



RESEARCH STUDIES ANATOLIA JOURNAL

e-ISSN: 2630-6441

Yıl-Year

2024

Cilt/Vol

7

Sayı/Issue

4

<https://dergipark.org.tr/rs>
rsanatolia@gmail.com



R&S
RESEARCH STUDIES
ANATOLIA JOURNAL

Vol/Cilt : 7
Issue/Sayı : 4
Yayın Tarihi : 31.10.2024
ISSN : 2630-6441
Toplam : 07
Makale Sayısı

EDİTÖRDEN

Değerli bilim insanları, eserleri ile dergimize katkı sunan kıymetli hocalarımız ve diğer paydaşlarımız;

R&S - Research Studies Anatolia Journal dergisinin 7. Yılı'nın son sayısında (2024 Ekim – Cilt: 7; Sayı: 4) sizlerle birlikte olmanın vermiş olduğu mutluluğu ve gururu sizlerle paylaşmak isteriz. 2024 yılının dördüncü sayısında birbirinden değerli 7 çalışmayı sizlerle buluşturan yazarlarımıza, dergi yönetim kurulumuzun çok değerli üyelerine; danışma, yayın ve hakem kurullarında görev yaparak birikimlerini bizlerle paylaşan kıymetli hocalarımıza editör kurulu olarak teşekkür ederiz. "Davranış Bilimleri, Endüstriyel İlişkiler ve İşgücü, Halkla İlişkiler, İktisat, İletişim, İşletme, Kamu Yönetimi, Siyasi Bilimler, Uluslararası İlişkiler, Yöneylem Araştırma ve Yönetim Bilimi" alanlarındaki çalışmalarını kapsayan ve hakemli bilimsel bir dergi olan **R&S - Research Studies Anatolia Journal**, OCAK-NİSAN-TEMMUZ VE EKİM aylarında olmak üzere yılda dört sayı şeklinde yayın yapmaktadır.

2630-6441 e-ISSN numarası ile elektronik formatta yayın hayatına devam eden **R&S - Research Studies Anatolia Journal**; **Advanced Science Index, ASOS Index, Cosmos If, Directory of Research Journals Indexing (DRJI), EUROPUB, FERRIS STATE UNIVERSITY, GENERAL IMPACT FACTOR, GitHub, HARVARD LIBRARY, InfoBase Index, IPIndexing, ISSN, Ideonline, JIFACTOR, Journal Factor, LOWA STATE-California, San Francisco, Research Bib, Root Society for Indexing and Impact Factor Service (Root Indexing), Scientific Indexing Services (SIS) ve Türk Eğitim İndeksi (TEİ) gibi indeksler ve veri tabanlarında taranmaktadır.** Dergide değerlendirme süreci akademik etik kurallar çerçevesinde objektif ve tarafsız bir şekilde yürütülmektedir. Eser değerlendirme sürecinde, hakem ve yazarların isimlerinin gizlendiği çift kör hakemlik sistemi uygulanmaktadır.

Değerli çalışmalarınızla dergimize katkı sağlamanız, dünyada bilimin gelişmesi, insanlığa faydalı olması ve daha nitelikli bir dergi olması açısından bizler için çok önemlidir. Ayrıca bilim dünyasının siz değerli insanlarını yayın kurulu, danışma kurulu, hakem kurulu üyesi ve yazar olmak üzere **R&S - Research Studies Anatolia Journal** ailesinin bir üyesi olarak görmekten büyük gurur duyacağımızı belirtmek isteriz.

Yeni sayımızın hayırlı olması temennisi ile siz değerli bilim insanlarına, eserleri ile dergimize katkıda bulunan yazarlarımıza ve okurlarımıza **R&S - Research Studies Anatolia Journal** ailesi olarak teşekkür eder, saygılar sunarız.

Editör Kurulu

<http://dergipark.org.tr/rs>

rsanatolia@gmail.com



***RESEARCH STUDIES
ANATOLIA JOURNAL***

e-ISSN: 2630-6441





RESEARCH STUDIES ANATOLIA JOURNAL

e-ISSN: 2630-6441

Yıl-Year

2024

Cilt/Vol

7

Sayı/Issue

4

<https://dergipark.org.tr/rs>
rsanatolia@gmail.com

e-ISSN: 2630-6441



Vol: 7
Issue: 4

RESEARCH STUDIES ANATOLIA JOURNAL

e-ISSN: 2630-6441

AMAÇ VE KAPSAM

R&S-Research Studies Anatolia Journal; yayın kapsamındaki bilimsel çalışmaları yayımlayarak, söz konusu alanlara katkıda bulunmayı amaçlayan, 2018 yılında yayın hayatına başlamış bir sosyal bilimler dergisidir. Kalite ve güvenden ödün vermeden kalıcılığı ile akademik camiada önde gelen yayınlardan olma iddiasındadır. Ulusal ve uluslararası kamuoyuna hitap eden, yeni fikirler ve açılımlar ortaya koyan, karar mekanizmalarında çalışanlara ve uygulayıcılara kadar her kademeye referans olabilecek bir yapıya sahip olmak ve yaygınlaşmak isteğindedir.

R&S-Research Studies Anatolia Journal dergisi, Sosyal ve Beşeri Bilimler bünyesinde yer alan Davranış Bilimleri, Endüstriyel İlişkiler ve İşgücü, Halkla İlişkiler, İktisat, İletişim, İşletme, Kamu Yönetimi, Siyasi Bilimler, Uluslararası İlişkiler, Yöneylem Araştırma ve Yönetim Bilimi konularındaki; Konferans Bildirisi, Araştırma Makalesi, Derleme, Çeviri, Sistemantik Derlemeler ve Meta Analiz, İnceleme Makalesi, Teorik Makale, Kısa Bildiri gibi bilimsel çalışmaları yayımlayan, uluslararası indekslerde taranan, hakemli bir dergidir.

ETİK KURULZİNİ

Yazarlarımızın çalışmaları ile birlikte intihal raporlarını ve telif devir formlarını da sisteme yüklemeleri gerekmektedir. Sisteme yüklenen çalışma, dergi yazım kurallarına uygun şekilde hazırlanmış olmalıdır. Bu kuralların dışında yapılan yüklemeler, ön kontrol aşamasında iade edilecektir.

Etik kurul izni gerektiren çalışmalar (anket ya da ölçek uygulamayı gerektiren, görüşme ve gözlem içeren; döküman, resim, anket vb.. diğerleri tarafından geliştirilen ve kullanım izni gerektiren çalışmalar) için etik kurullardan ya da komisyonlardan gerekli izinlerin alınması, bunların makale içeriğinde belirtilmesi ya da ek olarak sunulması gerekmektedir. Bu izinlerin olmaması durumunda yayın ön inceleme safhasında yazara iade edilir.

YAZINDİLİ

TÜRKÇE & İNGİLİZCE

YAYIN ARALIĞI

OCAK - NİSAN - TEMMUZ - EKİM

<https://dergipark.org.tr/rs>
rsanatolia@gmail.com

e-ISSN: 2630-6441



Vol: 7
Issue: 4

RESEARCH STUDIES ANATOLIA JOURNAL

e-ISSN: 2630-6441

KURULLAR

BAŞ EDİTÖR

Dr. Öğr. Üyesi Arif YILDIZ (Malatya
Turgut Özal Üniversitesi)

EDİTÖRLER

Doç. Dr. Kazım KILINÇ
(Batman Üniversitesi)

Doç. Dr. Ramazan ASLAN (Adıyaman
Üniversitesi)

EDİTÖR YARDIMCISI

Doç. Dr. Ayşe Meriç YAZICI (İstanbul
Gelişim Üniversitesi)

YABANCI DİL EDİTÖRÜ Doç. Dr. Sadık
ÇALIŞKAN (İnönü Üniversitesi)

DANIŞMA KURULU

Prof. Dr. Atılhan NAKTİYOK
(Atatürk Üniversitesi)

Prof. Dr. Bünyamin AKDEMİR
(İnönü Üniversitesi)

Prof. Dr. Fatma ZEREN
(İnönü Üniversitesi)

Prof. Dr. Himmet KARADAL
(Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi)

Prof. Dr. Murat KAYIKÇI
(Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi)

Prof. Dr. Mustafa TAŞLIYAN
(Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi)

Prof. Dr. Mücahit ÇELİK
(Adıyaman Üniversitesi)

Prof. Dr. Orhan ELMACI
(Kütahya Dumlupınar Üniversitesi)

e-ISSN: 2630-6441



Vol: 7
Issue: 4

RESEARCH STUDIES ANATOLIA JOURNAL

e-ISSN: 2630-6441

YAYIN KURULU

Prof. Dr. Batuhan GÜVEMLİ
Prof. Dr. Bünyamin AKDEMİR
Prof. Dr. Ceyda AYSUNA TÜRKYILMAZ
Prof. Dr. Ejder OKUMUŞ
Prof. Dr. İsmail BAKAN
Prof. Dr. Kasım KARAKÜTÜK
Prof. Dr. Mahmut YAVAŞI
Prof. Dr. Muhsin HALİS
Prof. Dr. M. Hanifi AYBOĞA
Prof. Dr. Mustafa TAŞLIYAN
Prof. Dr. Necati CEMALOĞLU
Prof. Dr. Orhan ELMACI
Prof. Dr. Özcan ÖZKAN
Prof. Dr. Ramazan YELKEN
Prof. Dr. Yavuz AKÇI
Doç. Dr. Barış AYTEKİN
Doç. Dr. Bengü HIRLAK
Doç. Dr. Fatih VAROL
Doç. Dr. Gamze Ebru ÇİFTÇİ
Doç. Dr. Gökhan KARHAN
Doç. Dr. Halil İbrahim AYDIN
Doç. Dr. Hamza ŞİMŞEK
Doç. Dr. İnci ERDOĞAN TARAKÇI
Doç. Dr. K. Kaan BÜYÜKİKİZ
Doç. Dr. Mahir KALFA
Doç. Dr. Mert ÖZGÜNER
Doç. Dr. Mücahit ÇAYIN
Doç. Dr. Sabrina KAYIKÇI
Doç. Dr. Sevgi IŞIK EROL
Doç. Dr. Sevgi SÜMERLİ SARIGÜL
Doç. Dr. Osman AĞIR

Trakya Üniversitesi - Edirne / Türkiye
İnönü Üniversitesi / Malatya / Türkiye
Marmara Üniversitesi - İstanbul / Türkiye
Ankara Sosyal Bilimler Üniversitesi - Ankara / Türkiye
Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi / Kahramanmaraş / Türkiye
Ankara Üniversitesi / Ankara / Türkiye
Ankara Sosyal Bilimler Üniversitesi - Ankara / Türkiye
Kocaeli Üniversitesi - Kocaeli / Türkiye
Marmara Üniversitesi - İstanbul / Türkiye
Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi / Kahramanmaraş / Türkiye
Gazi Üniversitesi / Ankara / Türkiye
Kütahya Dumlupınar Üniversitesi - Kütahya / Türkiye
Çankırı Karatekin Üniversitesi / Çankırı / Türkiye
Ankara Yıldırım Beyazıt Üniversitesi / Ankara / Türkiye
Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi / Bolu / Türkiye
Kırklareli Üniversitesi / Kırklareli / Türkiye
Kilis 7 Aralık Üniversitesi / Kilis / Türkiye
İstanbul Üniversitesi - İstanbul / Türkiye
Hitit Üniversitesi / Çorum / Türkiye
Batman Üniversitesi / Batman / Türkiye
Batman Üniversitesi / Batman / Türkiye
Batman Üniversitesi / Batman / Türkiye
Mersin Üniversitesi - Mersin / Türkiye
Gaziantep Üniversitesi / Gaziantep / Türkiye
Hacettepe Üniversitesi / Ankara / Türkiye
Adıyaman Üniversitesi / Adıyaman / Türkiye
Batman Üniversitesi / Batman / Türkiye
Burdur Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi / Burdur / Türkiye
Batman Üniversitesi / Batman / Türkiye
Kayseri Üniversitesi / Kayseri / Türkiye
İnönü Üniversitesi - Malatya / Türkiye

<https://dergipark.org.tr/rs>
rsanatolia@gmail.com

e-ISSN: 2630-6441



Vol: 7
Issue: 4

RESEARCH STUDIES ANATOLIA JOURNAL

e-ISSN: 2630-6441

YAYIN KURULU

Doç. Dr. Vahap ÖNEN
Doç. Dr. Yakup AKGÜL
Doç. Dr. Zeliha TEKİN
Dr. Öğr. Üyesi Ahmet KARAHAN
Dr. Öğr. Üyesi Arzu ŞEKER
Dr. Öğr. Üyesi Berkant DULKADİR
Dr. Öğr. Üyesi Elvan ULUCAN ÖZKAN
Dr. Öğr. Üyesi Erhan AKARDENİZ
Dr. Öğr. Üyesi Esra SİPAHİ DÖNGÜL
Dr. Öğr. Üyesi Fatma Banu BEYAZ SİPAHİ
Dr. Öğr. Üyesi Filiz SARIKAYA PEKACAR
Dr. Öğr. Üyesi Haluk KARADAĞ
Dr. Öğr. Üyesi Kadir DELİGÖZ
Dr. Öğr. Üyesi Kamil Hakan DERİN
Dr. Öğr. Üyesi Meysure Evren ÇELİK SÜTİÇER
Dr. Öğr. Üyesi Sevda DEMİR
Dr. Öğr. Üyesi Uyum ELİTOK
Dr. Öğr. Üyesi Yavuz ELİTOK
Dr. Öğr. Üyesi Zeynep KÖSE
Dr. Hüseyin ÇİÇEKLIÖĞLU
Dr. Merve BAKAN
Dr. Özge ÖZKAN
Dr. Taha Yasin ÖLMEZTOPRAK
Dr. Zümral GÜLTEKİN
Prof. Arshi Khan
Assoc. Prof. Ahmad Rasmi Albattat
Assoc. Prof. Thomas Dorson Anning
Assoc. Prof. Dhilip KUMAR
Assist. Prof. Biswa Mohana Jena
Assist. Prof. Rahul Jain

İstanbul Topkapı Üniversitesi - İstanbul / Türkiye
Alanya Alaaddin Keykubat Üniversitesi, Alanya / Antalya / Türkiye
Muş Alpaslan Üniversitesi / Muş / Türkiye
Adıyaman Üniversitesi / Adıyaman / Türkiye
Batman Üniversitesi / Batman / Türkiye
Adıyaman Üniversitesi / Adıyaman / Türkiye
Çankırı Karatekin Üniversitesi- Çankırı / Türkiye
Gaziantep Üniversitesi - Gaziantep / Türkiye
Aksaray Üniversitesi - Aksaray / Türkiye
Tarsus Üniversitesi - Mersin / Türkiye
Çankırı Karatekin Üniversitesi/ Çankırı / Türkiye
Başkent Üniversitesi / Ankara / Türkiye
Erzurum Atatürk Üniversitesi - Erzurum / Türkiye
Adıyaman Üniversitesi / Adıyaman / Türkiye
İstanbul Esenyurt Üniversitesi / İstanbul / Türkiye
Osmaniye Korkut Ata Üniversitesi / Osmaniye / Türkiye
Batman Üniversitesi / Batman / Türkiye
Batman Üniversitesi / Batman / Türkiye
Hasan Kalyoncu Üniversitesi / Gaziantep / Türkiye
Mersin Üniversitesi / Mersin / Türkiye
İnönü Üniversitesi / Malatya / Türkiye
Malatya Turgut Özal Üniversitesi / Malatya / Türkiye
Adıyaman Üniversitesi / Adıyaman / Türkiye
Samsun Ondokuz Mayıs Üniversitesi / Samsun / Türkiye
Aligarh Muslim University / Uttar Pradesh / India
Management and Science University Selangor / Malaysia
University of the Witwatersrand, Johannesburg/South Africa
Artificial Intelligence and Computer Vision Applications / India
Assistant Professor in Commerce, NSCB Govt College, Sambalpur/India
Finance at American College / Dubai

<https://dergipark.org.tr/rs>
rsanatolia@gmail.com

e-ISSN: 2630-6441



Vol: 7
Issue: 4

RESEARCH STUDIES ANATOLIA JOURNAL

e-ISSN: 2630-6441

ETİK İLKELER VE YAYIN POLİTİKASI

A- GENEL İLKELER

1. R&S (Research Studies Anatolia Journal) hakemli, uluslararası birçok indekste taranan e-dergi olup, yılda 4 sayı (Ocak, Nisan, Temmuz, Ekim) yayınlanır. Gerekli durumlarda özel ya da ek sayılar da yayınlanabilir.
2. R&S Dergisi, Sosyal ve Beşeri Bilimler temel alanında yer alan Davranış Bilimleri, Endüstriyel İlişkiler ve İşgücü, Halkla İlişkiler, İktisat, İletişim, İşletme, Kamu Yönetimi, Siyasi Bilimler, Uluslararası İlişkiler, Yöneylem Araştırma ve Yönetim Bilimi konularındaki çalışmalarını yayınlayan bir dergidir. Yalnızca özgün bilimsel makalelere ilişkin metinleri yayınlar. Ayrıca, sunulduğu yer, toplantı ve tarihin kaydedilmesi ile başka bir yerde yayınlanmamış olması şartıyla kongre ve sempozyum bildirimleri de makale çalışması olarak yayınlanabilir. Ancak bu yayın etkinliğinden kaynaklanması muhtemel herhangi bir sorunun sorumluluğu yazara aittir.
3. R&S Dergisi'ne gönderilen yazıların daha önce herhangi bir mecrada yayınlanmamış olması ve sisteme eklendiğinde bir başka yayın organının yayın değerlendirme sürecinde bulunmaması gerekir.
4. Herhangi bir yazının R&S Dergisi'ne elektronik sistemine eklenmesi, yazının yayınlanması için başvuru olarak kabul edilir ve yazının değerlendirilme süreci başlar.
5. Başvurunun yapılmasından yazının yayınlanması aşamasına kadar uzanan süreçteki bütün işlemler elektronik ortamda gerçekleşir.
6. Yayınlanması için R&S Dergisi'ne gönderilen yazıların basım ve yayın hakları dergiye devredilmiş olur. Bu yazılar dergi yönetiminden izin alınmaksızın bir başka yayın organında yayınlanamaz, çoğaltılamaz ve kaynak gösterilmeden kullanılamaz. R&S Dergisi, yayınlamış olduğu metinleri çeşitli mecralarda yayımlayabilir.
7. R&S Dergisi'nin yayın dili Türkçe olmakla birlikte İngilizce dilinde gelen yazılar da değerlendirmeye tabi tutulur ve hakemler tarafından yayımlanması uygun görüldüğü takdirde yayınlanır.

<https://dergipark.org.tr/rs>
rsanatolia@gmail.com

e-ISSN: 2630-6441



Vol: 7
Issue: 4

RESEARCH STUDIES ANATOLIA JOURNAL

e-ISSN: 2630-6441

ETİK İLKELER VE YAYIN POLİTİKASI

B- ARAŞTIRMA VE YAYIN ETİĞİNE İLİŞKİN DERGİ POLİTİKASI

1. Etik Kurul izni gerektiren çalışmalar (anket ya da ölçek uygulamayı gerektiren, görüşme ve gözlem içeren; doküman, resim, anket vb. diğerleri tarafından geliştirilen ve kullanım izni gerektiren çalışmalar) için etik kurullardan ya da komisyonlardan gerekli izinlerin alınması, bunların makale içeriğinde belirtilmesi ya da ek olarak sunulması gerekmektedir. Bu izinlerin olmaması durumunda yayın ön inceleme safhasında yazara iade edilir.
2. Hakem değerlendirmelerinde olan araştırmalara ilişkin ham verilerin hakemler tarafından talep edildiğinde sunulması şarttır. Verilerin makalenin yayını sonrasında da gerektiğinde sağlanması zorunludur.

C- MAKALE BENZERLİK RAPORU VE BENZERLİK ORANINA İLİŞKİN DERGİ POLİTİKASI

1. Aday makaleler akademik intihal engelleme programından (Ithenticate, intihal.net vb.) geçirilmektedir. Adayın bu kapsamda çalışmasına ilişkin intihal raporunu makale gönderimi esnasında sisteme yüklemesi gerekmektedir.
2. Benzerlik oranı %20'ye kadar olan çalışmalar değerlendirme sürecine kabul edilmektedir.
3. Benzerlik oranı %20'nin üzerinde olan çalışmalar ön kontrol aşamasında yazar(lar)a iade edilecektir.

<https://dergipark.org.tr/rs>
rsanatolia@gmail.com

e-ISSN: 2630-6441



Vol: 7
Issue: 4

RESEARCH STUDIES ANATOLIA JOURNAL

e-ISSN: 2630-6441

ETİK İLKELER VE YAYIN POLİTİKASI

D- YAZARLAR İÇİN ETİK KURALLAR

1. Yazarlar çalışmalarının özgün olduğunu garanti eder ve diğer araştırmacıların fikir, dil, resim, grafik ve tablolarına çalışmalarında yer verdikleri zaman bunu alıntı olarak belirtmek durumundadır. Kaynağı belirtmeden yapılan alıntı intihal nedenidir.
2. Çalışmada adı geçen her yazar çalışmanın içeriğinden aynı oranda sorumludur. Çalışmaya katkısı olup da araştırmacının ismine yer verilmemesi veya katkısı olmadığı halde haksız yere adına yer verilmesi kabul edilemez bir durumdur.
3. Yazarlar araştırmalarının bulgularına sadık kalmalıdır. Bulguların değiştirilmesi, bulgu ve sonuç uydurmak ve bunlardan yola çıkarak araştırma yapmak söz konusu değildir. Veriler ve materyaller üzerinde oynama, silme, çıkarma ya da baş etmesi güç verilerin yorumlanma işlemi atlama gibi durumlar güven kırıcıdır.
4. Çalışmanın dergilere eş zamanlı gönderimi söz konusu olamaz. Yazarlar önceden yayımlanmış çalışmalarını da dergiye gönderemezler.

E- HAKEMLER İÇİN ETİK KURALLAR

1. Hakemler değerlendirme sürecinin gizli olduğunu ve üçüncü kişilerle paylaşılmaması gerektiğini bilmelidir.
2. Hakemler, belirlenen süre içerisinde çalışma ile ilgili objektif, tarafsız, bilimsel, anlaşılır ve yapıcı bir değerlendirme raporu sunmalıdır.
3. Hakem raporları, makalenin bilimsel niteliği (ele aldığı konu, kullanılan yöntem ya da ilgili literatürün uygun kullanımı) ile ilgili değerlendirme de içerecektir. Bu değerlendirme olumlu ya da olumsuz, içerik hakkında mutlaka yapılmalıdır.
4. Çalışmanın intihal olduğu ya da önceden başka bir yerde yayımlandığı anlaşılması üzerine hakemler durumu editöre bildirmelidir.

<https://dergipark.org.tr/rs>
rsanatolia@gmail.com



RESEARCH STUDIES ANATOLIA JOURNAL

e-ISSN: 2630-6441

ETİK İLKELER VE YAYIN POLİTİKASI

F- DEĞERLENDİRME SÜRECİ

1. R&S Dergisi'nin sistemine yüklenen her yazı, ilk olarak editör veya editör yardımcıları tarafından yazım ve yayın ilkelerine uygunluğu bağlamından değerlendirilir. Bu değerlendirme sonucunda, yazar tarafından yapılması gereken düzeltmeler olursa, yazı, editörler tarafından düzeltme istenerek yazara iade edilir.
2. Yazım ilkelerine uygun olmayan yazılar hakeme gönderilmez.
3. Yazım ve yayın ilkeleri açısından değerlendirilmeye uygun bulunan yazılar hakemlere yönlendirilir. Editör onayından geçen her yazının değerlendirilmesi için en az iki hakem görevlendirilir. Hakemler yazının temsil ettiği alan ve anabilim dalında uzmanlıkları bulunan kişiler arasından seçilir.
4. Hakem ve yazarların isimleri karşılıklı olarak birbirlerinden gizli tutulur.
5. Hakemlerin kendilerine gönderilen yazıyı değerlendirme süreleri azami 25 gündür. Bu süreç sonunda rapor edilmeyen yazı için yeni bir hakem tayin edilir.
6. Alan değerlendirmesinden iki olumlu hakem raporu alan yazı yayınlanmaya hak kazanır. Bir olumlu bir olumsuz hakem raporu alan yazı, üçüncü bir hakeme gönderilir ve yazının yayınlamp yayınlanmaması üçüncü hakemin raporu doğrultusunda belirlenir.
7. Hakemler, düzeltme istedikleri yazıyı yayınlanmadan önce bir kez daha görmek isteyebilirler. Bu talebin raporda belirtilmesi durumunda metnin düzeltilmiş biçimi sistem tarafından otomatik olarak hakeme gönderilir.
8. Yazarlar, makul çerçevede ve ikna edici verilerle birlikte hakem raporuna itiraz edebilirler. İtirazlar dergi yönetimi tarafından incelenir ve uygun görüldüğü takdirde konu ile ilgili olarak farklı bir hakemin (ya da hakemlerin) görüşlerine başvurulabilir.

e-ISSN: 2630-6441



Vol: 7
Issue: 4

RESEARCH STUDIES ANATOLIA JOURNAL

e-ISSN: 2630-6441

ETİK İLKELER VE YAYIN POLİTİKASI

9. R&S Dergisi'nin elektronik sistemine eklenen yazıların değerlendirme sürecinin hangi evresinde olduğu, yazarlar tarafından kendi üyelik bilgileri kullanılarak takip edilebilir. Hakem süreci titizlikle izlenmeli, sistem yalnızca bir kez değişiklik hakkı verebildiğinden dolayı yapılması muhtemel değişiklikler için her iki hakem değerlendirmesinin de sonuçlanması ve raporların sisteme girilmesi beklenmelidir.

10. Dergi editörleri, hakemler tarafından verilen düzeltmeleri titizlikle takip eder. Bu doğrultuda, editörler tarafından bir yazının yayınlanması ya da yayınlanmaması yönünde karar alınabilir.

11. R&S Dergisi'ne yüklenen makaleler için tasarım şirketi hesabına yatırılmak üzere 235 TL/50 USD ücret alınmaktadır. Bu ücret, makalenin yazar tarafından sisteme yüklenmesinden sonra dergi tarafından gönderilen bilgi mesajı uyarınca, hakem sürecinin başlatılmasından önce yatırılır. Yayın ücreti yatırıldıktan sonra yazarlardan gelen dekontlar dergi yönetimi tarafından tasarım şirketine gönderilir ve çalışmanın hakem süreci başlatılır.

<https://dergipark.org.tr/rs>
rsanatolia@gmail.com

e-ISSN: 2630-6441



Vol: 7
Issue: 4

RESEARCH STUDIES ANATOLIA JOURNAL

e-ISSN: 2630-6441

ETİK İLKELER VE YAYIN POLİTİKASI

YAYIN POLİTİKASI

1. R&S (Research Studies Anatolia Journal) ulusal, hakemli, endeksli e-dergi olup, yılda 4 sayı (Ocak, Nisan, Temmuz, Ekim) yayımlanır. Gerekli durumlarda özel ya da ek sayılar da yayımlanabilir.
2. R&S Dergisi, Sosyal ve Beşeri Bilimler alanlarındaki çalışmalarını yayımlayan bir dergidir. Yalnızca özgün bilimsel makalelere ilişkin metinleri yayımlar. Ayrıca, sunulduğu yer, toplantı ve tarihin kaydedilmesi ile başka bir yerde yayımlanmamış olması şartıyla kongre ve sempozyum bildirimleri de makale çalışması olarak yayımlanabilir. Ancak bu yayın etkinliğinden kaynaklanması muhtemel herhangi bir sorunun sorumluluğu yazara aittir.
3. R&S Dergisi'ne gönderilen yazıların daha önce herhangi bir mecrada yayımlanmamış olması ve sisteme eklendiğinde bir başka yayım organının yayım değerlendirme sürecinde bulunmaması gerekir.
4. R&S Dergisi'ne yayımlanması için çalışma göndermek isteyenlerin, yazılarını <http://dergipark.org.tr/rs> adresi aracılığıyla göndermeleri gerekir.
5. Herhangi bir yazının R&S Dergisi'ne elektronik sistemine eklenmesi, yazının yayımlanması için başvuru olarak kabul edilir ve yazının değerlendirilme süreci başlar.
6. Başvurunun yapılmasından yazının yayımlanması aşamasına kadar uzanan süreçteki bütün işlemler elektronik ortamda gerçekleşir.
7. Yayımlanması için R&S Dergisi'ne gönderilen yazıların basım ve yayım hakları dergiye devredilmiş olur. Bu yazılar dergi yönetiminden izin alınmaksızın bir başka yayım organında yayımlanamaz, çoğaltılamaz ve kaynak gösterilmeden kullanılamaz. R&S Dergisi, yayımlanmış olduğu metinleri çeşitli mecralarda yayımlayabilir.
8. R&S Dergisi'nin yayım dili Türkçe olmakla birlikte İngilizce dilinde gelen yazılar da değerlendirmeye tabi tutulur ve hakemler tarafından yayımlanması uygun görüldüğü takdirde yayımlanır.

<https://dergipark.org.tr/rs>
rsanatolia@gmail.com

e-ISSN: 2630-6441



Vol: 7
Issue: 4

RESEARCH STUDIES ANATOLIA JOURNAL

e-ISSN: 2630-6441

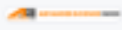
ETİK İLKELER VE YAYIN POLİTİKASI

DEĞERLENDİRME SÜRECİ

1. R&S Dergisi'nin sistemine yüklenen her yazı, ilk olarak editör veya editör yardımcıları tarafından yazım ve yayın ilkelerine uygunluğu bağlamından değerlendirilir. Bu değerlendirme sonucunda, yazar tarafından yapılması gereken düzeltmeler olursa, yazı, editörler tarafından düzeltme istenerek yazara iade edilir.
2. Yazım ilkelerine uygun olmayan yazılar hakeme gönderilmez.
3. Yazım ve yayın ilkeleri açısından değerlendirilmeye uygun bulunan yazılar hakemlere yönlendirilir. Editör onayından geçen her yazının değerlendirilmesi için en az iki hakem görevlendirilir. Hakemler yazının temsil ettiği alan ve anabilim dalında uzmanlıkları bulunan kişiler arasından seçilir.
4. Hakem ve yazarların isimleri karşılıklı olarak birbirlerinden gizli tutulur.
5. Hakemlerin kendilerine gönderilen yazıyı değerlendirme süreleri azami 25 gündür. Bu süreç sonunda rapor edilmeyen yazı için yeni bir hakem tayin edilir.
6. Alan değerlendirmesinden iki olumlu hakem raporu alan yazı yayınlanmaya hak kazanır. Bir olumlu bir olumsuz hakem raporu alan yazı, üçüncü bir hakeme gönderilir ve yazının yayınlanıp yayınlanmaması üçüncü hakemin raporu doğrultusunda belirlenir.
7. Hakemler, düzeltme istedikleri yazıyı yayınlanmadan önce bir kez daha görmek isteyebilirler. Bu talebin raporda belirtilmesi durumunda metnin düzeltilmiş biçimi sistem tarafından otomatik olarak hakeme gönderilir.
8. Yazarlar, makul çerçevede ve ikna edici verilerle birlikte hakem raporuna itiraz edebilirler. İtirazlar dergi yönetimi tarafından incelenir ve uygun görüldüğü takdirde konu ile ilgili olarak farklı bir hakemin (ya da hakemlerin) görüşlerine başvurulabilir.
9. R&S Dergisi'nin elektronik sistemine eklenen yazıların değerlendirme sürecinin hangi evresinde olduğu, yazarlar tarafından kendi üyelik bilgileri kullanılarak takip edilebilir.
10. Dergi editörleri, hakemler tarafından verilen düzeltmeleri titizlikle takip eder. Bu doğrultuda, editörler tarafından bir yazının yayınlanması ya da yayınlanmaması yönünde karar alınabilir.

<https://dergipark.org.tr/rs>
rsanatolia@gmail.com

TARANAN İNDEKSLER VE VERİ TABANLARI



Advanced Science Index



ASOS Index



Cosmos If



Directory of Research Journals Indexing (DRJI)



EURCPUB



FERRIS STATE UNIVERSITY



GENERAL IMPACT FACTOR



GitHub



Google Scholar



HARVARD LIBRARY



InfoBase Index



IPIndexing



ISSN



idealonline



JIFACTOR



Journal Factor



LOWA STATE-California, San Francisco



Research Bib

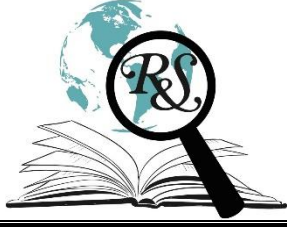
Root Society for Indexing and Impact Factor Service (Root Indexing)



Scientific Indexing Services (SIS)



Türk Eğitim İndeksi (TEİ)



R&S
RESEARCH STUDIES
ANATOLIA JOURNAL

Vol/Cilt : 7
Issue/Sayı : 4
Yayın Tarihi : 31.10.2024
ISSN : 2630-6441
Toplam Makale Sayısı : 7

İÇİNDEKİLER / CONTENTS

ARAŞTIRMA MAKALELERİ / RESEARCH ARTICLES

376-445

Selçuk GÜN & Olcay ÖLÇEN

ULUSLARARASI HAVA YOLU İŞLETMELERİNİN FİNANSAL PERFORMANSLARININ TOPSİS YÖNTEMİ İLE DEĞERLENDİRİLMESİ

376-407

Evaluation of the Financial Performance of International Airlines Using the TOPSIS

Sema AKER, Yasemin AYDIN KARTAL, Aleyna BULUT, Büşra HIZLIOL & Zehra ATEŞ

EBELİK ÖĞRENCİLERİNİN AFETE HAZIR BULUNUŞLUK DÜZEYLERİ VE ETKİLEYEN FAKTÖRLERİN İNCELENMESİ

408-426

Investigation of Disaster Readiness Levels of Midwife Students and the Affecting Factors

Mevlüt MARUFOĞLU & Çetin GÖRÜR

SOSYOEKONOMİK FAKTÖRLERİN SUÇ ORANLARINA ETKİSİ: EKONOMİK BÜYÜME, GÖÇ VE BAĞIMLILIK

427-445

The Effect of Socioeconomic Factors on Crime Rates: Economic Growth, Migration and Drug Dependency

DERLEME MAKALELERİ / REVIEW ARTICLES

446-551

Merve DALMAZ

SOSYAL HİZMET KAPSAMINDA AFET OKURYAZARLIĞININ ÖNEMİ

446-464

The Importance of Disaster Literacy within the Scope of Social Work

Duygu AYDIN ÜNAL

MAPPING THE FEMVERTISING LANDSCAPE: A SYSTEMATIC LITERATURE REVIEW

465-489

Femvertizing Alanının Haritalanması: Sistematik Bir Literatür İncelemesi

Ömer Emrah ACAR	
THE IMPORTANCE OF HUMAN RESOURCES PLANNING IN STRATEGIC MANAGEMENT	490-518
<i>The Role of Ethical Leadership in the Impact of Person-Organization Fit on Prosocial Voice Behavior</i>	
Mesut ÖZTIRAK & Ayşe Meriç YAZICI	
BIG DATA AND AMOEBA ORGANIZATIONS: INNOVATIVE MANAGEMENT IN DECISION MAKING	519-551
<i>Big Data and Amoeba Organizations: Innovative Management in Decision Making Processes</i>	



ULUSLARARASI HAVA YOLU İŞLETMELERİNİN FİNANSAL PERFORMANSLARININ TOPSİS YÖNTEMİ İLE DEĞERLENDİRİLMESİ*

Evaluation of the Financial Performance of International Airlines Using the TOPSIS

Selçuk GÜN

Öğr. Gör. Avrasya Üniversitesi, Meslek Yüksekokulu, Sivil Havacılık Kabin Hizmetleri Bölümü, selcukgun@hotmail.com.tr Trabzon / Türkiye
<https://orcid.org/0009-0001-1117-9291>

Olçay ÖLÇEN

Dr. Öğr. Üyesi, Nişantaşı Üniversitesi, Maslak, Sarıyer, İstanbul, İstanbul Havacılık Yönetimi Bölümü (İngilizce), olcay.olcen@gmail.com İstanbul / Türkiye
<https://orcid.org/0000-0002-4835-1171>

Doi: <https://doi.org/10.33723/rs.1508613>

Gün, S. & Ölçen, O. (2024). "Uluslararası hava yolu işletmelerinin finansal performanslarının TOPSİS yöntemi ile değerlendirilmesi". R&S- Research Studies Anatolia Journal, 7(4). 376-407.

Makale Türü / Article Type: Araştırma Makalesi / Research Article

Geliş Tarihi/ Arrived Date: 01.07.2024

Kabul Tarihi / Accepted Date: 12.10.2024

Yayınlanma Tarihi / Published Date: 31.07.2024

* Bu araştırma Selçuk Gün'ün Uluslararası Hava Yolu İşletmelerinin Finansal Performanslarının Topsis Yöntemi ile Değerlendirilmesi başlıklı tezinden üretilmiştir.

ÖZ

Bu çalışmanın amacı, whistleblowing kavramının önemini ortaya koymak, mevcut bilgi birikimini görünür kılmak, bu alana katkıda bulunacak gelecekteki araştırmalar için bir yol haritası çizmek ve whistleblowing üzerine yapılan yayınların bibliyometrik profilini ortaya çıkarmaktır. Bu amaç doğrultusunda Web of Science Core Collection (WOS) veri tabanında, başlığında, özetinde veya anahtar kelimelerinde “whistleblowing” ifadesini içeren çalışmalar taranmıştır. Herhangi bir yıl kısıtlaması yapılmamış, dil olarak sadece İngilizce yayınlar ve WOS kategorisi olarak Ethics (Etik), Business (İşletme), Management (Yönetim), Business Finance (İşletme Finansmanı), Public Administration (Kamu Yönetimi), Economics (Ekonomi), Political Science (Siyaset Bilimi), Nursing (Hemşirelik), Industrial Relations Labor (Endüstriyel İlişkiler ve İşgücü), Social Science Interdisciplinary (Disiplinlerarası Sosyal Bilimler) adlı 10 alan seçilmiştir. Bu kısıtlamalar sonucunda toplam 704 yayından oluşan veri setine ulaşılmıştır. Elde edilen verilerle R yazılımı kullanılarak bibliyometrik bir analiz gerçekleştirilmiştir. Analizler, whistleblowing ile ilgili yayınların, kaynakların, yazarların, ülkelerin, anahtar kelimelerin yıl, atıf ve sıklık kriterlerine ilişkin performanslarını ortaya koymuştur. Çalışma ayrıca konu çerçevesinde oluşan kavramsal, entellektüel ve sosyal yapıları da görünür kılmıştır. Araştırma sonuçlarının whistleblowing konusunda çalışma yapan araştırmacılara konunun ana hatlarını, konuyla ilgili eğilimleri ve yayınlanan en önemli dergi ile makaleleri göstermesi, kurumların, ülkelerin ve yazarların kavramla ilgili bilimsel yayın performanslarını değerlendirmesi, birbirini tekrar eden araştırmaların önüne geçilmesi ve literatürdeki araştırma boşluğunu gidermeye çalışması açısından faydalı olacağı düşünülmektedir.

Anahtar Kelimeler: Whistleblowing, Bibliyometrik Analiz, WOS.

ABSTRACT

The aim of this study is to highlight the importance of the concept of whistleblowing, to make the existing knowledge visible, to draw a roadmap for future research that will contribute to the field, and to reveal the bibliometric profile of publications on whistleblowing. For this purpose, the Web of Science Core Collection (WOS) database was searched for studies that contain the term “whistleblowing” in the title, abstract, or key words. No year restriction was applied, only English publications were selected as language, and 10 fields were selected as WOS categories, namely Ethics, Business, Management, Business Finance, Public Administration, Economics, Political Science, Nursing, Industrial Relations Labor, Social Science Interdisciplinary. As a result of these limitations, a total data set consisting of 704 publications was reached. Bibliometric analysis was conducted using R software with the obtained data. The analyses revealed the performance of whistleblowing-related publications, sources, authors, countries, and keywords in terms of year, citation, and frequency criteria. The study has also made visible the conceptual, intellectual, and social structures that have formed around the subject. It is expected that the results of the research will be useful for researchers working on whistleblowing in terms of showing the main outlines of the subject, trends in the subject, and the most important journals and articles published, evaluating the scientific publication performance of institutions, countries, and authors on the concept, preventing repetitive research, and trying to fill the research gap in the literature.

Keywords: Whistleblowing, Bibliometric Analysis, WOS.

GİRİŞ

Modern iş dünyasında birçok etik olmayan ve yasadışı eylemlerle, yolsuzluk vakalarıyla karşılaşılabilir. Bu durum etik kavramını daha da ön plana çıkarmaktadır. Örgütler yaşanan bu etik skandallar, küresel krizler, yolsuzluk ve ihmaller nedeniyle yasalar çerçevesinde etik kararlar almak ve yasadışı faaliyetleri önlemek için yeni mekanizmalara ve organlara ihtiyaç duymaktadır. Whistleblowing, örgütlerdeki bu etik olmayan veya yasadışı eylemleri ve zararlı davranışları ortaya çıkaran, düzeltici önlemlerin alınmasını sağlayan bir kontrol mekanizması görevi görmektedir (Demirtaş, 2014). Bu nedenle whistleblowing yönetim ve örgütsel davranış alanında giderek daha fazla dikkat çeken ve tartışılan konulardan bir tanesi haline gelmiştir.

“Whistleblowing” kavramı ilk kez 1963 yılında güvenlik riskleriyle ilgili gizli belgelerin kamuoyuna duyurulması için kullanılmıştır (Hersh, 2002). Bu kavram, tarihteki en büyük muhasebe skandalı olarak kabul edilen Enron’da yapılan muhasebe hilelerinin örgüt çalışanları tarafından ifşa edilmesiyle birlikte daha fazla kullanılmaya ve araştırılmaya başlanmıştır (Aktan, 2006). Ancak bu kavramın yönetim literatüründe evrensel kabul görmüş bir tanımı halen bulunmamaktadır.

Whistleblowing, İngilizce kökenli bir terim olup “whistle (düdük)” ve “blow (çalmak)” kelimelerinin birleşiminden oluşmaktadır. Whistleblowing kavramının, hakem gibi bir otorite figürünün okul oyun alanları gibi ortamlarda düzeni sağlamak için düdük çalması eyleminden geldiği söylenmektedir (Jubb, 1999). Whistleblowing, muhbirlik veya ihbarcılık olarak olumsuz bir şekilde algılanmasına rağmen, bilgi uçurma, şeffaflık ve hesap verebilirliğin teşvik edilmesinde önemli bir rol oynamaktadır. Örgütlerde whsitleblowing, etik olmayan ve yasadışı uygulamaların önlenmesi, etik değerlerin oluşturulması ve içselleştirilmesi, etik bir iklimin tesis edilmesi için önemli bir prososyal davranıştır (Demirtaş ve Biçkes, 2014). Bu prososyal davranış, kar amacı güden ya da gütmeyen herhangi bir örgütün mevcut ya da eski bir çalışanın

kendi örgütündeki yasadışı, etik olmayan ya da yanlış eylemleri (önemsiz olmayan, tehlikeli, yasadışı ve yasadışılıkla sınırlı olmayan tüm ahlaksızlıklar ve haksızlıklar, etik olmayan, ayrımcılık, ihmalkar, savurgan, yanlış beyan edilen ve güvenliği ihlal eden, kötü yönetim, cinsel taciz, hırsızlık, rüşvet), bunları durdurma ya da önleme gücüne sahip kişi ya da örgütlere kasıtlı bildirmesi olarak tanımlanmaktadır (Near ve Miceli, 1985; Jubb, 1999; Dawson, 2000; Hersh, 2002). En basit şekliyle whistleblowing, bir örgüt içindeki yanlış uygulamaların örgüt içi veya örgüt dışı taraflara bildirilmesi eylemini içerir (Eaton ve Akers, 2007). Tanımlardan da anlaşılacağı üzere, kavram ilk bakışta olumsuz gibi görünse de, örgütler için önemli avantajlar sağlayabilmektedir.

Whistleblowing'e konu olan eylemleri rapor eden kişiler genellikle whistleblower olarak adlandırılır (Near ve Miceli, 1985). Bu kişiler; örgütün mevcut ya da eski üyeleri olabilir (Near ve Miceli, 1985), örgütün faaliyetlerini değiştirme yetkisinden yoksun olabilir ve değişimi gerçekleştirecek meşru bir güç tabanına sahip olmadıkları için gayri resmi güç tabanlarına dayanabilir (Weinstein, 1979; Elliston, 1982), bazı durumlarda anonim (isimsiz) olarak raporlama yapmaları gerekebilir ve ombudsman, iç denetçi vs. gibi pozisyonlarda olabilirler (Near ve Miceli, 1985). Whistleblower'lar genellikle dış destek aramadan önce iç kanalları kullanırlar (Dworkin ve Near, 1997). Bu kişiler etik olmayan ve yasadışı bir eylemle karşı karşıya kaldıklarında bazen hiçbir şey yapmayabilirler, bu durumu diğer meslektaşlarına anlatabilirler, örgüt içinde/dışında yer alan kişilere ya da dış kurumlara raporlayabilirler (Gorta ve Forrel, 1995; Rothschild ve Miethe, 1999). Durum örgüt içine ya da dışına raporlandığında bu eylem artık whistleblowing olarak değerlendirilmektedir (Gorta ve Forrel, 1995).

Literatürde whistleblowing türleriyle ilgili farklı sınıflandırmalar mevcuttur. Genellikle whistleblowing; örgütün mevcut veya eski bir çalışanın etik olmayan veya yasadışı olduğuna inandığı bir davranışı üst yönetime (içsel whistleblowing) ya da dış bir makama veya kamuoyuna (dışsal whistleblowing) bildirmesine göre iki çeşit yapılabilir (Bouville, 2008).

Park ve diğerlerine (2008) göre whistleblowing, içsel-dışsal, kimliği belirli ve belirsiz (anonim), resmi ve gayri resmi olarak kategorize edilebilmektedir. MacNab ve diğerlerine (2007) göre ise, içsel-dışsal whistleblowing ve içsel-dışsal raporlama şeklinde sınıflandırılabilir.

Whistleblowing sürecinin ilk aşamasında whistleblower gözlemlediği faaliyetin gerçekten yanlış olup olmadığını belirlemelidir. Eğer faaliyet whistleblower'ın kendi veya örgütün değerleriyle çelişiyorsa ve yeterli kanıt varsa, yasadışı bir uygulama olarak kabul edilecektir. Sonraki aşama, whistleblower'ın etik olmayan ya da yasadışı faaliyeti rapor etme kararıdır ve bu karar çeşitli faktörlere (duygusal ve finansal desteklere sahip olup/olmama, durumun kendileri için nelere mal olacağı vs.) bağlıdır. Bu aşamada whistleblower'ın etik olmayan ya da yasadışı faaliyeti ciddi olarak algılaması ve bu faaliyeti yetkili mercilere bildirmeden durdurmanın mümkün olup olmayacağını değerlendirmesi gerekmektedir. Daha sonraki aşama, örgütün whistleblowing'e vereceği yanıtı içerir. Bu yanıt, hiçbir önlem almamayı ve faaliyetlerine devam etmeyi seçmek şeklinde olabilir. Ancak önlem alma gerekliliği göz önüne alındığında bu seçenek maliyetli olabilir. Son aşama ise, örgütün whistleblowing'e karşılık vermesini kapsar. Bu noktada örgüt whistleblower'ı görmezden gelebilir veya susturmak için adımlar atabilir, suçlamaların anlamsız ve geçersiz olduğuna karar verebilir (Near ve Miceli, 1985). Örgütlerdeki bu whistleblowing süreci; whistleblowing türü ve belgesi, kullanılan kitle iletişim aracı, intikam ya da misilleme ve yasal koruma gibi faktörlerden etkilenebilmektedir (Apaza ve Chang, 2011).

Whistleblower'lar intikam tehditleri (Chiu, 2003), meslektaşları tarafından eleştirilme ve dışlanma (Rothschild ve Miethe, 1999; Chiu, 2003), kovulma (Jos vd., 1989; Chiu, 2003) veya istifa etmeye zorlama (Jos vd., 1989), emekliye ayırma, olumsuz performans değerlendirme, denetçiler tarafından yakından takip etme, kara listeye alma ve başka yerde iş verilmeme (Rothschild ve Miethe, 1999), acımasız misilleme (Apaza ve Chang, 2011), sadakatsiz,

ispiyoncu, gammaz çalışan şeklinde damgalama (Larmer, 1992; Esen ve Kaplan, 2012) gibi sonuçlarla karşı karşıya kalabilmektedir. Bu sonuçlarla karşı karşıya kalmamak adına örgütün; yasadışı ve etik olmayan faaliyetlerle suçlananlar da dahil olmak üzere tüm çalışanların haklarını koruması ve şüpheden uzak bir çalışma ortamı sağlaması, örgütteki şüpheli faaliyetlerin bildirilmesini teşvik etmesi, çalışan muhalefetine hoşgörülü davranması, örgütsel yanlışları düzeltmekte başarılı olması (Barnett vd., 1993), uygulanabilir bir whistleblowing politikası (örneğin; takip edilmesi gereken süreç adımlarına, misilleme yapılmayacağına, whistleblower'ların kimliğinin gizli tutulacağına ilişkin bilgilerin yer alması) geliştirmesi ve bunu da örgütün yönetim ve denetim kuruluna sunması (Eaton ve Akers, 2007), içsel whistleblowing'i teşvik etmek adına ödüllendirme sistemini oluşturması (Miceli vd., 2009), whistleblowing için uygun yöntem ve kanalları çalışanlara açıklaması gerekmektedir. Örgütlerin yasadışı ve etik olmayan faaliyetlerin gerçekleşmesini önlemek adına gerekli tüm tedbirleri almaları, örgütün paydaşlarına karşı kurumsal imajını ve itibarını koruyabilmesi için oldukça önemli bir konudur (Yıldız, 2023).

Bu çalışmanın amacı, whistleblowing kavramının önemini ortaya koymak, kavramla ilgili kurumların, ülkelerin ve yazarların bilimsel yayın performansını değerlendirmek, mevcut bilgi birikimini görünür kılmak ve bu alana katkıda bulunacak gelecekteki araştırmalar için bir yol haritası çizmek için 1980-2024 yılları arasında yayımlanmış olan whistleblowing yayınlarının bibliyometrik profilini ortaya çıkarmaktır. Böylelikle whistleblowing konusu ayrıntılı ve bütüncül bir bakış açısıyla ele alınarak mevcut bilimsel çerçeve ortaya koyulmaya çalışılmıştır. Yapılan bu çalışmayla kavramla ilgili yazarların, dergilerin, ülkelerin etkileri ve birbirleri ile olan bağlantıları aracılığıyla ortaya çıkan yeni eğilimleri ve ekolleri görünür hale getirmeye, yayınlanan en önemli dergi ve makaleleri tespit etmeye, kavramın yeterince araştırılıp araştırılmadığını belirlemeye, gelecekteki araştırmaların önceki çalışmaları tekrar etmesini

önlemeye, çalışma konusunun belirlenmesinde araştırmalara yol göstermeye ve böylelikle literatürdeki araştırma boşluğunu doldurmaya çalışılmıştır.

Çalışmada bundan sonra sırasıyla araştırma yöntemi, analiz sonucunda elde edilen bulgular ve araştırma sonuçları yer almaktadır.

YÖNTEM VE METODOLOJİ

Bu çalışmada, whistleblowing ile ilgili yapılan yayınları değerlendirmek için bibliyometrik analiz yönteminden yararlanılmıştır. Bibliyometrik analiz, herhangi bir alanda yayınlanan çalışmalarını incelemek için matematiksel ve istatistiksel yöntemlerin kullanılmasını içerir (Pritchard, 1969) ve ilgili konu veya alandaki çalışmaların literatürdeki bilimsel gelişimini göstermesi açısından önemlidir (Kamdem vd., 2019). Bir başka deyişle bu analiz, bilimsel yayınların nicel ve nitel özelliklerini inceleyerek bilimsel araştırma ve yayınlanma eğilimlerini, yayın performansını ve bilimsel etkileşimi değerlendirmeyi amaçlamaktadır (Beyazgül vd., 2023). Bu doğrultuda incelenen yayınlar üzerinde yıl, kurum, yazar sayısı, atıf profili ve anahtar kelimeler gibi çeşitli kriterler kullanılarak bibliyometrik açıdan incelenmektedir (Hou vd., 2015).

Bibliyometrik analiz tipik olarak iki ana bileşenden oluşur: Performans analizi ve bilim haritalama. Performans analizi, araştırma bileşenlerinin katkılarını açıklamayı, bilim haritalama ise araştırma bileşenleri arasındaki ilişkileri ortaya koymayı amaçlar. Bibliyometrik analiz yönteminin ayırt edici özelliği, doğası gereği tanımlayıcı olan performans analizidir. Performans analizi için en yaygın kullanılan ölçütler; yayın sayısı, yıllık veya yayın başına düşen atıf sayısıdır. Yayın sayısı üretkenliği, atıf sayısı ise etki ve nüfuzu gösterir. Yayın başına düşen atıf sayısı ve h-indeksi gibi kriterler, araştırma bileşenlerinin performansını ölçmek için atıflar ile yayınları birleştirir (Donthu vd., 2021; Hırlak ve Çolakoğlu, 2023). Bu çalışmada yayınlar, kaynaklar (dergiler, kitaplar vb.), yazarlar, ülkeler, kurumlar ve kelimeler gibi

araştırma bileşenleri analiz edilmiştir. Performans analizi yayın sayısı, atıf sayısı ve sıklık kriterlerine göre yapılmıştır. Bilim haritalama ise, kavramsal (eş kelime ağı analizi ve tematik harita yöntemleri), entellektüel (birlikte atıf ağı analizi) ve sosyal yapı (yazarlar ve ülkeler arası iş birliği ağı, kurumlar arası iş birliği yoğunluğu ve ülkeler arası iş birliği haritası) analizi şeklinde gerçekleştirilmiştir.

Çalışmada analiz edilecek verileri elde edebilmek için 05.03.2024 tarihinde Web of Science Core Collection (WOS) veri tabanında, başlığında, özetinde veya anahtar kelimelerinde “whistleblowing” ifadesini içeren çalışmalar taranmıştır. Herhangi bir yıl kısıtlaması yapılmamış, dil olarak sadece İngilizce yayınlar ve WOS kategorisi olarak Ethics (Etik), Business (İşletme), Management (Yönetim), Business Finance (İşletme Finansmanı), Public Administration (Kamu Yönetimi), Economics (Ekonomi), Political Science (Siyaset Bilimi), Nursing (Hemşirelik), Industrial Relations Labor (Endüstriyel İlişkiler ve İşgücü), Social Science Interdisciplinary (Disiplinlerarası Sosyal Bilimler) adlı 10 alan seçilmiştir. Bu kısıtlamalar sonucunda toplam 704 yayından oluşan veri setine ulaşılmıştır. Elde edilen verilerle R yazılımında yer alan Bibliyometrix paketi ve Biblioshiny web ara yüzü (Aria ve Cuccurullo, 2017) aracılığıyla bibliyometrik analiz gerçekleştirilmiştir.

BULGULAR

WOS veri tabanından elde edilen veriler, whistleblowing kavramına ilişkin yayınların literatürde ilk olarak 1980 yılında ortaya çıktığını göstermektedir. 1980-2024 yılları arasında dergiler, kitaplar vs. dâhil olmak üzere 316 farklı kaynaktan toplam 704 yayın yapılmıştır. Bu yayınların büyük çoğunluğu (431 makale) akademik dergilerde yer almıştır. Yıllık ortalama %3,73’lük bir artışla yılda ortalama 10,4 yayın yapılmıştır. Toplam 22027 farklı referansın kullanıldığı yayınlarda yazarlar whistleblowing kavramını 1296 farklı anahtar kelime ile ele

almışlardır. Yayınlar toplam 1085 yazar tarafından yapılmış olup, yayın başına ortalama 2,09 yazar düşmektedir. Uluslararası ortak yazar oranı ise % 18,04 olarak belirlenmiştir (Tablo 1).

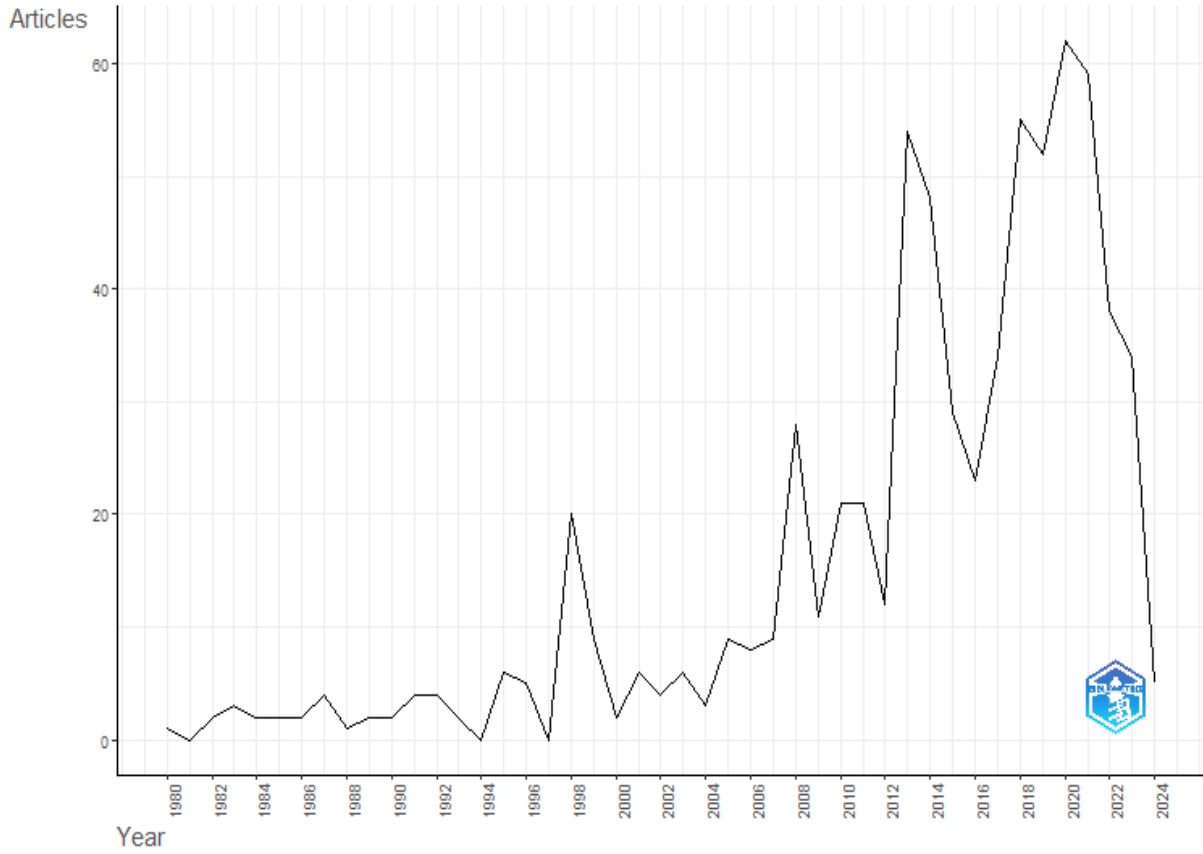
Tablo 1. Veri Setine İlişkin Genel Bilgiler

Zaman Aralığı	1980-2024
Kaynaklar (Dergiler, Kitaplar vs.)	316
Toplam Yayın	704
Makale	431
Kitap	8
Kitap Bölümü	148
Konferans Bildirileri	17
Bildiri Kitaplarında Yayın	31
İnceleme	18
Yayınların Yıllık Büyüme Oranı (%)	3,73
Yıl Başına Düşen Yayın Sayısı	10,4
Yayın Başına Ortalama Atıf Sayısı	16,45
Referanslar	22027
Anahtar Kelime	1296
Yazar	1085
Tek Yazarlı Yayınlar	271
Yayın Başına Ortak Yazar	2,09
Uluslararası Ortak Yazarlık (%)	18,04

Performans Analizleri

Performans analizinde yayınlar, dergiler, yazarlar ve yayınların ait olduğu ülkelerin yanı sıra yayınlarda kullanılan kelimeler de incelenmiş ve bu bileşenlerin whistleblowing alanına katkılarını değerlendirmek için tanımlayıcı istatistikler kullanılmıştır.

Şekil 1, whistleblowing kavramıyla ilgili yayınların yıllara göre dağılımını göstermektedir. Kavramla ilgili ilk çalışma 1980 yılında yayınlanmıştır. 1980-1997 yılları arasında yayın sayısı 1 ile 6 arasında kalmıştır. 1998 yılında 20 yayın ile önemli bir artış yaşanmıştır. Yayın sayısı 2008'de 28'e ulaşsa da 2009'da sadece 11 yayınlara keskin bir düşüş yaşanmıştır. 2020 yılında, bugüne kadarki en yüksek sayı olan 62 çalışma yayınlanmıştır. Sadece 5 çalışma ile 2024 yılında daha düşük sayıda yayın yapılmasının nedeni, muhtemelen veri setinin o yılın başlarında elde edilmiş olmasından kaynaklanmaktadır.



Şekil 1. Yıllara Göre Yayınların Dağılımı

Tablo 2, atıf sayısına göre sıralanmış ilk on yayını göstermektedir. Dyck ve diğerleri (2010) tarafından yayınlanan “Who Blows the Whistle on Corporate Fraud?” başlıklı çalışma 809 atıfla ilk sırada yer almaktadır. Bu çalışmada kurumsal yolsuzlukların tespit edilmesinde hangi dış kontrol mekanizmalarının etkili olduğunu tespit etmek için 1996 ve 2004 yılları arasında ABD işletmelerinde rapor edilen tüm kurumsal yolsuzluk vakaları derinlemesine incelenmiştir. Yapılan araştırma sonucunda, yolsuzluk tespitinin tek bir mekanizmaya yani standart kurumsal yönetim aktörlerine (yatırımcılar, denetçiler, vs.) dayanmadığı, bunun yerine geleneksel olmayan birkaç aktöre (çalışanlar, medya ve sektör düzenleyicileri) dayandığı tespit edilmiştir. Mesmer-Magnus ve Viswesvaran (2005) tarafından yayınlanan “Whistleblowing in Organizations: An Examination of Correlates of Whistleblowing Intentions, Actions, and Retaliation” başlıklı çalışma 443 atıfla ikinci sırada yer almaktadır. Bu çalışmada whistleblowing ve whistleblowing niyeti ile whistleblower’lara karşı misillemenin öncüllerini

ve aralarındaki ilişkileri inceleyerek bunların whistleblowing sürecindeki rollerini daha iyi anlamak istenmiştir. Çalışma sonucunda whistleblowing niyeti ile whistleblowing eyleminin öncüllerinin aynı olmadığı tespit edilmiştir. Barnett ve diğerleri (1996) tarafından yayınlanan “Religiosity, Ethical Ideology, and Intentions to Report a Peer’s Wrongdoing” başlıklı çalışma 222 atıfla üçüncü sırada yer almaktadır. 267 öğrenci üzerinde yapılan çalışmada bir öğrencinin akranının yanlış davranışını ifşa etme kararını etkilediği düşünülen bireysel değişkenler (dindarlık ve etik ideoloji; etik ideoloji ve akranın yanlış davranışını ifşa etmeye ilişkin etik yargılar; etik yargılar ve akranın yanlış davranışını ifşa etme niyeti) arasındaki ilişkiler incelenmiştir. Çalışma sonucunda dindarlığın görecelikten uzak bir etik ideoloji ile pozitif ilişkili olduğu, etik ideolojileri idealist ve göreceli olmayan olarak tanımlanabilecek öğrencilerin, bir akranının yanlış davranışlarını ifşa etmesinin etik olduğunu belirtme olasılıklarının daha yüksek olduğu ortaya koyulmuştur.

Tablo 2. Yayınlarla İlişkin Tanımlayıcı Bilgiler

Yayın	Başlık	Atf
Dyck ve diğerleri (2010)	“Who Blows the Whistle on Corporate Fraud?”	809
Mesmer-Magnus ve Viswesvaran (2005)	“Whistleblowing in Organizations: An Examination of Correlates of Whistleblowing Intentions, Actions, and Retaliation”	443
Barnett ve diğerleri (1996)	“Religiosity, Ethical Ideology, and Intentions to Report a Peer’s Wrongdoing”	222
Jubb (1999)	“Whistleblowing: A Restrictive Definition and Interpretation”	201
Kaptein (2011)	“From Inaction to External Whistleblowing: The Influence of the Ethical Culture of Organizations on Employee Responses to Observed Wrongdoing”	174
Chiu (2003)	“Ethical Judgment and Whistleblowing Intention: Examining the Moderating Role of Locus of Control”	173
Appelbaum ve diğerleri (2007)	“Positive and Negative Deviant Workplace Behaviors: Causes, Impacts, and Solutions”	172
Dworkin ve Baucus (1998)	“External Whistleblowers: A Comparison of Whistleblowing Processes”	162
Miceli ve diğerleri (2009)	“A Word to the Wise: How Managers and Policy-Makers can Encourage Employees to Report Wrongdoing”	141
Sims ve Keenan (1998)	“Predictors of External Whistleblowing: Organizational and Intrapersonal Variables”	131

Tablo 3, h, g ve m endekslerine göre sıralanmış en etkili 10 dergiye ilişkin verileri sunmaktadır. 1982 yılında whistleblowing ile ilgili ilk makalesini yayınlayan “Journal of

Business Ethics”, yayın sayısı, toplam atıf sayısı ile h-endeksi puanları açısından en etkili dergi olmuştur. İlk makalesini geç sayılabilecek bir tarih olan 2014 yılında yayınlayan “International Handbook on Whistleblowing Research” dergisi ise ikinci sırada yer almaktadır. İlk makalesini 1998 yılında yayınlayan “Science and Engineering Ethics” dergisi ise 278 atıfla ikinci sıradaki dergiden daha fazla atıf almasına rağmen etki büyüklüğü açısından üçüncü sırada yer almaktadır.

Tablo 3. Kaynaklara İlişkin Bilgiler

Dergiler	h	g	m	Toplam Atıf	Yayın Sayısı	Başlangıç Yılı
Journal of Business Ethics	39	67	0,9069767	4635	91	1982
International Handbook on Whistleblowing Research	10	14	0,9090909	232	23	2014
Science and Engineering Ethics	8	16	0,2962963	278	28	1998
Whistleblowing in the Australian Public Sector: Enhancing the Theory and Practice of Internal Witness Management in Public Sector Organisations	7	14	0,4117647	217	15	2008
American Business Law Journal	6	8	0,15	160	8	1985
Nursing Ethics	6	10	0,2307692	114	10	1999
Behavioral Research in Accounting	5	7	0,3333333	162	7	2010
Business Ethics-A European Review	5	5	0,3571429	121	5	2011
Journal of Advanced Nursing	5	7	0,1666667	194	7	1995
Public Integrity	5	8	0,3571429	74	10	2011

Tablo 4’te h, g ve m endekslerine göre sıralanmış en etkili 10 yazara ilişkin bilgiler sunulmaktadır. En yüksek h endeksi puanına sahip yazarlar 2008 yılında yayın yapan David Lewis, A. J. Brown ve Wim Vandekerckhove’dır. David Lewis ve Wim Vandekerckhove’nin h, g ve m endeks puanları eşit olup, Wim Vandekerckhove’nin daha fazla atıf sayısına sahip olmasına rağmen üçüncü sırada yer almaktadır. İlk olarak 1987 yılında yayın yapan ve atıf sayısı en yüksek olan Terry Morehead Dworkin ise h, g ve m endeksi puanları ilk üç sıradaki yazarlara göre daha düşük olduğundan dolayı dördüncü sırada yer almaktadır.

Tablo 4. Yazarlara İlişkin Bilgiler

Yazarlar	h	g	m	Toplam Atıf	Yayın Sayısı	Başlangıç Yılı
David Lewis	8	15	0,4705882	236	18	2008
A. J. Brown	8	13	0,4705882	199	17	2008
Wim Vandekerckhove	8	15	0,4705882	252	16	2008
Terry Morehead Dworkin	7	8	0,1842105	458	8	1987
Debra Jackson	7	7	0,35	263	7	2005
Mary B. Curtis	6	6	0,4	279	6	2010
Janet P. Near	6	8	0,1428571	373	8	1983
Heungsik Park	6	6	0,3	297	6	2005
Sharon Andrew	5	5	0,3333333	199	5	2010
Brita Bjørkelo	5	6	0,3333333	211	6	2010

Tablo 5, toplam yayın sayısına göre ilk 10 ülke için yayın, toplam atıf ile yayın başına ortalama atıf sayısını göstermektedir. ABD whistleblowing'e ilişkin yayın ve toplam atıf sayısında ilk sırada yer almaktadır. Kanada toplam atıf sayısı yüksek olan ikinci ülke olarak yer alsa da yayın sayısı yüksek olan ABD, Avustralya ve Birleşik Krallık'a göre oldukça düşük kalmaktadır. Kore toplam atıf sayısına göre altıncı sırada yer almasına rağmen yayın başına ortalama atıfın en yüksek olduğu ülkedir.

Tablo 5. Ükelere İlişkin Bilgiler

Ülke	Yayın Sayısı	Toplam Atıf	Yayın Başına Ortalama Atıf
ABD	395	4478	20,6
Kanada	45	1450	45,3
Avustralya	172	1361	17,4
Birleşik Krallık	153	690	9
Çin	31	560	46,7
Kore	15	412	68,7
Hollanda	32	368	15,3
Norveç	20	223	22,3
Avusturya	7	171	42,8
Fransa	18	166	11,9

Tablo 6'da ilk 50 anahtar kelime ve kullanım sıklıkları gösterilmektedir. Veri seti 1296 farklı anahtar kelime içermektedir. Frekansa göre sıralandığında, ilk on kelime şunlardır: Whistleblowing [whistleblowing] (292), ethics [etik] (85), fraud [dolandırıcılık] (55),

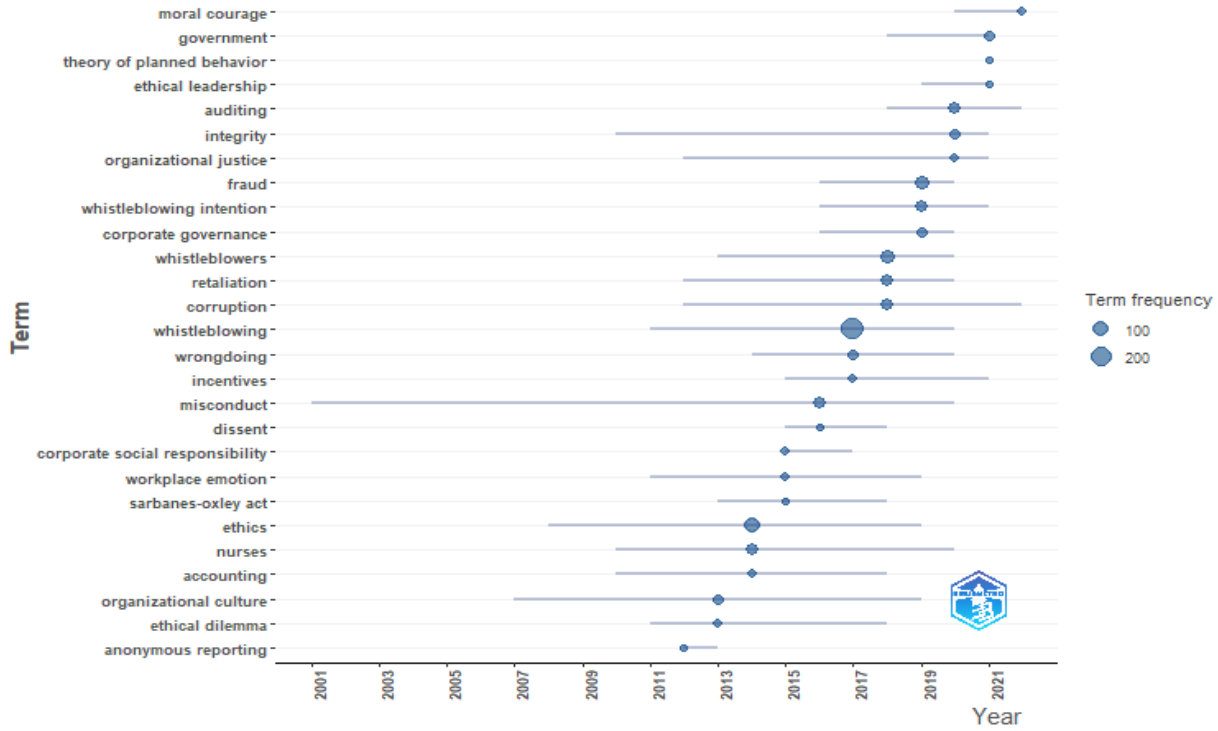
whistleblowers [whistleblower'lar] (46), whistleblowing intention [whistleblowing niyeti] (34), auditing [denetim] (32), misconduct [görevi kötüye kullanma] (31), corruption [yolsuzluk] (27), nurses [hemşireler] (27) ve retaliation [misilleme] (27).

Tablo 6. Anahtar Kelimeler ve Kullanım Sıklıklarına İlişkin Bilgiler

Anahtar Kelimeler	Sıklık	Anahtar Kelimeler	Sıklık
1. Whistleblowing [Whistleblowing]	292	26. Trust [Güven]	7
2. Ethics [Etik]	85	27. Whistleblower Rewards [Whistleblower'ları Ödüllendirme]	7
3. Fraud [Dolandırıcılık]	55	28. Advocacy [Savunma]	6
4. Whistleblowers [Whistleblower'lar]	46	29. Business Regulation [İş Mevzuatı]	6
5. Whistleblowing Intention [Whistleblowing Niyeti]	34	30. Ethical Climate [Etik İklim]	6
6. Auditing [Denetim]	32	31. Ethical Dilemma [Etik İkilem]	6
7. Misconduct [Görevi Kötüye Kullanma]	31	32. Legislation [Yasa]	6
8. Corruption [Yolsuzluk]	27	33. Moral Courage [Manevi Cesaret]	6
9. Nurses [Hemşireler]	27	34. Organizational Commitment [Örgütsel Bağlılık]	6
10. Retaliation [Misilleme]	27	35. Public Interest [Kamu Yararı]	6
11. Wrongdoing [Yanlış Yapma]	23	36. Public Sector [Kamu Sektörü]	6
12. Integrity [Doğruluk ve Dürüstlük]	17	37. Workplace Emotion [İşyeri Hakkında Duygular]	6
13. Corporate Governance [Kurumsal Yönetim]	16	38. Anonymous Reporting [Anonim Raporlama]	5
14. Organizational Culture [Örgüt Kültürü]	13	39. Dissent [Muhalefet]	5
15. Ethical Decision-Making [Etik Karar Verme]	12	40. Ethical Leadership [Etik Liderlik]	5
16. Government [Hükümet]	12	41. Loyalty [Sadakat]	5
17. Accounting [Muhasebe]	11	42. Sarbanes-Oxley Act [Sarbanes Oxley Yasası]	5
18. Incentives [Teşvikler]	10	43. Theory of Planned Behavior [Planlı Davranış Teorisi]	5
19. Internal Whistleblowing [İçsel Whistleblowing]	9	44. Unethical Behavior [Etik Dışı Davranış]	5
20. Organizational Justice [Örgütsel Adalet]	9	45. Abuse of Power [Gücün Kötüye Kullanılması]	4
21. Enforcement [Yaptırım]	8	46. Accountability [Hesap Verebilirlik]	4
22. Social Media [Sosyal Medya]	8	47. Australia [Avustralya]	4
23. Whistleblower Protection [Whistleblower'ları Koruma]	8	48. Bribery [Rüşvet]	4
24. Corporate Social Responsibility [Kurumsal Sosyal Sorumluluk]	7	49. Compliance [Uyumluluk]	4
25. Power Distance [Güç Mesafesi]	7	50. Dodd-Frank Act [Dodd-Frank Yasası]	4

Şekil 2, whistleblowing kavramıyla ilgili yayınların özetlerindeki kelime gruplarının zaman içindeki gelişimini ve her yıl en sık kullanılan üç kelime çiftini göstermektedir. Eğer bir kelime

çifti beş kereden az tekrarlanmışsa, daire olarak gösterilmemiştir. Dairelerin belirgin oldukları yıllara bakıldığında zaman 2012 yılında anonymous reporting [anonim raporlama] (5) kavramının whistleblowing ile birlikte daha sık kullanıldığı görülmektedir. 2013 yılında ethical dilemma [etik ikilem] (6) ve organizational culture [örgüt kültürü] (13); 2014 yılında accounting [muhasabe] (11), nurses [hemşireler] (27) ve ethics [etik] (85); 2015 yılında sarbanes-oxley act [sarbanes oxley yasası] (5), workplace emotion [işyeri hakkında duygular] (6) ve corporate social responsibility [kurumsal sosyal sorumluluk] (7); 2016 yılında dissent [muhalefet] (5) ve misconduct [görevi kötüye kullanma] (31); 2017 yılında incentives [teşvikler] (10) ve wrongdoing [yanlış yapma] (23), whistleblowing [whistleblowing] (292); 2018 yılında corruption [yolsuzluk] (27), retaliation [misilleme] (27) ve whistleblowers [whistleblower'lar] (46); 2019 yılında corporate governance [kurumsal yönetim] (16), whistleblowing intention [whistleblowing niyeti] (34) ve fraud [dolandırıcılık] (55); 2020 yılında organizational justice [örgütsel adalet] (9), integrity [doğruluk ve dürüstlük] (17) ve auditing [denetim] (32); 2021 yılında ethical leadership [etik liderlik] (5), theory of planned behavior [planlı davranış teorisi] (5) ve government [hükümet] (12); 2022 yılında moral courage [manevi cesaret] (6) kavramlarının ön plana çıktıkları belirlenmiştir.



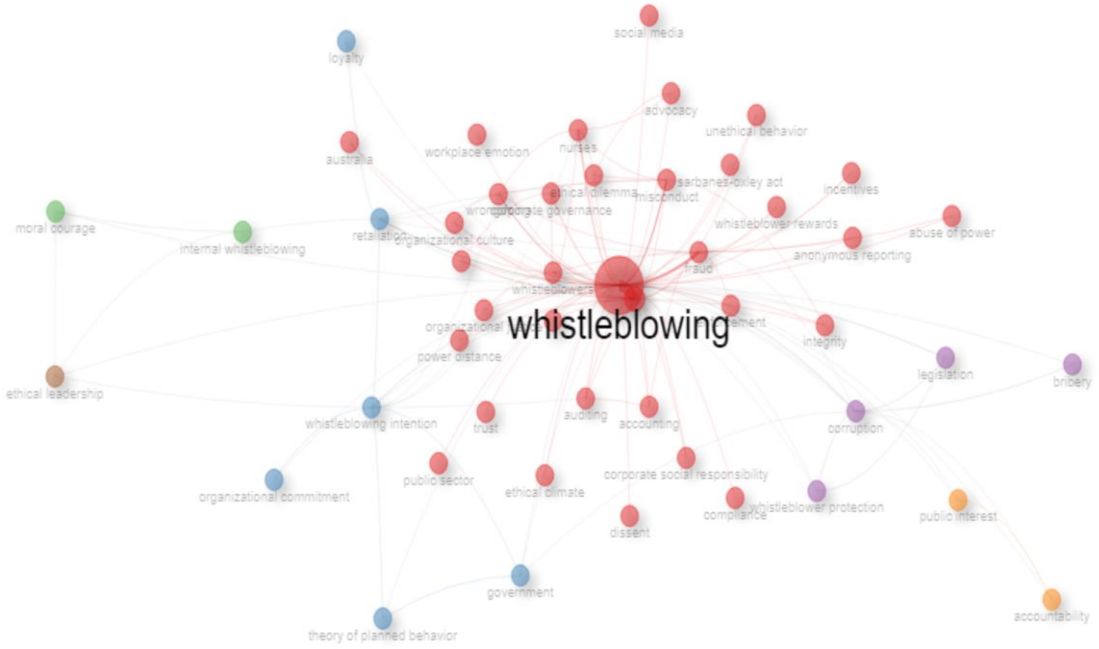
Şekil 2. Özetlerdeki Kelime Gruplarında Zaman İçinde Meydana Gelen Değişimler

Bilim Haritalama

Bilim haritalama bölümünde kavramsal yapı analizi için eş kelime ağı analizi ve tematik harita yöntemleri kullanılmıştır. Ayrıca, entellektüel yapı analizi için birlikte atıf ağı analizi kullanılırken, sosyal yapı analizi için yazarlar arası ve ülkeler arası işbirliği ağları, kurumlar arası işbirliği yoğunluğu ve ülkeler arası işbirliği haritaları kullanılmıştır.

Veri setinde yer alan yayınlardaki kavramsal yapıları ortaya çıkarmak için eş kelime ağı analizi ve tematik harita yöntemleri kullanılmıştır. Eş kelime ağı analizi, yayınlardaki anahtar kelimeler arasında ilişkiler kurmak ve incelenen alanın kavramsal bir yapısını oluşturmak için kullanılan bir içerik analizi tekniğidir (Callon vd., 1983). Eş kelime ağı, yayınlardaki anahtar kelime beraber kullanım durumuna göre düğümleri ve bağlantıları göstermektedir. Aynı renkteki düğümler kümeleri, düğüm boyutu ise kelime sıklığını göstermektedir. Birlikte oluşma sıklığı, aynı küme içindeki düğümler arasındaki mesafeden ve aralarındaki bağlantıların kalınlığından anlaşılabilir (Atabay vd., 2019). Şekil 3, analiz sonucunda ortaya çıkan ve kırmızı, mavi, yeşil, mor ve sarı renklerle temsil edilen beş kümeyi içeren ağı göstermektedir. Bu durum

whistleblowing kavramının beş farklı kavramsal eğilim çerçevesinde incelendiğinin bir göstergesidir. Düğüm büyüklüğü en çok olan whistleblowing kavramı en fazla kelimedenden oluşan kırmızı kümenin merkezinde yer almaktadır. Ethics [etik] ve fraud [dolandırıcılık] arasındaki bağlantının kalınlığı ve düğümlerin yakınlığı, bu iki kavramın sıklıkla birlikte kullanıldığını göstermektedir. İkinci en kalabalık küme mavi kümedir ve içinde retaliation [misilleme] kavramı en sık tekrarlanan kavramdır. Yeşil kümede internal whistleblowing [içsel whistleblowing], mor kümede corruption [yolsuzluk], sarı kümede public interest [kamu yararı] kavramları en belirgin olanlardır.



Şekil 3. Eş Kelime Ağı Analizi

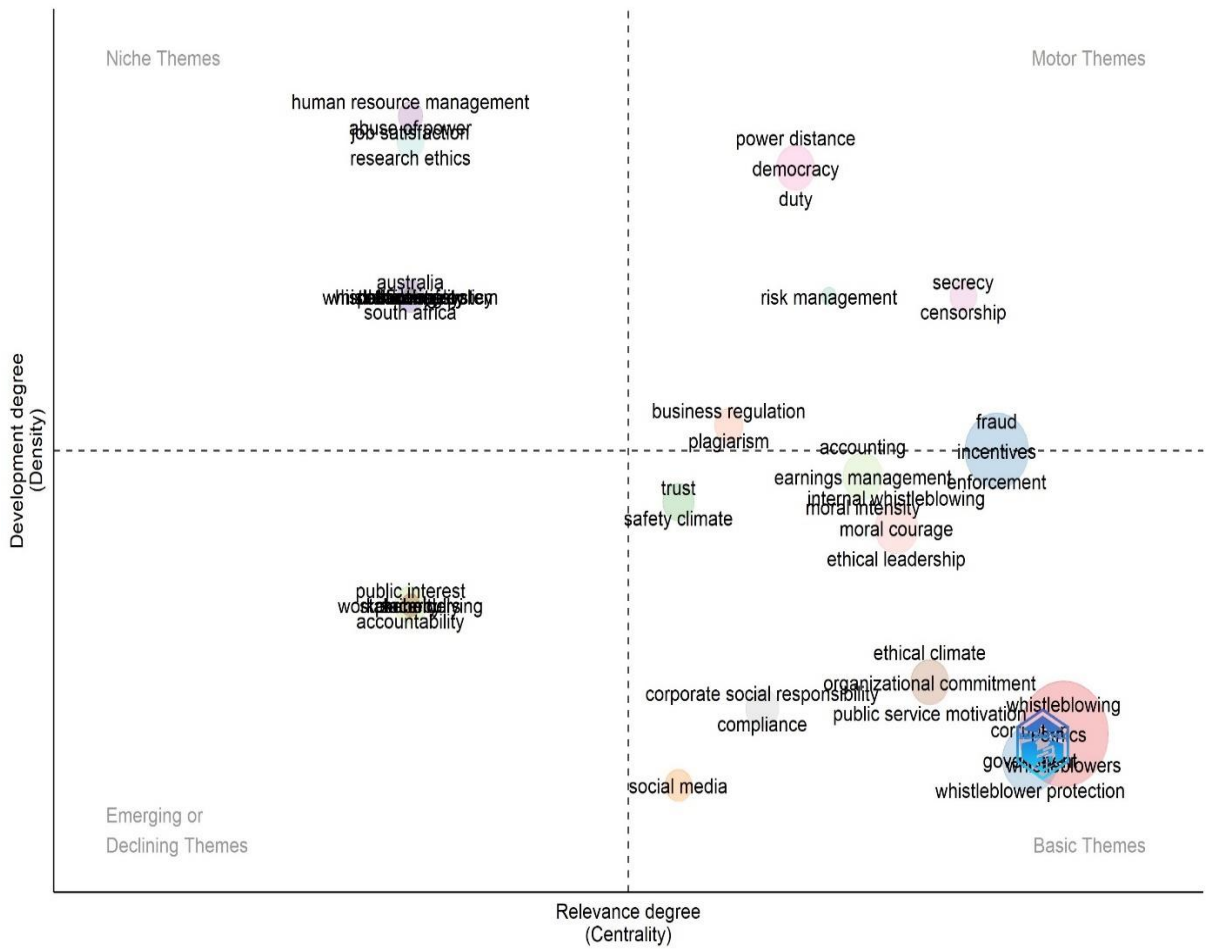
Tematik harita, yoğunluk ve merkeziliğe dayalı dört bölümden oluşan bir diyagram olup, bu diyagramın sağ üst bölümünde araştırma alanının oluşturulması ve yapılandırılması için önemli olan ve motor olarak ifade edilen temalar yer almaktadır. Sol üst bölüm, yaygın olarak kullanılanlarına rağmen ana akım temalardan uzak olan özel yani niş temaları içerir. Sol alt bölüm ise düşük yoğunluklu ve merkezili temaları içermekte, bu temalar ya kaybolmakta ya da

yeni ortaya çıkmaktadır. Sağ alt bölüm, düşük yoğunluklarına rağmen yüksek merkezilikleri nedeniyle motor temalardan sonra araştırma alanı için çok önemli olan temel temaları içermektedir (Yay vd., 2022).

Şekil 4’de yer alan tematik haritada 15 tematik kümenin oluştuğu görülmektedir. Motor bölümünde yer alan kümeler incelendiğinde; whistleblowing kavramının ele alındığı çalışmalarda kırmızı kümenin temsil ettiği power distance [güç mesafesi], democracy [demokrasi], duty [görev]; turuncu kümenin temsil ettiği business regulation [iş mevzuatı], plagiarism [eser hırsızlığı] ve pembe kümenin temsil ettiği secrecy [gizlilik], censorship [sansür] kavramlarının en çok çalışılan ana akım kavramlar olduğu görülmektedir. Motor bölümünde yer alan mavi kümenin temsil ettiği fraud [dolandırıcılık], incentives [teşvikler] ve enforcement [yaptırım] kavramlarının ise temel bölümlere kaydığı görülmektedir. Bir başka deyişle söz konusu bu kavramların giderek yoğunluklarının düştüğü ve motor temalardan sonra alanda sıklıkla çalışılan önemli kavramlar olduğu söylenebilir.

Temel bölümdeki kümeler incelendiğinde; kırmızı kümenin temsil ettiği whistleblowing [whistleblowing], ethics [etik], whistleblowers [whistleblower’lar]; mavi kümenin temsil ettiği corruption [yolsuzluk], government [hükümet], whistleblower protection [whistleblower’ları koruma]; kahverengi kümenin temsil ettiği ethical climate [etik iklim], organizational commitment [örgütsel bağlılık], public service motivation [kamu hizmetinden duyulan tatmin]; pembe kümenin temsil ettiği internal whistleblowing [içsel whistleblowing], moral courage [manevi cesaret], ethical leadership [etik liderlik]; açık yeşil kümenin temsil ettiği accounting [muhasebe], earnings management [kazanç yönetimi], moral intensity [ahlaki yoğunluk]; koyu yeşil kümenin temsil ettiği trust [güven], safety climate [güvenlik iklimi]; gri kümenin temsil ettiği corporate social responsibility [kurumsal sosyal sorumluluk], compliance [uyum] kavramların motor temalar kadar önemli olmasalar da, bu alanda sıklıkla çalışıldığı ortaya koyulmuştur.

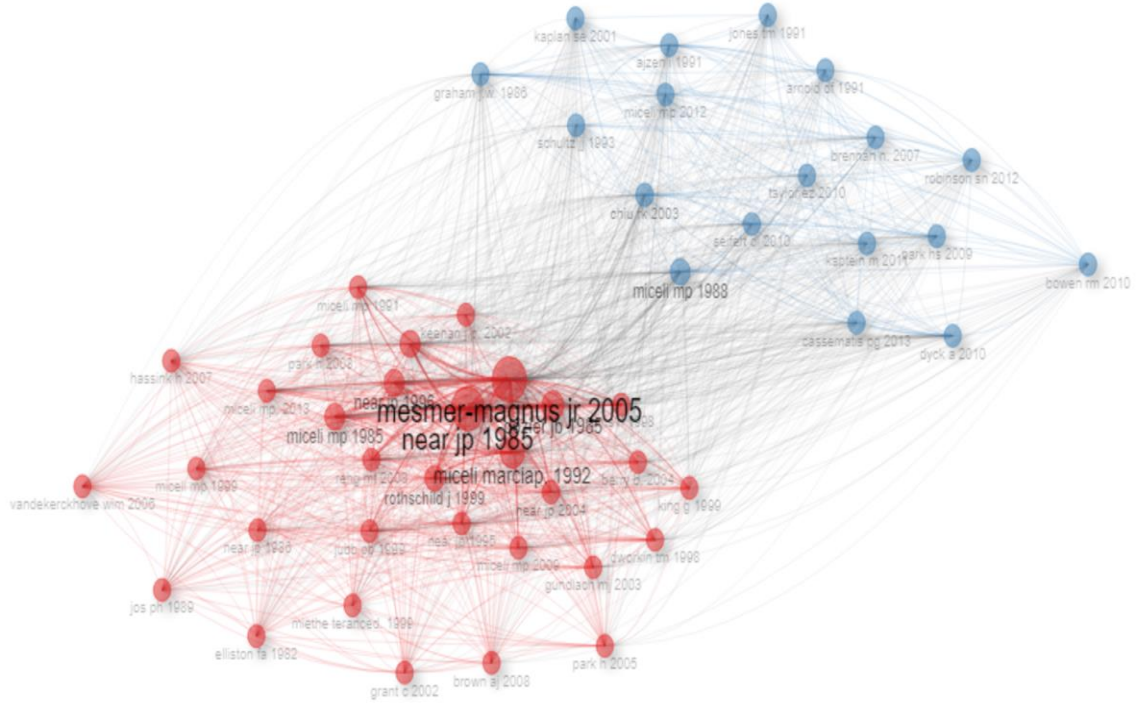
Niş bölümündeki mor kümenin temsil ettiği human resource management [insan kaynakları yönetimi], job satisfaction [iş tatmini]; yeşil kümenin temsil ettiği abuse of power [gücün kötüye kullanılması], research ethics [araştırma etiği] ve koyu gri kümenin temsil ettiği Australia [Avustralya], South Africa [Güney Afrika] kavramların akımın dışında kalan spesifik kavramlar olduğu tespit edilmiştir. Son bölümde yer alan yeşil kümenin temsil ettiği public interest [kamu yararı] ve accountability [hesap verebilirlik] kavramların yeni ortaya çıkan veya artık çalışılmayan kavramlar olduğu belirlenmiştir.



Şekil 4. Tematik Harita Analizi

Entellektüel yapı analizi için birlikte atıf ağı analizinden yararlanılmıştır. Bu yöntem, yayınların kaynakçalarındaki referans kaynaklarını analiz ederek yayınlar arasındaki ilişkilerin haritasını çıkarır (Kişi, 2022). Birlikte atıf ağları, birbiriyle ilişkili yayınları ortaya çıkarır ve

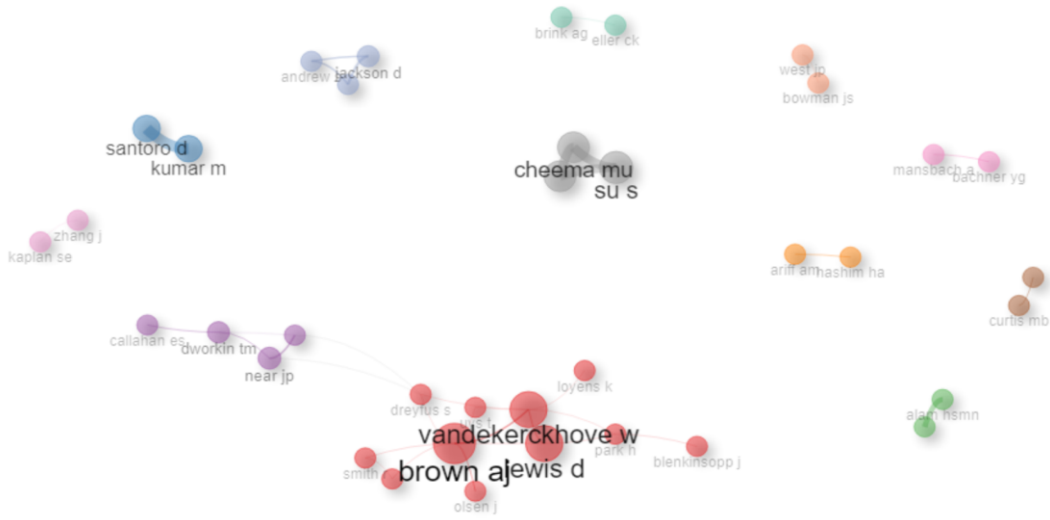
iki kaynak dokümanın diğer dokümanlarla birlikte görülme sıklığı incelenir. Kaynakların diğerleriyle birlikte görülme sıklığı, birlikte atıf ağındaki düğümlerinin boyutunu ve yakınlığını etkiler (Atabay vd., 2019). Şekil 5, whistleblowing ile ilgili yayınların birlikte atıf ağlarını göstermekte ve farklı ekolleri temsil eden iki farklı kümeyi ortaya koymaktadır. Bir başka deyişle, whistleblowing kavramının iki farklı entellektüel ekol etkisinde şekillendiği söylenebilir. Mesmer-Magnus ve Viswesvaran (2005) ve Near ve Miceli (1985) yayınlarının en çok atıf aldığı kırmızı küme en etkili entellektüel yapıdır.



Şekil 5. Birlikte Atıf Ağı Analizi

Sosyal yapının analizi, yazarların ve ülkelerin iş birliği ağlarının, kurumların iş birliği yoğunluğunun ve ülkelerin iş birliği haritasının oluşturulmasıyla gerçekleştirilmiştir. Yazarlar arasındaki iş birliği ağlarını analiz etmek için en az iki yayını olan 37 yazar incelenmiştir. Şekil 6'da yer alan kümelerin içindeki düğümlerin boyutu yazarların yayın sayılarını, bağlantıların kalınlığı ise yazarların aralarındaki işbirliklerinin gücünü temsil etmektedir (Kurnaz, 2021).

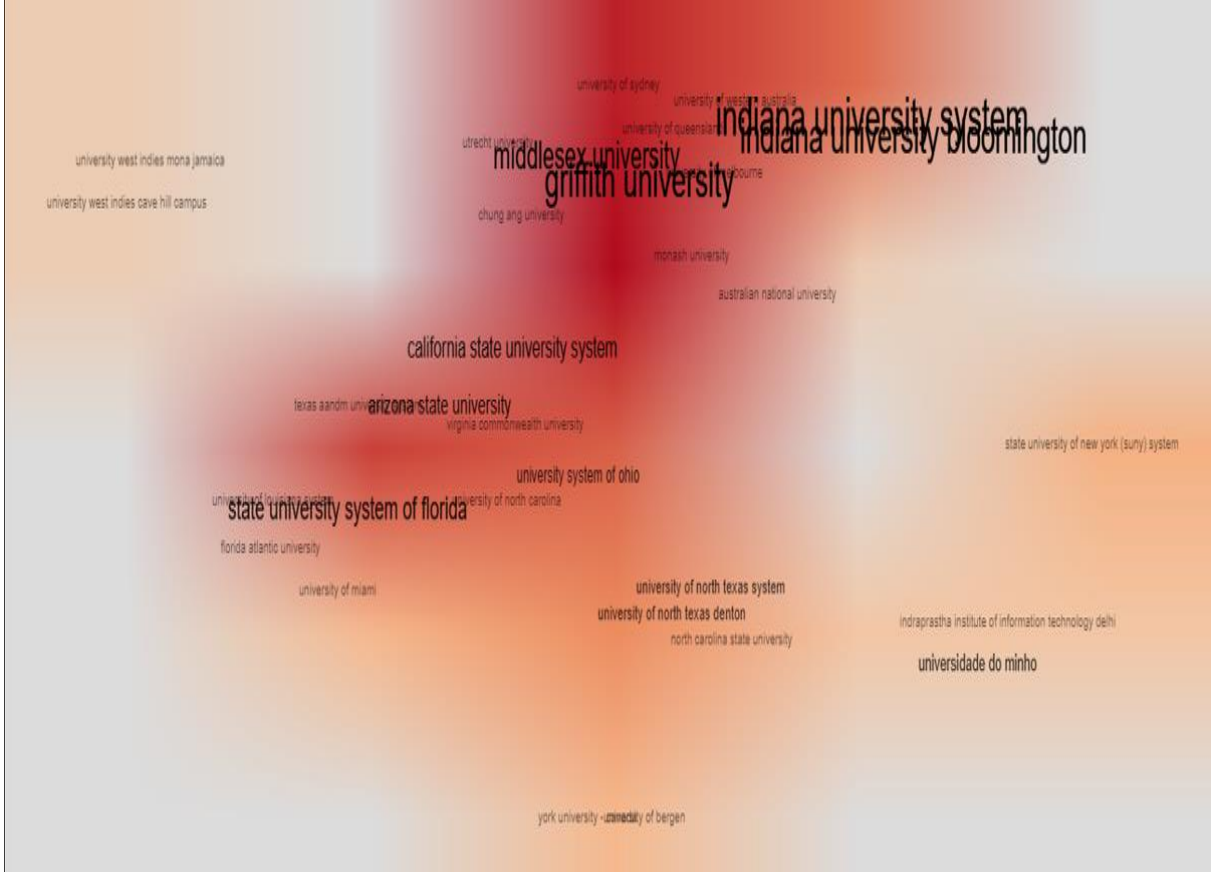
Analiz sonucunda, çoğunlukla iki veya üç yazardan oluşan 12 iş birliği kümesi ortaya çıkmıştır. En büyük küme, on bir yazarı içeren ve A. J. Brown, Wim Vandekerckhove ve David Lewis etrafında toplanan kırmızı kümedir. İkinci büyük küme dört yazarı içeren Janet P. Near, Marcia P. Miceli, Terry Morehead Dworkin ve Elletta Sangrey Callahan etrafında toplanan mor kümedir. Moeen Umar Cheema, Rahat Munir ve Sophia Su merkezli üç yazarlı gri küme, üçüncü en büyük iş birliği ağını temsil etmektedir.



Şekil 6. Yazarlar Arası İş Birliği Ağı

Kurumlar arası iş birliği ağı analizi sonucunda, 38 kurumu kapsayan ve en az iki kurumdan oluşan 9 iş birliği kümesi olduğu tespit edilmiştir. En kalabalık birinci küme, on iki kurumu içeren ve Griffith University, Middlesex University, University of Greenwich kurumlarının etrafında toplanan kümedir. California State University System, Arizona State University ve University System of Ohio kurumlarının etrafında toplanan küme ikinci en kalabalık iş birliği kümesini temsil etmektedir. State University System of Florida, University of Miami ve University of Louisiana System kurumlarının etrafında toplanan küme üçüncü en kalabalık iş birliği kümesini temsil etmektedir. Indiana University System, Indiana University Bloomington ve Kelley School of Business at Indiana University merkezli üç kurumun etrafında toplanan

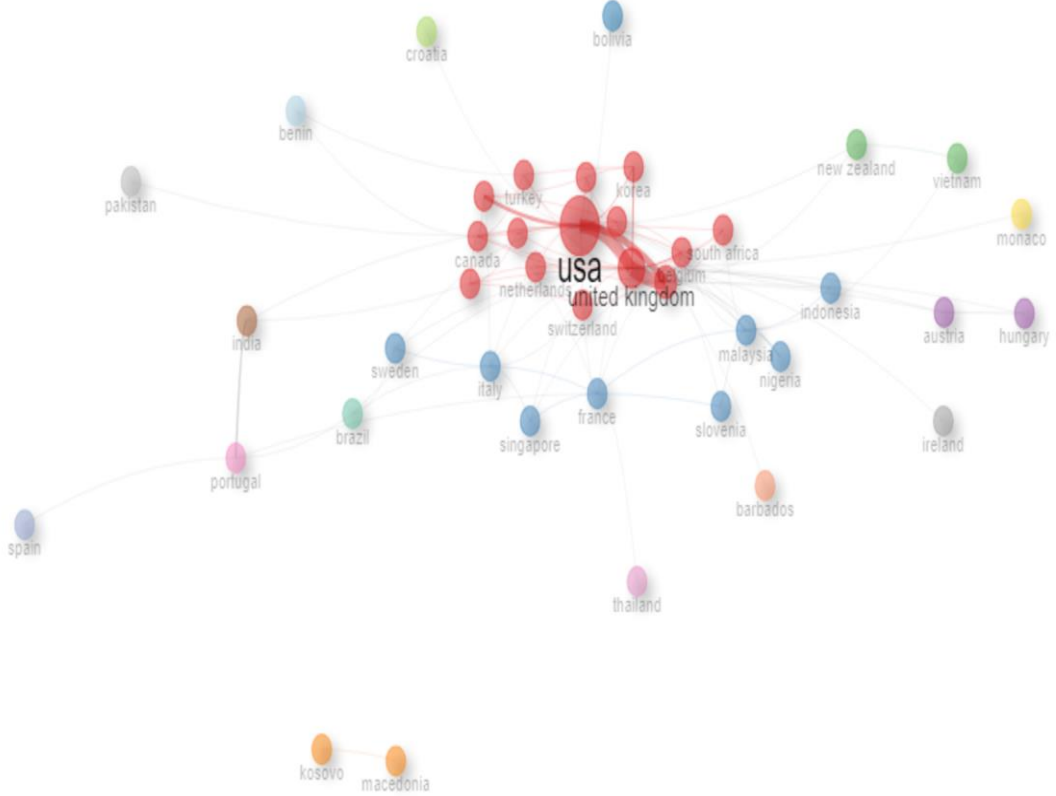
küme dördüncü en kalabalık iş birliği kümesini temsil etmektedir. Bu kümeler arasındaki iş birliğinin yoğunluk haritası Şekil 7’de gösterilmektedir. Haritada kurumlar arası iş birliğinin yoğun olduğu yerler daha koyu, iş birliğinin az olduğu yerler ise açık renklerle gösterilmektedir. Yoğunluk haritası incelendiğinde birinci, ikinci, üçüncü ve dördüncü kümede yer alan kurumlar arası iş birliğinin daha yoğun olduğu görülmektedir.



Şekil 7. Kurumlar Arası İş Birliği Yoğunluğu Haritası

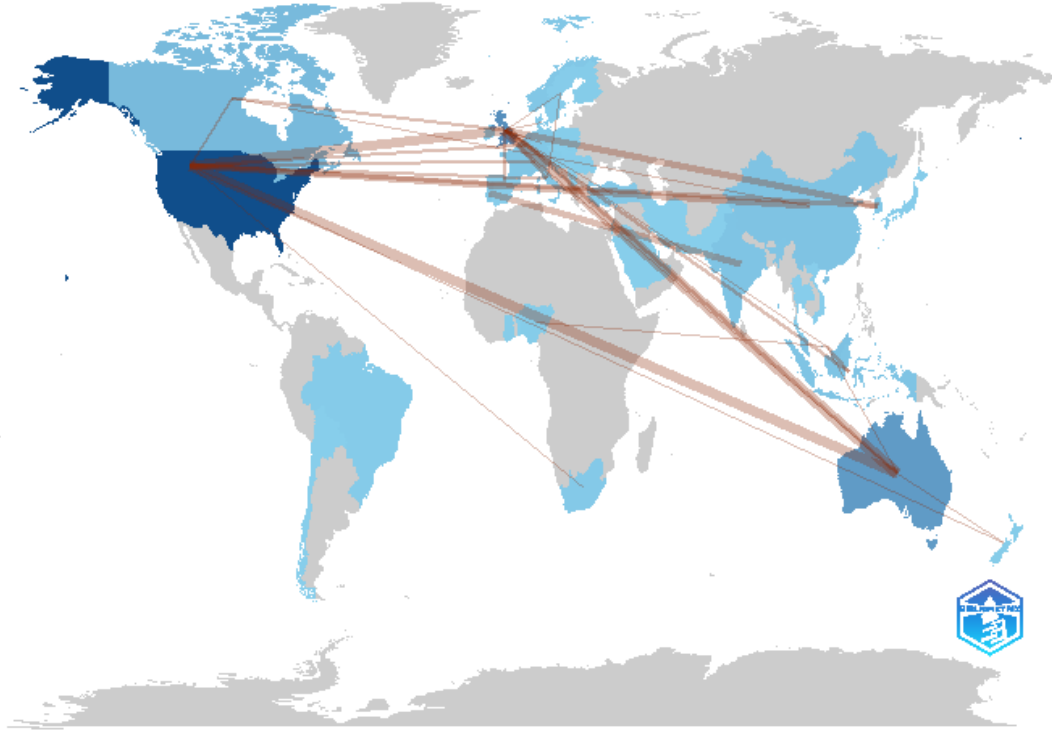
Sosyal yapı analizinde ülkeler arasındaki iş birliği düzeyini tespit etmek için ülkeler arası bir iş birliği ağı ve haritası oluşturulmuştur. Ülkeler arası iş birliği ağının analizi, en az 2 yazarlı yayına sahip 41 ülke arasındaki iş birliği yapılarına odaklanmıştır. Şekil 8, düğümlerin ülkeleri, bağlantıların ise aralarındaki iş birliğini temsil ettiği kümeleri göstermektedir. Düğümlerin boyutu yayın sayısına karşılık gelirken, bağlantıların kalınlığı iş birliğinin gücünü göstermektedir. Şekil 8, analiz sonucunda ortaya çıkan beş kümeyi göstermektedir. ABD’yi

merkez alan en büyük iş birliği ağını temsil eden kırmızı küme on beş ülkeyi içermektedir. Bu kümedeki başlıca iş birliği ABD, Avustralya ve Birleşik Krallık arasında gerçekleşmektedir. Malezya'yı merkez alan ikinci büyük iş birliği ağını temsil eden mavi kümede de sekiz ülke yer almaktadır.



Şekil 8. Ülkeler Arası İş Birliği Ağı

Şekil 9 ortak yayın sayısına göre ülkeler arasındaki iş birliği haritasını göstermektedir. Ortak yayın sayısına göre, Avustralya ve Birleşik Krallık 18 yayımla en yüksek iş birliği düzeyine sahipken, onları ABD ve Birleşik Krallık 17 yayımla takip etmektedir. Daha sonra 13 yayımla ABD ve Avustralya ile 9 yayımla ABD ve Çin yer almaktadır.



Şekil 9. Ülkeler Arası İş Birliği Haritası

SONUÇ

Çalışmada önemi giderek artan ancak halen üzerinde çalışılması gereken whistleblowing kavramı bibliyometrik analiz yöntemi kullanılarak sistematik bir şekilde incelenmiştir. Bu doğrultuda analiz edilecek verileri elde edebilmek için 05.03.2024 tarihinde Web of Science Core Collection (WOS) veri tabanında, başlığında, özetinde veya anahtar kelimelerinde “whistleblowing” ifadesini içeren çalışmalar taranmıştır. Herhangi bir yıl kısıtlaması yapılmamış, dil olarak sadece İngilizce yayınlar ve WOS kategorisi olarak Ethics (Etik), Business (İşletme), Management (Yönetim), Business Finance (İşletme Finansmanı), Public Administration (Kamu Yönetimi), Economics (Ekonomi), Political Science (Siyaset Bilimi), Nursing (Hemşirelik), Industrial Relations Labor (Endüstriyel İlişkiler ve İşgücü), Social Science Interdisciplinary (Disiplinlerarası Sosyal Bilimler) adlı 10 alan seçilmiştir. Bu kısıtlamalar sonucunda toplam 704 yayından oluşan veri setine ulaşılmıştır. Elde edilen

verilerle R yazılımında bulunan Bibliometrix paketi ve Biblioshiny web ara yüzü (Aria ve Cuccurullo, 2017) aracılığıyla bibliyometrik bir analiz gerçekleştirilmiştir. Çalışmada yayınlar, kaynaklar (dergiler, kitaplar vb.), yazarlar, ülkeler, kurumlar ve kelimeler gibi araştırma bileşenleri analiz edilmiştir. Analizler performans analizi ve bilim haritalaması olmak üzere iki bölümden oluşmaktadır. Performans analizi yayın sayısı, atıf sayısı ve sıklık kriterlerine göre yapılmış ve kavramsal (eş kelime ağı analizi ve tematik harita yöntemleri), entellektüel (birlikte atıf ağı analizi) ve sosyal yapı (yazarlar ve ülkeler arası iş birliği ağı, kurumlar arası iş birliği yoğunluğu ve ülkeler arası iş birliği haritası) analizi olmak üzere üç başlık altında bilim haritalaması uygulanmıştır.

Analiz sonuçlarına göre, whistleblowing kavramına ilişkin ilk yayın 1980 yılında yapılmıştır. 1998 yılında yayın sayısında önemli bir artış yaşanmış ve 2020 yılında en yüksek yayın sayısına ulaşılmıştır. Ancak 2009 yılında yayın sayısında keskin bir düşüş yaşanmıştır. Dyck ve diğerlerinin (2010) çalışmasının en etkili yayın olduğu tespit edilmiştir. “Journal of Business Ethics” en etkili dergi olarak belirlenmiştir. David Lewis, A. J. Brown ve Wim Vandekerckhove’in eşit h, m, g indeksine sahip olduğu ve Wim Vandekerckhove’in daha fazla atıf sayısına sahip olmasına rağmen üçüncü sırada yer aldığı tespit edilmiştir. ABD en fazla yayın ve toplam atıf sayısına sahiptir. Whistleblowing üzerine yapılan araştırmalarda en sık whistleblowing, etik, dolandırıcılık, whistleblower’lar, whistleblowing niyeti, denetim, görevi kötüye kullanma, yolsuzluk, hemşireler ve misilleme anahtar kelimeleri kullanılmaktadır.

Yıllara göre yayınların özetlerinde geçen kelime çiftleri incelendiğinde, anonim raporlama, etik ikilem, örgüt kültürü, muhasebe, hemşireler, etik, sarbanes oxley yasası, işyeri hakkında duygular, kurumsal sosyal sorumluluk, muhalefet, görevi kötüye kullanma, teşvikler ve yanlış yapma gibi bazı kavramların önceki yıllarda daha yaygın kullanıldığı tespit edilmiştir. Ancak son yıllarda yolsuzluk, misilleme, whistleblower’lar, kurumsal yönetim, whistleblowing niyeti, dolandırıcılık, örgütsel adalet, doğruluk ve dürüstlük, denetim, etik liderlik, planlı davranış

teorisi, hükümet ve manevi cesaret gibi kavramların daha fazla ön plana çıktığı belirlenmiştir. Bu bulgu, gelecekte yapılacak araştırmaları bu konulara yönlendirmesi açısından önemli olabilir.

Whistleblowing üzerine yapılan yayınların merkezinde whistleblowing, misilleme, içsel whistleblowing, yolsuzluk ve kamu yararı kavramlarının yer aldığı birbiriyle ilişkili beş kavramsal yapı olduğu belirlenmiştir. Konuyla ilgili yayınlarda sıklıkla çalışılan kavramların güç mesafesi, demokrasi, görev, iş mevzuatı, eser hırsızlığı, gizlilik, sansür, dolandırıcılık, teşvikler, yaptırım, whistleblowing, etik, whistleblower'lar, yolsuzluk, hükümet, whistleblower'ları koruma, etik iklim, örgütsel bağlılık, kamu hizmetinden duyulan tatmin, içsel whistleblowing, manevi cesaret, etik liderlik, muhasebe, kazanç yönetimi, ahlaki yoğunluk, güven, güvenlik iklimi, kurumsal sosyal sorumluluk ve uyum olduğu tespit edilmiştir. Kamu yararı ve hesap verebilirlik gibi kavramların ise konuyla ilgili yayınlarda yeni ortaya çıkan veya artık çalışılmayan kavramlar olduğu belirlenmiştir. Whistleblowing kavramının iki entellektüel ekolün etkisinde şekillendiği ve konuyla ilgili yayınlarda en çok Mesmer-Magnus ve Viswesvaran (2005) ve Near ve Miceli'nin (1985) atıf aldığı bulunmuştur. Whistleblowing ile ilgili yayınların sosyal yapıları incelendiğinde ise, birlikte çalışan yazarların oluşturduğu 12 işbirliği ve kurumların oluşturduğu dokuz iş birliği yapısı ortaya çıkmıştır. ABD'yi merkeze alan ülkeler arası en büyük işbirliği ağı yapısı tespit edilmiştir. Bu ülkeler arasında Avustralya ile Birleşik Krallık, ABD ile Birleşik Krallık, ABD ile Avusturalya ve ABD ile Çin en fazla işbirliğine sahip ülkelerdir.

Bu çalışmada bibliyometrik analiz yönteminden yararlanılarak 1980 yılından bu yana literatürde yer alan whistleblowing kavramının dünü ve bugünü ortaya koyulmuştur. Çalışmanın whistleblowing'e ilişkin yapılan araştırmaların odak noktalarını ve kilit konuları belirleyerek ileride bu kavram üzerine yapılacak araştırmalara yol göstermesi beklenmektedir. Ayrıca ulusal literatürde whistleblowing üzerine yazılmış sadece lisansüstü tezlerin ve

muhasabe, denetim, eğitim gibi bir alanda yapılan ulusal yayınların bibliyometrik analiz yöntemiyle incelendiğinden dolayı, bu çalışmanın ulusal literatürdeki önemli bir boşluğu doldurduğu düşünülmektedir.

Çalışma, yalnızca belirli bir tarihte erişilen uluslararası literatürü kapsadığı ve R yazılımının izin verdiği analiz türleriyle sınırlı olduğu için kısıtlamalara sahiptir. Ayrıca bu çalışmada sadece WOS veri tabanı veri elde etmek için kullanılmıştır. İlerde yapılacak araştırmalarda farklı veri tabanları birlikte kullanılarak karşılaştırmalar yapılabilir. Yine bu alandaki tüm çalışmalar birkaç alan kısıtlaması dışında herhangi bir kısıtlama olmaksızın dahil edilmiştir. Gelecekteki araştırmalarda daha spesifik kısıtlamalardan faydalanabilir.

KAYNAKÇA

- Aktan, Ç. C. (2006). Organizasyonlarda yanlış uygulamalara karşı bir sivil erdem, ahlaki tepki ve vicdani red davranışı: Whistleblowing. *Mercek Dergisi*, 1-13.
- Apaza, C. R. & Chang, Y. (2011). What makes whistleblowing effective: Whistleblowing in Peru and South Korea. *Public Integrity*, 13(2), 113-129.
- Appelbaum, S. H., Iaconi, G. D. & Matousek, A. (2007). Positive and negative deviant workplace behaviors: Causes, impacts, and solutions. *Corporate Governance*, 7(5), 586-598.
- Aria, M. & Cuccurullo, C. (2017). Bibliometrix: An R-tool for comprehensive science mapping analysis. *Journal of Informetrics*, 11(4), 959-975.
- Atabay, E., Çizel, B. & Ajanovic, E. (2019). Akıllı şehir araştırmalarının R programı ile bibliyometrik analizi. O. Emir (Ed.), *Akıllı şehirler* (Cilt. 3, ss. 1130-1137), 20. Ulusal Turizm Kongresi, Anadolu Üniversitesi Basımevi.
- Barnett, T., Bass, K. & Brown, G. (1996). Religiosity, ethical ideology, and intentions to report a peer's wrongdoing. *Journal of Business Ethics*, 15, 1161-1174.

- Barnett, T., Cochran, D. S. & Taylor, G. S. (1993). The internal disclosure policies of private-sector employers: An initial look at their relationship to employee whistleblowing. *Journal of Business Ethics*, 12, 127-136.
- Beyazgül, U., Beyazgül, A. & Kırar, G. (2023). Eğitimde whistleblowing: Öğretmenler örnekleminde yapılmış lisansüstü tezlerin bibliyometrik analizi. *International Social Mentality and Researcher Thinkers Journal*, 9(73), 3876-3887.
- Bouville, M. (2008). Whistle-blowing and morality. *Journal of Business Ethics*, 81(3), 579-585.
- Callon, M., Courtial, J.-P., Turner, W. A. & Bauin, S. (1983). From translations to problematic networks: An introduction to co-word analysis. *Social Science Information*, 22(2), 191-235.
- Chiu, R. K. (2003). Ethical judgement and whistleblowing intention: Examining the moderating role of locus of control. *Journal of Business Ethics*, 43(1-2), 65-74.
- Dawson, S. (2000). *Whistleblowing: A broad definition and some issues for Australia*. Working Paper, Victoria University of Technology.
- Demirtaş, Ö. & Biçkes, M. (2014). Makyavelizm'in olumsuz durumları ifşa etme niyeti üzerindeki etkisi: Bir alan çalışması. *İŞ, GÜÇ Endüstri İlişkileri ve İnsan Kaynakları Dergisi*, 16(2), 98-112.
- Demirtaş, Ö. (2014). İşyerlerinde olumsuz durumları ifşa etmenin etik iklim üzerindeki etkisi: Yıldırma algısının moderatör rolü. *İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi Dergisi*, 43(1), 136-156.
- Donthu, N., Kumar, S., Mukherjee, D., Pandey, N. & Lim, W. M. (2021). How to conduct a bibliometric analysis: An overview and guidelines. *Journal of Business Research*, 133, 285-296.
- Dworkin, T. M. & Baucus, M. S. (1998). Internal vs. external whistleblowers: A comparison of whistleblowing processes. *Journal of Business Ethics*, 17, 1281-1298.

- Dworkin, T. M. & Near, J. P. (1997). A better statutory approach to whistleblowing. *Business Ethics Quarterly*, 7(1), 1-16.
- Dyck, A., Morse, A. & Zingales, L. (2010). Who blows the whistle on corporate fraud?. *The Journal of Finance*, 65, 2213-2253.
- Eaton, T. V. & Akers, M. D. (2007). Whistleblowing and good governance. *The CPA Journal*, 77(6), 66-71.
- Elliston, F. A. (1982). Anonymity and whistle-blowing. *Journal of Business Ethics*, 1, 167-177.
- Esen, E. & Kaplan, H. A. (2012). İşletmelerde ahlaki olmayan davranışların duyurulması (Whistleblowing). *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 14(2), 33-52.
- Gorta, A. & Forrel, S. (1995). Layers of decision: Linking social definitions of corruption and willingness to take action. *Crime, Law & Social Change*, 23, 315-343.
- Hersh, M. A. (2002). Whistleblowers-heroes or traitors? Individual and collective responsibility for ethical behaviour. *Annual Reviews in Control*, 26(2), 243-262.
- Hırlak, B. & Çolakoğlu, E. (2023). Marka vatandaşlık davranışı literatürünün bibliyometrik analizi. *Abant Sosyal Bilimler Dergisi*, 23(3), 1532-1551.
- Hou, Q., Mao, G., Zhao, L., Du, H. & Zuo, J. (2015). Mapping the scientific research on life cycle assessment: A bibliometric analysis. *The International Journal of Life Cycle Assessment*, 20(4), 541-555.
- Jos, P. H., Tompkins, M. E. & Hays, S. W. (1989). In praise of difficult people: A portrait of the committed whistleblower. *Public Administration Review*, 49(6), 552-561.
- Jubb, P. B. (1999). Whistleblowing: A restrictive definition and interpretation. *Journal of Business Ethics*, 21(1), 77-94.
- Kamdem, J. P., Duarte, A. E., Lima, K. R. R., Rocha, J. B. T., Hassan, W., Barros, L. M., Roeder, T. & Tsopmo, A. (2019). Research trends in food chemistry: A bibliometric review of its 40 years anniversary (1976–2016). *Food Chemistry*, 294, 448-457.

- Kaptein, M. (2011). From inaction to external whistleblowing: The influence of the ethical culture of organizations on employee responses to observed wrongdoing. *Journal of Business Ethics*, 98, 513-530.
- Kişi, N. (2022). İnsan kaynakları yönetiminde yapay zeka: Bibliyometrik bir analiz. *Journal of Research in Business*, 7(2), 490-514.
- Kurnaz, A. (2021). Etnosentrizm ile ilgili çalışmaların bibliyometrik analizi. *Beykoz Akademi Dergisi*, 9(2), 98-118.
- Larmer, R. A. (1992). Whistleblowing and employee loyalty. *Journal of Business Ethics*, 11(2), 125-128.
- MacNab, B., Brislin, R., Worthley, R., Galperin, B. L., Jenner, S., Lituchy, T. R., Maclean, J., Aguilera, G. M., Ravlin, E., Tiessen, J. H., Bess, D. & Turcotte, M. F. (2007). Culture and ethics management whistle-blowing and internal reporting within a NAFTA country context. *International Journal of Cross Cultural Management*, 7(1), 5-28.
- Mesmer-Magnus, J. R. & Viswesvaran, C. (2005). Whistleblowing in organizations: An examination of correlates of whistleblowing intentions, actions, and retaliation. *Journal of Business Ethics*, 62, 277-297.
- Miceli, M. P, Near, J. P. & Dworkin, T. M. (2009). A word to the wise: How managers and policy-makers can encourage employees to report wrongdoing. *Journal of Business Ethics*, 86(3), 379-396.
- Near, J. P. & Miceli, M. P. (1985). Organizational dissidence: The case of whistleblowing. *Journal of Business Ethics*, 4(1), 1-16.
- Park, H., Blenkinsopp, J., Oktem, M. K. & Omurgonulsen, U. (2008). Cultural orientation and attitudes toward different forms of whistleblowing: A comparison of South Korea, Turkey, and the U.K. *Journal of Business Ethics*, 82(4), 929-939.

- Pritchard, A. (1969). Statistical bibliography or bibliometrics. *Journal of Documentation*, 25(4), 348-349.
- Rothschild, J. & Miethe, T. D. (1999). Whistle-blower disclosures and management retaliation. *Work and Occupations*, 26(1), 107-128.
- Sims, R. L. & Keenan, J. P. (1998) Predictors of external whistleblowing: Organizational and intrapersonal variables. *Journal of Business Ethics*, 17, 411-421.
- Weinstein, D. (1979). *Bureaucratic opposition*. Pergamon Press.
- Yay, Ö., Güneri, B. & Atabay, E. (2022). Turizmde sosyal medya araştırmalarına panoramik bir inceleme. *Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*, 6(2), 115-132.
- Yıldız, D. (2023). Olumsuz durumları ifşa etme (whistleblowing). B. Hırlak (Ed.), *Örgütsel davranış kavramlar ve araştırmalar-I* (ss. 451-468). Özgür Publications.



EBELİK ÖĞRENCİLERİNİN AFETE HAZIR BULUNUŞLUK DÜZEYLERİ VE ETKİLEYEN FAKTÖRLERİN İNCELENMESİ

Investigation of Disaster Readiness Levels of Midwife Students and the Affecting Factors

Sema AKER

Sağlık Bilimleri Üniversitesi, Hamidiye Sağlık Bilimleri Fakültesi, Ebelik Bölümü,
sema.aker@sbu.edu.tr, İstanbul / Türkiye
<https://orcid.org/0000-0002-5872-8067>

Yasemin AYDIN KARTAL

Sağlık Bilimleri Üniversitesi, Hamidiye Sağlık Bilimleri Fakültesi, Ebelik Bölümü,
yasemin.aydin@sbu.edu.tr, İstanbul / Türkiye
<https://orcid.org/0000-0001-7464-945X>

Aleyna BULUT

Sağlık Bilimleri Üniversitesi, Hamidiye Sağlık Bilimleri Fakültesi, Ebelik Bölümü,
aleyna.bulut@sbu.edu.tr, İstanbul / Türkiye
<https://orcid.org/0000-0002-2373-4133>

Büşra HIZLIOL

Sağlık Bilimleri Üniversitesi, Hamidiye Sağlık Bilimleri Fakültesi, Ebelik Bölümü,
busra.hizliol@sbu.edu.tr, İstanbul / Türkiye
<https://orcid.org/0000-0002-3776-9433>

Zehra ATEŞ

Sağlık Bilimleri Üniversitesi, Hamidiye Sağlık Bilimleri Fakültesi, Ebelik Bölümü,
zehra.ates13@hotmail.com, İstanbul / Türkiye
<https://orcid.org/0009-0003-4435-2227>

Doi: <https://doi.org/10.33723/rs.1522003>

Aker, S., Aydın Kartal, Y., Bulut, A., Hızlıol, B. & Ateş, Z. (2024). "Ebelik öğrencilerinin afete hazır bulunuşluk düzeyleri ve etkileyen faktörlerin incelenmesi". R&S- Research Studies Anatolia Journal, 7(4). 408-426.

Makale Türü / Article Type: Araştırma Makalesi / Research Article

Geliş Tarihi/ Arrived Date: 25.07.2024

Kabul Tarihi / Accepted Date: 27.10.2024

Yayınlanma Tarihi / Published Date: 31.10.2024

ÖZ

Afet, doğal ya da insan kaynaklı olayların can ve mal kaybına, çevreye zarar vermesine ve toplumların normal yaşam düzeninin bozulmasına neden olan durumlardır. Bu çalışma, ebelik öğrencilerinin afete hazır olma düzeylerinin ve etkileyen faktörlerin incelenmesi amacıyla yürütülmüştür. Tanımlayıcı desende yürütülen araştırmanın örneklemini bir kamu üniversitesinin Ebelik bölümünde öğrenim gören 207 öğrenci oluşturmuştur. Veriler; “Tanıtıcı Bilgi Formu” ve “Afete Hazır Bulunuşluk Ölçeği” ile toplanmıştır. Verilerin değerlendirilmesinde tanımlayıcı istatistikler, Mann Whitney U ve Kruskal Wallis Testi kullanılmıştır. Araştırmaya katılan öğrencilerin %48,8’inin afetler ve afetlerden korunma yöntemleri ile ilgili eğitim aldığı ve %72’sinin ise bir afet tatbikatına katıldığı belirlenmiştir. Öğrencilerin Afete Hazır Bulunuşluk Ölçeği toplam puan ortalamaları $28,85 \pm 5,40$ olarak bulunmuştur. Bölümü isteyerek tercih etme ile afet ve afetlerden korunma yöntemleri ile ilgili eğitim alma durumunun ölçek puan ortalamalarının anlamlı olarak farklılaştığı belirlenirken; sınıf düzeyi, geçmişte afete maruz kalma ve afet kaynaklı can veya maddi kayıp yaşama durumu değişkenlerinin ise ölçek puan ortalamalarının anlamlı olarak farklılaşmadığı tespit edilmiştir. Çalışma bulguları doğrultusunda, ebelik öğrencilerinin afet hazır bulunuşluklarının ölçek toplam puanına göre orta düzeyde olduğu belirlenmiştir. Afet ve afetlerden korunma yöntemleri ile ilgili eğitim alan ve ebelik bölümünü isteyerek seçen öğrencilerin afete hazır bulunuşluk düzeylerinin anlamlı olarak daha yüksek olduğu saptanmıştır. Araştırma sonucuna göre, simüle ortamlarda veya gerçek tatbikatlar yapılması önerilmektedir.

Anahtar Kelimeler: Afet, Ebelik, Hazır Bulunuşluk, Öğrenci

ABSTRACT

Disasters are situations that cause loss of life and property, damage the environment and disrupt the normal life order of societies due to natural or man-made events. This study was conducted in order to investigate the disaster preparedness levels of midwifery students and the affecting factors. The sample of the descriptive research consisted of 207 students studying in the midwifery department of a public university. Data were collected using the “Introductory Information Form” and the “Disaster Readiness Scale”. Descriptive statistics, Mann Whitney U and Kruskal Wallis Tests were used in the evaluation of the data. It was determined that 48.8% of the midwifery students who participated in the study received training on disasters and disaster protection methods and 72% of them participated in a disaster drill. The total mean score of the students on the Disaster Readiness Scale was found to be 28.85 ± 5.40 . It was determined that choosing the department voluntarily and receiving training on disasters and disaster protection methods significantly differed the scale score means; It was determined that the variables of grade level, past exposure to disasters and disaster-related loss of life or property did not significantly affect the scale score averages. According to the study findings, it was determined that the disaster preparedness of midwifery students was at a moderate level according to the total scale score. It was determined that the disaster preparedness levels of students who received training on disasters and disaster protection methods and who voluntarily chose the midwifery department were significantly higher. According to the results of the research, it is recommended to conduct simulated or real drills.

Key Words: Disaster, Midwifery, Readiness, Student.

GİRİŞ

Ülkemiz jeolojik, meteorolojik ve topografik yapısı açısından deprem, heyelan, sel ve çığ gibi doğal afetler bakımından risk altındadır. Bunun yanı sıra orman yangınları, kimyasal, biyolojik ve endüstriyel kaynaklı gibi birçok insan kaynaklı afetler içinde büyük risklere sahiptir (AFAD, 2018). Risk yönetimi endeksine (INFORM) göre Türkiye; afetlerde tehlike ve afete maruziyet durumuna göre 9. sırayı, afetlerden zarar görebilirlik durumuna göre 46. sırayı ve afet anında durum ile baş etme kabiliyetlerinde eksikliğine göre ise 140. sırayı almıştır. Bu bulgular doğrultusunda Türkiye, afete açısından çok yüksek riskli, afetten zarar görme açısından orta riskli ve afet ile baş etme kapasitesi açısından ise düşük riskli ülke olarak değerlendirilmektedir (AFAD, 2018). Ülkemizde Kocaeli (1999), Düzce'de (1999) ve Kahramanmaraş'ta (2023) meydana gelen deprem felaketleri son zamanların en yıkıcı afetleri arasında yer aldı. 1999 yılında Kocaeli depreminde 17.000, 6 Şubat 2023 yılında 11 ilin etkilendiği Kahramanmaraş merkezli depremde 50.000 kişinin hayatını kaybettiği bildirilmiştir (Ersoy ve Koçak, 2015: 1307-1336; AFAD, 2018; AFAD, 2023) Meydana gelen 6 Şubat Kahramanmaraş depreminde ülke genelinde çok sayıda ilk yardım bilgisi olan, durum karşısında müdahale konusunda yeterli bilgiye, beceriye, yeterliliğe ve hazırlığa sahip ekip üyelerine ihtiyaç duyulmuş, ancak bu açık kapatılamamıştır (Demirci, 2023: 92-101).

Afetlerin neden olduğu büyük yıkım ve zararları azaltmak birey ve toplumların afetlere karşı ne kadar hazır olduğuyula doğrudan ilişkilidir (Fothergill vd., 2005: 414). Buna karşın, afete hazırlığın ve alınan önlemlerin yetersiz kalması Türkiye'de afet kültürünün gelişmemesine ve toplumun afetlerle mücadelesini güçleştirmesine neden olmuştur. Afete hazırlıklı olmak meydana gelebilecek afette yaşanacak riski ve felaketi azaltabileceği, iyileşme düzeyini artırabileceği öngörülmektedir (Ertuğrul ve Ünal, 2020: 31-45). Afetlere karşı hazırlıklı bulunmak hayati önem taşımaya rağmen toplum ve bireylerin bu konuda yeterli çabayı göstermediği bilinmektedir (Neumayer vd., 2014: 8-19).

Afete hazır bulunuşluk, yaşanan afetlerden zarar görmeyi en az seviyeye indirebilmek amacıyla kişi ve toplumlar açısından afetlere karşı önceden alınması gereken tedbirlerin tümünü kapsamaktadır. Birleşmiş Milletler Uluslararası Afet Riski Azaltma Stratejisi, hazırlıklı olma durumunu; devletler, müdahale ve iyileştirmeler, toplumlar ve bireyler tarafından olası güncel afetlerin etkilerini minimuma indirebilmek ve müdahale edebilmek için geliştirilen bilgi, bilinç ve kapasite olarak tanımlamaktadır (UNISDR, 2016). Kişilerin hazır bulunuşluk durumları, afet sonrasında gelişebilecek can ve mal kaybının azaltılmasında oldukça önem taşımaktadır (Şentuna ve Çakı, 2020: 1959-1983). Toplumda afete hazır ve bilinçli bireyler oluşturmak, meydana gelebilecek olan afetlerle mücadelenin temel anahtarıdır (Thornley vd., 2015: 23-35). Afetlere hazırlık kapsamında; duruma müdahale planlarının hazırlanması, bilinçli bireyler için geliştirilen eğitim faaliyetleri, çeşitli tatbikatlar, gerekli ekipman sağlanması ve kullanılması, toplumun bilincinin ve bilgi düzeyinin yükseltilmesine yönelik aktiviteleri içermektedir (Ağahan ve Demirbilek, 2023: 735-744). Dünyanın önemli deprem kuşaklarından biri olan Alp-Himalaya kuşağı üzerinde yer alan Türkiye’de toplumun afete hazırlıklı olması için Ulusal Afet Yönetimi Eylem Planı (2018-2022) geliştirilmiş olsa da, yakın geçmişte ülkemizde yaşanan 6 Şubat Kahramanmaraş depreminde afet yönetimini bilen, afetlerde bilinçli ve düzenli hareket edebilen, müdahale açısından profesyonel ve stratejik davranan bireylerin çok az bir kesimi oluşturması, afet yönetimi konusunda savunmasız bir ülke olduğumuzu göstermektedir (Demirci, 2023: 92-101)

Sağlık hizmeti veren profesyonellerin afete doğru ve etkin müdahale edilmesi ve kaynakların doğru kullanılmasında afete hazır bulunmak oldukça önemli bir noktadır (Abdelaliem vd., 2022: 1-7). Dünya Sağlık Örgütü’ne göre afetten zarar görmüş kişilerin fiziksel, duygusal ve psikolojik iyilikleri üzerinde ebe, hemşire ve hekimlerin hayati rolleri bulunmaktadır (WHO, 2024). Sağlık profesyonelleri arasında toplum sağlığı açısından önemli bir yere sahip olan ebeler, afet bölgelerinde sağlık hizmeti görevinin önemli bir bölümünü üstlenmektedirler.

Meydana gelen afetler sonrasında potansiyel risklerin azaltılmasında, ortadan kaldırılmasında ve bireylerin yaşanan duruma uyumunun sağlanmasında ebelerin önemli görevleri bulunmaktadır (ICM, 2015). Ebeler, kadınların ve çocukların değişen çevresel koşullara uyum sağlayabilmeleri ve kendilerini koruyabilmeleri için afete yönelik gerekli eğitimleri almalı ve bu konuda eylem planları ve stratejiler geliştirmelidirler. Ayrıca ebeler, afetlerin neden olabileceği hastalıklara, yaygın enfeksiyonlara karşı dikkatli olmalı ve gerçekleştirilecek saha çalışmalarında bu gibi faktörlere hazırlıklı olması gerekmektedir (Kır ve Yılar Erkek, 2023).

Afetler öngörülmesi ve önlenmesi zor olan bir durum olsa da yaşanabilecek etkilerini azaltmak için hazırlanmak ve önlem almak önemlidir (Gillani vd., 2020: 2027). Ebelerin ve ebe adalarının mesleğini benimseme, sahip olduğu deneyimler ve aldıkları eğitim afete hazır olma durumlarını etkileyen etmenler arasında yer alırken, afete müdahale konusundaki farkındalıklarının, becerilerinin, bilinç ve bilgi seviyelerinin artması için afete hazır bulunuşluk düzeylerinin artırılması gerekmektedir (Taşkiran ve Baykal, 2017: 79-88). Sağlık profesyonellerinin afet durumunda kendilerini ve toplumu koruyabilmeleri için afetlere hazırlıklı olmaları oldukça önemlidir (Aker ve Aydın Kartal, 2023: 117-120) Ebelik öğrencilerinin klinik bilgi, beceri ve güvenlerini geliştirecek ve destekleyecek eğitimsel faaliyetler ile afetlere hazırlanması gerekmektedir. Bu hazırlık çerçevesinde, kapsamlı afet yönetimi eğitim programları, afet tatbikatları ve afet yönetiminin müfredatlara eklenmesi ile sağlanabileceği düşünülmektedir (Abdelaliem vd., 2022: 1-7).

Yapılan araştırmalar incelendiğinde; Ertuğrul ve Ünal'ın (2020) yürüttükleri bir araştırmada da öğrencilerin afete hazır olma düzeylerinin ortalamanın üzerinde olduğu saptanmıştır. Şahin ve arkadaşlarının (2018) yaptıkları bir çalışmada da öğrencilerin afete karşı hazır olma düzeylerinin düşük olduğu belirlenmiştir. Kortak'ın (2023) öğrencilerle yaptıkları bir çalışmada da afetlere yönelik bilişsel ve davranışsal tutumları düşük duyuşsal tutumları ise yüksek

bulunmuştur. Öğrencilerin afete karşı bilinç düzeyi ve hazır bulunma durumu değişkenlik gösterebilmektedir.

Sağlık profesyonelleri arasında önemli yere sahip olan ebelerin afete hazır olma durumları, afet yönetimindeki rol ve sorumluluklarına dair eğitimlerin ve farkındalıkların geliştirilmesi gerekmektedir. Bu nedenle bu araştırma; ebelik öğrencilerinin afete hazır bulunuşluk düzeylerini belirlemek ve bu duruma etkileyen faktörleri belirlemek için gerçekleştirilmiştir.

GEREÇ VE YÖNTEM

Araştırmanın Evreni ve Örneklemi

Tanımlayıcı desende yürütülen araştırmanın evrenini 2023-2024 eğitim öğretim yılında bir kamu üniversitesinde Ebelik Bölümü birinci, ikinci, üçüncü ve dördüncü sınıfında öğrenim gören 340 öğrenci oluşturmuştur. Minimum Örneklem büyüklüğü Raosoft örnekleme büyüklüğü hesaplayıcısı ile, %95 güven aralığı ve %5 hata payı ile 186 öğrenci olarak belirlenmiştir. Çalışmada örneklem seçimine gidilmemiş olup 340 öğrenciden, gönüllü olarak araştırmaya katılan 207 öğrenci örneklemi oluşturmuştur. Araştırmaya katılım oranı %60,88 olarak belirlenmiştir.

Araştırmaya etik kurul ve kurum izni alındıktan sonra başlanmıştır. İlgili kamu üniversitesinin ebelik bölümünde aktif öğrenim gören, iletişime ve iş birliğine açık öğrenciler araştırmanın dahil edilme kriterlerini oluşturmuştur. Bu kriterlere göre araştırmaya dahil edilirken katılımcıların beyanları esas alınmıştır.

Araştırmanın Sınırlılıkları ve Güçlü Yönleri

Bu çalışmanın sonuçları Türkiye'deki ebelik öğrencilerinin afete hazır bulunuşluk düzeylerini ve etkileyen faktörleri belirlemek açısından önemli bir veri kaynağı olacaktır. Ayrıca, ebelik öğrencilerinin afete karşı farkındalıklarını ve hazır bulunuşluk düzeylerini

etkileyen faktörleri tespit ederek eğitim planlama ve eğitim içeriğini oluşturma açısından literatüre katkı sağlayacaktır. Buna karşın, araştırma verileri bir kamu üniversitesinin ebelik öğrencileri ile sınırlıdır.

Veri Toplama Araçları

Araştırmanın verileri, araştırmacılar tarafından oluşturulan “Tanıtıcı Bilgi Formu” ve “Afete Hazır Bulunuşluk Ölçeği” kullanılarak toplanmıştır.

Tanıtıcı Bilgi Formu: Araştırmacılar tarafından literatür araştırması yapılarak ve uzman görüşü alınarak düzenlenmiştir (Davis ve ark., 2019; Tkachuck ve ark., 2018). Formda öğrencilerin sosyodemografik özellikleri (yaş, mezun olunan lise türü, mezun olunan lise türü, gelir durumu vb.) ve afete karşı kendilerini yeterli görme durumunu değerlendiren sorular yer almaktadır.

Afete Hazır Bulunuşluk Ölçeği (AHBÖ): Şentuna ve Çakı tarafından 2020 yılında bireylerin afetlere hazır bulunuşluk durumlarını değerlendirmek için geliştirilen ölçek 13 madde ve 4 alt boyuttan (afet fiziksel koruma, afet planlama, afet yardım ve afet uyarı sistemleri) oluşmaktadır. Dörtlü likert tipi ile puanlanan ölçekten alınabilecek toplam puan 13 ila 52 arasında farklılaşmaktadır. Ölçekten alınan toplam puanın artması bireylerin afet hazır bulunuşluk düzeylerinin arttığını göstermektedir. Ölçeğin Cronbach Alfa değeri 0,82’dir (Şentuna & Çakı, 2020). Bu çalışmanın örneklemi için Cronbach alfa değeri 0,90 olarak bulunmuştur.

Verilerin Değerlendirilmesi

Araştırma verileri, SPSS 16.0 (Statistical Package for Social Science) paket programında değerlendirilmiştir. Araştırmaya katılan kadınların tanımlayıcı özelliklerinin belirlenmesinde frekans ve yüzde analizlerinden, ölçeklerin incelenmesinde ortalama ve standart sapma istatistiklerinden faydalanılmıştır. Veri dağılımının normalliği Kolmogorov-Smirnov testi ile

kontrol edildi. İki sürekli değişkenin karşılaştırılmasında Spearman korelasyon testi ve kategorik değişkenlerin sürekli değişkenlerle karşılaştırılmasında Mann-Whitney U-testi ve Kruskal-Wallis testleri kullanıldı. $P < 0,05$ istatistiksel olarak anlamlı kabul edildi.

Araştırmanın Etik İlkeleri

Araştırmanın yürütülebilmesi için Sağlık Bilimleri Üniversitesi Hamidiye Bilimsel Araştırmalar Etik Kurul'undan etik kurul onayı alınmıştır (Tarih: 30.04.2024, Sayı: 27450), Araştırmanın tüm aşamalarında “gizlilik ilkesine” uyulmuştur ve Helsinki Bildirgesinde yer alan kurallara uygun olarak hareket edilmiştir. Katılımcılara araştırma hakkında bilgi verildikten sonra online olarak bilgilendirilmiş gönüllü onamları alınmıştır.

BULGULAR

Çalışmaya katılan öğrencilerin; yaş ortalaması $21,54 \pm 4,62$ olarak tespit edildi. Katılımcıların; %28,5'inin 1. sınıf, %18,4'ünün 2. Sınıf, %33,8'inin 3. sınıf, %19,3'ünün ise 4. sınıf öğrencisi olduğu belirlendi. Öğrencilerin; %93,7'sinin bekar, %62,8'inin gelirinin giderine eşit ve %71'inin hayatının büyük kısmını Marmara Bölgesinde geçirdiği tespit edildi.

Öğrencilerin; %68,1'inin öğrenim döneminde ailesi ile birlikte kaldığı, %11,6'sının Sağlık Meslek Lisesi mezunu olduğu ve %83,6'sının ise ebellek bölümünü isteyerek tercih ettiği belirlendi. Tablo 1'de öğrencilerin tanıtıcı özelliklerine ilişkin bulgular yer almaktadır.

Tablo 1. Öğrencilerin Tanıtıcı Özelliklerine Ait Bulgular (n=207)

	$\bar{X} \pm SS$	Min.	Max.
Yaş	$21,54 \pm 4,62$	18	34
		n	%
Sınıf	1. Sınıf	59	28,5
	2. Sınıf	38	18,4
	3. Sınıf	70	33,8
	4. Sınıf	40	19,3
Medeni durumu	Evli	13	6,3
	Bekar	194	93,7
Gelir durumu	Gelir giderden az	52	25,1
	Gelir gidere eşit	130	62,8
	Gelir giderden fazla	25	12,1

Hayatının genelini geçirdiği coğrafi bölge	Marmara bölgesi	147	71
	Doğu ve Güneydoğu Anadolu bölgesi	18	8,7
	Karadeniz bölgesi	15	7,2
	İç Anadolu bölgesi	14	6,8
	Akdeniz ve Ege bölgesi	13	6,3
Öğrenim döneminde kalınan yer	Aile ile birlikte	141	68,1
	Yurtta	66	31,9
Mezun olunan lise türü	Sağlık Meslek Lisesi	24	11,6
	*Diğer	183	88,4
Bölümü isteyerek tercih etme durumu	Evet	173	83,6
	Hayır	34	16,4

* İmam Hatip, Anadolu ve Fen Lisesi

Çalışmamız kapsamında öğrencilerin afete hazırlıklı olma durumları sorgulanmış öğrencilerin kendilerini 1 ila 10 arasında puanlandırması istenmiştir. Öğrencilerin afete hazırlıklı hissetme durumları 4,39+1,72 olarak belirlendi (Tablo 2).

Tablo 2. Öğrencilerin afet ile ilgili bulguları (n=207)

	$\bar{X}\pm SS$	Min.	Max.
Afete hazırlıklı olma Düzeyi	4,39±1,72	1	10
Geçmişte afete maruz kalma durumu	Evet	107	51,7
	Hayır	100	48,3
Afet kaynaklı can veya maddi kayıp yaşama durumu	Evet	21	10,1
	Hayır	186	89,9
Afet ve afetlerden korunma yöntemleri ile ilgili eğitim alma durumu	Evet	101	48,8
	Hayır	106	51,2
Afetlerde gönüllü olarak görev alma durumu	Evet	12	5,8
	Hayır	195	94,2
Okul afet planını okuma durumu	Evet	28	13,5
	Hayır	179	86,5
Ulusal kuruluş ya da Sivil Toplum Kuruluşu'na üye olma durumu	Evet	20	9,7
	Hayır	187	90,3
Afet tatbikatına katılma durumu	Evet	149	72
	Hayır	58	28

Öğrencilerin; %51,7'sinin geçmişte afete maruz kaldığı ve %10,1'nin afet kaynaklı can ve maddi kayıp yaşadığı saptandı. Katılımcıların; %48,8'inin afet ve afetlerden korunma yöntemleri ile ilgili eğitim aldığı, %5,8'inin afetlerde gönüllü olarak görev aldığı, %13,5'inin okul afet planını okuduğu belirlendi. Öğrencilerin; %9,7'sinin ulusal kuruluş ya da Sivil Toplum Kuruluşu'na üye olduğu, %72'sinin ise afet tatbikatına katıldığı tespit edildi (Tablo 2).

Tablo 3. Sınıf değişkenine göre öğrencilerin Afete Hazır Bulunuşluk Ölçeği toplam ve alt boyut puan ortalamaları

	$\bar{X}\pm SS$	Range	Min-Max
Afet Fiziksel Koruma	10,60±2,13	5-20	5-15
Afet Planlama	6,70±1,69	3-12	3-9
Afet Yardım	7,28±1,54	3-12	3-9

Afet Uyarı Sistemleri	4,26±1,03	2-8	2-6
AHBÖ Toplam	28,85±5,40	13-52	13-39

Katılımcıların, Afete Hazır Bulunuşluk Ölçeği toplam puanları 28,85±5,40 (range: 13-52, min:13, max:39) olarak belirlendi.

Tablo 4. Öğrencilerin bazı özelliklerine göre Afete Hazır Bulunuşluk Ölçeği toplam ve alt puan ortalamalarının karşılaştırılması

		Afet Fiziksel Koruma Alt Boyutu	Afet Planlama Alt Boyutu	Afet Yardım Alt Boyutu	Afet Uyarı Sistemleri Alt boyutu	AHBÖ Ölçek Toplam
Sınıf	1. Sınıf	10,62±2,08	6,84±1,78	7,44±1,53	4,47±1,00	29,38±5,33
	2. Sınıf	10,60±1,93	6,65±1,41	7,55±1,36	4,13±1,09	28,94±4,80
	3. Sınıf	10,29±2,14	6,51±1,72	6,97±1,57	4,08±0,92	27,85±5,31
	4. Sınıf	11,15±2,33	6,85±1,77	7,35±1,61	4,37±1,14	29,72±6,10
		KW: 1,527 p: 0,676	KW: 1,579 p:0,664	KW:4,838 p: 0,184	KW: 6,171 p: 0,104	KW:2,580 p:0,461
Hayatının büyük kısmını geçirdiği bölge	¹ Marmara bölgesi	10,55±2,13	6,60±1,74	7,16±1,54	4,18±1,00	28,50±5,46
	² Doğu ve Güneydoğu Anadolu bölgesi	11,30±2,17	7,15±1,62	7,53±1,19	4,38±0,86	30,38±5,04
	³ Karadeniz bölgesi	11,07±1,07	7,14±1,16	7,78±1,18	5,00±0,78	31,00±3,16
	⁴ İç Anadolu bölgesi	10,60±2,38	7,13±1,59	8,13±0,91	4,53±1,18	30,40±4,50
	⁵ Akdeniz ve Ege bölgesi	10,22±2,57	6,44±1,78	7,00±2,11	4,00±1,18	27,66±6,77
	KW: 1,388 p: 0,846	KW: 3,114 p: 0,539	KW: 7,052 p: 0,133	KW: 10,919 p: 0,027	KW: 5,068 p: 0,280	
				PostHoc: 3>1, 3>2, 3>4, 3>5		
Bölümü isteyerek tercih etme durumu	Evet	10,80±2,00	6,76±1,66	7,34±1,52	4,35±1,01	29,28±5,22
	Hayır	9,58±2,52	6,35±1,82	6,97±1,62	3,76±0,986	26,67±5,89
		U: -2,245 p: 0,025	U: -1,056 p: 0,291	U: -1,232 p: 0,218	U: -2,996 p: 0,003	U: -2,208 p: 0,027
Geçmişte afete maruz kalma durumu (kendisi/ yakını)	Evet	10,74±1,99	6,87±1,65	7,39±1,35	4,30±0,95	29,32±4,88
	Hayır	10,46±2,28	6,51±1,73	7,17±1,71	4,21±1,11	28,35±5,90
		U: -1,196 p: 0,232	U: -1,467 p: 0,142	U: -0,511 p: 0,609	U: -0,869 p: 0,385	U: -,391 p: 0,164
Afet kaynaklı can veya maddi kayıp yaşama durumu	Evet	10,80±2,74	6,42±1,93	6,76±2,02	4,23±1,22	28,23±7,20
	Hayır	10,58±2,06	6,73±1,67	7,34±1,47	4,26±1,01	28,92±5,18
		U: -1,286 p: 0,198	U: -0,451 p: 0,652	U: -1,086 p: 0,278	U: -0,247 p: 0,805	U: 0-127 p: 0,899
Afet ve afetlerden korunma yöntemleri ile ilgili	Evet	10,89±2,17	6,81±1,73	7,48±1,54	4,38±1,00	29,57±5,40
	Hayır	10,33±2,07	6,59±1,66	7,09±1,52	4,14±1,04	28,16±5,34
		U: -2,170 p: 0,031	U: -1,173 p: 0,241	U: -2, 063 p: 0,039	U: -1,829 p: 0,067	U: -2,170 p: 0,030

eğitim alma durumu						
Okul afet planını okuma durumu	Evet	11,39±2,62	7,03±1,75	7,35±1,76	4,71±1,15	30,50±6,67
	Hayır	10,48±2,03	6,64±1,68	7,27±1,50	4,18±0,99	28,59±5,15
		U: -2,128 p: 0,033	U: -1,079 p: 0,281	U: -,0532 p: 0,594	U: -2,601 p: 0,009	U: -1,827 p: 0,068

U:Mann Whitney U Test, KW: Kruskal Wallis Test

Ebe adaylarının sınıf düzeyi, geçmişte afete maruz kalma ve afet kaynaklı can veya maddi kayıp yaşama durumu değişkenlerinin Afete Hazır Bulunuşluk Ölçeği toplam ve alt puan ortalamalarını anlamlı etkilemediği belirlendi ($p>0,05$) (Tablo 4).

Hayatının büyük kısmını geçirdiği coğrafi bölge değişkeninin afet uyarı sistemleri alt boyutunu; bölümü isteyerek tercih etme durumu değişkeninin ise afet fiziksel koruma, afet uyarı sistemleri alt boyutları ve AHBÖ toplam puanını anlamlı olarak etkilediği saptandı ($p<0,05$) (Tablo 4).

Afet ve afetlerden korunma yöntemleri ile ilgili eğitim alma durumu değişkeninin afet fiziksel koruma, afet yardım ve ölçek toplam puanını; okul afet planını okuma durumu değişkeninin ise fiziksel koruma ve afet uyarı sistemi alt boyutlarını anlamlı olarak etkilediği tespit edildi ($p<0,05$) (Tablo 4).

TARTIŞMA

Ebelik öğrencilerinin afete hazır bulunuşluk düzeyleri ve bu durumu etkileyen faktörlerin incelendiği bu çalışmada ebelik öğrencilerinin Afete Hazır Bulunuşluk Ölçeği toplam puanlarının 28.85 ± 5.40 (min:13, max: 52) olduğu belirlenmiştir. Araştırma sonucuna göre ebelik öğrencilerinin afete hazır bulunuşluk düzeylerinin orta düzeyde olduğu söylenebilir. Benzer şekilde, Baykal ve arkadaşlarının (2023) ebelik ve hemşirelik öğrencileri üzerinde yürüttükleri çalışmada öğrencilerin afete hazır bulunuşluk durumu orta düzey olarak saptanmıştır. Tözün ve arkadaşlarının (2022) yürüttükleri benzer bir çalışmada öğrencilerin afete hazırlık düzeyleri puan ortalamalarının 51.0 (min: 23.0, max: 63.0) olduğu ve öğrencilerin afete hazırlık durumlarının iyi olduğu saptanmıştır. Pertiwi ve Zakiyah'ın (2021) Endonezya'da

üniversite öğrencileri ile yaptıkları bir çalışmada öğrencilerin afete hazır bulunuşluk düzeylerinin ortalamanın altında olduğu tespit edilmiştir. Malezya’da genel popülasyonla yapılan bir çalışmada ise bireylerin afete hazır bulunuşluk düzeylerinin düşük olduğu saptanmıştır (Mohammad-pajoo & Ab Aziz, 2014: 3683-3709). Araştırma sonuçları popülasyona ve araştırmanın yapıldığı ülkenin jeopolitik ve topografik özelliklerine göre farklılık gösterebilmektedir. Özellikle deprem kuşağında yer alan ülkelerin bu konuda daha çok hazırlıklı olması beklenirken, çalışma bulgularımıza göre ebe adaylarının afete hazır bulunuşluk düzeylerinin orta düzey olduğu belirlenmiştir. AHBÖ alt boyutları incelendiğinde afet fiziksel koruma, afet planlama, afet yardım ve afet uyarı sistemleri alt boyut puan ortalamalarının orta düzeyde olduğu saptanmıştır. Tercan’ın (2022) genel popülasyonda yürüttükleri bir çalışmada da AHBÖ alt boyut puanları ortalama ya da ortalamanın altında olduğu belirlenmiştir. Benzer şekilde, Ağahan ve Demirbilek’in (2023) öğretmenlerle yürüttükleri bir çalışmada da afet fiziksel koruma, afet planlama, afet yardım ve afet uyarı sistemleri alt boyutlarının ortalama veya ortalamanın altında olduğu tespit edilmiştir. Araştırma sonuçları çalışma ile benzerlik göstermektedir. Türkiye’nin afet bölgesinde yer alan bir ülke olmasına rağmen çalışma bulgularına göre çoğunlukla bireylerin afetlere karşı hazır bulunuşluk durumlarının iyi düzeyde olmadığı söylenebilir.

Ebe adaylarının AHBÖ toplam ve alt boyut puanlarını etkileyen değişkenler incelendiğinde afetlerle ilgili eğitim alan öğrencilerin AHBÖ toplam puanı, afet fiziksel koruma ve afet yardım alt boyut puanlarının daha yüksek olduğu; bölümü isteyerek tercih eden ebe adaylarının AHBÖ toplam puan, afet fiziksel koruma ve afet uyarı sistemleri alt boyutlarının anlamlı olarak yüksek olduğu belirlenmiştir. Solakoğlu ve arkadaşlarının (2024) yürüttükleri bir çalışmada afet ile ilgili eğitim alan öğrencilerin afete hazır bulunuşluk düzeylerinin daha yüksek olduğu belirlenmiştir. Ağahan ve Demirbilek’in (2023) öğretmenler üzerinde yapmış oldukları benzer bir çalışmada da afet eğitimi alma durumlarının afete hazır bulunuşluk düzeylerini, afet fiziksel

koruma ve afet yardım alt boyutlarını anlamlı olarak etkilediği tespit edilmiştir. İlk yardım eğitimi alan bireyler üzerinde yürütülen araştırmada da afet ile ilgili eğitim alan kişilerin afete daha hazırlıklı oldukları saptanmıştır (Demirci, 2023: 92-101). Araştırma sonucu çalışmalarla benzerlik göstermektedir. Afet eğitimi içerisinde yer alan uygulamalı eğitim, planlama ve organizasyon, psikolojik hazırlık ve uyum sağlama gibi içerik ve becerilerin, bireylerin hazır bulunuşluk düzeylerini artırması olağan karşılanmaktadır. Ayrıca sağlık ile ilgili bir mesleği isteyerek tercih eden öğrencilerin afetlere hazır bulunuşluk konusunda bilgi ve farkındalığının yüksek olması bekledik bir sonuç olarak karşımıza çıkmaktadır. Son olarak okul afet planını okuma durumunun da afet fiziksel koruma ve afet uyarı sistemleri alt boyut puanlarını arttırdığı belirlenmiştir. Öğrencilerin afet planını okumaları sayesinde fiziksel olarak kendilerini nasıl daha iyi koruyacaklarını öğrendikleri ve uyarı işaretlerini de fark edebildikleri düşünülmektedir.

Bunun yanında Karadeniz bölgesinde yaşayan bireylerin diğer bölgelerde yaşayan bireylere göre afet uyarı sistemleri hakkında daha duyarlı oldukları belirlenmiştir. Ülkemizde son yıllarda önemli doğal afetlerden biri olarak kabul edilen heyelan ve sel, oluşma sıklığı ve verdiği zararlar açısından en fazla etkilenen bölge Doğu Karadeniz bölgesidir (Yurt, 2012: 2-3). Hayatının büyük bölümünü Karadeniz bölgesinde geçiren ebe adaylarının afet uyarı sistemleri alt boyut puan ortalamalarının diğerlerine göre anlamlı olarak yüksek olması bölgesel hazır bulunuşluğu destekler niteliktedir.

Araştırmaya katkı sağlayan öğrenciler çoğunlukla (%51.7) afete maruz kalmasına rağmen afetlerle ilgili eğitimlere katılma durumlarının ortalamasının altında olduğu (%48.8), gönüllülük faaliyetlerine katılma ve sivil toplum kuruluşlarına üye olma oranlarının düşük olması Afet Hazır Bulunuşluk Ölçek puan ortalamalarının yüksek düzeyde olmamasını açıklar niteliktedir. Bu durumun, bilgi, farkındalık, yönetim ve planlama eksiklikleri (Paton ve ark., 2010: 766), kültürel ve sosyal faktörlerden kaynaklandığı düşünülmektedir. Ayrıca, kadercilik inancı da

bireylerin afetlere karşı hazır bulunuşluk seviyesini olumsuz etkilemektedir. Bu yaklaşım, davranış ve olayın nedenini insan dışındaki alanlara atfetmesi nedeniyle itaat ve boyun eğmeye yönelik tutumları geliştirmekte ve sonuçta sorumluluğu ortadan kaldıran, her şeyi kaderle açıklamakla mütevekkil ve sabırlı bir anlayışı beslemekte, bu anlayışın etkisiyle başa gelen çekilmekte, sorgulayıcı bir anlayış gelişmemektedir. Bu noktada sosyal bir uyarıcı olarak kadercilik risk algısını etkilediği gibi, olayın nedenini dış şartlarda, kaderde arama kritik, kontrollü bir davranış yerine, kimi zaman hayat karşısında pasif tutumları, toplumsal hayatı olumsuz yönde etkileyen riskli davranışların ve riske açık faaliyetlerin yaygınlığını, yüksek risk içeren konularda dahi “bir şey olmaz tavırlarını” ve ihmali pekiştirmektedir.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Çalışma bulguları, ebeklik bölümü öğrencilerinin bir afet risk bölgesi olan İstanbul’da yaşamaları ve sağlık alanında eğitim görmelerine rağmen afete hazır bulunuşluk düzeylerinin yeterli olmadığı görülmektedir. Yaşadığı bölge dışında sosyo-demografik özelliklerin, daha önce afete maruz kalma ve afette bir yakını kaybetme durumlarının hazır bulunuşluğu etkilemediği saptanmakla birlikte afet konusunda eğitim almanın ve ebeklik bölümünü isteyerek tercih etmenin ebeklik öğrencilerinin hazır bulunuşluğunu pozitif olarak etkilediği belirlenmiştir. Bu doğrultuda geleceğin sağlık profesyoneli olacak ebe adaylarının afetlere hazır bulunuşluk düzeyinin geliştirilmesi için eğitim programlarının planlanması ayrıca içeriği zenginleştirilmiş gerektiği durumlarda tatbikat ve benzeri uygulamalarla pekiştirilen afet eğitimlerinin her yaş grubu için yaygınlaştırılması önerilmektedir.

KAYNAKÇA

- Abdelaliem, S. M. F., Baghdadı, N. A., & Al Anızı, A. S. (2022). A cross-sectional study about nurses' and physicians' experience of disaster management preparedness throughout COVID-19. *Disaster Medicine and Public Health Preparedness*, 1-7.
- AFAD. (2018). Türkiye'de afet yönetimi ve doğa kaynaklı afet istatistikleri. https://www.afad.gov.tr/kurumlar/afad.gov.tr/35429/xfiles/turkiye_de_afetler.pdf
- AFAD. (2019). Açıklamalı afet yönetimi terimleri. <https://www.afad.gov.tr/tr/23792/Aciklamali-Afet-Yonetimi-Terimleri-Sozlugu?kelime=afet>
- AFAD. (2023). 06 ŞUBAT 2023 PAZARCIK-ELBİSTAN KAHRAMANMARAŞ (Mw: 7.7 – Mw: 7.6) DEPREMLERİ RAPORU. https://deprem.afad.gov.tr/assets/pdf/Kahramanmara%C5%9F%20Depremi%20%20Raporu_02.06.2023.pdf
- Ağahan, M., & Demirbilek, Ö. (2023). Öğretmenlerin afet hazırbulunuşluklarının farklı değişkenler açısından incelenmesi. *Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 20(3), 735-744.
- Aker, S., & Aydın Kartal, Y. (2023, May). Afet yönetiminde ebelerin rol ve sorumlulukları ve afet ebeliği kavramının geliştirilmesi. *ACADEMY 1st International Conference on Earthquake Studies*, İstanbul, Türkiye. Tam Metin Bildiri.
- Baykal, D. Ç., Özdemir, F. K., & Beydağ, K. D. (2023). Hemşirelik ve ebelik eğitimi alan üniversite öğrencilerinin afete hazırbulunuşluğu ve etkileyen faktörler. *Sosyal Bilimler Araştırma Dergisi*, 12(3), 401-411.
- Davis, C. N., Weber, M. C., Schulenberg, S. E., & Green, J. J. (2019). University students' disaster preparedness: A focus group study. *Best Practices in Mental Health*, 15(2), 29-47.

- Demirci, C. (2023). İlk yardım eğitimi alan bireylerin ilk yardım becerileri ve afet hazırbulunuşluk düzeyleri. *Bilecik Şeyh Edebali Üniversitesi Sağlık Bilimleri Fakültesi Dergisi*, 1(2), 92-101.
- Ersoy, S. & Kocak, A. (2015). Disasters and Earthquake Preparedness of Children and Schools in Istanbul, Turkey. *Geomatics, Natural Hazards and Risks*, 7(4). 1307-1336.
- Ertuğrul, B., & Ünal, S. D. (2020). Bir vakıf üniversitesi sağlık hizmetleri meslek yüksekokulunda öğrenim gören öğrencilerin genel afete hazırlıklı olma inanç durumlarının belirlenmesi. *Afet ve Risk Dergisi*, 3(1), 31-45.
- Fothergill, A., Palumbo, M. V., Rambur, B., Reinier, K., & McIntosh, B. (2005). The volunteer potential of inactive nurses for disaster preparedness. *Public Health Nursing*, 22(5), 414-421.
- Gillani, A. H., Mohamed Ibrahim, M. I., Akbar, J., & Fang, Y. (2020). Evaluation of disaster medicine preparedness among healthcare profession students: A cross-sectional study in Pakistan. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 17(6), 2027. <https://doi.org/10.3390/ijerph17062027>
- ICM. (2015). Position statement: Role of the midwife in disaster/emergency preparedness PS2014_003. The Hague: International Confederation of Midwives. <https://www.internationalmidwives.org/assets/files/statement-files/2018/04/role-of-the-midwife-in-disaster-preparedness-eng.pdf>
- Kadıoğlu, M. (2011). Afet tanımları. Yılmaz, M. (Ed.), *Afet Yönetimi Beklenilmeyeni Beklemek, En Kötüsünü Yönetmek* (ss. 38-40). İstanbul: Marmara Belediyeler Birliği, Birinci Baskı.
- Kır, E., & Yılar Erkek, Z. (2023, August). Afetler ve gebelik. *Ases II. Uluslararası Afet Kongresi, Kahramanmaraş, Türkiye. Tam Metin Bildiri.*

- Kortak, V. (2023). Sosyal Bilgiler Öğretmen Adaylarının Afetlere Yönelik Tutumlarının İncelenmesi. *Afet Ve Risk Dergisi*, 6(2), 448-463. <https://doi.org/10.35341/afet.1209047>
- Mohammad-pajoo, E., & Ab Aziz, K. (2014). Investigating factors for disaster preparedness among residents of Kuala Lumpur. *Natural Hazards and Earth System Sciences Discussions*, 2(5), 3683-3709.
- Neumayer, E., Plümper, T., & Barthel, F. (2014). The political economy of natural disaster damage. *Global Environmental Change*, 24, 8-19.
- Özmen, B. (2012). Türkiye deprem bölgeleri haritalarının tarihsel gelişimi. *Türkiye Jeoloji Bülteni*, 55(1).
- Paton, D., Bajek, R., Okada, N., & McIvor, D. (2010). Predicting community earthquake preparedness: A cross-cultural comparison of Japan and New Zealand. *Natural Hazards*, 54, 765-781.
- Pertiwi, H., & Zakiyah, Z. (2021). Factors affecting student's level of disaster preparedness knowledge. *Jurnal Kesehatan*, 12(2), 199-204.
- Preston, J. (2012). What is disaster education? In *Disaster Education* (pp. 1-10). Brill.
- Solakoğlu, G. A., Voicescu, G. T., Kurtuluş Açıksarı, B. A., & Koçak, M. (2024). Factors affecting the self-efficacy, self-competency, and willingness of medical students in disasters. *Eurasian Journal of Emergency Medicine*, 23(1).
- Şahin, Y., Lamba, M., & Öztıp, S. (2018). Üniversite öğrencilerinin afet bilinci ve afete hazırlık düzeylerinin belirlenmesi. *Medeniyet Araştırmaları Dergisi*, 3(6), 149-159.
- Şentuna, B., & Çakı, F. (2020). Balıkesir örneğinde bir ölçek geliştirme çalışması: Afet hazır bulunuşluk ölçeği. *İdealkent*, 11(31), 1959-1983.
- Taşkıran, G., & Baykal, Ü. (2017). Afetler ve Türkiye'de hemşirelerin afetlere hazır olma durumları: Literatür inceleme. *Sağlık ve Hemşirelik Yönetimi Dergisi*, 4(2), 79-88.

- Tercan, B. (2022). Afete dirençlilikte bireylerin afetlere hazırlığının incelenmesi: Erzincan ili örneği. *Afet ve Risk Dergisi*, 5(1), 261-269.
- Thornley, L., Ball, J., Signal, L., Lawson-Te Aho, K., & Rawson, E. (2015). Building community resilience: Learning from the Canterbury earthquakes. *Kōtuitui: New Zealand Journal of Social Sciences Online*, 10(1), 23-35. <https://doi.org/10.1080/1177083X.2014.934846>
- Tkachuck, M. A., Schulenberg, S. E., & Lair, E. C. (2018). Natural disaster preparedness in college students: Implications for institutions of higher learning. *Journal of American College Health*, 66(4), 269-279.
- Tozun, M., Zengi, I., Kart, B. C., Ugur, E., Cumen, M., Kalender, S., ... & Aydin, O. (2022). Assessment of disaster preparedness level of medical students of a university, Turkey. *European Journal of Environment and Public Health*, 6(1), em0107.
- UNISDR. (2016). Report of the open-ended intergovernmental expert working group on indicators and terminology relating to disaster risk reduction. Geneva, Switzerland: United Nations Office for Disaster Risk Reduction. https://www.preventionweb.net/files/50683_oiewgreportenglish.pdf
- World Health Organization. (2024). Nurses and midwifery. <https://www.who.int/home/search-results?indexCatalogue=genericsearchindex1&searchQuery=ebelerin%20g%C3%B6revleri&wordsMode=AnyWord>
- Yılmaz, D. G. (2023). Geçmiş depremlerden 2023 Kahramanmaraş depremlerine: Neden afete karşı hazır değiliz? *Afet ve Risk Dergisi*, 6(3), 1009-1023.
- Yurt, R. (2012). Doğu Karadeniz Bölümü doğal afet planlarının hazırlanması. G.Ü. Fen-Edebiyat Fakültesi Coğrafya Bölümü, 28100 Giresun.



SOSYOEKONOMİK FAKTÖRLERİN SUÇ ORANLARINA ETKİSİ: EKONOMİK BÜYÜME, GÖÇ VE BAĞIMLILIK

The Effect of Socioeconomic Factors on Crime Rates: Economic Growth, Migration and Drug Dependency

Mevlüt MARUFOĞLU

Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi, Erciş Meslek Yüksekokulu, Çocuk Bakımı ve Gençlik Hizmetleri Bölümü, mevlutmarufoglu@yyu.edu.tr, Van / Türkiye
<https://orcid.org/0000-0001-9834-4095>

Çetin GÖRÜR

Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi, Erciş Meslek Yüksekokulu, Muhasebe ve Vergi Bölümü, cetingorur@yyu.edu.tr, Van / Türkiye
<https://orcid.org/0000-0002-9556-5068>

Doi: <https://doi.org/10.33723/rs.1531541>

Marufoğlu, M. & Görür, Ç. (2024). "Sosyoekonomik faktörlerin suç oranlarına etkisi: ekonomik büyüme, göç ve bağımlılık". R&S- Research Studies Anatolia Journal, 7(4). 427-445

Makale Türü / Article Type: Araştırma Makalesi / Research Article

Geliş Tarihi/ Arrived Date: 12.08.2024

Kabul Tarihi / Accepted Date: 11.09.2024

Yayınlanma Tarihi / Published Date: 31.10.2024

ÖZ

Suç oranları, modern toplumların en önemli sosyal problemlerinden biri olarak karşımıza çıkarken, bu oranları etkileyen birçok karmaşık faktör bulunmaktadır. Ekonomik büyüme, göç ve bağımlılık gibi unsurlar, suç oranları üzerinde derin etkiler yaratabilir. Ekonomik büyüme, genellikle refah seviyesinin artmasına ve işsizlik oranlarının azalmasına katkıda bulunarak suç oranlarını düşürebilir; ancak, ekonomik eşitsizlikler ve kaynakların adil olmayan dağılımı suç faaliyetlerini tetikleyebilir. Göç ise hem olumlu hem de olumsuz etkiler yaratabilir; göçmenlerin entegrasyon süreci, sosyal uyum ve fırsat eşitliği sağlandığında toplumsal yapıya olumlu katkılar sunarken, uyum sorunları ve toplumsal dışlanma, suç oranlarının artmasına neden olabilir. Bağımlılık, özellikle uyuşturucu ve alkol bağımlılığı, bireylerin suç işleme eğilimlerini artırarak hem bireysel hem de toplumsal düzeyde suç oranlarına etki edebilir. Bu faktörlerin bir arada değerlendirilmesi, suç oranlarının anlaşılması ve etkin çözümler üretilmesi için kritik bir öneme sahiptir. Gelişmiş ülkelerde suç oranları, toplumun sosyal, ekonomik ve politik dinamiklerinin bir yansıması olarak karmaşık bir yapıya sahiptir. Bu çalışmada gelişmiş ülkelerde suç oranlarını etkileyen ekonomik büyüme, göç ve bağımlılık faktörleri panel nedensellik testi ile ele alınmıştır. Çalışmada panel genelinde suç oranları ile ekonomik büyüme arasında nedensellik ilişkisi olmadığı bazı ülkelerde ise bu ilişkinin varlığı gözlemlenmiştir. Suç oranları ile göç ve suç oranları ile bağımlılık arasında ise panel genelinde çift yönlü bir nedensellik ilişkisinin varlığı gözlemlenmiştir.

Anahtar Kelimeler: Bağımlılık, Ekonomik Büyüme, Göç, Panel Veri Analizi, Suç Oranları

ABSTRACT

While crime rates are one of the most important social problems of modern societies, there are many complex factors affecting these rates. Factors such as economic growth, migration and drug dependency can have profound effects on crime rates. Economic growth can generally reduce crime rates by contributing to increased welfare and lower unemployment rates; however, economic inequalities and unfair distribution of resources can trigger criminal activities. Migration, on the other hand, can have both positive and negative effects; while the integration process of migrants contributes positively to the social structure when social cohesion and equal opportunities are ensured, integration problems and social exclusion can lead to increased crime rates. Drug and alcohol addiction, especially drug and alcohol addiction, may increase the tendency of individuals to commit crimes and affect crime rates at both individual and social levels. Evaluating these factors together is critical for understanding crime rates and finding effective solutions. In developed countries, crime rates have a complex structure as a reflection of the social, economic and political dynamics of society. In this study, economic growth, migration and drug addiction factors affecting crime rates in developed countries are analysed with panel causality test. In the study, it is observed that there is no causality relationship between crime rates and economic growth across the panel in some countries. The existence of a bidirectional causality relationship between crime rates and migration and crime rates and drug addiction is observed throughout the panel.

Keywords: Drug Dependency, Economic Growth, Migration, Panel Data Analysis, Crime Rates

GİRİŞ

Suç, insanın var oluşu ile ortaya çıkan ve muhtemelen insanlık var oldukça da varlığını devam ettirecek çok boyutlu sosyal bir olgudur. Suç, toplumca benimsenen kurallara, toplum düzenine aykırı olan fiilleri ifade etmektedir. Bu fiiller toplumsal değer yargılarına, yasalara aykırı olduğu gibi bu fiili işleyen kişilere çeşitli hukuksal yaptırımlar uygulanır (Adler vd., 2018).

Suçun ortaya çıkmasında etkili olan pek çok etken bulunmaktadır. İçinde bulunulan toplumun ekonomik gelişmişlik düzeyi, normları, kültürel özellikleri, kişilerin ruhsal durumu bu faktörlerden bazılarıdır. Bir ülkedeki suç oranı da o ülkenin gelişmişlik düzeyinin önemli göstergelerinden birisidir.

Bu çalışma suç oranlarını etkileyen faktörleri inceleyerek suç oranları ile ilişkili olduğu düşünülen ekonomik büyüme, göç ve bağımlı sayısının suç oranları üzerindeki nedensel etkilerini belirlemeyi amaçlamaktadır. Panel nedensellik analizi kullanılarak yapılan bu araştırmanın suçun toplumsal ve ekonomik boyutlarının daha iyi anlaşılmasına katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

LİTERATÜR ARAŞTIRMASI

Suç Oranı ve Ekonomik Büyüme

Ekonomik büyüme, bir ülkedeki mal ve hizmetlerin, üretim oranının zaman içindeki artışıdır. Diğer bir ifade ile gerçek Gayri Safi Yurt İçi Hâsılada (GSYİH) meydana gelen artıştır. Ekonomik büyüme bir ülkedeki vatandaşların refah düzeylerinin önemli bir göstergesidir.

Suçun ekonomik büyüme ve gelişmişlikleri açısından engelleyici bir faktör olduğu 20. Yüzyılın ikinci yarısından itibaren çeşitli araştırmalarla ortaya konmuş ve suçun ekonomi üzerindeki etkisini açıklamaya çalışan çeşitli modeller geliştirilmiştir (Çiçek vd., 2023).

Suç oranları ekonomik büyüme önünde bir engel teşkil ederken, ekonomide yaşanan problemler de suç oranlarını etkilemektedir. Özellikle mala karşı işlenen suçlar olarak ifade edilen hırsızlık, yağma gibi suçlar daha çok ekonomik sıkıntılarla ilişkilendirilmektedir. Bireylerin ekonomik nedenlerle ihtiyaçlarını karşılamakta zorlanması, ekonomik adaletsizlik olduğunu düşünmesi gibi faktörler özellikle yoksul bölgelerde yaşayan insanların daha fazla suça eğilim göstermelerine ve dolayısı ile suç oranlarının artışına neden olmaktadır. Bu yönü ile suç aynı zamanda ekonomik bir problem olarak da değerlendirilebilir (Aktaş ve Nalçacı, 2022; Kaya ve Tabak, 2023).

Suç Oranı ve Göç

Dünyada her yıl binlerce insan doğal afetler, risk teşkil eden sosyal ve siyasal çatışma alanlarından uzaklaşma, daha iyi yaşam koşulları gibi nedenlerle yaşadıkları yerlerden ayrılmaktadırlar. Genel olarak uluslararası veya devletlerin kendi sınırları içerisinde gerçekleşen bu yer değiştirme durumları göç kavramı ile ifade edilmektedir (Özkan, 2019). Göç hareketlerinin kişilerin istekleri dışında gerçekleşmesi ise zorunlu göç olarak ifade edilmektedir. Birleşmiş Milletler Yüksek Komiserliği (UNHCR) tarafından 2024 yılı haziran ayında yayınlanan “küresel eğilimler” raporuna göre; 2023 yılı sonu itibariyle insan hakları ihlalleri, çatışma, iç kargaşa, şiddet gibi nedenlerle dünya genelinde yaklaşık 117,3 milyon kişi zorunlu bir biçimde göç etmek durumunda kalmıştır. Bu sayının 2024 yılının ilk aylarında 120 milyonu geçtiği tahmin edilmektedir. Zorla yerinden edilen bu kişiler Dünya nüfusunun yüzde 1,5’ine denk gelmekte ve son 12 yılda zorla yerinden edilen insan sayısı bir önceki yıla göre sürekli bir biçimde artış göstermektedir (UNHCR, 2024).

Göç eden insan sayısındaki bu yükseliş beraberinde çeşitli sorunları da getirmektedir. Göç eden kişilerin işsizlik oranlarının artışına neden oldukları, toplumsal değerleri hiçe saydıkları, sağlık ve eğitim gibi yapıları bozdukları gibi ön yargılar ile birlikte bu kişilerin daha fazla suç işledikleri düşünülmektedir. Ancak göç ile suç arasındaki ilişkiyi ele alan çalışma sonuçları

çalışmanın yapıldığı yere ve zamana göre farklılıklar göstermektedir. Bazı çalışma sonuçları göç ile suç arasında doğrudan bir ilişki ortaya koyarken, iki değişken arasında bir ilişki olmadığını, hatta negatif bir ilişki olduğunu ortaya koyan çalışmalar da bulunmaktadır. Dolayısı ile suçun tek nedeni olarak göçün gösterilmesinin veya göç ve suç arasındaki ilişkiyi genellenin doğru olmayacağı söylenebilir (Tekin, 2021; Kızmaz, 2018).

Suç Oranı ve Bağımlılık

Psikoaktif madde kullanımı, kullanan kişilerin duygularında, bilişsel faaliyetlerinde ve davranışlarında çeşitli düzeylerde farklılaşmalara neden olabilmektedir. Kişiler maddenin etkisi altında iken muhakeme yetileri zayıflayabilmekte, ani duygusal değişimler, enerjide artış, duyguları daha yoğun bir biçimde yaşama ile birlikte pek çoğu suç sayılan davranışlar sergileyebilmektedirler. Madde temini için hırsızlık, şantaj, tehdit, silahlı veya silahsız saldırı gibi fiiller bunlardan bazılarıdır. Yine trafik kazalarına karışma, cinsel istismar, kendini yaralama davranışları da bağımlı kişilerde sıklıkla görülebilmektedir (Altuner vd., 2009; Karakartal, 2020). Young vd. (2021) yaptıkları çalışmada 2006 ile 2016 yılları arasında Kanada'da gerçekleşen suçları incelemişlerdir. Araştırmaya göre şiddet içeren tüm suçların %26'sı ve şiddet içermeyen suçların %25 i madde kullanımı ile ilişkili bulunmuştur. Yalnızca alkol Kanada'daki tüm şiddet içeren suçların %20'si ve şiddet içermeyen suçların %7'si ile ilişkili bulunmuş, kişilerin hapis cezası alması ile sonuçlanan suçların %42'sinden fazlasının bu maddelerin alınmaması durumunda gerçekleşmeyebileceği ifade edilmiştir. Popovici vd. (2012) tarafından yapılan çalışmada da alkol tüketimi ile hem suç işleme hem de suçun mağduru olma durumları arasında pozitif yönlü bir ilişki olduğu ve sonuçların her iki cinste de aynı ilişkiyi ortaya koyduğu belirtilmiştir.

Literatür incelendiğinde suç ve bağımlılık arasında bir ilişki olduğu kabul edilmekle birlikte bu ilişkinin niteliği ile ilgili farklı teoriler ortaya konmaktadır. Bennet vd. (2008) tarafından yapılan meta analiz çalışması sonucunda uyuşturucu kullanımı ile suç arasındaki ilişkiyi

açıklamaya çalışan teoriler üç ana başlıkta toplanmıştır. İlk teoriye göre suç ve madde kullanımı arasında doğrudan bir neden sonuç ilişkisi vardır. Buna göre madde kullanımı suça neden olduğu gibi suç işlemek de madde kullanımına neden olabilmektedir. İkinci teoriye göre ise suç ve madde kullanımı arasında dolaylı bir neden sonuç ilişkisi vardır. Kişinin yetersiz sosyal desteğe sahip olması, ailede veya okulda yaşanan sorunlar, kişilik problemleri, yasadışı grupların içinde yer alma gibi faktörler hem madde kullanımına hem de suç davranışlarına birlikte neden olabilmektedir. Üçüncü teori ise suç ve madde kullanımı arasında bir ilişki olduğunu kabul etmekle birlikte bu ilişkinin nedensel olmadığını, belirli yaşam tarzları içerisinde birlikte görülen davranışlar olarak açıklamaktadır. Bu sınıflandırma alanda yaygın bir biçimde kullanılmaktadır (Altuner vd., 2009).

MATERYAL VE YÖNTEM

Araştırmanın Modeli

Çalışmada ele alınan model şu şekildedir:

$$SO_{it} = \beta_0 + \beta_1 GDP_{it} + \beta_2 LNG_{it} + \beta_3 LNB_{it} + \varepsilon_{it}$$

Tablo 1’de değişkenlere ait bilgiler detaylı olarak yer almaktadır.

Tablo.1 Değişkenlere Ait Bilgiler (Serilerin Tanımı)

Sembol	Değişken	Tanım	Kaynak
SO	Suç Oranı	Seçili ülkelerdeki yıllık suç oranları (Bağımlı Değişken)	Macrotrends - The Premier Research Platform for Long Term Investors (https://www.macrotrends.net/)
GDP	Ekonomik Büyüme	Seçili ülkelerin yıllık ekonomik büyüme oranları	World Bank (https://databank.worldbank.org/source/world-development-indicators)
LNG	Alınan Göç	Seçili ülkelerin yıllık aldığı göç (logaritmik)	Organisation for Economic Co-operation and Development (https://stats.oecd.org/Index.aspx?DataSetCode=MIG)
LNB	Bağımlı Sayısı	Seçili ülkelerde yıllık bağımlı sayısı (logaritmik)	Our World in Data (https://ourworldindata.org/grapher/number-with-drug-use-disorders-country?tab=table&time=earliest..2019)

Panel birim kök testlerinde, değişkenlerin durağanlığını analiz etmek için atılması gereken önemli bir adım, birim ve zaman boyutlarını içerdiği için dikkate değerdir. Durağanlık analizleri

yapılırken, panel veri analizinde modelin veya değişkenlerin yatay kesit bağımlılığı içerip içermediğini araştırmak önemlidir. Eğer yatay kesit bağımlılığı varsa, ikinci nesil birim kök testleri kullanılırken, yoksa birinci nesil birim kök testleri kullanılır (Demir ve Görür, 2020).

CADF testi, ikinci nesil birim kök testlerinden biridir ve standart ADF birim kök testinin genişletilmiş bir versiyonudur (Pesaran, 2006). CADF testi, birimler arasında yer alan ilişkiyi gidermek için ADF regresyonundan birinci fark alınarak aşağıda yer alan denklem elde edilir:

$$y_{it} = (1 - \phi_i)\mu_i + \phi_i y_{i,t-1} + u_{it}$$

burada; $i = 1, \dots, N$; $t = 1, \dots, T$ ve $u_{it} = \gamma_i f_t + \varepsilon_{it}$ 'dir. f_t gözlemlenemeyen ortak etkileri, ε_{it} ise hata terimini ifade etmektedir. $\phi_i = 1$ olduğunda CADF testinde ele alınan denklem aşağıdaki gibidir:

$$\Delta y_{it} = \alpha_i + \beta_i y_{i,t-1} + \varepsilon_{it}$$

burada $\alpha_i = (1 - \phi_i)\mu_i$, $\beta_i = -(1 - \phi_i)$ ve $\Delta y_{it} = y_{it} - y_{i,t-1}$ şeklindedir.

CADF istatistiği, Pesaran (2006) tarafından belirlenen bir eşik değeri ile karşılaştırılarak, eğer hesaplanan CADF istatistiği bu eşik değerinden küçükse, değişkenin durağan olduğu sonucu elde edilir. Fakat, her bir yatay kesit değerine ait durağanlığı CADF testiyle değerlendirmek zor olabilir. Bundan dolayı, CADF regresyonunu tahmin ettikten sonra panelin geneli CIPS istatistiği ile değerlendirilmelidir. CIPS test istatistiği şu şekildedir (Pesaran, 2007; Demir ve Görür, 2020):

$$CIPS = N^{-1} \sum_{i=1}^N CADF_i$$

CIPS istatistikleri, gecikmeli değişkenlerin t-istatistiklerinin ortalamasını alarak hesaplanır. Bu istatistik, her bir yatay kesit için CADF test istatistiklerinin ortalamasını kullanarak panel veri seti üzerinde birim kök testi yapma olanağı sağlar (Pesaran, 2006).

Çalışma kapsamında, değişkenler arasındaki nedensel ilişkisinin incelenmesi amaçlanmaktadır. Panel veri analizinde, yatay kesit bağımlılığının ve değişkenler arasındaki heterojenliğin bulunduğu durumlarda uygulanabilen Emirmahmutoğlu ve Köse (2011) tarafından önerilen nedensellik testi kullanılmaktadır. Granger nedensellik testi, Emirmahmutoğlu ve Köse'nin nedensellik testinin temelini oluşturur. Bu test, değişkenler arasında yatay kesit bağımlılığı ya da eşbütünleşme bulunmayan durumlarda özellikle faydalıdır (Altınar, 2019).

Heterojen panellerde Granger nedensellik testi için önerilen bir istatistik Fisher (1932) tarafından geliştirilmiş ve incelenmiştir. Fisher'in testi, bağımsız testlerin p-değerlerini birleştirerek genel anlamlılık düzeylerini değerlendirir. Ancak, serilerde yatay kesit bağımlılığı söz konusu olduğunda bu test güvenilir sonuçlar vermeyebilir. Bu durumda, test bootstrap tekniği kullanılarak uygulanır. Bu teknik, her bir birey için sistemdeki maksimum bütünleşme sırasını belirleyen $dmax_i$ ile ilişkili olarak $k_i + dmax_i$ gecikmeli bir VAR modelini kullanır. Bu model, nedenselliği tespit etmek amacıyla iki değişken arasındaki maksimum ilişkileri belirler (Emirmahmutoglu ve Köse, 2011). Model aşağıdaki şekildedir:

$$x_{i,t} = \mu_i^x + \sum_{j=1}^{k_i+dmax_i} A_{11,ij}x_{i,t-j} + \sum_{j=1}^{k_i+dmax_i} A_{12,ij}y_{i,t-j} + u_{i,t}^x$$

$$y_{i,t} = \mu_i^y + \sum_{j=1}^{k_i+dmax_i} A_{21,ij}x_{i,t-j} + \sum_{j=1}^{k_i+dmax_i} A_{22,ij}y_{i,t-j} + u_{i,t}^y$$

burada $dmax_i$, her bir i için sistemdeki en yüksek bütünleşmeyi belirtmekte ve x ile y gibi iki değişken arasındaki nedenselliği belirlemek için en yüksek ilişkiyi ifade etmektedir (Emirmahmutoglu ve Köse, 2011).

Analiz ve Bulgular

Panel veri analizlerinde, kullanılacak yöntemleri belirlemek için önemli bir kriter, yatay kesit bağımlılığının tespit edilmesidir. Analizde kullanılacak yöntemler, yatay kesit bağımlılığının varlığına ya da yokluğuna bağlı şekilde değişmektedir. Uygulanan yatay kesit bağımlılık testlerinin sonuçları Tablo 2'de ifade edilmiştir:

Tablo 2. Yatay Kesit Bağımlılık Sonuçları

SO	İstatistik Değeri	Olasılık Değeri
LM	501.896	0.001*
CD _{LM}	48.161	0.001*
CD _{LM1}	47.898	0.001*
LM _{adj}	21.915	0.001*
GDP	İstatistik Değeri	Olasılık Değeri
LM	547.813	0.001*
CD _{LM}	53.001	0.001*
CD _{LM1}	52.738	0.001*
LM _{adj}	23.246	0.001*
LNG	İstatistik Değeri	Olasılık Değeri
LM	492.851	0.001*
CD _{LM}	47.208	0.001*
CD _{LM1}	46.944	0.001*
LM _{adj}	2.583	0.001*
LNB	İstatistik Değeri	Olasılık Değeri
LM	273.433	0.001*
CD _{LM}	24.079	0.001*
CD _{LM1}	23.816	0.001*

LM_{adj}	13.604	0.001*
------------	--------	--------

Tablo 2 incelendiğinde, değişkenler arasında yatay kesit bağımlılığının olduğu gözlemlenmektedir ($p < 0.05$). Bu nedenle yatay kesit bağımlılığının dikkate alınması gerektiği için çalışmada, ikinci nesil panel birim kök testleri olan CADF-CIPS birim kök testleri kullanılmıştır.

Panel veri analizlerinde, yatay kesit bağımlılık dışında homojenlik sınavasının yapılması gerekmektedir. Homojenlik sınavası için Pesaran ve Yagamata (2008)'nin geliştirmiş olduğu Delta Testi kullanılmıştır. Delta testine ait sonuçlar Tablo 3'te belirtilmiştir:

Tablo 3. Delta Testi Sonuçları

	İstatistik Değeri	Olasılık Değeri
Δ	9.783	0.001*
Δ_{adj}	11.297	0.001*

Homojenlik testi sonuçları incelendiğinde, değişkenlerin heterojen bir yapıda olduğu gözlemlenmektedir ($p < 0.05$).

CADF ve CIPS birim kök testlerinden elde edilen sonuçlar Tablo 4'te belirtilmiştir:

Tablo 4. Birim Kök Testi Sonuçları

SO	L	CADF	Δ SO	l	CADF
Kanada	2	-1.42	Kanada	2	-4.353*
İngiltere	2	-1.02	İngiltere	2	-6.806*
Almanya	2	-1.2	Almanya	2	-4.252*
İtalya	2	-1.59	İtalya	2	-4.979*
Japonya	2	-1.06	Japonya	2	-4.304*
Hollanda	2	-2.2	Hollanda	2	-4.929*
ABD	2	-1.01	ABD	2	-4.264*
İsviçre	2	-1.19	İsviçre	2	-4.568*
Fransa	2	-1.84	Fransa	2	-4.357*
Finlandiya	3	-1.92	Finlandiya	3	-6.361*
	CIPS	-1.445	CIPS		-4.917*
GDP	L	CADF	Δ GDP	l	CADF
Kanada	2	-1.438	Kanada	2	-5.713*
İngiltere	2	-1.089	İngiltere	2	-5.871*
Almanya	3	-1.408	Almanya	3	-5.228*
İtalya	2	-2.249	İtalya	3	-5.267*
Japonya	2	-1.48	Japonya	3	-4.237*
Hollanda	2	-1.337	Hollanda	3	-4.758*

ABD	2	-2.008	ABD	2	-4.562*
İsviçre	3	-1.808	İsviçre	3	-5.803*
Fransa	2	-1.166	Fransa	3	-5.688*
Finlandiya	2	-1.503	Finlandiya	3	-5.647*
CIPS		-1.548	CIPS		-5.277*
LNG	L	CADF	ΔLNG	l	CADF
Kanada	2	-1.356	Kanada	2	-4.153*
İngiltere	2	-1.785	İngiltere	2	-4.39*
Almanya	2	-1.444	Almanya	3	-5.773*
İtalya	2	-1.931	İtalya	2	-5.906*
Japonya	2	0.885	Japonya	2	-5.986*
Hollanda	2	-1.037	Hollanda	2	-5.786*
ABD	2	-1.344	ABD	2	-5.608*
İsviçre	2	-1.66	İsviçre	2	-5.908*
Fransa	2	-1.358	Fransa	3	-5.252*
Finlandiya	2	-1.088	Finlandiya	2	-4.179*
CIPS		-1.211	CIPS		-5.294
LNB	L	CADF	ΔLNB	l	CADF
Kanada	3	-1.421	Kanada	2	-4.095*
İngiltere	3	0.18	İngiltere	2	-5.35*
Almanya	3	-1.067	Almanya	3	-4.539*
İtalya	3	0.325	İtalya	2	-4.164*
Japonya	3	0.004	Japonya	3	-5.072*
Hollanda	3	-0.635	Hollanda	3	-5.778*
ABD	2	-1.57	ABD	2	-5.054*
İsviçre	2	-1.857	İsviçre	2	-5.322*
Fransa	3	-1.1	Fransa	3	-4.681*
Finlandiya	2	-1.121	Finlandiya	3	-5.498*
CIPS		-0.834	CIPS		-4.955*

Not: “l” gecikme uzunluğunu ifade etmektedir. İlgili kritik değerler Pesaran (2006) çalışmasında bulunmaktadır.
*p<0.05.

CADF testi sonuçları incelendiğinde, tüm ülkelerin birinci farkta durağanlaştığı görülmüştür. CIPS test sonuçlarına göre ise, değişkenlerin birinci farkta durağanlaştığı gözlemlenmiştir. Yani, CIPS testi değişkenlerin birinci farkta durağan olduğunu belirlemiştir (p<0.05).

SO ve GDP arasındaki nedensellik ilişkilerinin değerlendirildiği Emirmahmutoglu ve Köse nedensellik testi sonuçları Tablo 5’teki gibidir:

Tablo 5. SO ve GDP Arasındaki Nedensellik İlişkisi

SO→GDP	l	İstatistik Değeri	Olasılık Değeri	GDP→SO	l	İstatistik Değeri	Olasılık Değeri
Kanada	1	0.774	0.379	Kanada	1	0.127	0.721
İngiltere	1	0.027	0.869	İngiltere	1	1.03	0.31
Almanya	1	0.961	0.327	Almanya	1	0.015	0.903

İtalya	2	6.52	0.038*	İtalya	2	0.962	0.618
Japonya	2	2.957	0.228	Japonya	2	4.142	0.126
Hollanda	1	0.029	0.865	Hollanda	1	1.31	0.252
ABD	2	3.697	0.157	ABD	2	0.156	0.925
İsviçre	2	2.201	0.333	İsviçre	2	1.393	0.498
Fransa	1	1.925	0.165	Fransa	1	4.616	0.032*
Finlandiya	1	0.392	0.531	Finlandiya	1	0.251	0.617
Panel Fisher		24.986	0.202	Panel Fisher		20.479	0.428

Not: “P” gecikme uzunluğunu göstermektedir. *p<0.05.

Panel genelinde yapılan analizler incelendiğinde (Tablo 5), SO ve GDP değişkenleri arasında nedensellik ilişkisi olmadığı görülmektedir ($p>0.05$). Ülkeler özelinde incelendiğinde ise İtalya’da SO değişkeninden GDP değişkenine doğru tek yönlü nedensellik ilişkisi olduğu gözlemlenmektedir ($p<0.05$). Suç oranından GDP’ye doğru tek yönlü nedensellik ilişkisinin bulunması, ekonomik büyümenin suç oranlarını azaltabileceğini gösterir. Bu durum, daha yüksek gelir seviyeleri, düşük işsizlik oranları, gelişmiş sosyal hizmetler ve daha etkili polis ve güvenlik önlemleri sayesinde bireylerin suça yönelme eğilimlerinin azalmasıyla açıklanabilir. Ancak bu ilişki, birçok faktörün etkileşimi sonucu ortaya çıktığı için, karmaşık bir yapıya sahiptir ve tek bir nedene indirgenemez. Diğer etkenler de suç oranları üzerinde önemli bir rol oynayabilir. Fransa’da ise GDP değişkeninden SO değişkenine doğru tek yönlü nedensellik ilişkisi olduğu gözlemlenmektedir ($p<0.05$). GDP’den suç oranlarına doğru tek yönlü bir nedensellik ilişkisinin bulunması, ekonomik büyümenin suç oranlarını etkileyebileceğini gösterir. Ekonomik büyüme, genellikle daha fazla iş fırsatı, daha yüksek gelir seviyeleri ve gelişmiş sosyal hizmetler gibi olumlu faktörler sağlar. Bu durum, bireylerin ekonomik sebeplerle suça yönelme ihtimallerini azaltabilir. Ayrıca, artan GDP ile hükümetler güvenlik ve kamu hizmetlerine daha fazla yatırım yapabilir, bu da suçla mücadelede etkili olabilir. Ancak bu ilişki, her zaman basit bir nedensellikten ibaret değildir; ekonomik büyüme, bazı durumlarda gelir eşitsizliklerini artırarak suç oranlarını da etkileyebilir. Dolayısıyla, bu ilişkiyi değerlendirirken, ekonomik büyümenin toplumun genel yapısı üzerindeki etkilerini de göz önünde bulundurmak önemlidir.

SO ve LNG arasındaki nedensellik ilişkilerinin değerlendirildiği Emirmahmutoğlu ve Köse nedensellik testi sonuçları Tablo 6’deki gibidir:

Tablo 6. SO ve LNG Arasındaki Nedensellik İlişkisi

SO→LNG	<i>l</i>	İstatistik Değeri	Olasılık Değeri	LNG→SO	<i>l</i>	İstatistik Değeri	Olasılık Değeri
Kanada	1	0.841	0.359	Kanada	1	2.491	0.115
İngiltere	1	1.521	0.218	İngiltere	1	0.349	0.555
Almanya	2	12.73	0.002*	Almanya	2	0.546	0.761
İtalya	1	0.001	0.978	İtalya	1	0.409	0.523
Japonya	2	2.239	0.327	Japonya	2	0.220	0.896
Hollanda	2	2.355	0.308	Hollanda	2	22.474	0.001*
ABD	2	2.903	0.234	ABD	2	30.575	0.001*
İsviçre	2	4.86	0.048*	İsviçre	2	5.453	0.045*
Fransa	1	0.000	0.989	Fransa	1	0.366	0.545
Finlandinya	1	0.397	0.529	Finlandinya	1	0.158	0.691
Panel Fisher		31.529	0.049*	Panel Fisher		68.031	0.001*

Not: “*l*” gecikme uzunluğunu göstermektedir. * $p<0.05$.

Panel genelinde yapılan analizler incelendiğinde (Tablo 6), SO ve LNG değişkenleri arasında çift yönlü nedensellik ilişkisi olduğu gözlemlenmektedir ($p<0.05$). Suç oranları ile alınan göç arasında çift yönlü nedensellik ilişkisinin gözlemlenmesi, bu iki değişkenin karşılıklı olarak birbirini etkilediğini gösterir. Alınan göç, yerel suç oranlarını etkileyebilir çünkü göçmenler, bazen entegrasyon zorlukları, ekonomik fırsatlara erişim kısıtlılıkları veya sosyal dışlanma nedeniyle suça karışma riski taşıyabilir. Öte yandan, yüksek suç oranları da göçmenlerin belirli bölgelerden kaçınmasına veya yer değiştirmesine neden olabilir, çünkü güvenli ve huzurlu bir yaşam arayışındaki insanlar, suç oranlarının yüksek olduğu yerlere yerleşmek istemeyebilir. Bu çift yönlü etkileşim, göç politikalarının ve toplumsal entegrasyon stratejilerinin suç oranları üzerindeki etkilerini değerlendirmede önemli bir rol oynar ve bu faktörlerin birlikte ele alınması gerektiğini ortaya koyar. Ülkeler özelinde incelendiğinde ise İsviçre’de SO ve LNG değişkenleri arasında çift yönlü nedensellik ilişkisi olduğu gözlemlenmektedir ($p<0.05$). Almanya’da SO değişkeninden LNG değişkenine doğru tek yönlü nedensellik ilişkisi olduğu görülmektedir ($p<0.05$). Hollanda ve ABD’de ise LNG değişkeninden SO değişkenine doğru tek yönlü nedensellik ilişkisi olduğu gözlemlenmektedir ($p<0.05$). Suç oranlarından alınan göç değişkenine doğru tek yönlü bir nedensellik ilişkisinin bulunması, suç oranlarının göçmen akışını etkileyebileceğini göstermektedir. Yüksek suç oranları, potansiyel göçmenlerin belirli bir bölgeye veya ülkeye taşınma kararlarını olumsuz yönde etkileyebilir, çünkü insanlar genellikle güvenli ve huzurlu bir yaşam arayışı içindedir. Ayrıca, suç oranlarının yüksek olduğu bölgeler, göçmenler için cazip olmaktan çıkabilir ve bu durum göç akışının azalmasına neden olabilir. Öte yandan, suç oranlarının düşük olduğu ve güvenli olarak kabul edilen bölgeler, göçmenler için daha çekici hale gelebilir. Bu durum, yerel

yönetimlerin ve hükümetlerin suç oranlarını düşürmek için etkin politikalar geliştirmesinin, göçmen akışını olumlu yönde etkileyebileceğini ve böylece toplumun genel refahını artırabileceğini gösterir.

SO ve LNB arasındaki nedensellik ilişkilerinin değerlendirildiği Emirmahmutoğlu ve Köse nedensellik testi sonuçları Tablo 7'deki gibidir:

Tablo 7. SO ve LNB Arasındaki Nedensellik İlişkisi

SO→LNB	<i>l</i>	İstatistik Değeri	Olasılık Değeri	LNB→SO	<i>l</i>	İstatistik Değeri	Olasılık Değeri
Kanada	2	0.914	0.633	Kanada	2	0.311	0.856
İngiltere	2	3.197	0.202	İngiltere	2	0.67	0.715
Almanya	2	2.707	0.258	Almanya	2	4.044	0.132
İtalya	2	2.169	0.338	İtalya	2	14.944	0.001*
Japonya	1	0.681	0.409	Japonya	1	1.455	0.228
Hollanda	2	4.194	0.123	Hollanda	2	4.873	0.047*
ABD	2	9.523	0.009*	ABD	2	9.471	0.009*
İsviçre	2	2.69	0.261	İsviçre	2	2.059	0.357
Fransa	1	0.971	0.324	Fransa	1	3.689	0.055*
Finlandiya	2	4.056	0.132	Finlandiya	2	0.905	0.636
Panel Fisher		33.488	0.03*	Panel Fisher		46.047	0.001*

Not: “*F*” gecikme uzunluğunu göstermektedir. * $p < 0.05$.

Panel genelinde yapılan analizler incelendiğinde (Tablo 7), SO ve LNB değişkenleri arasında çift yönlü nedensellik ilişkisi olduğu gözlemlenmektedir ($p < 0.05$). Suç oranları ile bağımlı sayısı değişkenleri arasında çift yönlü nedensellik ilişkisinin gözlemlenmesi, bu iki faktörün birbirini karşılıklı olarak etkilediğini gösterir. Bağımlılık sorunları, bireylerin ekonomik ve sosyal açıdan sıkıntılar yaşamasına neden olabilir ve bu durum, suça eğilimi artırabilir. Örneğin, bağımlılar, madde temini için yasadışı yollara başvurabilir veya suç işlemeye itilebilirler. Diğer yandan, yüksek suç oranları, toplumsal stres ve güvensizlik hissi yaratarak bireylerin bağımlılık geliştirmesine zemin hazırlayabilir. Suç oranlarının yüksek olduğu bölgelerde, insanlar yaşadıkları olumsuz koşullardan kaçış yolu olarak bağımlılık yapıcı maddelere yönelebilirler. Bu çift yönlü etkileşim, hem suçla mücadele stratejilerinin hem de bağımlılıkla başa çıkma programlarının eş zamanlı olarak ele alınması gerektiğini ve bu iki sorunun birbirine bağlı olarak çözülmesinin toplumsal refah açısından önem taşıdığını ortaya koyar. Ülkeler özelinde incelendiğinde ise ABD’de SO ve LNB değişkenleri arasında çift yönlü

nedensellik ilişkisi olduğu gözlemlenmektedir ($p<0.05$). İtalya, Hollanda ve Fransa’da ise LNB değişkeninden SO değişkenine doğru tek yönlü nedensellik ilişkisi olduğu gözlemlenmektedir ($p<0.05$). Bağımlı sayısı değişkeninden suç oranları değişkenine doğru tek yönlü nedensellik ilişkisinin gözlemlenmesi, bağımlılığın suç oranlarını etkileyebileceğini göstermektedir. Bağımlılık, bireylerin maddi ve sosyal zorluklar yaşamasına neden olabilir, bu da suç işlemeye yönelik motivasyonlarını artırabilir. Örneğin, bağımlılar, bağımlılıklarını sürdürmek için gerekli maddi kaynakları elde etmek amacıyla hırsızlık, yağma veya uyuşturucu ticareti gibi suçlara yönelebilirler. Ayrıca, bağımlılığın yol açtığı sosyal sorunlar, bireylerin toplumla uyumsuz hale gelmesine ve suç eğilimlerinin artmasına neden olabilir. Bu durum, suç oranlarının yükselmesine katkıda bulunur. Dolayısıyla, suç oranlarını düşürmek amacıyla, bağımlılık sorunlarının etkin bir şekilde ele alınması ve bireylerin rehabilitasyonu için kapsamlı programlar geliştirilmesi büyük önem taşır. Bu yaklaşım, toplumsal huzurun sağlanmasına ve suç oranlarının azaltılmasına katkıda bulunabilir.

TARTIŞMA ve SONUÇ

Suç oranları, toplumsal güvenlik ve düzenin önemli bir göstergesidir ve bu oranların belirlenmesinde ekonomik büyüme, alınan göç ve madde bağımlısı sayısı gibi faktörler kritik bir rol oynamaktadır. Ekonomik büyüme, genellikle yaşam koşullarını iyileştirerek suç oranlarını azaltabilir; ancak, eşitsizlikler ve işsizlik gibi olumsuz etkiler, bu ilişkide karmaşıklığa yol açabilir. Alınan göç, hem yerel ekonomiyi hem de sosyal yapıyı etkileyerek suç dinamiklerini şekillendirebilir; göçmenlerin entegrasyon süreçleri ve toplumsal kabul düzeyi, suç oranları üzerinde önemli etkiler yaratabilir. Madde bağımlısı sayısının artışı ise suç oranlarını doğrudan etkileyebilir, çünkü bağımlılıkla ilişkili suçlar genellikle ekonomik ve sosyal stresle bağlantılıdır. Bu üç faktör arasındaki etkileşimler, suç oranlarının anlaşılmasında ve etkili politika stratejilerinin geliştirilmesinde hayati bir öneme sahiptir.

Bu çalışmada, suç oranlarının bağımlı değişken olarak ele alındığı ve ekonomik büyüme, alınan göç ile bağımlı sayısının bağımsız değişkenler olarak değerlendirildiği bir analiz gerçekleştirilmiştir. Suç oranları, bir toplumun sosyal, ekonomik ve demografik dinamikleri tarafından şekillenen karmaşık bir olgudur. Bu bağlamda, ekonomik büyüme gibi makroekonomik göstergelerin, toplumun ekonomik refahını ve suçla olan ilişkisini nasıl etkilediği; alınan göçün toplumsal dinamikler üzerindeki etkileri ve bağımlı sayısının suç oranlarıyla olan potansiyel bağlantıları incelenmiştir.

Elde edilen bulgulara göre; Suç oranları ve ekonomik büyüme değişkenleri arasında nedensellik ilişkisi olmadığı gözlemlenmiştir. Ülkeler özelinde incelendiğinde ise İtalya’da suç oranları değişkeninden ekonomik büyüme değişkenine doğru tek yönlü nedensellik ilişkisi olduğu gözlemlenmiştir. Fransa’da ise ekonomik büyüme değişkeninden suç oranları değişkenine doğru tek yönlü nedensellik ilişkisi olduğu gözlemlenmiştir (Tablo 5). Suç oranları ve alınan göç değişkenleri arasında çift yönlü nedensellik ilişkisi olduğu gözlemlenmiştir. Ülkeler özelinde incelendiğinde ise İsviçre’de suç oranları ve alınan göç değişkenleri arasında çift yönlü nedensellik ilişkisi olduğu gözlemlenmiştir. Almanya’da suç oranları değişkeninden alınan göç değişkenine doğru tek yönlü nedensellik ilişkisi olduğu gözlemlenmiştir. Hollanda ve ABD’de ise alınan göç değişkeninden suç oranları değişkenine doğru tek yönlü nedensellik ilişkisi olduğu gözlemlenmiştir (Tablo 6). Suç oranları ve bağımlı sayısı değişkenleri arasında çift yönlü nedensellik ilişkisi olduğu gözlemlenmiştir. Ülkeler özelinde incelendiğinde ise ABD’de suç oranları ve bağımlı sayısı değişkenleri arasında çift yönlü nedensellik ilişkisi olduğu gözlemlenmiştir. İtalya, Hollanda ve Fransa’da ise bağımlı sayısı değişkeninden suç oranları değişkenine doğru tek yönlü nedensellik ilişkisi olduğu gözlemlenmiştir (Tablo 7).

Gelişmiş ülkeler için suç oranları ile ekonomik büyüme, alınan göç ve madde bağımlısı sayısı arasındaki ilişkileri inceleyen bir panel nedensellik çalışması, mevcut literatüre önemli katkılarda bulunabilir. Bu tür bir çalışma, suç oranlarının dinamiklerini ve bu oranları etkileyen

ekonomik ve sosyal faktörleri daha iyi anlamamıza yardımcı olurken, özellikle gelişmiş ülkelerdeki spesifik bağlamları dikkate alarak daha derinlemesine analizler sunar. Mevcut literatürde genellikle ülke bazında yapılan çalışmalarda, suç oranları ile ekonomik ve sosyal faktörler arasındaki ilişkiler ele alınmıştır; ancak, panel nedensellik analizi, çok sayıda ülke verisini kullanarak bu ilişkilerin zamansal ve mekânsal boyutlarını daha kapsamlı bir şekilde değerlendirme fırsatı sunar. Bu tür bir analiz, suç oranlarının ekonomik büyüme ve göç hareketleri ile nasıl etkileşimde bulunduğunu, madde bağımlılığı gibi sosyal sorunların bu süreçler üzerindeki dolaylı etkilerini belirlemede kritik bir rol oynar. Ayrıca, gelişmiş ülkelerdeki farklı sosyal ve ekonomik koşulların suç dinamikleri üzerindeki etkilerini karşılaştırarak, daha etkili politika ve müdahale stratejileri geliştirilmesine katkı sağlar. Bu bağlamda, çalışmanın literatüre sunduğu yenilik, hem teorik hem de pratik düzeyde, suç oranlarını etkileyen faktörlerin daha kapsamlı ve entegre bir şekilde analiz edilmesini sağlamaktır.

KAYNAKÇA

- Adler, F., Mueller, G. O. ve Laufer, W. S. (2018). *Criminology*. New York: McGraw-Hill Education
- Altuner, A. (2019). MINT Ülkelerinde Enerji Tüketimi ve Ekonomik Büyüme İlişkisi: Panel Nedensellik Analizi. *Gümüşhane Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Elektronik Dergisi*, 10(2).
- Altuner, D., Engin, N., Gürer, C., Akyay, İ. ve Akgül, A. (2009). Madde kullanımı ve suç ilişkisi: kesitsel bir araştırma. *Tıp Araştırmaları Dergisi*, 7(2), 87-94.
- Bennett, T., Holloway, K., ve Farrington, D. (2008). The statistical association between drug misuse and crime: A meta-analysis. *Aggression and violent behavior*, 13(2), 107-118.

- Çiçek, C., Tektaş, N. ve Aydın, C. (2023). Suç oranları ve ekonomik büyüme ilişkisinin yumuşak geçişli panel regresyon yöntemiyle incelenmesi. *Turkish Studies - Economy*, 18(4), 1297-1308. <https://dx.doi.org/10.7827/TurkishStudies.67117>
- Demir, Y. ve Görür, Ç. (2020). OECD Ülkelerine Ait Çeşitli Enerji Tüketimleri ve Ekonomik Büyüme Arasındaki İlişkinin Panel Eşbütünleşme Analizi ile İncelenmesi. *EKOIST Journal of Econometrics and Statistics*, 32, 15-33. <https://doi.org/10.26650/ekoist.2020.32.0005>
- Emirmahmutoğlu, F. ve Köse, N. (2011). Testing for Granger Causality in Heterogeneous Mixed Panels. *Economic Modelling*, 28(3).
- Fisher, R. A. (1932). *Statistical methods for research workers* (4th ed.). Oliver & Boyd.
- Karakartal, D. (2020). Uyuşturucu madde kullanımı ve suç ilişkisi. *Uluslararası Beşeri Bilimler ve Eğitim Dergisi*, 6(14), 614-617.
- Kaya, A. ve Tabak, O. (2023). Türkiye'nin Düzey-2 Bölgelerinde Sosyo-Ekonomik Faktörlerin Malvarlığına Karşı İşlenen Suçlar Üzerine Etkileri: Sistem GMM Analizi. *İzmir İktisat Dergisi*, 38(1), 35-53.
- Kızmaz, Z. (2018). Göç ve suç arasında bir ilişki var mı?: bütüncül bir bakış. *Bitlis Eren Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 7(2), 562-599.
- Özkan, R. (2019). Göç olgusu ve toplumsal yapıya etkisi. *Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 33(47), 127-145.
- Pesaran, M. H. (2007). A simple panel unit root test in the presence of crosssection dependence. *Journal of Applied Econometrics*, 22(2), 265-312.
- Pesaran, M.H. (2006) Estimation and Inference in Large Heterogeneous Panels with a Multifactor Error Structure. *Econometrica*, 74, 967-1012. <https://doi.org/10.1111/j.1468-0262.2006.00692.x>

- Popovici, I., Homer, J. F., Fang, H. ve French, M. T. (2012). Alcohol use and crime: findings from a longitudinal sample of US adolescents and young adults. *Alcoholism: Clinical and Experimental Research*, 36(3), 532-543.
- Tekin, H. H. (2021). Uluslararası Literatürde Göç ve Suç İlişkisi. *SDE Akademi Dergisi*, 1(2), 12-40.
- United Nations High Commissioner for Refugees (2024). Global trends. (<https://www.unhcr.org/global-trends>) Erişim tarihi: 27.07.2024.
- Young, M. M., De Moor, C., Kent, P., Stockwell, T., Sherk, A., Zhao, J. ve Maloney-Hall, B. (2021). Attributable fractions for substance use in relation to crime. *Addiction*, 116(11), 3198-3205.



SOSYAL HİZMET KAPSAMINDA AFET OKURYAZARLIĞININ ÖNEMİ

The Importance of Disaster Literacy within the Scope of Social Work

Merve DALMAZ

Dr. Serbest Araştırmacı, mervedalmaz@gmail.com, İstanbul / Türkiye
<https://orcid.org/0000-0002-4529-6760>

Doi: <https://doi.org/10.33723/rs.1547449>

Dalmaz, M. (2024). "Sosyal hizmet kapsamında afet okuryazarlığının önemi". R&S-
Research Studies Anatolia Journal, 7(4). 446-464.

Makale Türü / Article Type: Derleme Makalesi / Review Article

Geliş Tarihi/ Arrived Date: 10.09.2024

Kabul Tarihi / Accepted Date: 01.10.2024

Yayınlanma Tarihi / Published Date: 31.10.2024

ÖZ

Bu çalışma, sosyal hizmet kapsamında afet okuryazarlığının önemini ele almaktadır. Afet okuryazarlığı, bireylerin ve toplumların afetlere hazırlıklı olma, afet anında ve sonrasında etkili müdahale edebilme yetkinliklerini artırmayı hedefleyen bir kavramdır. Sosyal hizmet uzmanları, afet süreçlerinde özellikle savunmasız grupların ihtiyaçlarına yönelik hizmetlerin planlanması ve uygulanmasında kritik bir rol oynamaktadır. Bu araştırma, afet öncesi, sırası ve sonrasındaki sosyal hizmet müdahaleleri ile afet okuryazarlığı arasındaki ilişkiyi incelemekte ve sosyal hizmet uzmanlarının afet süreçlerinde sahip olmaları gereken bilgi ve becerilere dikkat çekmektedir. Sonuçlar, afet okuryazarlığının toplum genelinde yaygınlaştırılmasının afet yönetimi süreçlerini iyileştirdiğini göstermektedir. Ayrıca, sosyal hizmet uzmanlarının afet hazırlığı ve müdahale süreçlerinde daha etkin olabilmesi için eğitim müfredatlarının afet okuryazarlığına yönelik içeriklerle zenginleştirilmesi önerilmektedir. Afet sonrası iyileşme süreçlerinde sosyal hizmet uzmanlarının liderlik rollerini üstlenmesi ve sürdürülebilir toplum gelişimi için stratejik çözümler üretmesi gerektiği vurgulanmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Afet Okuryazarlığı, Afet Yönetimi, Sosyal Hizmet

ABSTRACT

This study addresses the importance of disaster literacy within the field of social work. Disaster literacy refers to the capacity of individuals and communities to be prepared for disasters and to effectively respond during and after such events. Social workers play a critical role in planning and implementing services that address the needs of vulnerable groups during disaster processes. This research examines the relationship between social work interventions before, during, and after disasters and disaster literacy, highlighting the knowledge and skills that social workers need to possess in these contexts. The findings indicate that the widespread promotion of disaster literacy improves disaster management processes at the societal level. Furthermore,

it is recommended that educational curricula for social workers be enriched with content focusing on disaster literacy to enhance their effectiveness in disaster preparedness and response efforts. The study also emphasizes the importance of social workers taking on leadership roles in post-disaster recovery processes and developing strategic solutions for sustainable community development.

Keywords: Disaster Literacy, Disaster Management, Social Work

GİRİŞ

Son yıllarda giderek daha fazla önem kazanan afet okuryazarlığı, bireylerin ve toplumların afetlerle başa çıkabilme kapasitesini artırmayı hedefleyen bir kavramdır. Bu kavram, sadece doğal afetlere yönelik farkındalığı ve önlem alma bilgisini kapsamamakta, aynı zamanda bu bilgilerin toplum geneline yayılmasını ve pratikte uygulanabilirliğini de içermektedir (Güngör, 2023:775). Afetlerin, insan yaşamını ani ve ciddi şekilde etkileyebilen olaylar olduğu göz önünde bulundurulduğunda, bu tür bir okuryazarlığın toplum sağlığı ve güvenliği açısından taşıdığı önem net bir şekilde ortaya çıkmaktadır.

Afet okuryazarlığı, bir afetin zararlarını azaltmanın yanı sıra afete hazırlık, müdahale ve iyileştirme süreçlerinde bilinçli kararlar alırken bilgiyi okuma, anlama ve kullanma derecesi olarak tanımlanmaktadır (Brown vd., 2014:269; Sampurno vd., 2015:75). Bu kavram, sadece yüzeysel bir bilgi birikimiyle sınırlı kalmamayıp aynı zamanda bu bilginin günlük yaşantıya entegre edilmesini ve topluluklar arasında yaygınlaştırılmasını da gerektirmektedir. Bu bağlamda, afet okuryazarlığı, bireylerin afetlere karşı hazırlıklı olmalarını sağlamak için gerekli olan bilgi ve becerilerin sistematik bir şekilde geliştirilmesi anlamına gelmektedir (Güngör, 2023:775).

Sosyal hizmet uzmanları, toplumların afetlere hazırlık ve müdahale kapasitesini artırmada merkezi bir rol oynamaktadır. Bu uzmanlar, afetler öncesinde toplulukları eğitmek, afet anında belirlenen kriz çerçevesinde müdahalede bulunmak ve afet sonrasında toplulukların yeniden inşasına katkıda bulunmak gibi çeşitli görevler üstlenmektedirler. Bu nedenle, sosyal hizmet uzmanlarının afet okuryazarlığı konusunda yetkin olmaları, onların afet sonrası travmalarla başa çıkma, kriz yönetimi yapma ve toplulukları yeniden inşa etme süreçlerinde daha etkili olabilmelerini sağlamaktadır (Artan ve Özkan, 2020:50-51). Bu çalışma, sosyal hizmet uygulamalarında afet okuryazarlığının önemini vurgulamakta ve bu kavramın sosyal hizmet uzmanları için nasıl bir rehber niteliği taşıdığını ele almaktadır.

AFET OKURYAZARLIĞI

Afetler, toplumlar veya bireyler üzerinde olumsuz etkiler yaratan, doğal ya da insan kaynaklı olabilen, fiziksel, ekonomik ve sosyal kayıplara yol açan ve hayatın olağan akışını kesintiye uğratan olaylar olarak tanımlanır (AFAD, 2014). Afetler genel olarak doğal afetler ve doğal olmayan afetler olmak üzere ikiye ayrılmaktadır. Doğal afetler, toplumda can ve mal kaybına neden olan, sosyal ve kültürel anlamda zararlar veren doğa olayları olarak nitelendirilir (Kadıoğlu, 2008). Doğal afetler, hidro-meteorolojik ve jeofizik olmak üzere iki ana kategoriye ayrılmaktadır. Hidro-meteorolojik doğal afetler; çığ, toprak kayması, kuraklık, kıtlık, aşırı sıcaklık, sel, orman yangınları, fırtına gibi olayları kapsamaktadır. Jeofizik doğal afetler ise deprem ve volkanik patlama gibi yer kabuğu hareketlerinden kaynaklanan felaketler olarak tanımlanmaktadır. Diğer yandan, doğal olmayan afetler üç ana başlık altında sınıflandırılmaktadır: endüstriyel, çeşitli ve taşımacılık kaynaklı afetler. Endüstriyel afetler, kimyasal sızıntı, endüstriyel yapıların çökmesi, patlama, yangın, gaz kaçağı, zehirlenme ve radyasyon gibi olayları içermektedir. Çeşitli doğal olmayan afetler ise evsel ya da endüstriyel olmayan yapıların çökmesi, patlaması veya yangın çıkmasına yol açan durumları kapsamaktadır. Taşımacılık kaynaklı afetler ise havayolu, demiryolu, karayolu ve su yolu taşımacılığı sırasında meydana gelen kazalar sonucu ortaya çıkan felaketleri içermektedir (Artan ve Özkan, 2020:49).

Bireylerin ve toplumların afetlere yönelik bilgi birikimleri, farkındalık düzeyleri ve bu bilgileri etkin bir şekilde uygulama becerileri afet okuryazarlığı olarak bilinmektedir (Sözcü ve Aydınöz, 2019:80). Bu kavram, sadece afetlere ilişkin temel bilgilere sahip olmayı değil, aynı zamanda bu bilgilerin günlük yaşantıda nasıl uygulanabileceğine dair bir anlayış geliştirmeyi de içerir. Afet okuryazarlığı, bilgi, tutum ve davranış olmak üzere üç temel boyut çerçevesinde ele alınabilir.

Bilgi boyutu, bireylerin afetlere ilişkin kapsamlı ve doğru bilgilere sahip olmasını ifade eder. Bu boyut, afet türleri, afetlerin etkileri, risk faktörleri ve afet yönetimi gibi konularda derinlemesine bilgi sahibi olmayı gerektirir. Tutum boyutu ise, bireylerin edindikleri bu bilgileri içselleştirmesi ve afetlere karşı bilinçli bir yaklaşım geliştirmesiyle ilgilidir. Bu boyut, bireylerin afetlere karşı duyarlılığını artırmayı ve risk algısını güçlendirmeyi hedefler. Son olarak, davranış boyutu, edinilen bilgi ve tutumların pratikte nasıl hayata geçirileceğini belirler. Bu boyut, bireylerin afet durumlarında uygun ve etkili eylemleri gerçekleştirme becerisini ifade eder (Güngör, 2023:776). Bu üç boyut, birlikte ele alındığında, afet okuryazarlığının sadece bilgi edinmekle sınırlı olmadığını, aynı zamanda bu bilgilerin doğru tutumlarla birleşerek davranışa dönüştürülmesi gerektiğini ortaya koyar. Bu bağlamda, afet okuryazarlığı, bireylerin ve toplumların afetlere hazırlıklı olma düzeylerini artırmak ve olası afet durumlarında etkin müdahale kapasitesini geliştirmek için kritik bir yetkinlik olarak değerlendirilmektedir (Sözcü ve Aydınöz, 2019:80; Güngör, 2023:776).

Afet Okuryazarlığı ve Sosyal Hizmet

Sosyal hizmet, bireylerin refah düzeyini yükseltmeyi, sorun çözme ve baş etme yeteneklerini geliştirmeyi hedefleyen, insanların ihtiyaçlarına cevap verebilmek ve problemlerine çözüm bulabilmek amacıyla onları uygun kaynaklarla buluşturan, sosyal politikaların oluşturulmasında aktif rol oynayan, yapılandırılmış ve insancıl hizmetler bütünüdür (Acar, Çamur ve Duyan, 2003:3). Doğal ya da doğal olmayan afetler ve sonuçları, bireylerin refahı üzerinde oldukça önemli bir etki yaratmakta, çözüm bulunması gereken birçok soruna ve karşılanması gereken çeşitli ihtiyaçlara yol açabilmektedir. Sosyal hizmet, afetlerde bireylerin ihtiyaç duyduğu her türlü psikolojik, sosyal, ekonomik vb. desteği bilimsel bilgi temelinde ve mesleki yöntem ve tekniklerini kullanarak etik kurallara uygun olarak sunmaktadır.

Afet sonrasında bireyler; evlerini kaybetme, sağlık sorunları yaşama, aile üyelerinin ya da yakınlarının vefatıyla karşı karşıya kalma gibi zorluklarla karşılaşabilirler (Lindell ve Prater,

2003: 179; Boon ve Pagliano, 2014:190; Artan ve Özkan, 2020:50). Ayrıca, afet sırasında yaşanan uzuv kayıpları veya yaralanmalar sonucunda engellilik durumları ortaya çıkabilir (Karabulut ve Bekler, 2019: 370). Bunun yanı sıra, iş kaybı ve gelir yetersizliği nedeniyle bireyler yoksullukla mücadele etmek zorunda kalabilirler (Artan ve Özkan, 2020:50). Afetler, bu tür kişisel zorlukların yanı sıra yeni sosyal sorunların da ortaya çıkmasına neden olur. Örneğin toplumsal uyumsuzluk ve ayrışma ya da göç ve yer değiştirme bunlar arasında sayılabilir.

Afet okuryazarlığı, bireylerin afetlere hazırlıklı olma, risk yönetimi ve müdahale süreçlerinde aktif ve etkili olma kapasitesini artırır. Afet okuryazarlığı, sadece afet sırasında değil, afet öncesinde bireyleri ve toplumu güçlendirmeyi, toplumsal dirençliliği artırmayı ve afet sonrası iyileşme süreçlerine destek olmayı da içerir. Sosyal hizmet bilimi ekolojik yaklaşımlar, önleme faaliyetleri ve stresle başa çıkma konusunda sunmuş olduğu yöntemler sayesinde mikro, mezo ve makro boyutta değişimi teşvik ederek afet çalışmalarına önemli katkılar sağlar (Zakour, 2005:10). Bu bağlamda sosyal hizmet, afetin yıkıcı etkilerini en aza indirmek için topluluklarla iş birliği yapmayı ve onları kaynaklarla buluşturmayı da amaçlayan bir bilim ve disiplindir (Özçelik, 2020: 51).

Sosyal hizmet, afetlerde savunmasız ve dezavantajlı grupların korunması, psikososyal destek sağlanması ve bireylerin yeniden topluma kazandırılması gibi süreçlerde yer alır (Koç ve Yalçın, 2023:97). Bu kapsamda afet okuryazarlığı, sosyal hizmet alanında çalışan uzmanların afet süreçlerinde yapacakları müdahalelerde daha bilinçli, planlı ve stratejik hareket etmelerine olanak tanır. Ayrıca afet okuryazarlığı sayesinde afet sonrası bireylerin barınma, sağlık, ekonomik destek ve psikososyal ihtiyaçlarının karşılanması gibi önemli görevlerin daha profesyonel şekilde gerçekleştirilmesi mümkün olur (Artan ve Özkan, 2020:51).

Sonuç olarak, afet okuryazarlığı, sosyal hizmet uygulamalarının etkinliğini artırmakta, sosyal hizmet uzmanlarının afet yönetimi süreçlerindeki kritik rollerini güçlendirmektedir. Bu

bağlamda, afet okuryazarlığının sosyal hizmet eğitimi içerisinde daha fazla yer bulması, sosyal hizmet uzmanlarının afetler karşısında daha donanımlı hale gelmesi açısından büyük bir gereklilik arz etmektedir.

Afet Okuryazarlığı ve Sosyal Hizmet Uzmanlarının Rolü

Afetler, ani ve yıkıcı etkileriyle bireylerin ve toplumların yaşamını derinden etkileyen olaylardır (AFAD, 2014). Sosyal hizmet uzmanları, bu süreçlerde bireylerin ve toplulukların yaşadıkları travmaları hafifletmek, krizleri yönetmek ve toplumun yeniden inşa edilmesine katkı sağlamak için hayati bir rol üstlenirler (Koç ve Yalçın, 2023:97). Bu bağlamda, sosyal hizmet uzmanlarının afet hazırlığı ve müdahale süreçlerinde sahip olmaları gereken bilgi, beceri ve yetkinlikler, afet okuryazarlığının temel unsurlarını oluşturur.

Afet Öncesi Hazırlık Süreçleri

Sosyal hizmet uzmanlarının afetlere yönelik hazırlık sürecindeki en önemli görevlerinden biri, toplumda afet farkındalığı yaratmaktır (Kılıç Ceyhan, 2023:780). Afet öncesinde, toplumun afetlere hazırlıklı olmasını sağlamak, afet farkındalığını artırmak ve gerekli eğitim programlarını düzenlemek gibi görevler üstlenirler. Bu süreçte, toplumun en savunmasız gruplarına (çocuklar, yaşlılar, engelliler) yönelik özel planlamalar yaparlar (Artan ve Özkan, 2020:50).

Toplum Eğitimi ve Farkındalık Yaratma: Sosyal hizmet uzmanları, toplulukların afet risklerini daha iyi kavrayabilmesi ve afetler karşısında bilinçli bir şekilde hareket edebilmesi amacıyla kapsamlı eğitim programları ve farkındalık artırıcı kampanyalar düzenler (Social Work Degrees, n.d.). Bu eğitimler, afet öncesi hazırlık, afet sırası güvenlik önlemleri ve afet sonrası toparlanma süreçleri gibi konuları içerir. Özellikle afet risklerinin tanımlanması, risklerin azaltılmasına yönelik alınacak önlemler ve afet anında yapılması gereken doğru müdahaleler konusunda topluluk üyelerine ayrıntılı bilgiler sunulur. Afetlerle başa çıkma konusunda toplumsal dayanıklılığı artırmaya yönelik bu eğitimlerde, yangın, deprem, sel gibi

sıkça karşılaşılan afet türlerine karşı nasıl hareket edileceği, güvenli alanların nasıl belirleneceği ve ilk yardım uygulamalarının nasıl yapılacağı gibi pratik bilgiler verilir (Artan ve Özkan, 2020:51; Kılıç Ceyhan, 2023:780).

Sürecin bir parçası olarak topluluk üyelerinin afet anında birbirlerine nasıl yardım edeceği ve toplumsal dayanışmayı nasıl güçlendireceği de öğretilir. Ayrıca, afet tatbikatları düzenlenerek katılımcıların teorik bilgilerini pratiğe dökme fırsatı bulmaları sağlanabilir. Bu tatbikatlar afetlere karşı toplumsal hazırlığın artırılmasının yanı sıra, bireylerin olası bir kriz anında stresle başa çıkma kapasitelerini geliştirmelerine de yardımcı olur. Böylece, sosyal hizmet uzmanlarının rehberliğinde yürütülen eğitim ve farkındalık çalışmaları, bireylerin ve toplulukların afetlere karşı daha dayanıklı ve bilinçli bir şekilde hareket etmelerini hedeflemiştir.

Afet Planlarının Geliştirilmesi ve Uygulanması: Afet planları, kriz anlarında hızlı ve etkili müdahale edilebilmesi için yapılması gereken adımların sistematik bir şekilde belirlenmesi açısından hayati öneme sahiptir. Bu planlar, afet türüne, büyüklüğüne ve topluluk üzerindeki etkilerine göre özelleştirilmeli ve olası senaryolar göz önünde bulundurularak detaylandırılmalıdır. Sosyal hizmet uzmanları, bu planların hazırlanmasında, uygulanmasında ve topluma entegre edilmesinde aktif rol oynar (Özçelik, 2020: 51). Afet planlarının temel amacı, afet anında ve sonrasında insan hayatını korumak, fiziksel ve psikolojik zararları en aza indirmek, kaynakları verimli bir şekilde kullanmak ve toplumu hızla normale döndürmektir.

Bu süreçte sosyal hizmet uzmanları, çeşitli paydaşlarla (yerel yönetimler, acil durum ekipleri, sağlık kuruluşları ve sivil toplum örgütleri) iş birliği yaparak afet planlarının kapsamlı olmasını sağlar. Planlar, afet türüne göre farklı stratejiler içermelidir. Örneğin, deprem riski yüksek bölgelerdeki afet planları, tahliye yollarının belirlenmesi, binaların güvenliği ve acil toplanma alanlarının koordinasyonu üzerine yoğunlaşırken, sel riski altındaki bölgelerde erken uyarı sistemlerinin kurulması, baraj ve su kanallarıyla ilgili önlemler ve sel anında yapılması

gerekenler ön planda tutulmalıdır. Her iki durumda da sosyal hizmet uzmanları, bu tür planların hem teknik hem de toplumsal boyutlarını bir araya getirerek halkın en iyi şekilde korunmasını hedefler.

Ayrıca, afet planlarının sadece oluşturulması yeterli değildir; bu planların topluluk üyeleri arasında yaygınlaştırılması ve herkesin içeriklerinden haberdar olması sağlanmalıdır. Bu noktada sosyal hizmet uzmanları, toplumun tüm kesimlerinin (kadınlar, çocuklar, yaşlılar, engelliler gibi) afet planlarına dahil edilmesini ve planların bu kesimlerin özel ihtiyaçlarına göre düzenlenmesini sağlar (Karakaş, 2022). Örneğin, engelli bireyler için tahliye prosedürlerinde farklı önlemler alınması gerekebilir; işitme engelliler için görsel alarm sistemleri, bedensel engelliler için uygun tahliye araçlarının bulunması gibi düzenlemeler yapılmalıdır. Benzer şekilde, yaşlı ve hareket kabiliyeti kısıtlı bireyler için afet sırasında hızlı tahliyeyi kolaylaştıracak destek mekanizmaları geliştirilmelidir.

Buna ek olarak, sosyal hizmet uzmanları, afet planlarının düzenli olarak gözden geçirilmesini ve yeni durumlara göre güncellenmesini sağlar. Afetler ve riskler zamanla değişebilir; bu nedenle afet planlarının da esnek ve dinamik olması gereklidir. Örneğin, son yıllarda iklim değişikliği nedeniyle sel, fırtına ve orman yangını gibi doğa olaylarının sıklığı ve şiddeti artmıştır. Bu durum, afet planlarının daha sık gözden geçirilmesini ve yeni risklere göre güncellenmesini gerektirir. Sosyal hizmet uzmanları, afet tatbikatları düzenleyerek topluluk üyelerinin planları etkin bir şekilde öğrenmesini ve afet anında ne yapacaklarını önceden uygulamalarını sağlar.

Risk Değerlendirmesi ve Kaynak Yönetimi: Sosyal hizmet uzmanları, afetlere karşı hazırlıklı olabilmek ve müdahaleyi daha etkili bir hale getirebilmek için afet öncesinde kapsamlı bir risk değerlendirmesi yapar. Bu değerlendirme, hangi bölgelerin ve toplulukların daha fazla risk altında olduğunu belirlemeye yönelik bir analiz sürecidir. Risk değerlendirmesi yapılırken, toplulukların demografik özellikleri, sosyal yapısı, mevcut altyapıları ve kaynakları

dikkatle incelenir. Özellikle yaşlılar, çocuklar, engelliler, düşük gelirli aileler gibi daha kırılgan grupların afetlerden nasıl etkileneceği öngörülerek, bu grupların korunmasına yönelik stratejiler geliştirilir. Ayrıca, risk değerlendirmesi sürecinde, yerel ekosistemler, coğrafi faktörler ve iklim değişiklikleri gibi çevresel unsurlar da göz önünde bulundurulur (Tuncay, 2004). Bu değerlendirme, aynı zamanda afet anında ve sonrasında kullanılacak kaynakların belirlenmesi açısından da kritik rol oynar. Barınma, gıda, su, sağlık hizmetleri ve psikososyal destek gibi temel ihtiyaçların nasıl karşılanacağı, bu süreçte sosyal hizmet uzmanlarının kaynakları en verimli şekilde yönetmesine bağlıdır. Bu kaynakların etkin bir şekilde organize edilmesi, afetin etkilerini en aza indirmek ve kriz sonrası toparlanmayı hızlandırmak için gereklidir. Örneğin, afet bölgelerinde yeterli miktarda temiz su temini, temel sağlık malzemelerinin erişilebilirliği veya geçici barınma olanaklarının sağlanması gibi kaynak yönetimi kararları, afetin yaratacağı olumsuz etkilerin hafifletilmesinde hayati bir rol oynar (Mathbor, 2007: 357–369; Kadıoğlu, 2008).

Ayrıca, sosyal hizmet uzmanları, afet öncesi risk değerlendirmesi yaparken, potansiyel tehlikelere karşı erken uyarı sistemleri ve acil müdahale mekanizmaları da geliştirir. Bu sistemler, afet anında doğru ve hızlı kararlar alınmasına yardımcı olurken, topluluğun hazırlıklı olmasını sağlar. Örneğin, bir sel felaketi riski yüksek olan bir bölgede, erken uyarı sistemleri ve sel sularının kontrolü için altyapı yatırımlarının yapılması, kayıpların azaltılmasında önemli rol oynar.

Afet Anında Müdahale Süreçleri

Afet anında, sosyal hizmet uzmanları hızlı ve etkili bir şekilde harekete geçmelidir. Bu süreçte, kriz müdahalesi, acil barınma ve gıda ihtiyaçlarının karşılanması, psikososyal destek sağlanması gibi birçok kritik görev yerine getirilir. Sosyal hizmet uzmanlarının bu süreçteki rolleri, afetin yarattığı olumsuz etkileri minimize etmeye yöneliktir (Kök, 2023:7; Kılıç Ceyhan, 2023:780).

Kriz Müdahalesi ve Acil Yardım: Kriz müdahalesi ve Acil Yardım: Kriz müdahalesi, afetin hemen ardından başlayan ve hayati önem taşıyan bir süreçtir. Afetin ilk saatlerinde ve günlerinde, zamanında müdahale insan hayatını kurtarmak ve olumsuz etkileri en aza indirmek açısından kritik öncelik taşır. Sosyal hizmet uzmanları, bu süreçte mağdurlara acil yardım ulaştırmak için hızlı ve etkin bir şekilde organize olurlar. Temel ihtiyaçların karşılanması, özellikle de barınma, gıda, temiz su, giysi ve tıbbi yardımların sağlanması, ilk etapta öncelikli hedefler arasındadır. Sosyal hizmet uzmanları, bu ihtiyaçların koordinasyonunda aktif rol oynar, kaynakları doğru şekilde yönlendirir ve yardım süreçlerinin düzenli ve adil bir biçimde işlenmesini sağlar. Acil yardım sadece fiziksel ihtiyaçları karşılamayı değil, aynı zamanda afet mağdurlarının duygusal ve psikolojik ihtiyaçlarını da içerir. Afet anında yaşanan şok ve travma, bireylerin güvende hissetmelerini zorlaştırabilir. Bu noktada sosyal hizmet uzmanları, mağdurlara psikososyal destek sağlayarak onların yaşadıkları travmayla başa çıkmalarına yardımcı olur. Psikososyal destek, mağdurların kendilerini güvende hissetmelerini sağlamanın yanı sıra, stres, kaygı ve kayıp gibi duygusal zorluklarla baş etmelerine de katkıda bulunur. Özellikle çocuklar, yaşlılar ve travmaya daha duyarlı diğer gruplar için bu destek hayati önem taşır (Artan ve Özkan, 2020:15-16).

Kriz müdahalesi sürecinde, sosyal hizmet uzmanları yerel yönetimler, sivil toplum kuruluşları, ulusal ve uluslararası yardım kuruluşları ile iş birliği yaparak geniş çaplı bir müdahale planı uygularlar (International Federation of Social Workers, 2014). Bu iş birliği, afetin boyutlarına ve ihtiyaçlara göre şekillenir ve her aktörün sorumluluklarının net bir şekilde belirlenmesini sağlar. Örneğin, yerel yönetimler genellikle lojistik ve barınma hizmetlerini organize ederken, uluslararası yardım kuruluşları acil tıbbi yardımlar, gıda ve su sağlanması gibi kritik kaynakları temin edebilir. Sivil toplum kuruluşları ise psikososyal destek, gönüllü ağlarının oluşturulması ve yerel düzeyde dayanışmanın güçlendirilmesine katkıda bulunur.

Psikososyal Destek ve Travma Müdahalesi: Psikososyal Destek ve Travma Müdahalesi: Afetler, bireylerin yaşamında derin ve uzun süreli psikolojik travmalara yol açabilir. Bu tür travmalar, yalnızca afet anında yaşanan korku ve kaygı ile sınırlı kalmaz; aynı zamanda kayıp, belirsizlik ve güvenlik hissinin yitirilmesi gibi duyguların etkisiyle uzun vadede devam edebilir. Sosyal hizmet uzmanları, afet mağdurlarına yönelik psikososyal destek sağlayarak bu travmaların etkilerini hafifletmeye çalışır. Psikososyal destek, bireylerin duygusal ve psikolojik sağlıklarını korumalarına yardımcı olmayı, aynı zamanda afet sonrası yaşama uyum sağlamalarını amaçlar (Aydın, 2012:4). Bu destek, yalnızca kısa vadeli bir kriz müdahalesiyle sınırlı kalmaz; travmanın uzun vadeli etkilerinin en aza indirilmesi için afet sonrası geliştirilmesi gereken uzun soluklu programları da kapsar. Sosyal hizmet uzmanları, bu süreçte mağdurlara yönelik psikolojik destek programlarının oluşturulmasında ve bu programların toplumsal düzeyde uygulanmasında aktif rol oynar. Örneğin, afet sonrası rehabilitasyon programları, bireylerin yaşamlarına uyum sağlamalarına yardımcı olacak becerileri geliştirmeyi, aile içi iletişimi güçlendirmeyi ve topluluk üyeleri arasında dayanışmayı artırmayı hedefler. Ayrıca, afet sonrası psikososyal desteğin bir parçası olarak, çocuklar ve gençler için özel programlar geliştirilir; bu programlar, travmanın gelişim üzerindeki etkilerini en aza indirmeye yönelik oyun terapisi, sanat terapisi ve eğitsel destek gibi müdahaleleri içerir.

Sosyal hizmet uzmanları, psikososyal destek ve travma müdahalesi süreçlerinde ulusal ve uluslararası kuruluşlarla iş birliği yaparak, mağdurlara geniş kapsamlı ve bütüncül bir destek sunulmasını sağlarlar. Bu bağlamda, sosyal hizmet uzmanlarının liderliğinde geliştirilen afet sonrası destek programları, toplulukların travma sonrası yeniden yapılanmasını ve uzun vadeli psikolojik dayanıklılıklarının artırılmasını hedefler (SWD, n.d.).

Toplumsal Dayanışma ve Koordinasyon: Afet anlarında toplumsal dayanışmanın ve koordinasyonun sağlanması, etkili müdahale ve toparlanma süreci için hayati bir öneme sahiptir. Sosyal hizmet uzmanları, afetin olumsuz etkilerini en aza indirmek ve topluluğun

hızla toparlanmasını sağlamak amacıyla topluluk üyeleri arasında dayanışma ruhunu teşvik eder ve yardımlaşma süreçlerini organize eder. Dayanışma, bireylerin yalnızca fiziksel ihtiyaçlarını karşılamayı değil, aynı zamanda psikolojik ve duygusal desteği de içerir; bu nedenle, sosyal hizmet uzmanları yardımları dağıtırken topluluk içindeki güveni ve sosyal bağları güçlendirmeyi amaçlar. Bu süreçte sosyal hizmet uzmanları, topluluk liderleri, gönüllüler, sivil toplum kuruluşları ve diğer paydaşlarla yakın iş birliği yaparak kaynakların etkili bir şekilde dağıtılmasını sağlar. Yardımların ihtiyaç sahiplerine hızlı ve adil bir şekilde ulaşması, afet sonrasındaki kaotik ortamda kritik bir önceliktir. Gönüllüler, yerel liderler ve kurumlar arasında kurulan koordinasyon ağı, kaynakların verimli bir şekilde yönetilmesine ve mağdurların ihtiyaçlarının karşılanmasına olanak tanır (Kılıç Ceyhan, 2023:780). Örneğin, sosyal hizmet uzmanları, yerel gönüllü ağlarını güçlendirerek hem maddi hem de manevi yardımların etkili dağıtımını organize eder. Bu ağlar, acil durumlarda ihtiyaç sahiplerinin hızlıca tespit edilmesini, kaynakların gereksinimlere göre yönlendirilmesini ve uzun vadeli destek sistemlerinin kurulmasını sağlar.

Afet Sonrası İyileşme ve Yeniden İnşa Süreçleri

Afetlerin ardından, toplulukların yeniden inşa edilmesi ve mağdurların normal yaşamlarına dönmelerine yardımcı olunması gerekmektedir. Sosyal hizmet uzmanları, bu süreçte toplulukların iyileşme sürecini destekler ve uzun vadeli sürdürülebilir çözümler üretirler (Artan ve Özkan, 2020:51).

Toplulukların Yeniden İnşası ve Sosyal Rehabilitasyon: Afet sonrası yeniden inşa süreci, yalnızca fiziksel altyapının onarılmasını değil, aynı zamanda toplulukların sosyal dokusunun yeniden kurulmasını da içerir. Bu süreçte, topluluk üyelerinin güvenlik, aidiyet ve sosyal bağlarını yeniden kazanması büyük bir önem taşır. Sosyal hizmet uzmanları, afetin yarattığı sosyal ve ekonomik travmaların üstesinden gelmeleri için toplulukların sosyal rehabilitasyonuna odaklanır. Bu rehabilitasyon, bireylerin yalnızca fiziksel kayıplarını telafi

etmekle kalmaz, aynı zamanda duygusal, psikolojik ve sosyal yönlerden toparlanmalarını da amaçlar. Yeniden inşa sürecinde, toplulukların sosyal sermayesinin (güven, iş birliği ve sosyal ilişkiler) güçlendirilmesi de büyük bir rol oynar. Sosyal hizmet uzmanları, topluluk içindeki sosyal ağları yeniden kurar ve güçlendirir, bu da toplulukların kendi içinde dayanışmayı artırarak afet sonrası daha hızlı toparlanmalarını sağlar. Örneğin, sosyal rehabilitasyon kapsamında, aileler arası yardımlaşma grupları, çocuklar ve gençler için eğitim destek programları, yaşlı ve engelli bireylere yönelik bakım hizmetleri gibi uygulamalar devreye alınabilir (SWD, n.d.).

Afet Sonrası Psikososyal Destek Programları: Afet Sonrası Psikososyal Destek Programları: Afetlerin uzun vadeli etkileri, bireylerde ve topluluklarda derin ve kalıcı psikososyal sorunlara yol açabilir. Bu tür etkiler, travma, kayıp, güvensizlik ve geleceğe dair belirsizlik gibi duygusal yüklerle kendini gösterir ve bireylerin günlük yaşamlarını sürdürmelerini zorlaştırabilir. Sosyal hizmet uzmanları, bu olumsuz etkileri hafifletmek ve mağdurların travmayla başa çıkmalarını sağlamak amacıyla uzun vadeli psikososyal destek programları geliştirir ve uygulamaya koyar (Kök, 2023:7; Kılıç Ceyhan, 2023:780). Bu programlar, bireylerin travmayı atlattıklarına, topluma yeniden entegrasyon sağlamalarına ve yaşamlarına uyum içinde geri dönmelerine yönelik çok çeşitli müdahaleleri içerir. İlk olarak, bireylerin yaşadıkları travmalarla başa çıkmalarına yardımcı olmak için bireysel terapiler ve grup terapileri düzenlenir. Travmanın boyutlarına göre farklı terapi yöntemleri kullanılabilir; örneğin, travma odaklı bilişsel davranışçı terapi veya sanat terapisi gibi yaklaşımlar, mağdurların duygularını anlamalarına ve yeniden güven kazanmalarına yardımcı olabilir (Aydın, 2012:4).

Sürdürülebilir Toplum Gelişimi: Afet sonrası süreçte sosyal hizmet uzmanlarının üstlendiği önemli rollerden biri, sürdürülebilir toplum gelişimini teşvik etmektir. Sürdürülebilir toplum gelişimi, afetlere dayanıklı fiziksel ve sosyal altyapılar oluşturmayı, ekonomik kalkınmayı

desteklemeyi ve çevresel sürdürülebilirliği sağlamayı kapsar. Sosyal hizmet uzmanları, afet sonrasında toplulukların sadece iyileşme sürecine odaklanmakla kalmaz, aynı zamanda uzun vadeli kalkınma stratejilerinin geliştirilmesine de katkıda bulunur. Afet risklerinin azaltılması amacıyla, toplulukların mevcut yapısal ve sosyal zayıflıkları belirlenir ve bu alanlarda gerekli iyileştirme çalışmaları yapılır. Örneğin, dayanıklı ve güvenli barınma çözümlerinin geliştirilmesi, altyapının güçlendirilmesi ve afet riskine açık bölgelerde yapılaşmanın sınırlanması gibi tedbirler bu stratejiler arasında yer alabilir. Ayrıca bu süreçte sosyal hizmet uzmanları, yerel yönetimler, sivil toplum kuruluşları ve uluslararası yardımlaşma ağlarıyla iş birliği yaparak sürdürülebilir kalkınmayı destekler (Sözcü ve Aydınöz, 2019:80).

SONUÇ ve ÖNERİLER

Afet okuryazarlığı, sosyal hizmet uzmanlarının afetlere karşı hazırlıklı olmalarını, etkin müdahalelerde bulunmalarını ve afet sonrası iyileşme süreçlerine aktif katkı sağlamalarını mümkün kılan kritik bir yetkinlik olarak öne çıkmaktadır. Bu yetkinlik, bireylerin ve toplulukların afetlere karşı direncini artırmada hayati bir rol oynarken, sosyal hizmet uzmanlarının bilgi, tutum ve davranış boyutlarında kendilerini geliştirmelerini zorunlu kılmaktadır. Afetlerin yıkıcı etkilerini minimize etmek ve toplumun tüm kesimlerini afetlere karşı daha dirençli hale getirmek için sosyal hizmet uzmanlarının afet okuryazarlığı konusunda sürekli olarak eğitilmeleri ve bilgilerini güncellemeleri gerekmektedir.

Bu bağlamda, sosyal hizmet eğitim programlarının müfredatında afet okuryazarlığına daha fazla yer verilmesi önerilmektedir. Eğitim sürecinde, afetlere yönelik teorik bilgilerin yanı sıra, uygulamalı eğitimler ve tatbikatlarla sosyal hizmet uzmanlarının afet durumlarına etkin bir şekilde müdahale edebilme kapasiteleri artırılmalıdır. Ayrıca, sosyal hizmet uzmanlarının mesleki gelişim programlarına afet yönetimi ve kriz müdahalesi konularında düzenli eğitim modülleri eklenmelidir.

Afet okuryazarlığı konusunda farkındalığı artırmak için kamu ve özel sektör iş birliği ile geniş kapsamlı bilinçlendirme kampanyaları düzenlenebilir. Bu kampanyalar, toplumun her kesimine hitap edecek şekilde tasarlanmalı ve özellikle savunmasız gruplara yönelik özel programlar geliştirilmelidir. Ayrıca, afet sonrasında toplulukların yeniden inşa süreçlerine yönelik sosyal rehabilitasyon programlarının yaygınlaştırılması ve bu süreçlerin sürdürülebilir kalkınma hedefleri ile uyumlu hale getirilmesi gerekmektedir.

Sosyal hizmet uzmanlarının afet sonrası iyileşme süreçlerinde liderlik rollerini üstlenmeleri teşvik edilmelidir. Bu liderlik, toplumsal dayanışmanın güçlendirilmesi, psikososyal destek hizmetlerinin yaygınlaştırılması ve afet sonrası kalıcı çözümler üretilmesine yönelik stratejik planlamaların yapılması ile mümkün olacaktır. Bu tür yaklaşımlar, sadece afet sonrası iyileşme süreçlerini hızlandırmakla kalmayacak, aynı zamanda toplulukların gelecekteki afetlere karşı daha hazırlıklı olmasını sağlayacaktır.

Afet okuryazarlığının sosyal hizmet alanında daha etkin bir şekilde kullanılabilmesi için yapılacak her türlü bilimsel çalışma ve pratik uygulama, toplum sağlığı ve güvenliği açısından son derece değerli katkılar sunacaktır. Bu nedenle, sosyal hizmet uzmanlarının bu alandaki bilgi ve becerilerini geliştirmeye yönelik sürekli çabaların sürdürülmesi, afetlerin olumsuz etkilerini en aza indirmede önemli bir adım olacaktır.

KAYNAKÇA

Acar, H., & Çamur Duyan, G. (2003). The emergence and development of social work profession in the world. *Toplum ve Sosyal Hizmet*, 14(1): 1-19.

AFAD. (2014). Afet nedir? Afet ve Acil Durum Yönetimi Başkanlığı.

<https://www.afad.gov.tr/afet-nedir>

Artan, T., & Özkan, A. O. (2020). Afetler ve sosyal hizmet. *Journal of ADEM*, 1(1): 47-54.

- Aydın, D. (2012). Afet sonrası psikososyal destek uygulamaları. *İnsani ve Sosyal Araştırmalar Merkezi*, 1-9.
- Boon, H. J., & Pagliano, P. J. (2014). Disaster education in Australian schools. *Australian Journal of Environmental Education*, 30(2): 187-197.
- Brown, L. M., Haun, J. N., & Peterson, L. (2014). A proposed disaster literacy model. *Disaster Medicine and Public Health Preparedness*, 8(3): 267-275.
- Güngör, M. (2023). Öğretmen adaylarının afete hazırlık ve zarar önleme ile ilgili bilgi düzeyleri hakkında bir afet okuryazarlığı incelemesi. *Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 20(3): 770-780.
- International Federation of Social Workers. (2014). IFSW statement on social work and disasters. <https://www.ifsw.org/ifsw-statement-on-social-work-and-disasters/>
- Kadıoğlu, M. (2008). Modern, bütünleşik afet yönetimin temel ilkeleri. In M. Kadıoğlu & E. Özdamar (Eds.), *Afet zararlarını azaltmanın temel ilkeleri*, (s. 1-30). JICA Türkiye Ofisi Yayınlar.
- Karabulut, D., & Bekler, T. (2019). Effects of natural disasters on children and adolescents. *Doğal Afetler ve Çevre Dergisi*, 5(2): 368-376.
- Karakaş, H. Y. (2022). *İzmir’de bir huzurevinde yaşlılarda afet okuryazarlığı ve buna etki eden etmenler ile durumluk-sürekli kaygı durumu arasındaki ilişkinin değerlendirilmesi*. [Yayınlanmamış yüksek lisans tezi].
- Kılıç Ceyhan, E. (2023). Afetlere müdahalede sosyal hizmetin çok boyutlu rolü. *İzmir Kâtip Çelebi Üniversitesi Sağlık Bilimleri Fakültesi Dergisi*, 8(2): 779-786.
- Koç, M., & Yalçın, S. (2023). Afetlerde krize müdahale: Kahramanmaraş depremi’nde Aile ve Sosyal Hizmetler Bakanlığı’nın çalışmaları. *Uluslararası Sosyal Hizmet Araştırmaları Dergisi*, 3(2): 93-105.

- Kök, H. (2023). Afetlerde kriz yönetimi ve sosyal hizmet örgütleri. *Sosyal Çalışma Dergisi*, 7(1): 1-17.
- Lindell, M. K., & Prater, C. S. (2003). Assessing community impacts of natural disasters. *Natural Hazards Review*, 4(4): 176-185.
- Mathbor, G. M. (2007). Enhancement of community preparedness for natural disasters: The role of social work in building social capital for sustainable disaster relief and management. *International Social Work*, 50(3): 357-369.
- Özçelik, E. (2020). Afetlerde sosyal hizmetler. *Afet ve Risk Dergisi*, 3(1): 46-55.
- Sampurno, P. J., Sari, Y. A., & Wijaya, A. D. (2015). Integrating STEM (Science, Technology, Engineering, Mathematics) and disaster (STEM-D) education for building students' disaster literacy. *International Journal of Learning and Teaching*, 1(1): 73-76.
- Social Work Degrees. (n.d.). The role of social work in disaster management. Retrieved September 5, 2024, from <https://www.socialworkdegrees.org/the-role-of-social-work-in-disaster-management>
- Sözcü, U., & Aydınöz, D. (2019). Öğretmen adaylarının doğal afet okuryazarlık düzeylerinin çeşitli değişkenlere göre incelenmesi. *International Journal of Geography and Geography Education (IGGE)*, 40: 79-91.
- Tuncay, T. (2004). Afetlerde sosyal hizmet: 1999 Yılı Marmara ve Bolu-Düzce depremleri sonrasında gerçekleştirilen sosyal hizmet uygulamaları. *Ankara: Hacettepe Üniversitesi Yayınları*.
- Zakour, M. J. (2005). Disaster research in social work. *Journal of Social Service Research*, 22(1-2): 7-25.



MAPPING THE FEMVERTISING LANDSCAPE: A SYSTEMATIC LITERATURE REVIEW

Femvertising Alanının Haritalanması: Sistemik Bir Literatür İncelemesi

Duygu AYDIN ÜNAL

Akdeniz Üniversitesi, Kemer Denizcilik Fakültesi, Denizcilik İşletmeleri Yönetimi Bölümü,
duyguaydin@akdeniz.edu.tr , Antalya / Türkiye

<https://orcid.org/0000-0001-7566-0933>

Doi: <https://doi.org/10.33723/rs.1549667>

Aydın Ünal, D. (2024). "Mapping the femvertising landscape: a systematic literature review".
R&S- Research Studies Anatolia Journal, 7(4). 465-489.

Makale Türü / Article Type: Derleme Makalesi / Review Article

Geliş Tarihi/ Arrived Date: 13.09.2024

Kabul Tarihi / Accepted Date: 25.10.2024

Yayınlanma Tarihi / Published Date: 31.10.2024

ABSTRACT

In this systematic literature review, the aim is to explore the place of the concept of femvertising in academic literature. Accordingly, articles published in journals indexed in the Web of Science database that use the keyword "femvertising" have been analyzed. The results revealed that research on femvertising has been conducted since 2016, with most studies focusing on the business category. More than half of the articles have employed qualitative research methods. The review of contemporary literature reveals a growing body of research centered around the concept of femvertising, with a particular emphasis on the interplay between social media, women empowerment, and consumer attitudes. A notable gap in the existing literature is the paucity of studies investigating the intersection of femvertising and corporate social responsibility.

After the VOSviewer analysis, the most frequently cited sources are revealed as the Journal of Advertising, International Journal of Advertising, Female Media Studies, and Sex Roles. The presence of Female Media Studies and Sex Roles emphasizes the interdisciplinary aspect of femvertising research, thus suggesting that a comprehensive understanding of the topic requires perspectives from both marketing and gender studies. This underscores femvertising's relevance in both fields. Also, the analyzed articles mainly used qualitative methods, with content analysis, interviews, discourse analysis, and textual analysis being the most common. Quantitative methods like experiments and structural equation modeling were also used, though studies combining both approaches were rare. There is a notable deficiency in research employing big data analytics.

Keywords: Femvertising, Consumer Behaviour, Advertising

ÖZ

Bu sistematik literatür taramasının amacı, femvertising kavramının akademik literatürdeki yerini araştırmaktır. Bu doğrultuda, Web of Science veri tabanında indekslenen dergilerde "femvertising" anahtar kelimesi kullanılarak yayınlanan makaleler analiz edilmiştir. Araştırma sonuçları, femvertising konusunun 2016 yılından bu yana incelenmeye başlandığını ve çalışmaların çoğunun işletme kategorisine odaklandığını göstermektedir. Makalelerin yarısından fazlası nitel araştırma yöntemleri kullanmıştır. Güncel literatürün incelenmesi, femvertising kavramı etrafında büyüyen bir araştırma alanı olduğunu ve özellikle sosyal medya, kadın güçlendirme ve tüketici tutumları arasındaki etkileşimlere odaklandığını ortaya koymaktadır. Mevcut literatürdeki önemli bir boşluk, femvertising ve kurumsal sosyal sorumluluk arasındaki kesişimi inceleyen çalışmaların yetersizliğidir.

VOSviewer analizi sonucunda en sık atıfta bulunulan kaynaklar *Journal of Advertising*, *International Journal of Advertising*, *Female Media Studies* ve *Sex Roles* olarak ortaya çıkmaktadır. *Female Media Studies* ve *Sex Roles* dergilerinin varlığı, femvertising araştırmalarının disiplinlerarası niteliğini vurgulamakta ve bu konunun kapsamlı bir şekilde anlaşılması için hem pazarlama hem de toplumsal cinsiyet çalışmaları perspektiflerine ihtiyaç duyduğunu göstermektedir. Bu durum, femvertising'in her iki akademik alan için de önemini ortaya koymaktadır. Ayrıca, analiz edilen makalelerde en yaygın olarak içerik analizi, mülakat, söylem analizi ve metin analizi gibi nitel yöntemlerin kullanıldığı görülmektedir. Deney ve yapısal eşitlik modellemesi gibi nicel yöntemler de yer almaktadır; ancak nitel ve nicel yaklaşımları birleştiren çalışmalar çok azdır. Büyük veri analitiğinin kullanıldığı araştırmaların hiç yer almaması da dikkat çekmektedir.

Anahtar Kelimeler: Femvertising, Tüketici Davranışı, Reklam.

INTRODUCTION

R&S

Research Studies Anatolia Journal
Volume:7 Issue:4, October 2024

Advertising, an ubiquitous form of communication, is designed to gain the attention of the broadest possible audience. Given the intense competition among producers to satisfy the unique demands of consumers, advertising has become an indispensable component of modern marketing. Advertisers employ a multitude of strategies to differentiate their offerings and appeal to diverse consumer segments. Despite the exploration of various innovative approaches, a persistent theme in these attempts is the reinforcement of gender stereotypes concerning women (Mayne, 2000: 56). While the fundamental role of advertising is to promote products and services, it has increasingly been observed that its capacity to influence social values and behaviors has eclipsed its original function. One criticism of this discipline asserts that advertising manipulates people through stereotyping, providing simple narratives to primitive societies in order to control their thoughts and beliefs and give meaning to their world (Dyer, 2002: 4).

The investigation of gender stereotypes, initiated by feminist thought in the 1960s, has continued to the present day, raising ethical concerns about the media's representation of women and questioning the structures of gender roles in society. Today, a new perspective on the stereotyping of women is emerging through the exploration of gender representations, giving rise to novel concepts and debates (Tsieh, 2020: 29). It can be said that significant progress has been made towards gender equality. As a result of these developments, advertisements that empower women and aim to dismantle gender stereotypes have become increasingly important for businesses seeking to target female audiences. There has been a notable surge in scholarly research examining representations of female empowerment and gender stereotypes within advertising (Åkestam et al., 2017; Eisend et al., 2014; Gomes Pereira Santos et al., 2022).

Driven by growing consumer expectations, businesses are under increasing pressure to demonstrate their commitment to social causes. Advertising serves as a powerful medium for conveying these corporate social responsibility messages to the broader public. The most

fundamental issue within activist advertising is gender equality, particularly concerning women. (Zeisler, 2016). The decision to engage in activist advertising presents challenges in balancing the brand's marketing strategy with messages that address social issues. For instance, a Pepsi advertisement in the United States featured Kendall Jenner, a celebrity, offering a can of Pepsi to a stern-looking police officer who is blocking a street during a protest. Amidst the cheers of the protesting crowd, the police officer takes a sip of the Pepsi and smiles. Despite the brand's stated intention to foster awareness of social inequality, the campaign was met with widespread criticism due to the use of a privileged model who lacked personal experience with the issues at hand and had no established record of social activism (Champlin et al., 2019: 1241).

"Femvertisements" are a category of advertisements that explicitly aim to empower women by challenging traditional gender roles and societal expectations (Åkestam et al., 2017: 795). A major concern exists within the realm of femvertising. Although the promotion of feminist values is a positive development, there is a risk that these ideals may be co-opted by brands for commercial purposes, reducing their authenticity and undermining their impact (Sánchez-Labela Martín et al., 2024: 483).

This study aims to analyze the current state of research on femvertising by reviewing existing literature and to develop new research questions for future studies. As femvertising is an emerging field with limited detailed research, a systematic literature review and VOSviewer analysis will shed light on future studies in this research area.

GENDER IN ADVERTISING

Prevalent gender role stereotypes within society are mirrored in advertising. These advertisements contribute to the reinforcement and reproduction of societal inequalities (Hainneville et al., 2023: 939). Stereotypes are often described as making claims about

categories of people. For example, "doctors wear white coats" or "Black men are criminals." These stereotypes used in everyday conversation cannot be universal generalizations because they do not encompass all instances of the category in question. Therefore, even a person who states a stereotype such as "women have babies" might acknowledge that not all women in the world have babies. At this point, the question arises: what problem does stereotyping cause? Stereotyping is a cognitive process that involves the categorization of individuals based on their perceived group membership. This process results in the formation of expectations and the adjustment of social interactions, often leading to prejudicial judgments (Beeghly, 2015: 676). Engaging in gender-appropriate behaviors, as frequently depicted in advertisements, is considered a learned behavior in the literature. This behavior can vary depending on the society in which the individual lives. Individuals learn gender-appropriate behavior through socialization, and mass media is a part of this socialization process (Mayne, 2000: 57).

Stereotypes are widely used in advertising. Gender and occupational status are among the most prominent of these stereotypes. As women have made progress in their careers and education, the gap between the portrayal of women in advertising and real life has widened (Eisend, 2010: 436). As a result of this development, the degree of female stereotyping in advertisements has gradually decreased. Advertisements are presented to consumers through marketing strategies that are developed based on the demographic characteristics of the intended audience (Wolin, 2003: 125). Among these attributes, gender is the most commonly used. The primary reasons for this can be summarized as follows: (1) it is easily identifiable, (2) gender segments are accessible, (3) gender segments are measurable and responsive to the marketing mix, and (4) gender segments are large and profitable (Darley & Smith, 1995: 41). One of the primary reasons why consumers are increasingly less likely to take advertising stereotypes seriously is the use of stereotypes as a source of humor in advertising. In terms of gender stereotypes, male stereotypes are more commonly used in humorous advertisements

than female stereotypes (Eisend et al., 2014: 268). On the other hand, it is also emphasized that the stereotyping of women in advertising is decreasing. This decline is observed, particularly in countries with high masculinity scores, due to transformations occurring in those societies (e.g., Japan). In countries with low masculinity scores, where solutions to gender issues have been debated for many years, the progress in addressing stereotyped advertising content related to gender roles seems to be slower compared to countries with high masculinity scores (Eisend, 2010: 436).

Femvertising

In response to the prevalence of stereotypical female representations in advertising, female empowerment advertising, or femvertising, has gained prominence. Research suggests that femvertising has been effective in reducing negative reactions to stereotypical portrayals and has positively influenced advertising and brand attitudes, especially among female consumers (Özata et al., 2023: 64-65). The term "femvertising" was first coined in 2014 at a panel in Advertising Week in conjunction with the lifestyle website SheKnows. In this panel, "femvertising" was defined as a term describing contemporary advertising campaigns that challenge traditional female stereotypes in advertising (Åkestam et al., 2017: 796). There is a growing consensus that advertising can play a pivotal role in fostering societal equality (Vadakkepatt et al., 2022: 516).

A significant aspect of advertising is its role in representing popular culture. Recognizing the power of this role, businesses have begun producing female-targeted advertisements that incorporate elements such as feminism, women's activism, and equality, thereby contributing to the emergence and widespread adoption of the concept of femvertising (Rodríguez Pérez & Gutiérrez Almanzor, 2017: 344-346). It is often argued that the intersection of feminism and marketing can be traced back to Edward Bernays' advertising campaign in 1928 for a cigarette company, which sought to empower women to smoke. This campaign challenged a societal

taboo of the time by encouraging women to smoke in public, not just in private spaces. Subsequently, other cigarette brands followed suit, launching targeted campaigns to sell their products to women (Tablot, 2000). With the globalization of the women's rights movement, feminism has gained significant traction in the digital realm. Social media platforms have provided women with a digital arena to advocate for gender equality and human rights, thereby enhancing the visibility of feminist movements. In this context, social media offers a crucial opportunity for feminist activism to organize globally and amplify its voice effectively (López Vázquez & Rangel-Pérez, 2022: 341).

Whether the empowerment portrayed in femvertising constitutes genuine activism remains a subject of ongoing debate. The question of whether femvertising is merely a marketing ploy or a sincere reflection of corporate commitment to social change persists (Varghese & Kumar, 2022: 442). It would be an oversimplification to assume that all brands are equally committed to the goals of femvertising. Indeed, research has indicated that some companies may employ femvertising as a marketing strategy without making substantial internal changes to promote gender equality (Sterbenk et al., 2022: 503). While it is acknowledged that femvertising can have positive elements, there is a need for a critical examination of whether advertisements designed to empower women may inadvertently undermine the political power of feminism (Windels et al., 2020: 29). While femvertising emphasizes women's control over their bodies, self-esteem, and choices, it has also been criticized for reinforcing traditional notions of femininity and beauty as means of female empowerment (Tsai et al., 2021: 29). To overcome this, it is suggested that an authentic feminist discourse should be adopted in the creation of femvertising content (Duan, 2020: 240).

The proliferation of femvertising can be attributed to five interconnected factors. According to Varghese and Kumar (2022), these factors are:

- 1) a surge in activism advocating for more equitable representation of women in advertising;

- 2) the rising prominence of brand activism, cultural marketing, and conscious capitalism;
- 3) intensified critiques of corporate and meta feminism;
- 4) growing public awareness of gender stereotypes; and
- 5) increased regulatory oversight of gender role portrayals in advertising

A significant body of literature has examined the concept of femvertising, providing valuable insights into its impact. One study identified consumer gender, level of support for women's rights, self-perceived feminism, political orientation, and trust in advertising as key predictors of attitudes toward femvertising (Sternadori & Abitbol, 2019: 746).

Another study in the literature suggests that consumers' personal attributes influence their cognitive mechanisms toward advertising campaigns presented in the form of femvertising. If the social anxieties conveyed through the female figure in the advertisements align with feminist beliefs, consumers are more likely to develop a positive attitude and respond favorably to these ads (Waqar et al., 2024: 10). Social media, a valuable tool for consumer-brand interaction, can leverage femvertising content to increase engagement by incorporating motivating elements unrelated to the brand itself, such as self-development, self-validation, and social acceptance (Rudeloff & Bruns, 2024). Research suggests that femvertising campaigns have a positive impact on consumer perceptions of brand image, fostering greater brand affection and loyalty. Consumers tend to develop more positive attitudes towards brands that engage in femvertising (Misra et al., 2024: 74).

Research indicates that femvertising has the potential to enhance male consumers' awareness of and perceptions regarding contemporary gender roles. The study underscores the role of femvertising in addressing gender inequality. Nevertheless, the findings suggest that male consumers' purchase intentions are not significantly influenced by exposure to femvertising campaigns (Negm, 2024: 1092). Another study involving women found that self-identified feminists tend to have lower levels of trust in brands and hold more negative perceptions of

femvertising. Conversely, the same study revealed that trust in and congruence with a brand positively influence attitudes toward femvertising, thereby positively impacting purchase intentions. Given the importance of trust in consumer-brand relationships, firms must strive for congruence between their communications and behaviors, as highlighted by Martínez-Aguirre et al., (2024). Research by Teng et al., (2021: 265) suggests that femvertising content can enhance positive consumer responses and increase purchase intentions among female consumers exposed to these advertisements. A study analyzing consumer responses to a femvertising video found that while consumers who espouse gender equality reject the notion that women are less capable than men, they are also hesitant to make claims about women's superior abilities (Chen & Feng, 2024: 55). Consumers who are highly involved in women's empowerment exhibit more positive attitudes toward femvertising compared to those who are less involved (Park et al., 2023: 243). Another study found a positive interaction between consumers self-identifying as feminists and their attitudes towards femvertising content in terms of sharing intentions, but no significant impact on purchase intentions (Özata et al., 2023: 64). A study on luxury products and femvertising found that luxury personal care brands engage in less femvertising and employ more stereotypical gender expressions compared to non-luxury personal care brands. Conversely, non-luxury personal care brands feature more femvertising content (Michaelidou et al., 2022: 1294). Another study examining jewelry advertisements within the luxury segment yielded similar findings. The analyzed brands' advertisements lacked femvertising content, suggesting the existence of a consumer segment that is indifferent to corporate social responsibility and femvertising messages (Pankiw et al., 2021: 320). Consumers' awareness of stereotypes embedded within advertising messages makes them more receptive to advertising that challenges these stereotypes. This, in turn, can foster more positive attitudes toward both the advertisement and the brand, while simultaneously promoting broader societal changes (Åkestam et al., 2017: 802).

RESEARCH METHOD

A systematic literature review (SLR) was employed to examine the existing body of research on femvertising, thereby providing a current assessment of the knowledge base within this field (Paul et al., 2021). Systematic literature reviews evaluate the evidence and the quality of that evidence related to the research topic. Throughout the process, scientific evidence is synthesized in a transparent manner (Lame, 2019: 1634). For sound research, transparent and complete reporting is crucial. This allows readers to gain an accurate understanding of how the research was conducted and is also critical for the reproducibility of the research. To conduct a thorough and detailed review, using the PRISMA checklist provides both authors and readers with information about what was done and what was found during the research process, as well as demonstrating the quality of the reporting (Sarkis-Onofre et al., 2021: 1). By offering a structured protocol, the PRISMA checklist serves as a valuable roadmap for conducting systematic reviews and meta-analyses, ensuring transparency and rigor in the research process (Moher et al., 2015: 3).

Scope of the Research

This study aims to conduct a systematic literature review of articles published in journals indexed in the Web of Science (WoS) that explore the concept of femvertising. By synthesizing these studies, the objective is to provide a roadmap for future research. While existing systematic literature reviews have examined femvertising through lenses such as the 4N1K analysis (Gomez-Borquez et al., 2024: 1) and critical perspectives on theoretical frameworks (Vandellos et al., 2023), this study offers a more comprehensive overview by incorporating these findings and expanding the scope of the analysis.

Inclusion and Exclusion Criteria

To ensure a comprehensive and high-quality dataset, this study exclusively utilized articles indexed in the Web of Science Core Collection (WoS). The search term "femvertising" was

employed in the “topic” field on July 9, 2024, to retrieve all relevant publications. This approach allowed for a broad temporal scope, as suggested by Rojas-Sánchez et al. (2023). Of the 72 initial articles retrieved, 5 were conference papers, 2 were book chapters, and 7 were not written in English or Turkish, resulting in a total of 58 articles. Of these, 3 were written in Turkish but were included in the analysis as they were authored by native Turkish speakers. After excluding 2 articles for which full texts could not be obtained, the final sample consisted of 56 articles.

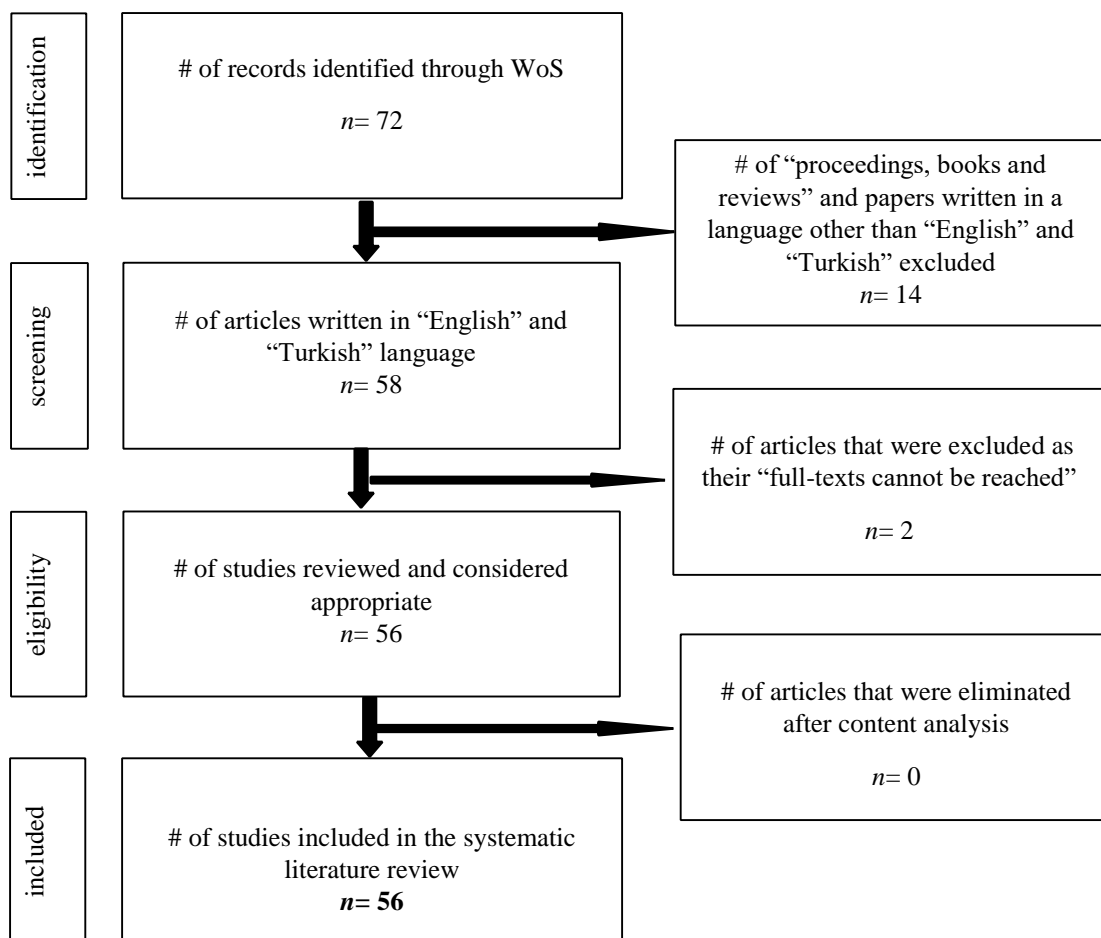


Figure 1. PRISMA method

Bibliometric mapping was performed using VOSviewer software to visualize the intellectual structure of the field through citation, co-citation, and bibliographic coupling analysis. Content analysis was conducted manually using an online word cloud program to identify recurring themes and keywords. An Excel sheet was created to list the articles and additional information

was retrieved by a through analysis of each article such as the method used, data type and methodology employed.

Findings

An examination of the Web of Science (WoS) categories of the included articles revealed that femvertising research is most frequently conducted in the fields of business and communication. This is followed by research in women's studies (Figure 2).

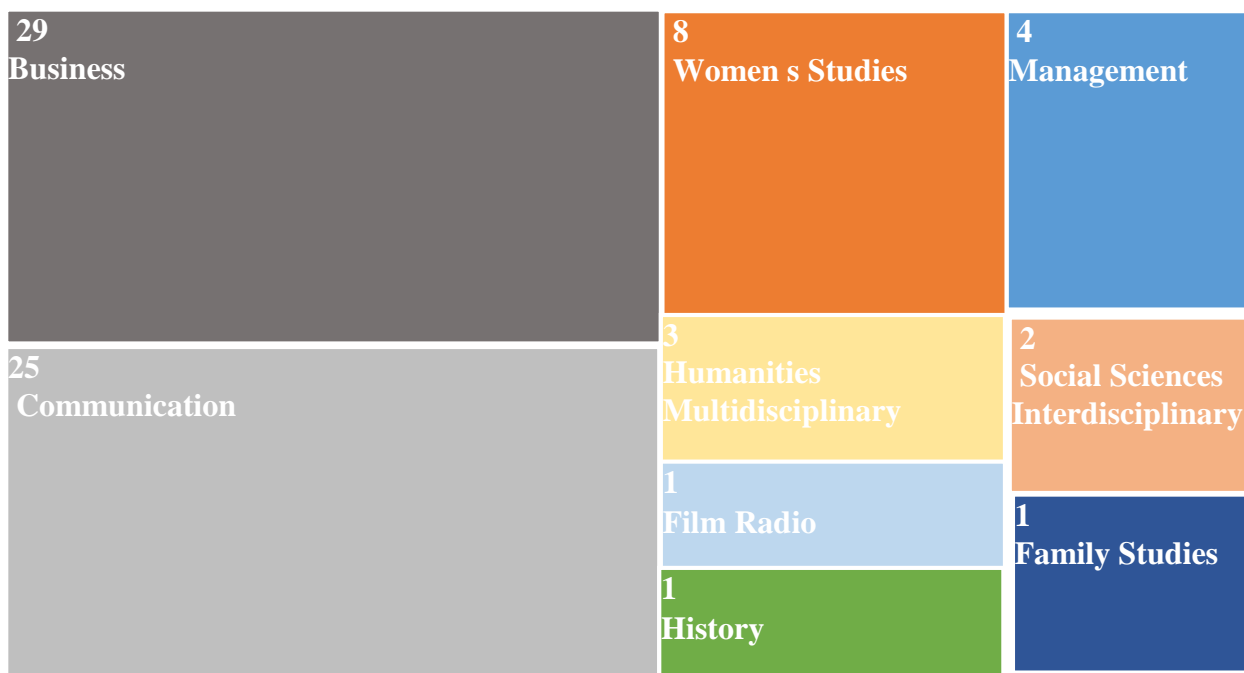


Figure 2. WoS categories of publications subject to scanning

The methods used in the articles reviewed were listed in excel sheet prepared by the author. The findings that are illustrated in Figure 3 reveal that qualitative methods were qualitative methods were the most prevalent, accounting for 52% of the studies. Quantitative methods were employed in approximately 32% of the articles, while mixed methods were used in only 5%. It is noteworthy that 6 articles did not involve empirical research.

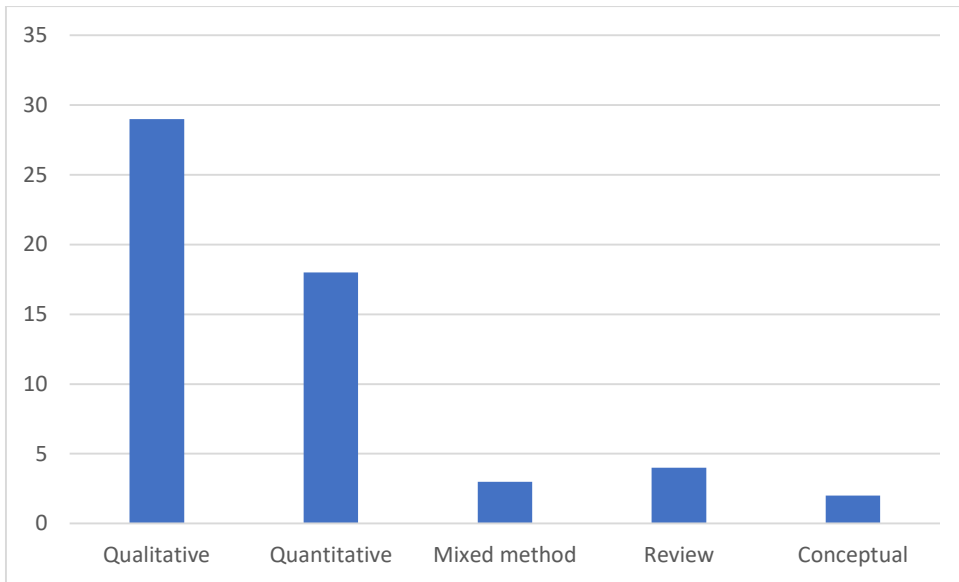


Figure 3. Methods Used in Articles

Of the articles conducted as an empirical study, 22 contained primary data, 29 contained secondary data, and 1 contained both primary and secondary data.

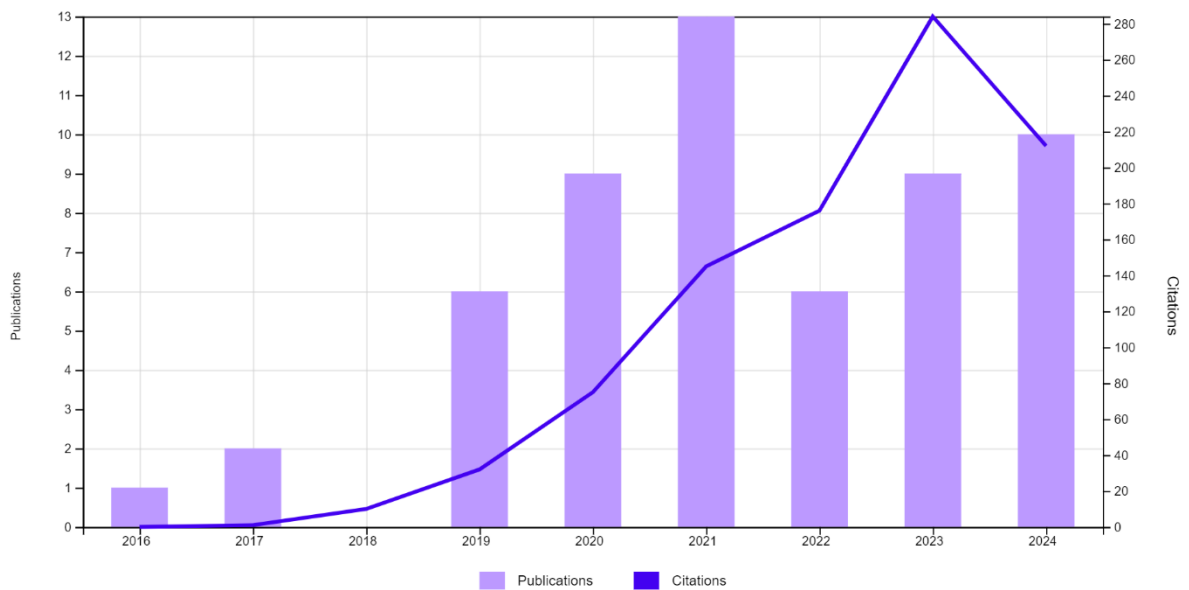


Figure 4. Citations and Years of Publications

No time constraint was imposed on the search. The findings indicate that the term "femvertising" first appeared in a publication in 2016. The highest number of publications was in 2021, and the most citations were received in 2023 (Figure 4). Regarding methodologies,

content analysis was the most frequently used method (18 times), followed by experiments (6), structural equation modeling (6), interviews (7), discourse analysis (5), and textual analysis (4).

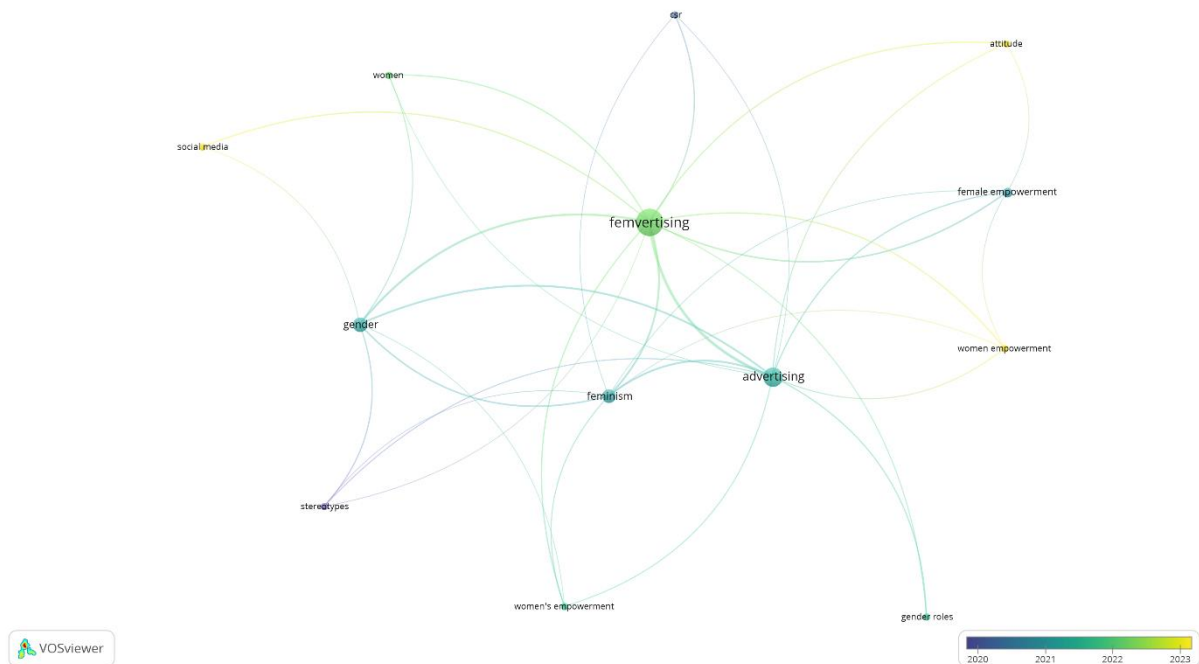


Figure 5. VOSviewer output of co-occurrence of keywords

Figure 5 illustrates the evolution of research themes related to femvertising. In 2020, the primary focus was on examining the intersection of femvertising with stereotypes and corporate social responsibility. However, in subsequent years, the research landscape broadened to encompass concepts such as gender, feminism, and female empowerment. By 2023, the emphasis had shifted towards exploring the role of social media in shaping attitudes towards women's empowerment through femvertising.

When a word cloud was generated based on the keywords in the articles, the most frequent keyword was "femvertising," followed by "advertising" and "gender." Other frequently used keywords in studies on this topic included "feminism," "female empowerment," "women empowerment," and "consumer behavior."

Table 1. Top 5 Most Cited Articles

Rank	Name of Article	Journal	Authors	Affiliation	Country	Citation
1	Gender stereotypes in advertising: a review of current research	International Journal of Advertising (2016)	Stacy Landreth Grau	Department of Marketing	USA	154
			Yorgos C. Zotos	Communication and Internet Studies	Cyprus	
2	Woke-washing: "intersectional" femvertising and branding "woke" bravery	European Journal of Marketing (2020)	Francesca Sobande	School of Journalism	UK	131
3	Advertising "like a girl": Toward a better understanding of "femvertising" and its effects	Psychology and Marketing (2017)	Nina Akestam	Stockholm School of Economics	Sweden	119
			Sara Rosengren			
			Micael Dahlen			
4	Is Femvertising the New Greenwashing? Examining Corporate Commitment to Gender Equality	Journal of Business Ethics (2022)	Yvette Sterbenk	Roy H. Park School of Communications	USA	64
			Sara Champlin	Mayborn School of Journalism		
			Kasey Windels	University of Florida		
			Summer Shelton	Idaho State University		
5	Selling Feminism: How Female Empowerment Campaigns Employ Postfeminist Discourses	Journal of Advertising (2019)	Kasey Windels	University of Florida	USA	54
			Sara Champlin	University of North Texas		
			Summer Shelton	Idaho State University		
			Yvette Sterbenk	Ithaca College		
			Maddison Poteet	University of North Texas		

Among the most cited articles, a significant proportion were authored by researchers affiliated with the US universities. Published between 2016 and 2022 in marketing and advertising journals, these articles received a maximum of 154 citations. Notably, only one of these five highly cited publications was single-authored.

DISCUSSION

Femvertising, a contemporary and significant research topic, resides at the intersection of consumer behavior, gender studies, and marketing ethics. This study adopts a systematic literature review approach to comprehensively examine the femvertising literature and identify knowledge gaps in this field. A significant portion of the analyzed articles were rooted in the fields of business and communication. The notion that femvertising plays a crucial role in enabling businesses to challenge gender biases provides a compelling rationale for this research focus (Sobande, 2019: 2724). Moreover, crafting femvertising content can be instrumental in securing customer approval and attention. Marketers can devise effective strategies by tailoring these innovative ad contents to the specific personality traits of their target audience (Waqar et al., 2024: 11). Consequently, this topic is more extensively studied in these two fields due to their potential to yield industry-benefiting outcomes. However, the most cited sources were predominantly found in advertising and media studies journals. Although the content may pertain to business, the dominant presence of communication journals in this area is evident.

The emergence of these advertisements has revealed significant insights and perspectives across genders, enabling a better understanding of their impact on consumers' gender roles, brand perceptions, and purchase intentions. Female consumers, in particular, tend to adopt a critical perspective on how gender roles are portrayed in advertising (Negm, 2024: 1092). While the use of a feminist perspective in advertising has traditionally been avoided, the growth of femvertising has increased attention and interest in this area. As a result, messages promoting

women's empowerment have become more prevalent and widespread (Windels et al., 2020: 29).

When the most cited sources are examined as a result of the VOSviewer analysis, it is seen that the prominent sources are the Journal of Advertising, International Journal of Advertising, Female Media Studies and Sex Roles journals. The inclusion of Female Media Studies and Sex Roles highlights the interdisciplinary nature of femvertising research. It implies that understanding femvertising requires insights from both marketing and gender studies, showcasing its significance in both academic fields.

This concept can be seen as a product of contemporary cultural contexts and is appealing to individuals who advocate for gender equality. Although its success is steadily increasing, reaching consumers who are reluctant to embrace feminism through these advertisements appears to be challenging (Sternadori & Abitbol, 2019: 746).

The analyzed articles predominantly employed qualitative methods, with content analysis, interviews, discourse analysis, and textual analysis being the most common techniques. Among quantitative methods, experiments and structural equation modeling were the most frequently used. However, studies combining both qualitative and quantitative approaches were relatively scarce. Furthermore, there was a notable dearth of research employing big data analytics.

A VOSviewer co-occurrence analysis of keywords revealed that the most recent studies frequently included the term "social media." Advertisers must now closely monitor social media trends when developing their brand communication strategies. For instance, social media movements such as #MeToo and #TimesUp have heightened consumer awareness of femvertising and fostered positive attitudes toward such content. Consumers expect businesses to take concrete steps in this area. By engaging with social media, businesses can achieve positive outcomes through social media communication. (Rudeloff & Bruns, 2024; Waqar et al., 2024: 11). Fourth wave feminism is a movement that emphasizes the use of new

communication methods such as social media to develop ideas and raise awareness about women's empowerment, and it is seen that with the rise of digital technology and social media, feminism movements have become more visible (Gomez-Borquez et al., 2024: 4). By leveraging social media, businesses can effectively manage the content of their marketing communication messages to reach a wider audience. An analysis of the top five most-cited articles from a sample of 56 revealed that only one was single-authored. These five articles were collectively written by 15 authors, 10 of whom were affiliated with US universities.

A primary limitation of this study is that it was confined to a single database. Future research could expand the scope by including additional databases. Specifically, the relationships revealed by the VOSviewer analysis, such as the relatively lower frequency of studies on femvertising and CSR, could be explored further. Additionally, a more in-depth examination of the intersection between social media and femvertising research could be conducted.

The growing role of digital platforms and social media in advertising is apparent. Therefore, future research could focus on how femvertising is evolving on newer platforms (e.g., TikTok, Instagram) and the specific features of these platforms that make femvertising more or less effective. Another engaging subject can be that as femvertising is primarily targeted at women, future research could explore its impact on male audiences, particularly in terms of changing perceptions of gender roles and its influence on male purchasing behavior.

REFERENCES

- Åkestam, N., Rosengren, S., & Dahlen, M. (2017). Advertising “like a girl”: Toward a better understanding of “femvertising” and its effects: ÅKESTAM et al. *Psychology & Marketing*, 34(8), 795–806. <https://doi.org/10.1002/mar.21023>
- Beeghly, E. (2015). What is a Stereotype? What is Stereotyping? *Hypatia*, 30(4), 675–691. <https://doi.org/10.1111/hypa.12170>

- Champlin, S., Sterbenk, Y., Windels, K., & Poteet, M. (2019). How brand-cause fit shapes real world advertising messages: A qualitative exploration of ‘femvertising’. *International Journal of Advertising*, 38(8), 1240–1263. <https://doi.org/10.1080/02650487.2019.1615294>
- Chen, H., & Feng, Y. (2024). Friend or Foe? A mixed method analysis of YouTube users’ replies to top comments of femvertising. *Qualitative Market Research: An International Journal*, 27(1), 42–60. <https://doi.org/10.1108/QMR-05-2022-0074>
- Darley, W. K., & Smith, R. E. (1995). Gender Differences in Information Processing Strategies: An Empirical Test of the Selectivity Model in Advertising Response. *Journal of Advertising*, 24(1), 41–56. <https://doi.org/10.1080/00913367.1995.10673467>
- Duan, X. (2020). “The Big Women”: A textual analysis of Chinese viewers’ perception toward femvertising vlogs. *Global Media and China*, 5(3), 228–246. <https://doi.org/10.1177/2059436420934194>
- Dyer, G. (2002). *Advertising as communication*. Routledge.
- Eisend, M. (2010). A meta-analysis of gender roles in advertising. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 38(4), 418–440. <https://doi.org/10.1007/s11747-009-0181-x>
- Eisend, M., Plagemann, J., & Sollwedel, J. (2014). Gender Roles and Humor in Advertising: The Occurrence of Stereotyping in Humorous and Nonhumorous Advertising and Its Consequences for Advertising Effectiveness. *Journal of Advertising*, 43(3), 256–273. <https://doi.org/10.1080/00913367.2013.857621>
- Gomes Pereira Santos, A. I., Costa Perinotto, A. R., Renner Rodrigues Soares, J., & Savi Mondo, T. (2022). Feeling at Home While Traveling: An Analysis of the Experiences of AIRBNB Users. *Tourism and Hospitality Management*, 28(1), 167–192. <https://doi.org/10.20867/thm.28.1.9>
- Gomez-Borquez, C. L., Török, A., Centeno-Velázquez, E., & Malota, E. (2024). Female stereotypes and female empowerment in advertising: A systematic literature review and

- future research agenda. *International Journal of Consumer Studies*, 48(2), 1–17.
<https://doi.org/10.1111/ijcs.13010>
- Hainneville, V., Guèvremont, A., & Robinot, É. (2023). Femvertising or femwashing? Women's perceptions of authenticity. *Journal of Consumer Behaviour*, 22(4), 933–941.
<https://doi.org/10.1002/cb.2020>
- Lame, G. (2019). Systematic Literature Reviews: An Introduction. *Proceedings of the Design Society: International Conference on Engineering Design*, 1(1), 1633–1642.
<https://doi.org/10.1017/dsi.2019.169>
- López Vázquez, B., & Rangel-Pérez, C. (2022). Honesty or Fakery? Feminism as a strategic focus for brands on Instagram. *Historia y Comunicación Social*, 27(2), 415–424.
<https://doi.org/10.5209/hics.82794>
- Martínez-Aguirre, A., Cavazos-Arroyo, J., Carrillo-Durán, M. V., & Castillo-Villar, F. R. (2024). Efectos de la autoidentificación feminista en la estrategia de femvertising en México. *Cuadernos.Info*, 57, 205–225. <https://doi.org/10.7764/cdi.57.64203>
- Mayne, I. (2000). The inescapable images: Gender and advertising. *Equal Opportunities International*, 19(2/3/4), 56–61. <https://doi.org/10.1108/02610150010786274>
- Michaelidou, N., Siamagka, N. T., Hatzithomas, L., & Chaput, L. (2022). Femvertising practices on social media: A comparison of luxury and non-luxury brands. *Journal of Product & Brand Management*, 31(8), 1285–1300. <https://doi.org/10.1108/JPBM-09-2020-3074>
- Misra, R., Aggrwal, E., Mahajan, R., & Singh, A. B. (2024). *Management Research and Practice*. 16(2).
- Moher, D., Shamseer, L., Clarke, M., Ghersi, D., Liberati, A., Petticrew, M., Shekelle, P., & Stewart, L. A. (2015). Preferred reporting items for systematic review and meta-analysis protocols (PRISMA-P) 2015 statement. *Systematic Reviews*, 4(1), 1.
<https://doi.org/10.1186/2046-4053-4-1>

- Negm, E. (2024). Investigating consumers' reactions towards female-empowerment advertising (femvertising) and female-stereotypical representations advertising (sex-appeal). *Journal of Islamic Marketing*, 15(4), 1078–1096. <https://doi.org/10.1108/JIMA-05-2022-0128>
- Özata, F. Z., Erol, F., & Tanyolu, S. (2023). Femvertising Uygulamalarının Tüketici Tutum ve Davranış Niyetlerine Etkisi: Kendini Feminist Tanımlamanın Düzenleyici Rolü. *Türkiye İletişim Araştırmaları Dergisi*, 44, 46–72. <https://doi.org/10.17829/turcom.1195321>
- Pankiw, S. A., Phillips, B. J., & Williams, D. E. (2021). Luxury brands' use of CSR and femvertising: The case of jewelry advertising. *Qualitative Market Research: An International Journal*, 24(3), 302–325. <https://doi.org/10.1108/QMR-05-2020-0061>
- Park, M., Koo, J., & Kim, D. Y. (2023). Femvertising of luxury brands: Message concreteness, authenticity, and involvement. *Journal of Global Fashion Marketing*, 14(3), 243–262. <https://doi.org/10.1080/20932685.2023.2176902>
- Paul, J., Lim, W. M., O'Cass, A., Hao, A. W., & Bresciani, S. (2021). Scientific procedures and rationales for systematic literature reviews (SPAR-4-SLR). *International Journal of Consumer Studies*, 45(4). <https://doi.org/10.1111/ijcs.12695>
- Rodríguez Pérez, M. P., & Gutiérrez Almanzor, M. (2017). 'Femvertising': Female empowering strategies in recent Spanish commercials. *Investigaciones Feministas*, 8(2), 337–351. <https://doi.org/10.5209/INFE.54867>
- Rojas-Sánchez, M. A., Palos-Sánchez, P. R., & Folgado-Fernández, J. A. (2023). Systematic literature review and bibliometric analysis on virtual reality and education. *Education and Information Technologies*, 28(1), 155–192. <https://doi.org/10.1007/s10639-022-11167-5>
- Rudeloff, C., & Bruns, J. (2024). Effectiveness of femvertising communications on social media: How brand promises and motive attributions impact brand equity and endorsement outcomes. *Corporate Communications: An International Journal*. <https://doi.org/10.1108/CCIJ-03-2024-0041>

- Sánchez-Labela Martín, I., Raya Bravo, I., & Durán Manso, V. (2024). The “Cosmetic Feminism” of L’Oréal Paris. A Study of the Representation of Mature Women from the Perspective of Femvertising. *Women’s Studies*, 53(4), 468–494. <https://doi.org/10.1080/00497878.2023.2292135>
- Sarkis-Onofre, R., Catalá-López, F., Aromataris, E., & Lockwood, C. (2021). How to properly use the PRISMA Statement. *Systematic Reviews*, 10(1), 117, s13643-021-01671-z. <https://doi.org/10.1186/s13643-021-01671-z>
- Sterbenk, Y., Champlin, S., Windels, K., & Shelton, S. (2022). Is Femvertising the New Greenwashing? Examining Corporate Commitment to Gender Equality. *Journal of Business Ethics*, 177(3), 491–505. <https://doi.org/10.1007/s10551-021-04755-x>
- Sternadori, M., & Abitbol, A. (2019). Support for women’s rights and feminist self-identification as antecedents of attitude toward femvertising. *Journal of Consumer Marketing*, 36(6), 740–750. <https://doi.org/10.1108/JCM-05-2018-2661>
- Tablot, M. (2000). *Strange bedfellows: Feminism in advertising. In All the world and her husband’: Women in 20c consumer culture.* Cassell.
- Teng, F., Hu, J., Chen, Z., Poon, K.-T., & Bai, Y. (2021). Sexism and the Effectiveness of Femvertising in China: A Corporate Social Responsibility Perspective. *Sex Roles*, 84(5–6), 253–270. <https://doi.org/10.1007/s11199-020-01164-8>
- Tsai, W.-H. S., Shata, A., & Tian, S. (2021). En-Gendering Power and Empowerment in Advertising: A Content Analysis. *Journal of Current Issues & Research in Advertising*, 42(1), 19–33. <https://doi.org/10.1080/10641734.2019.1687057>
- Tsichla, E. (2020). *The Changing Roles of Gender in Advertising: Past, Present, and Future.* <https://doi.org/10.25364/02.7:2020.2.3>
- Vadakkepatt, G., Bryant, A., Hill, R. P., & Nunziato, J. (2022). Can advertising benefit women’s development? Preliminary insights from a multi-method investigation. *Journal of*

- the Academy of Marketing Science, 50(3), 503–520. <https://doi.org/10.1007/s11747-021-00823-w>
- Vandellos, E., Villarroya, A., & Boté-Vericad, J.-J. (2023). ¿Qué sabemos de la femvertising? Una revisión sistemática de la literatura. *Cuadernos.Info*, 56, 185–205. <https://doi.org/10.7764/cdi.56.61527>
- Varghese, N., & Kumar, N. (2022). Feminism in advertising: Irony or revolution? A critical review of femvertising. *Feminist Media Studies*, 22(2), 441–459. <https://doi.org/10.1080/14680777.2020.1825510>
- Waqar, A., Jamil, M., AL-Hazmi, N. M., & Amir, A. (2024). Unveiling femvertising: Examining gratitude, consumers attitude towards femvertising and personality traits. *Cogent Business & Management*, 11(1), 2297448. <https://doi.org/10.1080/23311975.2023.2297448>
- Windels, K., Champlin, S., Shelton, S., Sterbenk, Y., & Poteet, M. (2020). Selling Feminism: How Female Empowerment Campaigns Employ Postfeminist Discourses. *Journal of Advertising*, 49(1), 18–33. <https://doi.org/10.1080/00913367.2019.1681035>
- Wolin, L. D. (2003). Gender Issues in Advertising—An Oversight Synthesis of Research: 1970-2002. *Journal of Advertising Research*, 43(1).
- Zeisler, A. (2016). *We were feminists once: From riot girl to covergirl, the buying & selling of a political movement*. New York: Public Affairs.



**THE IMPORTANCE OF HUMAN RESOURCES PLANNING IN STRATEGIC
MANAGEMENT**

Stratejik Yönetimde İnsan Kaynakları Planlamasının Önemi

Ömer Emrah ACAR

Bağımsız Araştırmacı, omeremrahacar@hotmail.com , Konya / Türkiye

<https://orcid.org/0000-0002-9911-1311>

Doi: <https://doi.org/10.33723/rs.1557606>

Acar, Ö. E. (2024). "The importance of human resources planning in strategic management".
R&S- Research Studies Anatolia Journal, 7(4). 490-518.

Makale Türü / Article Type: Derleme Makalesi / Review Article

Geliş Tarihi/ Arrived Date: 28.09.2024

Kabul Tarihi / Accepted Date: 30.10.2024

Yayınlanma Tarihi / Published Date: 31.10.2024

ABSTRACT

Changes in competitive conditions force businesses to develop new capabilities in order to sustain their existence and be successful. At this point, businesses have made an effort to change their management approach and gain a strategic perspective. This approach, called strategic management, involves the effective use of the resources that the business has in order to regulate the relations between the business and its environment and to gain superiority over competitors or to make a difference. The most important resource that businesses have is human resources. The most important key to the adoption and successful implementation of the strategic management approach is to have an effective manpower. With a strategic human resources planning, businesses will be able to ensure that employees are provided at the right time, with the desired qualifications and assigned to the right jobs in line with the business strategy. The purpose of this study is to create a conceptual framework for the role of human resource planning in the strategic management process. At this point, the studies on strategic management, human resource management and strategic human resource management in the literature were examined in detail. As a result of the research, it was concluded that strategic human resources planning is the process of creating comprehensive and long-term human resources strategies and developing the plans, programs and tactics necessary for the implementation of these strategies, and that businesses that manage this process in the best way can establish superiority over their competitors by identifying opportunities, threats, advantages and weaknesses.

Keywords: Strategic Management, Strategic Human Resources Management, Strategic Human Resources

ÖZ

Rekabet koşullarında meydana gelen değişimler, işletmeleri varlıklarını sürdürülebilmeleri ve başarılı olabilmeleri için yeni yetenekler geliştirmeye zorlamaktadır. Bu noktada işletmeler, yönetim anlayışlarını değiştirerek stratejik bir bakış açısı kazandırma çabası içine girmişlerdir. Stratejik yönetim olarak adlandırılan bu yaklaşım, işletme ile çevresi arasındaki ilişkileri düzenleyen ve rakiplere karşı üstünlük elde edebilmek veya farklılık yaratabilmek için işletmenin sahip olduğu kaynakların etkili bir şekilde kullanılmasını içermektedir. İşletmelerin sahip olduğu en önemli kaynak ise insan kaynağıdır. Stratejik yönetim anlayışının benimsenmesi ve uygulamaya başarılı bir şekilde koyulmasının en önemli anahtarı etkili bir insan gücüne sahip olmaktır. Stratejik bir insan kaynakları planlaması ile işletmeler, işletme stratejisi doğrultusunda çalışanların doğru zamanda, istenen niteliklere sahip olarak temin edilmesini ve doğru işlerde görevlendirilmesini sağlayabilecektir. Bu çalışmanın amacı, stratejik yönetim sürecinde insan kaynakları planlamasının rolü konusunda kavramsal bir çerçeve oluşturmaktır. Bu noktada literatürde yer alan stratejik yönetim, insan kaynakları yönetimi ve stratejik insan kaynakları yönetimi ile ilgili yapılmış çalışmalar ayrıntılı bir şekilde incelenmiştir. Araştırma sonucunda stratejik insan kaynakları planlamasının, geniş kapsamlı ve uzun vadeli insan kaynakları stratejileri oluşturma ve bu stratejilerin uygulanması için gerekli olan planları, programları ve taktikleri geliştirme süreci olduğu ve bu süreci en iyi şekilde yöneten işletmelerin, fırsatları, tehditleri, üstünlüklerini ve zayıflıklarını tespit ederek rakiplerine karşı üstünlük kurabilecekleri sonucuna ulaşılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Stratejik Yönetim, Stratejik İnsan Kaynakları Yönetimi, Stratejik İnsan Kaynakları Planlaması

INTRODUCTION

Today, businesses are trying to survive in an environment where rapid technological change, newly formed markets, continuous renewal and customer expectations can change at any time with the effect of globalization.

In this competitive environment full of uncertainties, businesses strive to increase their productivity and gain competitive advantage. In order to achieve these advantages, the management approach has also changed in order to adapt to changing conditions. This new management approach requires a strategic perspective. The strategic dimension of management is becoming more important day by day and is an indispensable solution for businesses to survive.

The understanding of strategic management, which is the transformation of management thought into the current form of practice, is a structure that requires businesses to follow the changes in their environment and think in the long term in order to maintain their existence and achieve sustainable competitive advantage. Strategic management is not to think about what will be done in the future, but to try to determine how the desired goals can be achieved in the future from today.

However, in order to realize the strategic management process, which is of vital importance for businesses, resources must be used effectively. The most important resource that businesses have is human resources. Businesses that can use their human resources effectively will be one step ahead of their competitors.

The purpose of this study is to establish a conceptual framework for the role of human resource planning in the strategic management process. To this end, the concept of strategic management will be explained first. Then, human resource planning, strategic human resource management and strategic human resource planning will be discussed.

STRATEGIC MANAGEMENT

The concept of strategic management has been widely used in business literature since 1980. This concept was formed by combining the words strategy and management (Eren, 1997: 16). Strategic management is about analyzing the situation facing the business. This analysis allows managers to formulate strategies to tackle the situation or challenges facing the business (Henry, 2021: 7). Strategic management is a part of the general management processes of enterprises. In other words, when the business is evaluated hierarchically, it covers a special management area that is of interest to the top management (Dinçer, 2007: 35). However, strategic management, in addition to general management activities, takes necessary precautions by examining the environmental elements that are seen as threats for the long-term survival of the business, and also focuses on long-term activities and final results (Ülgen & Mirze, 2004: 26). The underlying idea of strategic management is not what to do in the future. The main purpose of strategic management is to determine what can and should be done today in order to reach the point we aim for in the future (Efil, 2004: 17).

In order for businesses to be successful, they need to be able to foresee the threats and opportunities they may face, determine rational strategies by making predictions and implement these strategies effectively. For this reason, the importance of strategic management at the global level is increasing day by day (Akgemci, 2008: 8). One of the reasons why the strategic management approach has gained importance is the fact that managing a business strategically can have positive effects on business performance. In addition, strategic management provides efficiency in decisions and actions in the event that businesses are faced with constantly changing situations. A business needs to coordinate some departments and business activities in order to achieve its goals. Strategic management will be able to achieve the objectives by affecting all levels of the business. This reveals the importance of strategic management

(Coulter, 1998: 23). At this point, the benefits of strategic management can be listed as follows (Jauch & Glueck, 1998: 18; Galloway, 1990: 20-21):

- Strategic management brings with it a proactive management approach.
- Strategic management enables businesses to recognize changes that may occur at any moment in advance.
- Strategic management enables the identification of realizable goals and orientations.
- Strategic management facilitates managers to investigate fundamental problems.
- Works carried out with a strategic management approach yield more effective results.
- Strategic management provides support to managers in investigating the basic problems of the business.
- Strategic management helps communication within the organization, the coordination of individual projects, the transfer of resources and the development of short-term planning such as budgets.

The strategic management process can be defined as the whole of information gathering, analysis, selection, decision-making and implementation activities aimed at the survival of the enterprise in the future and achieving a sustainable competitive advantage (Ülgen & Mirze, 2004: 31). Strategic management process can be considered as a special decision-making or problem-solving process (Odabaş, 2004: 85). This process covers all the processes from the decision-making stage to how to implement the decisions taken and how to check the implemented decisions to identify and correct the deficiencies (Ketchen & Craighead, 2020: 1332).

The strategic management process consists of planning, selection and assignment of strategists, environmental analysis, setting goals and objectives and strategy formulation. In the strategy implementation phase, previously determined strategies and plans are implemented. In the final stage of the process, the results of the implementation are reviewed, and if the desired

objectives have not been achieved, new arrangements are made. These stages can be explained in detail as follows:

- 1. Selection and Assignment of Strategists:** Strategists who initiate strategic management studies in enterprises, who are at every stage of this process and who are responsible for strategic activities are classified in two ways; the first one is strategists in managerial positions and the second one is professional expert strategists. In this process, top management is responsible for formulating and implementing strategies for business units. At the same time, the strategies created at each management level are the responsibility of the managers in that unit. Professional strategists, who are appointed from outside the organization and who are experts in this field, can also take part in the creation and implementation of strategies. Expert strategists should have strategic consciousness, be able to see events from a broad perspective, have advanced analysis skills, manage time well and have creative characteristics (Ülgen & Mirze, 2004: 59-63).
- 2. Strategic Analysis Process:** Strategic analysis involves the processes of redefining objectives, selecting appropriate strategies for these objectives, and examining both the external environment (international, technological, economic, political, socio-cultural, natural, market, customers, suppliers, competitors, financial institutions, trade unions) and the internal environment (resources, capabilities and competencies) (Esmer, 2020: 83). At this point, first, the external environment of the business is examined by conducting a SWOT analysis and the threats and opportunities that may be encountered are predicted, then the weaknesses and advantages of the business are identified. Finally, the objectives of the business are determined and appropriate strategies and policies are developed to achieve these objectives (Dinçer, 2007: 70).
- 3. Determination of Goals and Objectives:** Determining the vision, mission and objectives of the business has an important place in the strategic management process.

The vision, mission and objectives determined by the enterprises play a guiding role in their future strategies. At the same time, they are seen as supportive elements in the implementation, measurement and evaluation stages of strategies (Göral, 2014: 188). Mission means the specific task undertaken by a person or a community. While how the future is viewed is expressed with vision, future-oriented efforts are concretized with mission. The mission reveals the working area of the business and the reason for its existence (Güner, 2008: 67). A business vision, in its simplest form, expresses a picture of the future of the business shared by all employees. In this respect, vision should be considered as a mental design that brings together beliefs about how the future can be and the ways in which the desired state can ideally be achieved, rather than an individual fantasy (Thoms & Greenberger, 1998: 4). Goals can be defined as socially or humanly determined tangible or intangible values that guide responses or behaviors. Objectives are divided into three as strategic, economic and non-economic objectives (Dinçer, 2007: 165).

4. Strategy Formulation: After evaluating the threats, opportunities, advantages and weaknesses in the external and internal environment, enterprises make the selection of strategies that may be suitable for them, which is another stage of the strategic management level. As a result of strategy formulation, businesses will be able to evaluate the realities of the external environment, their own available resources and capabilities, and design strategies that will help them achieve their goals (Robbins et al., 2013: 111). Strategies can be classified into two main categories: basic strategies and strategies according to management levels. Basic strategies are analyzed under four headings: growth, downsizing, maintaining the status quo and mixed strategies. Strategies according to management levels are divided into three as corporate strategies, competitive strategies and functional strategies (Ülgen & Mirze, 2004: 70-71).

5. Implementation of Strategies: The first thing to do after developing strategies and preparing strategic plans is to organize for the successful implementation of the strategies. Organization is necessary not only for strategic planning but also for activities at each level of management. Activities at this stage include the preparation of programs and budgets by sub-units to implement strategies and policies. In the fulfillment of all these, collecting the data and information to be used and ensuring their flow is a key element (Köse, 2008: 79-80).

6. Evaluation of Implementation Results and Control: The last stage of the strategic management process is the evaluation of the results of the strategic plan, reviewing the developments and implementing corrective measures, if any, i.e. the control stage (Aktan, 1997: 136). This stage is important for understanding and analyzing whether the implemented strategies are actually leading the business in the right direction (Fuertes et al., 2020: 12). In the evaluation and control phase, strategists can evaluate whether the implemented strategies have yielded the expected results, if the results are not as desired, why this has occurred and what changes can be made (Katsiolouides, 2006: 19).

The basic model of strategic management includes the selection of strategists, strategic analysis, setting goals and objectives, strategy formulation, strategy implementation, and evaluation and control processes. An important element of strategic management is strategic management tools. Strategic management tools are necessary to determine the marketing position, customer needs, competitive position and the impact of internal and external factors that affect the performance of the business. These tools are also important for developing strategies to gain and sustain competitive advantage (Afonina & Chalupsky, 2012: 1535). These tools and techniques commonly used in the strategic management process can be explained as follows:

- **Open Book Management:** The basis of open book management is that the information that employees have should not only help them in the course of their duties but also help them understand the overall performance of the business (Rouhani et al., 2024: 316). It is a management philosophy that aims to share information about business performance with employees, to train employees to understand what this information means, how the business generates revenue, and how their own efforts affect the success of the business, as well as to give them the opportunity to contribute to the success of the business and to reward or profit share to employees who contribute to the success of the business (Davis, 1997: 7).
- **Search Conference:** It is a participation technique that aims to create a common mind within the organization. Search conferences can be held to determine the vision and mission of an organization, as well as to identify problems and find solutions in strategic planning (Aktan, 1999: 6-7).
- **Balanced Scorecard:** It is an application model that tries to realize the vision and strategies of an enterprise effectively by transforming them into physical measures (Dinçer, 2007: 396). This approach prioritizes achieving financial targets, but also argues that the aspects of financial targets related to business performance should also be taken into account (Akgemci, 2008: 53).
- **Brainstorming:** It is a technique based on sharing thoughts on a subject without criticism and judgment and aims to reveal creative thoughts (Şahin, 2005: 442). Brainstorming provides a free and open environment that encourages everyone to participate. The ideas put forward for problem solving are developed by all participants and creative solutions are tried to be reached (Almutairi, 2015: 137).
- **Value Chain Analysis:** It is a method used to identify the activities of the business that can be characterized as strategic and to understand their effects on cost and value. This

analysis enables businesses to identify activities that create value, reduce costs and differentiate themselves in order to gain competitive advantage (Stabell and Fjeldstad, 1998: 413, 416).

- **Reengineering:** It can be defined as a fundamental rethinking and radical redesign of business processes in order to achieve dramatic improvements in the performance of the organization (Elapatha & Jehan, 2020: 2). This method envisages starting the organizational functioning from scratch, erasing traditional working methods from the corporate memory and designing how the work can be done best from now on (Öğüt, 2009; 212, 214).
- **Delphi Technique:** It is a method used by experts to make forecasts for the future (Wantanakomol & Silpcharu, 2020: 3). This technique is a method that allows experts to decide and agree on a subject without face-to-face meetings and discussions in order to solve a problem within the organization (Aktan, 1999: 7).
- **Outsourcing:** It is a business strategy in which businesses focus on their own areas of expertise and provide the rest of the work through other businesses specialized in that field (Fabian et al., 2023: 48).
- **Cost-Benefit Analysis:** It refers to the systematic comparison of the costs and benefits of a particular activity or project in order to determine whether it is economically profitable (Yalçın, 2006: 16).
- **Benchmarking:** It is the process of comparing products, services and practices against strong competitors and businesses known as leaders in the sector (Henry, 2021: 116). Benchmarking determines the standards related to products and services in the organizational interaction environment, and makes it possible to know at what level the business is (Saraç, 2005: 55).

- **Downsizing:** It can be defined as a strategic alternative that is used especially in times of crisis and includes different combinations of reductions in the physical, human and organizational systems of an enterprise in order to adapt to competitive conditions (Dewitt, 1998: 59). Downsizing is seen as an effective strategy that helps businesses maintain their competitive advantage and is widely practiced (Adeoye & Lawrence, 2021: 4).
- **Customer Relationship Management:** It is an approach that organizes the strategies, functions, processes and understanding of the business by using technology in order to gain new customers, retain existing customers and ensure customer loyalty and satisfaction (Zengin & Ulama, 2015: 401). The goal of customer relationship management is to optimize the present and future value of customers. This approach is an approach that adopts creating, maintaining and further developing customer relationships (Baş, 2021: 26).
- **Nominal Group Technique:** It is a group decision-making method used for a group to reach a consensus quickly. This technique, which envisages giving equal rights to everyone in the group, was developed as an alternative to the brainstorming technique (Şen & Cenkçi, 2009: 3).
- **Portfolio Analysis:** These techniques are widely used in strategy selection. With the help of portfolio matrices, it is possible to analyze what kind of strategy an enterprise should follow in the market and in which areas it should concentrate its investments (Akgemci, 2008: 81).
- **SWOT Analysis:** It is a technique that allows analyzing the internal and external environment of an enterprise. With this analysis, both the current situation in which the business is in and how it may be in the future can be determined and predicted (Baykal, 2018: 153). With SWOT analysis, businesses first identify their strengths and weaknesses

by analyzing the internal situation, and then try to determine the situation against competitors and the opportunities and threats in the market by analyzing the external situation (Aktan, 2008: 7).

HUMAN RESOURCES PLANNING

The main purpose of this function, also called manpower, workforce or personnel planning, is to forecast future labor force requirements (Mahapatro, 2021: 38). The plans developed for the coordination of the activities to be carried out according to the results of this estimation are called human resources planning (Aldemir et al., 2001: 10).

Human resources planning is defined as estimating the employee needs of an enterprise and organizing the activities required to meet these needs. At the end of the human resources planning process, it is aimed to create a program that will ensure that the right number and the right quality of employees are provided at the right time to help the business achieve its goals (Decenzo & Robbins, 2019: 53).

In human resources planning; it is important to know the current policies determined by the enterprise and the personal and organizational goals and objectives for the future. In other words, in human resources activities, it is necessary to have a long-term perspective and to take into account the needs of the business. Human resources planning is basically done in order to balance the supply and demand of human resources in the business (Erdoğan, 2003: 119).

The objectives of human resources planning, which has a direct impact on achieving the goals of businesses, can be listed as follows (Mahapatro, 2021: 38; Sabuncuoğlu, 2000: 30-31):

- Changes and constraints in human resources,
- Training and development of existing employees,
- Filling vacancies,
- Recruitment of new employees,

- Estimating labor costs,
- Providing employees to adapt to change,
- Identifying the need for employees in line with the development plans of the business,
- Increasing employee morale and motivation,
- Implementing educational programs for employees in line with the principle of mutual respect,
- Ensuring adequate return on investments in human resources.

Human resource planning has an important place in helping both the organization and the employees to prepare for the future (Harris, 1997: 61). Since human resource planning deals with the optimum use of human resources, it is in a position to provide great benefits to the business in particular and the country in general. These benefits, which will provide advantages to businesses and reveal the importance of human resource planning, can be explained as follows (Aquinas, 2009: 41-42):

- Increases labor productivity,
- Ensures the employment of qualified human resources,
- It helps easy adaptation to rapid technological changes,
- Reduces labor turnover,
- Increased control over recruitment and training costs,
- Prevents losses due to labor mobility,
- It ensures that the labor demand that will occur with the growth of the business can be easily met,
- An increase in productivity is achieved by ensuring the satisfaction of the workforce.

Human resource planning is a dynamic process that continuously collects data, processes, utilizes and transfers this data to the necessary places. This process is under the influence of many controllable and uncontrollable factors inside and outside the organization. These factors

are examined under two main headings: external environmental factors (demographic factors, legal regulations, economic conditions, competitive conditions, technology, trade unions) and internal environmental factors (analysis of jobs, business culture and management style, workforce skills inventory, reliability of human resources information system (Bayrammuradov, 2009: 12).

Human resources planning consists of various stages. According to some authors, this process consists of three stages. These stages are determining the characteristics of existing employees, determining how many employees are needed to maintain the current activities of the enterprise, and finally determining the need or surplus of employees as a result of the calculations to be made in these first two stages (Aykaç, 1999: 104). According to another approach, human resource planning is also considered as a three-stage process. These are; estimation of human resources needs, evaluation of human resources and control stages (Şimşek & Öge, 2007: 70).

Forecasting the amount and quality of labor force that the business will need in the future is a very important issue in terms of sustainable competition. Making a healthy labor demand forecast will enable the enterprise to take a step forward against its competitors in terms of competition (İbicioğlu, 2006: 8). At this point, forecasting methods used in human resources planning can be explained as follows:

- **Forecasting Methods Based on Managers' Opinions:** It is the simplest forecasting technique based entirely on the knowledge, skills, experience and intuition of experts or managers (Aldemir et al., 2001: 46). Although decision-making based on expert opinion is a method frequently used in small enterprises, it is seen that this method is also applied in large enterprises and gives good results (Tortop et al., 2006: 74).
- **Delphi Method:** The Delphi Method is a method that is based on the opinions of experts on a topic and consists of several rounds in which data on a particular topic is collected,

summarized and presented back to the participants (Olsen et al., 2021: 1377). A standard Delphi study has a structure consisting of multiple rounds. The first round starts with sending the questionnaires prepared on the topic under investigation to the experts and getting their opinions. These forms are then collected and edited by the human resources expert. If there are differences in the opinions of the experts, the edited answers are sent to the experts again. After re-evaluation by the experts, the responses are collected again and re-evaluated. If there is still no consensus, this process continues until a consensus is reached among the experts (Brady, 2015: 3).

- **Nominal Group Technique:** The nominal group technique is a technique that consists of many participants and envisages making decisions based on the opinions of these participants. Accordingly, group members are asked for their opinions on an issue and asked to write these opinions on a piece of paper. Each member then shares his/her opinions with the others. After this sharing, the discussion process starts and each member expresses his/her opinion about the other ideas. Finally, these opinions are combined, put to a vote and scored. At the end of this process, the opinion with the highest score is approved and the most appropriate solution is obtained (Özkalp, 1991: 314-315).
- **Bottom-up Forecasting Method:** In this method, managers of each unit in the organization are asked to estimate their own human resource needs. The general approach here is to ensure that business managers have a general view of what the constraints and opportunities for hiring new employees might be. These managers then use this information to develop estimates of human resource needs in their area of responsibility (DeNisi & Griffin, 2001: 157).
- **Forecasting Based on Known Data:** Forecasting based on known data is based on the idea that changes planned to be made in the future are realized by taking into account past data. It is a simple method based on the principle that the same level of human resources

needed in the past will be needed in the future. Although this method is easy to apply, thinking that the business will never change and planning accordingly may lead to some mistakes (Tortop et al., 2006: 75-76).

- **Forecasting Method Based on Trend Analysis:** With the forecasting method based on trend analysis, it is envisaged to determine the need for employees for the future based on past data. In this method, a graph is first prepared and the trend line is obtained by marking the values of the variables on the graph. Then, according to the slope of the line obtained, data about the future are obtained numerically with the help of second or third order function equations (Bayrammuradov, 2009: 37-38).

STRATEGIC HUMAN RESOURCES MANAGEMENT AND PLANNING

Strategic Human Resources Management

In the current period, human resources, which were seen as a cost element in the past, have gained strategic importance with globalization, international competition, technological developments, changing production and management systems (Bayat, 2008: 73).

Strategic human resources management appears as a conceptual structure. This conceptual structure focuses on how human resources should be used in line with business strategies and focuses on the planning of the required human resources in terms of number, quality and skills and the implementation of strategies in this direction (Özçelik & Doğan, 2021: 291). At the same time, it is about how human resource personnel should adopt a strategic approach on a day-to-day basis. This ensures that human resource activities continuously support the realization of business strategies (Armstrong & Taylor, 2014: 16).

Strategic human resource management focuses on the alignment between an organization's overall strategy and its human resource strategy (Boselie & van der Heijden, 2024: 27). Adopting a strategic approach in human resource management facilitates the adaptation of the

organization to changing environmental conditions and ensures that employees are committed to the long-term goals of the organization. Adopting a strategic approach in human resources management will transform a department that focuses on relationships and procedures, which aims to maintain the current structure, functioning and status quo within a limited area of authority, into an active unit that leads organizational change and focuses on improving the performance of individuals and teams. The adoption and realization of this understanding requires a five-step process. These can be listed as follows (Barutçugil, 2004: 57-60):

- **Determining the strategic purpose of the business:** This stage requires answering questions such as the nature of the business, the sector in which it operates, what kind of added value it generates and where it aspires to be in the future. Based on these answers, the human resources department has to plan which jobs will be done by which people, how they will be found and trained, and how they will achieve high performance.
- **Implementation of strategic plans and scenarios:** At this stage, studies such as identifying the critical elements for the success of the business in the coming years, determining the impact of external environmental factors on the business, analyzing competitors and identifying weaknesses and strengths are carried out. In this process, human resources management determines what kind of human resources practices are required in each different situation and evaluates the possible effects on the business.
- **Strategic positioning:** This stage will enable the organization to assess itself accurately and gain the ability to respond more quickly and effectively to changes. At this point, strategic positioning will facilitate the correct operation of practices such as planning, recruitment, providing knowledge and skills to employees, performance appraisal and career management in terms of human resources.

- **Identifying critical human resources issues:** At this stage, it is determined which improvements will actually contribute to the strategic objectives of the organization and bring competitive advantage.
- **Implementing human resource management strategies:** Human resource management must know and fulfill what the business needs to do to realize its mission and vision. In addition, the human resources department must acquire the employees who will enable the organization to achieve its strategic objectives and empower them with the right knowledge and skills.

Businesses that maintain the human resources management process with a strategic approach increase their ability to cope with unexpected organizational and managerial events. The human resources unit actively contributes to the process of creating and implementing a business strategy shaped by organizational and environmental changes (Öğüt et al., 2004: 285).

Strategic Human Resources Planning

Strategic planning of human resources is based on the strategic management process of human resources. In other words, strategic management of human resources and strategic planning are based on a similar conceptual framework (Akyüz, 2006: 127).

Strategic human resources planning aims at determining the organization's employee needs in order to ensure that they are of the quality required to achieve strategic goals. Strategies and goals that are necessary for the long-term success of the organization will not make sense without human resources with the qualifications and skills to carry them out (Arslan, 2012: 91). At this point, strategic human resources planning is the planning process of determining the current and future needs of human resources in line with the strategic plans of the organization (Boon et al., 2019: 2499).

The objectives of strategic human resources planning can be listed as follows (Bagheri, 2016: 434-435):

- Contribute to and improve the overall performance of the business,
- To show the importance of human resources,
- To play an active role in the development of human resources that support the continuous development of the organization,
- Establish clear communication between the business and the core activities of human resources,
- Provide planning tools that support and enable the development of human resources.

Strategic human resource planning is the process of developing comprehensive and long-term human resource strategies and developing the plans, programs and tactics required to implement these strategies. If done correctly, strategic human resource planning provides various direct or indirect benefits to an organization. These benefits can be explained as follows (Barutçugil, 2004: 127-128):

- It encourages proactive rather than reactive behaviors,
- Provides an environment of open and trusted communication to achieve business objectives.
- Encourage critical thinking and continually question the appropriateness of programs based on assumptions,
- It enables the determination of the difference between the current state of the business and the state it wants to be in the future.
- Encourages managers to participate in processes,
- Identify potential barriers, limitations, threats and opportunities related to human resources,

- A successful strategic human resources plan, developed with the participation of managers at all levels, creates common bonds among employees.

Strategic human resources planning involves a process consisting of two stages: determining the objectives of human resources and determining the human resources strategy. The correct implementation of this process by both the management and the human resources unit will ensure the success of human resources planning and thus organizational plans.

There are different approaches to strategic planning of human resources. While making a classification about the approaches on this subject, it would be a correct approach to establish a relationship with the evolution of management thought in order to understand how the subject has developed. This approach means establishing a relationship between the accepted understanding of management and the perspective of human resources, as well as seeing managerial activities as a whole and perceiving the organization as a system (Baransel, 1979: 11). Strategic human resources planning approaches are analyzed under the following headings (Tortop et al., 2006: 82-87):

- 1. Classical Strategic Planning Approach:** This approach was the first strategic planning initiative and has attracted a great deal of attention from businesses. The main purpose of this planning process is to make strategic decisions about the business and to harmonize the business with its environment. The most effective method of achieving this goal is strategic planning. The classical strategic planning process starts with a comparative assessment of the business's environment and its objectives. After that, the process continues with strategic decisions by analyzing possible threats, advantages, technologies, expectations, alternatives and preferences. Finally, the process is completed with implementation and evaluation activities.
- 2. Neo-Classical Strategic Planning Approach:** The view that the human resources of the organization should be given more importance in the strategic plans to be made with the

importance of human resources has been accepted. In the light of these views, classical strategic plans have been re-evaluated. The renewed approach adopted based on this new view has led to the emergence of the neo-classical strategic planning approach. This approach is based on the need to give more importance to human resources in enterprises.

3. Modern Strategic Planning Approach: With the modern management approach, it has started to be accepted that there is not always a valid business structure, on the contrary, the most appropriate business structure can be determined depending on the conditions in which the business is located. This approach argues that in the process of determining business strategies, objectives and development scenarios should be made in terms of human resources in the business, environmental analysis should be carried out mainly within the framework of human resources, and the economic, social and technological dimensions of change as well as the population-related dimension should be evaluated.

4. Neo-Modern Strategic Planning Approach: This approach argues that in addition to the assumptions of the modern approach, the effects of technological developments, which are developing rapidly today, should be considered in more detail.

CONCLUSION

Businesses operating in a constantly changing and uncertain environment have to act with a strategic management approach in order to survive and succeed. The concept of strategic management, which is formed by combining the words strategy and management, has a meaning that regulates the relations between the business and its environment and includes the effective use of the resources of the business in order to gain superiority over competitors. Strategic management deals with what can be done today in order for businesses to achieve their future goals. In the strategic management process, strengths and weaknesses are identified through internal analysis, possible opportunities and threats are identified through external

analysis, and long-term activities and final results are focused on. Strategic management, which can ensure the achievement of the objectives determined by affecting all levels of the business, provides a proactive management approach, enables the identification of problems in advance, enables the setting of achievable goals and enables the work to yield more effective results.

The most important key to the adoption and successful implementation of strategic management is to have an effective workforce. At this point, we come across the concept of human resources planning. Human resources planning is defined as estimating the need for employees and organizing the activities necessary to meet this need. With this planning process, it is aimed to create an action program that will help the business to achieve the goals set by the business, to ensure that the desired quality and number of employees are provided when they are needed. Human resources planning is an important process that helps to prepare both the organization and the employees for the future. Human resources planning deals with the best use of human resources and thus provides benefits to businesses such as increased labor productivity, employment of qualified manpower, easy adaptation to rapid changes, reduced labor turnover and increased productivity by ensuring employee satisfaction.

Businesses that adopt the strategic management approach have to evaluate the planning of the workforce, which is the most important element in this process, from a strategic perspective. Strategic human resources planning refers to the planning process of providing employees at the most appropriate time, with the desired qualifications and assigning them to the right jobs in line with the strategy determined by the business. Strategic human resources planning is the process of creating comprehensive and long-term human resources strategies and developing plans, programs and tactics required for the implementation of these strategies. Organizations that manage this process correctly should ensure an open and reliable communication environment.

REFERENCES

- Adeoye, A.O. & Lawrence, E.M. (2021). Organizational Downsizing and Survivors' Performance: A Study of First Bank PLC. *International Journal of Management and Administration*, 5(9), 1-16.
- Afonina, A. & Chalupský, V. (2012). The Current Strategic Management Tools and Techniques: The Evidence From Czech Republic. *Economics and Management*, 17(4), 1535-1544.
- Aquinas, P. G. (2009). *Human Resource Management-Principles and Practice*. Vikas Publishing House.
- Aldemir, C., Ataoğlu, A. & Budak, G. (2001). *İnsan Kaynakları Yönetimi*. 4th ed., İzmir: Barış Yayınları.
- Akgemci, T. (2008). *Stratejik Yönetim*. 2nd ed., Ankara: Gazi Kitabevi.
- Aktan, C. C. (1997). *Değişim ve Yeni Global Yönetim*. İstanbul: Şahinkaya matbaacılık.
- Aktan, C. C. (1999). *Yönetimde Yeni Konseptler ve Yeni Teknikler*. Yeni Türkiye, 59-68.
- Aktan, C. C. (2008). *Stratejik Yönetim ve Stratejik Planlama*. Çimento İşveren Dergisi, 22(4), 4-21.
- Akyüz, Ö. F. (2006). *Değişim Rüzgarında Stratejik İnsan Kaynakları Planlaması*. 2nd ed., İstanbul: Sistem Yayıncılık.
- AlMutairi, A. N. M. (2015). The Effect of Using Brainstorming Strategy in Developing Creative Problem Solving Skills among Male Students in Kuwait: A Field Study on Saud Al-Kharji School in Kuwait City. *Journal of Education and Practice*, 6(3), 136-145.
- Armstrong, M. & Taylor, S. (2014). *Armstrong's Handbook of Human Resource Management Practice*. 13. Baskı, UK: Kogan Page Publishers.
- Arslan, M. L. (2012). İnsan Kaynakları Gereksinime Süreç Yaklaşımı: Stratejik İnsan Kaynakları Planlaması. *Öneri Dergisi*, 10(37), 89-101.



- Aykaç, B. (1999). *İnsan Kaynakları Yönetimi ve İnsan Kaynaklarının Stratejik Planlaması*. Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.
- Bagheri, J. (2016). Overlaps Between Human Resources' Strategic Planning and Strategic Management Tools in Public Organizations. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 230, 430-438.
- Baransel, A. (1979). *Çağdaş Yönetim Düşüncesinin Evrimi: Klasik ve Neo Klasik Yönetim ve Örgüt Teorileri*. İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi Yayını. İstanbul.
- Barutçugil, İ. (2004). *Stratejik İnsan Kaynakları Yönetimi*. 1st ed., İstanbul: Kariyer Yayıncılık.
- Baş, Y.N. (2021). Müşteri İlişkileri Yönetimi: Ulusal Yazının Bibliyometrik Analizi. *Journal of Business Administration and Social Studies*, 5(1), 25-32.
- Bayat, B.. (2008). İnsan Kaynakları Yönetiminin Stratejik Niteliği. *Gazi Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi*, 10(3), 67-91.
- Baykal, T. (2018). Örgütlerde Etkinlik ve Etkililik için Stratejik Yönetim ve Stratejik Planlama. *Sosyal Bilimler Araştırma Dergisi*, 7(2), 151-160.
- Bayrammuradov, S. (2009). *İnsan Kaynakları Planlamasında Kullanılan Talep Tahmin Yöntemleri ve İnsan Kaynakları Maliyetleri Hesaplaması*. [Master's Thesis, Marmara University, Institute of Social Sciences, İstanbul].
- Boon, C., Den Hartog, D.N. & Lepak, D.P. (2019). A Systematic Review of Human Resource Management Systems and Their Measurement. *Journal of Management*, 45(6), 2498-2537.
- Boselie, P. & van der Heijden, B. (2024). *Strategic Human Resource Management*. 3th ed., McGraw Hill.
- Brady, S. R. (2015). Utilizing and Adapting The Delphi Method For Use in Qualitative Research. *International Journal of Qualitative Methods*, 14(5), 1-6.
- Coulter, M. K. (1998). *Strategic Management in Action*, USA: Prentice Hall.

- Davis, Tim R. (1997). Open-Book Management: Its Promise and Pitfalls. *Organizational Dynamics*, 25(3), 7-20.
- DeCenzo, D.A. & Robbins, S.P. (2019). *Supervision Today*. New York: Pearson.
- DeNisi, A. S. & Griffin, R. W. (2001). *Human Resource Management*. USA, Boston: Houghton Mifflin.
- Dewitt, R. (1998). Firm, Industry and Strategy Influences on Choice of Downsizing Approach. *Strategic Management Journal*, 59-79.
- Dinçer, Ö. (2007). *Stratejik Yönetim ve İşletme Politikası*. 8th ed., İstanbul: Alfa Yayınları.
- Efil, İ. (2004). *İşletme Yönetimi: Yönetim Düşüncesi Fonksiyonları ve Yeni Yönetim Teknikleri*. 1st ed., İstanbul: Aktüel Yayınları.
- Elapatha, V.W. & Jehan, S.N. (2020). An Analysis of the Implementation of Business Process Re-engineering in Public Services. *Journal of Open Innovation: Technology, Market and Complexity*, (6), 1-13.
- Erdoğan, N. (2003). *Kariyer Geliştirme Kuram ve Uygulama*. 1st ed., Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.
- Eren, E. (1997). *İşletmelerde Stratejik Yönetim ve İşletme Politikası*. İstanbul: Der Yayınları.
- Esmer, Y. (2020). Financial Strategic Analysis in SMEs: The Case of Amasya Province. *Research of Financial Economic and Social Studies*, 5(1), 82-88.
- Fabian, A.A., Uchechukwu, E.S., Ooye, C.C. & Okeke, N.M. (2023). Corporate Outsourcing and Organizational Performance in Nigerian Investment Banks. *Scholars Journals of Economics, Business and Management*, 10(3), 46-57.
- Fuertes, G., Alfaro, M., Vargas, M., Gutierrez, S., Ternero, N. & Sabattin, J. (2020). Conceptual Framework for the Strategic Management: A Literature Review-Descriptive. *Journal of Engineering*, (1), 1-21.

- Galloway, I. D. (1990). Strategic Management in Public Sector Research Organisations: A Critical Review. *International Journal of Public Sector Management*, 5-24.
- Göral, R. (2014). *Turizm İşletmelerinde Stratejik Yönetim*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Güner, S. (2008). Stratejik Yönetim Anlayışı ve Kamu Yönetimi. *Türk İdare Dergisi*, Retrieved March, 30, 2010, from <http://www.sgb.gov.tr/StratejikYonetim/Stratejik%20Ynetim/Stratejik%20Planlama/Belgeler/Makaleler/Stratejik%20Yönetim%20Anlayışı%20ve%20Kamu%20Yönetimi.pdf>.
- Harris, M. (1997). *Human resource management: A practical approach*. ABD: The Dryden Press.
- Henry, A.E. (2021). *Understanding Strategic Management*. 4th ed., United Kingdom: Oxford University Press.
- İbicioğlu, H. (2006). *İnsan Kaynakları Yönetimi*. 1st ed., Isparta: Fakülte Kitabevi Yayınları.
- Jauch, L. R. & Glueck, W. F. (1988). *Business Policy and Strategic Management*. 5th ed., New York: Mcgraw-Hill.
- Katsioloudes, M.I., (2006). *Strategic Management: Global Cultural Perspectives for Profit and Non-Profit Organizations*. 1st ed., USA: Butterworth-Heinemann.
- Ketchen Jr, D.J. & Craighead, C.W. (2020). Research at the Intersection of Entrepreneurship, Supply Chain Management, and Strategic Management: Opportunities Highlighted by COVID-19. *Journal of Management*, 46(8), 1330-1341.
- Köse, A. (2008). *Stratejik Yönetim*. 1st ed., İstanbul: Kum Saati Yayınları.
- Mahapatro, B.B. (2021). *Human Resources Management*. India: New Age International Publishers.
- Odabaş, Ç. (2004). Stratejik Yönetim ve E-devlet. *Sayıştay Dergisi*, 55, 83-93.
- Öğüt, A. (2009). *Bilgi Çağında Yönetim*. 4th ed., Konya: Çizgi Kitabevi.

- Öğüt, A., Akgemci, T. & Demirsel, T. (2004) Stratejik İnsan Kaynakları Yönetimi Bağlamında Örgütlerde İşgören Motivasyonu Süreci. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (12), 277-290.
- Olsen, A.A., Wolcott, M.D., Haines, S.T., Janke, K.K. & McLaughlin, J.E. (2021). How to Use the Delphi Method to Aid in Decision Making and Build Consensus in Pharmacy Education. *Currents in Pharmacy Teaching and Learning*, 13, 1376-1385.
- Özçelik, H. & Doğan, A. (2021). İnsan Kaynakları Yöneticilerinin Bakış Açısıyla Stratejik İnsan Kaynakları Yönetimi: Nitel Bir Araştırma. *Electronic Journal of Social Sciences*, (20)77, 289-312.
- Özkalp, E. (1991). Örgütlerde Grupların Karar Verme Teknikleri. *Anadolu Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 9(1), 311-320.
- Robbins, S. P., Decenzo, David A., & Coulter, M. (2013). *Fundamentals of Management, (Yönetimin Esasları)*. Trans. Ed.: A, Öğüt, Ankara: Nobel Yayınları.
- Rouhani, O., Azar, S.F. & Dizaji, M. (2024). The Impact of Competitive Intelligence on Quality of Service Delivery: The Mediating Role of Open-Book Management in the Hotel Industry. *International Journal of Nonlinear Analysis and Applications*, 15(6), 313-325.
- Sabuncuoğlu, Z. (2000). *İnsan Kaynakları Yönetimi*. Bursa: Ezgi Kitabevi Yayınları.
- Saraç, O. (2005). Benchmarking ve Stratejik Yönetim. *Sayıştay Dergisi*, 56, s. 53-77.
- Stabell, C. B. & Fjeldstad, Ø. D. (1998). Configuring Value For Competitive Advantage: On Chains, Shops, and Networks. *Strategic Management Journal*, 19(5), 413-437.
- Şahin, Ç. (2005). Aktif Öğretim Yöntemlerinden Beyin Fırtınası Yöntemi ve Uygulaması. *Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 14(1), 441-450.
- Şen, C. G. & Cenççi, D. (2009). An Integrated Approach to Determination and Evaluation of Production Planning Performance Criteria. *Journal of Engineering and Natural Sciences*, Sigma, 27, 1-17.

- Şimşek, Ş. & Öge, S. (2007). *Stratejik ve Uluslararası Boyutları ile İnsan Kaynakları Yönetimi*. Ankara: Gazi Kitabevi.
- Thoms, P. & Greenberger, D. B. (1998). A Test of Vision Training and Potential Antecedents to Leaders' Visioning Ability. *Human Resource Development Quarterly*, 9(1), 3-19.
- Tortop, N., Aykaç, B., Yayman, H., & Özer, A. (2006). *İnsan Kaynakları Yönetimi*. Ankara: Nobel Yayınları.
- Ülgen, H. & Mirze, S. K. (2004). *İşletmelerde Stratejik Yönetim*. 1st ed., İstanbul: Literatür Yayınları.
- Wantanakomol, S. & Silpcharu, T. (2020). Strategy for Preventing Corruptions in Industrial Business Organizations With Delphi Technique. *Academy of Strategic Management Journal*, 19(3), 1-7.
- Yalçın, Y. (2006). *Elektronik Veri Tabanlarında Maliyet-Fayda Analizi: Başkent Üniversitesi Kütüphanesi Uygulaması*. [Master's Thesis, Hacettepe University, Institute of Social Sciences, Ankara].
- Zengin, B. & Ulama, Ş. (2015). Müşteri İlişkileri Yönetimi. In B., Kılıç & Z., Öter (Eds.), *Turizm Pazarlamasında Güncel Yaklaşımlar*, İstanbul: Beta Basım Yayım, 395-428.

	R&S - RESEARCH STUDIES ANATOLIA JOURNAL		
	https://dergipark.org.tr/rs	<i>Vol:7 Issue:4; pp:519-551</i>	

BIG DATA AND AMOEBIA ORGANIZATIONS: INNOVATIVE MANAGEMENT IN DECISION MAKING

Big Data and Amoeba Organizations: Innovative Management in Decision Making Processes

Mesut ÖZTIRAK

Assoc. Prof., Istanbul Medipol University, Faculty of Business and Management Sciences,
Department of Aviation Management, mesut.oztirak@medipol.edu.tr, Istanbul / Turkiye
<https://orcid.org/0000-0003-4828-7293>

Ayşe Meriç YAZICI

Assoc. Prof., Istanbul Gelisim University, Faculty of Economics, Administrative and Social
Sciences, Department of International Trade and Business, ayazici@gelisim.edu.tr, Istanbul /
Turkiye <https://orcid.org/0000-0001-6769-2599>

Doi: <https://doi.org/10.33723/rs.1551290>

Öztrak, M. & Yazıcı, A. M. (2024). "Big data and amoeba organizations: innovative management in decision making". R&S- Research Studies Anatolia Journal, 7(4). 519-551.

Makale Türü / Article Type: Review Article

Geliş Tarihi / Arrived Date: 16.09.2024

Kabul Tarihi / Accepted Date: 18.10.2024

Yayınlanma Tarihi / Published Date: 31.10.2024

ÖZ

Bu çalışma, büyük veri ve amip organizasyonlar arasındaki etkileşimi inceleyerek karar alma süreçlerindeki yenilikçi yönetimi ele almaktadır. Çalışmada, büyük verinin iş süreçlerine olan etkisi ve amip organizasyonların yapısal özellikleri detaylı bir şekilde ele alınmıştır. Ayrıca, büyük verinin amip organizasyonlardaki karar alma süreçlerine entegrasyonu ve bu entegrasyonun inovasyon ve teknolojik gelişmelerle nasıl etkileşimde bulunduğu incelenmiştir. Yenilikçi yönetim stratejilerinin bu bağlamda ne şekilde uygulanabileceği ve bu stratejilerin organizasyonlardaki etkisi detaylı bir şekilde analiz edilmiştir. Çalışma, büyük veri ve amip organizasyonların karar alma süreçlerindeki etkileşimi daha anlaşılır kılmayı amaçlamaktadır. Çalışmada ayrıca, zorluklar ve çözüm yolları da tartışılarak, bu alandaki gelecek çalışmalar için önerilerde bulunulmuştur.

Anahtar Kelimeler: Büyük Veri, Amip Organizasyonlar, Yenilikçi Yönetim, Karar Alma Süreçleri

ABSTRACT

This study examines the interaction between big data and amoeba organisations and addresses innovative management in decision-making processes. In the study, the impact of big data on business processes and the structural characteristics of amoeba organisations are discussed in detail. Furthermore, the integration of big data into decision-making processes in amoeba organisations and how this integration interacts with innovation and technological developments are examined. How innovative management strategies can be applied in this context and the impact of these strategies in organisations are analysed in detail. The study aims to make the interaction of big data and amoeba in the decision-making processes of organisations more understandable. Challenges and solutions are also discussed and suggestions are made for future work in this area.

Keywords: Big Data, Amoeba Organisations, Innovative Management, Decision-Making Processes

INTRODUCTION

Traditional management models and decision-making processes are exposed to ever-changing dynamics and complexities in today's business world, forcing organisations to become faster, more flexible and innovative. In this context, the interaction between big data and amoeba organisations is creating a radical change in decision-making processes. Big data dominates business processes and offers organisations a competitive advantage in decision-making processes. Amoeba organisations, on the other hand, attract attention with their flexible structures and their ability to adapt to continuous change, which causes traditional hierarchical structures to be questioned.

The main purpose of this study is to understand the interaction between big data and amoeba organisations in depth and to reveal how this interaction is reflected in innovative management

strategies in decision-making processes. In this context, the impact of big data on business processes and the structural characteristics of amoeba organisations will be examined in detail to clarify how these two concepts interact in decision-making processes. The study also examines the integration of big data into decision-making processes in amoeba organisations and how this integration interacts with innovation and technological developments.

BIG DATA ANALYSIS AND BASIC PRINCIPLES

THE CONCEPT OF BIG DATA

Big data is a concept that has emerged in today's rapidly changing and digitalizing world. Big data consists of three basic components: volume, variety, and speed. Big data covers enormous amounts of data. Traditional databases cannot process this large volume, so big data technologies have the capacity to store and process petabytes of data (Kar et al., 2023: 2). Big data includes structured, semi-structured, and unstructured data types. Structured data is data organized in a table format found in a typical relational database. Semi-structured data is data that has a certain order, such as XML or JSON, but is not completely structured. Unstructured data, on the other hand, includes data that does not have any order, such as text documents and social media posts. Big data is data that is produced and processed quickly. Internet offices, sensor networks, and other sources produce data sets instantly (Quvvatov, 2024: 119). Being able to process this data flow quickly is important for increasing the speed of decision-making processes.

Big data enables businesses and organisations to access and understand information that was previously difficult to access, and to make more informed and strategic decisions. Big data analytics enables meaningful information to be extracted from these data sets, which enables organisations to gain competitive advantage and increase their innovation (Khang et al., 2023: 54). Big data has a wide range of applications and helps to discover valuable information in

business, science, healthcare, marketing and many other fields. The concept of big data is an important tool that helps organisations make better decisions, optimise their operations and gain competitive advantage.

THE IMPACT OF BIG DATA ON BUSINESS PROCESSES

Big data has become an important player in today's business world, and has taken on a transformative role, especially in terms of its impact on business processes. This impact has the potential to go beyond traditional data management methods and make business processes more effective and efficient.

When integrated into business processes, big data enables organisations to make significant progress in data-based decision-making processes. Big data provides competitive advantage to organisations with its ability to adapt business processes to rapidly changing conditions. Through instant data analysis, organisations can quickly adapt to market trends, customer behaviour and the competitive environment. This offers a wide range of advantages from crisis management to daily business operations with fast and flexible response capability. Integration of big data into business processes is an effective tool to increase operational efficiency (Bag et al., 2023: 34). Big data analytics also offers the potential to use resources more effectively and optimise processes by evaluating the efficiency of business processes. This results in cost savings and increased efficiency in business processes. Big data also has a significant impact on customer relationship management and marketing strategies (Mortaheb and Jankowski, 2023: 6). The integration of big data into business processes contributes to organisations becoming more competitive, data-driven and open to innovation. This situation supports smarter and more strategic management of business processes, strengthening decision-making processes and better preparing organisations for the future.

BIG DATA ANALYTICS AND DECISION MAKING

Big data analytics is a powerful tool that enables organisations to extract meaning from large and complex data sets (Bose et al., 2023; Gillborn et al., 2023). These analytical methods create a unique impact on the decision-making processes of amoeba organisations and offer solutions based on innovative management strategies (Mortaheb and Jankowski, 2023: 8).

For example, Amazon's personalized recommendation systems, which examine the purchase history, search preferences and behaviors of its customers using big data analytics, have greatly increased the company's competitive advantage (West, 2019: 27-28). Similarly, large retail companies such as Walmart use big data analytics to optimize their inventory management and logistics operations. Walmart's use of big data analytics to monitor inventory movements in real time and predict sales trends has increased efficiency by minimizing stock shortage problems (Zhai, 2024: 37-38).

Big data analytics reduces decisions based on subjective judgments in decision-making processes, enabling more rational and data-supported decisions to be made. Especially in the finance sector, big data allows financial institutions to more accurately assess the credit risk they provide to customers in complex decision-making processes such as credit risk analysis (Mahmudi, 2024: 1-3).

Financial institutions can make more accurate decisions in credit risk assessments by using big data analytics. For example, banks manage credit approval processes more accurately by analyzing various data such as customers' past credit usage, payment habits and income levels. Big data analytics provides faster and more reliable results compared to traditional methods used in calculating credit scores, which minimizes credit risk (Bhatore et al., 2020: 112-113). Big data analytics also plays an important role in the healthcare sector. For example, IBM Watson develops personalized treatment plans for cancer patients using big data analytics. Doctors determine the most appropriate treatment options by analyzing patients' genetic

information, medical history and treatment responses. This data-driven decision-making process increases treatment efficiency and reduces healthcare costs (Batko and Ślęzak, 2022: 3). Airlines use big data analytics to optimize flight operations and fuel consumption. For example, Delta Airlines analyzes aircraft flight data to optimize routes, reduce fuel consumption, and improve maintenance processes. In this way, the company has reduced operational costs, increased on-time takeoff and landing rates, and increased customer satisfaction (Hausladen and Schosser, 2020: 77-78). As a result, the integration of big data analytics into decision-making processes both reduces costs and speeds up processes, which is an important factor for businesses to maintain their competitive advantage.

Big data analytics provides organisations with the ability to make in-depth explorations of large volumes of data sets and detect intrinsic/radiational patterns. This increases the ability of amoeba organisations to learn from past data sets and predict future trends, enabling decision makers to make more informed decisions. Big data analytics, when integrated into business processes, also helps to analyse data quickly and reach immediate results (Quvvatov, 2024: 119). This helps amoeba organisations to react quickly and effectively to real-time changing conditions, optimising decision-making processes. Big data analytics creates personalised decision support systems with a detailed focus on individual customer behaviour, preferences and needs. This enables amoeba organisations to enhance the customer experience and provide customised services. Big data analytics help organisations to identify potential risks in advance and develop preventive measures (Udeh et al., 2024: 224). By using these analytical capabilities, amoeba organisations can quickly adapt to changes in the market and gain a sustainable competitive advantage.

AMOEBA ORGANIZATIONS

The amoeba organisation is an organisation model that focuses on flexibility, adaptability and cooperation outside traditional hierarchical structures. This concept was inspired by the characteristics of amoeba cells. Amoeba cells are single-celled organisms that can move on their own and interact with their environment. Similarly, amoeba organisations are organisations that can quickly adapt to changing business conditions and develop an internal culture of collaboration (Adler et al., 2020: 408).

Amoeba organisations have a flexible structure that can adapt to complex and changing business environments. This flexibility increases the organisation's ability to react quickly and adapt to changing conditions. In amoeba organisations, effective communication and collaboration between individuals and units are encouraged (Yang, 2018: 467). This improves decision-making processes by increasing information sharing. Unlike traditional leadership, leadership in amoeba organisations is more adaptive and distributed. Leadership can be seen as a shared responsibility between individuals at different levels of the organisation rather than a specific person. In amoeba organisations, decision-making authority is decentralised. This gives employees the opportunity to take more responsibility and participate in decision-making processes (Inamori, 2013: 67). The ability to adapt quickly to changing conditions allows amoeba organisations to foster innovation. These organisations continuously improve business processes and seize new opportunities. By focusing on customer satisfaction, amoeba organisations tend to evaluate customer feedback and continuously improve their products or services.

AMOEBA ORGANIZATION CONCEPT

Amoeba organisation is a business organisation model inspired by the flexible structures of amoebas in nature. This model enables businesses to create a flexible and dynamic structure to adapt to rapidly changing business environments. The amoeba organisation is a structure that does not have a central structure, where small, independent units work together to form a large organisation (Kusrini and Arifsa, 2019: 42). The structure of the amoeba organisation provides an advantage in quickly adapting to changing market conditions and seizing new opportunities. In amoeba organisations, interaction and cooperation between individuals are at the forefront. Communication channels are open and effective, which increases the flow of information. Amoeba organisations ensure cooperation in decision-making processes and facilitate coordination between different units within the organisation (Urban, 2017: 18). Amoeba organisations tend to be innovative and develop rapid adaptation capabilities in a constantly changing business environment. Instead of resisting change, these organisations tend to see change as an opportunity. In amoeba organisations, decision-making processes are often decentralised. This allows individuals at different levels within the organisation to take more responsibility and participate in decision-making processes (Desai et al., 2008: 321). Amoeba organisations tend to make effective use of data-driven tools such as big data analytics. These organisations make more informed, data-driven decisions through big data analytics and base their strategic management on these analytical capabilities. Amoeba organisations prioritise customer satisfaction and experience (Ochuba et al., 2024: 568). By evaluating customer feedback through big data analytics, they develop customer-oriented strategies and increase customer satisfaction. These characteristics highlight the unique strategies and innovative management approach that amoeba organisations follow to succeed in the modern business world.

For example, Japan-based Kyocera is one of the best-known practitioners of the amoeba organisation model. Developed in the 1960s by the company's founder Kazuo Inamori, this model has played an important role in Kyocera's success. The company created an independent structure with small units of amoebas, with each unit responsible for profit and loss. This structure has contributed to Kyocera's rapid growth and success in various sectors (Adler and Hiromoto, 2012: 62). Haier, a Chinese white goods manufacturer, is another large company that has adopted the amoeba organisation model. Haier is divided into micro-enterprises and each micro-enterprise operates independently. This model enables the company to innovate and respond quickly to customer needs. By 2023, the Haier Group had reached annual revenues of more than USD 30 billion and had a market share of more than 10% in the global white goods market. Morning Star, a US-based food processing company, uses a version of the amoeba organisation model (Haier, 2023: 2).

FLEXIBILITY AND RAPID RESPONSE ABILITY

Amoeba organisations tend to have a flexible structure. By overcoming the limitations of traditional hierarchical structures, amoeba organisations make their business processes more flexible. Big data, as part of this flexible structure, helps organisations adapt to rapidly changing business environments. Data analytics enable organisations to continuously evaluate and adjust their business processes and react flexibly when necessary. One of the key characteristics of amoeba organisations is their ability to react quickly and adapt to changing conditions (Bataineh et al., 2024: 529). Big data analytics support this rapid response capability. In real-time data analysis, organisations react quickly to immediate events. This increases the competitive advantage of amoeba organisations with the ability to quickly adapt to market changes, customer demands or competitive challenges. Flexibility and the ability to react quickly influence the strategic decision-making processes of amoeba organisations. Big data analytics

enables organisations to make more informed decisions through instant data analysis and the capacity to make meaningful data inferences. Flexible management strategies support decision-making processes based on instant data and enable organisations to manage more effectively in a dynamic business environment (Ahmed et al., 2023: 8).

The flexibility and rapid response of amoeba organizations encourages continuous improvement and innovation. Big data analytics helps organizations evaluate current processes and strategies, contributing to the creation of a culture of continuous improvement (Chen and Kim, 2023: 12). This increases the competitive advantage of organizations. Big data analytics helps amoeba organizations quickly adapt to changing conditions.

THE IMPACT OF AMOEBA ORGANIZATIONS ON INNOVATION

Amoeba organisations have created a remarkable model in the business world by adopting a flexible, adaptive and innovative approach outside of traditional hierarchical structures. When the innovative management approach of these organisations is integrated with big data, it can make significant contributions to the innovation processes of organisations.

Amoeba organisations are known for having a flexible structure. Flexibility means the ability to adapt quickly to changing conditions. This flexible structure increases the innovation appeal of organisations. Big data enables organisations to identify innovation opportunities within this flexible structure by analysing market trends, customer feedback and competitive environment (Makhloufi et al., 2023: 17). Amoeba organisations make data-driven decisions using big data analytics. Data-driven decisions enable organisations to determine more accurate and effective innovative strategies. Big data analytics increases the capacity of organisations to identify future innovation areas by evaluating existing data sets. Amoeba organisations foster a culture focused on communication and collaboration. This culture increases the flow of information between different units and accelerates innovation processes (Demircioglu, 2023: 134). Big

data supports the emergence of new ideas and innovative solutions by facilitating data sharing between stakeholders within the organisation.

Amoeba organisations have set a remarkable example in the business world by adopting a flexible, adaptable and innovative management model independent of traditional hierarchical structures. These organisations further strengthen their innovation processes by using the opportunities provided by big data. Today, large companies such as Amazon, Google and Zappos accelerate their innovation processes with amoeba-like flexible organisational structures (Frimousse, 2019: 5). These organisations are known for their ability to quickly adapt to changing market conditions, and this flexibility, combined with big data analytics, enables more effective innovation opportunities to emerge. For example, Amazon's ability to develop new products and services by tracking customer behaviour through big data analytics is a result of the organisation's flexible structure (McAfee and Brynjolfsson, 2012; 62-64).

The flexible nature of Amoeba organisations means the ability to adapt quickly to changing conditions. This flexibility increases the innovation capability of organisations. Big data analytics makes it possible to identify innovation opportunities by analysing market trends, customer feedback and the competitive environment within this flexible structure (Yazıcı, 2020: 160-161). Google, in particular, quickly evaluates user feedback using big data analytics and utilises this data in new product development processes. This allows Google to quickly adapt to market trends and offer innovative products (Benjamin et al., 2024: 232-234). Amoeba organisations make data-driven decisions using big data analytics. Data-driven decisions allow organisations to identify more accurate and effective innovation strategies. Furthermore, amoeba organisations foster a culture based on communication and collaboration. This culture increases the flow of information between different units and accelerates innovation processes. Big data supports the emergence of new ideas and innovative solutions by facilitating data sharing between stakeholders within the organisation. For example, Facebook's internal

communication and data sharing platforms contribute to the development of new products and services by increasing collaboration among employees (Helmond et al., 2019: 123-125).

DECISION-MAKING PROCESSES IN AMOEBA ORGANIZATIONS

Decision-making processes in amoeba organisations are based on a communication and cooperation-oriented approach. Collaboration takes the form of open communication between different departments and teams. Big data analytics increases data sharing among stakeholders in this process, making decision-making processes more holistic and knowledge-based (Ahmed et al., 2022: 64). Decisions in amoeba organisations emphasise flexibility and adaptability. These organisations develop the ability to react quickly to changing conditions. Big data analytics helps to continuously adjust and optimise decision-making processes with the information obtained through continuously updated data sets (Carrasco-Carvajal, 2023: 2). In amoeba organisations, decisions are made on a data-driven basis. In this process, big data analytics offers organisations the capacity to evaluate large data sets and make meaningful data inferences. Data analytics make the decision-making processes of organisations more objective and information-oriented (Ayokanmbi, 2021: 3). The decision-making processes of amoeba organisations are based on the ability to react quickly. Big data analytics enables organisations to react quickly to instant events with real-time data analysis. This supports organisations to adapt to dynamic business environments. Decision-making processes in amoeba organisations are often based on decentralised delegation (Chatterjee et al., 2024: 604).

USE OF BIG DATA IN AMOEBA ORGANIZATIONS

Amoeba organizations have the capacity to effectively integrate big data analytics with their dynamic structure and flexible business model. The use of big data in amoeba organizations

plays an important role in improving decision-making processes, increasing flexibility and encouraging innovation.

Amoeba organisations can develop a culture of data-driven decision making through big data analytics. Big data offers the capacity to analyse large and diverse data sets related to the organisation's activities, enabling more informed and accurate decisions to be made. Big data also helps amoeba organisations to predict future trends and possible scenarios by evaluating historical data sets (Pedraza-Rodríguez et al., 2023: 2). This enables organisations to improve their strategic planning and make more effective decisions for the future.

Big data helps amoeba organisations to make their business processes more efficient. To increase operational efficiency, data analytics allows organisations to use their resources more effectively and optimise business processes. Big data analytics enables amoeba organisations to be more effective in identifying and managing potential risks. It also helps organisations strengthen their cyber security measures and improve data security. Big data supports the innovation processes of amoeba organisations (Rumanti et al., 2023: 3). In identifying innovative ideas and new projects, big data analytics helps organisations to continuously renew themselves and gain competitive advantage. In this context, the use of big data in amoeba organisations makes a significant contribution to their efforts to adapt to rapidly changing business environments and improve their decision-making processes (Udeh et al., 2024: 223).

INNOVATIVE MANAGEMENT STRATEGIES

The interaction between big data and amoeba organisations enables organisations to adopt innovative management strategies and gain competitive advantage. These strategies aim to adapt quickly to change in dynamic business environments, encourage innovation and create sustainable competitive advantage.

Innovative management strategies aim to make organisations' decision-making processes data-driven. Big data analytics enables managers to make knowledge-based decisions by extracting meaning from large and complex data sets. This strategy supports organisations to make more informed and accurate decisions. Innovative management strategies go beyond traditional leadership models and emphasise flexible and adaptive leadership. Leaders adopt leadership approaches that can quickly adapt to changing conditions, take risks and trust their employees (Abbas et al., 2024: 2). This enables amoeba organisations to fulfil their leadership roles more effectively in rapidly changing business environments.

Innovative management strategies focus on increasing customer satisfaction and evaluating customer feedback. Big data analytics provide strategies to understand customer behaviour and improve the customer experience through recommendation systems. Innovative management strategies aim to improve the organisation's human resources and talent management. By using big data analytics in areas such as talent analysis, identifying training needs and monitoring employee performance, it helps the organisation to manage its human resources potential more effectively (Sudjatmoko et al., 2023: 8; Öztirak and Güney, 2022: 322). Innovative management strategies aim for organisations to take leadership in sustainability and social responsibility.

Innovative management strategies aim to increase customer satisfaction and strategically evaluate customer feedback. Netflix analyses audience preferences using big data analytics and produces new content in line with this data. Netflix's recommendation algorithms provide personalised recommendations based on users' viewing histories and interests. This strategy has strengthened the company's competitiveness by increasing customer satisfaction (Khandelwal et al., 2023: 1739-1740). Similarly, organisations with an amoeba structure combine customer feedback with big data analytics to make innovative improvements to their products and services and increase customer loyalty.

The use of big data analytics in innovative management strategies also contributes to human resources and talent management processes. For example, IBM uses big data analytics to analyse employee performance and training needs. In this way, the organisation's talent management becomes more strategic and employee productivity is increased. Amoeba organisations' use of big data in human resources processes enables them to monitor employee performance and optimise training processes (Yanamala, 2024: 2). These strategies contribute to organisations gaining competitive advantage by maximising their talent potential.

The interaction of big data analytics and amoeba organisations strengthens the ability of businesses to adapt to rapidly changing business environments and develop innovative management strategies. Since amoeba organisations are built on flexibility and agility, big data analytics makes their business processes more effective. For example, digital platforms such as Spotify use big data analytics to analyse their users' music preferences and offer personalised recommendations. This data-driven approach helps the organisation develop innovative management strategies, while at the same time increasing customer satisfaction. Spotify's use of big data has encouraged innovation by establishing a system based on the processes of learning from user interactions and sharing this information with content producers (Nwaimo et al., 2024: 1864-1865).

Big data analytics accelerate the decision-making processes of amoeba organisations while increasing the accuracy of strategic decisions. Airbnb has optimised its pricing strategies by analysing customer feedback and booking trends using big data analytics. Airbnb determines accommodation prices by analysing market dynamics in different regions with big data and thus responds faster to customer demands. It also utilises big data analytics to increase customer satisfaction and provide feedback to hosts (Kirkos, 2022: 4-5). This data-driven strategy of Airbnb is an example of how organisations with an amoeba structure can adapt to rapidly changing conditions.

In addition, big data analytics plays an important role in the human resources management of amoeba organisations. Unilever develops data-driven strategies for talent management and employee satisfaction by using big data analytics in human resources processes. With the help of big data, Unilever monitors employee performance and identifies areas for development, while at the same time analysing training needs and offering more personalised training opportunities to its employees. In this way, it increases productivity within the organisation and strengthens employee loyalty (Chima and Nwinykpugi, 2023: 268). The flexible management approach of amoeba-like organisations makes it possible for Unilever to implement innovative management strategies in human resources processes.

Finally, amoeba organisations take the lead in social responsibility and sustainability by using big data analytics. Patagonia uses big data analytics to develop its sustainability strategies. By analysing supply chain data to minimise its environmental impact, Patagonia optimises resource use and promotes sustainable practices in its production processes. This data-driven approach, combined with the flexibility of the Amoeba structure, enables the organisation to provide innovative leadership in social responsibility and environmental protection (Ekechukwu, 2021: 5-6). Patagonia's leadership in sustainability using big data analytics demonstrates how amoeba organisations can gain strategic advantages in environmental awareness and social responsibility.

IMPLEMENTATION OF INNOVATIVE STRATEGIES IN MANAGEMENT

The interaction of big data and amoeba organisations in decision-making processes requires the implementation of innovative strategies in management. These strategies aim to help organisations adapt to changing business environments, foster innovation and achieve sustainable competitive advantage.

Innovative strategies are based on strategic innovation and long-term visioning of organisations. Managers determine the future goals of their organisation using the information obtained through big data analytics. This strategy supports innovation by defining the mission and strategic orientation of the organisation. Innovative strategies aim for organisations to create a flexible and adaptive structure. Big data helps organisations to adapt faster to environmental changes (Audretsch and Belitski, 2023: 3). This strategy, together with the ability to continuously review and improve business processes, allows organisations to adapt more effectively to changing conditions.

Innovative strategies adopt agile and fast decision-making processes. Big data analytics provide access to real-time data, enabling managers to make faster and better-informed decisions. This strategy helps organisations maintain their competitive advantage. Innovative strategies encourage the creation of a culture that values employee ideas and opinions. Big data analytics help managers to evaluate employee feedback and highlight innovative ideas (Prakash, 2024: 14). This strategy increases innovation by evaluating contributions from all levels within the organisation. Innovative strategies adopt a continuous improvement and feedback loop. Big data analytics allows organisations to monitor their performance and continuously improve their business processes. This strategy enables organisations to continuously renew themselves (Alaskar et al., 2024: 3).

INNOVATIVE MANAGEMENT IN THE CONTEXT OF BIG DATA AND AMOEBA ORGANIZATIONS

Big data is a important tool for amoeba organisations to adopt innovative management practices. In this context, the dynamic nature of amoeba organisations combined with the opportunities offered by big data provides an important basis for the development of an innovative management approach.

Big data offers managers of amoeba organisations the capacity to provide information in real time and over large data sets. This enables the development of data-based decision-making processes. Managers can make more informed and effective decisions based on data supported by big data analytics. Big data helps amoeba organisations to adapt quickly to changes in their business environment. Innovative management emphasises the ability of organisations to be flexible and adaptive (Valero-Gil et al., 2023: 2; Öztirak, 2023: 270). Adaptive management strategies supported by big data analytics allow organisations to quickly adapt to dynamic conditions. Big data feeds the innovation processes of organisations. Innovative management encourages employee creativity and creates a culture open to new ideas. Big data analytics helps organisations identify internal and external sources of innovation, enabling them to continuously generate innovative solutions (Fosso Wamba, 2017: 472).

Big data offers valuable insights into customer behaviour. Innovative management emphasises customer centricity and uses big data to improve the customer experience. Personalised services and products provide competitive advantage by increasing customer satisfaction. Innovative management encompasses organisations' ability to understand and effectively manage risks. Big data analytics combined with predictive analytics enable organisations to identify future risks and take proactive measures against them. Innovative management encourages employee participation and team collaboration (Purwanto et al., 2023: 4). Big data supports organisations in assessing employees' views and contributions, increasing knowledge sharing within the team and using collective intelligence. Innovative management in the context of big data and amoeba organisations supports organisations to successfully adapt to changing business environments and gain competitive advantage (Ekambaram et al., 2018: 854).

BIG DATA AND ITS IMPACT ON DECISION MAKING PROCESSES IN AMOEBA ORGANIZATIONS

Big data has an increasingly important impact on the decision-making processes of amoeba organisations. This chapter describes the positive effects of big data on decision-making in amoeba organisations.

Big data gives amoeba organisations access to large and diverse data sets. These rich data sources give managers the chance to conduct data-driven decision-making processes. Big data analytics enables organisations to make more informed and accurate decisions based on historical data. The dynamic nature of Amoeba organisations necessitates fast and effective decision-making processes. Big data, combined with real-time data analytics, enables organisations to make instant situation assessments and make quick decisions based on this information. In this way, organisations can maintain their competitive advantage and evaluate opportunities more quickly (Jung and Shegai, 2023:4; Öztırak and Orak, 2022: 608). Big data provides detailed information about customer behaviour. Amoeba organisations can personalise and improve the customer experience by using this data. Organisations that adopt customer-oriented strategies in their decision-making processes gain competitive advantage by increasing customer satisfaction. Big data helps organisations to encourage innovation (Vasilopoulos et al., 2023: 472). Amoeba organisations can develop creative solutions by identifying new opportunities and trends with big data analytics. This enables the adoption of more innovative and competitive strategies in decision-making processes. Big data enables amoeba organisations to manage their operational processes more efficiently. Data analytics helps organisations to optimise internal processes, use resources more effectively and reduce costs (Zhang et al., 2023: 184). This contributes to increasing operational efficiency in decision-making processes. This interaction between big data and amoeba organisations contributes to

strengthening the competitive advantage of organisations by making decision-making processes more informed, fast and effective.

DATA-BASED DECISION MAKING

The interaction between big data and amoeba organizations highlights data-based decision-making processes. Data-based decision-making is a strategy that aims to enable organizations to make more informed and effective decisions using comprehensive data sets obtained through big data analytics.

Big data offers a wide range of data to amoeba organizations. Large and diverse data sets from different sources add depth to organizations' decision-making processes. This diversity provides decision makers with a more comprehensive perspective, allowing them to make more accurate and informed decisions. Data-based decision-making benefits from the real-time analysis opportunities offered by big data analytics. Amoeba organizations can make quick decisions and instantly optimize their business processes by evaluating instant data streams (Soto Setzke et al., 2023: 1121). This is a critical factor in providing competitive advantage. Machine learning algorithms integrated with big data give amoeba organizations the ability to predict future trends and possible scenarios. Data-based decision-making allows organizations to shape their strategic decisions using these predictive analyses.

Big data has the capacity to provide personalized recommendations based on the past behavior of individual users. Data-based decision making helps leaders and decision makers make more effective decisions by providing them with analysis specific to their needs using this personalized data (Patwary et al., 2024: 671). Data-based decision making processes include evaluating possible risks with big data analytics and developing strategies against these risks. Decisions based on reliable and accurate data help amoeba organizations cope with uncertainties and minimize risks. Big data analytics plays an important role in monitoring and

evaluating the performance of organizations. Data-based decision making processes adopt continuous improvement strategies using the information obtained from these analyses.

FAST DECISION MAKING AND FLEXIBILITY

The interaction between big data and amoeba organizations brings fast decision making and flexibility to the forefront. These elements are critical for organizations to gain competitive advantage and adapt to the rapidly changing business world.

Big data offers amoeba organizations real-time data analysis. This allows organizations to make fast decisions by evaluating instant data streams. Real-time data analysis is critical for gaining competitive advantage and responding quickly to changes in the market. Big data gives organizations the power to predict future trends with predictive analytics. This allows amoeba organizations to identify future challenges and opportunities in advance and make fast and informed decisions. Fast decision making and flexibility refer to the ability of amoeba organizations to quickly adapt to changing conditions (Somwethee et al., 2023: 3). Big data offers organizations the capacity to integrate information from various data sources and determine flexible strategies based on this information. This allows organizations to keep up with rapidly changing market dynamics.

Big data provides organizations with decision-making capabilities supported by AI and machine learning algorithms. This allows amoeba organizations to make smarter and faster decisions by extracting meaningful information from large data sets. Fast decision-making and flexibility drive innovation. Big data analytics enable organizations to continuously evaluate new opportunities and implement rapidly applicable innovations. This is important for maintaining competitive advantage. Flexibility refers to the ability of employees and teams to quickly adapt to various scenarios (Robertson and Lapiņa, 2023: 5). Big data increases this

flexibility by providing employees with better information access and enabling teams to collaborate based on data.

In the context of big data and amoeba organizations, fast decision-making and flexibility are key elements for organizations that want to maintain competitive advantage and adapt to changing business environments. This article provides organizations with guidance on these important issues by discussing these concepts in detail.

INCREASED DECISION-MAKING QUALITY

The integration between big data and amoeba organizations brings about a qualitative increase in decision-making processes. This section discusses in detail how big data increases the quality of decision-making and how amoeba organizations can use this advantage.

Big data provides organizations with access to large and diverse data sets. This diversity enables the use of more accurate and reliable information in decision-making processes. Decision makers can make more robust decisions by integrating information obtained from various data sources. Big data analytics gives amoeba organizations the power to predict future trends and possible scenarios. This allows decision makers to make more informed decisions by providing the ability to predict factors that they could not predict before. The increase in decision-making quality is based on data-driven strategies (Nnaji et al., 2024: 86). Big data allows organizations to evaluate their past performance through data analytics and determine their future strategies accordingly. This supports more effective and strategic decisions.

Big data offers comprehensive analysis capabilities to amoeba organizations. In-depth data analysis allows decision makers to better understand and solve problems. Thus, decisions are made based on more information and understanding, which increases the quality of decision making. Machine learning algorithms integrated with big data help decision makers analyze more complex data sets and extract meaning from them. This enables smarter and data-driven

decisions in decision making processes. Big data offers organizations the ability to evaluate sensitive information including customer feedback, sentiment analysis, and social media data (Arowoogun et al., 2024). This increases the quality of decision making by enabling decision makers to respond more responsively and quickly to customer needs.

This increase in decision quality allows amoeba organizations to develop more robust strategies and gain competitive advantage. This article examines in detail the methods of improving decision quality in the context of big data and amoeba organizations and explains how these advantages can be maximized.

CONCLUSION

The interaction between big data and amoeba organizations has opened the doors to a new era in decision-making processes. Big data has given amoeba organizations the chance to adopt a data-driven decision-making culture. Decision makers make more informed and accurate decisions by integrating information from various data sources. This allows organizations to optimize their strategic management and become more competitive. Big data has provided amoeba organizations with rapid decision-making and flexibility capabilities. Thanks to real-time data analysis, predictive analytics, and machine learning-supported decisions, organizations can quickly adapt to dynamic business environments and maintain their competitive advantage. Analytical methods integrated with big data have increased the quality of decision-making processes. Accuracy, predictive capabilities, comprehensive analysis capabilities, and sensitivity have enabled organizations to make more informed and effective decisions. Big data offers organizations the potential to promote innovation and creativity. Data analytics guide organizations in identifying new opportunities, predicting trends, and continuously improving business processes, thereby increasing their competitive advantage.

RECOMMENDATIONS

This study emphasizes the importance of an innovative management approach in decision-making processes by addressing the interaction between big data and amoeba organizations. In this context, the following recommendations are presented to managers.

- Organizations should create a data strategy to use big data effectively.
- Big data and innovative management strategies require managers and leaders to have knowledge on this subject. Managers should be encouraged to receive continuous training in order to improve their knowledge and skills on big data analytics, artificial intelligence and other innovative technologies.
- Real-time data analysis allows organizations to extract meaning from instantly changing data streams and make quick decisions. Managers should optimize their business processes and gain competitive advantage by using these technological opportunities.
- Managers should encourage their teams, encourage creativity and enable continuous improvements in business processes.
- Managers should increase security measures in the use of big data and give special importance to data ethics issues and raise awareness in their organizations on this issue.
- Managers should encourage employees' participation in this process, provide them with training and development opportunities, and reward their success in this area.

ROADMAP FOR FUTURE RESEARCH

This study sheds light on the current situation and developing management strategies by addressing the interaction and innovative management between big data and amoeba organizations. In future research, it is important to understand the evolution of the relationship between big data and amoeba organizations. The effects of factors such as technological developments, cultural changes, and market dynamics on this relationship should be

investigated in depth. Future research should focus on how to develop methods to establish big data ethics standards and ensure compliance with these standards. Artificial intelligence and machine learning can further optimize decision-making processes by combining with big data analytics. Future research should examine how these technologies can be integrated into management strategies in amoeba organizations and what kind of advantages this integration can provide to organizations.

REFERENCES

- Abbas, J., Balsalobre-Lorente, D., Amjid, M. A., Al-Sulaiti, K., Al-Sulaiti, I., & Aldereai, O. (2024). Financial innovation and digitalization promote business growth: The interplay of green technology innovation, product market competition and firm performance. *Innovation and Green Development*, 3(1), 100111.
- Adler, R. W., & Hiromoto, T. (2012). *Amoeba management: lessons from Japan's Kyocera*. MIT Sloan Management Review.
- Adler, R., Hiromoto, T., & Suzuki, H. (2020). Amoeba management and organizational ambidexterity: Similarities, differences, and implications for organizational fit and success. *International Journal of Productivity and Performance Management*, 69(2), 405-427.
- Ahmed, R. R., Akbar, W., Aijaz, M., Channar, Z. A., Ahmed, F., & Parmar, V. (2023). The role of green innovation on environmental and organizational performance: *Moderation of human resource practices and management commitment*. *Heliyon*, 9(1).
- Ahmed, R., Shaheen, S., & Philbin, S. P. (2022). The role of big data analytics and decision-making in achieving project success. *Journal of Engineering and Technology Management*, 65, 101697.

- Akin, M. S. (2024). Enhancing e-commerce competitiveness: A comprehensive analysis of customer experiences and strategies in the Turkish market. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 10(1), 100222.
- Alaskar, T. H., Alsadi, A. K., Aloulou, W. J., & Ayadi, F. M. (2024). Big Data Analytics, Strategic Capabilities, and Innovation Performance: Mediation Approach of Organizational Ambidexterity. *Sustainability*, 16(12), 5111.
- Arowoogun, J. O., Babawarun, O., Chidi, R., Adeniyi, A. O., & Okolo, C. A. (2024). A comprehensive review of data analytics in healthcare management: Leveraging big data for decision-making. *World Journal of Advanced Research and Reviews*, 21(2), 1810-1821.
- Audretsch, B. D., & Belitski, M. (2023). The limits to open innovation and its impact on innovation performance. *Technovation*, 119, 102519.
- Ayokanmbi, F. M. (2021). The impact of big data analytics on decision-making. *International Journal of Management IT and Engineering*, 11(4), 1-5.
- Bag, S., Rahman, M. S., Srivastava, G., Shore, A., & Ram, P. (2023). Examining the role of virtue ethics and big data in enhancing viable, sustainable, and digital supply chain performance. *Technological Forecasting and Social Change*, 186, 122154.
- Bataineh, M. J., Sánchez-Sellero, P., & Ayad, F. (2024). The role of organizational innovation in the development of green innovations in Spanish firms. *European Management Journal*, 42(4), 527-538.
- Batko, K., & Ślęzak, A. (2022). The use of Big Data Analytics in healthcare. *Journal of big Data*, 9(1), 3.
- Benjamin, L. B., Amajuoyi, P., & Adeusi, K. B. (2024). Leveraging data analytics for informed product development from conception to launch. *GSC Advanced Research and Reviews*, 19(2), 230-248.

- Bhatore, S., Mohan, L., & Reddy, Y. R. (2020). Machine learning techniques for credit risk evaluation: a systematic literature review. *Journal of Banking and Financial Technology*, 4(1), 111-138.
- Bose, S., Dey, S. K., & Bhattacharjee, S. (2023). Big data, data analytics and artificial intelligence in accounting: An overview. *Handbook of big data research methods*, 32-51.
- Carrasco-Carvajal, O., García-Pérez-de-Lema, D., & Castillo-Vergara, M. (2023). Impact of innovation strategy, absorptive capacity, and open innovation on SME performance: A Chilean case study. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 9(2), 100065.
- Chatterjee, S., Chaudhuri, R., & Vrontis, D. (2024). Does data-driven culture impact innovation and performance of a firm? An empirical examination. *Annals of Operations Research*, 333(2), 601-626.
- Chen, P., & Kim, S. (2023). The impact of digital transformation on innovation performance- The mediating role of innovation factors. *Heliyon*, 9(3).
- Chima, P., & Nwinyokpugi, P. (2023). Business Sustainability: Leveraging on Information Ethics. *Journal of Office and Information Management (JOIM)*, 7(1).
- Demircioglu, M. A. (2023). The effects of innovation climate on employee job satisfaction and affective commitment: Findings from public organizations. *Review of Public Personnel Administration*, 43(1), 130-158.
- Desai, N., Chopra, A. K., & Singh, M. P. (2008). Amoeba: A Methodology for Requirements Modeling and Evolution of Cross-Organizational Business Processes. *Transactions on Software Engineering and Methodology* (submitted, 2008).
- Ekambaram, A., Sørensen, A. Ø., Bull-Berg, H., & Olsson, N. O. (2018). The role of big data and knowledge management in improving projects and project-based organizations. *Procedia computer science*, 138, 851-858.

- Ekechukwu, D. E. (2021). Overview of sustainable sourcing strategies in global value chains: a pathway to responsible business practices. *International Journal of Multidisciplinary Research in Science, Technology and Innovation*, 3(1), 1-12.
- Fosso Wamba, P. S. (2017). Big data analytics and business process innovation. *Business Process Management Journal*, 23(3), 470-476.
- Frimousse, S. (2019). *Innovation and Agility in the Digital Age: Africa, the World's Laboratories of Tomorrow*. John Wiley & Sons.
- Gillborn, D., Warmington, P., & Demack, S. (2023). *QuantCrit: Education, policy, 'Big Data' and principles for a critical race theory of statistics*. In *QuantCrit* (pp. 10-31). Routledge.
- Haier. (2023). Haier Smart Home publishes financial figures for HY 2023: continued revenue and profit growth – Overseas business outperforms industry. Retrieved from <https://www.eqs-news.com/news/corporate/haier-smart-home-publishes-financial-figures-for-hy-2023-continued-revenue-and-profit-growth-overseas-business-outperforms-industry/1889825> Accessed date: 01.09.2024.
- Hausladen, I., & Schosser, M. (2020). Towards a maturity model for big data analytics in airline network planning. *Journal of Air Transport Management*, 82, 101721.
- Helmond, A., Nieborg, D. B., & van der Vlist, F. N. (2019). Facebook's evolution: Development of a platform-as-infrastructure. *Internet Histories*, 3(2), 123-146.
- Inamori, K. (2013). *Amoeba management. Gestion dynamique pour une adaptation rapide au marché*.
- Jung, S. U., & Shegai, V. (2023). The impact of digital marketing innovation on firm performance: Mediation by marketing capability and moderation by firm size. *Sustainability*, 15(7), 5711.

- Kar, A. K., Angelopoulos, S., & Rao, H. R. (2023). Guest Editorial: Big data-driven theory building: Philosophies, guiding principles, and common traps. *International Journal of Information Management*, 71, 102661.
- Khandelwal, K., Patel, S., Patel, J., & Pnachal, M. (2023). A study to know—use of AI for personalized recommendation, streaming optimization, and original content production at Netflix. *Int. J. Sci. Res. Eng. Trends*, 9, 1738-1743.
- Khang, A., Gupta, S. K., Rani, S., & Karras, D. A. (Eds.). (2023). *Smart Cities: IoT Technologies, big data solutions, cloud platforms, and cybersecurity techniques*. CRC Press.
- Kirkos, E. (2022). Airbnb listings' performance: determinants and predictive models. *European Journal of Tourism Research*, 30, 3012-3012.
- Kusrini, E., & Arifsa, F. S. (2019). Design of amoeba management system in training and consulting services companies: a case study in a training & consulting company in Indonesia. In 2019 8th International Conference on Industrial Technology and Management (ICITM) (pp. 41-44). IEEE.
- Mahmudi, B. (2024). Exploring the Landscape of Big Data Analytics in Financial Decision Making. *Accounting Studies and Tax Journal (COUNT)*, 1(2), 167-177.
- Makhloufi, L., Vasa, L., Rosak-Szyrocka, J., & Djermani, F. (2023). Understanding the impact of big data analytics and knowledge management on green innovation practices and organizational performance: the moderating effect of government support. *Sustainability*, 15(11), 8456.
- McAfee, A., & Brynjolfsson, E. (2012). Big data: The management revolution. *Harvard business review*, 90(10), 60-68.
- Mortaheb, R., & Jankowski, P. (2023). Smart city re-imagined: City planning and GeoAI in the age of big data. *Journal of Urban Management*, 12(1), 4-15.

- Nnaji, U. O., Benjamin, L. B., Eyo-Udo, N. L., & Etukudoh, E. A. (2024). A review of strategic decision-making in marketing through big data and analytics. *Magna Scientia Advanced Research and Reviews*, 11(1), 084-091.
- Nwaimo, C. S., Adegbola, A. E., & Adegbola, M. D. (2024). Data-driven strategies for enhancing user engagement in digital platforms. *International Journal of Management & Entrepreneurship Research*, 6(6), 1854-1868.
- Ochuba, N. A., Amoo, O. O., Okafor, E. S., Akinrinola, O., & Usman, F. O. (2024). Strategies for leveraging big data and analytics for business development: a comprehensive review across sectors. *Computer Science & IT Research Journal*, 5(3), 562-575.
- Öztrak, M. (2023). A study on the impact of artificial intelligence anxiety on the innovation-oriented behaviours of employees. *Optimum Ekonomi ve Yönetim Bilimleri Dergisi*, 10(2), 267-286.
- Öztrak, M., & Güney, S. (2022). The mediator role of proactive personality in the effect of psychological empowerment on self-leadership: a study for the aviation industry. *Journal of Aviation*, 6(3), 318-324.
- Öztrak, M., & Orak, B. (2022). Uzaktan çalışma süreçlerinde dijital zorbalığın örgütsel dışlanmaya etkisi üzerine bir çalışma. *Business & Management Studies: An International Journal*, 10(2), 605-630.
- Patwary, A. K., Alwi, M. K., Rehman, S. U., Rabiul, M. K., Babatunde, A. Y., & Alam, M. M. D. (2024). Knowledge management practices on innovation performance in the hotel industry: mediated by organizational learning and organizational creativity. *Global Knowledge, Memory and Communication*, 73(4/5), 662-681
- Pedraza-Rodríguez, J. A., Ruiz-Vélez, A., Sánchez-Rodríguez, M. I., & Fernández-Esquinas, M. (2023). Management skills and organizational culture as sources of innovation for firms in peripheral regions. *Technological Forecasting and Social Change*, 191, 122518.

- Prakash, D. (2024). Data-Driven Management: The Impact of Big Data Analytics on Organizational Performance. *International Journal for Global Academic & Scientific Research*, 3(2), 12-23.
- Purwanto, A., Fahmi, K., & Sulaiman, A. (2023). Linking of transformational leadership, learning culture, organizational structure and school innovation capacity: CB SEM AMOS analysis. *Journal of Information Systems and Management (JISMA)*, 2(3), 1-8.
- Quvvatov, B. (2024). SQL Databases And Big Data Analytics: Navigating The Data Management Landscape. *Development Of Pedagogical Technologies In Modern Sciences*, 3(1), 117-124.
- Robertson, G., & Lapaña, I. (2023). Digital transformation as a catalyst for sustainability and open innovation. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 9(1), 100017.
- Rumanti, A. A., Rizana, A. F., & Achmad, F. (2023). Exploring the role of organizational creativity and open innovation in enhancing SMEs performance. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 9(2), 100045.
- Somwethee, P., Aujirapongpan, S., & Ru-Zhue, J. (2023). The influence of entrepreneurial capability and innovation capability on sustainable organization performance: Evidence of community enterprise in Thailand. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 9(2), 100082.
- Soto Setzke, D., Riasanow, T., Böhm, M., & Krcmar, H. (2023). Pathways to digital service innovation: The role of digital transformation strategies in established organizations. *Information Systems Frontiers*, 25(3), 1017-1037.
- Sudjatmoko, A., Ichsan, M., Astriani, M., Mariani, & Clairine, A. (2023). The impact of COVID-19 pandemic on the performance of Indonesian MSME with innovation as mediation. *Cogent Business & Management*, 10(1), 2179962.

- Udeh, C. A., Orieno, O. H., Daraojimba, O. D., Ndubuisi, N. L., & Oriekhoe, O. I. (2024). Big data analytics: a review of its transformative role in modern business intelligence. *Computer Science & IT Research Journal*, 5(1), 219-236.
- Urban, W. (2017). Amoeba management system transformation in the light of organisational change literature. *Management and Production Engineering Review*. 8(1), 16-23. DOI: 10.1515/mper-2017-0002
- Valero-Gil, J., Surroca, J. A., Tribo, J. A., Gutierrez, L., & Montiel, I. (2023). Innovation vs. standardization: The conjoint effects of eco-innovation and environmental management systems on environmental performance. *Research Policy*, 52(4), 104737.
- Vasilopoulos, C., Theodorakopoulos, L., & Giotopoulos, K. (2023). Big Data and Consumer Behavior: The Power and Pitfalls of Analytics in the Digital Age. *Technium Soc. Sci. J.*, 45, 469.
- West, E. (2019). Amazon: Surveillance as a service. *Surveillance & Society*, 17(1/2), 27-33.
- Yanamala, K. K. R. (2024). Strategic implications of AI integration in workforce planning and talent forecasting. *Journal of Advanced Computing Systems*, 4(1), 1-9.
- Yang, F. (2018). The operation mechanism of amoeba's organizational model. *Open Journal of Business and Management*, 6(2), 462-469.
- Yazıcı, A. M. (2020). *Biomimicry and Agile Leadership in Industry 4.0*. In *Agile Business Leadership Methods for Industry 4.0* (pp. 155-170). Emerald Publishing Limited.
- Zhai, X. (2024). Visualizing walmart's supply chain management: A case study on detailed warehouse management practices. *Transactions on Economics, Business and Management Research*, 10, 37-41.
- Zhang, X., Chu, Z., Ren, L., & Xing, J. (2023). Open innovation and sustainable competitive advantage: The role of organizational learning. *Technological Forecasting and Social Change*, 186, 122114.