirilmesine olanak sağlamıştır. Sağlık hizmetleri sektöründe ise yapay zekâ ve büyük veriler sayesinde kişilere özel teşhis, tedavi önerileri ve tedavi sonuç tahminleri yapılabilmektedir (Shepherd ve Majchrzak, 2022:4). Netflix, Facebook, Amazon, Spotify, Instagram ve Twitter gibi girişimler, yapay zekâ ve büyük veri teknolojilerini kullanarak müşteri alışkanlıklarını daha iyi analiz edebilmiş,

kişiselleştirilmiş pazarlama planları oluşturmuş ve doğru ürün/hizmet önerileriyle marka sadakati yaratmışlardır.

2- METODOLOJİ

Mevcut çalışma yapay zekâ, büyük veri ve girişimcilik kesişiminde ortaya çıkan temaları, güncel gelişmeleri ve düşünce ekollerini ortaya koymayı amaçlamaktadır. Bu amaç doğrultusunda çalışmamızda yöntem olarak bibliyometrik analiz kullanılmıştır. Bibliyometrik analiz akademik bir disiplini incelemek için alandaki dökümanların nicel olarak incelenmesidir (Kim vd., 2021:553). Bu nicel analiz atıf ve ortak atıf analizlerini içermektedir (Diodato, 1994:26; Ramos-Rodriguez ve Ruiz-Navarro, 2004:983). Ortak atıf analizi alandaki etkin çalışmaları ve birbirleriyle ilişkilerini tanımlayarak alanın evrimine yönelik içgörü (Kim ve McMillan, 2008:100) ve alanın entelektüel yapısına dair genel bir bakış sağlar (Shafique, 2013:62).

Çalışmanın veri setini elde etmek için 15.000'den fazla dergiyi ve 90 milyondan fazla belgeyi kapsayan, bu nedenle bibliyometrik analiz verisi için en uygun veri tabanı olan Web of Science veri tabanı seçilmiştir (Forliano vd., 2021:3). WoS veri tabanından veri setini elde etmek için “konu” alanında aşağıdaki arama sözcükleri kullanılmıştır:

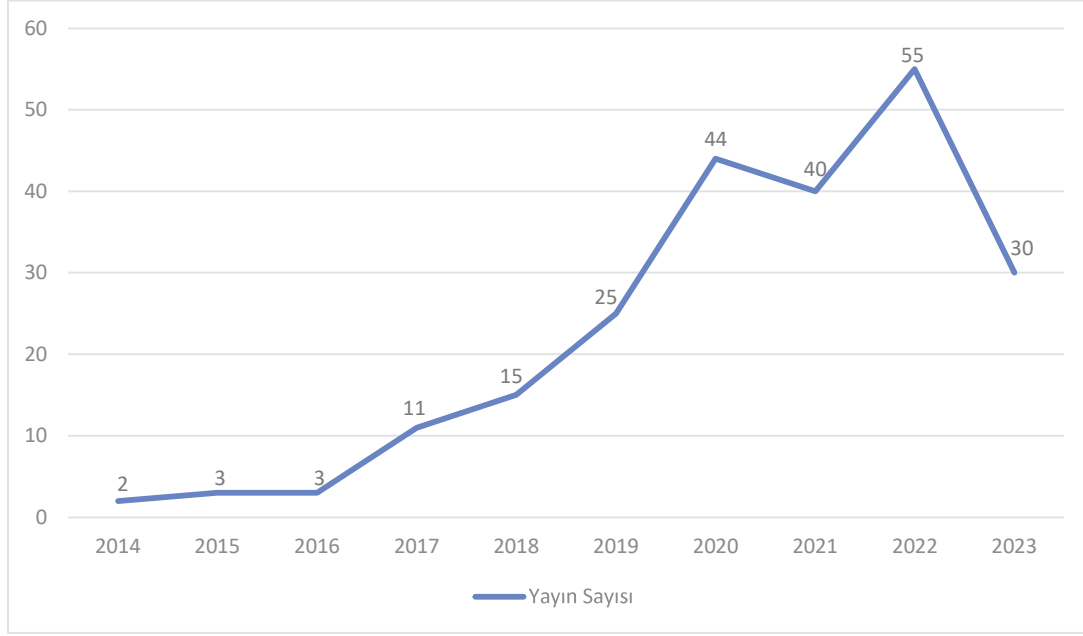
```
((TS=("entrepreneur*" OR "digital entrepreneur*" OR "*start up*" OR "*startup*" OR "*start ups*" OR "*startups*" OR "*venture*")) AND (TS=("artificial intelligence" OR "AI" OR "machine Learning" OR "deep learning" OR "natural language processing" OR "text mining"))) AND (TS=("big data" OR "BIG DATA" OR "data science" OR "big data analytics")))
```

Belge konusunda yapılan arama araştırmaların özetinde, başlığında veya anahtar kelimelerinde belirlenen arama sözcüklerinin bulunması gerekliliğini ifade eder. Yapılan arama sonucunda WoS veri tabanında yer alan, 2014 - 2023 Aralık arasında ele alınan toplam 228 çalışma elde edilmiştir. Veri setinin istatistiksel analiz ve görselleştirme çalışmaları sürecinde VOSviewer (Van Eck ve Waltman, 2010:523) ve Rstudio Bibliometrix (Aria ve Cuccurullo, 2017:959) paket programı kullanılmıştır.

3- BULGULAR VE TARTIRŞMA

3.1. Yayınların Yıllara Göre Dağılımı

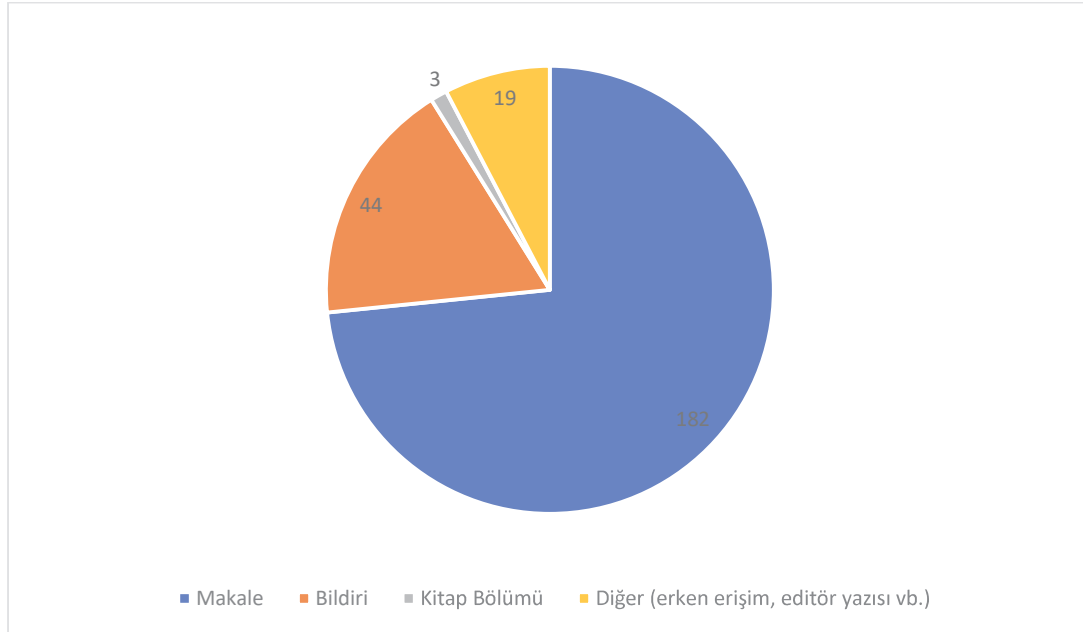
Girişimcilik, yapay zekâ ve büyük veri kesişiminde ilk yayın şaşırtıcı şekilde 2014 yılında yayınlanmıştır. Girişimcilik ve büyük veri araştırmalarında ilk yayın 1993 yılında (Xiao vd., 2023:178) girişimcilik ve yapay zekâ araştırmalarında ise ilk yayın 1987 yılında ele alınmıştır (Giuggioli ve Pellegrini, 2023:819). Bu iki teknolojinin girişimcilik disiplininde birlikte ele alınması biraz geç olsa da yayın sayısının özellikle 2016 yılından sonra artış göstermesi, alana olan ilginin arttığını kanıtlamaktadır.



Şekil 1. Yayın/Yıl Dağılımı

3.2. Yayınların Türlerine Göre Dağılımı

Veri setinde yer alan yayınların dağılım grafiğine bakıldında (Şekil 2) alandaki yayınların yaklaşık olarak %79'unun makale olduğu anlaşılmaktadır.

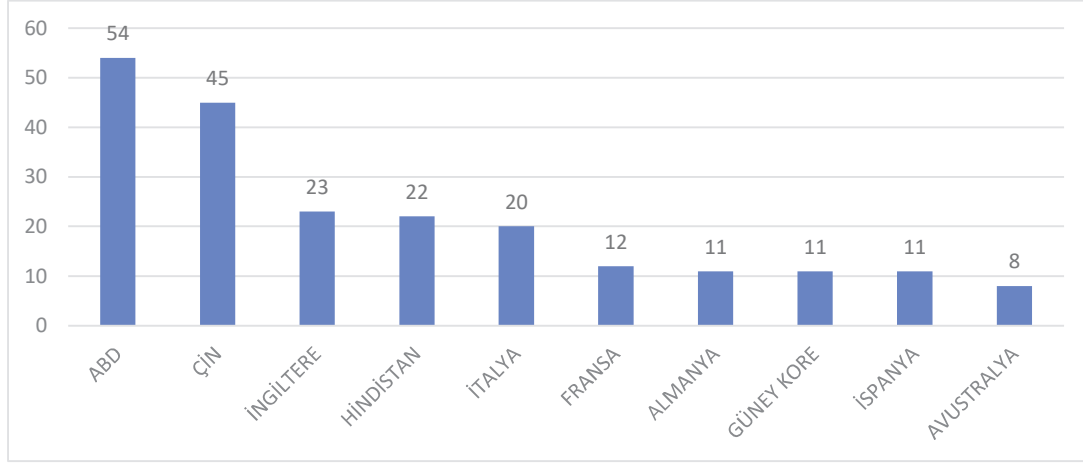


Şekil 2. Yayın/Tür Dağılımı

3.3. Yayınların Ülkelere Göre Dağılımı

Yayınların ülkelere göre dağılım grafiğine göre (Şekil 3) en fazla yayın sıralamasında ABD birinci, Çin ise ikinci sırada yer almaktadır. Bunun nedeni bu ülkelerdeki yapay zekâ ve büyük veri teknolojilerine

verilen önem ve yatırımların büyüklüğünden kaynaklanabilir. Bir başka neden ise bu ülkelerde girişimcilik bilincinin ve girişimciliğe verilen önemin yüksek olmasıdır. Aynı zamanda yayınların birden fazla bölgeden yapılması, akademinin alana dair ilgisinin yüksek olduğunu göstermektedir.



Şekil 3. Yayın/Ülke Dağılımı

3.4. En Fazla Atıf Alan Dergiler

Girişimcilik, yapay zekâ ve büyük veri kesişiminde en fazla atıf alan dergiler Tablo 1’de sıralanmaktadır. Teknolojik başlıklı dergilerin yanı sıra tarımsal sistem ve pazarlama dergilerinin de listede yer alması alanın etkisinin genişliğini belirtmektedir. Tablo 1’de görüldüğü gibi en fazla atıf alan dergi “Agricultural Systems Journal”’dır.

Tablo 1. Dergi/Atıf Sayısı

| Dergi Adı | Atıf Sayısı |
|--|-------------|
| Agricultural Systems Journal | 1057 |
| Futures Journal | 487 |
| Artificial Intelligence Review | 274 |
| International Journal of Production Economics | 238 |
| Small Business Economics | 212 |
| Technological Forecasting and Social Change | 129 |
| Machine Learning and Knowledge Extraction, CD-MAKE, 2018 | 125 |
| European Journal of Operational Research | 120 |
| Journal of Marketing Management | 114 |
| Journal of Intellectual Capital | 99 |

3.5. En Fazla Atıf Alan Yayınlar

Girişimcilik, yapay zekâ ve büyük veri kesişiminde en fazla atıf alan yayınlar Tablo 2’de sıralanmaktadır. Listenin ilk sırasında akıllı tarımda büyük verinin kullanımını anlatan Wolfert vd., (2017) tarafından ele alınan çalışma yer almaktadır. Bu da yapay zekâ ve büyük veri sistemlerinin farklı

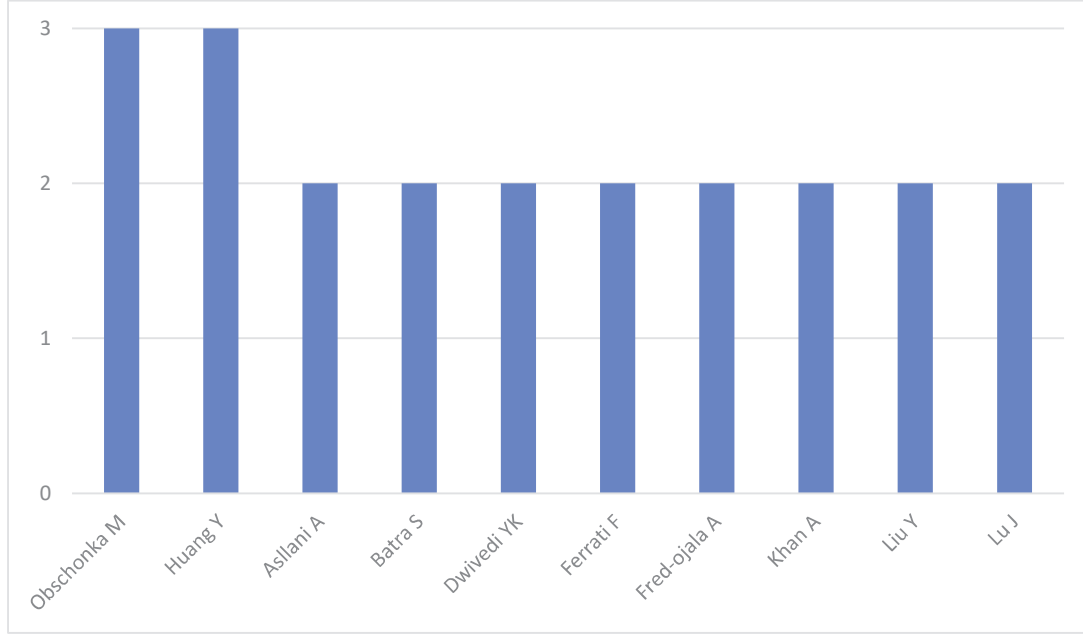
sektörlerdeki girişimciler için önemini ifade etmektedir. Ayrıca makine öğrenimi ve derin öğrenme gibi yapay zekanın alt dallarının girişimcilik için önemi tablodan anlaşılabilir.

Tablo 2. Yayın/Atıf Sayısı

| Çalışmanın Adı | Yıl | Yazar(lar) | Atıf Sayısı (Web of Science) |
|---|------|---|------------------------------|
| Big Data in Smart Farming - A review | 2017 | Wolfert, S., Ge, L., Verdouw, C., Bogaardt, M. J. | 1057 |
| The forthcoming Artificial Intelligence (AI) revolution: Its impact on society and firms | 2017 | Makridakis, S. | 487 |
| Machine Learning and Deep Learning frameworks and libraries for large-scale data mining: a survey | 2019 | Nguyen, G., Dlugolinsky, S., Bobák, M., Tran, V., López García, Á., Heredia, I., Hluchý, L. | 266 |
| Big data analytics and artificial intelligence pathway to operational performance under the effects of entrepreneurial orientation and environmental dynamism: A study of manufacturing organisations | 2020 | Dubey, R., Gunasekaran, A., Childe, S. J., Bryde, D. J., Giannakis, M., Foropon, C., Hazen, B. T. | 210 |
| Current Advances, Trends and Challenges of Machine Learning and Knowledge Extraction: From Machine Learning to Explainable AI | 2018 | Holzinger, A., Kieseberg, P., Weippl, E., Tjoa, A. M. | 125 |
| Deep learning in business analytics and operations research: Models, applications and managerial implications | 2020 | Kraus, M., Feuerriegel, S., Oztekin, A. | 120 |
| Unlocking value from machines: business models and the industrial internet of things | 2017 | Ehret, M., Wirtz, J. | 114 |
| Human capital and AI in industry 4.0. Convergence and divergence in social entrepreneurship in Russia | 2020 | Popkova, E. G., Sergi, B. S. | 99 |
| Artificial intelligence and big data in entrepreneurship: a new era has begun | 2020 | Obschonka, M., Audretsch, D. B. | 79 |
| Big Data-Savvy Teams' Skills, Big Data-Driven Actions and Business Performance | 2019 | Akhtar, P., Frynas, J. G., Mellahi, K., Ullah, S. | 74 |

3.6. En Fazla Yayın Yapan Yazarlar

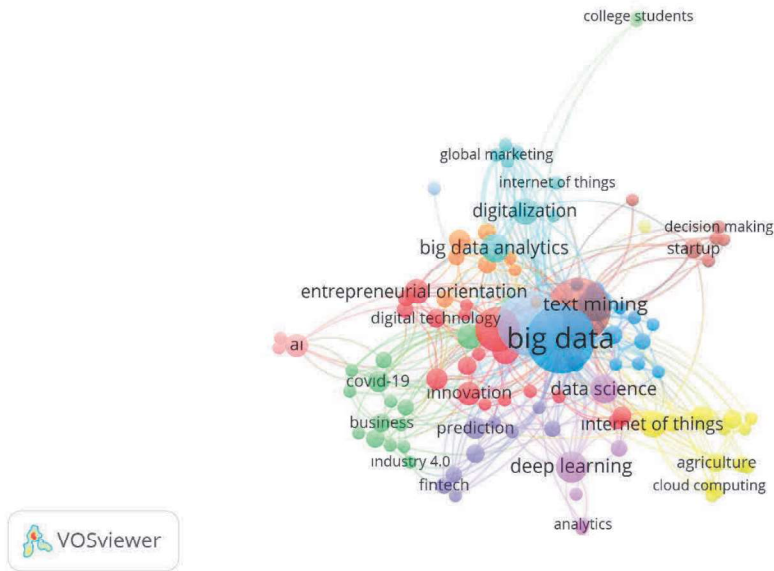
Girişimcilik, yapay zekâ ve büyük veri kesişiminde en fazla yayın yapan yazarlar Şekil 4'de belirtilmektedir. Buna göre Obschonka M ve Huang Y üçer yayımla listenin ilk sıralarında yer almaktadır.



Şekil 4. Yazar/Yayın Sayısı

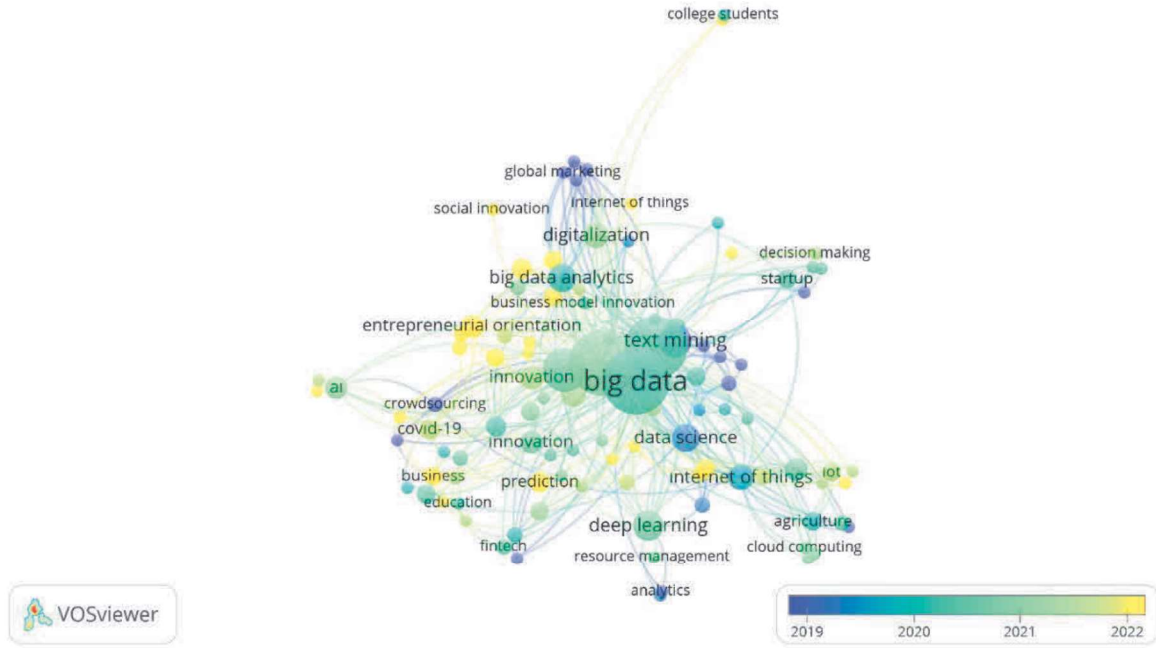
3.7. Anahtar Kelime Analizi

Çalışmamızda yapılan analizlerden diğeri anahtar kelime analizidir. Anahtar kelime analizi veri setinde yer alan 228 çalışmada kullanılan anahtar kelimelerin yoğunluğunun ve birbirleriyle ilişkilerinin analiz edilmesidir. Anahtar kelime analizi ve görselleştirmesi VOSviewer programıyla yapılmıştır ve Şekil 5'te gösterilmektedir. Yapılan analizler sonucunda anahtar kelimelerin kullanım sıklığı sırasıyla; büyük veri, yapay zekâ, makine öğrenmesi, girişimcilik ve metin madenciliği olarak sıralanmaktadır.



Şekil 5. Anahtar Kelime Analizi

Çalışmamızda yapılan anahtar kelime analizlerinden bir diğeri anahtar kelimelerin yıllara göre değişen kullanım yoğunluğunun belirlenmesidir. Veri setinde bulunan yayınların anahtar kelimelerinin yıllara göre değişiminin ağ haritası Şekil 6'da gösterilmektedir. Bu analiz sonucunda 2022 yılı ve sonrasında dijital girişimcilik, sosyal inovasyon, nesnelerin interneti, iş modeli anahtar kelimelerinin güncel olarak yoğunlukta kullanıldığı sonucu elde edilmiştir.



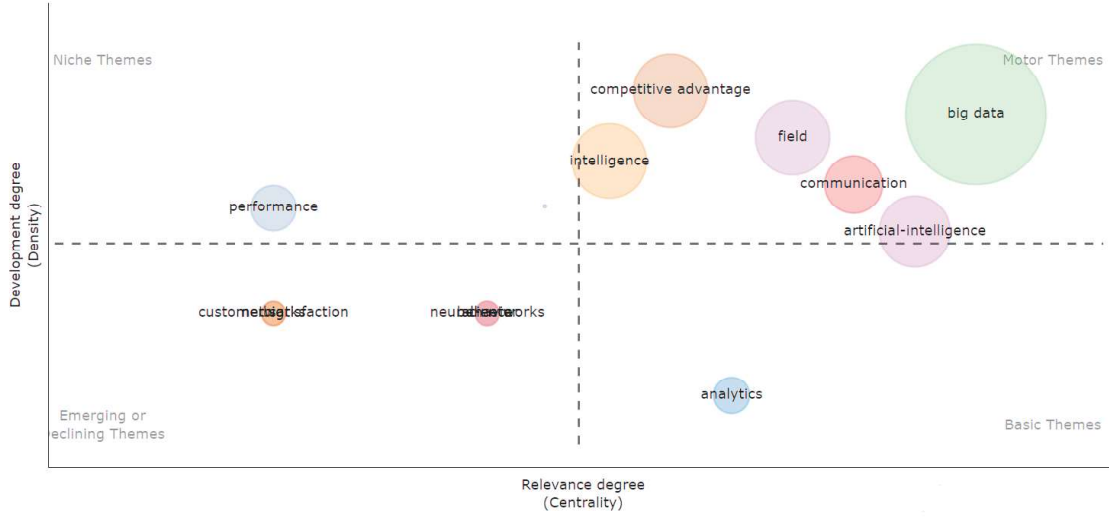
Şekil 6. Anahtar Kelimelerin Yıllara Göre Değişimi

3.8. Tematik Değişim Analizleri

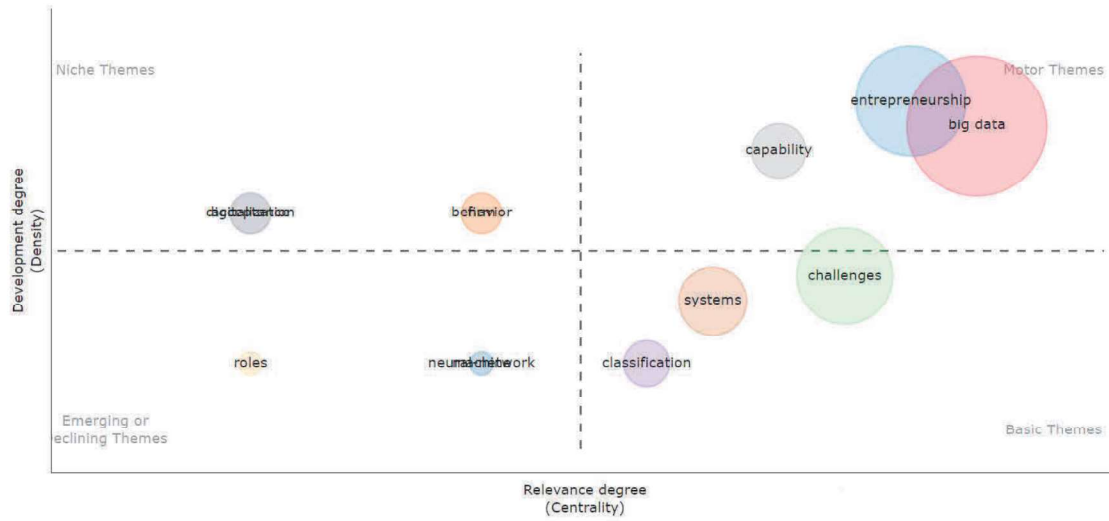
Alana dair daha derin içgörü elde edilebilmesi için Rstudio Bibliometrix paket programı kullanılarak tematik değişim haritaları elde edilmiştir. Tematik değişim için alandaki yayınların yoğunluğuna göre bir kesme noktası (2020 yılı) belirlenmiştir. Tematik haritalarda X eksenı merkezilik, Y eksenı ise yoğunluk eksenidir, temalar ise dört farklı alanda sınıflandırılmaktadır. Motor temalar (sağ üst) yüksek merkezilik ve yoğunluğa sahip olan araştırma alanındaki en etkin temalardır. Temel temalar (sağ alt) yüksek merkeziliğe sahip olan -diğer konuları etkileme gücü olan- fakat düşük yoğunluğa sahip temalardır. Yeni ortaya konan veya kaybolan temalar (sol alt) düşük merkezilik ve yoğunluğa sahip temalardır. Son olarak niş temalar (sol üst) yüksek yoğunluğa sahip fakat diğer temaları etkileyemeyen -düşük merkeziliğe sahip- temaları içermektedir (Forliano vd., 2021:9; Xiao vd., 2023:185).

Şekil 7 ve Şekil 8'de belirtilen tematik haritalar incelendiğinde büyük veri temasının iki dönemde de motor temalar içerisinde olduğu yani alanı en çok etkileyen ve yönlendiren tema olduğu anlaşılmaktadır. Yapay zekâ temasının 2014-2020 yılları arasında motor temalar arasında olduğu fakat 2021-2023 yılları arasında bu etkinliğini kaybettiği anlaşılmaktadır. Girişimcilik temasının ise 2014-2020 yılları arasında

motor temalar arasında yokken 2021-2023 yılları arasında motor temalar arasında yerleştiği anlaşılmaktadır.



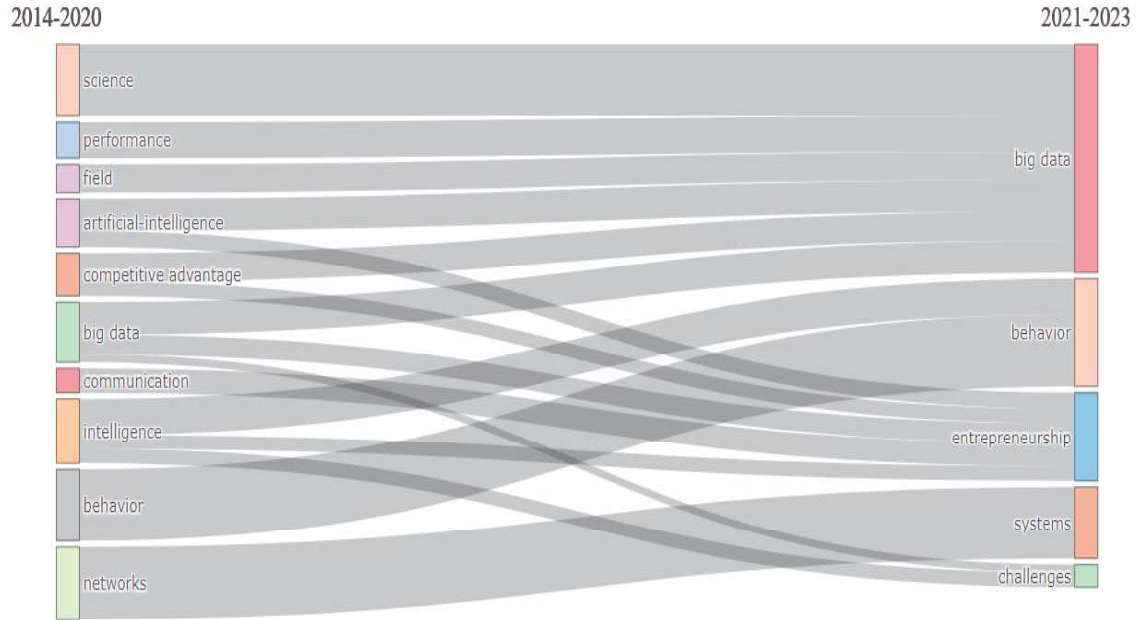
Şekil 7. 2014-2020 Tematik Harita



Şekil 8. 2021-2023 Tematik Harita

Şekil 9 alanın tematik evrimini göstermektedir. Tematik evrimden de anlaşılacağı üzere akademisyenlerin “büyük veri” temasına olan ilgileri yüksek olmuştur. Fakat yapay zekâ teması yıllar

geçtikçe büyük veri ve girişimcilik temasına dönüşmüştür. İlk zaman diliminde girişimcilik teması yokken, ikinci zaman diliminde girişimcilik teması alanın önemli temalarından birisi haline gelmiştir.



Şekil 9. Tematik Değişim

SONUÇ

Çalışmamız girişimcilik alanyazınında yapay zekâ ve büyük veri teknolojilerinin etkisini incelemek amacıyla bibliyometrik analiz yöntemiyle ilgili literatürü incelemektedir. Bu doğrultuda WoS veri tabanında bulunan 228 çalışma seçilmiştir. Alandaki yayınların yıllara göre dağılımı, yayınların ülkelere göre dağılımı, en fazla atıf alan dergiler, alandaki en etkin yazarlar, anahtar kelime analizleri ve tematik harita-tematik değişim analizleri gibi bibliyometrik analizler gerçekleştirilmiştir.

Bu analizler sonucunda girişimcilik alanyazınında yapay zekâ ve büyük veri teknolojilerinin birlikte ele alındığı çalışmalar 2014 yılında başlamaktadır ve bu kesişim alanı oldukça yeni bir araştırma alanıdır. Bu kesişim alanına araştırmacıların gösterdiği ilgi artmış ve 2017 yılından sonra özellikle alandaki yayın sayısı artış göstermiştir. Bu kesişim alanında mevcut literatür halen emekleme aşamasında ve dağınıktır (Troise vd., 2022:1130). Chalmers vd., (2021) ve Obschonka ve Audretsch, (2020) tarafından yapılan yapay zekâ-büyük veri-girişimcilik kesişimine yayın katkısı öncülüğünde gelecekteki araştırmacıların bu kesişime ve yaratabileceği fırsatlara odaklanabilecekleri çıkarımı yapılabilmektedir.

Yapay zekâ ve büyük veri teknolojilerini girişimcilik süreciyle birleştirmek, sonuçlarda daha fazla çeşitlilik ve etkinlik sağlayabilir (Shepherd ve Majchrzak, 2022:5). Son yıllarda üretilen veri miktarının boyutunun yüksek hacmi ve bu doğrultuda yapay zekâ uygulamalarının artan doğruluğu, gelecekteki araştırmacılara firmaların büyük veri analiz yeteneklerini ve yapay zekâ uygulama yeneklerini araştırma

fırsatı sağlamaktadır. Şekil 8’de gösterilen 2021-2023 arasındaki çalışmaların tematik haritasında “yetenek” temasının motor temalar arasında yer alması bu fırsatı desteklemektedir.

Girişimcilik, yapay zekâ ve büyük veri kesişimi disiplinler arasıdır ve sosyal bilimler, mühendislik, tıp, tarım gibi diğer araştırma alanlarını da kapsamaktadır. Tematik haritalar ve tematik evrim, araştırmacıların odaklandığı temaları, bu temaların popülerliğini ve evrim sürecini göstermektedir. Yapay zekâ temasının yıllar geçtikçe öneminin azalmasına karşın büyük veri temasının motor temalar arasında bulunması, büyük veri teknolojisinin öneminin arttığını ve girişimcilik için kilit faktör olduğunu göstermektedir.

Çalışmamızda yapılan anahtar kelime analizleri sonucunda anahtar kelimelerin yıllara göre kullanım yoğunlukları elde edilmiştir. Bu doğrultuda 2022 yılı ve sonrasında kullanım yoğunluğu artan dijital girişimcilik, sosyal inovasyon, nesnelerin interneti, iş modeli anahtar kelimelerine gelecekteki araştırmacılar odaklanabileceklerdir. Girişimcilik, yapay zekâ ve büyük veri kesişimi literatürünün büyük çoğunluğu (Şekil 3) gelişmiş ülkelerde üretilmiştir. Gelecekteki araştırmacılar için bu kesişim alanını geliştirmekte olan ülkelerde test etmeleri önerilmektedir.

Çalışmamızın en önemli kısıtı verilerin yalnızca Web of Science veri tabanından alınmasıdır, bu da alanla alakalı önemli literatürün gözden kaçmasına neden olabilmektedir. Bu nedenle gelecekteki araştırmacılar Google Scholar ve Scopus gibi ek veri tabanlarını da dahil edebileceklerdir.

KAYNAKÇA

Agrawal, A., Gans, J., & Goldfarb, A. (2018). Prediction, judgment, and complexity: a theory of decision-making and artificial intelligence. *In The Economics of Artificial Intelligence: An Agenda* (Pp. 89-110). University Of Chicago Press.

Aria, M., & Cuccurullo, C. (2017). Bibliometrix: an r-tool for comprehensive science mapping analysis. *Journal Of Informetrics*, 11(4), 959-975.

Arora, M., & Sharma, R. L. (2023). Artificial intelligence and big data: ontological and communicative perspectives in multi-sectoral scenarios of modern businesses. *Foresight*, 25(1), 126-143.

Brynjolfsson, E., & McAfee, A. (2014). *The second machine age: work, progress, and prosperity in a time of brilliant technologies*. WW Norton & Company.

Chalmers, D., Mackenzie, N. G., & Carter, S. (2021). Artificial intelligence and entrepreneurship: implications for venture creation in the fourth industrial revolution. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 45(5), 1028-1053.

De Reizabal, M. L., & Benito Gómez, M. (2020). When theory and practice meet: avenues for entrepreneurship education in music conservatories. *International Journal of Music Education*, 38(3), 352-369.

Diodato, V. (1994). *Dictionary of bibliometrics*. Binghamton: Haworth Press.

Forliano, C., De Bernardi, P., & Yahiaoui, D. (2021). Entrepreneurial universities: a bibliometric analysis within the business and management domains. *Technological Forecasting and Social Change*, 165, 120522.

Giuggioli, G., & Pellegrini, M. M. (2023). Artificial intelligence as an enabler for entrepreneurs: a systematic literature review and an agenda for future research. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 29(4), 816-837.

Hsu, F. H. (2002). *Behind deep blue: building the computer that defeated the world chess champion*. Princeton University Press.

Kim, J., & Mcmillan, S. J. (2008). Evaluation of internet advertising research: a bibliometric analysis of citations from key sources. *Journal of Advertising*, 37(1), 99-112.

Kim, J., Kang, S., & Lee, K. H. (2021). Evolution of digital marketing communication: bibliometric analysis and network visualization from key articles. *Journal of Business Research*, 130, 552-563.

Korinek, A., & Stiglitz, J. E. (2018). Artificial intelligence and its implications for income distribution and unemployment. *In The Economics of Artificial Intelligence: An Agenda* (Pp. 349-390). University of Chicago Press.

Küçük, O. (2021). *Girişimcilik ve Küçük İşletme Yönetimi*, (10. Baskı). Seçkin Yayıncılık, Ankara.

Leone, D., Schiavone, F., Appio, F. P., & Chiao, B. (2021). How does artificial intelligence enable and enhance value co-creation in industrial markets? an exploratory case study in the healthcare ecosystem. *Journal of Business Research*, 129, 849-859.

Li, X., Long, Y., Fan, M., & Chen, Y. (2022). Drilling down artificial intelligence in entrepreneurial management: a bibliometric perspective. *Systems Research and Behavioral Science*, 39(3), 379-396.

Lu, H., Li, Y., Chen, M., Kim, H., & Serikawa, S. (2018). Brain intelligence: go beyond artificial intelligence. *Mobile Networks and Applications*, 23, 368-375.

Lu, Y. (2019). Artificial intelligence: a survey on evolution, models, applications and future trends. *Journal of Management Analytics*, 6(1), 1-29.

Nambisan, S. (2017). Digital entrepreneurship: toward a digital technology perspective of entrepreneurship. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 41(6), 1029-1055.

Nilsson, N. J. (2009). *The quest for artificial intelligence*. Cambridge University Press.

Obschonka, M., & Audretsch, D. B. (2020). Artificial intelligence and big data in entrepreneurship: a new era has begun. *Small Business Economics*, 55, 529-539.

O'Leary, D. E. (2013). Artificial intelligence and big data. *IEEE Intelligent Systems*, 28(2), 96-99.

Pacut, A. (2020), "Drivers toward social entrepreneurs engagement in poland: an institutional approach", *Administrative Sciences*, Vol. 10 No. 1, P. 5.

Ramos-Rodríguez, A. R., & Ruiz-Navarro, J. (2004). Changes in the intellectual structure of strategic management research: a bibliometric study of the strategic management journal, 1980–2000. *Strategic Management Journal*, 25(10), 981-1004.

Sağıroğlu, S., & Sinanc, D. (2013). Big data: a review. In *2013 International Conference On Collaboration Technologies and Systems (CTS)* (Pp. 42-47). IEEE.

Shabbir, M. S., Batool, F., & Mahmood, A. (2022). Trends in entrepreneurship education: a systematic literature review. *Higher Education, Skills and Work-Based Learning*, 12(6), 1040-1056.

Shafique, M. (2013). Thinking inside the box? intellectual structure of the knowledge base of innovation research (1988–2008). *Strategic Management Journal*, 34(1), 62-93.

Shepherd, D. A., & Majchrzak, A. (2022). Machines augmenting entrepreneurs: opportunities (and threats) at the nexus of artificial intelligence and entrepreneurship. *Journal of Business Venturing*, 37(4), 106227.

Sher, A., Abbas, A., Mazhar, S., Azadi, H., & Lin, G. (2020). fostering sustainable ventures: drivers of sustainable start-up intentions among aspiring entrepreneurs in pakistan. *Journal of Cleaner Production*, 262, 121269.

Spender, J. C., Corvello, V., Grimaldi, M., & Rippa, P. (2017). Startups and open innovation: a review of the literature. *European Journal of Innovation Management*, 20(1), 4-30.

Susskind, R. E., & Susskind, D. (2015). *The future of the professions: how technology will transform the work of human experts*. Oxford University Press, USA.

Townsend, D. M., & Hunt, R. A. (2019). Entrepreneurial action, creativity, & judgment in the age of artificial intelligence. *Journal of Business Venturing Insights*, 11, E00126.

Troise, C., Ben-Hafaïedh, C., Tani, M., & Yablonsky, S. A. (2022). Guest editorial: new technologies and entrepreneurship: exploring entrepreneurial behavior in the digital transformation era. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 28(5), 1129-1137.

Upadhyay, N., Upadhyay, S., & Dwivedi, Y. K. (2022). Theorizing artificial intelligence acceptance and digital entrepreneurship model. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 28(5), 1138-1166.

Van Burg, E., & Romme, A. G. L. (2014). Creating the future together: toward a framework for research synthesis in entrepreneurship. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 38(2), 369-397.

Van Eck, N., & Waltman, L. (2010). Software survey: vosviewer, a computer program for bibliometric mapping. *Scientometrics*, 84(2), 523-538.

Veleva, V., & Bodkin, G. (2018). Corporate-entrepreneur collaborations to advance a circular economy. *Journal of Cleaner Production*, 188, 20-37.

Xiao, A., Qin, Y., Xu, Z., & Skare, M. (2023). A comprehensive bibliometric analysis of big data in entrepreneurship research. *Engineering Economics*, 34(2), 175-192.

Zhang, C., & Lu, Y. (2021). Study on artificial intelligence: the state of the art and future prospects. *Journal of Industrial Information Integration*, 23, 100224.

YEŞİL İNSAN KAYNAKLARI YÖNETİMİNİN HİZMET KALİTESİNE ETKİSİ ¹

Uzm. Özge AYAZ²

Doç. Dr. Gül GÜN³

ÖZ

Günümüzde küreselleşmenin ve artan rekabet durumuyla insanların doğaya verdiği zararda artmıştır. Bunun sonucunda hem rekabet yeteneğini elde tutmak için hem de çevre dostu davranışları benimsemek için yeni bir kavram olan yeşil insan kaynakları ortaya çıkmıştır. Bu çalışma yeşil insan kaynakları yönetiminin hizmet kalitesine etkilerini araştırmak ve literatüre katkı sağlaması amacıyla yapılmıştır. Çalışma yoğun emek gerektiren hizmet sektörlerinden biri olan üniversite hastanesinde uygulanmıştır. Araştırmanın veri toplama aşamasında nicel araştırma yöntemlerinden biri olan anket yöntemi kullanılmıştır. Munzur Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü'nden alınan etik izinle Türkiye'de bulunan bir üniversite hastanesine başvurularak hastanenin de izni doğrultusunda yüz yüze anket formları dağıtılmıştır. Çalışmanın evrenini hastanede çalışan 2900 kişi oluşturmaktadır. Çalışanların oluşturduğu evren sayısı dikkate alınarak %5 hata payı ve %95 güvenirlilik ile çalışmanın örneklemini 340 kişi bulunmuştur. Araştırmaya kısıtlama olmadan hastanede çalışan tüm kişiler dahil edilmiştir. Araştırmanın ilk aşamasında Shah (2019) tarafından oluşturulan Öselmiş (2020) tarafından Türkçeye çevrilen 26 sorudan oluşan Yeşil İnsan Kaynakları Ölçeği yer almaktadır. İkinci aşamada ise Lu ve Liu (2000) tarafından geliştirilen Beydoğan ve Kalyoncuoğlu (2017) ve Şarkbay (2021) tarafından kullanılan 22 sorudan oluşan Hizmet Kalitesi Ölçeği kullanılmıştır. Araştırmanın hipotezlerini test etmek için çoklu regresyon analizi yapılmıştır. Çalışmanın sonucunda üniversite hastanesinde çalışan sağlık çalışanlarının yeşil insan kaynakları kavramı hakkında henüz yeterli bilgilere sahip olmadıkları gözlemlenmiştir ama yeşil insan kaynakları yönetiminin hizmet kalitesi üzerinde anlamlı ve olumlu etkileri olduğu görülmüştür. Bu nedenle hizmet sunan sektörlerin hizmet kalitesini arttırmak için bu yeşil insan kaynakları yönetimi kavramına odaklanmaları ve bu alanlarda iyileştirmeler yapmaları önem arz etmektedir.

Anahtar Kelimeler: Yeşil İnsan Kaynakları, Hizmet Kalitesi, Çevre Faktörü

THE EFFECT OF GREEN HUMAN RESOURCES MANAGEMENT ON SERVICE QUALITY

ABSTRACT

Today, with the globalization and increasing competition, the damage done by people to nature has increased. As a result, a new concept, green human resources, has emerged both to retain competitiveness and to adopt environmentally friendly behaviors. This study was conducted to investigate the effects of green human resources management on service quality and to contribute to the literature. The study was applied in the university hospital, which is one of the service sectors that require intensive labor. Questionnaire method, which is one of the quantitative research methods, was used in the data collection phase of the study. With the ethical permission obtained from Munzur University Graduate Education Institute, a university hospital in Turkey was applied and face-to-face questionnaires were distributed in line with the hospital's permission. The population of the study consists of 2900 people working in the hospital. Considering the number of universe

¹ Bu çalışma 7-10 Kasım 2023 tarihleri arasında düzenlenen 9.Uluslararası EMI Girişimcilik& Sosyal Bilimler kongresinde sunulan bildirinin genişletilmiş halidir.

² Uzman, İstanbul Adalet Sarayı, ozge__ayaz@hotmail.com

³ Doçent Doktor, Munzur Üniversitesi İİBF, gulgun@munzur.edu.tr, ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-6231-3921>.

created by the employees, the sample of the study was found to be 340 people, with a 5% margin of error and 95% reliability. All people working in the hospital were included in the study without restriction. In the first stage of the research, there is the Green Human Resources Scale consisting of 26 questions and translated into Turkish by Öselmiş (2020) created by Shah (2019). In the second stage, the Service Quality Scale consisting of 22 questions developed by Lu and Liu (2000) and used by Beydoğan and Kalyoncuoğlu (2017) and Şarkbay (2021) was used. Multiple regression analysis was conducted to test the hypotheses of the research. As a result of the study, it was observed that the health professionals working in the university hospital did not have sufficient knowledge about the concept of green human resources, but it was seen that green human resources management had significant and positive effects on the service quality. For this reason, it is important for the sectors providing services to focus on this green human resources management concept and make improvements in these areas in order to increase the service quality.

Keywords: Green Human Resources, Service quality, Environmental Factor

GİRİŞ

Küreselleşmenin etkisiyle ortaya çıkan iklim farklılıkları ve doğal kaynakların tahribatı ilerleyen zamanlarda yaşanacaklar için büyük bir endişeye neden olmuştur. Bu etkilerin sonucunda insanlar çözüm üretmek amacıyla yeşil uygulamaları benimseye başlamışlardır. Sürdürülebilirliği sağlamak amacıyla insan kaynakları çalışmaları çok uzun zamandır başlamıştır. İnsan kaynağı çalışmalarında çevre faktörünün önemli olduğu bir kez daha görülmüştür. Sürdürülebilir iş uygulamalarının gerçekleştirilmesi şirketlerin rekabet gücünü elinde tutabilmesini sağlamıştır (Öselmiş,2020).

Esen & Çalışkan, (2019) yaptıkları çalışma da yöneticilerin destek verici davranışlarının yeşil insan kaynakları davranışlarının benimsenmesinde önemli rolü olduğunu savunmuşlardır.

Tang ve arkadaşlarının (2017) çalışmasında yeşil eğitimin hedefleri ortaya koyulmuştur. Bu hedeflerden ilkinin ise çalışanlar arasındaki yeşile olan duyarlılığı arttırmaya yönelik olduğunu savunmuşlardır.

Bu çalışma yeşil insan kaynakları yönetiminin hizmet kalitesine ne derece etkileri olduğunu belirlemek ve hizmetin bir dalı olan sağlık sektöründe çalışanların yeşil insan kaynaklarını ne derece benimsediklerini tespit etmek amacıyla araştırılmıştır. Yeşil insan kaynakları yönetiminin sağlık hizmetleri kalitesi üzerine literatürde bir çalışma olmaması nedeniyle önem arz etmektedir.

Yeşil uygulamaları benimseyen şirketlerin genel olarak marka imajını koruduğunu ve pazar payında daha da söz sahibi olduğu görülmüştür. Ayrıca personellere ödüllendirme yapan şirketlerin daha başarılı işler ortaya çıkardığı görülmüştür. Bu yüzden şirketler rekabet gücünü elde tutabilmek için personellerin çevreye olan duyarlılığını arttırmaları ve onları ödüllendirmeleri gerekmektedir (Öselmiş, 2020).

Firmalarının en büyük sorunlarından biri araştırmamızın amacıyla da bahsettiğimiz gibi küreselleşmenin etkisiyle rekabet problemidir. Bu rekabet ortamında ayakta kalabilmek için işletmeler kâr amacını korumak zorundadır. Yani daha az girdiyle daha fazla çıktı elde etmektir. Bu aşamada

girdi olarak insan faktörü, yönetim düzeyinde ise insan kaynakları yönetimi uygulamaları ön plana çıkmaktadır (Öselmiş, 2020).

İnsan kaynakları çevre dostu politikaları sayesinde çalışanların motivasyonlarını ve verimliliklerini artırabilir, işletme maliyetlerini düşürebilir. Bundan dolayı da hizmet kalitesi arttırabilir (Uslu ve Kedikli, 2017).

Araştırmanın ilk kısıtlılığı araştırmaya konu olan verilerin ulusal kapsamda değil Türkiye’de bulunan bir üniversite hastanesinde istihdam eden sağlık çalışanı kişilerden elde edilmiş olmasıdır. Araştırmanın bir diğer kısıtlaması ise sadece belirli dönemlerde toplanmış olmasıdır. Ayrıca yeşil insan kaynakları yönetimi literatürümüze yeni bir kavram olarak eklendiği için bazı katılımcıları anket sorularını anlamakta birtakım güçlükler çekmişlerdir. Bu çalışmada işletmelerdeki yeşil insan kaynakları yönetimi uygulamalarının hizmet kalitesi üzerine etkisi incelenmektedir. Literatürde bu konu hakkında çok fazla çalışma olmamasından dolayı literatüre katkı sağlayacağı düşünülmektedir. Bu çalışma Tunceli ilinde bu alanda yapılan ilk çalışmadır. Yeşil insan kaynakları yönetimi konusunda literatürdeki bulgu eksikliğini giderecek niteliktedir. Ayrıca yeşil insan kaynakları uygulamaları konusunda hastane yöneticilerine yol gösterecektir.

1. İNSAN KAYNAKLARI YÖNETİMİ

1.1. Yeşil İnsan Kaynakları Yönetimi

Yeşil insan kaynakları yönetimi kavramı ilk kez “Douglas Renwick” tarafından ortaya atılmıştır. Yeşil insan kaynakları yönetimi insan kaynakları yönetimi kavramının gereksinimlerini çevresel sürdürülebilirlik açısından karşılayabilmek açısından ortaya çıkan bir kavram olarak tanımlanır. Renwick ve arkadaşları (2013), Yeşil insan kaynakları yönetimini çevre yönetimi kavramının insan kaynakları yönetimi kavramı ile birleştirilmesinden doğar. İşe alım ve seçmede insan kaynaklarını çevre bağlamında boyutlara ayırarak ifade eder. Ayrıca Opatha ve Arulrajah (2014), Yeşil insan kaynakları yönetimini çalışanları, çevreyi işin yararını gözeten uygulamalar bütünü (Uçar ve Işık, 2019) olarak tanımlamışlardır. Yeşil insan kaynakları yönetimi yeşil unsurları amaçlayan belli bir bütündür. Kısacası firmaların yeşili benimsemesi için yaptığı tüm çalışmaları kapsayan bir sistemdir. Dolayısıyla yeşil insan kaynakları yönetimi firmaların yeşil firmalara dönüştürülmesini kapsarken aynı zaman sürdürülebilirliği de katkıda bulunmaktadır. Belirlenen çevresel amaçlar doğrultusunda hedefleri planlama yönünde desteklemektedir. Yeşil uygulamalar çalışanların desteği ile daha güçlendirilir böylelikle işletme içinde yeşil bir kültür oluşabilir Yeşil kültürün oluşmasıyla çalışanlar yeteneklerini çevreci kapsamında geliştirebilecek ve göreve bağlılıkları artacaktır. Aynı zamanda yeşil örgüt kültürü toplumu da çevreci kültürü benimsemesi için teşvikte bulunacaktır (Rezaei-Moghaddam, 2016).

1.2. Sağlık Hizmetlerinde Yeşil İnsan Kaynakları Yönetimi

İnsan kaynakları yönetimi çalışmaları firmaların tüm departmanlarına uygulanabilen bir sistemdir. Yeşil insan kaynakları da insan kaynakları gibi tüm departmanlara uygulanabilen bir süreç bütünüdür.

Yeşil insan kaynakları firmaların yaşadığı olumsuz deneyimleri ve çevreye olan zararları azaltmayı amaçlayan bir kavramdır. Çevresel performansın iyileştirilmesini amaçlayan yeşil insan kaynakları yönetiminin rolü günümüzde çok önemli bir hal almıştır. Yeşil insan kaynakları yönetimi fonksiyonları kurumlara entegre edilerek işe alım, hedef ve performans yönetimi gibi alanlarda yol gösterici olmuştur. Ayrıca yeşil insan kaynakları yönetimi kavramı çalışan ve kurum arasındaki bağılılığı üst düzeye çıkarmayı hedeflemiştir. Yeşil insan kaynakları iki temel amaca hizmet etmektedir birincisi çevresel faktörlerin korunması ikincisi ise firmaların organizasyon ve yönetim sürecini kapsamaktadır (Tang vd., 2018).

Sağlık hizmetleri işletmeler arasında farklı bir yapıya sahiptir en önemli unsuru insan olan sağlık hizmetlerinin başlıca temel özellikleri şu şekilde açıklanabilir; sağlık ertelenmez, acil müdahale gerektirir, hata payı yoktur (Beyatlı, 2017'den aktaran, Sarıyıldız, 2021). Yeşil insan kaynakları yönetimi uygulamaları sürdürülebilirliği desteklediği için bu uygulamaların sağlık sektörü çalışanlarına aktarılması önem arz etmektedir.

Özellikle hastane faaliyetlerinin sonucu olarak birçok atık bulunmaktadır. Bu atıkların etkisi bakımından bir sınırlandırma yapıldığında en önemli kısmı tıbbi atıklar oluşturmaktadır. Tıbbi atıklar içerik olarak kan ve kan ürünlerine bulaşmış maddeleri içermektedir. Dolayısıyla bu atıkların bulaşıcı hastalık içerme oranı daha yüksektir bu da temas halinde ciddi sağlık sorunlarına yol açabilir. Aynı zamanda tedavi yöntemlerinde kullanılan uygulamaların da insan sağlığına ve çevreye en minimum düzeyde zarar verecek şekilde dizayn edilmesi sağlık hizmetleri kalitesinde önemli bir rol oynamaktadır (İncesu ve Evirgen, 2017) Yeşil insan kaynakları yönetiminin sağlık çalışanlarına aktarılıp, uygulanmasıyla sağlık hizmetlerinde çalışan her birey çevresel faktörlere daha duyarlı hale gelecektir ve bunun sonucunda da hizmet kalitesi artmış olabilir.

2. HİZMET KALİTESİ

2.1. Hizmet Kalitesi Kavramı

Hizmet kalitesi “işletmenin müşteri beklentilerini karşılayabilme ve geçme yeteneği” olarak tanımlanabilir (Dalgıç, 2013:16)

Hizmet kalitesi tüketicilerin tatmini aldıkları hizmet ve tecrübeleri ile arasındaki uyum ilişkisine bağlıdır. Alınan hizmet talep edilen hizmet oranından fazla ise hizmet kalitesi yüksektir fakat alınan hizmet talep edilen hizmetten daha düşük ise hizmet kalitesi düşüktür. Tüketicilerin memnuniyet seviyesi ve hizmet kalitesi kavramı ile arasında doğru bir orantı vardır (Uluskan ve Çendik, 2020).

Hizmet kalitesinin yüksek olduğu işletmelerde tüketici memnuniyeti fazladır. Bu yüzden de hizmet sektörü kapsamında sunum yapan firmaların ilk amacı rakip firmaların önüne geçebilmek ve tüketici taleplerini iyi anlayarak daha kaliteli hizmetler vermesidir (Uluskan ve Çendik, 2020).

Aynı zamanda hizmet kalitesi tüketicilerin ileride ki davranışlarını içinde belirleyici özelliكتedir. Çünkü işletmenin hizmetinden memnuniyet derecesi yüksek olan bir tüketici çevresine de bunu

anlatacağı böylece işletmenin marka imajı daha artmış ve hizmet sektöründe rekabet avantajını elinde tutmuş olacaktır (Özatkan, 2008).

Sağlık hizmetlerinde kalite kavramı bireylerin sağlıklı ve daha mutlu yaşamalarına bir başka deyişle insanların yaşam kalitelerinin artmasına katkı sağlarken aynı zaman da sağlık harcamalarının azalmasına da fayda sağlar. Sağlık harcamalarının azalmasıyla ülke ekonomisine de katkı sağlamaktadır. Devlet hastanelerinde artan iş yükü nedeniyle hekimlerde kendini çaresiz ve değersiz hissetme gibi olumsuz yargılar gerçekleşmekte ve bunun sonucunda da hizmet kalitesi olumsuz etkilenebilmektedir (Koyuncu,2014) Sağlık alanında hızlıca gelişen ve kullanılan teknolojilerin gelişimiyle tedavi yöntemlerinde de birtakım değişiklikler olmuştur. Dolayısıyla sağlık giderlerinin yükselmesi rekabet ortamının oluşmasına neden olmuştur (Genç, 2019). Hastaların yaş düzeyi arttıkça kalite algıları da artma eğilimindedir. Gelir durumu düzeyi ile hastaların da kalite algısı değişmektedir. Yani hastaların gelir düzeylerinde ki bir artış algıladıkları kalite düzeylerinde düşüşe neden olmuştur (Gümüş,2012).

3. YEŞİL İNSAN KAYNAKLARI YÖNETİMİNİN HİZMET KALİTESİ

Yeşil insan kaynakları küreselleşmenin etkisiyle iklimsel koşulların değişmesi ve ekolojik dengenin korunabilmesi amacıyla ortaya çıkan yeşil davranışlar biçimi olarak adlandırılır. Yeşil davranışları benimsenmesi konusunda çalışmalar devam etmektedir. Yeşil insan kaynakları yönetiminin işletmeler üzerinde birçok etkisi vardır (Öselmiş, 2020).

En önemli etkilerinden biri de performans üzerinedir biz çalışmamızı hizmet sektörünün bir parçası olan hastane üzerinde uyguladık. Hastaneler emek yoğun hizmet sektörlerinin başında gelmektedir hedefledikleri performansı gerçekleştirirken hastanelerin atık yönetimine dikkat etmesi gerekmektedir. Çevre kirliliğini azaltacak çalışmaların yapılması yeşil insan kaynakları yönetimi boyutlarını benimsemekle mümkündür. Yeşil insan kaynakları yönetimi, doğal kaynakların akıllıca kullanılmasını kapsar ve insanların öğrenme ve davranışlarına etki ederek kurumsal firmaların pazar payında rekabet gücünü elde tutmasını sağlar.

Eskiden sağlık hizmetlerinde müşteri denilince akla sadece hastalar gelirken günümüzde sağlık hizmetlerinin sunulması aşamasına katılan tüm kişiler birer müşteri olarak kabul edilmektedir. Müşteri kavramı iki başlık altında incelenebilir iç müşteri unsuru sağlık kurumunda istihdam eden kişileri kapsarken dış müşteri olarak adlandırılan unsur ise sağlık kurumlarından dolaylı veya doğrudan fayda sağlayan kişilerdir. Aslında dış müşterilere sunulan hizmetin kalitesi iç müşterimize sunduğumuz kalite ile doğru orantılıdır. Yani çalışanlara sunulan fırsatlar ne kadar kaliteli olursa hizmeti talep edilen kişilere de sunulan hizmet o kadar kaliteli olur. Hizmet süreci birer zincir gibidir birbiri ile bağlantılıdır. Zincirin birinde bir aksaklık olduğunda hizmet sürecini kötü etkiler. Yeşil insan kaynakları yönetimine bu zincirin kopmaması için önemli bir görev düşmektedir (Orhan, 2017).

Hizmet sunan işletmelerin performansının yükselmesi istihdam edenlerin bilgi ve yetenek düzeyine bağlıdır. Kuşkusuz ki yeşil insan kaynakları istihdam edenlerin bilgi düzeyini en üst seviyeye taşımak

için birçok uygulama içermektedir. Çalışanların verimli bir şekilde işi gerçekleştirilmesi bekleniyorsa iş becerileri artıracak eğitimler verilmeli, danışmanlık hizmetleri sunulmalı yeşil insan kaynakları yönetiminin fonksiyonlarının etkin bir biçimde kullanılması gerekmektedir. Yeşil insan kaynakları yönetimi hastanelere gelişim sağlayacak bir yapıdır personelin iş sağlığı ve güvenliğini önemserken çevreninde korunması yönünde bir pusula görevindedir.

Doğru bir şekilde uygulanan yeşil insan kaynaklarının fonksiyonu hizmet kalitesinin artmasını ve doğru kişilerin hizmet sürecine katılmasını desteklerken kurumun imajını korur ve pazar payında rekabet gücünü elde tutmasını sağlar. Yeşil insan kaynakları yönetimi insan kaynakları yönetiminin bir parçası olup günümüz şartlarına uyarlanmış uygulamalar bütünüdür iki değişken arasındaki ilişki pozitif yöndedir yani yeşil uygulamalar arttıkça kalite artar (Sarıyıldız, 2021).

Daha önce yeşil insan kaynakları yönetimi konusunda yapılan çalışmaları incelediğimiz de Trivedi (2015) İşe alım süreçlerinin çevrim içi ortamda gerçekleştirerek kaynak kullanımlarının azaltılmasını savunmuştur. Çevrimiçi süreçle daha az kâğıt kullanımının olacağını tespit etmiştir. Ayrıca Mehta ve Chugan (2015) Ahmad (2015) Al Mamun (2019) da kâğıt kullanımının azaltılmasının üzerinde durmuşlardır. Bu çalışmaların sonucunda firmaların kâğıt kullanımının azaltılmasına yönelik çalışmalarının literatür ile paralel olduğu görülmüştür. Yeşil insan kaynakları yönetiminin hizmet kalitesi üzerindeki etkilerini araştıran bir çalışma olmaması nedeniyle tartışma bölümü zayıf kalmıştır.

4. YÖNTEM

4.1. Araştırmanın Evren ve Örneklemi

Araştırmanın evrenini Türkiye’de bulunan bir üniversitesi hastanesinde görev yapan kişiler oluşturmaktadır. Alınan bilgiler doğrultusunda görev yapmakta olan 2900 personel olduğu bildirilmiştir. Bu personellerin tümüne ulaşmak zaman ve ekonomik kısıtlılıklar sebebiyle mümkün olmadığından örnekleme yoluna gidilmiştir. Örnekleme yöntemi olarak da kolaylı örnekleme yöntemi tercih edilmiştir.

Hastanede görev yapanların oluşturduğu evren sayısı baz alındığında %5’lik hata payı ve %95’lik güvenilirlik seviyesi ile örneklemin büyüklüğü 340 kişi olarak bulunmuştur. Aşağıdaki formüle göre evren büyüklüğünü 2900 kişi aldığımızda örneklem büyüklüğü en az 340 kişi olmalıdır. Bulunan örneklem kitlesine gönüllülük esasına dayanarak 360 anket dağıtılmıştır ve sonucunda 346 adet anket tam olarak elimize ulaşmıştır. Geri kalan anketlere ulaşım sağlanamamış ve analize dahil edilememiştir. Analize dahil edilen 346 anket formuyla belirlenen örneklem sayımıza ulaşılmıştır.

$$\text{Örneklem Hacmi (n): } \frac{N \times t^2 \times p \times q}{(N-1) \times d^2 + (t^2 \times p \times q)}$$

N: Evrenin Büyüklüğü (Yapılan bu araştırmadaki değer: 624)
t: Tip 1 (alfa) hata düzeyi-%5'e denk gelen değer (1,96)
p: Öngörülüş evren oranı (Araştırılan durumun sıklık oranı) (0,5)
q: Öngörülemeyen evren oranı (Araştırılan durumun görülme sıklığı) (0,5)
p×q: Varyans değeri (0,25)
d: Araştırmacının kabul ettiği sapma miktarı (Örneklem hatası) (0,05).

4.2. Veri Toplama Araçları

Verilerin toplanabilmesi nicel yöntemlerden biri olan anket yöntemi kullanılmıştır. Anket sorularının oluşturulmasında iki ayrı ölçekten yararlanılmıştır. Anketin ilk bölümünde kişilerin demografik özelliklerini belirlemek için 6 soru (cinsiyet, yaş, medeni durum, eğitim durumu, çalıştığı pozisyon ve çalışma süresi) sorulmuştur. Anketin ikinci bölümünü yeşil insan kaynakları yönetimi ölçeği oluştururken üçüncü bölümünü ise hizmet kalitesi ölçeği oluşturmaktadır. Munzur Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü'nden ve Araştırmayı yapmak istediğimiz üniversite hastanesinin başhekimliğinden alınan etik izinler doğrultusunda (Ekim- Aralık 2022) dönemlerinde veriler toplanmıştır.

Yeşil İnsan Kaynakları Yönetimi Ölçeği:

Shah (2019) tarafından hazırlanan ve Öselmiş (2020) tarafından Türkçe'ye çevirisi yapılan Yeşil İnsan Kaynakları Yönetimi Ölçeği 5'li likert ölçek biçiminde olan ve 7 alt boyut 26 maddeden oluşan soruları içermektedir

Hizmet Kalitesi Ölçeği:

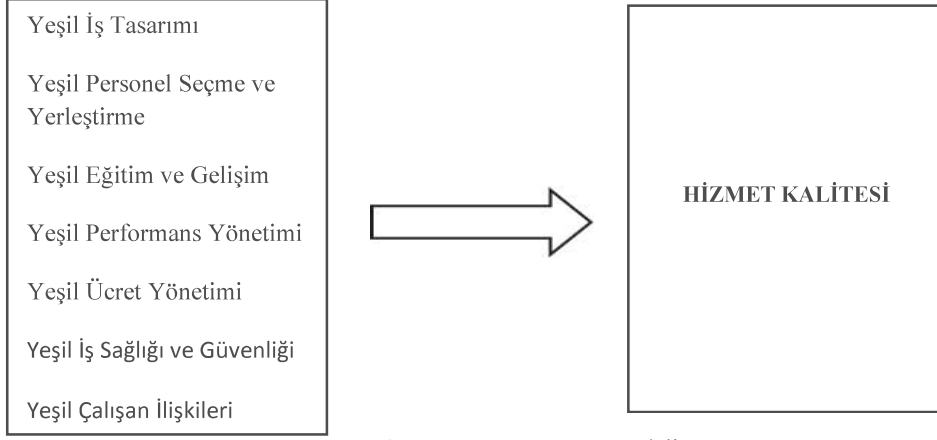
Lu ve Liu (2000) tarafından geliştirilen ve Beydoğan ve Kalyoncuoğlu (2017), Şarkbay (2021) tarafından kullanılan ölçekten yararlanılmıştır. Bu ölçek 5'li likert ölçek biçiminde olan ve 5 alt boyut 22 maddeden oluşan soruları içermektedir.

5'li likert tipi ölçek katılımcılara 1'den 5'e kadar olan seçenekler arasında tercih yapmasını sağlar numaralandırılmaya göre;

1=Kesinlikle Katılmıyorum, 2=Katılmıyorum, 3=Kararsızım, 4=Katılıyorum 5=Tamamen Katılıyorum ifade etmektedir.

4.3. Araştırmanın Modeli

Araştırmanın modeli aşağıda gösterildiği gibidir. Yeşil insan kaynakları yönetiminin alt boyutlarının hizmet kalitesine etkilerini araştırmak amacıyla kurgulanmıştır.



Şekil 1. Araştırmanın Modeli

4.4. Araştırmanın Hipotezleri

H1: Hizmet sektöründe uygulanan yeşil insan kaynakları uygulamalarının boyutlarından iş tasarımı hizmet kalitesi üzerinde pozitif ve anlamlı etkiye sahiptir.

H2: Hizmet sektöründe uygulanan yeşil insan kaynakları uygulamalarının boyutlarından yeşil personel seçme ve yerleştirme hizmet kalitesi üzerinde pozitif ve anlamlı etkiye sahiptir.

H3: Hizmet sektöründe uygulanan yeşil insan kaynakları uygulamalarının boyutlarından yeşil eğitim ve gelişim hizmet kalitesi üzerinde pozitif ve anlamlı etkiye sahiptir.

H4: Hizmet sektöründe uygulanan yeşil insan kaynakları uygulamalarının boyutlarından yeşil performans yönetimi hizmet kalitesi üzerinde pozitif ve anlamlı etkiye sahiptir.

H5: Hizmet sektöründe uygulanan yeşil insan kaynakları uygulamalarının boyutlarından yeşil ücret yönetimi hizmet kalitesi üzerinde pozitif ve anlamlı etkiye sahiptir.

H6: Hizmet sektöründe uygulanan yeşil insan kaynakları uygulamalarının boyutlarından yeşil iş sağlığı ve güvenliği hizmet kalitesi üzerinde pozitif ve anlamlı etkiye sahiptir.

H7: Hizmet sektöründe uygulanan yeşil insan kaynakları uygulamalarının boyutlarından yeşil çalışan ilişkileri hizmet kalitesi üzerinde pozitif ve anlamlı bir etkiye sahiptir.

4.5. Veri Analiz Yöntemleri

Verilerin analizi SPSS 24.0 ile yapılmıştır. Çalışmada ölçek puanları hesaplanmış ve puanların normal dağılıma uygunluğunun belirlenmesi için basıklık ve çarpıklık katsayıları incelenmiştir. Ölçeklerden elde edilen basıklık ve çarpıklık değerlerinin +3 ile -3 arasında olması normal dağılım için yeterli görülmektedir (Hopkins ve Weeks, 1990).

Tablo 1: Basıklık ve Çarpıklık Değerleri

| | n | Çarpıklık | Basıklık |
|-------------------------------------|-----|-----------|----------|
| Yeşil İş Tasarımı | 346 | 0,251 | -1,047 |
| Yeşil Personel Seçme ve Yerleştirme | 346 | 0,421 | -0,891 |
| Yeşil Eğitim ve Gelişim | 346 | 0,194 | -0,977 |
| Yeşil Performans Yönetimi | 346 | 0,526 | -0,708 |
| Yeşil Ücret Yönetimi | 346 | 0,848 | -0,277 |
| Yeşil İş Sağlığı ve Güvenliği | 346 | 0,473 | -0,910 |
| Yeşil Çalışan İlişkileri | 346 | 0,590 | -0,814 |
| Yeşil insan kaynakları yönetimi | 346 | 0,499 | -0,727 |
| Fiziksel Özellikler | 346 | -0,141 | -1,036 |
| Güven | 346 | -0,311 | -0,893 |
| Cevap Verebilmek | 346 | -0,118 | -0,918 |
| Güvenirlilik | 346 | -0,245 | -0,838 |
| Empati | 346 | 0,048 | -1,094 |
| Hizmet kalitesi | 346 | -0,158 | -0,848 |

Değerler incelendiğinde her bir puanın basıklık ve çarpıklık katsayılarının -3 ile +3 arasında olduğu görülmektedir. Bu sonuca göre puanların normal dağılım gösterdiği sonucuna ulaşılmıştır. Puanların normal dağılım göstermesi nedeni ile çalışmada parametrik test teknikleri kullanılmıştır. Araştırmanın hipotezlerinin testi için normallik, güvenirlilik, korelasyon, açıklayıcı faktör analizleri ve çoklu regresyon analizleri yapılmıştır. Yeşil insan kaynakları yönetimi ve hizmet kalitesi arasındaki ilişki pearson korelasyon katsayısı ile analiz edilirken yeşil insan kaynakları yönetiminin hizmet kalitesi üzerindeki etkisi çoklu lineer regresyon testi ile analiz edilmiştir.

5. BULGULAR VE TARTIŞMA

Araştırmanın bu aşamasında yapılan analizler incelenecektir. Araştırmanın hipotezlerinin testi için normallik, güvenirlilik, korelasyon, açıklayıcı faktör analizleri ve çoklu regresyon analizleri yapılmıştır.

Araştırma için toplanan verilerin analizinde SPSS 24.0 kullanılmıştır. Ayrıca DFA analizi AMOS 21.0 programı ile yapılmış ve faktör yapıları incelenmiştir.

Tablo 2. Katılımcıların Sosyodemografik Bulguları

| | | n | % |
|---|-------------------------------|-----|------|
| Cinsiyetiniz | Kadın | 189 | 54,6 |
| | Erkek | 157 | 45,4 |
| Yaşınız? | 19-25 Yaş | 89 | 25,7 |
| | 26-32 Yaş | 79 | 22,8 |
| | 33-39 Yaş | 86 | 24,9 |
| | 40-46 Yaş | 52 | 15,0 |
| | 47 ve üstü | 40 | 11,6 |
| Medeni Durumunuz? | Bekar ve boşanmış | 141 | 40,8 |
| | Evli | 205 | 59,2 |
| Eğitim Durumunuz? | İlköğretim ve Lise | 113 | 32,7 |
| | Ön Lisans | 95 | 27,4 |
| | Lisans, Yüksek Lisans ve Üstü | 138 | 39,8 |
| Çalıştığınız Pozisyon? | İşçi | 140 | 40,5 |
| | Memur | 58 | 16,8 |
| | Ebe | 18 | 5,2 |
| | Hemşire | 63 | 18,2 |
| | Doktor | 10 | 2,8 |
| | Diğer | 57 | 16,4 |
| Bu işyerinde ne kadar süredir çalışıyorsunuz? | 1-3 yıl | 117 | 33,8 |
| | 4-6 Yıl | 56 | 16,2 |
| | 7-9 Yıl | 39 | 11,3 |
| | 10-12 Yıl | 42 | 12,1 |
| | 13 Yıl ve üzeri | 92 | 26,6 |

Katılımcıların cinsiyet açısından dağılımları: %54,6'sı kadın ve %45,4'ü erkek cinsiyetindedir.

Katılımcıların yaş açısından dağılımları: %25,7'si 19-25 yaş aralığında, %22,8'i 26-32 yaş aralığında, %24,9'u 33-39 yaş aralığında, %15,0'ı 40-46 yaş aralığında ve %11,6'sı 47 yaş ve üzerindedir.

Katılımcıların medeni durum açısından dağılımları: %40,8'i bekar veya boşanmış, %59,2'si ise evli olarak belirtilmiştir.

Katılımcıların eğitim durumu açısından dağılımları: katılımcıların %32,7'si ilköğretim ve lise mezunu, %27,4'ü ön lisans mezunu, ve %39,9'u lisans, yüksek lisans veya üzeri dereceye sahiptir.

Katılımcıların çalıştığı pozisyon açısından dağılımları: %40,5'i işçi, %16,8'i memur, %5,2'si ebe, %18,2'si hemşire, %2,8'i doktor ve %16,5'i ise diğer kategorisindedir.

Katılımcıların iş yerinde çalışma sürelerine göre dağılımları: %33,8'i 1-3 yıl, %16,2'si 4-6 yıl, %11,3'ü 7-9 yıl, %12,1'i 10-12 yıl ve %26,6'sı ise 13 yıl ve üzeri süredir çalışmaktadır.

Tablo 3. Güvenirlilik Analizi

| | Madde Sayısı | Cronbach Alpha |
|-------------------------------------|--------------|----------------|
| Yeşil İş Tasarımı | 4 | 0,942 |
| Yeşil Personel Seçme ve Yerleştirme | 3 | 0,920 |
| Yeşil Eğitim ve Gelişim | 4 | 0,910 |
| Yeşil Performans Yönetimi | 4 | 0,943 |
| Yeşil Ücret Yönetimi | 5 | 0,953 |

| | | |
|---------------------------------|----|-------|
| Yeşil İş Sağlığı ve Güvenliği | 3 | 0,943 |
| Yeşil Çalışan İlişkileri | 3 | 0,946 |
| Yeşil insan kaynakları yönetimi | 26 | 0,982 |
| Fiziksel Özellikler | 2 | 0,844 |
| Güven | 7 | 0,936 |
| Cevap Verebilmek | 4 | 0,887 |
| Güvenirlilik | 5 | 0,933 |
| Empati | 4 | 0,899 |
| Hizmet kalitesi | 22 | 0,971 |

Cronbach's alfa katsayısının 0-1 arasında değiştiği, değerlendirme kriterlerine göre “0.00 < 0.40 ise ölçek güvenilir değil, 0.40 < 0.60 ise ölçek düşük güvenirlikte, 0.60 < 0.80 ise ölçek oldukça güvenilir ve 0.80 < 1.00 ise ölçek yüksek derecede güvenilir bir ölçek” olarak değerlendirildiği ifade edilmektedir (Nunnally, 1967). Her ölçekler genelinde hem de alt boyutlarda güvenilirlik çok yüksektir (Cronbach Alpha>0,800).

5.1. Doğrulayıcı Faktör Analizi

Çalışmada DFA analizi AMOS 21.0 programı ile yapılmış ve faktör yapıları incelenmiştir.

Tablo 4. Yeşil İnsan Kaynakları Yönetimi Ölçüm Modeli Uyum İyiliği Değerleri

| İndeks | İyi Uyum | Kabul Edilebilir Uyum | DFA |
|--------------------|----------|-----------------------|---------|
| X ² | x | x | 730,033 |
| sd | x | x | 270 |
| X ² /sd | ≤ 3 | ≤ 5 | 2,704 |
| RMR | ≤ 0,05 | ≤ 0,08 | 0,064 |
| GFI | ≥ 0,95 | ≥ 0,90 | 0,890 |
| AGFI | ≥ 0,90 | ≥ 0,85 | 0,858 |
| NFI | ≥ 0,95 | ≥ 0,90 | 0,939 |
| TLI | ≥ 0,95 | ≥ 0,90 | 0,953 |
| CFI | ≥ 0,97 | ≥ 0,90 | 0,961 |
| RMSEA | ≤ 0,05 | ≤ 0,08 | 0,070 |

Yeşil İnsan Kaynakları Yönetimi ölçeği DFA uyum indeksleri verilmiştir. Analiz sonuçlarına göre indekslerin kabul edilebilir sınırlarda (GFI uyum sınırına oldukça yakın) olduğu görülmektedir. Elde edilen veri yeşil insan kaynakları yönetimi ölçeği ile uyumludur. 7 alt boyutlu ve 26 maddeli yapı sağlanmıştır.

Tablo 5. Hizmet Kalitesi Ölçüm Modeli Uyum İyiliği Değerleri

| İndeks | İyi Uyum | Kabul Edilebilir Uyum | DFA |
|--------------------|----------|-----------------------|---------|
| X ² | x | x | 684,529 |
| sd | x | x | 188 |
| X ² /sd | ≤ 3 | ≤ 5 | 3,641 |
| RMR | ≤ 0,05 | ≤ 0,08 | 0,030 |
| GFI | ≥ 0,95 | ≥ 0,90 | 0,901 |
| AGFI | ≥ 0,90 | ≥ 0,85 | 0,886 |
| NFI | ≥ 0,95 | ≥ 0,90 | 0,915 |
| TLI | ≥ 0,95 | ≥ 0,90 | 0,922 |
| CFI | ≥ 0,97 | ≥ 0,90 | 0,937 |
| RMSEA | ≤ 0,05 | ≤ 0,08 | 0,067 |

Hizmet Kalitesi ölçeği DFA uyum indeksleri verilmiştir. Analiz sonuçlarına göre indekslerin kabul edilebilir sınırlarda olduğu görülmektedir. Elde edilen veri hizmet kalitesi ölçeği ile uyumludur. 5 boyutlu 22 maddeli yapı sağlanmıştır.

Tablo 6. Regresyon Analizi

| Model | Bağımsız | Beta | t | p | R ² | F |
|-------|-------------------------------------|--------|--------|-------|----------------|----------|
| 1 | Yeşil İnsan Kaynakları Yönetimi | 0,507 | 10,896 | 0,000 | 0,257 | 118,726* |
| | Yeşil İş Tasarımı | 0,213 | 2,720 | 0,007 | | |
| | Yeşil Personel Seçme ve Yerleştirme | -0,037 | -0,327 | 0,744 | | |
| | Yeşil Eğitim ve Gelişim | 0,223 | 2,466 | 0,014 | | |
| 2 | Yeşil Performans Yönetimi | -0,089 | -0,878 | 0,381 | 0,312 | 21,862* |
| | Yeşil Ücret Yönetimi | -0,029 | -0,292 | 0,770 | | |
| | Yeşil İş Sağlığı ve Güvenliği | 0,485 | 4,657 | 0,000 | | |
| | Yeşil Çalışan İlişkileri | -0,182 | -1,629 | 0,104 | | |

Bağımlı Değişken: Hizmet Kalitesi *p<0,05

Model 1’de görüldüğü üzere, yeşil insan kaynakları yönetimi ile hizmet kalitesi arasında orta şiddette bir ilişki bulunmaktadır ($R = 0,507$). Ayrıca, yeşil insan kaynakları yönetimi, hizmet kalitesinin %25,7’sini ($r^2 = 0,257$) açıklamaktadır. Ayarlanmış R² değeri (%25,4) ise modele eklenen bağımsız değişkenlerin örneklem üzerindeki etkisinin yansıtılması açısından daha güvenilir bir göstergedir. ANOVA tablosunda ise F istatistiği ($F= 118,726$, $p < 0,001$) anlamlıdır. Bu sonuç, yeşil insan kaynakları yönetiminin hizmet kalitesi üzerinde anlamlı bir etkisi olduğunu göstermektedir. Yeşil insan kaynakları yönetimi katsayısı 0,518 ve anlamlıdır ($p < 0,001$). Bu sonuç, yeşil insan kaynakları yönetiminin bir birimlik artışının hizmet kalitesinin 0,518 birim artıracakını göstermektedir. Bu bağlamda, yeşil insan kaynakları yönetiminin hizmet kalitesi üzerinde pozitif ve anlamlı bir etkisi olduğu söylenebilir. Ayrıca, standartlaştırılmış regresyon katsayısı (Beta) 0,507 olarak bulunmuştur. Bu değer, yeşil insan kaynakları yönetiminin hizmet kalitesi üzerindeki etkisinin büyüklüğünü gösterir. Sonuç olarak, bu regresyon analizi sonucunda, yeşil insan kaynakları yönetiminin hizmet kalitesi üzerinde anlamlı ve pozitif bir etkisi olduğu tespit edilmiştir.

Model 2’de, Yeşil İK uygulamalarının hizmet kalitesi üzerindeki etkisi incelenmiştir. Model özeti tablosundan elde edilen R kare değeri %31,2 olarak bulunmuştur. Bu değer, bağımsız değişkenlerin bağımlı değişkeni (Hizmet Kalitesi) açıklama oranını gösterir. Bu durumda, Yeşil İK uygulamaları hizmet kalitesinin %31,2’sini açıklamaktadır. Düzeltilmiş R kare değeri ise % 29,7 olarak bulunmuştur ve bu değer, modelin daha genel bir popülasyonda ne kadar iyi tahmin edebileceğini gösterir. ANOVA tablosundaki F istatistiği (21,862) ve anlamlılık değeri (0,000) incelendiğinde, modelin anlamlı olduğu

görülmektedir. Bu, Yeşil İK uygulamalarının hizmet kalitesi üzerinde anlamlı bir etkisi olduğunu göstermektedir. Katsayılar tablosu, her bir bağımsız değişkenin hizmet kalitesi üzerindeki etkisini gösterir. Yeşil iş tasarımının ($\beta = 0,213$, $p = 0,007$), Yeşil eğitim ve gelişimin ($\beta = 0,223$, $p = 0,014$) ve Yeşil iş sağlığı ve güvenliğinin ($\beta = 0,485$, $p = 0,000$) hizmet kalitesi üzerinde anlamlı ve pozitif etkileri olduğu görülmektedir. Diğer Yeşil insan kaynakları uygulamalarının (Yeşil çalışan ilişkileri, Yeşil personel seçme ve yerleştirme, Yeşil performans yönetimi ve yeşil ücret yönetimi) hizmet kalitesi üzerinde anlamlı etkileri bulunmamaktadır. Buna göre H1, H3, H6 kabul edilmiştir. H2, H4, H5, ve H7 reddedilmiştir.

Sonuç olarak, yeşil insan kaynakları uygulamalarından yeşil iş tasarımı, yeşil eğitim ve gelişim ve yeşil iş sağlığı ve güvenliğinin hizmet kalitesi üzerinde anlamlı ve pozitif etkileri olduğu görülmüştür. Bu nedenle, şirketlerin hizmet kalitesini artırmak için bu yeşil insan kaynakları uygulamalarına odaklanmaları ve bu alanlarda iyileştirmeler yapmaları önemlidir.

SONUÇ

Bu çalışma bir üniversite hastanesinde çalışan kişilerin katılımı doğrultusunda yeşil insan kaynakları yönetiminin hizmet kalitesine etkilerini belirlemek üzerine yapılmıştır literatürde sağlık hizmetleri alanında yeşil insan kaynakları açısından bir çalışma olmadığından önem arz etmektedir. Araştırmaya katılım sağlayanlara yeşil insan kaynakları yönetimin alt boyutları olan yeşil iş tasarımı, yeşil personel seçme ve yerleştirme, yeşil iş ve eğitim, yeşil performans yönetimi, yeşil ücret yönetimi, yeşil iş sağlığı ve güvenliği ve yeşil çalışan ilişkileri alanında 26 soru yönetilmiştir ve hizmet kalitesinin alt boyutları olan fiziksel özellikler, güven, cevap verebilmek, güvenilirlik, empati alanında ise 22 soru yönetilmiştir. Bu alt boyutlar birlikte incelenmiştir. Ayrıca yöneltlen anket formunda katılımcıların demografik özelliklerine de yer verilmiştir. Elde edilen bulgular sonucunda Yeşil İnsan kaynakları uygulamalarının (Yeşil çalışan ilişkileri, yeşil personel seçme ve yerleştirme, yeşil performans yönetimi ve yeşil ücret yönetimi) hizmet kalitesi üzerinde anlamlı etkileri bulunmamaktadır. Sonuç olarak, yeşil insan kaynakları uygulamalarından yeşil iş tasarımı, yeşil eğitim ve gelişim ve yeşil iş sağlığı ve güvenliğinin hizmet kalitesi üzerinde anlamlı ve pozitif etkileri olduğu görülmüştür. Sağlık alanına yönelik hizmet sunan kurumlarda görev alan çalışanların hastaların güvenini ve yaptıkları işe karşı motivelerini kaybetmemeleri için doğru bir yönetim anlayışını benimsemeleri gerekmektedir. Hem çalışanların hem de hastaların beklentilerini karşılayabilmek ancak etkili bir yönetim ve kalite sistemiyle mümkündür. Günümüzde artan rekabet ortamı ve küreselleşme sonucunda çevre bilincinin önemi daha fazla artmıştır bunun sonucunda sürdürülebilirliği sağlayan yeşil insan kaynakları yönetimi konusu karşımıza çıkmıştır. Araştırmanın sonucunda sağlık kurumunda çalışan katılımcıların henüz yeşil insan kaynakları konusu hakkında tam bilgiye sahip olmadıkları gözlemlenmiştir. Sadece insan kaynakları yönetimi uygulamalarını kullanmak yerine yeşil insan kaynakları yönetimi uygulamalarını da dahil ederek sürdürülebilirliğe katkıda bulunulabilir. Ayrıca çalışanların yeşil insan kaynakları uygulamalarıyla motivelerini yükselterek hizmet kalitesi anlamında

olumlu sonuçlar alınabilir. Öncelikle yeşil işe alım faktörünün geliştirilmesiyle çalışanlar hem özel hayatların da hem de iş ortamında yeşile karşı daha duyarlı olacaklardır ve olağanüstü durumlarda sürecin iyi yönetilmesini sağlayacaktır. Çalışanlara yeşil eğitim verilerek bu konu hakkında bilinçlenmeleri sağlanabilir. Türkçe literatürde henüz sağlık alanında yeşil insan kaynakları yönetiminin hizmet kalitesine etkisi anlamında bir çalışma olmadığı için literatüre katkı sağlaması temenni edilmektedir. Gelecekte yapılacak çalışmalar da başka hizmet sektörleri ele alınarak konu genişletilebilir.

KAYNAKÇA

Beydoğan G. Ş. ve Kalyoncuoğlu, S. (2017) Fizik tedavi ve rehabilitasyon hizmeti alan hastaların kalite algılarının memnuniyetleri üzerindeki etkisi: Kırşehir ilinde bir araştırma. *In ICPESS (International Congress on Politic, Economic and Social Studies)* 19-22 May, 64-88.

Dalgıç, A.(2013). *Hizmet Sektöründe Hizmet Kalitesinin Ölçümü Ve Hizmet Kalitesini Etkileyen Faktörler Antalya'da Hizmet Kalitesi Ölçümüne Yönelik Bir Uygulama*, Yayınlanmamış yüksek lisans tezi, Aydın Adnan Menderes Üniversitesi, Aydın.

Esen, E., & Çalışkan, A. O. (2019). Green Human Resource Management (Ghrm) And Environmental Sustainability. *Global Business Research Congress* (S. 58-60). İstanbul: Press Academia

Genç, P. (2019). *Sağlık sektöründe hizmet kalite algısının değerlendirilmesi: Bir devlet hastanesi örneği*, Yayınlanmamış yüksek lisans tezi, İstanbul Medipol Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.

Gümüş, S. (2012). Hizmet kalitesinin hizmet performansına etkisi: bir hastanede uygulama (50). Hiperlink eği. ilet. yay. san. tic. ve ltd. sti.

Hopkins, K.D. and Weeks, D.L. (1990), Tests for Normality and Measures of Skewness and Kurtosis: Their Place in Research Reporting, *Educational and Psychological Measurement*, 50, 717-729.

İncesu, E., Evirgen, H (2017) Sağlık çalışanlarının hastane atıkları konusunda bilgi düzeylerinin değerlendirilmesi ve atık minimizasyonu: Konya Kamu Hastaneler Birliği Örneği. *Gümüşhane Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 6(3), 56-64.

Koyuncu, A. G. (2014). *Hastanelerde hizmet kalitesi algısı: Doktor ve hemşireler ile yapılan bir çalışma*, Yayınlanmamış doktora tezi, Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.

Lu, X., & Liu, M. (2000) Adapting the SERVQUAL scale to China hospitals services. In *Proceedings of the 2000 IEEE International Conference on Management of Innovation and Technology. ICMIT 2000. Management in the 21st Century'(Cat. No. 00EX457) IEEE. (1)*, 203-208.

Nunnally, J. C. (1967) *Psychometric theory*, Mcgraw-Hill, Inc., 1. Baskı, New York.

Orhan, K. (26 Aralık 2023) *Sağlık kurumlarında insan kaynakları yönetimi*. Erişim tarihi:26.12.2023, Ankara Üniversitesi Tıp Fakültesi, <https://dspace.ankara.edu.tr/xmlui/handle/20.500.12575/66267>.

Öselmiş, M. (2020) *Yeşil insan kaynakları yönetimi uygulamaları: Literatür taraması ve bir ölçek uyarlama çalışması*, Yayınlanmamış yüksek lisans tezi, Aydın Adnan Menderes Üniversitesi, Aydın.

Özatkan, Y. (2008) *Hastane işletmelerinde hizmet kalitesinin ölçülmesi ve bir üniversite hastanesi örneği*, Yayınlanmamış yüksek lisans tezi, Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.

Rezaei-Moghaddam, K. (2016) Green management of human resources in organizations: An approach to the sustainable environmental management. *Journal of Agricultural Technology*, 12(3), 509-522.

Sarıyıldız, A. Y. (2021) Sağlık kurumlarında yeşil insan kaynakları yönetimi ve uygulamaları. *Sakarya Üniversitesi İşletme Enstitüsü Dergisi*, 3(1), 155-159.

Şarkbay, Ö. F. (2021) *Yalın yönetim anlayışının, işletmelerin hizmet kalitesi ve hizmeti alan taraflara etkileri: Sağlık sektöründe bir uygulama.*, Yayınlanmamış doktora tezi, İstanbul Gelişim Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, İstanbul.

Shah, M. (2019) Green human resource management: development of a valid measurement scale, *Business Strategy And The Environment*, 28(5), 771-785.

Tang, G., Chen, Y., Jiang, Y., Paillé, P., & Jia, J. (2018) Green human resource management practices: scale development and validity. *Asia pacific journal of human resources*, 56(1), 31-55.

Uçar, Z. & Işık, M. (2019) Yeşil insan kaynakları yönetimi ve uygulamaları., Ç. Orçun, (Ed.), *Yeşil İşletmecilik* (215-238). Bursa: Ekin Yayınevi.

Uluskan, M. Ve Çendik, İ. H. (2020) Eğitim sektöründe faktör analizi tabanlı hizmet kalitesi ölçümü e kalite fonksiyon yayılımı uygulaması. *Endüstri Mühendisliği*, 31(2), 122-147.

Uslu, Y. D., & Kedikli, E. (2017) Sürdürülebilirlik kapsamında yeşil insan kaynakları yönetimine genel bir bakış. *Üçüncü Sektör Sosyal Ekonomi* ,52(3), 66-81.

Tang, G., Chen, Y., Jiang, Y., Paille, P. Ve Jia, J. 2017. Green Human Resource Management Practices: Scale Development And Validity, *Asia Pacific Journal Of Human Resources*, 55(2), 1-10.

ÖRGÜTSEL BAĞLILIĞIN İŞ TATMİNİNE ETKİSİ¹

Uzm. Ahmet Serdar KILIÇ²

Doç. Dr. Gül GÜN³

ÖZ

Örgütsel bağlılık sanayi ve örgütsel psikoloji kaynaklarında rağbet kazanmaktadır. Organizasyonların karşı karşıya geldiği zorluklardan birincisi iş ortamındaki işgören bağlılığının sürdürülmesidir. Günümüzde işgörenlerin en büyük sorunu çalışma yerinde bilinmezlik ve işgüvenliğinin giderek azalmasıdır. Çalışma ortamında iş yükü ile birlikte çalışma koşullarının ağırlığı ve iş riskinin artması örgüte bağlılığı ve sonuç olarak iş tatmininin azalması olmaktadır. Bu bağlamda bu çalışma Elazığ Belediyesi İtfaiye Müdürlüğü çalışanlarının örgütsel bağlılık düzeylerinin iş tatmin düzeyleri üzerindeki etkisi araştırılmıştır. Araştırma, nicel yönelimli bir çalışmadır. Bu çalışmada veriler, Elazığ İtfaiye Müdürlüğünden elde edilmiştir. Araştırmanın örnekleme Elazığ belediyesi İtfaiye Müdürlüğü 116 çalışanından oluşmaktadır. Araştırmanın tüm istatistiklerinde SPSS 22.0 paket programı kullanılmıştır. Hipotezlerin test edilmesinde regresyon analizi yapılmıştır. Çalışma sonucunda örgütsel bağlılığın alt boyutu olan duygusal ve devam bağlılığının iş tatminini önemli derecede açıkladığı normatif bağlılığın iş tatminine etkisi olmadığı görülmüştür.

Anahtar Kelimeler: İş Tatmini, Örgütsel Bağlılık, Elazığ İtfaiye Çalışanları

Jel kodu: D23, C92, L20.

THE EFFECT OF ORGANIZATIONAL COMMITMENT ON JOB SATISFACTION

ABSTRACT

Organizational commitment gains popularity in industrial and organizational psychology sources. One of the challenges that organizations face maintains employee engagement in the business environment. Today, the biggest problem of the employees is the unknown in the workplace and the job security of employees decreases in the gradually. In the working environment, the workload with the weight of the working conditions and the increase in work risk lead to a decrease in organizational commitment. As a result, job dissatisfaction is emerged. In this context, this study is completed by the Elazığ Municipality Fire Department. This research is a quantitative international study and in the study, the data are taken by Elazığ Municipality Fire Department. The research consists of one hundred sixteen worker who work in Elazığ Municipality Fire Department. SPSS 22,0 package is used in the all statistics of the research and regression analysis is performed to test the hypothesis. In this paper, it is seen that the affective and continuance commitment which is the sub-dimension of organizational commitment significantly explains the job satisfaction and normative commitment has no effect on the job satisfaction.

Keywords; Job Satisfaction, Organizational Dependency, Elazığ İtfaiye Employees

Jel Codes: D23, C92, L20

¹Bu çalışma 20-22 Haziran 2022 tarihleri arasında düzenlenen 7.Uluslararası EMI Girişimcilik & Sosyal Bilimler kongresinde sunulan bildirinin genişletilmiş halidir.

² Uzman, Elazığ Belediyesi İtfaiye Müdürlüğü, aserdarkilic@gmail.com

³Doçent Doktor, Munzur Üniversitesi İİBF, gulgun@munzur.edu.tr, ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-6231-3921>.

GİRİŞ

Günümüzün rekabetçi dünyasında organizasyon çalışanlarının, organizasyonun hedeflerine bağlı kalmadıkları görülmektedir. Çalışanlar artık birer girişimci gibi düşünmeli ayrıca takım çalışmasıyla örgütün değerlerine katkıda bulunmalıdırlar. Bununla birlikte çalışanlar, iyi bir ücret, terfi fırsatı ve çalışma güvencesi veren başarılı bir organizasyonun parçası olmalıdırlar. Günümüz örgütlerinin karşılaştığı zorluklardan biri, iş ortamındaki işgören bağlılığının sürdürülmesidir. Günümüzdeki örgütlerde çalışanlar günlük çalışmalarında daha fazla iş güvenliği ve sosyal haklar beklentisi içine girmektedirler. Çalışanların temel beklentisini; örgütlerde sürekli istihdam garantisi sağlanması ve çalışanların motivasyonlarının yüksek olması oluşturmaktadır. Örneğin, işverenlerin uygun bir çalışma ortamı oluşturması, çalışanların kendini geliştirici deneyimlere yönelmesini sağlayabilmektedir. Güvenli bir çalışma ortamıyla örgütlerin işçiler arasındaki bağlılığı ve işçilerin işyerine karşı yükümlülüklerini gerçekleştirmede motivasyon sağladığı bilinmektedir.

Çalışanların örgütsel bağlılık düzeyinin yüksek olması örgütlerde iyi performans ve daha fazla etkililik sağlayıcı bir unsur olarak görülmektedir. Bu ilişki örgütün hedefiyle çalışanın beklentilerini karşılama derecesine bağlı olarak örgütün başarısını da olumlu yönde etkilemektedir. Ayrıca örgüte katılım, bağlılık, üretkenlik ve daha yüksek düzeyde iş ve kapasite etkinliğini de teşvik etmektedir. Örgütsel bağlılık; fırsatların yaratılması, bireysel ve organizasyonel becerilerin kullanılması, çevreye/pazara verilen yanıtların hızını etkilemesi ve yeni teknolojilerin ve bilginin içselleştirilmesi için de önemlidir.

Bu çalışmanın temel amacı, Elazığ itfaiye teşkilatında çalışanların örgütsel bağlılıklarının iş tatminleri üzerindeki etkisinin incelenmesidir.

1. TEORİK ÇERÇEVE

1.1 Örgütsel Bağlılık Tanımı

O'Reilly (1989:17), "İşe bağlılık duygusu, bağlılık ve kuruluşun normlarına olan inancı çalışanın kuruluşla olan psikolojik bağını" içerir. Bu bakış açısından örgütsel bağlılığın işgörenin işletmenin hedeflerine inanması, kabul etmesi ve örgüt çıkarları için çaba göstermeye istekli olmasıyla ilişkilidir.

Cohen (2003:11), "Bağlılığı, örgütün hedeflerine ulaşması için çalışanların sahip olduğu bir güç olduğunu" belirtir. Bağlılığın bu genel tanımı, Arnold'un (2005:625) örgütsel bağlılık tanımıyla, yani "Bir bireyin bir organizasyonla özdeşleşmesinin ve organizasyona katılımının göreceli gücü ile ilgilidir (Akt.: Günlük, Özer ve Özcan, 2013).

Örgütsel bağlılık "Çalışanın örgütle özdeşleşmesi" olarak tanımlanır. Örgütsel bağlılığı çalışanın organizasyona bağlılık durumunu ve çalışanın organizasyonun değerleri ve hedefleriyle özdeşleşmesini tanımladığını iddia etmiştir (Mowday, vd., 1979: 226: Akt: Somuncu, 2008).

Örgütsel bağlılığın duygusal, devamlılık ve normatif olmak üzere üç boyutu bulunmaktadır. Aşağıda detaylı olarak örgütsel bağlılığın boyutlarından bahsedilmektedir.

Örgütsel bağlılığın ilk boyutu, çalışanın örgüte olan duygusal bağlılığıdır. Duygusal bağlılık, "Çalışanın örgütle, özdeşleşmesi ve örgüte katılımı düzeyi" dir. Duygusal olarak bir organizasyona bağlı olan örgütsel üyeler, istedikleri için örgüt için çalışmaya devam ederler (Meyer ve Allen, 1991).

Duygusal bağlılık, örgüte karşı olumlu duygular içeren işle ilgili bir tutumdur. Bu tür bir tutumun "Kişinin kimliğini örgüte bağlayan veya ekleyen örgüte yönelik bir yönelim" olduğunu savunur (Mowday ve diğerleri, 1982; Akt.: Sökmen ve Şimşek, 2016).

Duygusal bağlılık gelişimi, özdeşleşme ve içselleştirmeyi içerir. Bireylerin organizasyonlarına duygusal bağlılıkları öncelikle bir organizasyonla ödüllendirici bir ilişki kurma arzusuyla özdeşleşmeye dayanır. Duygusal bağlılık, bir bireyin örgütle ne kadar özdeşleştiği ile ilgilidir (Allen ve Meyer, 1990).

Üç boyutlu örgütsel bağlılık modelinin ikinci boyutu, Meyer ve Allen (1997:11) devamlılık bağlılığı "organizasyondan ayrılma ile ilgili sonuçların farkında olma" olarak tanımlamaktadır. Bireyin mevcut organizasyondan ayrılma ile ilgili maliyetleri ve riskleri algılaması veya tartması nedeniyle hesaplayıcıdır (Meyer ve Allen, 1997). Bu, süreklilik ve duygusal bağlılık arasındaki farkı gösterir. İkincisi, bireylerin istedikleri için organizasyonda kalmalarını gerektirir. Devamlılık bağlılığı, bireyin organizasyonla olan ilişkisinin kazanılan ekonomik faydaların bir değerlendirmesine dayandığı organizasyona araçsal bir bağlılık olarak kabul edilebilir (Becker, 2000). Örgüt üyeleri, kuruluşun hedef ve değerleriyle özdeşleşmeden kişisel çıkar ve pazarlıkla elde ettiği dışsal ödüller nedeniyle kuruluşa

bağlılığıdır. Örgütsel bağlılık modelinin üçüncü boyutu normatif bağlılıktır. Normatif bağlılık çalışanın "İşe devam etme sorumluluğu hissidir" olarak tanımlamaktadır. Özdeşleştirilmiş normatif görev, inançlar sebebiyle çalışanın örgüte üyeliğini sürdürmek zorunda bırakıldığı bağlılıktır. Ailesel, çevresel ve inançsal değerler bu bağlılıkta rol oynar. Normatif bağlılığı olan çalışanlar, organizasyonda kalmaları gerektiğini hissederler (Meyer ve Allen, 1997:11) Örgütte kalmayı ahlaki bir zorunluluk olarak gören normatif bağlılık bireyin kişisel değerlerini yansıtmaktadır. Normatif bağlılığı yüksek olan çalışanlar örgüt içinde kalmayı ahlaki bir durum olarak algıladıkları için örgüt içinde ayrılmazlar (Meyer ve Allen, 1991) Meyer ve Allen (1991:88) "Bu ahlaki zorunluluğun ya toplum içinde ya da örgüt içinde sosyalleşme sürecinden kaynaklandığını" öne sürmektedir. Her iki durumda da, bir karşılıklılık normuna dayanır, diğer bir deyişle, çalışan bir fayda elde ederse, kendisini veya kuruluşu nezaketle karşılık verme ahlaki yükümlülüğü altına sokar.

1.2 İş Tatmini Kavramı, Tanımı

İş tatmini, örgütsel davranışın önemli üzerine çalışmalar yapılmış çok boyuta sahip bir kavramdır. İş tatmini Hawthorne (1920) insan ilişkileri çalışmaları sonucudur. İş tatmini, endüstri ile ilgili ve örgütsel psikoloji ve meslek sosyolojisinde üzerinde en çok durulan kavramlardan biridir (Mulinge, 2000). Davis ve Newstronx'a göre, "İş tatmini, çalışanların işlerini gördükleri pozitif veya negatif duygular bütünüdür."

İş tatmini, basitçe bir çalışanın işine karşı olumlu ya da olumsuz tutumu olarak tanımlanmıştır (Ucar ve Ötken, 2010). İş tatmini, bir çalışanın işi hakkında sahip olduğu hislerle ilgilidir. Bu tür örgütsel davranış araştırmaları, işlerinde yüksek memnuniyet ifade eden bireylerin, daha az tatmin olan çalışanlara göre daha üretken, daha fazla katılım ve istifa etme olasılıklarının daha düşük olduğunu ortaya koymuştur (Qasim ve Syed, 2012).

İş tatmini, bilimsel araştırmalarda yaygın olarak kullanılmış ve incelenmiştir. Aslında, iş tatmininin temsil edildiğine dair nihai bir tanımdan bahsedilemez. Bir bağlamda, iş tatmininin aslında ne olduğu ve çalışanların tatminini nasıl değerlendirileceği konusunda fikrinsel eksiklik vardır. İş tatmini tanımından önce evrensel insan etkinliği çalışmanın doğası ve önemi bir bağlamda iyi düşünülmelidir. Mullins (2002), iş tatmininin karmaşık ve çok boyutlu bir kavram olduğunu ve farklı insanlar için farklı şeyler ifade edebileceğini ileri sürmüştür (Akt: Uçar ve Ötken, 2010).

1.3 Örgütsel Bağlılık ve İş Tatmini Arasındaki İlişki

Örgütsel bağlılığın bazı araştırma sonuçlarında iş tatmininin bir nedeni olabileceği bazı çalışmalarda ise iş tatmininin sonucu olabileceğine ilişkin bulgular olmaktadır. Çoğu çalışmalarda nedensellikte başlayan güçlü ilişki bulunan çalışmaların sayısı oldukça fazladır. Son yıllarda örgüte bağlılık ve iş doyumunu birbirinin tamamlayıcısı olarak ele alınıp değerlendirilebilmektedir. Örgütsel bağlılığın özü örgütten ayrılabilme koşulları ve çalışanı örgüte bağlayan tercihler arasında bir seçim unsurudur. Tatmin ise iş algısının bir sonucudur ve işle ilgili tecrübeyle inanç konusu bu iki tutumu birbirinden ayırabilir (Bilgiç, 2017).

İş tatmini ve örgütsel bağlılık arasında var olan ilişkiyi açıklayan çeşitli çalışmalar yapılmıştır. Aydoğdu ve Aşıkil (2011) tarafından hizmet ve üretim sektöründe çalışanlar üzerinde yapılan bir çalışmada sonuçlar duygusal ve normatif devam bağlılık ile iş doyumunu arasında anlamlı bir ilişki olduğunu göstermiştir. Hoş ve Oksay (2015) yaptıkları çalışmada iç ve dış tatmin boyutlarının örgütsel bağlılıkla önemli bir şekilde ilişkide olduğu ve bu ilişkinin pozitif ve anlamlı olduğu görülmüştür. Sökmen ve Kenek (2019) örgütsel bağlılık, iş tatmini ve özgecilik ilişkisi çalışmalarında örgütsel bağlılığın, özgeci davranışa etkisinde iş tatmininin kısmi aracı etkisinin olduğu görülmektedir. Aghdasi vd., (2011) duygusal zeka ve örgütsel bağlılık ilişkilerinde örgütsel stres ve iş tatminin aracı rolü çalışmalarında iş tatminin örgütsel bağlılık üzerinde olumlu etkisinin olduğu ayrıca iş tatmininin örgütsel bağlılık ve mesleki stres arasında aracı ilişkisi olduğu tespit edilmiştir. Yücel ve Bektaş (2012) iş tatmini, örgütsel bağlılık ve demografik özelliklerin öğretmenler üzerindeki ilişkisinin incelendiği çalışmada örgütsel bağlılığın iş tatminine pozitif etkisi olduğu tespit edilmiştir. Güteryüz vd., (2008) duygusal zeka ve örgütsel bağlılık arasında iş tatmininin aracılık etkisinin araştırıldığı çalışmada iş tatmini ve duygusal zekanın pozitif ilişkili olduğu tespit edilmiştir.

2. Uygulama

2.1 Araştırmanın Amacı

Elazığ Belediyesi bünyesinde faaliyet gösteren İtfaiye Müdürlüğünde çalışanların örgütsel bağlılık düzeylerinin iş tatmin düzeylerine etkisinin araştırılması amaçlanmıştır. Araştırma sorusu “Örgütsel bağlılığın iş tatminine etkisi var mı? Bu soruya paralel alt sorulara da cevap aranmıştır. Örgütsel bağlılığın alt boyutlarından olan duygusal, normatif ve devam bağlılığının iş tatminine etkisi araştırılmaktadır.

2.2 Araştırmanın Önemi

Çalışanların örgütsel bağlılığı hem çalışanlara hem de örgütlere birçok yönden fayda sağlar. Örgütsel bağlılığa sahip çalışanlar işlerini daha titiz ve özverili bir şekilde yapmaya başlarlar. Üstleri tarafından takdir edilen ve ödüllendirilen çalışanlar, diğer çalışanlara örnek olmaya başlamakta ve bu nedenle işletmedeki çalışanlar ve yöneticiler genellikle koordineli bir çalışma göstermekte ve işletmeyi sektörde ön plana çıkarmaktadır. Bu çalışmanın amacı, örgütsel bağlılığın iş tatminine etkisinin belirlenmesidir.

2.3 Araştırmanın Yöntemi

Araştırma, nicel yönelimli bir araştırma şeklinde olacaktır. Nicel araştırmalar, sayısal veriler kullanılarak genellenebilir sonuçlar üretmeyi amaçlayan çalışmalardır. Anket ve deney, nicel araştırmaların temel veri toplama teknikleridir. Genelleme ön planda olduğu için çok büyük örneklerle yapılandırılmış veri toplama araçları kullanılmaktadır (Gürbüz ve Şahin, 2018: 105).

Araştırmanın modeli nedensel taramadır. Kişilerin bazı konularda var olan inanç, davranış, görüş, istek ve özelliklerini belirlemek amacıyla yapılan bir araştırmadır. Anketlerin içeriği araştırmacılara ve araştırmanın amaçlarına göre belirlenir.

2.4 Verilerin Analizi ve Değerlendirilmesi

Temel hipotezin test edilmesinde regresyon analizi yapılmıştır. Bu analizler SPSS 22.0 paket programları kullanılarak gerçekleştirilmiştir.

2.5 Evren ve Örneklem

Elazığ belediyesi İtfaiye Müdürlüğü'nde çalışanların örgütsel bağlılık ve iş tatmini ilişkisinin incelenmesi için gerekli olan veriler, Elazığ Belediyesinden gerekli yasal izinlerin alınması ile itfaiye müdürlüğünden elde edilmiştir. 25 Memur, 20 İşçi, 71 Belediye Şirket Çalışmanı oluşan toplam 116 çalışan bulunmaktadır.

Tablo 1. Evrenin Unvanlara Göre Dağılımı ve Büyüklüğü

| Statü | Sayısı |
|------------------------|------------|
| Memur | 25 |
| İşçi | 20 |
| Belediye şirket işçisi | 71 |
| Toplam | 116 |

$$n = \frac{N \cdot t^2 \cdot p \cdot q}{((N - 1) \cdot d^2) + (t^2 \cdot p \cdot q)}$$

N = evren sayısı 116

t = güven aralığı % 95 ve serbestlik derecesi ∞ olduğunda teorik t değeri 1,96

($\alpha = 0.05, 0.01, 0.001$ için 1.96, 2.58 ve 3.28 değerleri)

p = 0,5

q = 0,5

d = 0,05

n = 87

Evren büyüklüğü 116 olarak alındığında örneklem büyüklüğü (n) aşağıdaki formüle göre en az 87 olmalıdır. Örnek olarak çalışmamızın % 82' sine (%95) ulaşılmıştır. Bu büyüklükte bir örneklem büyüklüğünün evreni temsil etme gücüne sahip olacağı söylenebilir.

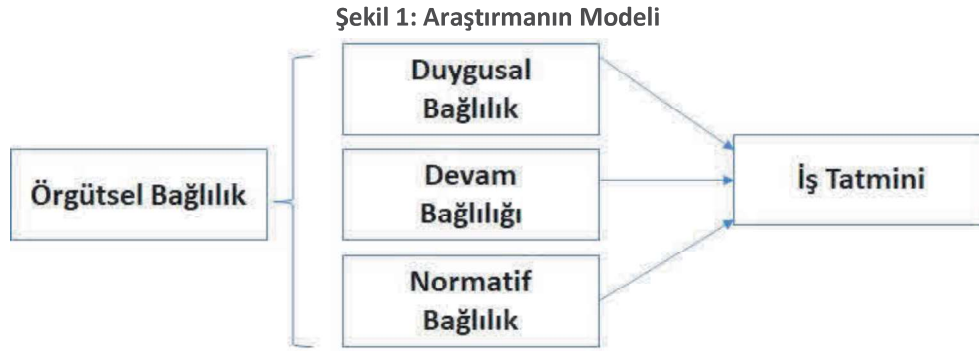
2.6 Araştırmanın Veri Toplama Yöntemleri

Araştırmadaki veriler anket tekniği kullanılarak elde edilmiştir. Araştırmaya katılan kişilerin belirli bir konu ile ilgili düşünme, tutum ve davranışlarını elde etmelerini sağlar. Araştırmadaki katılımcılar ankette yer alan soruları kişisel değerlendirme durumlarına göre cevaplarlar. Bu nedenle anketler, bireylerin kendilerini değerlendirmek amacı ile kullanabilecekleri veri sağlama yöntemidir (Gürbüz ve Şahin, 2018).

Minnesota iş tatmin ölçeği, çalışanların iş tatmin düzeylerinin belirlenmesi amacıyla Weiss ve arkadaşları tarafından geliştirilmiştir. Baycan (1985) tarafından Türkçeye uyarlanmıştır. 25 maddeden oluşan Minnesota iş tatmin ölçeği, 5'li Likert tipi derecelendirme ölçeğine göre düzenlenmiştir. Söz konusu çalışmada Cronbach alfa değeri 0.94 ve açıklanan varyans % 65' dir. Örgütsel bağlılık ölçeği, çalışanların örgüte bağlılıklarını belirlemek amacıyla, Allen ve Mayer (1990) tarafından geliştirilmiştir. 5'li Likert tipinde hazırlanmıştır. Söz konusu çalışmada Cronbach alfa değeri 0.94 ve açıklanan varyans % 65' dir.

2.7 Araştırmanın Modeli

Model, doğrudan gözlenilemeyen fenomenlerin anlaşılmasını basitleştirmede kullanılan analitik bir çerçevedir. Model ile değişkenler arasındaki ilişkilerin örüntüleri anlaşılır hale gelmektedir (Gürbüz ve Şahin, 2018) Literatür taraması ile elde edilen sonuca göre bu araştırmanın modeli aşağıdaki gibi çizilebilir.



H1: Örgütsel bağlılığın iş tatmini üzerinde anlamlı bir etkisi vardır.

H1a: Örgütsel bağlılığın alt boyutlarından duygusal bağlılığın iş tatmini üzerinde anlamlı etkisi vardır.

H1b: Örgütsel bağlılığın alt boyutlarından devam bağlılığın iş tatmini üzerinde anlamlı etkisi vardır

H1c: Örgütsel bağlılığın alt boyutlarından normatif bağlılığın iş tatmini üzerinde anlamlı etkisi vardır

3. BULGULAR

Aşağıdaki tabloda araştırmaya katılan itfaiye çalışanlarına yönelik demografik bulgulara yer verilmiştir.

Tablo 2. Katılımcılara Ait Demografik Özellikler

| | | Sayı (N) | % |
|-------------------------|-----------|----------|-------|
| Yaşınız | 20-30 yaş | 12 | 13,2 |
| | 31-40 yaş | 30 | 33,0 |
| | 41-50 yaş | 29 | 31,9 |
| | 51-60 yaş | 18 | 19,8 |
| | 61-+ yaş | 2 | 2,2 |
| | Total | 91 | 100,0 |
| Cinsiyet | Erkek | 91 | 100,0 |
| Medeni Durumunuz | Evli | 83 | 91,2 |
| | Bekar | 8 | 8,8 |
| | Total | 91 | 100,0 |
| Eğitim Durumu | Lisans | 4 | 4,4 |
| | Önlisans | 12 | 13,2 |
| | Lise | 42 | 46,2 |
| | Ortaokul | 25 | 27,5 |
| | İlkokul | 8 | 8,8 |
| | Total | 91 | 100,0 |
| İş Tecrübeniz | 1-5 yıl | 16 | 17,6 |
| | 6-10 yıl | 17 | 18,7 |

| | | | |
|------------------|-------------|----|-------|
| | 11-20 yıl | 41 | 45,1 |
| | 21-+ yıl | 17 | 18,7 |
| | Total | 91 | 100,0 |
| Göreviniz | İtf. Amiri | 2 | 2,2 |
| | İtfaiye eri | 45 | 49,5 |
| | Şöfor | 27 | 29,7 |
| | Md. Yard. | 2 | 2,2 |
| | İşçi | 3 | 3,3 |
| | İtf. Çvş | 7 | 7,7 |
| | Santral | 3 | 3,3 |
| | İdari işler | 1 | 1,1 |
| | Tekniker | 1 | 1,1 |
| | Total | 91 | 100,0 |

Tablo 2'ye göre katılımcıların % 13,2 (12)'lik kısmı 20-30 yaş aralığında, %33,0 (30)' lik kısmı 31-40 yaş aralığında, %31,9(29)'lük kısmı ise 41-50 yaş aralığında %19,8(51-6) yaş aralığındadır. Araştırmaya katılanların %1 00 (91)'ü Erkeklerden oluşturmaktadır. Araştırmaya katılanların % 91,2 (83)'si evli, %8,8 (8)'si bekarlardan oluşmuştur. Araştırmaya katılanların görevleri incelendiğinde % 36,1 (45)'i itfaiye eri, %29,7 (27)'si şöför, %7,7(7)'si İtfaiye çavuşu, 2 itfaiye amiri, 2 Müdür yardımcısı, 8'i ise diğer görev yapan katılımcılardan oluşmuştur. Araştırmaya katılanların % 46,2 (42)'si lise, %27,5(25)'i Ortaokul, %13,2 (12)'si önlisans, %4,4 (4)'ü lisans eğitim düzeyine sahiptir. Araştırmaya katılanların % 17,6 (16)'si 1-5 yıl, %18,7(17)'si 6-10 yıl, %45,1(41)'i 11-20 yıl, %18,7 (17)'si 21- + yıl iş tecrübesine sahip olduğu görülmüştür.

Tablo 3. Örgütsel Bağlılık Ölçeği

| | Faktör Yüklü | | | Açık Vary. | Cronb Alpha |
|--|--------------|------|---|------------|-------------|
| | 1 | 2 | 3 | | |
| S1 Kariyerimin geri kalanını bu örgütte geçirmekten mutlu olurum. | ,781 | | | | |
| S2 Örgütümün problemlerini kendi problemlerim gibi hissediyorum. | ,852 | | | | |
| S3 Duygusal olarak kendimi bu örgüte ait hissediyorum. | ,892 | | | | |
| S4 Örgütüme karşı güçlü bir bağlılık hissediyorum. | ,884 | | | 51,702 | ,965 |
| S5 Örgütümde kendimi "ailenin bir parçası" gibi hissediyorum. | ,865 | | | | |
| S6 Örgütümün benim için kişisel anlamı büyüktür. | ,863 | | | | |
| S7 Örgütümden söz etmekten çok hoşlanıyorum. | ,809 | | | | |
| S8 Örgütümden başka bir kuruma bağlanabileceğimi sanmıyorum. | ,792 | | | | |
| S9 Benim için bu örgütte kalmak; bir istek olduğu kadar bir ihtiyaçtır da. | | ,842 | | | |
| S10 İstesem bile şu anda örgütümden ayrılmak benim için çok zor olurdu. | | ,856 | | | |

| | | | | |
|--|--|------|---------------|--------------|
| S11 | Şu anda bu örgütten ayrılısam hayatım büyük ölçüde altüst olurdu. | ,777 | | |
| S12 | Şu anda bu örgütten ayrılmayacak kadar az bir seçeneğim olduğunu düşünüyorum | ,453 | 9,339 | ,913 |
| S13 | Örgütüme kendime ait bazı şeyler katmamış olsaydım, başka bir örgütte çalışmayı düşünme durumum olurdu | ,518 | | |
| S14 | Bu örgütten ayrılmanın olumsuz sonuçlarından biri, alternatiflerin az oluşudur. | ,524 | | |
| S15 | Örgütümden ayrılmamın maliyeti çok yüksek olurdu. | ,555 | | |
| S16 | Sık örgüt değiştirilmesini uygun bulmuyorum. | ,710 | | |
| S17 | Benim için avantajlı olsa bile, bu örgütü terk etmenin doğru olacağını sanmıyorum. | ,815 | | |
| S18 | Şu anda bu örgütten ayrılamam, çünkü diğer çalışanlara karşı sorumluluk hissediyorum. | ,701 | | |
| S19 | Bu örgüte çok şey borçluyum. | ,755 | 4,288 | ,927 |
| S20 | Bu örgütten şimdi ayrılısam, kendimi suçlu hissedirdim. | ,806 | | |
| S21 | Daha iyi bir teklif alsam da bu örgütten ayrılamam. | ,799 | | |
| S22 | Tek bir örgütte çalışmayı tercih ederim. | ,812 | | |
| S23 | Örgütte kalmayı etik olarak zorunlu görüyorum. | ,740 | | |
| Ölçek | | | 65,329 | 0,945 |
| KMO = 0,898 Df = 253 App. Chi Square = 2445,0 P = 0,000 | | | | |

1: Duygusal 2: Devamlılık 3: Normatif

Tablo 3'de örgütsel bağlılık ölçeğinin açımlayıcı faktör analizi sonuçlarında 0.30 ve üzeri faktör yükü kriter olarak alınmıştır. Çalışmada en düşük madde faktör yükünün .453 ile en yüksek faktör yükünün 0.892 arasında bulunması maddelerin istenilen faktör yüküne sahip olduğunu göstermektedir. 1. boyut "duygusal", 2. boyut "devam" ve 3. boyut "normatif" olarak adlandırılmıştır. Duygusal boyut, faktör yükleri 0.781 ile 0.892 arasında değişen 8 maddeden oluşmakta ve toplam varyansın %51.70'ini açıklamaktadır; Süreklilik boyutu, faktör yükleri 0.453 ile 0.856 arasında değişen 8 maddeden oluşmakta ve toplam varyansın %9.36'sını açıklamaktadır; Normatif boyut, faktör yükleri 0.701 ile 0.815 arasında değişen 7 maddeden oluşmakta ve toplam varyansın % 4.28' ini açıklamaktadır. Toplam varyansın % 65.32'sini üç faktör açıklamaktadır.

Örgütsel bağlılık ölçeği (KMO: 0.898, Bartlett'in Küresellik Testi: 2445.0, p=0.000) için yapılan analiz sonucunda bulunan değerlerin açımlayıcı faktör analizine uygun olduğu görülmektedir. Örgütsel bağlılık güvenilirlik analizinde duygusal boyut 0,965; süreklilik boyutu 0.913; normatif boyutun 0.927 değeri ile oldukça güvenilir olduğu bulunmuştur. Örgütsel bağlılık ölçeği güvenilirlik analizinde 0,945 ile yeterli ve güvenilir bulunmuştur.

Tablo 4. İş Tatmin Ölçeği

| | İş Tatmini Maddeleri | Faktör yükü |
|-----|---|--------------------|
| S11 | Çalışanların bulaşıcı ve mesleki hastalıklar gibi hayati sorunlarına duyarlılık gösterilir. | ,647 |
| S12 | Yönetimin verdiği emirler açık, sade ve rasyoneldir. | ,630 |
| S13 | Yöneticilerin yönetim tarzı benim için uygundur | ,684 |
| S14 | Yönetim Rasyoneldir. | ,678 |
| S15 | Yöneticilerin yönetim tarzını uygun görüyorum | ,801 |
| S16 | Yöneticilerime güvenim vardır | ,833 |
| S17 | Yöneticiler işgörenlerine destek olurlar | ,824 |
| S18 | İşyerimde yöneticiler genelde sevilir. | ,851 |
| S5 | İşyerimde yapılan olumlu işler takdir edilmektedir. | ,627 |
| S9 | İşim ilginçtir. | ,804 |
| S19 | Çalışma arkadaşlarım ekip çalışmasını sever. | ,623 |
| S20 | Yaptığım iş saygınlık bakımından yüksektir. | ,828 |
| S6 | İşimin kişisel gelişim durumuna katkı sağlar. | ,775 |
| S7 | İşimde yaratıcılık kullanma durumum vardır. | ,745 |
| S8 | İşim beklentilerimi karşılar. | ,515 |
| S21 | Örgütümde terfi ve kariyer olanakları vardır | ,707 |
| S22 | Örgütüme karşı pozitif tutum içindeyim. | ,684 |
| S24 | İşimi kaybetme endişesi taşımamaktayım. | ,493 |
| S1 | Örgütümün ulaşım, yemek gibi sosyal olanakları yeter ölçüde vardır. | ,888 |
| S2 | Örgütümün bina, araç-gereç, aydınlatma, ısıtma gibi fiziksel çalışma ortamı yeterlidir. | ,764 |
| S3 | Çalışanların zevk ve izin alabilme gibi yasal haklarına karşı duyarlılık vardır. | ,414 |
| S4 | İşyerimde çalışanlara değer verilir. | ,601 |
| S10 | İşyerimde işgörenler arasında iş yükü adil bir biçimde dağıtılmıştır. | ,863 |
| S25 | İşimle ilgili her türlü problemin üstüme aktarımı olmaktadır | ,782 |
| | Açıklanan Varyans | 65,329 |
| | İç tutarlılık (Cronb Alpha) | 0,945 |
| | KMO = 0,881 Df = 276 App. Chi Square = 2016 P = 0,000 | |

İş tatmini ölçeğinin açımlayıcı faktör analizi sonuçlarında faktör yükü 0.30 ve üzeri ölçüt olarak alınmıştır. Bu nedenle 23. madde çıkarıldı. Ayrıca çalışmada en düşük madde faktör yükünün 0.414 ile en yüksek faktör yükünün 0.888 arasında bulunması maddelerin istenilen faktör yüküne sahip olduğunu göstermekte ve toplam varyansın % 65.32'sini açıklamaktadır. İş tatmin ölçeği (KMO: 0.881, Bartlett's Sphericity Testi: 2016.0, p=0.000) için yapılan analiz sonucunda bulunan değerlerin açımlayıcı faktör analizine uygun olduğu görülmektedir. İş tatmini ölçeği güvenilirlik analizinde 0,945 ile yeterli ve güvenilir bulunmuştur.

Tablo 5. İş Tatmini İle Örgütsel Bağlılık Korelasyon Analizi

| | | Örgütsel bağlılık | Duygusal bağlılık | Devam bağlılığı | Normatif bağlılık |
|-------------------|---|----------------------|----------------------|--------------------|----------------------|
| İş Tatmini | R | ,233* | ,365** | ,036 | ,089 |
| | P | ,028 | ,000 | ,735 | ,408 |
| | N | 89 | 89 | 89 | 89 |

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

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

İş tatmini ile örgütsel bağlılık (r: 0.233, p<0.05), örgütsel bağlılık alt boyutlarından duygusal bağlılık (r: 0.365, p < 0.05) ve devam bağlılığı (r: 0,036, p<0.05) arasında pozitif yönlü anlamlı ilişki vardır.

Tablo 6. Örgütsel Bağlılığın İş Tatminine Etkisi

| | Değişken | B | Standart Hata B | β | t | p |
|---|---|--------|--------------------|---------|-------|------|
| Model | Sabit | 54,620 | 11,759 | | 4,641 | ,000 |
| | X (Örgütsel bağlılık) | 0,414 | ,122 | ,338 | 3,385 | ,001 |
| | R = 0,338 R² = 0,114 F (1, 89) = 11,457 p = 0,001 | | | | | |
| Y (iş tatmin) = 54,620 + 0,414*X | | | | | | |

Tablo 6'da görülen regresyon modeline göre örgütsel bağlılık iş tatminini pozitif yönde ($\beta=0.414$) ve istatistiki açıdan anlamlı (p=0.001) bir biçimde etkilediği görülmektedir. Düzeltilmiş **R²** değeri incelendiğinde çalışan sessizliğindeki her bir değişim işyerinde dışlanma algısındaki her bir değişimin % 11'ini açıklamaktadır. Buna göre H1 hipotezi kabul edilmiştir.

Tablo 7. Örgütsel Bağlılığın Alt Boyutlarının İş Tatminine Etkisi

| | Değişken | B | Standart Hata B | β | t | p |
|--|--|--------|--------------------|---------|-------|------|
| Model | Sabit | 56,532 | 9,078 | | 6,227 | ,000 |
| | (Duygusal bağlılık) X₁ | 0,749 | 0,211 | 0,367 | 3,547 | ,001 |
| | (Devam bağlılığı) X₂ | 0,430 | 0,185 | 0,179 | 1,582 | ,046 |
| | (Normatif bağlılık) X₃ | -0,036 | 0,225 | -0,016 | -,160 | ,873 |
| R = 0,449 R² = 0,202 F (3, 87) = 7,328 p = 0,000 | | | | | | |
| Y (iş tatmin) = 56,532 + 0,749X₁ + 0,430X₂ - 0,036X₃ | | | | | | |

X₁: Duygusal bağlılık **X₂:** Devam bağlılığı **X₃:** Normatif bağlılık

Tablo 7'de görülen çoklu regresyon modeline göre örgütsel bağlılık boyutlarından duygusal bağlılık ve devam bağlılığının iş tatminine pozitif etkisi vardır (p< 0.05) Normatif bağlılık boyutunun iş tatmini üzerinde etkisi bulunmamıştır (p>0.05). Örgütsel bağlılık boyutlarından oluşan bu çoklu modelde örgütsel bağlılığın iş memnuniyetini % 20, 2 (R²= 0.202) artırdığı görülmektedir (p<0.05). Buna göre H1a ve H1b kabul edildi. H1c reddedildi.

SONUÇ

Örgütsel bağlılık üzerine yapılan araştırmalar, örgütsel bağlılığın bir bireyin organizasyonla ilişkilendirilmesi yoluyla gelişen spontane, organik bir süreç olduğunu göstermiştir (Allen ve Meyer, 1990). Çalışanlar, örgütün kendilerini güvende ve desteklenmiş hissetme konusundaki psikolojik ihtiyaçlarını desteklediğini hissettiklerinde işlerine yatırım yapmaya daha istekli olmaktadır. İşine kendini adanmış çalışanlar aynı zamanda daha büyük bir iş tatmini hissine sahip olmaktadır ve bu da bağlılığın bir göstergesi olabilmektedir (Tuna vd., 2011).

Tuna vd. (2016), bir bireyin bir organizasyonla ne kadar güçlü bir şekilde özdeşleştiğinin bireyin örgütsel bağlılığın bir yordayıcısı olduğunu belirtmiştir. Kendini işine adanmış çalışanlar, örgütsel amaç ve hedeflerin ilerlemesine yardımcı amaç duygusu oluştururlar. Bu araştırmacılar, örgütsel bağlılığı sosyal kimlik teorisine bağlamaktadırlar. Bu teori, kuruluşun dış imajıyla veya algılanan dış prestijiyyle bütünsel bir ilişkidir ve olumlu anlamda bakılır. Dolayısıyla bu bağlantı, çalışanların bir organizasyonla güçlü özdeşleşmelerinde ve bağlılıklarında ayrılmaz bir rol oynar (Demir, 2011). İş tatmini, çalışanları daha fazla motive etmek için kullanılan tekniktir. İş tatmini, basitçe bir çalışanın işine karşı olumlu ya da olumsuz tutumu olarak tanımlanmıştır (Uçar ve Ötken, 2010) Çalışmada çıkan sonuçlarda normatif bağlılık ile iş tatmini arasında anlamlı ilişki bulunamamıştır. Buna karşılık duygusal ve devam bağlılığı boyutları ile iş tatmini arasında anlamlı ilişkiler bulunmaktadır. Literatürde birçok çalışma bunu destekler niteliktedir. Usufli (2020), çalışmasında örgütsel bağlılığın toplam boyutu ile iş tatmini arasında orta düzeyde pozitif bir ilişki bulunmuştur. Saylan (2019), çalışmasında genel memnuniyet ile örgütsel bağlılığın istatistiksel olarak anlamlı bulunduğu görülmüştür. Bir bağlamda İtfaiye çalışanlarının örgütsel bağlılık düzeylerinin artırılmasının iş tatminleri üzerinde etkisinin olacağı açıktır. İtfaiye çalışanlarının iş tatmin düzeylerinin artması örgütlerine olan duygusal ve devam bağlılıklarının artırılması yoluyla oluşabileceği söylenebilir. Özellikle itfaiye çalışanlarının iş alternatiflerinin düşük olması devam bağlılığını artırdığı ve itfaiyeciliğin emek ve özveri isteyen bir meslek olmasının duygusal bağlılığı etkileyen önemli bir faktör olduğu söylenebilir.

Bundan sonraki çalışmalarda örgütsel bağlılık ve iş tatminini etkileyen stres faktörü de ele alınıp değerlendirilerek farklı çalışmalar yapılabilir.

KAYNAKÇA

- Allen, N. J. & Meyer, J. P. (1990). The measurement and antecedents of affective, continuance, and normative commitment to the organization, *Journal of Occupational Psychology*, 63(6), 1-18.
- Aghdasi, S., Kiamanesh, A. R., Naveh Ebrahim, A (2011), Motional intelligence and organizational commitment: Testing the mediatory role of occupational stress and job satisfaction, *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 1965 – 1976.
- Aydoğdu, S. & Aşıkil, B. (2011). An Empirical study of the relationship Among Job satisfaction, Organizational Commitment and turnover intention, *International Review of Management and Marketing*, 1 (3), 43-53.
- Becker, H. S. (1960). Notes on the concept of commitment, *American Journal of Sociology*, 66 (1):32-40.
- Baycan, F.A. (1985). An analysis of the several aspects of job satisfaction between different occupational groups, Yayımlanmamış yüksek lisans tezi, Boğaziçi Üniversitesi , İstanbul.
- Bilgiç, H. F. (2017). Örgütsel bağlılık- iş tatmini ilişkisi, *Bitlis Eren Üniversitesi Akademik İzdüşüm Dergisi*, 2(3).
- Cohen, A. (2007). Commitment before and after: An evaluation and reconceptualization of organizational commitment, *Human Resource Management Review*, 17 (3):336-354.
- Demir, M. (2011). Effects of organizational justice, trust and commitment on employees deviant behavior, *Anatolia-An International Journal of Tourism and Hospitality Research*, 22 (2):204-221.
- Güleyüz, G., Güney, S., Miski Aydın, E., Aşan, Ö. (2008). The mediating effect of job satisfaction between emotional intelligence and organisational commitment of nurses: A questionnaire survey, *International Journal of Nursing Studies*, 45 (11):1625-1635.
- Günlük, M. & Özer, G. ve Özcan, M. (2013). İş memnuniyetinin muhasebecilerin örgütsel bağlılık ve işten ayrılma eğilimleri üzerindeki etkisi, *Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi*, 9 (20), 55-74.
- Gürbüz, S., Şahin, F., (2018). Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri (Felsefe-Yöntem-Analiz), Seçkin Yayıncılık, Ankara.
- Hoş, C., Oksay, A. (2015). Hemşirelerde örgütsel bağlılık ile iş tatmini arasındaki ilişki, *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 20 (4),1-24.
- Meyer, J. P., & Allen, N. (1997). *Commitment in the workplace: Theory, research and application*. London, England.
- Meyer, J. P., & Allen, N. J. (1991). A three-component conceptualization of organizational commitment. *Human Resource Management Review*, 1(1):61-89.
- Mulinge, M., M. (2000). Toward an explanation of cross-sector differences in job satisfaction and organizational attachment among agricultural technicians in Kenya, *African Sociological Review/Revue Africaine de Sociologie*, 4 (1):54-73.
- O'Reilly, C. (1989). Corporations, culture, and commitment: Motivation and social control in organizations, *California Management Review*, 31(4):9-25.
- Qasim, S., & Sayeed, F. C. (2012). Exploring factors affecting employees job satisfaction at work, *Journal of Management and Social Sciences*, 8(1):31-39.
- Saylan, T. (2019). Örgütsel bağlılık ile iş doyumunu arasındaki ilişki: Elazığ İl Özel İdaresi Örneği, Yayımlanmamış yüksek lisans tezi, Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Elazığ.
- Somuncu, F. (2008). Örgütsel bağlılık ve örgütsel bağlılığı geliştirme araçları: Özel bir hizmet işletmesinde araştırma, Yayımlanmamış yüksek lisans tezi, Anadolu Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eskişehir.
- Sökmen, A., Kenek, G. (2019). Örgütsel bağlılık, iş tatmini ve özgecilik ilişkisi: Bir kamu kurumunda araştırma, *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 11 (4), 3120-3130.

Sökmen, A., ve Şimşek, T. (2016). Örgütsel bağlılık, örgütle özdeşleşme, stres ve işten ayrılma niyeti ilişkisi: Bir kamu kurumunda araştırma, Gazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi ,18(3):606-620.

Tuna, M., Ghazzawi, I., Tuna, A.A., Çatır, O. (2011). Perceived external prestige and organizational deviance: The case of Turkey's hospitality industry, Forthcoming in the International Journal of Contemporary Hospitality Management (IJCHM), 76: 10-25.

Uçar, D., & Ötken, A. B. (2010). Perceived organizational support and organizational commitment: The mediating role of organization-based self-esteem, Dokuz Eylül Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, 25 (2): 85-105.

Uşflu, O. (2020). Beden eğitimi ve spor öğretmenlerinin örgütsel destek algıları ile örgütsel bağlılık ve iş doyumu düzeyleri arasındaki ilişkinin incelenmesi (Kayseri ili örneği), Yayımlanmamış yüksek lisans tezi, Erciyes Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü, Kayseri.

Yücel, İ., Bektaş, Ç. (2012). Job satisfaction, organizational commitment and demographic characteristics among teachers in Turkey: Younger is better, Procedia- Social and Behavioral Sciences 46 (2012): 1598 – 1608.

SOCIAL LOAFING; CAUSES, PREVENTION STRATEGIES AND ANALYSIS OF SOCIAL LOAFING IN AUDIT FIRMS

Hasan YALÇIN¹

ABSTRACT

Social loafing refers to the tendency of individuals to exert less effort when working in a group than when working individually. This phenomenon can stem from various factors, including diffusion of responsibility, lack of accountability, and low motivation. In audit firms, social loafing can hurt audit quality and the reliability of audit reports. This affects not only the audit firm itself but also all stakeholders who rely on the audit reports. For this reason, audit firms must address social loafing and implement preventive measures. In order to address social loafing, it is essential to understand its root causes and take steps to prevent it. Organizations and group leaders can employ various methods to prevent social loafing. One key prevention strategy is to promote individual accountability. Defining and assigning specific duties and obligations to every team member is crucial to accomplish this goal. Another important prevention strategy is to foster a sense of ownership and pride in the group's work. When individuals feel connected to the group's goals and accomplishments, they are more motivated to exert effort and contribute their best work. Effective communication and collaboration are also crucial in preventing social loafing. When group members have open and transparent communication channels, they are more likely to actively engage and feel relevant and motivated to participate in group activities.

Keywords: Social Loafing, Accountability, Audit Firm

JEL Cods: M40,M41,M49

SOSYAL KAYTARMA ; NEDENLERİ, ÖNLEME STRATEJİLERİ VE DENETİM ŞİRKETLERİNDE SOSYAL KAYTARMANIN ANALİZİ

ÖZET

Sosyal kaytarma, bireylerin bir grup içinde çalışırken bireysel olarak çalıştıklarından daha az çaba gösterme eğilimini ifade eder. Bu fenomen, sorumluluğun dağılması, sorumluluk eksikliği ve düşük motivasyon gibi çeşitli faktörlerden kaynaklanabilir. Denetim firmalarında, sosyal aylaklık, denetim kalitesini ve denetim raporlarının güvenilirliğini zedeleyebilir. Bu durum sadece denetim firmasını değil, denetim raporlarına güvenen tüm paydaşları da etkilemektedir. Bu nedenle denetim firmaları sosyal kaytarmayı dikkate almalı ve önleyici tedbirler almalıdır. Sosyal kaytarmayı ele almak için, temel nedenlerini anlamak ve bunu önlemek için adımlar atmak esastır. Örgütler ve grup liderleri, sosyal kaytarmayı önlemek için çeşitli yöntemler kullanabilirler. Önemli bir önleme stratejisi, bireysel hesap verebilirliği teşvik etmektir. Her ekip üyesine belirli görevler ve yükümlülükler tanımlamak ve atamak, bu hedefe ulaşmak için çok önemlidir. Diğer bir önemli önleme stratejisi, grubun çalışmasına karşı bir sahiplik ve gurur duygusu geliştirmektir. Bireyler grubun amaçlarına ve başarılarına bağlı hissettiklerinde, çaba göstermek ve ellerinden gelenin en iyisini yapmak için daha fazla motive olurlar. Etkili iletişim ve işbirliği de sosyal kaytarmayı önlemede çok önemlidir. Grup üyeleri açık ve şeffaf iletişim kanallarına sahip olduklarında, grup faaliyetlerine aktif olarak katılma ve grup faaliyetlerine katılmak için ilgili ve motive olma olasılıkları daha yüksektir.

Anahtar Kelimeler: Sosyal Kaytarma, Hesap Verebilirlik, Denetim Firması

JEL Kodları: M40, M41, M49

¹ YMM, Dr., Crowe HSY hasan.yalcin@crowe.com.tr _ORCID No: 0000-0002-9108-6246

INTRODUCTION

Research on social loafing has been extensively conducted in various fields, such as psychology, management, and education. It refers to the tendency of individuals to exert less effort when working in a group than when working alone, and social loafing theory provides insight into why individuals may engage in this behavior. Also known as social loafing, this phenomenon challenges the common assumption that the total effort in a group will always be equal to or greater than the effort expended individually. Social loafing is a widely researched phenomenon observed in various settings for years. It poses a significant challenge to team productivity and motivation. It can lead to a "free rider" mentality where group members do not feel responsible for contributing their fair share. When team members do not work well together, it can negatively affect the team's productivity and motivation.

To understand social loafing, exploring its origins and definition is essential. Identifying the causes of social loafing is necessary to address this phenomenon effectively. Understanding the underlying psychological causes of social loafing can shed light on its emergence and consequences in various social settings. In management, understanding social loafing can help organizations design effective team structures and incentive systems that support individual accountability and high-performance levels. Again, understanding the underlying causes of social loafing is essential in developing strategies to reduce its adverse effects. Social loafing is different from other forms of loafing, such as free-riding, where individuals deliberately take advantage of the efforts of others without contributing to them. It is essential to recognize these effects to develop interventions to mitigate the negative consequences of social loafing.

The audit profession, whose history dates back to the first civilizations, has become a global sector today. There is intense competition in the sector. While artificial intelligence is starting to impact auditing, the industry remains labor-intensive. Auditors work in teams and put in much effort to get the job done. In this case, it unquestionably brings up the concept of social loafing. Audit companies should be familiar with social loafing to increase their productivity and efficiency in this industry where fierce competition is intense.

The article has been created with two main objectives in mind. The first part examines the origins, causes, and consequences of social loafing and methods of avoiding it. In the second part, social loafing is reconsidered and analyzed explicitly for audit firms. This analysis reviews some concepts and justifications for social loafing to emphasize how social loafing will emerge in the audit sector. In addition, this analysis also examines what kind of negative social loafing that will occur in audit firms will cause for all stakeholders. The limitation of this research is that it does not include an empirical study and case study.

1. THE CONCEPT OF SOCIAL LAUGHTER AND ITS HISTORICAL DEVELOPMENT

1.1. Social Loafing Concept

Social loafing describes a situation in which people exert less effort when working in a group than when working alone and is observed across all tasks and populations (Karau & Williams, 1993). Social loafing is different from other forms of loafing. The existence of social loafing is not limited to specific tasks or contexts. Social loafing is a phenomenon that occurs when individuals make less effort in a group or team environment than when they work individually (Ying et al., 2014). It can occur in traditional groups and online communities (Shiue et al., 2010). This reduction in effort can occur for various reasons, including a dispersal of responsibility and the belief that others in the group will make up for any lack of effort. The consequences of social loafing can be detrimental to group productivity and performance, as fewer effort coworkers contribute to lower overall productivity. This concept has been extensively studied in social psychology as it has essential effects on group dynamics and performance. It is crucial to address social loafing to maximize the potential of group work and achieve the best results (Seltzer, 2016).

1.2. Historical Development of Social Loafing Theory

The concept of social loafing, which expresses the tendency of individuals to make less effort when working in groups than when working alone, has been a subject of interest and research in social psychology for decades. The origin of the social loafing theory can be traced back to the work of the French agricultural engineer Maximilien Ringelmann in 1913. Ringelmann examined the effects of individuals working as a group and noted that performance decreased with increasing group size (Karau & Williams, 1995). Ringelmann started his research by analyzing the outputs obtained by a group of people pulling a rope and observed that group performance was less than when group members pulled the rope one by one (Kravitz & Martin, 1986; Ringelmann, 1913). These studies formed the essential starting point of the concept of social loafing, which is also described as the Ringelmann effect. The Ringelmann effect shows that individual effort decreases as group size increases (Latané et al., 1979). This effect is mesmerizing, refuting both common stereotypes and social psychological theories that suggest that larger groups will lead to increased effort due to the diffusion of responsibility. In his studies, Ringelmann found a phenomenon that did not receive enough attention then. At the time of the research, these results were essentially ignored, viewed with suspicion, or interpreted as a product of a lack of coordination among group members rather than a loss of motivation.

Subsequent studies have replicated these results in different contexts and, over the years, have contributed to developing this theory and a better understanding of its causes and consequences. In this process, insights from various disciplines were combined, providing valuable information about individual characteristics, group dynamics, and the role of competition and incentives in influencing social loafing behavior (Simms & Nichols, 2014; Vaghefi & Lapointe, 2012). Again, the social loafing theory has been further developed by integrating elements from expectation-value, social identity, and self-affirmation theories (Karau & Williams, 1993).

The social loafing theory was widely accepted until the second half of the 20th century, and extensive empirical research was conducted (Ingham et al., 1974; Latané et al., 1979). In this context, in the 1960s, social psychologists Bibb Latané and Kipling Williams conducted experiments that further solidified the foundations of social loafing theory. They introduced the concept of diffusion of responsibility, which suggests that individuals feel less responsible for their efforts when working in a group because of shared responsibility (Latané et al., 1979). Again, Latané and Williams provided further evidence for the phenomenon by demonstrating the existence of social loafing in various tasks and contexts.

Over the following decades, numerous studies have provided insight into the underlying mechanisms and conditions contributing to social loafing (Simms & Nichols, 2014). Another notable concept that emerged in this period is the concept of social compensation. Social loafing can be alleviated when individuals perceive that their performance is essential to the group's success. It has been suggested that individual motivation and expectations affect social loafing tendencies (Williams & Karau, 1991).

Social loafing has been the subject of many studies in the ongoing processes. Its theoretical importance is greater than the research devoted to it (Karau & Williams, 1993). Contemporary research on social loafing also includes potential strategies for emerging, reducing, and preventing social loafing. Studies have suggested that emphasizing individual accountability, fostering a sense of group identity, and providing meaningful feedback can help alleviate social loafing tendencies (Simms & Nichols, 2014). These insights have practical implications for organizations looking to optimize teamwork, productivity, and the overall functioning of groups in various contexts (Vaghefi & Lapointe, 2012).

Consequently, the history of social loafing theory spans several decades, beginning with Ringelmann's early observations and later solidified by extensive research by Latané, Williams, and others. The theory has evolved with advances in experimental methods, cultural studies, and the advent of technology. The social loafing theory emerged as a curiosity in the 20th century and has become a critical framework for understanding group dynamics and human behavior in various social contexts. Ongoing research and its implications for contemporary work environments highlight social loafing theory's continuing interest and importance in human interaction research.

2. CAUSES OF SOCIAL LAUGHING AND PREVENTION STRATEGIES

2.1. Causes Of Social Loafing

Several key factors contribute to the emergence of social loafing. One of these factors is the distribution of responsibility within a group. When individuals work together, group members share a sense of personal responsibility. When individuals perceive that their efforts will be diluted among group members, they may feel less personally responsible for their contribution. This distribution of responsibility may lead individuals to believe that their reduced effort will not significantly affect the overall result, which may lead to a reduction in individual effort. This diffusion leads to a decrease in the sense of personal responsibility, which reduces

the motivation of individuals to exert total effort compared to when they work individually (Alnuaimi et al., 2010).

Again, social loafing may occur when individuals perceive that their contribution is not crucial or necessary for the group's success (Karau & Williams, 1995). When people believe their contributions are not unique or necessary, they might feel unimportant and think their efforts will not make little difference. This perception of abandonment can hinder individual motivation and lead to a collective reduction in effort, resulting in social loafing. The level of visibility of individual contributions within a group significantly influences social loafing. If individual efforts are less observable or unclear, individuals may be less motivated to give their best because they believe their performance will not be adequately appreciated and evaluated. Again, in this context, if individuals are not incentivized to contribute, this may create an atmosphere more prone to social loafing (Weldon et al., 2000).

The size of the group can also affect the occurrence of social loafing. According to the phenomenon known as the Ringelmann effect, individual effort tends to decrease as the group size increases (Latané et al., 1979). This effect is mesmerizing, refuting both common stereotypes and social psychological theories that suggest that larger groups will lead to increased effort due to the diffusion of responsibility. In this context, larger groups can give individuals a sense of anonymity and reduce personal accountability. In such cases, individuals may feel that their efforts will be less noticeable, leading to decreased motivation and effort. Individuals who feel anonymous and less personally identifiable may be more likely to engage in social loafing. Decreased self-awareness may decrease effort and motivation by allowing individuals to eliminate their responsibilities (Kerr & Bruun, 1983).

High levels of group cohesion may increase social loafing tendencies. When group members feel a strong sense of belonging and unity, they may perceive less individual responsibility for the result and reduce their effort. In this context, one of the leading theories explaining social loafing is social identity theory, which suggests that individuals' self-perceptions are affected by their membership in a particular social group (Karau & Williams, 1993). According to this theory, individuals tend to exert less effort in group settings because they perceive their contributions as less critical than collective outcomes. This reduction in effort is due to the desire to maintain a positive social identity and avoid potential social repercussions.

Individuals may engage in free-riding behavior when they anticipate that others in the group will compensate for the lack of effort. This behavior involves deliberate effort reduction due to the belief that others will bear the burden, ultimately contributing to social loafing (Albanese & Van Fleet, 1985). Again, individuals may engage in social loafing due to their social comparison tendencies. When group members perceive that others are making less effort or achieving similar results with minimal effort, they may justify reducing their effort to align with the perceived norm. Depersonalization is the loss of self-awareness and individual responsibility

in group environments (Wicklund & Duval, 1971). In this context, tasks perceived as meaningless, unimportant, or devoid of personal interest are more likely to lead to social loafing.

2.2. Social Loafing Prevention Strategies

Social loafing can have detrimental effects on group performance. Social loafing causes a decrease in total effort, leading to decreased group productivity and performance (Khan et al., 2020). When individuals contribute less to a collective task, the potential to achieve goals is reduced, and the group's output suffers. This reduced effort can also lead to decreased motivation and participation among group members, exacerbating the negative impact on performance. In addition, social loafing can negatively affect group cohesion and dynamics. Again, unequal distribution of effort can lead to increased feelings of injustice within the group. Social loafing perceptions within a team negatively affect group cohesion and satisfaction (Peñarroja et al., 2017). Again, job satisfaction hurts social loafing (Mihelič & Culiberg, 2019). It is possible to understand the factors contributing to social loafing and implement appropriate strategies, reduce the negative impact of social loafing, and increase group productivity and member satisfaction. When dealing with situations where people tend to slack off in group settings, interventions targeting individual motivation and group dynamics can be customized to reduce social loafing across different cultural contexts.

Establishing individual responsibility.

Building individual responsibility is a critical strategy for preventing social loafing and promoting individual participation within groups. Implementing mechanisms to monitor and evaluate individual contributions increases the sense of responsibility and reduces the tendency for social loafing. In order to hold individuals accountable for their contributions, it is essential to establish clear expectations and mechanisms for evaluating performance (Anghie & Chimni, 2003). One performance appraisal approach is establishing a rewards and recognition system for individual achievements. By implementing a system in which individual efforts are recognized and rewarded, individuals are more likely to feel a sense of accountability and be motivated to participate actively in group tasks. In addition, providing constructive feedback and guidance can help individuals understand their areas of improvement and encourage them to take ownership of their responsibilities within the group (Luke et al., 2013).

Designing tasks.

Task design plays an essential role in reducing social loafing within groups. Setting clear goals and time limits by breaking down tasks into smaller, manageable subtasks increases individual motivation and reduces the likelihood of social loafing. Studies have shown that tasks designed to achieve multiple goals and requiring individual contribution are more effective in reducing social loafing (Bailey et al., 2005). Organizations can increase motivation and discourage social loafing by designing teamwork tasks that encourage interdependence and emphasize the importance of individual contributions. It is also known that task characteristics such as task meaningfulness and performance feedback affect social loafing (Karau & Williams,

1993). Tasks perceived as meaningful and personally relevant reduce the tendency to social loafing, as they increase the likelihood of individuals feeling a sense of ownership and responsibility.

Increasing communication between individuals

Another strategy to reduce social idleness is to improve communication within the group and encourage teamwork (Lam, 2015). Encouraging frequent communication and collaboration among group members improves group cohesion and increases participation in the collective effort. Effective communication provides a clearer understanding of individual responsibilities. Communication can counter the diffusion of responsibility contributing to social loafing by promoting a sense of cohesion and shared goals. Setting appropriate goals and emphasizing the importance of individual contributions can also help reduce social loafing (Dick et al., 2009). When individuals perceive their role as valuable and necessary to the group's success, they are likelier to make an effort and participate actively. Setting common goals aligned with individual interests and recognizing individual achievements can increase motivation and reduce social loafing.

Implementation of reward systems.

One effective way to prevent social loafing and encourage individual participation within groups is to implement reward and recognition systems. Implementing mechanisms to recognize and reward individual contributions encourages group members to participate actively and discourages social loafing behaviors. It can also deter social loafing by creating a culture of accountability and valuing individual contributions (George, 1995). It is essential to understand the rewards and their reasons when creating and executing a reward plan. In order to promote engagement and involvement in achieving the group's goals, the rewards should be aligned with desired behaviors and results. It is essential to tailor the rewards to each individual's efforts. Additionally, it is essential to avoid poorly designed incentive programs that may unintentionally encourage social loafing by making individuals feel unappreciated or inadequately compensated (Armstrong & Murlis, 2007).

Providing performance feedback

Performance feedback allows individuals to evaluate their contribution to the group, increasing their accountability and motivation to perform well (Alnuaimi et al., 2010). By clearly defining individual roles and responsibilities, organizations can increase accountability and discourage social loafing. This evaluation can be facilitated using performance measures, peer reviews, or individual reporting. Organizations can foster a culture of individual responsibility by establishing mechanisms to evaluate individual contributions and minimize social loafing. Studies have shown that monitoring personal efforts in group projects can reduce social loafing (Mefoh & Nwanosike, 2012). When individuals know their contributions are being observed, they are inclined to invest more effort and engage actively in group tasks. This finding suggests that one way

to reduce the impact of social loafing on group projects is to implement mechanisms that promote individual accountability and awareness of their contribution, as well as monitor personal effort.

Increasing individual motivation.

Individual motivation is crucial in tackling social loafing in a group or team setting. Research has consistently shown that highly motivated individuals are less likely to engage in social loafing (Brickner et al., 1986). A study by Latané, Williams, and Harkins in 1979 revealed that individuals motivated to perform well in a task are more willing to put forth more effort than those unmotivated (Latané et al., 1979). This shows that highly motivated individuals are less susceptible to social loafing. In addition, individuals' motivation level can directly affect their susceptibility to social loafing. In a study by Karau and Williams, participants were assigned to different conditions that manipulated the task's meaningfulness and level of effort, and the results were analyzed (Williams & Karau, 1991). Accordingly, individuals who experience high effort and significance in the task have lower social idleness. In order to address social loafing, it is essential to consider the feeling of ownership and individual motivation within a group, as stated by Pierce and Jussila in 2010. The need for social identity and belonging can play a critical role in motivating individuals to contribute actively and strive towards group goals. Group members can be motivated to overcome social loafing tendencies by developing a sense of ownership and emphasizing the importance of individual contributions.

Considering group size.

Addressing group size and structure is another critical strategy for preventing social loafing and promoting individual group participation. Studies have shown that team size and composition can affect the occurrence of social loafing (Schippers, 2014). Larger groups are more prone to social loafing, as individuals may feel less responsible for their contributions due to the diffusion of responsibility. On the other hand, smaller groups tend to have higher levels of individual participation and accountability. Additionally, the familiarity of team members can affect social loafing. As individuals become more familiar with their group members, they may feel a greater sense of accountability and connection, which can lead to increased individual engagement. Therefore, it is essential to consider the composition of groups and to ensure familiarity and harmony among group members.

Consideration of cultural factors.

Cultural influences can influence the formation of social loafing within groups. Studies have examined cultural differences regarding social loafing and found differences in the prevalence of this phenomenon in different cultural settings (Gabrenya et al., 1983). These studies emphasized that collectivist cultures prioritizing group cohesion and collective goals may be less prone to social loafing. A study comparing collectivist and individualistic cultures found that collectivists did not exhibit social loafing regardless of task characteristics. However, it is essential to note that cultural influences on social loafing are complex and multifaceted (Gençer, 2019). The relationship between social loafing and cultural values may vary depending on other factors such

as work ethics, organizational norms, and values. Cultural differences can also interact with task characteristics and group dynamics, further influencing the formation of social loafing in a given cultural context. Understanding the cultural influences on social loafing is crucial in developing strategies to reduce its occurrence. Organizations and leaders should consider cultural factors when implementing measures to address social loafing. By understanding the cultural values and norms that influence individual motivation and group dynamics, interventions can be tailored to reduce social loafing in various cultural contexts effectively.

Effective leadership and shared leadership phenomenon.

Influential leaders can create a supportive and inclusive environment that fosters individual accountability and encourages active participation (Gabrenya et al., 1983). Leadership also plays a vital role in increasing individual motivation and preventing social loafing within a group (Karau & Hart, 1998). By setting clear expectations, providing feedback, and recognizing individual contributions, leaders can motivate group members to exert effort and discourage social loafing. Encouraging shared leadership and participation is another effective strategy for preventing social loafing and promoting individual group participation. By distributing leadership responsibilities among group members, individuals are likelier to feel a sense of ownership and responsibility for the group's outputs (Carson et al., 2007). Creating a team culture that prioritizes and fosters the active involvement of every member is the key to success. By creating an environment where individuals feel empowered to express their opinions and contribute to decision-making processes, the possibility of group members being motivated and participating can be increased. In addition, promoting shared leadership can help prevent social loafing by ensuring that all members have a stake in the group's success and contribute actively to the group's goals (Steinheider & Wuestewald, 2014).

Determination of strategies for online work.

Although research on social loafing for online work is relatively sparse, it has begun to attract attention (Piezon & Ferree, 2008). Social loafing can be effectively combated by developing a collective team identity for virtual teams, promoting collaboration, and leveraging technology to improve communication and coordination. Again, creating visibility and responsibility can prevent social loafing at the individual level, even in virtual environments (Furst et al., 1999).

3. SOCIAL LOAFING IN AUDIT FIRMS

3.1. Causes Of Social Loafing in Audit Firms

In the fast-paced world of audit firms, collaboration and teamwork are essential for success. CPA firms, which provide professional services, operate within the service industry and require significant knowledge and labor. The accuracy and reliability of audit reports, certified by accountants heavily rely on the active involvement and collaboration of the audit team. During the audit process, it is essential for both the accountants, who have professional expertise and the assistants in the team to work together effectively (Gibbins & Wright, 1999).

However, a phenomenon known as social loafing poses a significant challenge to achieving optimal group performance.

Social loafing, a phenomenon prevalent in audit firms, can be attributed to various causes. One of the key factors contributing to this issue is the need for more individual accountability within audit teams. In these firms, auditors often work as part of a team where their contributions may go unnoticed or get overshadowed by others. This absence of personal responsibility fosters an environment where individuals may feel less motivated to exert their total effort and instead rely on the team's collective efforts. Consequently, this leads to a decrease in overall productivity and performance.

Furthermore, another cause of social loafing in audit firms stems from the complex nature of auditing tasks. Auditing involves intricate procedures that require meticulous attention to detail and extensive knowledge of financial reporting standards. As a result, auditors may face overwhelming workloads with tight deadlines, leading to feelings of stress and burnout (Mannan & Darwis, 2023). In such circumstances, individuals might succumb to social loafing as a coping mechanism due to the sheer complexity and pressure associated with their responsibilities.

Moreover, organizational culture significantly fosters social loafing within audit firms (Klehe & Anderson, 2007). Some organizations must establish clear performance expectations or reward systems for individual auditors. Without proper recognition or incentives for individual efforts and achievements, employees may perceive their contributions as insignificant within the larger framework of the firm's objectives. Consequently, this lack of recognition can demotivate auditors and encourage them to engage in social loafing.

Another contributing factor is inadequate communication among team members within audit firms. Effective communication ensures that each member understands their roles and responsibilities. However, misunderstandings can arise regarding task allocation or project goals when communication channels could be more effective or utilized within an audit team setting. These misunderstandings create an environment where individuals may feel uncertain about their specific duties and consequently reduce their level of commitment toward completing assigned tasks.

Technology is crucial in enabling remote work in today's audit firms, which has become increasingly common in recent years. However, inadequate technological infrastructure can contribute to social loafing in audit firms. This may include slow internet connections, outdated software, and inadequate hardware (Annelin & Swanstrom, 2022). These technological shortcomings can decrease productivity and motivation, contributing to social loafing. Furthermore, remote work can present unique challenges that may exacerbate social loafing in audit firms.

Remote work can lead to a lack of supervision, contributing to social loafing in audit firms. In a remote work environment, employees may feel less accountable for their work and may be more prone to engaging in social

loafing behaviors ([Greathouse, 2020](#)). This lack of supervision can also lead to a lack of clarity around roles and responsibilities, contributing to social loafing.

Several causes contribute to the occurrence of social loafing within audit firms. The lack of individual accountability, the complexity of auditing tasks, organizational culture, and inadequate communication play significant roles in fostering this phenomenon. By addressing these underlying causes, audit firms can work towards creating a more engaging and productive work environment where auditors feel motivated to contribute their full potential.

3.2. Consequences Of Social Loafing in Audit Firms:

Social loafing in audit firms can have severe consequences that can undermine the overall effectiveness and efficiency of the auditing process (Shih et al., 2018). One of the significant consequences is a decline in the quality of work produced by auditors. When individuals engage in social loafing, they tend to exert less effort and provide subpar work compared to when they are individually accountable for their tasks. This lack of effort can lead to errors, omissions, and inaccuracies in financial statements, which can have severe implications for the clients and stakeholders relying on these reports for decision-making purposes. Moreover, when one or more auditors engage in social loafing, it creates an unfair burden on those who put in the effort and perform their tasks diligently. This inequity can breed resentment among team members, leading to a breakdown in teamwork and collaboration.

Moreover, social loafing in audit firms can also hinder identifying and detecting fraudulent activities. Auditors are critical in uncovering irregularities and fraud within a company's financial statements. However, when auditors engage in social loafing, they may overlook or miss crucial red flags, allowing fraudulent activities undetected. This can have devastating consequences for investors, as they may unknowingly invest in companies with fraudulent financial statements, leading to financial losses and damage to their trust in the auditing profession.

Another consequence of social loafing is increased stress among auditors who shoulder the additional workload resulting from their colleagues' lack of effort. As deadlines approach and tasks pile up due to social loafing, diligent auditors may be overwhelmed with responsibilities that should have been shared equally within the team. Increased stress levels can harm personal well-being and have a detrimental effect on job satisfaction and motivation. Consequently, talented auditors may become disillusioned with their work environment and seek opportunities elsewhere.

Furthermore, social loafing can erode trust within audit teams as it undermines accountability and transparency. When individuals perceive that others are not pulling their weight or taking responsibility for their actions, it creates a sense of distrust among team members—this lack of trust hampers effective communication channels for successful collaboration within audit firms.

In addition to these internal consequences within audit firms, there are external repercussions. Social loafing compromises the reputation and credibility of individual auditors and audit firms. Clients rely on audits to ensure accurate financial reporting; however, if audits are perceived as lacking rigor or prone to errors due to social loafing, clients may lose confidence in the audit process. This loss of trust can have far-reaching implications for audit firms, including the potential loss of clients and damage to their professional reputation. Social loafing in audit firms has numerous detrimental consequences. It leads to decreased work quality, increased stress among diligent auditors, eroded team trust, and compromised internal and external reputations. To mitigate these consequences and ensure effective audit processes, audit firms must address and discourage social loafing through appropriate measures such as clear performance expectations, individual accountability mechanisms, and fostering a culture of teamwork and collaboration.

3.3. Strategies to Reduce Social Loafing in Audit Firms:

One practical approach to combatting social loafing in audit firms is establishing clear individual accountability. Assigning specific tasks and responsibilities to each team member prevents employees from hiding behind the collective effort. This strategy instills a sense of personal ownership and responsibility, forcing individuals to take their work seriously. Moreover, implementing a system of regular progress updates and performance evaluations can serve as an additional means of holding individuals accountable for their contributions. By monitoring and evaluating individual performance, management can identify any instances of social loafing and take appropriate action.

Another strategy that can help reduce social loafing in audit firms is promoting a culture of collaboration and teamwork. Employees who feel connected to their colleagues and have a sense of shared purpose are less likely to engage in loafing behaviors. Creating an environment of collaboration requires fostering open lines of communication and promoting positive relationships between team members. Practical team-building activities can also help to achieve this objective. Additionally, managers must set clear expectations regarding teamwork and emphasize its importance in achieving organizational goals.

Implementing recognition programs can also play a significant role in reducing social loafing within audit firms. Recognizing individual contributions through rewards or public acknowledgment can motivate employees to put forth their best efforts. This recognition reinforces and fosters healthy competition among team members, encouraging them to participate actively rather than relying on others' work.

Furthermore, providing adequate training and development opportunities is essential for reducing social loafing in audit firms. When employees feel confident in their abilities and have the necessary skills to perform their tasks effectively, they are more likely to be engaged and motivated. Continuous professional development programs enhance employees' knowledge and provide them with the tools needed for success.

Combating social loafing within audit firms requires strategies promoting individual accountability, collaboration, recognition, and professional development opportunities. By adopting these approaches

collectively or individually, depending on the organizational context, audit firms can create an environment that discourages loafing behaviors and encourages employees to contribute their best efforts. Ultimately, these strategies can enhance team performance, improve productivity, and contribute to the firm's success.

CONCLUSION

Social loafing refers to the tendency of individuals to exert less effort in a group setting than when they work individually. Social loafing in audit firms can have severe consequences that undermine the effectiveness and efficiency of the auditing process. It leads to a decline in work quality, increased potential for errors and inaccuracies in financial statements, and hinders the identification of fraudulent activities. These consequences can harm clients and stakeholders, leading to incorrect investment decisions, financial losses, and a loss of trust in the auditing profession. Audit firms must address the issue and take proactive measures to prevent social loafing. Understanding the root causes of social loafing and implementing effective prevention strategies is crucial.

Various factors, including dissipation, lack of responsibility, and low motivation, can cause this phenomenon. Organizations and leaders of groups can adopt a range of strategies to prevent social loafing. A critical prevention strategy is to promote individual accountability. This can be achieved by clearly defining each member's roles and responsibilities within the group. By assigning specific tasks to individuals and holding them accountable for their performance, group members are likelier to feel a sense of personal responsibility and put more effort into achieving the group's goals. Another important prevention strategy is to develop a sense of ownership and pride in the group's work. When individuals feel a personal connection to the goals and achievements of the group, they are more motivated to strive and contribute to their best work. This can be achieved by recognizing and celebrating individual and group achievements, fostering a positive team culture, and providing opportunities for individuals to contribute their unique skills and expertise. Effective communication and collaboration are also essential in preventing social loafing. When group members have open and transparent communication channels, they are more likely to feel involved and motivated to participate actively in group activities. Regular team meetings, brainstorming, and feedback sessions can enhance communication and ensure everyone's opinions are heard. Also, fostering a collaborative work environment where ideas and opinions are valued can encourage individuals to do their best.

It is crucial to use strategies that encourage individual accountability, establish a feeling of pride and ownership in group assignments, and promote effective communication and collaboration. These actions can effectively counteract the adverse effects of social loafing. By creating an environment where people feel responsible for their contributions and invested in the group's success, organizations and teams can reduce the harmful effects of social loafing and achieve higher productivity and performance.

In today's digital age, online collaboration has become integral to many work environments. It means that individuals from different locations work towards a common goal. However, this type of cooperation also brings specific challenges, including social loafing. As technology continues to shape how we work and collaborate, future research should further explore the dynamics of social loafing in virtual or online environments.

REFERENCES

- Annelin, A., & Svanström, T. (2022). The triggers and consequences of audit team stress: Qualitative evidence from engagement teams. *International Journal of Auditing*, 26(2), 113-133.
- Anghie, A., & Chimni, B. S. (2003). Third-world approaches to international law and individual responsibility in internal conflicts. *Chinese Journal of International Law*, 2(1), 77-103.
- Armstrong, M., & Murlis, H. (2007). *Reward management: A handbook of remuneration strategy and practice*. Kogan Page Publishers.
- Bailey, J., Sass, M., Swiercz, P. M., Seal, C., & Kayes, D. C. (2005). Teaching with and through teams: Student-written, instructor-facilitated case writing, and the signatory code. *Journal Of Management Education*, 29(1), 39-59
- Brickner, M. A., Harkins, S. G., & Ostrpm, T. M. (1986). Effects of personal involvement: thought-provoking implications for social loafing. *Journal of Personality and Social Psychology*, 51(4), 763-769
- Carson, J. B., Tesluk, P. E., & Marrone, J. A. (2007). Shared leadership in teams: An investigation of antecedent conditions and performance. *Academy of Management Journal*, 50(5), 1217-1234.
- Dick, R. V., Tissington, P. A., & Hertel, G. (2009). Do many hands make light work? How to overcome social loafing and gain motivation in work teams. *European Business Review*, 21(3), 233-245.
- Furst, S., Blackburn, R., & Rosen, B. (1999). Virtual team effectiveness: A proposed research agenda. *Information Systems Journal*, 9(4), 249-269.
- Gabrenya Jr, W. K., Latané, B., & Wang, Y. E. (1983). Social loafing in cross-cultural perspective: Chinese on Taiwan. *Journal Of Cross-Cultural Psychology*, 14(3), 368-384.
- George, J. M. (1995). Asymmetrical effects of rewards and punishments: The case of social loafing. *Journal Of Occupational and Organizational Psychology*, 68(4), 327-338.
- Greathouse, J. (2020). Social Distancing ≠ Social Loafing: Combating 4 reasons remote workers slack off, from <https://www.forbes.com/sites/johngreathouse/2020/03/24/social-distancing--social-loafing-combating-4-common-reasons-for-remote-laziness/>.
- Gençer, H. (2019). Group dynamics and behavior, *Universal Journal of Educational Research* 7(1): 223-229,
- Harkins, S. G., & Petty, R. E. (1982). Effects of task difficulty and task uniqueness on social loafing. *Journal of Personality and Social Psychology*, 43(6), 1214-1229.
- Harkins, S. G., & Szymanski, K. (1988). Social loafing and self-evaluation with an objective standard. *Journal of Experimental Social Psychology*, 24(4), 354-365.
- Hoeksema-van Orden, C. Y. (1998). Social loafing under fatigue. *Journal of Personality & Social Psychology*, 75(5), 1179-1190.
- Karau, S. J., & Williams, K. D. (1993). Social loafing: A meta-analytic review and theoretical integration. *Journal Of Personality and Social Psychology*, 65(4), 681-706.
- Karau, S. J., & Williams, K. D. (1995). Social loafing: Research findings, implications, and future directions. *Current Directions in Psychological Science*, 4(5), 134-140.
- Karau, S. J., & Hart, J. W. (1998). Group cohesiveness and social loafing: Effects of a social interaction manipulation on individual group motivation. *Group Dynamics: Theory, Research, and Practice*, 2(3), 185.
- Kerr, N. L., & Bruun, S. E. (1983). Dispensability of member effort and group motivation losses: Free-rider effects. *Journal Of Personality and Social Psychology*, 44(1), 78.
- Khan, H., Rehmat, M., Butt, T. H., Farooqi, S., & Asim, J. (2020). Impact of transformational leadership on work performance, burnout, and social loafing: A mediation model. *Future Business Journal*, 6, 1-13.

- Klehe, U.-C., & Anderson, N. (2007). The Moderating influence of personality and culture on social loafing in typical versus maximum performance situations. *International Journal of Selection and Assessment*, 15(2), 250-262.
- Lam, C. (2015). The role of communication and cohesion in reducing social loafing in group projects. *Business and Professional Communication Quarterly*, 78(4), 454-475.
- Latané, B., Williams, K. & Harkins, S. (1979). Many hands light the work: The causes and consequences of social loafing. *Journal of Personality and Social Psychology*, 37(6), 822.
- Luke, B., Barraket, J. & Eversole, R. (2013). Measurement as legitimacy versus legitimacy of measures: Performance evaluation of social enterprise. *Qualitative Research in Accounting & Management*, 10(3/4), 234-258.
- Mannan, A., & Darwis, S. S. (2023). The Psychological impact of work stress on auditors: exploring determinants and consequences. *Journal for ReAttach Therapy and Developmental Diversities*, 6(7), 567-581.
- Martin, B. (1986). Ringelmann rediscovered: The original article. *Journal of Personality and Social Psychology*, 50(5), 936-941.
- Mefoh, P. C., & Nwanosike, C. L. (2012). Effects of group size and expectancy of reward on social loafing. *IFE Psychologia: An International Journal*, 20(1), 229-240.
- Mihelič, K. K., & Culiberg, B. (2019). Reaping the fruits of another's labor: The role of moral meaningfulness, mindfulness, and motivation in social loafing. *Journal of Business Ethics*, 160, 713-727.
- Peñarroja, V., Orenge, V. & Zornoza, A. (2017). Reducing perceived social loafing in virtual teams: The effect of team feedback with guided reflexivity. *Journal of Applied Social Psychology*, 47(8), 424-435.
- Pierce, J. L., & Jussila, I. (2010). Collective psychological ownership within the work and organizational context: Construct introduction and elaboration. *Journal of Organizational Behavior*, 31(6), 810-834.
- Piezon, S. L. & Ferree, W. D. (2008). Perceptions of social loafing in online learning groups: A study of public university and US Naval War College students. *International Review of Research in Open and Distributed Learning*, 9(2), 1-17.
- Schippers, M. C. (2014). Social loafing tendencies and team performance: The compensating effect of agreeableness and conscientiousness. *Academy of Management Learning & Education*, 13(1), 62-81.
- Seltzer, J. (2016). Teaching about social loafing: The accounting team exercise. *Management Teaching Review*, 1(1), 34-42.
- Shih, C. H., Shao, C. C., & Wang, Y. H. (2018). Study of social loafing and employee creativity. Barolli, L., & Enokido, T (eds.) *Innovative Mobile and Internet Services in Ubiquitous Computing: Proceedings of the 11th International Conference on Innovative Mobile and Internet Services in Ubiquitous Computing (IMIS-2017)* (pp 821-830). Springer International Publishing.
- Shiue, Y. C., Chiu, C. M., & Chang, C. C. (2010). Exploring and mitigating social loafing in online communities. *Computers in Human Behavior*, 26(4), 768-777.
- Simms, A. ve Nichols, T. (2014). Social loafing: A review of the literature. *Journal of Management Policy and Practice*, 15(1), 58-67
- Steinheider, B., & Wuestewald, T. (2008). From the bottom-up: sharing leadership in a police agency. *Police Practice and Research*, 9(2), 145-163.
- Stark, E. M., Shaw, J. D., & Duffy, M. K. (2007). Preference for group work, winning orientation, and social loafing behavior in groups. *Group & Organization Management*, 32(6), 699-723.
- Tan, H. H., & Tan, M. L. (2008). Organizational citizenship behavior and social loafing: the role of personality, motives, and contextual factors. *The Journal of Psychology*, 142(1), 89-108.
- Weldon, M. S., Blair, C. & Huebsch, P. D. (2000). Group remembering: Does social loafing underlie collaborative inhibition? *Journal of Experimental Psychology: Learning, Memory, and Cognition*, 26(6), 1568.
- Wicklund, R. A. & Duval, S. (1971). Opinion change and performance facilitation as a result of objective self-awareness. *Journal of Experimental Social Psychology*, 7(3), 319-342.

Williams, K. D., & Karau, S. J. (1991). Social loafing and social compensation: the effects of expectations of coworker performance. *Journal of Personality and Social Psychology*, 61(4), 570-581.

Vaghefi, I. & Lapointe, L. (2012). Information technology and social loafing: a qualitative investigation. *International Conference on Interaction Sciences*. <https://core.ac.uk/download/pdf/301358774.pdf>

Ying, X., Li, H., Jiang, S., Peng, F., & Lin, Z. (2014). Group laziness: The effect of social loafing on group performance. *Social Behavior and Personality: An international journal*, 42(3), 465-471.

DIGITAL TWIN TECHNOLOGY AND DIGITAL ENTREPRENEURS: ON THE TRAIL OF DIGITAL TRANSFORMATION TOWARDS A SUSTAINABLE FUTURE¹

Assoc. Prof. Bahar TÜRK²

ABSTRACT

Digital twin technology enables the development of sustainable business models for digital entrepreneurs through factors such as product lifecycle optimization, waste reduction and carbon footprint reduction. In this way, digital entrepreneurs embrace the principles of sustainability in terms of both innovation and environmental responsibility and utilize the potential of digital twin technology in this context. In this context, it is important to explore how today's technological innovations and entrepreneurial spirit can serve as a tool to build a sustainable future and how digital twin technology and digital entrepreneurs can contribute to addressing environmental and social issues. The aim of the research is to examine digital entrepreneurs' approaches to digital twin technology and to evaluate these outputs from a sustainability perspective. For this purpose, digital entrepreneurs' perceptions of digital twin technology were evaluated with the technology acceptance model (TAM). As a result of the model tested with structural equation analysis, among the variables of TAM model; ease of use has a significant effect on perceived usefulness, perceived usefulness has a significant effect on attitude and intention, and attitude has a significant effect on intention. However, it was observed that ease of use had no significant effect on attitude.

Key Words: Digital Twin Technology, Digital Entrepreneurs, Sustainability, Technology Acceptance Model (TAM), Sustainable Development

JEL Codes: L26, O14, O32, Q01, Q56

ÖZ

Dijital ikiz teknolojisi, ürün yaşam döngüsü optimizasyonu, atık azaltımı ve karbon ayak izinin azaltılması gibi faktörler aracılığıyla dijital girişimciler için sürdürülebilir iş modellerinin geliştirilmesine olanak sağlamaktadır. Bu sayede dijital girişimciler hem inovasyon hem de çevresel sorumluluk açısından sürdürülebilirlik ilkelerini benimsemekte ve dijital ikiz teknolojinin bu bağlamdaki potansiyelinden faydalanmaktadır. Bu bağlamda, günümüzün teknolojik yeniliklerinin ve girişimcilik ruhunun sürdürülebilir bir gelecek inşa etmek için nasıl bir araç olarak hizmet edebileceğini ve dijital ikiz teknolojinin ve dijital girişimcilerin çevresel ve sosyal sorunların ele alınmasına nasıl katkıda bulunabileceğini araştırmak önemlidir. Araştırmanın amacı, dijital girişimcilerin dijital ikiz teknolojisine yaklaşımlarını incelemek ve bu çıktıları sürdürülebilirlik perspektifinden değerlendirmektir. Bu amaçla dijital girişimcilerin dijital ikiz teknolojisine yönelik algıları teknoloji kabul modeli (TAM) ile değerlendirilmiştir. Yapısal eşitlik analizi ile test edilen model sonucunda, TAM modelinin değişkenlerinden; kullanım kolaylığının algılanan fayda üzerinde, algılanan faydanın tutum ve niyet üzerinde, tutumun ise niyet üzerinde anlamlı bir etkiye sahip olduğu görülmüştür. Ancak kullanım kolaylığının tutum üzerinde anlamlı bir etkisinin olmadığı görülmüştür.

Anahtar Kelimeler: Dijital İkiz Teknolojisi, Dijital Girişimciler, Sürdürülebilirlik, Teknoloji Kabul Modeli (TAM), Sürdürülebilir Kalkınma

JEL Kodu: L26, O14, O32, Q01, Q56

¹ This study is a derivative of the paper of equal title, presented at the "9th International EMI Entrepreneurship & Social Sciences Congress".

²Assoc. Prof., Pamukkale University, bturk@pau.edu.tr, (ORCID: 0000-0001-9590-769X)

INTRODUCTION

In the rapidly evolving landscape of technology and entrepreneurship, the quest for a sustainable future is more critical than ever. With the spread of the Industry 4.0 vision all over the world, businesses have entered a major transformation. With this transformation, new technologies such as big data, artificial intelligence, blockchain, internet of things, digital twin have developed at an increasing pace, making the processes and concepts related to the areas where these developments are experienced more important (Deng et al., 2021; Duman, 2022). In particular, digital twin technology and digital entrepreneurs have become an important research topic as a result of the rapidly increasing digital transformation and sustainability concerns in recent years.

The real-time digital link between the state of a physical object or process and a virtual representation with functional output is known as a digital twin (Catapult, 2021; Boyes and Watson, 2022). Digital entrepreneurship, as defined by Yaghoubi et al. (2012:1049), is a subset of entrepreneurship that includes digital goods and services as well as their distribution, workplaces, and/or combinations. Digital twin technology plays a crucial role in sustainability as it enables the virtual representation and real-time monitoring of physical processes and assets, leading to more efficient resource management and reduced environmental impacts (Wang et al., 2023; Yuce, 2023). On the other hand, digital entrepreneurs can provide innovative solutions to support sustainability. Using digital technologies, they can contribute to the development of sustainable products and services, increase the efficient use of energy and resources, and improve waste management. Therefore, digital entrepreneurs make important contributions to sustainability efforts (Gebhardt and 2022; Arjune and Kumar, 2023)

The technology acceptance model aims to explain and theoretically model how people or society accept a technology (Marangunić and Granić, 2015). According to the model, when an individual or a society encounters a new technology, they may have different ways of thinking about how and why to use this new technology. From this perspective, the study examines digital entrepreneurs' approaches to digital twin technology and evaluates them in terms of sustainability. And also, this research explores how today's technological innovations and entrepreneurial spirit can be used as a tool to build a sustainable future and so, seeks to answer the question of how digital twin technology and digital entrepreneurs can contribute to addressing environmental and social issues.

1. LITERATURE REVIEW

1.1. Digital Twin Technology

Digital twin technology was initially created by NASA to forecast aircraft structural behavior by analyzing digital models (Lu et al., 2020). The Apollo space program was the first program to employ digital twin technology, using two identical spacecrafts, with one on Earth designed to simulate and predict the conditions in space. The information obtained through digital twin technology had a profound

impact on the design and performance optimization of equipment in various industries. Since the Earth vehicle and the space vehicle were designed as identical, they were referred to as twin twins (Biesinger et al., 2019: 355).

According to Jones et al. (2020: 36), a digital twin is a synchronized, real-time virtual replica of any process, product, or environment. Furthermore, as stated by Kritzinger et al. (2018), a digital twin is a virtual technology that replicates any modifications made to a physical asset (Özgüner and Ovalı, 2023: 450). In essence, a digital twin is a virtual replication of a physical entity or process that replaces its state with a functioning output (Boyes and Watson, 2022).

Digital twin technology is a technology with the ability to self-adapt and self-parameterize (Schleich et al., 2017). In this way, it enables the development of real models and can be used as a useful tool for optimization. It can benefit its users in many ways by making complex relationships definable. Considering the digital twin applications and features discussed by Kitain (2018 as cited in Alptekin and Türkmen, 2023:3), it is possible to say that this technology will be a guiding model for today and the future. *Features of digital twin technology*: evaluating decisions by analyzing existing data, analyzing the process and making performance evaluations, remote control, reducing costs, connecting with other systems and examining the relationships between them, solving possible problems that may occur in the future, making complex processes easy and understandable. As can be seen, creating a multidimensional digital twin of systems is important for effectiveness, efficiency, continuity and even sustainability.

1.2. Digital Entrepreneurship

The increasing possibilities in digital technologies have made digital entrepreneurship widespread and ushered in a new era in the field of entrepreneurship. There are many different definitions in the literature regarding the concept of digital entrepreneurship, which is defined by Yaghoubi et al. (2012) as the merger of the concept of entrepreneurship and information technology in its simplest form.

First, according to Yaghoubi et al. (2012:1049), digital entrepreneurship is a type of entrepreneurship that encompasses digital products, services, distribution, a digital workplace or combinations thereof. Rashidi et al. (2013) defined digital entrepreneurship as a field of entrepreneurship in which new technological tools such as the internet and information technologies are used for business purposes. Guthrie (2015:115) defines digital entrepreneurship as the act of selling digital products or services through electronic networks (Eyel and Sağlam, 2021:8).

Within the scope of digital entrepreneurship, some or all of the activities related to the traditional entrepreneurial process are carried out digitally. It is seen that three types of digital entrepreneurship can be mentioned according to the scope of the activities performed (Hull et al., 2007:296): Digital entrepreneurship can be divided into three types, each representing varying degrees of participation in the digital economy. *The first type is mild digital entrepreneurship*, where individuals or businesses enter the digital world as a complement to their more traditional operations. In this category, digital

elements complement traditional business practices. *The second type is moderate digital entrepreneurship*, characterized by a significant emphasis on digital products, digital distribution methods, or other digital components within the business model. The existence of digital entrepreneurship at the intermediate level largely depends on the existence of digital infrastructure, without which the business model cannot survive. This level of digital engagement means that digital technologies are more deeply integrated into various facets of the enterprise. *The third type is extreme digital entrepreneurship*, where the entire business operates in the digital space. This includes digital production processes, digital products or services, digital advertising, digital distribution channels and digital interactions with customers. Companies in this category are at the forefront of the digital landscape, selling digital products and services, transforming existing digital products, and potentially transacting with digital currencies. The entrepreneurial experience for these ventures differs significantly from that of their more traditional counterparts.

The differences between traditional and digital entrepreneurship, as well as between the three types of digital entrepreneurship, can be observed through various lenses, such as ease of market entry, ease of production and storage of products, ease of distribution. the digital market, the nature of the digital workplace, the characteristics of digital products and services, and the level of digital commitment required. Each type represents different levels of commitment to and trust in digital technologies, shaping the entrepreneurial landscape in unique ways.

1.3. Why Extreme Digital Entrepreneurs and Relationship of Concepts with Sustainability

This study considers extreme digital entrepreneurs. This is because digital entrepreneurs are thought to focus on the most highly digitized processes, such as digital twin technology. Studying such entrepreneurs can help understand innovative practices that push the boundaries of digital transformation and shape future business models. At the same time, extreme digital entrepreneurs can have a significant impact on a number of important issues such as sustainability, competitive advantage, customer relationship management and other business processes. Hence, the choice of extreme digital entrepreneurs may indicate that the study aims to provide a more in-depth and pioneering perspective of digital entrepreneurship.

As you know, Sustainability refers to the practice of meeting the needs of the present without compromising the ability of future generations to meet their own needs. It involves balancing economic, social, and environmental factors to create a harmonious and enduring way of living.

Digital entrepreneurs, on the other hand, can provide innovative solutions to support sustainability. By using digital technologies, they can contribute to the development of sustainable products and services, enhance the efficient use of energy and resources, and improve waste management. Therefore, digital entrepreneurs are significant contributors to sustainability efforts. The concept of "digital twin" plays a

crucial role in sustainability as it enables the virtual representation and real-time monitoring of physical processes and assets, allowing for more efficient resource management and a reduction in environmental impacts.

Numerous potential advantages of the digital twin are highlighted in the literature (Kumaş and Erol, 2021). These advantages include decreasing expenses and hazards, boosting productivity (Duman, 2022), enhancing service quality, strengthening security, and enhancing resilience (Pan and Zhang, 2021). Extreme digital entrepreneurs can therefore use the data gathered by the digital twin to inform their strategic and operational decisions when they integrate these benefits into their business processes (Uhleman et al., 2017; Negri et al., 2017; Kritzinger et al., 2018). The information and data that will be produced by the virtual representation and used by businesses will support sustainability, given the significance of proactive initiatives for a sustainable future (Özgüner and Ovalı, 2023).

2. METHODOLOGY

In the study, 'extreme digital entrepreneurs' were reached through judgmental sampling and an online survey was applied. The survey was conducted between July 14 and October 20, 2023. In the questionnaire form, the original technology acceptance model questions of Davis (1989) were adapted from the study of Wu et al. (2011) and used with a 5-point Likert scale. The sample was applied to individuals who sell on the digital market, who do not have any physical showroom and who declare that they carry out all their processes in the digital market. It was observed that respondents generally sell through social media and digital market environments. Since it is not easy to reach extreme digital entrepreneurs, there were no regional or sectoral restrictions.

2.1. Sampling Process

The questions were revised to address whether digital entrepreneurs would use digital twin technology in their sustainability activities. You can see sample questions below:

- I believe that digital twin technology will contribute to our sustainability efforts.
- I found it easy to implement digital twin technology in our sustainability activities in practice.
- I believe that using digital twin technology in our sustainability projects is very good.
- When digital twin technology is available in our sustainability efforts, I plan to use it regularly in the future.

The sample was applied to individuals who sell on the digital market, do not have a physical showroom, and declare that they carry out all their processes on the digital market. It was observed that the participants generally sell through social media and digital market environments.

Since it is not easy to reach extreme digital entrepreneurs, no regional or sectoral restrictions were made. Since these individuals already carry out all their transactions in the digital environment, *they were*

selected as a sample by assuming that they have high computer literacy and do not have problems in using information technologies.

In addition, the participants were asked "do you know about digital twin technology" as the **first control question** and if their answers were yes, they were allowed to continue the survey.

As the **second control question**, the steps of using the digital twin technology were explained one by one and the participant was asked "do you think you can follow these instructions and use this technology?" and if the answer was yes, they were allowed to continue the survey.

2.2. Findings

The demographic characteristics of the sample are as shown in the table below.

Table 1. Demographic Profile

| | | Frequency | Percent |
|----------------|----------------------------|-----------|---------|
| Gender | Woman | 79 | 24,8 |
| | Male | 231 | 72,6 |
| Age | 25-35 | 205 | 64,5 |
| | 36-46 | 92 | 28,9 |
| | 47 + | 13 | 4,1 |
| Experience | Less than 10 years | 211 | 66,4 |
| | More than 10 years | 99 | 31,1 |
| Education | High School | 9 | 2,8 |
| | University | 279 | 87,7 |
| | Master's degree | 16 | 5,0 |
| | PhD | 6 | 1,9 |
| Monthly income | 200 thousand TL and below | 106 | 33,3 |
| | 2001-300 TL | 47 | 14,8 |
| | 3001-400 TL | 43 | 13,5 |
| | 4001-500 TL | 55 | 17,3 |
| | 5001-600 TL | 23 | 7,2 |
| | 6001-700 TL | 26 | 8,2 |
| | 7001 thousand TL and above | 9 | 2,8 |
| | Missing value | 8 | 2,5 |
| | Total | 318 | 100 |

Research model and hypotheses are as follows:

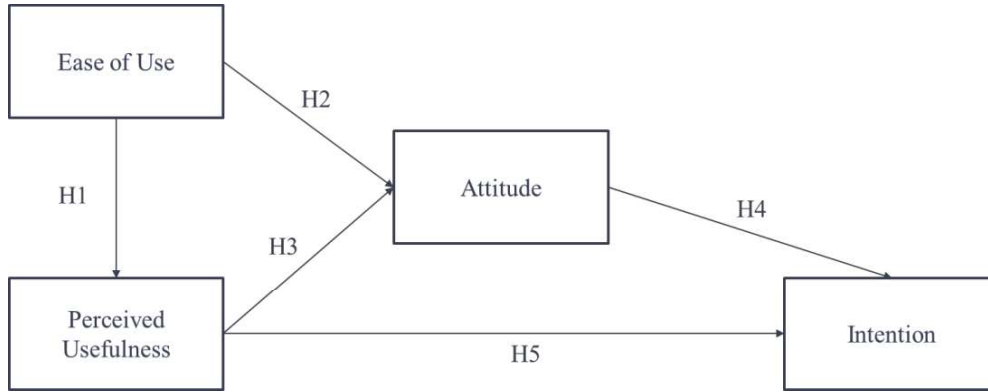


Figure 1. Original Technology Acceptance Model; Research Model

- H1:** Perceived ease of use has a significant effect on perceived usefulness.
- H2:** Perceived ease of use has a significant effect on attitude.
- H3:** Perceived usefulness has a significant effect on attitude.
- H4:** Attitude has a significant effect on intention.
- H5:** Perceived usefulness has a significant effect on intention.

Before the research model could be tested, explanatory and confirmatory factor analyses were conducted for the scales used. In addition, average variance extracted (AVE) and composite reliability (CR) values were examined.

Table 2. Exploratory Factor Analysis

| Item | Rotated Component Matrix ^a | | | | | |
|---------|--|------|------|------|---|-------|
| | | 1 | 2 | 3 | 4 | Alpha |
| Ease1 | I found it easy to learn how to use digital twin technology. | ,736 | | | | 0,792 |
| Ease2 | I found it easy to implement digital twin technology in our sustainability activities in practice. | ,708 | | | | |
| Ease3 | I found it easy to operate digital twin technology in alignment with our sustainability goals. | ,651 | | | | |
| Ease4 | Overall, I found using digital twin technology in our sustainability projects easy. | ,641 | | | | |
| Useful1 | I believe that digital twin technology will contribute to our sustainability efforts. | | ,736 | | | 0,804 |
| Useful2 | I believe that digital twin technology will enhance the efficiency of our sustainability projects. | | ,650 | | | |
| Useful3 | I believe that using digital twin technology in sustainability initiatives will be effective. | | ,744 | | | |
| Useful4 | Overall, I find the use of digital twin technology in our sustainability efforts beneficial. | | ,775 | | | |
| Att.1 | I believe that using digital twin technology in our sustainability projects is very good. | | | ,738 | | 0,844 |

| | | | | | |
|---|--|--|--|------|-------|
| Att.2 | In my opinion, using digital twin technology in sustainability efforts is highly desirable. | | | ,797 | |
| Att.3 | It is much better for me to use digital twin technology for our sustainability goals. | | | ,875 | |
| Int.1 | When digital twin technology is available in our sustainability efforts, I plan to use it regularly in the future. | | | ,583 | 0,564 |
| Int.2 | Overall, I intend to use digital twin technology in our sustainability projects. | | | ,740 | |
| KMO Measure of Sampling Adequacy 0,837 and Bartlett's Test of Sphericity 1412,605 df 78 and Sig. 0,000 Cumulative Variance %64,75 | | | | | |

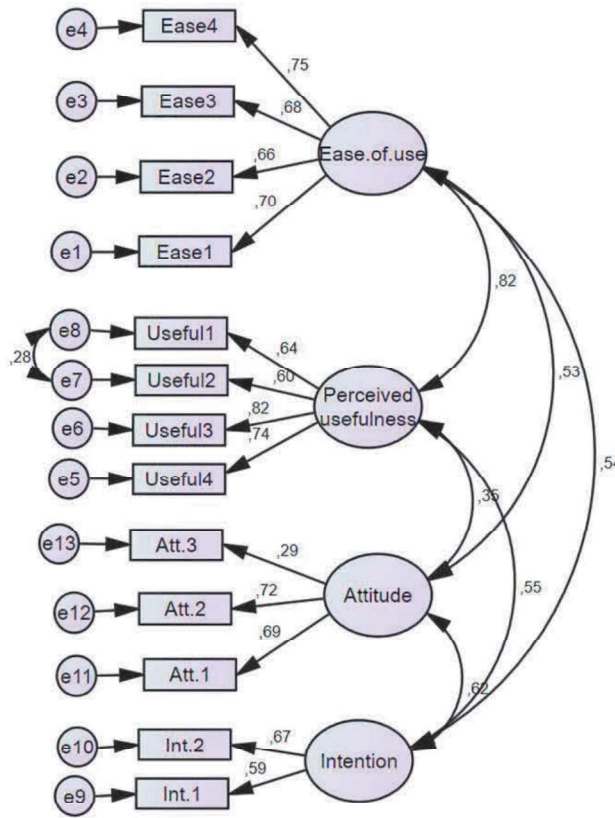


Figure 2. Confirmatory Factor Analysis

Table 3. Standardized Path Coefficient for Confirmatory Factor Analysis

| Paths | | | Std. Estimate | S.E. | t Value | p | Adj. R ² |
|--------------|------|-------------|---------------|------|---------|-----|---------------------|
| Ease1 | <--- | Ease.of.use | ,697 | | | | ,486 |
| Ease2 | <--- | Ease.of.use | ,657 | ,089 | 10,262 | *** | ,431 |
| Ease3 | <--- | Ease.of.use | ,681 | ,080 | 10,603 | *** | ,464 |

| | | | | | | | |
|----------------|------|----------------------|------|------|--------|-----|------|
| Ease4 | <--- | Ease.of.use | ,751 | ,090 | 11,501 | *** | ,564 |
| Useful4 | <--- | Perceived_usefulness | ,744 | | | | ,407 |
| Useful3 | <--- | Perceived_usefulness | ,820 | ,086 | 13,080 | *** | ,357 |
| Useful2 | <--- | Perceived_usefulness | ,597 | ,077 | 9,769 | *** | ,672 |
| Useful1 | <--- | Perceived_usefulness | ,638 | ,081 | 10,450 | *** | ,554 |
| Att.1 | <--- | Attitude | ,689 | | | | ,085 |
| Att.2 | <--- | Attitude | ,723 | ,139 | 7,602 | *** | ,523 |
| Att.3 | <--- | Attitude | ,292 | ,146 | 4,248 | *** | ,475 |
| Int.1 | <--- | Intention | ,589 | | | | ,347 |
| Int.2 | <--- | Intention | ,667 | ,171 | 6,434 | *** | ,445 |

Table 4. Fit Values

| Model Fit Indices | Model Fit Values | Acceptable Fit Values |
|--------------------------|-------------------------|------------------------------|
| X2 | 193,357 | |
| df | 58 | |
| X2/df | 3,334 | 1-5 |
| RMSEA | 0,086 | 0,05-0,10 |
| AGFI | 0,972 | 0,85-0,90 |
| GFI | 0,918 | 0,90-0,95 |
| CFI | 0,900 | 0,90-0,97 |
| NFI | 0,865 | 0,90-0,99 |

Table 5. CR and AVE Values for the Scales

| | CR | AVE |
|-----------------------------|-----------|------------|
| Attitude | 0,794 | 0,528 |
| Ease of use | 0,791 | 0,676 |
| Perceived usefulness | 0,796 | 0,676 |
| Intention | 0,705 | 0,571 |

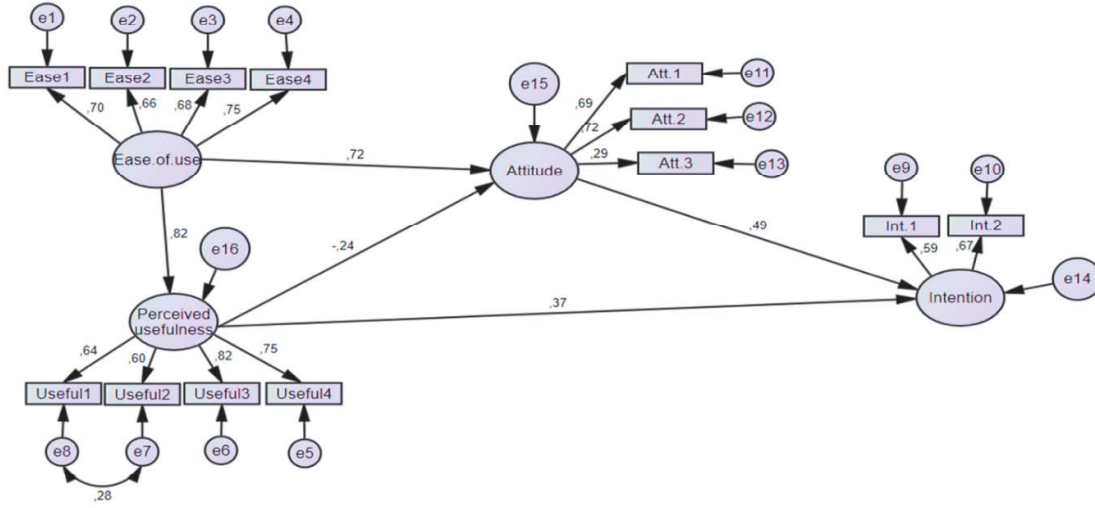


Figure 3. Path Diagram

Table 6. Standardized Path Coefficient for Research Model

| Paths | | Std. Estimate | S.E. | t Value | P | Adj. R ² |
|-----------------------------|---------------------------|---------------|------|---------|------|---------------------|
| Perceived_usefulness | <--- Ease.of.use | ,820 | ,100 | 9,807 | *** | ,820 |
| Attitude | <--- Ease.of.use | ,721 | ,207 | 3,883 | *** | ,721 |
| Attitude | <--- Perceived_usefulness | -,241 | ,161 | -1,397 | ,162 | -,241 |
| Intention | <--- Attitude | ,487 | ,120 | 4,538 | *** | ,487 |
| Intention | <--- Perceived_usefulness | ,368 | ,094 | 4,072 | *** | ,368 |
| Ease1 | <--- Ease.of.use | ,697 | | | | ,697 |
| Ease2 | <--- Ease.of.use | ,657 | ,089 | 10,260 | *** | ,657 |
| Ease3 | <--- Ease.of.use | ,681 | ,080 | 10,587 | *** | ,681 |
| Ease4 | <--- Ease.of.use | ,752 | ,090 | 11,503 | *** | ,752 |
| Useful4 | <--- Perceived_usefulness | ,745 | | | | ,745 |
| Useful3 | <--- Perceived_usefulness | ,822 | ,086 | 13,099 | *** | ,822 |
| Useful2 | <--- Perceived_usefulness | ,596 | ,077 | 9,757 | *** | ,596 |
| Useful1 | <--- Perceived_usefulness | ,637 | ,081 | 10,436 | *** | ,637 |
| Att.1 | <--- Attitude | ,691 | | | | ,691 |
| Att.2 | <--- Attitude | ,724 | ,140 | 7,540 | *** | ,724 |
| Att.3 | <--- Attitude | ,291 | ,145 | 4,222 | *** | ,291 |
| Int.1 | <--- Intention | ,588 | | | | ,588 |
| Int.2 | <--- Intention | ,669 | ,172 | 6,415 | *** | ,669 |

Table 7. Fit Values

| Model Fit Indices | Model Fit Values | Acceptable Fit Values |
|--------------------------|-------------------------|------------------------------|
| X² | 193,604 | |
| df | 59 | |
| X²/df | 3,281 | 1-5 |
| RMSEA | 0,085 | 0,05-0,10 |
| AGFI | 0,873 | 0,85-0,90 |
| GFI | 0,918 | 0,90-0,95 |
| CFI | 0,901 | 0,90-0,97 |
| NFI | 0,865 | 0,90-0,99 |

3. FINDINGS AND DISCUSSION

This study aims to examine digital entrepreneurs' approaches to digital twin technology and evaluate these outcomes from a sustainability perspective. It is important to understand how today's technological innovations and entrepreneurial spirit can serve as a tool to build a sustainable future and how digital twin technology and digital entrepreneurs can contribute to environmental and social issues. In this context, the Technology Acceptance Model (TAM) was used to assess digital entrepreneurs' perceptions of digital twin technology. The results obtained can be expressed as follows:

Perceived ease of use has a significant impact on the perceived usefulness of a digital twin technology (H1 Accepted). This result suggests that how easy a digital twin technology is to use influences users' perception of how useful it is. Users may think that the easier a digital twin technology is to use, the easier it is to benefit from it. Perceived ease of use has a significant impact on attitude towards digital twin technology (H2 Accepted). This result suggests that the ease of use of a digital twin technology can positively influence users' attitudes towards it. Attitude has a significant impact on the intention to use digital twin technology (H4 Accepted). That is, as it is known, users' positive attitudes towards the use of digital twin technology can shape their intention to use it. Perceived usefulness has a significant impact on the intention to use digital twin technology (H5 Accepted): This result indicates that the extent to which users think that the use of digital twin technology is beneficial to them positively influences their intention to use this technology. If users think that digital twin technology will be beneficial to them, they may develop an intention to use it.

Hypothesis H3 "Perceived usefulness has a significant impact on attitudes towards digital twin technology" is rejected. It shows that for the sample of this study, how useful users perceive digital twin technology to be does not affect their attitudes towards it. While this result is surprising, it suggests that digital twin technology may not directly influence users' attitudes. Moreover, as Wu et al. (2011) pointed out in their study, it can be interpreted that the mediating effect of attitude variable with intention does not reveal a significant difference. Considering that in the extended technology acceptance models in the literature, models such as TAM2 and TAM3 do not include the attitude variable, this unsupported

hypothesis may become more meaningful. Attitudes may be shaped depending on users' personal preferences, experiences or other factors, and it can be concluded that only the perceived benefit of a concept that can be considered complex such as digital twin technology is not sufficient to determine these attitudes.

CONCLUSION

The findings make a substantial contribution to comprehending the acceptance process of digital twin technology and user behaviors. In the context of sustainability, the following points can be elucidated: Digital twin technology affords businesses the capability to virtually replicate physical processes, thereby promoting more efficient and environmentally-friendly operations. The heightened integration of this technology can facilitate the judicious use of resources and contribute to waste reduction. The results underscore the pivotal role of perceived ease of use in the acceptance of digital twin technology. The simplicity of use can expeditiously propel the adoption of technology, thereby facilitating the transition to sustainable business processes.

Contrary to our initial hypothesis, the results indicate that there may not be a direct relationship between perceived benefit and user attitudes. This suggests that additional factors may influence users to develop a positive attitude towards this technology for it to be adopted, especially in the context of sustainability. The results show that attitude significantly influences intention. This highlights the close association between the acceptance of digital twin technology and the adoption of sustainable business practices. Fostering a positive attitude is crucial for shaping intentions related to sustainability. This study has investigated the factors influencing the acceptance of digital twin technology and has unveiled important implications for sustainability.

On the other hand, to summarize all this briefly, it is possible to say that digital twin technology enables the development of sustainable business models for digital entrepreneurs through factors such as product lifecycle optimization, waste reduction and carbon footprint reduction. In this context, digital entrepreneurs adopt the principles of sustainability in terms of both innovation and environmental responsibility, and in this context, they can utilize the potential of digital twin technology.

These findings emphasize the potential of digital twin technology for digital entrepreneurs to develop sustainability-oriented strategies. However, the lack of an effect of ease of use on attitude suggests the need for a deeper understanding of technology acceptance processes and more specific strategies for entrepreneurs to adopt this technology. This study makes an important contribution to understanding how digital entrepreneurs approach digital twin technology from a sustainability perspective and to guide strategies in this area.

The biggest limitation of the study is that the digital twin technology is not yet very widespread and its cost cannot be clearly predicted; survey could not be applied directly to users. The second constraint is the possibility that the participants may have given biased answers to the control questions, that is, the possibility of respondent error. The study's sample size may be limited, and it may not fully represent diverse user groups. Future studies should aim for larger and more diverse samples to improve generalizability. The data collected in this study rely on self-reported responses, which could introduce response bias. Combining self-report with objective measurements could enhance the validity of the findings.

The study's findings are based on a specific context, and the results may not be general applicable. The contextual limitations should be acknowledged when applying the findings to other settings. While the study identifies relationships between variables, it does not establish causality. Future research may employ experimental designs to provide stronger evidence of causal relationships. The study primarily focuses on the technical and individual factors related to digital twin adoption. Future research should also explore the social and ethical implications of this technology.

Future research could focus on industry-specific applications of digital twin technology and how it influences sustainability practices. Different sectors may have unique challenges and opportunities for integrating digital twins into their operations. Conducting longitudinal studies to track the long-term impact of digital twin adoption on sustainability performance would provide valuable insights. This could help in assessing the sustainability benefits over time and identifying any changing dynamics.

Investigating how cultural factors influence the perception and acceptance of digital twin technology and its impact on sustainability could be a promising avenue. Cultural differences may play a role in shaping user attitudes and behaviors. Research could explore the effectiveness of user training and support programs in enhancing the acceptance of digital twin technology. Understanding the role of training in sustainability adoption is particularly relevant. The collaborative potential of digital twin technology could be studied further. Research could examine how businesses collaborate through shared digital twins and how this cooperation impacts sustainability efforts.

REFERENCES

Alptekin, G., & Türkmen, D. (2023). Dijital ikiz üzerine yapılan araştırmaların dergi yayınlarındaki eğilimlerinin görselleştirilmesi. *Açıköğretim Uygulamaları ve Araştırmaları Dergisi*, 9(2), 1-30.

Arjune, S., & Kumar, V. S. (2023). Impact of Various Prospects Influencing Digital Entrepreneurship Sustainability. In *2022 OPJU International Technology Conference on Emerging Technologies for Sustainable Development (OTCON)* (pp. 1-6). IEEE.

Biesinger, F., Meike, D., Kraß, B., & Weyrich, M. (2019). A digital twin for production planning based on cyber-physical systems: A Case Study for a Cyber-Physical System-Based Creation of a Digital Twin. *Procedia CIRP*, 79, 355-360.

Boyes, H., & Watson, T. (2022). Digital twins: An analysis framework and open issues. *Computers in Industry*, 143, 103763.

Deng, T., Zhang, K., & Shen, Z. J. M. (2021). A systematic review of a digital twin city: A new pattern of urban governance toward smart cities. *Journal of Management Science and Engineering*, 6(2), 125-134.

Duman, M. Ç. (2022). İşletmeler için yeni bir verimlilik teknolojisi: Dijital ikiz. *Verimlilik Dergisi*, 189-206.

Eyel, C. Ş., & Sağlam, H. (2021). Dijital dönüşüm ve girişimcilikteki değişim: Dijital girişimcilik. *Atlas Sosyal Bilimler Dergisi*, 1(6), 7-20.

Gebhardt, L., & Hoelzle, K. (2022). Sustainable Entrepreneurs in Digital Business Ecosystems-Sovereignty vs. Business Model Potential. In *Academy of Management Proceedings* (Vol. 2022, No. 1, p. 16050). Briarcliff Manor, NY 10510: Academy of Management.

Guthrie, C. (2014). The digital factory: A hands-on learning project in digital entrepreneurship. *Journal of Entrepreneurship Education*, 17(1), 115.

Hull, C. E. K., Hung, Y. T. C., Hair, N., Perotti, V., & DeMartino, R. (2007). Taking advantage of digital opportunities: A typology of digital entrepreneurship. *International Journal of Networking and Virtual Organisations*, 4(3), 290-303.

Jones, D., Snider, C., Nassehi, A., Yon, J., & Hicks, B. (2020). Characterising the Digital Twin: A systematic literature review. *CIRP journal of manufacturing science and technology*, 29, 36-52.

Kritzinger, W., Karner, M., Traar, G., Henjes, J., & Sihn, W. (2018). Digital Twin in manufacturing: A categorical literature review and classification. *Ifac-PapersOnline*, 51(11), 1016-1022.

Kumaş, E., & Erol, S. (2021). Endüstri 4.0'da anahtar teknoloji olarak dijital ikizler. *Politeknik Dergisi*, 24(2), 691-701.

Lu, Y., Liu, C., Kevin, I., Wang, K., Huang, H., & Xu, X. (2020). Digital Twin-driven smart manufacturing: Connotation, reference model, applications and research issues. *Robotics and computer-integrated manufacturing*, 61, 101837.

Marangunić, N., & Granić, A. (2015). Technology acceptance model: a literature review from 1986 to 2013. *Universal access in the information society*, 14, 81-95.

Negri, E., Fumagalli, L., & Macchi, M. (2017). A review of the roles of digital twin in CPS-based production systems. *Procedia manufacturing*, 11, 939-948.

Özgüner, M., & Ovalı, E. (2023). Dijital İkiz Teknolojisinin İmalat Sektöründe Kullanımı Noktasında Kritik Öneme Sahip Başarı Faktörlerinin Swara Yöntemiyle Değerlendirilmesi. *Doğuş Üniversitesi Dergisi*, 24(1), 449-462.

Pan, Y., & Zhang, L. (2021). A BIM-data mining integrated digital twin framework for advanced project management. *Automation in Construction*, 124, 103564.

Rashidi, R., Yousefpour, S., Sani, Y., & Rezaei, S. (2013). Presenting a butterfly ecosystem for digital entrepreneurship development in knowledge age. In *2013 7th International Conference on Application of Information and Communication Technologies* (pp. 1-4). IEEE.

Schleich, B., Anwer, N., Mathieu, L., & Wartzack, S. (2017). Shaping the digital twin for design and production engineering. *CIRP annals*, 66(1), 141-144.

Uhlemann, T. H. J., Lehmann, C., & Steinhilper, R. (2017). The digital twin: Realizing the cyber-physical production system for industry 4.0. *Procedia Cirp*, 61, 335-340.

Wang, C., Miller, D., Gimona, A., Nijnik, M., & Jiang, Y. (2023). *An integration of digital twin technology, GIS and VR for the service of environmental sustainability* (No. EGU23-5626). Copernicus Meetings.

Yaghoubi, N. M., Salehi, M., Eftekharian, A., & Samipourgiri, E. (2012). Identification of the effective structural factors on creating and developing digital entrepreneurship in the agricultural sector. *African Journal of Agricultural Research*, 7(6), 1047-1053.

Yuce, A. (2023). Digital Twins and Sustainable Developments in the Tourism and Hospitality Industry. In *Handbook of Research on Applications of AI, Digital Twin, and Internet of Things for Sustainable Development* (pp. 461-472). IGI Global.

DÜNYANIN VE TÜRKİYE’NİN ORTAK GELECEĞİNİN BİR GİRİŞİMCİLİK KAYGISI: AİLE ÇİFTÇİLİĞİ¹

Araş. Görv. Gülşah EREN²

Prof. Dr. Bülent GÜLÇUBUK³

ÖZ

Dünyada giderek artan sağlıklı ve dengeli beslenme kaygısı geçmişe yeniden hızlı bir dönüş arayışını da beraberinde getiriyor. Dünya telaş içinde, çünkü gıda güvencesi ve gıda güvenliği alarm veriyor. Toprağına sahip çıkan koruyan ve aile çiftçiliğine sahip çıkan ülkeler gelecek yüzyıllara daha güvenli bir ortamda geçeceklerdir. İşte bunun için aile çiftçiliğine önem veren ve bunu bir girişimcilik olarak yaşatan ülkeler gıda güvencesi ve toprak-su kaynaklarının, biyolojik çeşitliliğin korunması açısından geleceğe daha güven içinde bakıyorlar. Aile çiftçiliği; aile-temelli tüm tarımsal faaliyetleri kapsar ve kırsal kalkınmanın birçok alanı ile bağlantılıdır. Aile çiftçiliği bir aile tarafından yönetilen ve gerçekleştirilen, çoğunlukla kadın ve erkekler dâhil, ailesel işgücüne dayalı tarım, ormancılık, balıkçılık, seracılık ve su ürünlerine yönelik üretim faaliyetlerini kapsamaktadır. Dünyada 600 milyona yakın çiftlik var ve bunun 500 milyondan fazlası neredeyse %90’ı aile çiftçiliği olarak işletilmektedir. Bunlar, tamamen veya büyük ölçüde aile emeğine dayalı küçük hane halkı işletmeleri türünde olup, dünyada üretilen toplam gıdanın da %80’ini gerçekleştirmektedirler. Bu boyutları ile aile çiftçiliği aynı zamanda dünyanın en fazla girişimci nüfusunu da oluşturmaktadır. Gelecekte gıdanın insanlık için en önemli faktörlerden biri haline gelecek olması kaçınılmazdır. Bu çerçevede üretim faaliyetlerini optimum işletme büyüklüğüne çıkaran, teknolojiyi kullanan, kaliteli tarımsal ürünlere öncelik veren işletmeler daha fazla ön plana çıkacaktır. Tarımsal üretim toplamında aile çiftçilerinin üretim paylarının giderek azalması da gündeme gelebilir. Bundan dolayı rekabet şartlarının getireceği dezavantajlı durum dikkate alınarak aile çiftçiliğinin geliştirilmesi ve desteklenmesi bütün ülkelerin yararına olan bir durumdur. Bu çalışmada dünyanın ortak geleceğinde ortak bir kaygıyı oluşturan gıda güvencesi için aile çiftçiliğinin mevcut durumu ve bir girişimcilik olarak geleceğe ilişkin çözüm yaklaşımlarının ortaya konulmasına çalışılmıştır.

Anahtar kelimeler: Aile Çiftçiliği, Ortak Gelecek, Tarımsal Girişimcilik, Gıda Güvencesi.

Jel Kodları: Q12, Q18

¹ Bu çalışma 7-10 Kasım 2023 tarihleri arasında düzenlenen 9.Uluslararası EMI Girişimcilik& Sosyal Bilimler kongresinde sunulan bildirinin genişletilmiş halidir.

² Araş. Görv. Ankara University Faculty of Agriculture, Department of Agricultural Economics, Türkiye gulsah86eren@hotmail.com Orcid: 0000-0001-7176-8437

³ Prof. Dr. Ankara University Faculty of Agriculture, Department of Agricultural Economics, Türkiye gulcubuk@agri.ankara.edu.tr Orcid: 0000-0003-4026-1814

AN ENTREPRENEURIAL CONCERN OF THE COMMON FUTURE OF THE WORLD AND TÜRKİYE: FAMILY FARMING

ABSTRACT

The world's growing concern for healthy and balanced diets brings with it the search for a quick return to the past. The world is in a panic because food security and food safety are alarming. Countries that protect their land and embrace family farming will pass into the next centuries in a more secure environment. For this reason, countries that attach importance to family farming and keep it alive as an entrepreneurship look to the future with more confidence in terms of food security and the protection of soil-water resources and biodiversity. Family farming encompasses all family-based agricultural activities and is linked to many areas of rural development. Family farming encompasses agriculture, forestry, fisheries, horticulture and aquaculture production activities managed and carried out by a family, based on family labor, mostly women and men. There are close to 600 million farms in the world, of which more than 500 million, almost 90%, are operated as family farms. These are small household enterprises based entirely or largely on family labor and account for 80% of the total food produced in the world. To this extent, family farming also accounts for the world's largest entrepreneurial population. It is inevitable that food will become one of the most important factors for humanity in the future. In this framework, enterprises that increase their production activities to optimum enterprise size, use technology and prioritize quality agricultural products will become more prominent. A gradual decrease in the share of family farmers in total agricultural production may also be on the agenda. Therefore, it is in the interest of all countries to develop and support family farming, taking into account the disadvantageous situation that competition conditions will bring. In this paper, it has been tried to reveal the current situation of family farming for food security, which constitutes a common concern in the common future of the world, and solution approaches for the future as an entrepreneurship.

Key words: Family Farming, Common Future, Agricultural Entrepreneurship, Food Security.

JEL Codes: Q12, Q18, Q19

GİRİŞ

Dünyada 3 milyardan fazla insan kırsal kesimde yaşamakta olup bunun 2,5 milyara yakını da tarım sektöründe çalışmaktadır. Tarımsal üretim yapan işletmeler aile çiftçisi konumundadır (Lowder vd.2014). Dünyadaki toplam tarım arazisinin %25-30'u aile çiftçiliği tarafından işletilmektedir. Tarım sektörü dünya çapında ülkeler için oldukça önemlidir. Gelişmekte olan ülkeler dünya tarımının dörtte üçünü oluşturuyor. Bu ülkelerin çoğunda üretim ve tarım sektörü GSYİH'nın %30'unu karşılıyor (FAO,2013). Asya ülkelerinde toplam tarım alanlarının %85'i, Afrika'da %62'si, Kuzey ve Orta Amerika'da %83'ü, Avrupa'da %68'i ve Güney Amerika ülkelerinde %18'i aile çiftçiliği tarafından işletilmektedir.

Türkiye'de ise nüfusun sadece %6,6'sı kırsal alanda yaşıyor olmakla birlikte kırsalda yaşayanların hala geçim kaynağının başat kısmı tarım sektöründen sağlanmaktadır. Yaklaşık 3 milyon tarım işletmesinin %99,28'i aile işletmesidir. Tarım sektörü GSYİH'nın %5,8'ini kapsamaktadır (TÜİK,2022). Buradan da anlaşılacağı üzere aile çiftçiliği hem gelişmekte olan hem de gelişmiş ülkelerde gıda üretiminde tarımın en etkili bileşenlerinden biridir (Anonim,2014). Ayrıca dünya genelinde 900 milyon insanın açlık

çektığı gerçeğini göz önünde bulundurduğumuzda, gıda üretiminin yapıldığı tarım sektörünün ana sektör olarak oldukça önemli olduğu söylenebilir.

Tüm bu faktörler dikkate alındığında aile çiftçiliği dünya genelinde önemli bir yere sahiptir. Bu nedenle BM ve FAO 2014 yılını “Uluslararası Aile Çiftçiliği Yılı” ilan etmiştir.

Aile çiftçiliğinin çok boyutluluğu ve bölgesel farklılık göstermesi nedeni kesin bir tanımını yapmak zordur (Kan ve Kan, 2020). FAO'nun tanımına göre; “aile çiftçiliği, cinsiyet gözetmeksizin aile işgücü kullanılarak yürütülen sebzeçilik, hayvancılık, balıkçılık ve ormancılık faaliyetleridir.

Bu bağlamda aile çiftçiliği, cinsiyete bakılmaksızın aile temelli faaliyetlerin yürütüldüğü işletmelerdir. Aile işgücüne dayalı, doğal kaynakların ve çevrenin sürdürülebilirliğine önem veren aile çiftçiliği dünya çapında önemli bir yere sahiptir. Dünyadaki 570 milyon tarım işletmesinin 500 milyonu aile çiftçiliğiyle işletilmekte olup, 457 milyon işletmenin üretim alanı 2 hektarın (IFAD, 2011) altındadır (Poulton ve Dorward, 2010). Ayrıca Aile çiftlikleri, dünyanın en büyük girişimci grubu olup, dünyadaki arazinin %25-30'una sahiptirler ama gıdanın %80'ini üretmektedirler (Gülçubuk, 2016).

1. AİLE ÇİFTÇİLİĞİ ÜZERİNE

Aile çiftçiliği; geleneksel gıda ürünlerinin korunmasına yardımcı olan (Kan ve Gülçubuk, 2014), dengeli beslenme için imkan sağlayan, tarımsal biyoçeşitliliğin korunmasına katkıda bulunan (FAO, 2014. Kan ve ark. 2014), kaynakların sürdürülebilir şekilde kullanılmasını sağlayan (FAO, 2014) gıda güvencesinde, gıda arz zincirinde, örgütlenmede, gelir getirici aktivitelerde çeşitlilik oluşturmada, iklim değişikliğine uyum kapasitesi geliştirmede (Kan ve ark., 2014), çevre korunmasında ve sosyal ve kültürel yapının devamlılığında önemli rol oynayan (Kan ve Kan, 2020) bir yapı olarak ortaya çıkmaktadır. Bu tanımdan yola çıkarak Aile çiftçiliğinin, sağlıklı ve sürekli üretilen gıda maddeleriyle öz ihtiyaçların karşılanması ve aile için uygun bir gelirin sağlanması bakımından önemli olduğu söylenebilir. Ayrıca aile içinde devamlılığın sağlanması ile yöresel bilgilerin korunması, doğal kaynakların sürekli kullanılabilir olması da sağlanmaktadır (Anonymous, 2014).

Aile çiftçiliğinin güçlü yönlerine baktığımızda; karar almada hızlı olması, gelecek nesillerin düşünülmesi, krizlere direnç göstermesi, bağımsızlık, işlerin yoğun olması durumunda aile bireylerinin işlere yardım etmesi en başta gelenler olarak söylenebilir. Zayıf yönleri ise sermayenin az olması, yetersiz ölçek ekonomisi, riski üstlenme, uzmanlığın yerini genel bilginin alması en başta gelenler olarak sıralanabilir (Keskin vd.,2017)

Ulusal düzeyde aile çiftçiliğinin işleyen bir yapıda olması, tarımsal ve ekolojik koşullar ve bölgesel özellikler, uygulanacak çevre politikaları, pazarlama olanakları, doğal kaynakların varlığı, teknoloji ve

yayım hizmetlerine erişim, tarımsal finansman olanakları, demografik, ekonomik, sosyokültürel koşullara erişim gibi birçok faktöre bağlı bulunmaktadır. Tüm bu faktörlerin varlığı ile birlikte Aile çiftçiliği, sosyal politikalarla desteklendiği durumda yerel ekonomilerin canlanması için de bir fırsat olarak görülmektedir (GTHB, 2014; FAO, 2014a).

2. GİRİŞİMCİLİK YÖNÜ İLE AİLE ÇİFTÇİLİĞİ

Aile çiftçiliği kavramı dayanışma, süreklilik ve bağlılık gibi aile değerleri ile ilişkilendirilmektedir. Ekonomik açıdan aile çiftliği, belirli iş becerileri, yönetim, risk değerlendirmesi, dayanıklılık ve mesleki tatmin ile özdeşleşmektedir (Chiritescu and Kruzslıcika, 2015).

Aile çiftlikleri, yoksul ülkelerde gıda bulunabilirliğini artırarak, geleneksel ürünleri koruyarak, daha sağlıklı beslenmeye geçişi sağlayarak güvenlik ve gıda güvencesinde önemli bir rol oynayabilir (Alina, 2014).

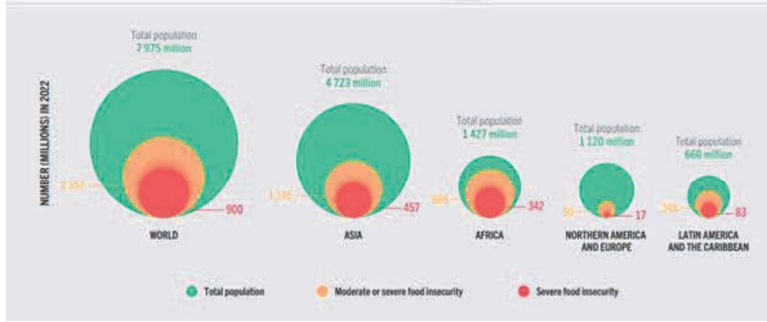
Şu anda dünya çapında 500 milyonu aşkın aile çiftliği bulunmaktadır ve bu çiftlikler tarımda hakim modele sahiptir. Ayrıca hem gelişmiş hem de gelişmekte olan ülkelerde lider gıda sağlayıcısı konumundadırlar (FAO,2017). Bu bağlamda 2014 yılı Uluslararası Aile Çiftliği Yılı ilan edildi ve bu nedenle Birleşmiş Milletler Gıda ve Tarım Örgütü, ülke Hükümetleri, Uluslararası Kalkınma Ajansları, çiftçi örgütleri ve Birleşmiş Milletler'in diğer ilgili kuruluşlarıyla ve sivil toplum kuruluşlarıyla kuruluşlar (STK'lar) bu konuda işbirliği programlarının uygulanmasını kolaylaştırdı. Buradaki amaç; aile çiftçiliğinin önemini vurgulamak ve yeniden yeşermesini ve yaşamasını sağlamaktır (FAO,2023).

Diğer taraftan, Aile çiftçileri, girişimci yönü ön planda olan dünyadaki en büyük işverendir. FAO'ya göre tarım arazilerinin %80'i küçük çiftçilerin mülkiyetindedir. Bir diğer ifadeyle, Dünyanın gıda değerinin yaklaşık %80'inini aile çiftçileri üretmektedirler Tükettiğimiz gıdanın %75'i 12 bitki ve 5 hayvan türünden elde edilirken, aile çiftlikleri iklim değişikliğine karşı dayanıklı türleri korur (FAO,2023).

FAO'ya (Birleşmiş Milletler Gıda ve Tarım Örgütü) göre gıda güvenliği, her bireyin sağlıklı ve aktif bir yaşam için yeterli gıdaya sahip olmasını sağlayacak bir sisteme sahip olmasını sağlayacak şekilde, her yerde ve zamanda yeterli ve sağlıklı gıdaya kalıcı olarak erişiminin garanti edilmesidir.

Gıda güvenliği dört ana faktör grubundan etkilenmektedir: sosyal ekonomik ve politik çevre; tarım-gıda sektörünün performansı; sosyal koruma; sağlık ve hijyen. Bu bağlamda bölgesel, ulusal ve uluslararası düzeyde ulusal güvenliğin sağlanması için zorunlu olan ekstra üretimin sağlanmasında aile çiftliklerinin rolü yadsınmaz (Manescu vd., 2014).

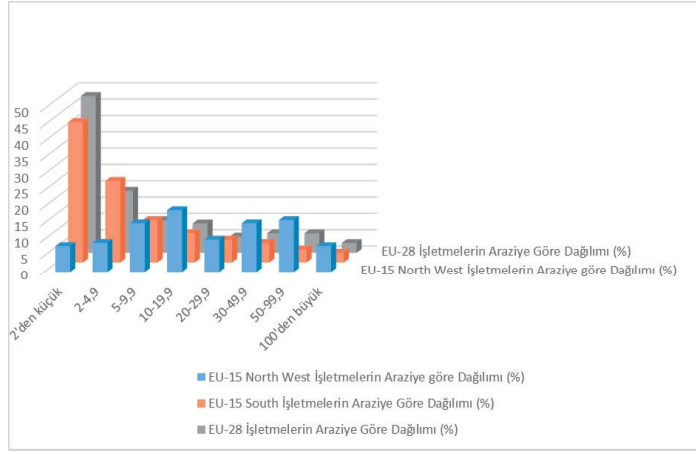
Gıda güvenliği sorunları yaşayan dünya nüfusunun % 70'den fazlası Afrika, Asya, Latin Amerika ve Yakın Doğu'nun kırsal kesiminde yaşıyor. 2022 yılında dünyada orta veya şiddetli gıda güvensizliğiyle karşı karşıya kalan insanların üçte birinden fazlası (yüzde 38) (900 milyonun üzerinde) ciddi gıda güvensizliğiyle karşı karşıyadır. Yiyecek güvensizliği, yıl içinde zaman zaman yiyeceklerinin tükendiğini ve en kötü ihtimalle bütün bir günü veya daha fazlasını yemek yemeden geçirdiklerini gösteriyor (FAO,2023)



Şekil 1. 2022 yılında Dünya’da Orta veya Şiddetli Gıda Güvensizliği Sorunu Yaşayan Nüfus

Kaynak: FAO, 2023

Avrupa Birliği'nde de tarımın en yaygın işlevsel modeli aile çiftlikleri tarafından temsil edilmektedir. 12 milyon Avrupa çiftliğinin çoğu, bir nesilden diğerine aktarılan aile çiftlikleri olarak kurulmakta ve böylece kırsal alanların sürdürülebilir sosyo-ekonomik kalkınmasına katkıda bulunmaktadır. Bu tür çiftlikler gıda güvenliğinin sağlanmasına, gıda güvenliği düzeyinin, gıdanın kalitesinin, değerinin, menşinin ve çeşitliliğinin artırılmasına katkıda bulunur (Chiritescu and Kruzslıcika, 2015). Bu çerçevede AB-28'de aile çiftçiliği, tarımsal işletmelere ilişkin tüm risklerin üstlenildiği tarımsal organizasyon olarak tanımlanmaktadır. Aile çiftçiliği yapan işletmeler sermayelerinin büyük bir kısmını aileden, gelirlerinin büyük bir kısmını ise işletmelerden sağlamaktadır. Yukarıda da ifade ettiğimiz gibi, Avrupa Birliği'nde ortalama 13 milyon tarım işletmesi bulunmakta olup, bu işletmelerin %97'si işletme sahibidir (Davidova and Thomson, 2010). Bu işletmelerin ortalama arazi ise 14,2 hektar olup, %85'i aile çiftçiliği yapmaktadır. Toplam tarım arazisinin de %68'i işletilmektedir (Hennessy, 2014).

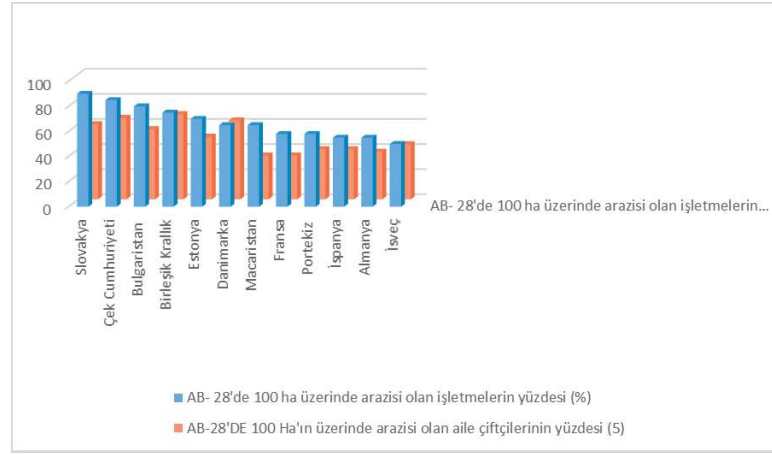


Şekil.2 AB-28'deki İşletmelerin Araziye Göre Dağılımı

Kaynak: Davidova ve Thomson, 2010

Şekil 2'de görüldüğü gibi AB-28'deki işletmelerin %48'i, Kuzey-Batı Avrupa'daki işletmelerin ise %8'i 2 hektarın altında üretim alanına sahiptir. Bu işletmeler aile işgücüne dayalı olarak faaliyetlerini sürdürmektedirler. Avrupa Birliği'nde aile çiftçiliği yapan işletmelerin arazi büyüklükleri, istihdam kapasitesi ve işletme büyüklüğü açısından bakıldığında oldukça farklı olduğu görülmektedir (Hennessy, 2014). Aile çiftçiliği sadece küçük işletmelerde değil büyük işletmelerde de yapılmaktadır.

Şekil 3'ye göre toplam işletmelerin %50'sinden fazlası 100 ha'nın üzerinde alana sahip işletmelerden oluşmaktadır. Bu işletmelerin yüzde 40'ından fazlası aile çiftçiliğinden oluşuyor. İngiltere ve Danimarka'da aile çiftçiliği yapan işletme sayısı oldukça fazladır.



Şekil 3. AB-28'de 100 Hektarın Üzerinde Tarım Alanı İşleten ve Aile Çiftçiliği Yapan İşletmelerin Dağılımı (%)

Kaynak: Davidova and Thomson, 2010

Dünya'da bir başka ülke olarak Brezilya örneğine baktığımızda ise, Brezilya'da işletmelerin aile çiftçiliği olarak kabul edilebilmesi için; aile tarafından işletilmeli, 5-100 ha araziye sahip olmalı ve gelirleri sadece çiftçilik gelirinden sağlanmalıdır.

Tablo 1. Brezilya'da Aile İşletmelerinin Ortalama İşletme Büyüklüğü (ha) ve Ortalama İşletme Gelirleri (\$)

| | İşletme Sayısı | Ortalama İşletme Büyüklüğü (ha) | Ortalama İşletme Geliri (\$) | Aile İşletme (%) | Arazi Payı (%) | Üretim Payı (%) |
|------------------|----------------|---------------------------------|------------------------------|------------------|----------------|-----------------|
| Aile İşletmeleri | 4.367.902 | 18,4 | 13.884 | 84,4 | 24,3 | 37,5 |
| Diğerleri | 807.587 | 09,2 | 126.628 | 15,6 | 75,7 | 62,5 |
| Toplam | 5.175.489 | 31,8 | 31.283 | 100 | 100 | 100 |

Kaynak: FAO, 2012

Dünya tarımsal üretim sıralamasında ilk sıralarda yer alan Brezilya'da aile çiftçiliği yapan işletmeler nicel olarak diğer işletmelere göre üstün olmasına rağmen Brezilya'da toplam arazinin %24,3'lük arazi payını işletebildikleri ve %37,5'lik bir üretim payına sahip oldukları görülmektedir (Tablo1).

Bir başka ülke olan Çin’de ise hâlâ aile çiftçiliğinin net bir tanımı yapılmamıştır. Ancak Asya ülkelerinin genel yapısına bakıldığında; Aile çiftçiliği, arazisi 2 hektardan küçük olan, hane halkı tarafından yönetilen ve aile işgücünü kullanan işletmeler olarak değerlendirilmektedir (Thapa and Gaiha, 2011).

İşletmenin ortalama büyüklüğü 0,5 hektardır. 2 hektarın altında araziye sahip 193 milyon işletmenin olduğu tahmin edilmektedir (NCEUS, 2008). Çin'deki toplam arazinin %95'i küçük işletmeler tarafından işletilmektedir (Fan and Chang-Kang, 2003).

Son olarak ülkemizde aile çiftçiliğine girişimcilik penceresinden baktığımızda, Tarım ve Orman Bakanlığı-ÇKS verilerine göre, Türkiye’de yaklaşık 3 milyon çiftçi bulunmaktadır ve %99,28'i aile çiftçiliği yapmaktadır. Çiftçilerin çoğunluğu, küçük ölçekli tarım işletmeleri sahibi olan ve tarımsal üretimi aileleriyle birlikte yürüten kişilerdir. 4753 sayılı Çiftçiye Arazi Verilmesi Kanununa göre 0-500 dekar arası araziye sahip olan işletmeler küçük ölçekli tarım işletmeleri olup aile çiftçiliği olarak adlandırılmaktadır. Türkiye’de aile çiftçiliği, özellikle de kırsal kesimde önemli bir geçim kaynağıdır ve ülkenin tarımsal üretiminde önemli bir role sahiptir.

Tarım sektörü, Türkiye'nin milli gelirinin yaklaşık %5'sini oluşturmaktadır ve ülke genelinde tarım sektöründe çalışanların %80'inden fazlası aile çiftçilerinden oluşmaktadır. Sosyal Güvenlik Kurumu’na kayıtlı çiftçi sayısı 480 bin’dir. Tarımda çalışan işgücü miktarı yaklaşık 5 milyondur. Türkiye’de aile çiftçiliğine, küçük ölçekli tarım işletmelerine yönelik destekler-krediler artmaktadır.

Türkiye’de öncelikle Tarım ve Orman Bakanlığı; üniversiteler, araştırma kurumları ve diğer sivil toplum kuruluşları, çalıştay, kongre, panel ve araştırmalarla “Ulusal Aile Çiftçiliği”nin sosyo-ekonomik yapısını analiz etmektedirler. Bu anlamda aile çiftçiliği çerçevesinde örgütlenme, finansman ve destekler, pazarlama ve ürün değerlendirme, aile çiftçiliğinde kadının payı, çocuk işçiliği, eğitim, yayın ve danışmanlık konularında mikro ve makro düzeyde çalışmalar yapılmaktadır. Bu çerçevede hem Dünya’da hem Türkiye’de gıda üretiminin dinamosu olma yönüyle önemli bir girişimci kesim olan Aile çiftçiliği konusunda özellikle uluslararası aile çiftçiliğinin temel amaçları olan sürdürülebilirlik ve aile gereksinimlerinin karşılanmasına katkı sağlanmasına ihtiyaç duyulmaktadır.

SONUÇ

Aile çiftçiliği kırsalın ve gıda üretiminin geleceği açısından önemlidir. Küçük ölçekli tarım işletmelerinin özellikle de organik tarım, doğal kaynakların korunması, çevre dostu tarım ve gıda güvenliği gibi alanlarda giderek daha fazla talep görmekte olduğu söylenebilir. Genç nüfusun tarımsal faaliyetlere ilgisi yavaş da olsa artmaktadır ve bu da aile çiftçiliğinin geleceği açısından umut verici bir gelişmedir. Yeni nesil çiftçiler, teknolojik yenilikleri ve sürdürülebilir tarım uygulamalarını benimseyerek, aile çiftçiliğinin gelişimine katkıda bulunacaklardır. Diğer bir taraftan ise Aile çiftçiliğinin geleceği, çeşitli zorluklarla da karşı karşıyadır. Küresel iklim değişikliği, doğal kaynakların

azalması, örgütlenme, pazarlama ve dağıtım sorunları gibi faktörler, aile çiftçiliğinin sürdürülebilirliğini ve büyümesini zora sokabilir. Aile çiftçiliğinin geleceği için, çiftçilerin teknolojik yenilikleri takip etmeleri, sürdürülebilir tarım uygulamalarını benimsemeleri, örgütlenmeye gitmeleri, pazarlama kanallarını iyileştirmeleri gerekmektedir. Ancak bu iyileştirmeler gerek ulusal gerek de uluslararası düzeyde yapılırsa aile çiftçiliği gelecekte girişimci olma yönüyle önemli bir rol oynayacak ve gıda güvenliğini sağlamak üzere sürdürülebilir tarım uygulamaları ile birlikte daha da önem kazanacaktır. 500 milyondan fazla aile çiftçisi dünyanın en büyük girişimci grubunu oluşturmaktadır. Dünyada ve de ülkemizde giderek yaşlanan bir tarım nüfusu ve gençlerin uzaklaştığı bir sektör var. Tüm insanlığın hatta canlıların temel gereksinimi olan beslenme, gıda olgusu giderek daha fazla risk göstermektedir. Bu riski azaltmak için aile çiftçiliğinin yaşaması ve yaşatılması herkese düşen bir küresel sorumluluktur. Aile çiftçiliğinin yaşatılması sadece tarımsal üretim, beslenme, gıda temini ve tedariki için değil aynı zamanda biyolojik çeşitliliğin korunması, kırsalın yaşatılması ve canlanması için de gereklidir. Bunu yapan ülkeler gelecek yıllara daha güven içinde bakabileceklerdir.

KAYNAKÇA

Chiritescu, V. and Kruzslieka, M. (2015). The role of family farms to ensure food security. *Scientific Papers Series Management, Economic Engineering in Agriculture and Rural Development*, Vol. 15, Issue 3, 103-108. PRINT ISSN 2284-7995, E-ISSN 2285-3952

Davidova, S. and Thomson, K. (2010). Family farming in europe: challenges and prospect. Directorate General for Internal Policies Policy Department B: Structural and Cohesion Policies Agriculture and Rural Development.

Fan, S. and Chang-Kang, C. (2005). Is small beautiful? farm size, productivity and poverty in Asian agriculture. *Agricultural Economics*, 32(s1):135-146. Doi: 10.1111/j.0169-5150.2004.00019.x

International Jahr der bäuerlichen Familienbetriebe. (n.d.). Retrieved November 15, 2023, from <http://ec.europa.eu/agriculture/consultations/family-farming/contributions/swissiyff-committee.de.pdf>

International year of family farming 2014. (n.d.). Retrieved October 8, 2023, from <http://www.fao.org/familyfarming-2014/home/what-is-familyfarming/en/>

International year of family farming 2014, Master Plan (final version). Retrieved October 10, 2023, from http://www.fao.org/fileadmin/user_upload/iyff/docs/Final_Master_Plan_IYFF_2014_30-05.pdf

Suite of food security indicators. (n.d.). Retrieved October 15, 2023, from <http://www.fao.org/faostat/en/dat/FS>

Uluslararası aile çiftçiliği yılı 2014. (n.d.). Retrieved October 10, 2023, from <http://www.tarim.gov.tr/ABDGM/Link/46/Uluslararası-Aile-Ciftciligi-Yili>.

Hennessy, T. (2014). *Cap 2014-2020 tools to enhance family farming opportunities and limits: in-depth analysis*. European Parliament, Directorate General For Internal Policies Policy Department B: Structural And Cohesion Policies, Agriculture. (n.d.). Retrieved October 12, 2023, from <http://europarl.europa.eu/>.

Kan, M. Küçükçongar, M. Demirtaş, M.N. ve Kan, A. (2014). Aile çiftçiliğinin küresel iklim değişiminin olumsuz etkilerini azaltmadaki Rolü. Ulusal Aile Çiftçiliği Sempozyumu 30-31 Ekim 2014, Ankara, s: 109-119

Kan, M. Küçükçongar, M. Morguonov, A. Keser, M. ve Özdemir, F. (2014). Genetik kaynakların korunmasında ve sürdürülebilirliğinin sağlanmasında aile çiftçiliği; Türkiye’de yerel buğday çeşitleri örneği. Ulusal Aile Çiftçiliği Sempozyumu 30-31 Ekim 2014, Ankara, s: 352-359

Kan, M. ve Gülçubuk, B. (2014). Coğrafi işaretlerin ekonomik sürdürülebilirliğinde aile çiftçiliğinin rolü. Ulusal Aile Çiftçiliği Sempozyumu 30-31 Ekim 2014, Ankara, s: 463-471

Kan, A. ve Kan, M. (2020). Sürdürülebilirlik çerçevesinde "Yeni Normal"de aile çiftçiliğinin önemi". Aile işletmeciliğinde tarım işletmeleri ve farklı kurumsallaşma örnekleri. Bölüm 1 (1-39). Kriter Yayınevi.

Keskin, G. vd.(2017). Türkiye’de aile çiftçiliği, işgücü produktivitesi ve sürdürülebilirlik. *Harran tarım ve gıda bilimleri dergisi*, 21(2), 209-218.

Manescu, C. Mateoc, T. Mateoc – Sirb, N. (2014), Studies concerning the development level of agriculture in Romania, *Scientific Papers. Series Management, Economic Engineering in Agriculture and Rural Development*, Retrieved November 7, 2023, from https://managementjournal.usamv.ro/pdf/vol4_1/vol4_1.pdf

National Commission for Enterprises in the Unorganised Sector. *A special programme for marginal and small farmers*. New Delhi, India. OECD, FAO, 2014. “Agricultural Outlook 2014-2023”

Alina, S.(2014). Food security depends on family farms. How much money allocated to Romania. Retrieved September, 2023, from www.wall-street.ro, February 27, 2014

Regional office for Latin America and the Caribbean. 2012. "Family farming in Brazil". Family farming newsletter for Latin America and the Caribbean. (n.d.). Retrieved October 8, 2023, from <https://www.fao.org/3/as191e/as191e.pdf>

Thapa, G. and Gaiha, R. (2011). Smallholder farming in Asia and the Pacific: challenges and opportunities Paper presented at the IFAD Conference on New Directions for Small holder Agriculture 24-25 January, 2011

İLETİŞİMİN DİJİTALLEŞMESİ İLE ORTAYA ÇIKAN HABERCİLİK ŞEKLİ¹

Özge TOPÇU²

ÖZ

Günümüzde iletişim, dijital teknolojilerin hızla gelişmesi ve yayılması ile büyük bir dönüşüm geçirmektedir. Bu dönüşüm, haber yayıncılığı alanında da önemli etkiler yaratmıştır. İnternet, sosyal medya, akıllı telefonlar ve diğer dijital araçlar sayesinde haberler daha hızlı, erişilebilir ve paylaşılabilir hale gelmiştir. Dijitalleşen iletişimde haberler, geleneksel medya kuruluşlarından bağımsız olarak hızla yayılabilir hale gelmiştir. Sosyal medya platformları, bireylerin kendi haber kaynakları haline gelmelerine imkân tanırken, haberlerin viral bir şekilde yayılmasını kolaylaştırmaktadır. Bu, haberlerin daha geniş bir kitleye ulaşmasını sağlarken, aynı zamanda haberin doğruluğu ve güvenilirliği konusunda yeni zorluklar ortaya çıkarmıştır. Dijitalleşen iletişimde haberlerin hızı da büyük bir öneme sahiptir. Olaylar anında yayımlanabilir ve insanlar bu olaylara anında erişebilirler. Ancak bu hız, habercilerin haberleri hızla doğrulama ve düzeltme şansını azaltmıştır. Bu da yanlış veya yanıltıcı bilgilerin hızla yayılmasına yol açabilir. Bu makale, iletişimin dijitalleşmesi ile ortaya çıkan haber şeklini ele alacak ve bu dönüşümün önemli yönlerini inceleyecektir.

Anahtar Kelimeler: Communication, Digitization, Journalism.

Jel Kodları: O30, Y80, Z00

THE FORM OF JOURNALISM EMERGING WITH THE DIGITIZATION OF COMMUNICATION

ABSTRACT

Communication is undergoing a significant transformation in today's world due to the rapid development and dissemination of digital technologies. This transformation has also had a profound impact on the field of journalism. The internet, social media, smartphones, and other digital tools have made news faster, more accessible, and shareable. In the digitized communication landscape, news can quickly spread independently of traditional media organizations. Social media platforms enable individuals to become their own news sources, facilitating the viral spread of news. While this allows news to reach a broader audience, it also presents new challenges regarding the accuracy and reliability of news. The speed of news has also become crucial in digitized communication. Events can be instantly published, and people can access them immediately. However, this speed has reduced the opportunity for news organizations to verify and correct information promptly, potentially leading to the rapid dissemination of false or misleading information. This article explores the form of journalism emerging with the digitization of communication and examines the significant aspects of this transformation.

Keywords: Communication, Digitization, Journalism.

JEL Codes: O30, Y80, Z00

¹ Bu çalışma 7-10 Kasım 2023 tarihleri arasında düzenlenen 9. Uluslararası EMI Girişimcilik & Sosyal Bilimler kongresinde sunulan bildirinin genişletilmiş halidir.

² İstanbul Aydın University ozgetopcu@hotmail.com 0000-0003-3729-7509

GİRİŞ

Modern gazeteciliğin belirsiz ve çelişkili bir geleceği olduğunu belirten N. Drok, profesyonel gazeteciliğin altın çağının geride kaldığını vurgulamaktadır (Drok,2013): "Gazetecilik bir ayrımında: ya dijitalleşmeli ve bu noktadan sonra alışılagelmiş bir şekilde gelişmeli, ya da tamamen farklı bir gelişim yolunu seçmeli. Gazeteciliğin sahip olması gereken finansal ve teknolojik araçları gözden geçirmek yeterli mi, yoksa mesleğin amaçlarını ve değerlerini yeniden değerlendirmesi mi gerekiyor?" (Drok,2013. Modern gazeteciliğin ana eğilimleri (zorlukları) arasında globalleşme, evrenselleşme, dijitalleşme, yaratıcılığa olan talep ve post-endüstriyel bilgi dağıtım modeli sayılabilir.

Globalleşme eğilimi kalcıcıdır ve bugün kendi ülkesinin sınırlarını terk etmeden uluslararası bir ekipte çalışma olanağında kendini gösterir. Bilgi ve kültürün küreselleşmesinden bahsedilebilir. Buna karşıtlık olarak, küresel ölçekte yerel kimliğin korunmasını ifade eden glocalization (hem global hem lokal) kavramı bulunmaktadır.

Modern medyanın çalışmasında sadece teknolojik değil, aynı zamanda tematik yönde de evrenselleşme eğilimi gözlemlenmektedir. Bu, K. Nikunen'in araştırmasıyla doğrulanmıştır: "İşverenlerin bakış açısından, 'evrensel gazeteci' esnek çalışan ve aynı zamanda daha az maliyetli biridir... Ancak, belirli bir işte uzmanlaşmış gazetecilerin perspektifinden bu yaklaşım, yetkinliğin zayıflaması olarak görülüyor. Yeni oluşan durumda, bu gazetecilerin daha önce olduğu gibi konularını derinlemesine ve ciddi bir şekilde inceleme için daha fazla zaman ve fırsatları yoktur, bu nedenle 'yeni' haber üretiminin sürekli yoğun ritmine uyum sağlamak zorundadırlar" (Nikunen, 2014).

Modern dünyada internet, gerçekliğin özgün bir üst yapı olmuştur. Ana eğilimlerden biri dijitalleşme olarak adlandırılabilir. Bu, türlerin belirsizliğinde ve hibridleşmesinde, yeni formatların ortaya çıkmasında kendini gösterir, iş modellerinin değişmesine, karın aşırı harcamasına ve üretim yöntemlerinin dönüşümüne yol açar. Teknoloji, hikâye anlatımının yeni formlarını, çoklu medya öğelerinin kombinasyonunu ve bilgi görselleştirmesini, seyirciyi çekmenin yeni yollarını kullanmamıza izin veriyor. Teknolojik gelişmelerle birlikte gazetecilik bu teknolojilere daha bağımlı hale gelmektedir. İletişim alanında dijitalleşme, son on yıllarda büyük bir hızla ilerlemiş ve bu ilerleme, habercilik pratiğini de önemli ölçüde etkilemiştir. Geleneksel haber kaynaklarının yanı sıra internet, sosyal medya ve diğer dijital platformlar, haberin üretimi, yayılması ve tüketimi üzerinde köklü değişikliklere yol açmıştır. Bu değişiklikler, yeni bir habercilik şekli olan "dijital habercilik" veya "çevrimiçi habercilik" kavramını ortaya çıkarmıştır.

Dijitalleşmenin habercilik üzerindeki etkisi, birçok açıdan incelenebilir. İlk olarak, internetin yaygınlaşması ve hızlı bilgi akışının sağlanabilmesi, haberin anında ve sürekli olarak güncellenebilmesini mümkün kılmıştır. Bu, geleneksel medya araçlarına göre haberin daha hızlı bir şekilde okuyuculara ulaşmasını sağlamıştır.

Ayrıca, sosyal medya platformları haberlerin paylaşılması ve yayılması için güçlü araçlar sunmaktadır. Kullanıcılar, kendi gözlemlerini ve haberleri kolayca paylaşabilirler, bu da haberin hızla viral hale gelmesine olanak tanır. Ancak bu durum, haberin doğruluğu ve güvenilirliği konusunda yeni sorunlar ortaya çıkarmıştır, çünkü haberlerin doğruluğu çoğu zaman doğrulamadan önce hızlı bir şekilde yayılır. Dijital habercilik aynı zamanda interaktif bir yaklaşımı teşvik etmektedir. Okuyucular, haberlere yorum yapabilir, beğenebilir veya paylaşabilirler. Haber kaynakları, okuyucularla daha yakın bir ilişki kurabilir ve onların geri bildirimlerini alabilirler.

Ancak, dijital haberciliğin bu avantajlarına rağmen, geleneksel haber medyasının sürdürülebilirliğini tehdit edebilir. Reklam gelirlerinin azalması, çevrimiçi haber sitelerinin finansmanını zorlaştırabilir. Ayrıca, dijitalleşme ile birlikte haberlerin kalitesi ve doğruluğu konusundaki endişeler de artmıştır.

Bu çalışma, iletişimin dijitalleşmesi ile ortaya çıkan habercilik şekillerini ve bu şekillerin avantajlarını ve zorluklarını daha ayrıntılı bir şekilde ele alacaktır. Ayrıca, dijital haberciliğin geleceği ve geleneksel medya ile nasıl etkileşime girdiği konularını da inceleyecektir.

Dijitalleşmenin Haber Üretimine Etkisi

Dijitalleşme, fiziksel, analog bilgilerin dijital (sayısal) formatlara dönüştürülmesi sürecidir. Bu dönüşüm, bilginin elektronik cihazlar ve yazılım aracılığıyla daha kolay saklanması, işlenmesini, paylaşılmasını ve iletilmesini mümkün kılar. Dijitalleşme ayrıca iş süreçlerinin, hizmetlerin ve faaliyetlerin dijital teknolojilerle optimize edilmesi ve otomatikleştirilmesi anlamına da gelir.

Günümüzde dijitalleşme, birçok sektörde olduğu gibi medya ve haber üretim süreçlerinde de büyük değişikliklere neden olmuştur. Hem teknolojik gelişmeler hem de toplumsal değişimler, haberin nasıl üretildiğini, dağıtıldığını ve tüketildiğini baştan sona yeniden şekillendirmiştir. Dijitalleşmenin haber üretimine etkisi, haber endüstrisinde köklü değişikliklere yol açmış ve haberlerin üretimi, dağıtımı ve tüketimi üzerinde önemli etkiler yaratmıştır. Dijitalleşme, haberlerin hızla üretilip yayılmasını mümkün kılmıştır (Fenton, 2009). Geleneksel medya araçlarına göre dijital platformlar, haberlerin anında ve sürekli olarak güncellenmesine olanak tanır. Bu, okuyucuların en son gelişmelere hızla erişmelerini sağlar.

Dijitalleşmenin haber üretimine etkisi birçok farklı boyutta incelenebilir. Aşağıdaki tabloda bu etkiler gösterilmiştir:

Tablo 1. Dijitalleşmenin haber üretimine etkisi

| Etki Türü | Açıklama |
|------------------------------------|---|
| Hızlı Haber Dağıtımı | Dijitalleşme haberlerin hızlı bir şekilde dağıtılmasını sağlar. Haber kaynakları, olayların anında duyurulmasını ve güncel bilgilere erişimi kolaylaştırır. |
| Çoklu Platform Erişimi | Dijitalleşme, haberleri farklı platformlarda (web siteleri, mobil uygulamalar, sosyal medya) paylaşmayı ve erişmeyi kolaylaştırır. Bu da haberlerin daha geniş bir kitleye ulaşmasına imkan tanır. |
| Veri Madenciliği | Dijitalleşme ile birlikte veri madenciliği (data mining) ve analitik teknikler haber üretiminde kullanılır. Bu sayede büyük veri analizi ile daha derinlemesine ve içgörülü haberler üretilebilir. |
| Okuyucu Geri Bildirimi | Dijital haber platformları okuyucuların yorumlarını ve geri bildirimlerini kolayca alabilir. Bu, haber üreticilerine okuyucu taleplerini ve ilgi alanlarını daha iyi anlama fırsatı sunar ve daha iyi içerikler üretmelerine yardımcı olur. |
| Görsel ve İnteraktif İçerikler | Dijital haberler, fotoğraf galerileri, videolar, interaktif grafikler ve animasyonlar gibi görsel ve etkileşimli öğeler içerebilir. Bu, haberlerin daha çekici ve anlaşılır hale gelmesine yardımcı olur. |
| Kişiselleştirilmiş Haber | Dijitalleşme, okuyucuların tercihlerine göre kişiselleştirilmiş haber içeriği sunma yeteneğini artırır. Bu, okuyuculara daha ilgi çekici ve ilgili haberler sunarak kullanıcı deneyimini geliştirir. |
| Sosyal Medya Etkisi | Haberler, sosyal medya platformlarında hızla yayılır ve tartışılır. Dijitalleşme, haberlerin sosyal medya üzerinden hızla paylaşılmasını ve viral olmasını kolaylaştırır. Bununla birlikte, yanlış veya yanıltıcı bilgilerin de hızla yayılma riski vardır. |
| Haber Kaynakları Çeşitliliği | Dijitalleşme ile birlikte haber kaynakları çeşitlenir. Geleneksel medyanın yanı sıra bağımsız gazeteciler, blog yazarları ve sivil toplum kuruluşları da haber üretimine katkıda bulunabilir. Bu, farklı bakış açıları ve haber kaynaklarını sunar. |
| Veri Güvenliği ve Etik İssizlikler | Dijital haber üretimi veri güvenliği ve etik sorunlarına yol açabilir. Haberlerin doğruluğunu ve güvenilirliğini sağlama sorumluluğu artar. Ayrıca, kişisel verilerin korunması ve haberlerin manipülasyonu gibi etik konular da önemlidir. |

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur

Bu etkiler, dijitalleşmenin haber endüstrisini nasıl dönüştürdüğünü ve haber üretiminin nasıl şekillendiğini göstermektedir. Bu dönüşümler, hem avantajlar hem de zorluklar içermektedir ve haber profesyonelleri için dikkate alınması gereken önemli konuları vurgulamaktadır. Dijitalleşme, haberlerin hızlı ve anında dağıtılmasını sağlar, bu da güncel bilgilere kolay erişim sunar. Haberler dijital platformlarda daha geniş bir kitleye ulaşabilir, farklı cihazlar ve sosyal medya üzerinden paylaşılabilir. Büyük veri analizi ve veri madenciliği, daha derinlemesine ve içgörülü haberlerin üretilmesine yardımcı olabilir. Dijital haber platformları okuyuculardan geri bildirim alabilir, bu da haber üreticilerine daha iyi içerikler sunma konusunda rehberlik eder. Dijital haberler, daha çekici ve anlaşılır hale gelir, görsel ve etkileşimli öğelerle zenginleştirilir.

Dijitalleşme haber üreticilerine metin tabanlı haberlerin ötesinde farklı medya biçimlerini kullanma fırsatı sunar. Haberler artık video, ses, infografikler, animasyonlar ve fotoğraflar gibi çeşitli formatlarda sunulabilir. Bu, haberlerin daha etkili bir şekilde iletilmesine yardımcı olur. Sosyal medya platformları, haberlerin paylaşılması, yorumlanması ve hızla yayılmasını kolaylaştırır. Ayrıca, kullanıcılar haberlere katkıda bulunabilirler, bu da vatandaş gazeteciliği (citizen journalism) olarak bilinir (Picard, 2014). Bu, olayların daha geniş bir perspektiften ele alınmasına ve çeşitli kaynaklardan gelen bilgilere dayalı haberlerin oluşturulmasına olanak tanır.

Dijitalleşme, büyük veri analitiği ve veri madenciliği tekniklerinin haber üretiminde kullanılmasına olanak tanır. Bu, haber üreticilerinin verilere dayalı daha derinlemesine araştırmalar yapmalarını ve daha kapsamlı hikayeler oluşturmalarını sağlar. Dijital platformlar, kullanıcılara ilgi alanlarına ve tercihlerine göre kişiselleştirilmiş haber sunma yeteneği sunar. Bu, her kullanıcının kendi haber akışını oluşturmasına olanak tanır, ancak aynı zamanda "filtre kabarcığı" sorunlarına yol açabilir, yani kullanıcılar yalnızca kendi görüşlerini yansıtan haberlere maruz kalabilirler (Entman, Usher, 2018).

Dijitalleşme aynı zamanda haberin doğruluğu, güvenilirliği ve sürdürülebilirliği konularında da sorunlar yaratmıştır. Yanlış bilgi (fake news), haber kaynaklarının güvenilirliği ve reklam gelirlerinin azalması gibi zorluklarla karşılaşmıştır. Sonuç olarak, dijitalleşme haber üretimini daha hızlı ve etkili hale getirmiş, ancak aynı zamanda yeni sorunlar ve zorluklar yaratmıştır. Haber endüstrisi, bu değişen ortamda uyum sağlama ve yüksek kaliteli, güvenilir haberler üretme yolunda çeşitli çabalar içindedir (Carlson, 2020).

Dijitalleşen haberler, geleneksel basın ve medya platformlarının yanı sıra internet ve dijital teknolojiler kullanılarak üretilen ve dağıtılan haberleri ifade eder. Geleneksel gazetelerin veya televizyon kanallarının web siteleri, güncel haberleri anında yayınlamak için kullanılır. Örnek olarak, BBC News, CNN, The New York Times gibi büyük haber kuruluşlarının web siteleri gösterilebilir.

Facebook, Twitter, Instagram gibi sosyal medya platformları, kullanıcıların kendi haberlerini ve güncel olayları paylaşmalarına olanak tanır. Bu platformlar aynı zamanda haber kuruluşları ve gazeteciler tarafından da kullanılır. Örneğin, birçok haber ajansı Twitter üzerinden anlık haber güncellemeleri yapar. Haber uygulamaları, kullanıcılara özelleştirilmiş haber içerikleri sunar. Kullanıcılar, ilgi alanlarına göre haberleri takip edebilirler. Örneğin, Flipboard gibi bir haber okuma uygulaması, kullanıcılara çeşitli kaynaklardan haberleri toplu bir şekilde sunar.

Sesli ve görsel medya, dijital haberlerin önemli bir parçasıdır. Podcastler, insanların haberleri ve hikayeleri dinleyerek takip etmelerini sağlar. YouTube gibi video platformları da haber kuruluşlarının video haber içerikleri sunmasına olanak tanır. Veri gazeteciliği, büyük veri setlerini analiz ederek

haberler oluşturmayı içerir. Bu tür haberler, interaktif grafikler, haritalar ve veri görselleştirmeleri kullanarak karmaşık konuları daha iyi anlamamıza yardımcı olabilir (Demuyakor, 2021).

Birçok haber kuruluşu, okuyuculara günlük veya haftalık bültenler gönderir. Bu bültenler, en önemli haber başlıklarını ve analizlerini içerir ve abonelerin e-posta kutularına ulaştırılır. Mobil cihazlarda haberlere erişim sağlayan uygulamalar, kullanıcıların haberleri hızlı ve kolay bir şekilde takip etmelerini sağlar. Özellikle hava durumu, trafik ve acil durum güncellemeleri sunan yerel haber uygulamaları da bulunur.

Bazı haber siteleri, yapay zekâ ve otomatik yazılım kullanarak haberleri üretirler. Bu tür sistemler, belirli türdeki haberleri hızla oluşturabilir ve dağıtabilir. Dijitalleşen haberler, haber tüketimini kolaylaştırırken, haber üretimini ve paylaşımını da hızlandırmıştır. Ancak aynı zamanda doğru bilgiye erişim konusunda da yeni zorluklar ve sorumluluklar getirmiştir, çünkü dijital platformlarda yanlış veya yanıltıcı bilgilere de kolayca erişilebilir (Praprotnik, 2016). Bu nedenle, haber tüketirken kaynakları dikkatle seçmek ve güvenilir haber kaynaklarına güvenmek önemlidir.

Haberin Hızla Yayılması

Günümüzde yaşadığımız çağın en dikkat çekici özelliklerinden biri, bilginin ışık hızında yayılmasıdır. Bu durumun arkasında yatan ana sebep, teknolojinin son birkaç on yılda katettiği ilerlemedir. Daha önceki zamanlarda haberlerin duyurulması günler, haftalar hatta aylar sürebilirken, şimdiki zamanlarda saniyeler içinde dünyanın öbür ucuna ulaşabiliyor. İnternet, bu hızın anahtarıdır. Özellikle sosyal medya platformları sayesinde her bir birey kendi haber kaynağı haline gelmiştir. Twitter, Facebook, Instagram ve TikTok gibi platformlar üzerinde milyonlarca kullanıcı, gördükleri veya yaşadıkları anları anında paylaşabiliyor. Bu durum, haberin yayılma hızını eskiye göre katbekat artırmıştır. Bir olayın gerçekleşmesinden sadece dakikalar sonra, milyonlarca kişi bu olaydan haberdar olabiliyor.

Gazetecilikte haberin hızla yayılması, özellikle dijital medyanın yükselişi ile birlikte büyük bir önem kazanmıştır. İnternet, haberlerin anında yayılmasını sağlayan en önemli faktördür. Haber kuruluşları, web siteleri ve sosyal medya platformları aracılığıyla haberleri hızla paylaşabilirler. Bu, haberlerin saniyeler içinde dünya genelinde milyonlarca kişiye ulaşmasını mümkün kılar. Sosyal medya platformları (örneğin, Twitter ve Facebook), haberlerin viral bir şekilde yayılmasına olanak tanır. Kullanıcılar, kendi hesapları üzerinden haberleri paylaşabilir ve bu haberler hızla geniş bir izleyici kitlesine ulaşabilir. Haberın hızla yayılması, önemli bir sorumluluk da getirir (Lecheler, vd.,2019).

Hız, doğru bilgiyi kontrol etme ve haberin güvenilirliğini sağlama sürecini etkileyebilir. Bu nedenle, gazeteciler ve haber kuruluşları haberleri hızla paylaşırken doğruluk ve tarafsızlık ilkelerine bağlı kalmalıdır. Yanlış veya yanıltıcı haberlerin yayılmasını önlemek için dikkatli bir şekilde çalışılmalıdır. Doğruluk kontrolü yapılması için yeterli zamanın olmaması, yanıltıcı veya hatalı bilgilerin de aynı hızla yayılmasına neden olabiliyor. Bu durum, bireylerin ve toplumun genel olarak doğru bilgiye erişimini zorlaştırabilir (Zhu vd., 2022). Bu sebeple, hızın yanı sıra haberin güvenilirliği ve doğruluğu da oldukça önemli bir hal almıştır.

Sosyal medya ve sosyal ağlar aynı zamanda gazetecilere araştırma yapmak için harika bir araç sunar ve aynı zamanda haberlerin kaynağıdır. Twitter, Facebook veya YouTube gibi platformlar, diğer gazeteciler ve sıradan vatandaşlar tarafından birçok olayın ele alınmasını sağlar, bunlar arasında güvenlik, mali nedenler ve diğer sebeplerden dolayı gazetecilerin erişiminin sınırlı olduğu etkinlikler de bulunur. Bu tür araştırmalar için Web 2.0 araçlarının - veya "kitle kaynağı" - kullanımını hala yeterince

gelişmemiş durumdadır ve gazetecilerin doğru ve güvenilir bilgi sunumunu sağlamak için kaynak doğrulama becerilerini geliştirmeleri gerekmektedir. Son olaylar, gazetecilerin sosyal medya ile çalışırken gerçekleri doğrulama yeteneğinin yetersiz olduğunu göstermiştir (Cohen, 2019). Gazetecilerin sosyal medya ve sosyal ağlar hakkında farkındalıklarını artırmak ve bu platformlarla çalışma becerilerini geliştirmek için eğitim araçları geliştirmek gerekmektedir.

Teknolojik araçlar sadece haberlerin yayılma hızını artırmakla kalmıyor, aynı zamanda haberin daha etkili ve görsel bir şekilde sunulmasını da sağlıyor. Videolar, grafikler ve interaktif öğelerle zenginleştirilmiş haber içerikleri, bireylerin olayları daha iyi anlamalarına yardımcı oluyor. Bu da haberin sadece hızla değil, aynı zamanda daha etkili bir şekilde yayılmasını sağlıyor. Sonuç olarak, yeni teknolojilerin sağladığı imkanlar sayesinde haberler saniyeler içerisinde dünyanın dört bir yanına ulaşabiliyor (Sparks, vd., 2016). Ancak bu hızın yanı sıra, haberin doğruluğu ve güvenilirliği de büyük önem taşıyor. Teknolojik ilerlemenin getirdiği bu hızın, doğru bilgiye erişimi destekleyecek şekilde kullanılması, toplumların daha bilinçli ve bilgili bireyler haline gelmesi için kritik bir öneme sahiptir.

2010 ve 2011 yıllarında Kuzey Afrika ve Orta Doğu'da gerçekleşen protesto ve isyan hareketlerinin başlangıcı olan "Arab Baharı", sosyal medya araçları sayesinde hızla yayıldı. Özellikle Facebook ve Twitter, bu hareketin organizasyonunda ve haberlerinin yayılmasında anahtar rol oynadı. Arab Baharı, 2010 ve 2011 yıllarında Kuzey Afrika ve Orta Doğu'da gerçekleşen bir dizi protesto ve isyan hareketidir. Bu hareketlerin birçoğu, otokratik yönetimlere karşı demokratik reform talepleriyle başlamıştır. Sosyal medya, Arab Baharı'nın başlamasında, yayılmasında ve organizasyonunda kritik bir rol oynamıştır. Genç nüfus ve aktivistler, Facebook, Twitter ve diğer sosyal medya platformlarını protestoların ve mitinglerin organizasyonunda kullanmışlardır. Bu platformlar, insanların belirli bir yerde ve zamanda toplanma konusunda bilgilendirilmesi için hızlı ve etkili bir araç haline gelmiştir. Sosyal medya, olayların hızla duyurulmasını sağlamıştır. Özellikle yerel medyanın sansürlenmesi veya devlet kontrolündeki medyanın tek taraflı haber yapması durumunda, sosyal medya gerçek olayları duyurmanın en hızlı yolu olmuştur. Olaylar sosyal medya sayesinde uluslararası arenada da geniş yankı bulmuştur. Bu, uluslararası topluluğun dikkatinin bu ülkelere çevrilmesine ve bu konuda baskı yapmasına neden olmuştur. Sosyal medya, insanların birbirleriyle dayanışma içerisinde olmalarını ve morallerini yüksek tutmalarını sağlamıştır. Özellikle zor zamanlarda, insanlar sosyal medya üzerinden birbirlerine destek mesajları göndermiş ve birlikte hareket etmenin gücünü hissetmişlerdir. Sosyal medya platformlarına yüklenen fotoğraf ve videolar, olayların görsel bir kaydını oluşturmuştur. Bu, hem gerçekleri doğrulama hem de uluslararası topluluğu bilgilendirme açısından oldukça önemli olmuştur.

2019 yılında Fransa'nın Paris şehrinde bulunan tarihi Notre Dame Katedrali'nde çıkan yangın, sosyal medya araçları ve canlı yayınlar sayesinde dünyanın dört bir yanına saniyeler içerisinde duyuruldu. Notre Dame Katedrali'nde 15 Nisan 2019'da meydana gelen yangın, tarihi bir yapı olan katedralin büyük bir kısmının alevler içerisinde kalmasına sebep oldu. Bu trajik olay, dünya genelinde büyük bir üzüntü ve şok yarattı. Sosyal medya, bu olayın hızla yayılmasında ve global bir farkındalığın oluşmasında anahtar bir role sahipti. Yangın başladığında, Paris'te veya katedralin yakınlarında olan birçok kişi, alevlerin ve dumanın fotoğraflarını ve videolarını sosyal medya üzerinden paylaştı. Bu, olayın gerçekleştiği anlarda dahi insanların bilgilendirilmesini sağladı. Sosyal medya platformları sayesinde yangın haberleri, sadece Fransa'da değil, dünyanın dört bir yanında saniyeler içerisinde duyuruldu. Instagram, Twitter, Facebook gibi platformlar üzerinde milyonlarca paylaşım yapıldı. Sosyal medya,

insanların duygusal tepkilerini ifade etmeleri için bir alan sağladı. Kullanıcılar, katedrale olan anılarını, fotoğraflarını ve videolarını paylaşarak bu tarihi yapının değerini ve yangının yarattığı etkiyi vurguladılar. Birçok kişi, yangının devam ettiği saatlerde canlı yayınlarla olay yerinden görüntüler sundu. Bu, insanların olayı gerçek zamanlı olarak takip etmelerini sağladı. Yangınla ilgili birçok bilgi ve söylenti sosyal medyada dolaşmaya başladı. Ancak resmi kurumlar ve gazeteciler, sosyal medya üzerinden doğru bilgileri paylaşarak yanıltıcı haberlerin önüne geçmeye çalıştı. Özetle, Notre Dame Katedrali Yangını'nın hızla yayılmasında ve global bir farkındalık yaratmasında sosyal medya kritik bir rol oynamıştır. Bu olay, sosyal medyanın günümüzde büyük olayların ve krizlerin nasıl anlaşıldığına ve nasıl tepki gösterildiğine dair önemli bir örnek teşkil eder.

Görsel ve İşitsel Unsurların Artışı

Habercilikte, özellikle son on yılda, görsel ve işitsel unsurların kullanımı büyük bir evrim geçirmiştir. Yeni nesil habercilik, bu unsurların etkili kullanımı sayesinde, izleyicilere daha çarpıcı, anlaşılır ve etkileyici haberler sunma kapasitesine kavuşmuştur. Yeni nesil haber platformları, bilgiyi sadece metinle sunmak yerine dinamik görsellerle zenginleştiriyor. İnteraktif grafikler, hareketli illüstrasyonlar ve animasyonlar sayesinde haberler daha anlaşılır bir hale geliyor (Goode, 2009). Özellikle karmaşık konuların veya büyük veri setlerinin sunulmasında bu tür görseller, konunun çok daha iyi anlaşılmasına yardımcı oluyor. 360 derece video teknolojisi ve sanal gerçeklik, izleyicilere bir olayın veya konunun içindeymiş gibi hissetme fırsatı tanıyor. Özellikle doğal afetler, büyük organizasyonlar veya önemli olaylar hakkında haberlerde bu teknolojiler sayesinde izleyici, olayın tam ortasında olma deneyimini yaşayabiliyor.

İşitsel unsurların habercilikteki yeri de artmış durumda. Özellikle yoğun yaşam temposunda, insanlar haberlere gözleriyle odaklanacak zaman bulamayabilir. Bu nedenle podcastler ve sesli haberler, izleyicilere hareket halindeyken bile bilgiye erişim imkanı tanıyor. Haberlerin sunumunda, arka plan müzikleri veya ses efektleri kullanarak duygusal bir atmosfer yaratmak daha yaygın hale gelmiştir. Bu, izleyicinin olaya daha derinden bağlanmasını sağlar ve haberin etkisini artırır. Sosyal medya platformlarındaki canlı yayın özellikleri sayesinde, haber ajansları ve bağımsız gazeteciler olayları anında izleyiciye ulaştırabiliyor. Bu da, olayların gerçek zamanlı takip edilmesine olanak tanıyarak haberciliğin dinamizmini artırıyor.

Bazı TV kanalları ve haber platformları, holografik teknolojileri kullanarak sunucuların veya konukların stüdyoda sanki gerçekmiş gibi gösterilmesini sağlıyor. Bu, özellikle uzaktan bağlantılar için etkileyici bir görsel deneyim sunuyor. Artırılmış gerçeklik teknolojisi, bilginin görsel olarak zenginleştirilmesi ve izleyicilere interaktif bir deneyim sunulmasını sağlar. Örneğin, bir spor haberinde, AR ile sporcuların istatistikleri ekrana canlı olarak getirilebilir. Yeni nesil habercilikte görsel ve işitsel unsurlar, bilgiyi daha etkileyici ve anlaşılır bir şekilde sunma potansiyeline sahiptir. Bu unsurların etkin kullanımı, haberciliğin geleceğini şekillendiren önemli faktörlerden biri haline gelmiştir.

Multimedya kullanımı, modern online medyanın bir özelliğidir. Multimedya unsurları bilgiyi daha iyi anlaşılabilir hale getirmeye yardımcı olur. Eğitim alanı da dahil olmak üzere her konu, multimedya araçları kullanılarak anlatılabilir. Multimedya gazeteciliğinin, geleneksel gazetecilik araçlarını ve teknolojilerini sadece yeni dijital ortama mekanik bir şekilde aktarmak olmadığını anlamak önemlidir; bu, olaylar ve haberler hakkında yeni bir şekilde anlatma yoludur, farklı medya olanaklarının avantajlarını birleştirmekle kalmaz, her birinin avantajlarını kullanır. Multimedya hizmetleri,

kullanıcının hikayeyi veya haberi görmesine ve anlamasına yardımcı olmalı, algıyı ağırlaştırmamalıdır (Breese, Luengo, 2016). Multimedya yayınında metin, grafik, video, ses, fotoğraf gibi çeşitli medya platformlarının farklı kombinasyonları kullanılabilir. Meslek, özel haber gibi bilginin kalitesini kaybetmeye başlamıştır. Modern teknolojinin gelişimi, bir haberin yaklaşık bir buçuk saat içinde yapılması gerekmeyen bir şey olacağı anlamına gelir. Sonuç olarak, "özel" bir haber sadece birkaç dakika boyunca kalır - hemen ağda yayılır. Bu nedenle, bilgi sunumu ve hedef kitleye ulaştırma sanatı oluşan koşullarda daha da önemli hale gelmektedir. Meslekte egemen olan sözlü yazılı veya sözlü metin, ses, görüntü, müzik, animasyon gibi yeni ve oldukça verimli gazetecilik biçimleri geliştirilmiştir (uzun metin, snowfall, multimedya hikayeleri), bunlar sözlü ve görsel bileşenlerin sentezi olarak kabul edilir (Kristensen, Bro, 2023).

2019'da Amazon ormanlarında meydana gelen büyük yangınlar hakkında bilgiler, sosyal medya ve diğer dijital platformlar aracılığıyla hızla yayıldı. Birçok ünlü, bu yangını gündeme getirerek global bir farkındalık oluşturdu. Bu haberlerde kullanılan ana görsellerden Amazon Ormanları'nın yoğun duman altında kalırken çekilen uçaktan bir fotoğrafı. Bu dramatik görüntü, olayın ciddiyetini vurgulamaktaydı. İşitsel unsurlar olarak Yangın sırasında ağaçların çatırdaması, hayvanların çıkardığı sesler, rüzgarın ve alevlerin şiddetli gürültüsü, Ormanın korunmasına yönelik yerli toplulukların duygusal tepkileri, kayıplarını anlatmaları, Yangının ekolojik, ekonomik ve sosyal etkilerini değerlendiren çevre bilimcilerin ve ekologların sesli yorumları kullanılmıştır. Video içerikler olarak Helikopter veya dronla çekilmiş videolar, yangının yayılma hızını ve şiddetini gösteriyor. Bu haber örneği, Amazon Ormanları'ndaki yangının büyüklüğünü, etkisini ve sonuçlarını görsel ve işitsel unsurlar aracılığıyla izleyiciye aktarmaktadır. Bu unsurların entegrasyonu, izleyicinin olaya olan duyarlılığını artırırken, aynı zamanda daha kapsamlı ve detaylı bir bilgilendirme sağlar.

Kişiselleştirilmiş Haber Deneyimi

Kişiselleştirilmiş haber deneyimi, kullanıcıların ilgi alanları, tercihleri ve geçmiş davranışlarına göre özelleştirilmiş haber içeriklerine erişim sağlamalarıdır. Bu, kullanıcıların zamanlarını en çok ilgilendikleri konularla geçirmelerine olanak tanır ve bilgi bombardımanı içerisinde kaybolmalarını engeller. Ancak kişiselleştirme, habercilikte de etik ve teknik bazı meseleleri beraberinde getirir. Kişiselleştirilmiş haber deneyimi genellikle algoritmalar aracılığıyla çalışır. Kullanıcının geçmişte tıkladığı haber başlıkları, okuma süresi, haber türü tercihleri ve diğer etkileşimleri analiz edilir. Bu veri, kullanıcının ilgilenebileceği diğer haber içeriklerini önermek için kullanılır (Fenton, 2009). Haber platformları için kullanıcıların ilgi alanlarına hitap eden içerikler sunarken aynı zamanda çeşitlilik ve kaliteyi korumak önemlidir. Ayrıca, kullanıcılara sunulan kişiselleştirme araçları ve gizlilik seçenekleriyle şeffaf olmak da kritik bir öneme sahiptir. Sonuç olarak, kişiselleştirilmiş haber deneyimi, modern haber tüketiminin önemli bir parçasıdır ve etik, teknik ve kullanıcı deneyimi boyutlarıyla dikkatlice ele alınmalıdır.

Kişiselleştirilmiş haber, teknolojik ilerlemelerin gazetecilik dünyasına kattığı yeniliklerden biridir. Algoritmalar ve yapay zeka aracılığıyla, kullanıcıların ilgi alanlarına, tıklama geçmişlerine ve diğer dijital etkileşimlerine dayanarak haber akışları özelleştirilir. Bu, okuyucuların en ilgilendikleri konulara kolayca erişim sağlamalarını mümkün kılar. Ancak bu özelleştirme, okuyucuların sadece kendi perspektiflerini ve inançlarını teyit eden haberlere maruz kalmasına neden olabilecek bir "filtre

baloncuğu" oluşturma riskini de beraberinde getirir (Entman, Usher, 2018). Bu nedenle, kişiselleştirilmiş haber sunumu yapılırken çeşitliliğin ve objektifliğin korunması esastır.

2016 Amerika Başkanlık Seçimlerinde Kişiselleştirilmiş haber akışları, sosyal medya platformlarında kullanıcıların kendi inançlarına ve politik eğilimlerine uygun haberleri ve içerikleri görmelerine neden oldu. Bu, seçim sürecinde bazı kişilerin sadece kendi perspektiflerini destekleyen bilgilere maruz kalmasına yol açtı. Tıpkı 2016 Amerika seçimlerinde olduğu gibi, kişiselleştirilmiş haber akışları, bireylerin Brexit hakkında kendi inançlarına ve politik eğilimlerine uygun haberlere maruz kalmasına neden oldu. Bu, toplumun farklı kesimlerinde bilgi kutuplaşmasını teşvik edebilir.

Kaynak Güvenilirliği ve Haber Doğrulama

Online habercilik, bilginin saniyeler içerisinde milyonlarca insana ulaştığı dinamik bir alanı temsil eder. Ancak bu hız ve erişilebilirlik, yanlış ve yanıltıcı haberlerin de hızla yayılmasına neden olabilir. Dolayısıyla, online habercilikte kaynak güvenilirliği ve haber doğrulamanın önemi, hiç olmadığı kadar büyüktür. Online haber platformları, geleneksel medyaya kıyasla çok daha fazla içerik üretme ve yayınlama potansiyeline sahiptir. Bu, bireylerin bir haberin doğruluğunu sorgulamadan paylaşmasına neden olabilir (Carlson, 2020). Ayrıca, sosyal medya üzerinde viral olan içeriklerin gerçeklik payını doğrulamak da ayrı bir zorluktur. Yanıltıcı haberlerin yayılmasını engellemek için çeşitli online doğrulama araçları ve platformları mevcuttur. Bu platformlar, haberlerin, görsellerin ve iddiaların doğruluğunu kontrol ederek toplumu bilgilendirir. Özellikle politika, sağlık ve bilim haberlerinde doğrulama mekanizmalarının kullanılması, yanıltıcı bilginin toplumda yaratabileceği olumsuz etkileri engelleyebilir.

Güvenilir online haber kaynakları, bilgilerini aldıkları yerleri ve kaynakları belirtme eğilimindedir. Bu şeffaflık, okurların kendi araştırmalarını yapmalarını ve bilginin doğruluğunu teyit etmelerini kolaylaştırır. Haber siteleri, kaynaklarını ve referanslarını belirttiklerinde güvenilirliklerini artırır. Online habercilikte, kullanıcıların da aktif bir role sahip olduğunu unutmamak gerekir. Kullanıcılar, karşılaştıkları bilgileri sorgulamalı, şüpheli gördükleri içerikleri doğrulama platformlarına bildirmeli ve bu tür içerikleri paylaşmamalıdır (Demuyakor, 2021). Aynı zamanda, yanıltıcı haberleri paylaşan kaynakları engelleyerek ve gerçek dışı iddiaları reddederek bilgi kirliliğinin önüne geçebilirler.

Medya okuryazarlığının önemi, online habercilik dünyasında daha da belirgin hale gelmektedir. Bireylerin, hangi kaynaklara güvenebileceğini bilmesi, haberlerin nasıl doğrulanacağını öğrenmesi ve yanıltıcı bilgiyle nasıl başa çıkılacağını anlaması için eğitim programlarına ve farkındalık kampanyalarına ihtiyaç vardır. Sonuç olarak, online habercilikte kaynak güvenilirliği ve haber doğrulama, toplumun doğru bilgiye ulaşmasını sağlamak ve yanıltıcı içeriklerin yayılmasını engellemek için kritik bir öneme sahiptir. Habercilikte kaynak güvenilirliğini tespit etmek için kullanılan birçok dijital araç ve uygulama bulunmaktadır. Bu uygulamalar, haberin gerçekliğini kontrol etmek, görsel ve video içeriklerin doğruluğunu saptamak veya bir iddianın daha önce doğrulanıp doğrulanmadığını araştırmak için kullanılır (Praprotnik, 2016);

- Google Ters Görsel Arama: Görsellerin özgünlüğünü ve daha önce nerede kullanıldığını tespit etmek için kullanılır. Bir görselin önceki kullanımlarını göstererek, bu görselin gerçek zamanlı olup olmadığını veya başka bir kontekste mi kullanıldığı belirlenebilir.

- Bellingcat's Digital Forensics Tools: Bu araçlar, dijital içeriklerin (fotoğraf, video) orijinalliğini ve doğruluğunu kontrol etmek için kullanılır. Bellingcat, açık kaynaklı araştırma ve doğrulama teknikleri konusunda liderdir.
- FactCheck.org, Snopes ve PolitiFact: Bu tür siteler, popüler iddiaların ve haberlerin doğruluğunu kontrol eder ve analiz eder. Özellikle politik iddialar, söylentiler ve şehir efsaneleri için oldukça kullanışlıdır.
- Botometer: Sosyal medya hesaplarının otomatik (bot) olup olmadığını kontrol etmek için kullanılır. Bu, bir haberi veya iddiayı yaymak için otomatik hesapların kullanılıp kullanılmadığını anlamaya yardımcı olabilir.
- Hoaxy: Belirli bir iddianın veya haberin sosyal medyada nasıl yayıldığını görselleştirir. Ayrıca, bu yayılımın botlar tarafından mı yoksa gerçek kullanıcılar tarafından mı yapıldığını tespit etmek için de kullanılabilir.

Bu araçların yanı sıra, birçok medya kuruluşu kendi iç doğrulama protokollerine ve araçlarına sahiptir. Ancak, herhangi bir dijital aracın sonuçlarına tamamen güvenmek yerine, bu sonuçları bir başlangıç noktası olarak kullanmak ve ek araştırmalar yapmak her zaman daha iyidir.

Sosyal Medyanın Gazetecilik Üzerindeki Etkileri

Sosyal medya, teknolojik gelişmelerin habercilik ve gazetecilik üzerinde en büyük etkilerinden birini yaratmıştır. Hem olumlu hem de olumsuz pek çok etkisi bulunmakla birlikte, sosyal medya gazeteciliğin temel işleyişini derinden değiştirmiştir. Sosyal medya sayesinde, olaylar oldukça hızlı bir şekilde geniş kitlelere ulaşmaktadır. Bu, geleneksel medyanın olayları raporlama hızını büyük ölçüde etkilemiştir. Örneğin, bir doğal afet anında, ilk bilgilere genellikle sosyal medya kullanıcılarının paylaşımlarıyla ulaşılır. Gazeteciler, sosyal medya sayesinde farklı kaynaklardan bilgi alabilir, tanıklarla iletişime geçebilir ve farklı perspektifleri değerlendirebilirler. (Lecheler, vd., 2019)

Tablo 2. Sosyal Medyanın Gazetecilik Üzerindeki Etkileri

| Etki Türü | Açıklama |
|----------------------------|--|
| Hızlı Haber Dağıtımı | Sosyal medya haberlerin anında ve geniş bir kitleye yayılmasını sağlar. |
| Kaynak Çeşitliliği | Sosyal medya, bağımsız gazeteciler, blog yazarları ve sivil toplum kuruluşları gibi farklı kaynakların katılımını teşvik eder. |
| Doğrudan Haber Alımı | Sosyal medya, olayların doğrudan paylaşılmasını ve haber kaynaklarına hızlı erişimi kolaylaştırır. |
| Okuyucu Geri Bildirimi | Sosyal medya, okuyucuların haberler hakkındaki görüşlerini ve geri bildirimlerini paylaşmalarını sağlar. |
| Viral Haberler | Sosyal medya, haberlerin hızla yayılmasını ve viral olmasını kolaylaştırır, ancak yanıltıcı bilgilerin de yayılma riskini taşır. |
| Haber Finansmanı | Sosyal medya, haber kaynaklarının gelir modellerini etkiler ve reklamlar, bağışlar gibi yeni finansman yöntemleri ortaya çıkarabilir. |
| Gazetecilik Etik Sorunları | Sosyal medya, haber kaynaklarını doğruluk ve etik sorunlarla karşı karşıya bırakabilir, hızlı haber yayımı ve rekabet, doğru bilgiyi doğrulama sürecini etkileyebilir. |
| Sosyal Medya Gazeteciliği | Sosyal medya platformları, kendi haber içeriklerini üreten ve paylaşan gazeteciler için bir platform olarak kullanılır. |

Kaynak: Yazar Tarafından hazırlanmıştır.

Bu tablo, sosyal medyanın gazetecilik alanındaki etkilerini özetlemektedir. Her bir etki, gazetecilik pratiği üzerindeki önemini ve dönüşümleri yansıtmaktadır. Gazetecilik alanında çalışanlar ve haber

tüketicileri için bu etkileri daha iyi anlamak önemlidir, çünkü sosyal medya haber üretim ve tüketim süreçlerini büyük ölçüde etkilemektedir.

Sosyal medya kullanıcıları, kendi deneyimlerini, gözlemlerini ve materyallerini (fotoğraf, video) paylaşarak hikayelere katkıda bulunabilmektedir. Bu, geleneksel medyanın tek yönlü yapısını kırmış, haber üretim sürecine daha demokratik bir boyut kazandırmıştır. Sosyal medyada paylaşılan bilgilerin doğruluğunu tespit etmek, gazeteciler için büyük bir zorluk haline gelmiştir. Yanıltıcı veya manipüle edilmiş bilgilerin yayılması, haberin güvenilirliğini ve buna bağlı olarak gazeteciliğin itibarını zedeler. Sosyal medya platformları, kullanıcıların ilgi alanlarına ve etkileşimlerine göre içerik sunar. Bu, kullanıcıların sadece belirli bir perspektife sahip haberlerle karşılaşmalarına ve "filtre baloncuğu" (echo chamber) etkisine yol açabilir (McCombs ve Valenzuela 2020).

Geleneksel medyanın gelir kaynakları, sosyal medyanın yükselmesiyle zayıflamıştır. Gazeteler ve TV kanalları, reklam gelirlerinin azalması nedeniyle dijital platformlarda yeni gelir modelleri arayışına girmiştir. Popüler sosyal medya başlıkları veya trendler, geleneksel medya organlarının da gündeminde yer bulabilir. Bu, haber ajandalarının belirlenmesinde sosyal medyanın etkili bir güç haline gelmesine yol açmıştır. Sonuç olarak, sosyal medya gazeteciliği derinden etkilemiş ve bu alandaki profesyonellerin çalışma şekillerini, etik standartlarını ve haberleşme yöntemlerini yeniden değerlendirmelerini zorunlu kılmıştır. Bu değişim, gazeteciliğin geleceğini şekillendirecek önemli dinamiklerden biridir (Zhu, Fu, 2022).

Geleneksel basılı yayıncılıkla kıyaslandığında, dijital yayıncılığın başlangıç ve işletme maliyetleri genellikle daha düşüktür. Bu, daha fazla sayıda bağımsız gazeteci ve yayıncının seslerini duyurabilmelerine olanak tanır. Ayrıca, geniş bir coğrafi alanda faaliyet gösteren veya uluslararası haberleri takip eden kuruluşlar için seyahat, iletişim ve dağıtım maliyetlerinde de büyük tasarruflar sağlar. Dijital habercilik, metin haberlerinin yanı sıra fotoğraf, video, ses kaydı, interaktif grafikler ve diğer multimedya unsurlarını bir araya getirebilme imkanı sunar. Bu, haberlerin daha etkileyici ve bilgilendirici bir şekilde sunulmasını sağlar, aynı zamanda okuyucunun olayı daha kapsamlı bir şekilde anlamasına yardımcı olur (Chadwick 2017). Yeni habercilik şeklinin bu avantajları, sektördeki dönüşümün ve medya tüketiminin değişen doğasının bir yansımasıdır. Ancak bu avantajlara rağmen, yeni medyanın getirdiği zorluklar ve etik meseleler de dikkate alınmalıdır.

Yeni habercilik şeklinin Sosyal ve Siyasi Etkileri

Yeni habercilik anlayışı, geleneksel medya araçlarından dijital ve sosyal medya platformlarına doğru kaymanın bir sonucu olarak ortaya çıkmıştır. Bu dönüşüm, toplumsal ve siyasi arenada birçok değişikliğe yol açmıştır (Schudson 2020). Dijital platformlar, haber üretim ve dağıtım süreçlerini demokratikleştirmiştir. Artık bireyler, büyük medya kuruluşları olmaksızın kendi haberlerini oluşturabilir ve paylaşabilir. Bu, toplumun daha geniş bir kesiminin sesini duyurabilmesine olanak tanır ve çeşitli toplulukların, özellikle de marjinalleşmiş grupların, görünürlük kazanmasını sağlar. Algoritmaların kişiye özel içerik sunma eğilimi, kullanıcıları sadece kendi görüşlerini yansıtan bilgilerle sınırlı bir "filtre baloncuğu" içine sokabilir. Bu, bireylerin farklı perspektiflerden yoksun kalmasına ve toplumsal kutuplaşmanın artmasına neden olabilir.

Yeni habercilik platformları, siyasi aktörler için propaganda yapma ve dezenformasyon yayma araçları olarak da kullanılabilir. Özellikle sosyal medyada yanıltıcı bilgilerin hızla yayılması, seçmenlerin algılarını manipüle edebilir ve demokratik süreçleri tehlikeye atabilir. Dijital medyanın

interaktif doğası, bireylerin siyasi süreçlere daha aktif bir şekilde katılmalarını teşvik eder. Online anketler, kampanyalar, dilekçeler ve forumlar aracılığıyla insanlar, siyasi meselelere doğrudan etki edebilirler (Casero-Ripollés 2018). Sonuç olarak, yeni habercilik şeklinin sosyal ve siyasi etkileri, modern toplumun ve demokrasinin işleyişinde derinlemesine değişikliklere yol açmıştır. Hem olumlu hem de olumsuz etkileriyle, bu dönüşüm, toplumun bilgiye nasıl eriştiği, bilgiyi nasıl değerlendirdiği ve bu bilgiyi nasıl kullandığı konularında yeniden düşünmeye zorlamaktadır.

Gazetecilik ve politika arasındaki ilişki demokratik toplumlarda her zaman merkezi bir rol oynamıştır (Albæk vd. 2014). Gündemi belirleme, kamuoyunun ilgisine ilişkin sorunlar ve konularla ilgili sosyal çerçeveleri tanımlama, kamuoyu tartışmalarını teşvik etme ve kamuoyu oluşturma açısından esastır. Sosyal medyanın ortaya çıkışı, iletişim ortamında ve ilişki dinamiklerinde birçok değişikliğe neden oldu. Ek olarak, gazetecilik ve politika arasındaki güç dağılımı değişti. Siyasi bilgi talep-tedarik zincirinde önemli değişiklikler tespit edildi (Jungherr vd. 2020).

Bu yeni ortam, eski ve yeni medyanın sürekli olarak platformlar aracılığıyla birbiriyle ilişkilendiği yeni bir ağ mantığı ve hibrid bir sistemin gelişmesini hızlandırdı. Siyasi bilginin üretimi, dağıtımı ve tüketimi dijital medyanın yükselmesiyle dönüştü. Gazetecilik ve politika arasındaki oyun kurallarını değiştiren birkaç yeni olgu ortaya çıktı. Bunlar arasında, haberler üzerindeki gazetecilerin tekeli azaltan ve rekabeti artıran bilgi kaynaklarının artan sayısı bulunmaktadır. Ayrıca, sahte haberlerin ve sofistike propaganda ve bilgi manipülasyonu stratejilerinin yaygınlaşması gibi siyasi haberlerin yeni biçimlerini de içerir (Waisbord 2018). Dahası, iletişim sistemi içindeki güç dağılımında ve medya, gazeteciler ve siyasi aktörler tarafından sosyal etkinin uygulanmasında bir dönüşüm yaşandı (Casero-Ripollés 2021). Bilgi manipülasyonu, gazetecilik ve politikanın bugün karşı karşıya olduğu ana sorunlardan biridir. Sosyal medya, vatandaşların haberlere nasıl erişip tükettikleri konusunda köklü değişikliklere yol açmıştır. Özellikle genç insanlar, bilgi edinmek için dijital platformları giderek daha fazla kullanmaktadır. Bu ortamda, sahte haberlerin dolaşımı artmaktadır. Bu, politik istikrarsızlık, populizmin ve aşırılığın yükselmesi, nefret söyleminin artması gibi demokratik sağlık için önemli sonuçlara yol açabilir. Bu nedenle, insanların neden sahte haberleri tükettiğini, inandığını ve paylaştığını anlamak esastır.

SONUÇ

İletişimin dijitalleşmesi, haberciliğin yapısını ve işleyişini kökten değiştirdi. Geleneksel medya organlarının yanı sıra, sosyal medya platformları ve dijital haber siteleri, insanların haberlere erişim şeklini yeniden tanımladı. Bu dijital dönüşüm, haberlerin daha hızlı ve geniş bir kitleye ulaşmasını sağladı. Ancak, aynı zamanda doğruluk ve güvenilirlik konularında bazı sorunları da beraberinde getirdi. Dijitalleşen iletişim, bireylerin kendi seslerini duyurmasına olanak tanıdı, fakat bu durum aynı zamanda yanıltıcı ve doğru olmayan bilgilerin yayılmasına da zemin hazırladı. Sonuç olarak, dijitalleşen iletişimin habercilik üzerindeki etkisi, hem olumlu hem de olumsuz yönleriyle dikkate alınmalıdır. Gelecekte, medya okuryazarlığının önemi artacak ve bireylerin doğru bilgiye nasıl ulaşacakları konusunda daha bilinçli olmaları gerekecektir.

Dijitalleşen iletişim sayesinde, bireyler artık sadece haber tüketicisi olmanın ötesine geçerek, aynı zamanda haber üreticisi de olabiliyor. Bu durum, demokratik bir haber paylaşım ortamının oluşmasını teşvik ederken, aynı zamanda doğrulanmamış ve yanıltıcı bilgilerin yayılmasına da neden oluyor. Böyle

bir ortamda, medya okuryazarlığı kavramının önemi daha da artıyor. Bireylerin, karşılaştıkları bilgiyi eleştirel bir gözle değerlendirmesi ve kaynaklarını sorgulaması gerekiyor.

Dijital habercilik, aynı zamanda coğrafi sınırları da ortadan kaldırdı. Artık dünyanın bir ucundaki bir olay, saniyeler içerisinde diğer ucunda yaşayan bir birey tarafından öğrenilebiliyor. Bu globalleşme, kültürler arası etkileşimi artırırken, yerel haberlerin de global bir öneme sahip olabileceğini gösteriyor. Ancak, dijitalleşen iletişimle birlikte gelen reklam ve tıklama odaklı habercilik anlayışı, haberin kalitesini ve derinliğini etkileyebiliyor. Haber siteleri, daha fazla tıklanma alabilmek için bazen abartılı ya da yanıltıcı başlıklar kullanabiliyor. Bu da bireylerin gerçeklerden uzaklaşarak, sadece yüzeysel bilgilere sahip olmasına neden olabiliyor.

Sonuç olarak, iletişimin dijitalleşmesiyle birlikte habercilikte yaşanan bu dönüşüm, hem olumlu hem de olumsuz yönleriyle değerlendirilmeli. Dijital medyanın sunduğu olanaklardan en iyi şekilde yararlanabilmek için, bireylerin medya okuryazarlığına sahip olmaları ve kritik düşünme yeteneklerini geliştirmeleri gerekiyor.

KAYNAKÇA

- Albæk, Erik, Arjen Van Dalen, Nael Jebri, and Claes H. de Vreese. (2014). *Political Journalism in Comparative Perspective*. Cambridge: Cambridge University Press
- Breese, E., & Luengo, M. (2016). *News innovations and enduring commitments*. In The crisis of journalism reconsidered. Cambridge University Press.
- Carlson, M. (2020). Journalistic epistemology and digital news circulation: Infrastructure, circulation practices, and epistemic contests. *New media & society*, 22(2), 230-246.
- Casero-Ripollés, Andreu. 2018. Research on political information and social media: Key points and challenges for the future. *El Profesional de la Información* 27: 964–74
- Casero-Ripollés, Andreu. 2021. Influencers in the Political Conversation on Twitter: Identifying Digital Authority with Big Data. *Sustainability* 13: 2851.
- Chadwick, Andrew. 2017. *The Hybrid Media System: Politics and Power*. Oxford: Oxford University Press.
- Cohen, N. S. (2019). *At work in the digital newsroom*. *Digital Journalism*, 7(5), 571-591.
- Demuyakor, J. (2021). The propaganda model in the digital age: A review of literature on the effects of social media on news production. *Shanlax International Journal of Arts, Science and Humanities*, 8(4), 1-7.
- Drok, N. (2013). Beacons of reliability: European journalism students and professionals on future qualifications for journalists. *Journalism Practice*, 7(2), 145-162.
- Entman, R. M., & Usher, N. (2018). Framing in a fractured democracy: Impacts of digital technology on ideology, power and cascading network activation. *Journal of communication*, 68(2), 298-308.
- Fenton, N. (2009). *News in the digital age*. In The Routledge companion to news and journalism (pp. 557-567). Routledge.
- Goode, L. (2009). Social news, citizen journalism and democracy. *New media & society*, 11(8), 1287-1305.
- Jungheer, Andreas, G. Rivero, and D. Gayo-Avello. 2020. *Retooling Politics: How Digital Media Are Shaping Democracy*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Kristensen, L. M., & Bro, P. (2023). News values in a digital age-Intra-media, inter-media, and extra-media platforms. *Journalism*, 14648849231165855.
- Lecheler, S., Kruikemeier, S., de Haan, Y., Katz, J. E., & Mays, K. K. (2019). The use and verification of online sources in the news production process. *Journalism and Truth in an Age of Social Media*, 167-181.
- McCombs, Maxwell, and Sebastián Valenzuela (2020). *Setting the Agenda: Mass Media and Public Opinion*. Cambridge: Polity.
- Nikunen, K. (2014). Losing my profession: Age, experience and expertise in the changing newsrooms. *Journalism*, 15(7), 868-888.
- Picard, R. G. (2014). Twilight or new dawn of journalism? Evidence from the changing news ecosystem. *Journalism Practice*, 8(5), 488-498.
- Praprotnik, T. (2016). Digitalization and new media landscape. *Peer-reviewed academic journal Innovative Issues and Approaches in Social Sciences*, 1855-0541.
- Schudson, Michael (2020). *Journalism: Why It Matters*. Cambridge: Polity.
- Sparks, C., Wang, H., Huang, Y., Zhao, Y., Lü, N., & Wang, D. (2016). The impact of digital media on newspapers: Comparing responses in China and the United States. *Global Media and China*, 1(3), 186-207.
- Waisbord, Silvio. 2018. Truth is what happens to news: On journalism, fake news, and post-truth. *Journalism Studies* 19: 1866–78.
- Zhu, Y., & Fu, K. W. (2022). How Propaganda Works in the Digital Era: Soft News as a Gateway. *Digital Journalism*, 1-20.

YAYIN ŞARTLARI PUBLICATION REQUIREMENTS

Dergide yayınlanması talebiyle editöre gönderilen eserler, gizli tutulan hakemlerin (iki hakem)olumlu görüşleri alınmaksızın ya da hakemler tarafından önerilen düzeltmeleri içeren yeni metin sağlanmaksızın yayınlanmaz. Hakemlerden biri olumlu diğeri olumsuz görüş bildirdiğinde eser üçüncü bir hakeme gönderilir.

1. Hazırlanan çalışmalar, DergiPark üzerinden <https://dergipark.org.tr/tr/journal/2264/submission/step/manuscript/new> adresinden sisteme yüklemek suretiyle dergi editörlüğüne iletilmelidir. Hakem incelemesi dâhil tüm aşamalar DergiPark sistemi üzerinden yürütülecektir.
2. Gönderilen makalelerin ilk ve ikinci sayfası özet ve abstract bölümü şeklinde olmalı, makalenin yabancı dildeki adı, en fazla 300 kelimelik Türkçe ve yabancı dilde özetlerinin ve en az 3adet anahtar kelimenin (Key Words) eklenmesi gerekmektedir. Çalışmanın sonunda Kaynaklar yer almalıdır.
3. Sayfa yapısı: Üst ve alttan 2,5 cm; yanlardan 2,5 cm. olmalıdır. Bu şekilde hazırlanan yazılar kural olarak 25 sayfadan fazla olmamalıdır.
4. Metin yazıları: Dergi sayfasında yer alan örnek word dosyası formatı kullanılmalıdır. Times New Roman karakteri ile 11 punto 1,5 satır aralığı, ilk satırı özel 1,25 cm değerinde paragraf, paragraf arası boşluklar öncesi ve sonrası 0 nk olmak üzere iki yandanhizalı yazılmalıdır. Ana başlık 14 punto, ikinci ana başlık 10 punto, özet ve abstract 9 punto kullanılmalıdır. Yazar adı, ana başlığın altına sola dayalı olarak akademik unvan olmadan "Adı SOYADI" biçiminde yazılmalı, unvan, eposta adresi ve kurum bilgileri dipnot şeklinde ana başlık bölümünde verilmelidir.
5. Makalenin daha önce hiçbir yerde yayımlanmamış veya yayımlanmak üzere gönderilmemiş olması gerekir.
6. Yazarlara telif hakkı ödenmeyecektir. Yazarlar, yayımlanan yazılar üzerinde EUJMR Editörlüğü'nün, her türlü formatta yayımlamak dâhil, tüm yayın haklarına sahip olduğunu kabul ederler.

BU ŞARTLARI TAŞIMAYAN BAŞVURULAR KABUL EDİLMEMEYECİTİR.

Haberleşme Adresi:

Dilkur Akademi Migros Arkası İpekyolu İş Merkezi Kat:10 Aksaray 68100 Türkiye 0506466 00 77

İnternet Adresi: <https://dergipark.org.tr/tr/pub/eujmr>

