

**T.C.**  
**İSTANBUL AYDIN ÜNİVERSİTESİ**  
**LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ**



**ÖRGÜTSEL ÖZDEŞLEŞMENİN SANAL KAYTARMAYA**  
**ETKİSİNDE DİJİTAL TUTUMUN ARACILIK ETKİSİ: KOBİ**  
**ÇALIŞANLARI ÖRNEĞİ**

**YÜKSEK LİSANS TEZİ**

**Mehmet Yiğit BAŞER**

**İşletme Ana Bilim Dalı**  
**İşletme Yönetimi Bilim Dalı**

**EYLÜL, 2022**



**T.C.**  
**İSTANBUL AYDIN ÜNİVERSİTESİ**  
**LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ**



**ÖRGÜTSEL ÖZDEŞLEŞMENİN SANAL KAYTARMAYA**  
**ETKİSİNDE DİJİTAL TUTUMUN ARACILIK ETKİSİ: KOBİ**  
**ÇALIŞANLARI ÖRNEĞİ**

**YÜKSEK LİSANS TEZİ**

**Mehmet Yiğit BAŞER**

**(Y1813220001)**

**İşletme Ana Bilim Dalı**

**İşletme Yönetimi Bilim Dalı**

**Tez Danışmanı: Dr. Öğretim Üyesi Şule DARICAN**

**EYLÜL, 2022**



## ONAY FORMU



## ONUR SÖZÜ

Yüksek Lisans “Örgütsel Özdeşleşmenin Sanal Kaytarmaya Etkisinde Dijital Tutumun Aracılık Etkisi: KOBİ Çalışanları Örneği” adlı çalışmanın, tezin proje safhasından sonuçlanmasına kadarki bütün süreçlerde bilimsel ahlak ve geleneklere aykırı düşecek bir yardıma başvurulmaksızın yazıldığını ve yararlandığım eserlerin Kaynakça ’da gösterilenlerden oluştuğunu, bunlara atıf yapılarak yararlanılmış olduğunu belirtir ve onurumla beyan ederim.(...,20..)

Mehmet Yiğit BAŞER





## ÖNSÖZ

Yüksek lisans eğitimim boyunca kıymetli görüşlerinden, tecrübelerinden ve motivasyonundan faydalanma fırsatı bulduğum, günün her saatinde iyi niyetiyle saat kaç olursa olsun değerli vaktini benimle paylaşan ve bu süreç içerisinde beni cesaretlendiren kıymetli danışmanım Sayın Dr. Öğr. Üyesi Şule DARICAN'a sonsuz saygı, sevgi ve teşekkürlerimi sunarım. Eğitim hayatımın başlangıcından bugüne kadar her alanda desteklerini benden esirgemeyen karşılaştığım her zorlukta bana yol gösteren sevgili annem Nuray LAÇİNER ve kıymetli abim Efe BAŞER ile bana sürekli destek veren çok değerli nişanlım Hüdanur DURMUŞ'a sonsuz saygı, sevgi ve teşekkürlerimi sunarım.

Eylül, 2022

Mehmet Yiğit BAŞER



# ÖRGÜTSEL ÖZDEŞLEŞMENİN SANAL KAYTARMAYA ETKİSİNDEKİ DİJİTAL TUTUMUN ARACILIK ETKİSİ

## ÖZET

Günümüzde örgütler, gün geçtikçe rakipleri ile karmaşık bir rekabet içerisinde bulunmaktadır. Bu koşullar altında örgütler devamlılığını sürdürebilmeleri ve rakiplerinden farklı olabilmek adına yaptıkları işi sürekli geliştirmenin yollarını aramaktadır. Teknolojinin hızlı bir şekilde gelişmesiyle birlikte örgüt içerisinde internet ve bilgisayar kullanımı yaygınlaşmıştır. Bunun sonucunda ise işgörenlerin mesai saatleri içerisinde bireysel ihtiyaçlarını karşılayabilmek adına sanal kaytarma eğilimleri gösterdiği görülmektedir. Özel sektörde yaşanmakta olan dijital teknoloji dönüşümü paralelinde küçük ve orta büyüklükte işletmeler ve işgörenler açısından pek çok kolaylıklar ortaya çıkmıştır. Bu durumlar göz önüne alındığında KOBİ'lerin dijitalleşmenin getirmiş olduğu tüm değişimlerin ve yenilikleri yakından takip etmesi, değerlendirmesi ve aynı zamanda uygulaması gerekmektedir.

Bu çalışmanın amacı, örgütsel özdeşleşmenin sanal kaytarmaya etkisinde dijital tutumun aracılık etkisinin 597 kobi çalışanları üzerinde yapısal eşitlik modeli yardımıyla belirlenmesidir. Yapılan analizler neticesinde elde edilen araştırmanın sonuçları, örgütsel özdeşleşmenin dijital tutum ve sanal kaytarma, dijital tutumunda sanal kaytarma üzerinde pozitif yönlü ve anlamlı etkisinin olduğunu ortaya koymaktadır. Ayrıca örgütsel özdeşleşmenin sanal kaytarma üzerinde etkisinde dijital tutumun aracılık etkisinin olduğu tespit edilmiştir.

**Anahtar Kelime:** Örgütsel Özdeşleşme, Sanal Kaytarma, Dijital Tutum, KOBİ



# **THE MEDIATION EFFECT OF DIGITAL ATTITUDE IN THE EFFECT OF ORGANIZATIONAL IDENTIFICATION AND CYBERLOAFING: SME EMPLOYEES EXAMPLE**

## **ABSTRACT**

Today, organizations are in a complex competition with their competitors with each passing day. Under these circumstances, organizations have constantly been looking for ways to improve their jobs in order to maintain their continuity and be different from their competitors. The research reveals the relationship between the concepts of organization identification, cyberloafing and digital attitude. The objective of this study is to examine the cyberslacking behaviors within the organization by identifying the employees with their organizations and to analyze how it benefits or damages their organizations. At the same time, employees' attitudes towards digital were also examined and included in this study. In the application part of the research, studies were carried out in the domestic and foreign literature on the relationship between the concepts of organization identification, cyberloafing and digital attitude are involved, respectively.

In the study, questionnaire method was used as data collection technique. In order to examine the relationship between the concepts above-mentioned, 597 employees in SME's participated in this study within Bursa province. In accordance with this purpose, a model was proposed to determine the intermediary role of the digital attitude of employees working at SME's between organization identification and cyberloafing, and this model was tested with the structural equation modeling. As a result of these analyzes, it was revealed that there is a meaningful and positive relationship between organization identification, cyberloafing and digital attitude.

**Keywords :** Organization Identification , Cyberloafing , Dijital Attitude , SME.



# İÇİNDEKİLER

## Sayfa

ONUR SÖZÜ .....	i
ÖNSÖZ.....	iii
ÖZET.....	v
ABSTRACT .....	vii
İÇİNDEKİLER .....	ix
KISALTMALAR LİSTESİ.....	xv
ÇİZELGELER LİSTESİ.....	xvii
ŞEKİLLER LİSTESİ.....	xix
<b>I. GİRİŞ .....</b>	<b>1</b>
<b>II. ÖRGÜTSEL ÖZDEŞLEŞME.....</b>	<b>3</b>
A. Özdeşleşme, Örgütsel Özdeşleşme Kavramı, Tanımı, Önemi ve Örgütsel Özdeşleşme Kuramsal Temelleri .....	3
1. Özdeşleşmenin Kavramı ve Tanımı.....	3
2. Örgütsel Özdeşleşme Kavramı ve Tanımı .....	4
3. Örgütsel Özdeşleşmenin Önemi .....	8
4. Örgütsel Özdeşleşme Kuramsal Temelleri .....	10
a. Sosyal Kimlik Teorisi.....	10
b. Kendini Sınıflama Teorisi: .....	14
B. Örgütsel Özdeşleşmenin Boyutları .....	15
1. Bilişsel Boyut.....	16
2. Duygusal Boyut .....	16
3. Değerlendirme Boyutu.....	16

4. Davranışsal Boyut .....	16
C. Örgütsel Özdeşleşme Modelleri.....	17
1. Scott, Corman ve Cheney'in Yapısal Özdeşleşme Modeli .....	17
a. Yapının İkiliği.....	19
b. Yapının Bölgeselliği .....	19
c. Durumsal Eylem .....	20
2. Reade'nin Temel Örgütsel Özdeşleşme Modeli .....	20
3. Kreiner ve Ashforth'un Genişletilmiş Örgütsel Özdeşleşme Modeli .....	22
a. Güçlü Özdeşleşme .....	23
b. Özdeşleşmeme .....	23
c. Kararsız Özdeşleşme .....	24
d. Yansız Özdeşleşme .....	24
D. Örgütsel Özdeşleşmeyi Etkileyen Faktörler .....	25
1. Bireysel Faktörler.....	25
a. Olumlu Ruh Hali.....	25
b. İş Tatmini.....	25
c. Örgütteki Görev Süresi .....	26
2. Örgütsel Faktörler .....	26
a. Örgütsel İmaj .....	26
b. Örgütsel İletişim .....	27
c. Örgütsel Adalet.....	27
d. Örgüt Kültürü.....	28
e. Psikolojik Sözleşme.....	28
f. Algılanan Örgütsel Destek.....	28
E. Örgütsel Özdeşleşmenin Sonuçları .....	29
<b>III. SANAL KAYTARMA .....</b>	<b>31</b>



A. Sanal Kaytarma Kavramı, Tanımı, Yarar ve Zararları, Sanal Kaytarma Faaliyetlerinin Hukuki Boyutları .....	31
1. Sanal Kaytarma Kavramı ve Tanımı.....	31
2. Sanal Kaytarmanın Yarar ve Zararları .....	36
3. Sanal Kaytarma Faaliyetlerinin Hukuki Boyutları .....	40
a. Önemli Sanal Kaytarma Bölümlendirme .....	43
b. Önemsiz Sanal Kaytarma Bölümlendirme .....	44
4. Lim Tarafından Yapılan Bölümlendirme.....	44
5. Li ve Chung Tarafından Yapılan Bölümlendirme .....	45
6. Anandarajan ve Simmers Tarafından Yapılan Bölümlendirme.....	45
B. Sanal Kaytarma Davranışlarının Sınıflandırılması.....	46
1. Kişisel Gelişim/Öğrenme Davranışı .....	46
2. Yenilenme Davranışı .....	46
3. Sapkın İşyeri Davranışı.....	47
4. Alışkanlık/Bağımlılık Davranışı .....	47
C. Sanal Kaytarmaya Neden Olan Etkenler .....	47
1. Sanal Kaytarmaya Neden Olan Örgütsel Etkenler.....	48
a. İnternet Politikası.....	48
b. Örgütte Kişisel Bilgisayar Kullanımı .....	48
c. Yeni Çalışma Yolu .....	49
2. Sanal Kaytarmaya Neden Olan İşle İlgili Etkenler.....	49
a. İşle İlgili Talep ve Kaynaklar .....	49
b. İş ve Özel Hayat Arasında Sınırın Kaybolması.....	51
c. İş Yükü .....	51
3. Sanal Kaytarmaya Neden Olan Kişisel Etkenler .....	51
a. Kişisel Özellikleri.....	51

b. Kişisel Ahlaki Normlar .....	52
c. Psikolojik Bağımlılık .....	53
d. Psikolojik Direnç .....	53
e. Tükenmişlik .....	54
<b>IV. DİJİTAL TUTUM.....</b>	<b>55</b>
A. Dijitalleşme Kavramı, Tanımı, Önemi, Dijitalleşmenin Başlangıcı ve Tarihsel Gelişimi .....	55
1. Dijitalleşme Kavramı ve Tanımı .....	55
2. Dijitalleşmenin Önemi .....	57
B. Dijitalleşmenin Başlangıcı ve Tarihsel Gelişimi .....	59
C. Dijitalleşme ile İlgili Temel Kavramlar .....	64
1. Dijitalleştirme.....	64
2. Dijital Dönüşüm .....	64
3. Sosyal Medya .....	64
4. Sanal Dünya .....	65
5. Sanal Mekân.....	65
D. Dijital Tutum.....	66
E. Dijital Okuryazarlık .....	67
1. Dijital Okuryazarlık Kavramı ve Tanımı .....	67
2. Dijital Okuryazarlığın Önemi .....	71
3. Dijital Okuryazarlık Kavramının Tarihsel Süreci .....	71
4. Dijital Okuryazarlığı Oluşturan Okuryazarlıklar .....	72
a. Bilgisayar Okuryazarlığı.....	72
b. Bilgi Okuryazarlığı .....	72
c. Medya Okuryazarlığı .....	73
d. Ağ Okuryazarlığı .....	73

<b>V. GEREÇ ve YÖNTEM.....</b>	<b>75</b>
A. Araştırmanın Amacı ve Önemi.....	75
B. Araştırmanın Deseni .....	76
C. Araştırmanın Evreni ve Örneklemi.....	76
D. Araştırmanın Varsayımları ve Kısıtları .....	79
E. Veri Toplama Aracı .....	79
F. Araştırmanın Yöntemi .....	80
G. Anketin Güvenirlik Analizi .....	81
H. Araştırma Modeli ve Hipotezleri.....	81
<b>VI. BULGULAR.....</b>	<b>83</b>
A. Katılımcıların Demografik Özelliklerine İlişkin Bulgular .....	83
B. Ölçeklere Yönelik Yüzde Dağılım Bilgileri.....	88
C. Açıklayıcı Faktör Analizi (AFA).....	100
D. Doğrulayıcı Faktör Analizi (DFA) .....	101
E. Yapısal Eşitlik Modeli (YEM) .....	106
F. Korelasyon Analizi .....	111
G. Boyutlara Yönelik Tanımlayıcı İstatistik Bilgiler ve Normallik Test Sonuçları..	
.....	113
H. Grup Farklılığı Analizleri .....	114
<b>VII. SONUÇ VE ÖNERİLER.....</b>	<b>127</b>
<b>VIII. KAYNAKÇA .....</b>	<b>143</b>
<b>EKLER.....</b>	<b>163</b>
<b>ÖZGEÇMİŞ.....</b>	<b>173</b>



## KISALTMALAR LİSTESİ

<b>AFA</b>	: Açıklayıcı Faktör Analizi
<b>DFA</b>	: Doğrulayıcı Faktör Analizi
<b>KOBİ</b>	: Küçük ve Orta Büyüklükteki İşletmeler
<b>TDK</b>	: Türk Dil Kurumu
<b>Vb.</b>	: Ve Benzeri
<b>Vd.</b>	: Ve Diğerleri
<b>YEM</b>	: Yapısal Eşitlik Modeli



## ÇİZELGELER LİSTESİ

### Sayfa

Çizelge 1. Örgütsel Özdeşleşmenin Tanım Tablosu .....	6
Çizelge 2. Literatürde Yer Alan Sanal Kaytarma Tanımları .....	33
Çizelge 3. Yıllara Göre Sanal Kaytarma Türleri ve Yapılan Hukuki İşlemlerin Gerekçesi .....	41
Çizelge 4. Web 1.0 ile Web 2.0'ın Karşılaştırılması .....	62
Çizelge 5. : Web 1.0, Web 2.0 ve Web 3.0'ın Karşılaştırılması .....	63
Çizelge 6. Örneklem Büyüklükleri Tablosu .....	76
Çizelge 7. : Anketin Güvenilirlik Analizleri Sonuçları .....	81
Çizelge 8. Cinsiyet Değişkenine Yönelik Sıklık ve Yüzde Dağılımı .....	83
Çizelge 9. Yaş Değişkenine Yönelik Sıklık ve Yüzde Dağılımı .....	83
Çizelge 10. Medeni Duruma Yönelik Sıklık ve Yüzde Dağılımı .....	84
Çizelge 11. Eğitim Durumuna Yönelik Sıklık ve Yüzde Dağılımı .....	85
Çizelge 12. Çalışma Şekline Yönelik Sıklık ve Yüzde Dağılımı .....	85
Çizelge 13. Gelir Düzeyine Yönelik Sıklık ve Yüzde Dağılımı .....	86
Çizelge 14. İş Yerinde Çalışma Süresine Yönelik Sıklık ve Yüzde Dağılımı .....	86
Çizelge 15. Firma Personel Sayısına Yönelik Sıklık ve Yüzde Dağılımı .....	87
Çizelge 16. Çalıştığınız Departmana Yönelik Sıklık ve Yüzde Dağılımı .....	88
Çizelge 17. Sanal Kaytarma Ölçeğine Yönelik Yüzde Dağılım .....	89
Çizelge 18. Örgütsel Özdeşleşme Ölçeğine Yönelik Yüzde Dağılım .....	92
Çizelge 19. Dijital Teknolojiye Yönelik Tutum Ölçeğine Yönelik Yüzde Dağılım ..	94
Çizelge 20. Açıklayıcı Faktör Analizi Sonuçları .....	101

Çizelge 21. DFA Uyum İyiliği Sonuçları.....	106
Çizelge 22. YEM Tahminleri Uyum İyiliği Sonuçları .....	109
Çizelge 23. YEM Model Tahmin Sonuçları.....	109
Çizelge 24. Modele yönelik standardize bootstrap analizi.....	110
Çizelge 25. Örgütsel Özdeşleşme ile Sanal Kaytarma Korelasyon Analizi .....	111
Çizelge 26. Örgütsel Özdeşleşme ile Dijital Tutum Korelasyon Analizi.....	111
Çizelge 27. Dijital Tutum ile Sanal Kaytarma Korelasyon Analizi .....	112
Çizelge 28. Boyutlara Yönelik Tanımlayıcı İstatistik Bilgiler ve Normallik Test Sonuçları.....	113
Çizelge 29. Cinsiyet Açısından Mann-Whitney U Sınaması Sonuçları .....	114
Çizelge 30. Yaş Açısından Kruskal-Wallis Sınaması Sonuçları .....	115
Çizelge 31. Medeni Durum Açısından Kruskal-Wallis Sınaması Sonuçları.....	116
Çizelge 32. Eğitim Durumu Açısından Kruskal-Wallis Sınaması Sonuçları .....	117
Çizelge 33. Çalıştığınız Departman Açısından Kruskal-Wallis Sınaması Sonuçları	118
Çizelge 34. Gelir Düzeyi Açısından Kruskal-Wallis Sınaması Sonuçları.....	120
Çizelge 35. Firma Personel Sayısı Açısından Kruskal-Wallis Sınaması Sonuçları .	121
Çizelge 36. Mesleki Deneyim Açısından Kruskal-Wallis Sınaması Sonuçları.....	123
Çizelge 37. Çalışma Şekli Açısından Kruskal-Wallis Sınaması Sonuçları .....	124
Çizelge 38. İş Yerinde Çalışma Süresi Açısından Kruskal-Wallis Sınaması Sonuçları	125



## ŞEKİLLER LİSTESİ

### Sayfa

Şekil 1.	Örgütsel ve Örgütler Arası Seviyede Özdeşleşme Süreci.....	8
Şekil 2.	Sosyal ve Kişilik Sınıflandırma Süreci .....	12
Şekil 3.	Özdeşleşmenin Yapısal Modeli.....	18
Şekil 4.	Örgütsel Özdeşleşme Temel Modeli .....	21
Şekil 5.	Kreiner ve Ashforth Geliştirilmiş Özdeşleşme Modeli.....	23
Şekil 6.	Netlessfobinin Etkilerinin Bireyselden Örgütsel Dönüşme Süreci .....	37
Şekil 7.	: DISC (demand-induced strain compensation) modeli .....	50
Şekil 8.	: Web 1.0, Web 2.0, Web 3.0 ve Web 4.0 Süreci.....	61
Şekil 9.	Dijital Okuryazarlık Düzeyleri.....	70
Şekil 10.	İlişki Analizi İçin Güç Analizi Sonuçları Ekran Çıktısı.....	78
Şekil 11.	: Grup Farklılığı Analizi İçin Güç Analizi Sonuçları Ekran Çıktısı.....	78
Şekil 12.	Araştırmanın Modeli .....	82
Şekil 13.	Cinsiyet Değişkenine Yönelik Sıklık Dağılım Grafiği .....	83
Şekil 14.	Yaş Değişkenine Yönelik Sıklık Dağılım Grafiği .....	84
Şekil 15.	Medeni Duruma Yönelik Sıklık Dağılım Grafiği .....	84
Şekil 16.	Eğitim Durumuna Yönelik Sıklık Dağılım Grafiği.....	85
Şekil 17.	Çalışma Şekline Yönelik Sıklık Dağılım Grafiği.....	86
Şekil 18.	Gelir Düzeyine Yönelik Sıklık Dağılım Grafiği .....	86
Şekil 19.	İş Yerinde Çalışma Süresine Yönelik Sıklık Dağılım Grafiği .....	87
Şekil 20.	Firma Personel Sayısına Yönelik Sıklık Dağılım Grafiği.....	87
Şekil 21.	Çalıştığınız Departmana Yönelik Sıklık Dağılım Grafiği.....	88

Şekil 22.	DFA Analizi Sonuçları.....	105
Şekil 23.	Yapısal Eşitlik Modeli (YEM) Tahmin Sonuçları .....	108

## I. GİRİŞ

Birçok ülkenin üstesinden gelmeye çalıştığı işsizlik problemi ve insan gücüne duyulan ihtiyacı küçük ve orta boy işletmeler (KOBİ) karşılamışlardır. Aynı zamanda kuruldukları bölgenin çevresinin kalkınmasında yardımcı olarak işsizliği azaltmışlardır. İçerisinde bulunduğumuz dönem itibariyle küreselleşme ile teknolojideki hızlı gelişmeler neticesinde işletmelerin rekabet ortamı gittikçe artmaktadır. Bu sebeplerden dolayı işletmelerin dış çevreye uyum sağlamaları ve varlıklarını devam ettirebilmek adına işletme içerisindeki işgörenlerin işletmeleriyle özdeşleşmeleri işletmeler için en önemli amaçlarından birisidir. İşletmeler işgörenlerinin, örgüt ile özdeşleşmelerini ve örgütün benimsediği amaç ve hedeflerini benimsemesini amaçlamaktadır. Bu durumun işletmelerin performansını da pozitif yönde etkileneceği düşünülmektedir.

Örgütler açısından günümüzde büyük bir önem arz eden diğer kavram ise, sanal kaytarma davranışıdır. Teknolojinin sürekli gelişmesiyle birlikte önemini koruyan ve yakın bir tarihte literatüre kazandırılmış olan sanal kaytarma kavramı, bireyin mesai saatleri içerisinde kişisel amaçlar doğrultusunda internet kullanımı ve kendisine sunulmuş olan internet imkânını kötüye kullanarak önemli veya önemsiz gerçekleştirilen kavramdır. İşletme içerisinde bireysel amaçlar doğrultusunda kullanılması anlamına gelmekte olan sanal kaytarma kavramı, önemli ve önemsiz sanal kaytarma olmak üzere iki alt boyutta incelenmiştir. Önemli sanal kaytarma faaliyetleri işletme içerisinde yapılması uygun olmayan sanal faaliyetleri kapsamaktadır. Önemsiz sanal kaytarma davranışı iş saatleri içerisinde kişisel e-posta kullanmak, bankacılık işlemlerini gerçekleştirmek, sosyal medya hesaplarını kontrol etme gibi faaliyetleri kapsamaktadır. Bu kaytarma davranışlarından bazıları önemli boyutlarda olmasa bile mesai saatleri içerisinde kullanıldığı için yöneticilerin birçoğu tarafından istenmeyen bir durum olarak karşımıza çıkmaktadır.

Yapılan bu araştırmanın birinci bölümünde giriş yapılmıştır. İkinci bölümünde özdeşleşme, örgütsel özdeşleşme kavramı, tanımı, önemi, kuramsal

temelleri, örgütsel özdeşleşmenin boyutları, modelleri, örgütsel özdeşleşmeyi etkileyen faktörler ve örgütsel özdeşleşmenin sonuçlarına değinilmiştir.

Çalışmanın üçüncü bölümünde ise sanal kaytarma kavramı, tanımı, önemi, yarar ve zararları, sanal kaytarma faaliyetlerinin hukuki boyutları, sanal kaytarma dair yapılan sınıflandırmalar, sanal kaytarma davranışlarının sınıflandırılması ve sanal kaytarmaya neden olan etkenlerden bahsedilmiştir.

Çalışmanın dördüncü bölümünde, dijitalleşme kavramı, tanımı, önemi, dijitalleşmenin başlangıcı ve tarihsel gelişimi, Dijitalleşme ile ilgili temel kavramlar, dijital tutum ve dijital okuryazarlık konularına değinilmiştir.

Çalışmanın beşinci bölümünde çalışmanın amacı ve önemi, deseni, evreni ve örnekleme, araştırmanın varsayımları ve kısıtları, araştırmanın veri toplama aracı, yöntemi, güvenilirlik analizi ve araştırmanın hipotezleri belirtilmiştir.

Çalışmanın altıncı bölümünde toplanan veriler analiz edilmiş elde edilen bulgular paylaşılmıştır.

Çalışmanın son bölümü olan yedinci bölümde ise, sonuç ve öneriler yer almaktadır.

## **II. ÖRGÜTSEL ÖZDEŞLEŞME**

### **A. Özdeşleşme, Örgütsel Özdeşleşme Kavramı, Tanımı, Önemi ve Örgütsel Özdeşleşme Kuramsal Temelleri**

#### **1. Özdeşleşmenin Kavramı ve Tanımı**

Özdeşleşme, birey ve örgüt üyelerinin çalıştıkları kuruma karşı olan tutum ve davranışlarındaki etkilerinin bilincine varılmasıdır. Bu nedenle günümüze kadar özdeşleşme alanında pek çok sayıda araştırmalar yapılmıştır.

Özdeşleşme kavramı ilk olarak Freud tarafından, başka kişiler ile duygusal bir bağ kurma olarak bahsedilmiştir (Gautam vd., 2004: 302). Özdeşleşme kavramı Türk Dil Kurumunun Sözlüğünde ise “Bireyin, kendine güvenini sağlamak amacıyla, bilinçli ya da bilinçsiz olarak, gerçek ya da düşsel bir kimseyi örnek edinmesi, onun gibi davranması” anlamına gelmektedir (sozluk.gov.tr, 2021). Özdeşleşme, bireyin çevresinde bulunduğu topluluk ile olumlu bir bağ kurduğu süreçtir (Foote, 1951: 21).

Özdeşleşme, literatür alanında ilk defa, politik bilimler alanında çalışmalar ile uğraşan Amerikalı Harrold Lasswell tarafından psikoloji, sosyoloji ve iletişim ile alakalı bir kavram olarak ortaya atılmıştır. Lasswell özdeşleşmeyi, diğer bireyler ile oluşan duygusal bir bağın bireye yol gösterdiği ve benzerlik oluşturduğu bir süreç olarak ifade etmiştir. Özdeşleşme algısal ve bilişsel bir olgudur. Davranışsal veya duygusal durumlarla ilgisi yoktur (Tokgöz ve Seymen, 2013: 63).

Başka bir ifade ile bireylerin birbirleri ile etkileşime girme sonucunda oluşan duygusal ve davranışsal reaksiyonlar içerisinde bulunduğu örgüt tarafından da onaylanmaktadır. İş grubu ile birlikte düzenli bir şekilde hareket edeceği bir kimlik edinebildiği durumunda özdeşleşme sağlanmaktadır (Kırmızıgül, 2018: 232). Küreselleşme kavramıyla birlikte sürekli değişen örgütler, aynı pazarda bulunduğu diğer örgütlerden bir adım önde olabilmek adına kendilerine ait stratejilerini gerçekleştirilmesi gerekmektedir. Bu stratejilerin

en önemlilerinden birisi ise, güçlü bir insan kaynağına sahip olmaktadır. Güçlü bir insan kaynağına sahip olmak içinde örgüt güçlü bir özdeşleşmeye sahip olmak gerekmektedir.

Psikologlar, söz bilimciler ve sosyologlar özdeşleşme hakkında birçok araştırmalarda bulunmuştur. Bu araştırmalar (Reardon, 2003: 10-13);

- Psikologlar, özdeşleşmenin bireylere kattığı huzur ve mutluluğun hangi anlama geldiği ile ilgilenmişler ve çalışmalarda bulunmuşlardır. Örneğin, Tajfel ve Turner'ın Sosyal Kimlik Teorisinde bireylerin özdeşleşmesiyle işgörenlerin, kimlikleri ve örgütsel rolü içeren gruplar ile kişilik kavramlarını geliştirdiklerini ileri sürmektedirler.
- Söz bilimcileri ise, özdeşleşme konusunu dikkat çeken ve üstünde durulması gereken bir kavram olarak ele almışlardır. Aynı zamanda özdeşleşme ile ilgili birçok araştırmalar yapmışlardır. Özdeşleşme ile ilgili yapılan çalışmaların başlangıç noktası olarak genellikle Kenneth Burke'in çalışmaları göz önüne alınmıştır. Burke özdeşleşmeyi, örgütlerden daha çok bireysel açıdan önemli olduğunu savunurken birçok bilim insanı özdeşleşmenin büyük ölçüde örgütlere olan avantajlarından bahsetmişlerdir.
- Sosyologlarda özdeşleşmeyi, çoğunlukla toplumun bireyleri çalıştıkları örgüte nasıl hazırlandıkları ile ilgilenmişlerdir. Özdeşleşme, toplumlar için önemli görülmektedir bunun sebebi ise bireyler ancak dahil oldukları toplumlarla özdeşleştikleri zaman o topluma üretken ve katkı sağlayan üyeleri olmaktadır.

Özdeşleşme, psikologlar, söz bilimcileri ve sosyologlar açısından örgüt yaşamını daha iyi anlayabilmek adına kilit bir rol olarak görülmüştür. Özdeşleşme, bireyler ile dahil oldukları grup veya örgütleri birleştiren ve geliştiren bir yapıdır.

## **2. Örgütsel Özdeşleşme Kavramı ve Tanımı**

Örgütsel özdeşleşme konusunda birçok araştırmacılar tarafından tanımlar yapılmıştır. Bu sebepten ötürü, kavram olarak genel bir tanımla olduğu söylenemez. Örgütler komplike yapılardır. Örgüt içinde bulunan her bir

departmanın istekleri, fikirleri aynı zamanda kendi kimlikleri bulunmaktadır. O yüzden her örgütün istekleri farklıdır. Kurumsal örgütlerin içerisinde bulunan bireyler ile özdeşleşmesini güçlendirmesi büyük önem arz eden bir durumdur. Örgütlerin üyeleri hedefleri, amaç ve isteklerinin örgütün yapısıyla aynı olması kurumsal örgütlerin imajı ve devamlılığı açısından günümüzde önemli hale geldiğini söylenebilir.

Örgütsel özdeşleşme kavramı, işgörenlerin örgütlerini tarif ederken kullandıkları ifadeler ile kendilerini ne derecede tarif ettiklerinin bir işareti olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu hususta örgütsel özdeşleşme, bireyin amaçları ve hedefleri ile örgütün amaç ve hedeflerinin bütünleşmesi sürecini ifade etmektedir. Örgütsel özdeşleşmenin oluşmasında üç ana faktör öne çıkmaktadır. Bunlar şöyle sıralanabilir (Polat ve Meydan, 2010: 147-148);

- Bireylerin buldukları örgütün amaç ve hedefleri kabul etmesi ve benimsemesi gerekmektedir. Bu şekilde özdeşleşme hem bireysel olarak hem de örgütsel hedeflerin bütünleşmesini sağlayacaktır.
- Bireyler örgüt içindeki rolünü oluşturan görevleri kabullenmeli ve yerine getirmesi gerekmektedir.
- Bireyler örgüte bağlı olmalı ve ayrılmayı düşünmemelidir.

Örgüt içinde bulunan her bir bireyin örgüt ile özdeşleşme boyutu birbirinden farklıdır. Bireylerin inançları ve değerleri örgütün inançları ve değerleriyle uyumlu değilse örgütün içinde bulunan bireyler kendi içlerinde veya örgüt ile anlaşmazlıklar yaşayabilmektedirler (Eicholtz, 2001: 5-6). Örgütsel özdeşleşme düzenli ve değişmeyen bir olgu değildir. Sürekli değişim gösteren bir kavramdır (Gioia vd., 2000: 63-81). Örgütsel özdeşleşme, örgüte bağlı bireylere sosyalleşme sağlamaktadır. Özdeşleşme bu yüzden örgütün içerisinde bulunan işgörenleri ve örgütü birbirine bağlayan toplumsal bir bağ olarak görülmektedir.

Miller ve arkadaşlarına göre örgütsel özdeşleşme, bireylerin örgüte karşı olan durumlarını belirler. Birey örgütle özdeşleşmesi için örgütün bir parçası olduğuna inanması ve örgütün hedefleri ile değerleriyle özdeşleşmesi gerekmektedir (İşcan, 2006: 162). Dutton ve arkadaşlarına göre ise, örgütsel özdeşleşme, bireyin kendisini tarif ederken kullandığı kavramla ile örgütü tarif ederken kullandığı kavramların benzeme derecesidir (Dutton vd., 1994: 239).

Örnek olarak kurumsal bir işletmede bir birey, örgütünü ve kendisini başarılı ve yenilikçi olarak tanımlayabiliyorsa kurumu ile özdeşleştiğini söyleyebiliriz.

Örgütsel özdeşleşme, işgörenlerin, işletmelerinin amaçları ve hedefleri doğrultusunda hareket ederken bireyin çalıştığı işletmeye ait hissetmesidir (İplik vd., 2014: 110). İşgören kendini örgüte ne kadar yakın hissederse işletmeye olan bağlılığı ve performansı o derecede artacaktır.

Örgütsel özdeşleşme, işgörenlerin örgütlerini ilgi çekici bulduklarında veya örgütlerinin dışarıdaki bireylere pozitif bir izlenim yansıttıklarında özdeşleşme gerçekleşmektedir (Melton ve Cunningham, 2014: 26).

Örgütsel özdeşleşme ile ilgili yapılmış olan önemli çalışmalar aşağıdaki tabloda kronolojik sırasıyla gösterilmiştir.

Çizelge 1. Örgütsel Özdeşleşmenin Tanım Tablosu

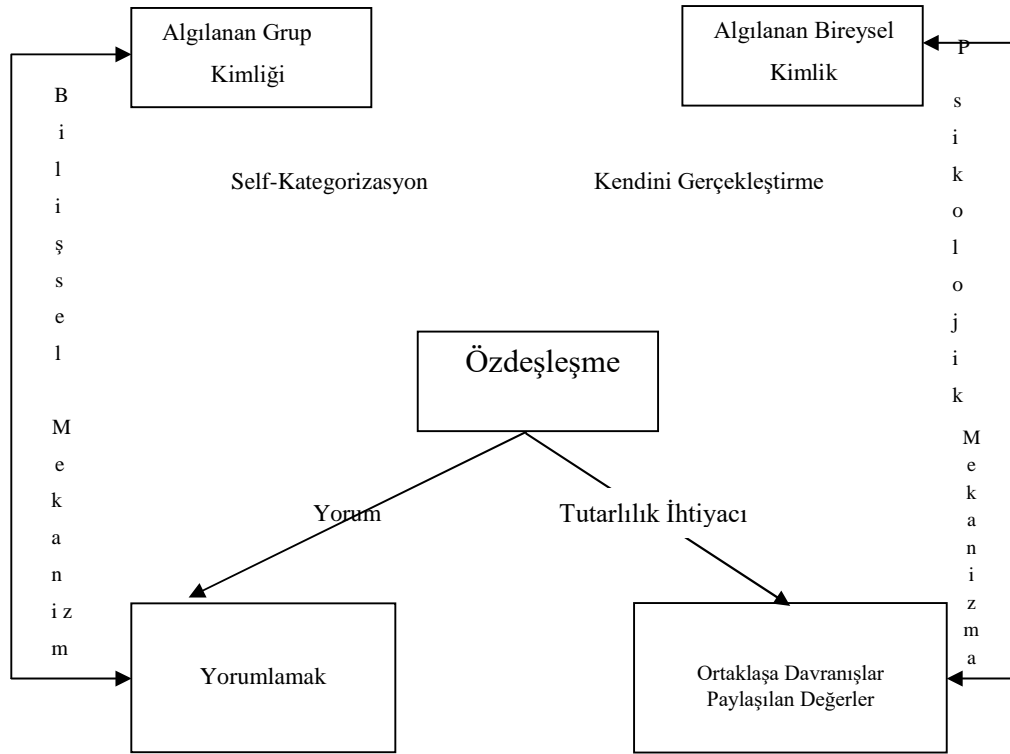
Yazar	Tanım
Brown (1969)	Örgütsel özdeşleşme, bireyin kendisiyle örgüt arasındaki bağı tanımlamasıyla ilgili bir kavramdır.
Lee (1969,1971)	Örgütsel özdeşleşme, bireyin örgüt ile özdeşleşmesinin yoğunluk derecesi olarak gözlemlenebilir
Cheney (1983)	Özdeşleşme örgütle zamanla oluşan bir süreç aynı zamanda bir sonuçtur. Süreç başarılı olur ise bireyler örgütün amaç ve değerlerini benimser.
Ashforth ve Mael (1989)	Örgütsel özdeşleşme, başarı veya başarısızlık durumlarını da içinde bulunduran ait olma hissi veya birlik olma anlayışıdır.
Bullis ve Bach 1991	Birey ve örgüt arasındaki uyumun gelişim süreci ile bu sürecin bir ürünü olarak tanımlamıştır.
Efraty vd. 1991	Bireylerin örgüt kimlikleri arasındaki uygunluk.
Pratt (1998)	Örgütsel özdeşleşme, bireyin içinde bulunduğu örgütün inançlarını benimsediğinde ve kendini örgüte tanımladığında ortaya çıkan durumdur.
Rousseau (1998)	Bireyler kendilerini örgütün bir parçası olarak gördüklerinde ortaya çıkan durumdur.
Van Dick (2001)	Örgütsel özdeşleşme öz kategorizasyon ile sosyal kimlik kuramı ile ilişkilendirilmektedir. Duygusal bağlılık, örgütün bir parçası olduğunun bilincinde olma, örgütü pozitif yönde değerlendirme ve örgütün bir parçası olma gibi gerçek bir davranışı içermektedir.
Gossett (2002)	Örgütsel özdeşleşme zahmetsiz bir işbirliği faaliyetlerinden daha fazlasıdır. Bireylerin birlikte yaşamalarını sürdürme imkanı veren duygu, değer ve kararlarını birbirleri ile paylaşma imkanı sağlayan ortaklık duygusudur.
Edwards (2005)	Birey ile örgütün arasındaki psikolojik bir bağıdır. Bu bağ bireylerin kendilerini, sosyal bir varlık olan örgüt içerisinde derin duygusal ve bilişsel bir bağ içerisinde hissederler.

Kaynak: Edwards, 2005: 214-215



Yukarıda tanımları dikkate alarak, örgütsel özdeşleşmeyi şöyle tanımlamak mümkündür. Örgütsel özdeşleşme, bireylerin içerisinde bulunduğu örgütle kendi kimliği ile benzeme derecesi, kendini örgütün bir parçası olarak görme, örgütün hedef ve amaçları ile kendi amaç ve hedeflerinin benzemesi, ait olma ve bağlılık duyma olarak kavramsallaştırılabilmektedir. Diğer bir ifade ile örgütsel özdeşleşme, işgörenlerinin örgütlerine olan psikolojik bağlılığıdır. Bu bağlılık ve bireyin örgütünün özelliklerini kendi özellikleri ile tanımlamakla, kendini örgütün bir üyesi olarak görerek ortak hareket etmektedir.

Sammara ve Biggiero yaptığı çalışmalarda örgütsel özdeşleşmenin bilişsel ve psikolojik sistemlerden oluştuğunu ifade etmişlerdir. Bireyin seçtiği bireysel kimliği kendini gerçekleştirme amacı ile örgütsel özdeşleşmenin sosyal çevresini, bireyin seçmiş olduğu grup kimliği ise kategorizasyon yolu ile özdeşleşmenin bilişsel sistemlerini oluşturmaktadır. Örgütü ile özdeşleşen bireyler psikolojik mekanizma aracılığıyla gruba bağlı, iş birliği, ortak davranışlar göstermekte ve örgütün değerlerini paylaşmaktadır (Sammarra ve Biggiero, 2001: 68) Bilişsel mekanizma çerçevesinde ise açıklamalar yapılmaktadır. Bu şekilde örgütsel özdeşleşme gerçekleşebilir. Aşağıda özdeşleşme sürecine yer verilmiştir.



Şekil 1. Örgütsel ve Örgütler Arası Seviyede Özdeşleşme Süreci

Kaynak: Sammarra ve Biggiero, 2001: 68

Örgütsel özdeşleşmenin birey ve örgütler açısından pek çok yararı bulunmaktadır. Bireyin örgüt ile özleşmesi, yaptığı işten haz duymasını ve işini etkileyici bulmasını sağlamaktadır. Bu durumda, bireyin örgütünden ayrılma isteği azalarak, bağlılığını arttırmaktadır. Örgütüyle özdeşleşen bireyler, örgütün hedefleri ile kendi hedeflerini bir görerek, örgütüne daha fazla yarar sağlamaktadır. Aynı zamanda özdeşleşme, bireyin örgütü adına istekli davranışlar sergilemeye yönelmektedir (Zencirkıran ve Keser, 2018: 293). Günümüz çevre ve teknolojik etkenlerin dikkate alınması ile örgütlerin gelişmesinde, örgütsel özdeşleşmenin değerini daha da ön plana çıkarmaktadır.

### 3. Örgütsel Özdeşleşmenin Önemi

Günümüz işletmelerde örgütsel özdeşleşmenin önemi, işgörenler ile işverenleri doğrudan etkilediği için oldukça önem verilen bir kavramdır. Örgüt yöneticileri bireylerin içerisinde buldukları örgüt ile özdeşleşmesini beklemektedir. Bunun sebebi ise birey yalnızca örgütüyle bütünleşirse, örgütü için daha fazla emek harcar ve yüksek performans ile çalışmaktadırlar. Bu sayede

işletmesiyle özdeşleşen bireylerin daha az maliyet ile örgütün hedef ve politikalarına daha rahat bir şekilde ulaşılmasına yardımcı olabilecektir.

Örgütler açısından bireylerle özdeşleşmenin önemi; işgörenlerin performansının özdeşleşme ile doğrudan etkili olduğuna inandıkları için işgörenler ile özdeşleşme hissini oluşturmak isterler. Örgütsel özdeşleşme, işgörenler ile işverenler arasındaki değişiklikleri anlama konusunda önemli bir konudur (Tüzün ve Çağlar, 2008: 1022). Bireylerin ait olduğu örgütüyle özdeşleşmeleri yüksek ise örgütünü her ortamda savunacağı, benimseyeceği ve istekli olacağı düşünülmektedir. Örgütler bu durumda yüksek özdeşleşmeye sahip işgörenler ile çalışmak istemektedirler.

Örgütlerin sürekliliği hakkında da örgütsel özdeşleşmenin çok büyük bir payı bulunmaktadır. İşgörenlerin birbirleri ile kurdukları dengeli ilişkiler ve örgüte katkıları örgütün sürekliliğini sürdürmesine dolaylı yoldan etki göstermektedir. Örnek olarak; değişimleri çok çabuk benimseyip ayak uydurması, verimliliğin artması ve maliyetlerin azaltılması örgütlerin sürekliliğine katkı sağlayan ve örgütü ayakta tutan unsurlardır (Ertürk, 2003: 1). Örgütlerde işverenlerin örgütün başarısını arttıracaklarını düşündükleri için örgütsel özdeşleşmeye önem verildiği görülmektedir (Turunç, 2010: 254).

Örgütlerin işgörenler ile özdeşleşmesinin bir önemli noktası da işgörenlerin işletmenin finansal yapısına olan etkisidir. Aynı zamanda örgütsel özdeşleşme oluşmasının sayesinde işgörenler işletme içerisinde daha etkin kararlar alabilmektedirler. Bu durumdan kaynaklı işgörenlerin hızlı kararlar alması finansal yapıya katkı sağlamaları açısından önemli bir etken olmaktadır (Karalar, 2015: 76).

Carmeli ve arkadaşları yaptığı araştırmalarda örgütsel özdeşleşmenin önemini dört şekilde açıklamışlardır. Bunları şu şekilde sıralayabiliriz (Carmeli vd., 2007: 3);

- Özdeşleşme, işgören ile işveren arasındaki ilişkilerde etkin bir rol oynamakla birlikte birçok örgütsel faktörü etkisi altına almaktadır.
- Özdeşleşmenin bir işletmede yüksek olması işgören ile işveren arasındaki belirsizliğin yok olmasını sağlamaktadır.

- Özdeşleşme, bir kimlik tanımıdır. Bireyler bu şekilde ilişkilerini bu yarattıkları kimlik üstünden tanımlamaktadır.
- Özdeşleşmenin iş dünyasında çok önemli olan liderlik kavramıyla ilişkili olmasıdır.

Birey açısından örgütsel özdeşleşmenin oluşmasındaki önemi; aidiyet gereksinimini oluşturmak ve belirsizlikleri azaltma ihtiyacıdır (Çakınberk vd., 2011: 91). Bireyin bir işletmeye ait olması diğer çeşitli sosyal gruplara ait olmasından daha önemlidir. Bunun sebebi ise, birey zamanın büyük bir kısmını işletmesi ile geçirmesidir (Bergami ve Bagozzi, 2000: 555). İşletmesi ile özdeşleşen işgörenler, kendilerini işletmenin bir parçası olarak görmektedirler. Bu sebepten dolayı daha yoğun ve daha istekli çalıştıkları görülmektedir (Rousseau, 1998: 219). Aynı zamanda örgütsel özdeşleşme, yönetim açısından bireylerin davranışlarını kontrol edilebilecek ve yönlendirilebilecek bir yol olarak görülmektedir. Çünkü özdeşleşme, bireylerin örgütsel kimliği ile değerlerine yönelik uygun davranışlarını artırma gücünü göstermektedir (Shamir ve Kark, 2004: 115). Sonuç olarak örgütsel özdeşleşme sayesinde işgörenler örgütleri ile kendilerini eşit görürlerken aynı zamanda içinde bulunduğu örgütü de sahiplenmektedir. Bu sebep doğrultusunda verimli ve yüksek performanslı bir çalışma hayatı ile varlığını sürdürmektedirler.

#### **4. Örgütsel Özdeşleşme Kuramsal Temelleri**

Örgütsel özdeşleşmenin kuramsal temellerini oluşturan sosyal kimlik teorisi ve kendini sınıflandırma teorisidir. Aynı zamanda sosyal kimlik teorisinin ilişkili olduğu sosyal sınıflandırma, sosyal karşılaştırma ve sosyal yapı oluşturmaktadır. Bu teorilere aşağıda yer verilmiştir.

##### **a. Sosyal Kimlik Teorisi**

TDK Türkçe Büyük Sözlüğünde kimlik; “Toplumsal bir varlık olarak bireyin nasıl biri olduğunu gösteren belirti, nitelik ve özelliklerin hepsi” olarak ifade edilmiştir. (TDK, 2020). Kimlik, bireyin içerisinde bulunduğu ortamda sosyal konumunun karşılığı olan ve onların inanç, değer, tutum gibi hayat standartlarını gösteren bir yapıya sahiptir (Karaduman, 2010: 2886).

Örgütsel özdeşleşmenin temellerini sosyal kimlik teorisi oluşturmaktadır. Sosyal kimlik teorisi 1970'li yılların ortasında Henri Tajfel ile John Turner tarafından yapılan araştırmalar tarafından örgütsel özdeşleşmeye, sosyal ve psikolojik bir bakış açısı sağlamıştır. Sosyal kimlik teorisi, örgütsel özdeşleşmeyi açıklamada en etkin teori olmuştur. Henri Tajfel'e göre sosyal kimlik; bireyin kimlik tanımının, sosyal gruplara girmesinden dolayı elde ettiği deneyimlerden ve bireyin kendi üyeliğine yüklediği değer ile duygusal anlamlardan ortaya çıkan kısım olarak tanımlamıştır (Tajfel, 1982: 24).

Tajfel ve Turner'ın sosyal kimlik teorisi hakkında yaptıkları araştırmalarda 3 varsayım elde etmişlerdir. Birincisi; kişiler kendileri hakkında değerlendirme yaparken olumlu değerlendirmeler yapmaya yatkındırlar. Aynı zamanda buldukları grubu da diğer gruplardan üstün görmektedirler. İkincisi; bireyin kişiliği ait olduğu gruplar tarafından etkilenir. Son olarak üçüncüsü ise kişinin, sosyal kimliğinin olumlu veya olumsuz değerlendirilmesi diğer gruplar ile karşılaştırma yolu ile güçlendirilir (Tüzün, 2006: 46)

Sosyal kimlik teorisine göre bireyler, örgüt üyeliği için farklılıklara dayanarak, kişilerin kendileri ile diğerleri için çeşitli sosyal gruplara ayırma eğilimindedir. Bireyler çeşitli şekillerde sınıflandırılabilirler. Sınıflandırma işlemi, bireylerin kendi kişisel özellikleri ile tanımlanabilmektedir.

Bu doğrultuda, sosyal sınıflandırmanın iki işlevi vardır. İlki kişinin topluluğu sınıflandırma eylemi. İkincisi ise bireyin sınıflandırdığı toplulukta kendine uygun bir yer bulma faaliyetidir (Ashforth ve Mael, 1989: 20).

Başlangıç aşamasında gruplar arasındaki ilişkiyi açıklama ve bireyin kendisine göre grup ile ilgili davranışlarını belirlemek adına sosyal kimlik teorisi oluşturulmuştur. Sosyal kimlik teorisi grup içindeki önyargıları, ayrımcılıkları, düşmanlıkları ve grup içerisinde popüler olanların incelenmesinde son derece katkıda bulunmuştur (Dick, 2005: 192).

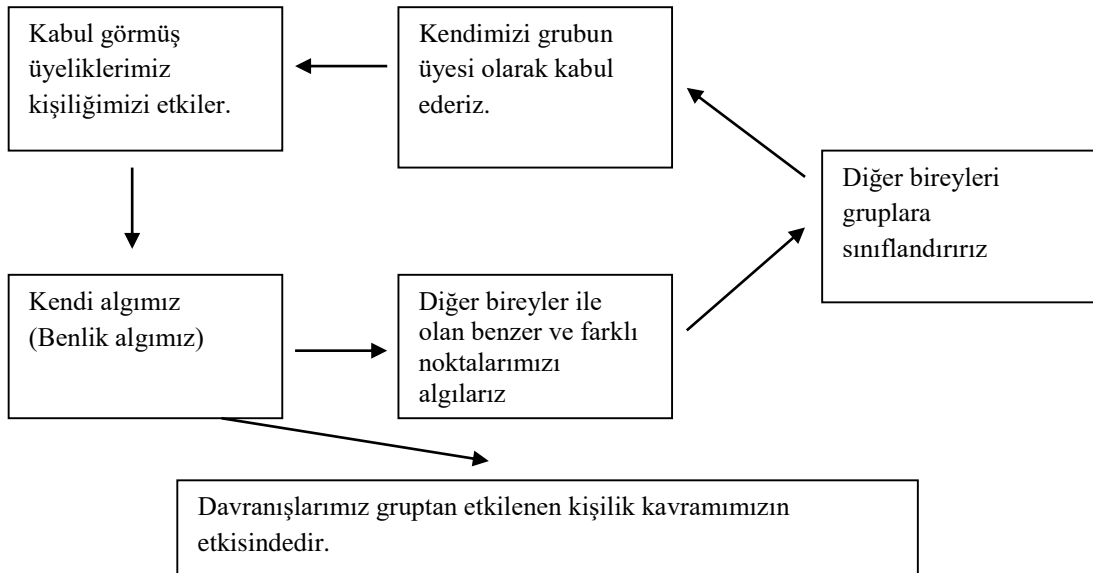
Sosyal kimlik teorisine göre kişiler, kendileri ile diğer kişileri farklı sosyal gruplarında sınıflandırmaya yatkınlardır. Bu şekilde kişiler, kendilerinin bulunduğu sosyal grubunu organize ederek kendisiyle birlikte diğer kişileri de bu sosyal gruba yerleştirirler. Bu bölümlendirme sayesinde kişiler; kendilerini bir gruba ait olduklarını düşünür ve aidiyet duygusu geliştirmektedirler (Tak ve

Çiftçioğlu, 2009: 102). Kişiler için iyi bir sosyal kimlik oluşturmak önem arz eden bir durumdur. Bunun sebebi, iyi bir sosyal kimlik kişinin karşısına birçok fırsat çıkarmasına ve grup içi iletişim ile güven duygusunun artmasına katkı sağlamaktadır (Seçtim, 2020: 127). Bu sayede kişiler sosyal anlamda özdeşleşmektedirler.

Sosyal kimlik teorisinin ana fikri, kişinin içinde bulunduğu sosyal gruplarına karşı aidiyet duygusunun olmasıdır. Çünkü bu gruplar kişilerin kendilerini anlamasında büyük bir önem arz etmektedir. Kişilerin davranışları ve düşünceleri kendi sosyal gruplarıyla alakalı bir durumdur ve bu durumda kişilere sosyal kimlik kazandırmaktadır (Hogg vd., 1995: 259).

Grupların içerisinde, vazifeler, görevler, proje grupları ya da makamlar olarak birbirinden farklı bölümler mevcuttur. Ancak örgütün sürdürülebilirliğine devam etmesi için bu bölümlerin hepsi karşılıklı olarak iş birliği yapmalıdırlar. Fakat farklı gruplaşmalar, rekabetler ve karşıt ilişkiler topluluğun farklı parçalarıdır. Kimliğimizin anlaşılabilir olma ihtiyacına bağlı olarak, üyesi olduğumuz gruplar veya topluluklar kimliğimizin tamamlayıcı parçalarındandır.

Kişiler karşılıklı olarak etkileşim halindeyken, kendimizi veya diğerlerini sınıflandırmamızı sağlar (Mullins, 2019: 306). Aşağıdaki şekilde sosyal ve benlik grupların oluşumunu göstermektedir.



Şekil 2. Sosyal ve Kişilik Sınıflandırma Süreci

Kaynak: Mullins, 2019: 306

## **i. Sosyal sınıflandırma**

Sınıflandırma, bireylerin kendilerinde bulunan (yaş, cinsiyet, meslek) gibi özelliklerini gruplara ayırma sürecidir. Sosyal sınıflandırma ise, bireyin sosyal çevresindeki diğer bireyleri farklı kategorilere göre ayırması ve ortak özelliklerine göre gruplandırarak diğer bireyler hakkında bir takım bilgi elde etmesi ve çevresini yönetmesini sağlamaktadır (Demirtaş, 2003: 133-134). Bu şekilde sınıflandırma yaparak farklı birey ve grupları anlamak basitleşecektir.

Bireyin belleği bilgiye ulaşmakta ve bilgiyi işlemede her zaman en kısa yolu seçerek kullanma eğilimindedir (Dönmez, 1992: 132). Sınıflandırma sayesinde bireyler komplike olayları bile basit bir şekilde çözümleyebileceklerdir. Sosyal sınıflandırmanın en önemli amacı ise sosyal dünyayı daha anlaşılabilir ve doğal hale getirebilmektir (Spears ve Haslam, 1997: 185). Sosyal sınıflandırma, çevreyi anlama ve bireylerin grup içerisindeki davranışlarına rehberlik etmektedir. Sosyal sınıflandırma sürecinin iki önemli aşaması bulunmaktadır. Bunlar aşağıdaki gibi sıralanmıştır (Turner, 1982: 12):

- **Abartma Etkisi:** Bireylerin içerisinde bulunduğu grubun özelliklerini bulunduğundan daha fazlaymış gibi göstermektedir.
- **İç Grup Kayırmacılığı:** Sosyal sınıflandırma sonucunda bireyler kendi grupları ile diğer gruplar arasında bir karşılaştırma yaparlar. Bu karşılaştırma esnasında ise kendi grubunu üstün görürlerken diğer grupları küçümseme eğilimindedirler.

Sosyal sınıflandırma ile özdeşleşme arasında birçok ortak nokta bulunmaktadır. Sosyal sınıflandırma bireylerin, farklı özelliklere göre örgüt içerisinde grup oluşturmaya ve bu gruplardan kendisiyle yakın özelliklere sahip olan gruba aidiyet duymalarına neden olmaktadır. Bu şekilde örgütüyle özdeşleşmesi daha kolay olacaktır.

## **ii. Sosyal Karşılaştırma**

Bireylerin diğer bireyler ile kurdukları ilişkilerde iki temel eğilimin olduğundan bahsetmemiz mümkündür. Birincisi; bireyler diğer bireylere benzemeye çalışırlar, onlarla bütünleşir, karşısındaki bireyin özelliklerini kendilerini uyarlamaya çalışırlar. Kısacası birey kendini diğerleriyle karşılaştırma

içerisindedir. İkincisi ise birey karşısındaki bireyden daha üstün ve farklı olmaya çalışmaktadır (Bilgin, 2007: 110). Bireylerin kendilerini sosyal yaşamda başka bireyler ile kıyaslaması sosyal karşılaştırma sürecini oluşturmaktadır.

Bireyler içerisinde bulunduğu grup ile diğer grupları karşılaştırarak değerlendirir. Bu sayede birey, grubu hakkında daha net bir bilgiye sahip olmaktadır (Martiny ve Rubin, 2016: 2). Yaptığı karşılaştırmalar sonucunda grubunun kendisine uygun olmadığını düşünürse gruptan ayrılarak kendisine daha iyi sonuçlara götüreceği başka grup arayışlarına girecektir (Ravelo, 2006: 34). Bireyler içerisinde bulunduğu grubu diğer eşit gruplarla kıyaslarken kendi grubunu kayırarak, diğer gruplardan daha üstte olduğunu görmektedirler.

### **iii. Sosyal Yapı**

Bireyler bir grubun içerisindeyken de kendi sosyal kimliğine katkı sağlayabilmek adına yeni grup arayabilmektedirler. Sosyal kimlik arayış içinde olan bireyler, içerisinde bulunduğu grubun kendi hedeflerine ulaşmasını sağlamaktan çok engel oluyorsa daha iyi bir gruba katılmayı tercih etmektedirler (Tajfel, 1982: 32). Kısaca, bireyler gruplar arası kıyaslamalar neticesinde tatminkâr sonuçlar elde etmezse gruplarıyla özdeşleşmekten kaçınılmaktadırlar (Hogg ve Abrams, 1988: 44).

### **b. Kendini Sınıflama Teorisi:**

Örgütsel özdeşleşme kavramının ortaya çıkmasında etkisi bulunan ve sosyal kimlik teorisinden sonra ortaya çıkan bir teoridir. Sosyal kimlik teorisini temel alınarak geliştirilmiştir. Fakat sosyal kimlik kuramı daha çok gruplar arası ilişkiyi incelerken, kendini sınıflama teorisi daha çok grup içerisindeki sosyal kimliği incelemektedir.

Kendini sınıflama teorisi, sosyal kimlik ile kişisel kimliği birbirinden ayırmaktadır. Sosyal kimlik grubun bir parçası olurken, kişisel kimliğin grup üyeliğinden ayrı olduğu vurgulanmaktadır. Bu şekilde kendini sınıflama teorisi, sosyal kimlik veya kişisel kimliğin belirli durumlarda bireyin davranışını etkileyebilmektedir. Her iki kimlikte aynı zamanda ortaya çıkıp motive edilen davranışları öne çıkartabilmektedir (Trepte ve Loy, 2017: 1).

Kendini sınıflama teorisinde, bireylerin kendilerini üç farklı seviyede sınıflandırılır. Bu üç farklı düzey kendini sınıflama teorisinin temelini



oluşturmaktadır. Bu seviyelere aşağıda yer verilmiştir. Bunlar (Van Dick vd., 2005: 191);

- Alt seviyede; bireyler kendilerini başka bireyler ile kıyaslamaktadırlar.
- Orta seviyede; birey belirli bir grubun üyesidir ve kendi grubunu karşı gruplar ile kıyaslamaktadır.
- Üst seviyede; birey kendisini diğer canlı varlıklarla kıyaslamaktadır.

## **B. Örgütsel Özdeşleşmenin Boyutları**

Örgütsel özdeşleşme kavramının tanımı olduğu gibi özdeşleşmenin boyutlarının ölçülmesi ve incelenmesinde de farklı araştırmacılar tarafından bakış açıları geliştirilerek incelenmiştir. Örgütsel özdeşleşmenin boyutlarının ölçülmesine yönelik ilk araştırma 1969 yılında Brown tarafından yapılmıştır. Brown bu çalışmalarında, örgütün etkisinde olmak, örgüt ile bireylerin amaçlarının uyumlu olması, bireylerin örgüte sadık olması, örgütsel üyeliğin bireylerin kişiliklerine referans olmak üzere dört boyut altında göstermiştir. Daha sonrasında Lee 1969 ile 1971 yıllarında yaptığı araştırmalarda örgütsel özdeşleşmenin “üyelik, ortak özellikler ve sadakat” olmak üzere üç boyutlu olduğunu ifade etmiştir (Kanten, 2008: 171).

Örgütsel özdeşleşmenin durumunu belirleyen farklı boyutları ve bileşenleri vardır. Çeşitli araştırmalarda farklı boyutlardan bahsedilmektedir. Hem sosyal kimlik teorisine uygun hem de çoğu güncel araştırmacının üzerinde durduğu dört boyuttan bahsetmek mümkündür. Bunlar;

- Bilişsel boyut; belli bir gruba bağlı olma bilgisi,
- Duygusal boyut; belli bir gruba karşı duygusal bağlılık,
- Değerlendirme boyutu; belli bir gruba dışarıdan tanımlanmış olan imaj.
- Davranışsal boyutu; kimliğin davranışsal yönünü eklemiştir,

Örgütsel özdeşleşmenin temelini oluşturan bu dört boyut hakkında detaylı bilgiye aşağıda yer verilmiştir.

## **1. Bilişsel Boyut**

Bireyin, belirli bir gruba üye olduğunun farkında olması olarak tanımlanabilmektedir. Birey düşünce girişimlerde bulunarak örgütüyle özdeşleşme derecesini göstermektedir (Kanten, 2008: 171-172).

## **2. Duygusal Boyut**

Örgüte olan duygusal bağlılığı ifade etmektedir. Örgüt ile özdeşleşmenin ikinci boyutu olarak kabul görmektedir. Bu aşamada birey duygusal olarak örgütüyle bir bağ kurması ve bu bağın bir parçası olması bireyin gelişmesine katkı sağlamaktadır. Birey ile örgütün bütünleşmesi sonucunda ise ortaya çıkan duygusal boyutta örgütün tamamıyla anlaşılabilir olması ve duygusal bağlılığın oluşması söz konusu olmaktadır (Olkkonen vd., 2006: 202).

Birey içinde bulunduğu örgüte karşı pozitif duygular beslemesi ve örgüt üyelerinin diğer duygusal özelliklerini paylaşması son derece önemlidir. Birey özdeşleşme esnasında, kendisini örgüte ait olduğunu algılayarak örgütüyle arasında duygusal bir bağlılık geliştirir ve örgütü ile gurur duyarak örgütün üyeliğine ve diğer üyelere uygun davranışlar göstermektedir (Van Dick, 2004: 175-176). Örgüt üyelerinden birinin doğum gününe katılması, onun önemli bir gününde yanında olması veya hastalık durumunda yanında bulunması duygusal boyutta özdeşleşmenin örneğidir.

## **3. Değerlendirme Boyutu**

Özdeşleşmenin değerlendirme boyutu, bireyin örgütten gelen bilgiyi değerlendirmesidir. Örgüte içeriden veya dışarıdan yapılan değerlendirmeleri kapsamaktadır. Örgütün içerisinde bulunan bireyler, örgüte ait olumlu gelişmeler olduğunda memnuniyet duyarlarken, olumsuz gelişmelerde ise bireyler rahatsızlık duyacaklardır. Kısaca değerlendirme boyutu, örgütün pozitif veya negatif yönlerinin birey tarafından algılanmasıdır (Çakınberk vd., 2011: 93).

## **4. Davranışsal Boyut**

Örgütsel özdeşleşme bir süreçtir. Bireylerin örgütleriyle özdeşleşmesi için başta kendisini örgütün bir parçası olarak görmesi gerekmektedir. Bu kısım sürecin bilişsel boyutudur. Sonrasında ise örgütün üyesi olduğundan mutlu olması

gerekmektedir. Bu durum ise, duygusal boyutu ifade etmektedir. Bu sürecin ardından değerlendirici boyut gelmektedir. Bu aşamada birey içerisinde bulunduğu örgütün özelliklerini ve gelişmeleri örgütün yararına olacak şekilde değerlendirir. Dördüncü ve son boyutta birey, tutum ve davranışlarıyla örgüte fayda sağlayacak eylemlerde bulunmaktadır. Bu durum da özdeşleşmenin davranışlar boyutunu yansıtmaktadır. Böylece, davranışsal boyut kavramının da diğer boyutlar kadar önemli olduğu görülmektedir (Dick vd., 2004: 171-191). Sonuç olarak hiçbir girişim, tutum ve düşünce performansına dönüşmediği sürece etkisi görülmecektir.

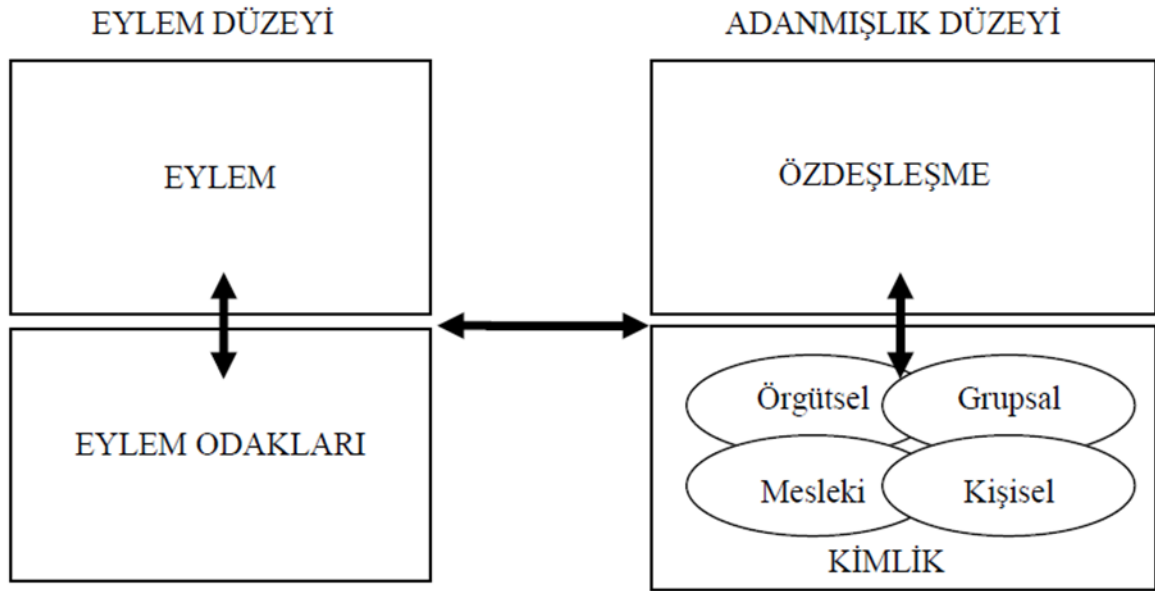
### **C. Örgütsel Özdeşleşme Modelleri**

Örgütsel özdeşleşme modelleri, bireylerin örgütleriyle aralarındaki bağı açıklamaya ve özdeşleşmenin farklı yönlerini ortaya koymaya çalışmaktadır. Örgütsel özdeşleşme ile ilgili yapılan çalışmalar incelendiğinde üç model ortaya çıkmaktadır. Bu modeller; Scott, Corman ve Cheney'in 1998 yılında yaptığı araştırmadaki "Yapısal Özdeşleşme Modeli", Reade'nin 2001 yılında yaptığı araştırmadaki "Temel Özdeşleşme Modeli" ve son olarak Kreiner ile Ashforth'un 2004 yılında yaptığı araştırmadaki "Geliştirilmiş Özdeşleşme Modeli" aşağıda başlıklar halinde ele alınmaktadır.

#### **1. Scott, Corman ve Cheney'in Yapısal Özdeşleşme Modeli**

Scott ve arkadaşları tarafından geliştirilmiş olan yapısal özdeşleşme modeli, örgütsel özdeşleşmenin karışık yapısı, ikilik ve çoğulculuk kavramı üzerinde incelemeler yapmışlardır. (Kuhn ve Nelson, 2002: 7). Yapısal özdeşleşme modeli, özdeşleşmenin sistem, kimliğin ise bir yapı olduğunu vurgulayarak, kimlik ile sistemin arasında ikilik olduğunu belirtmektedir. Örnek verecek olursak, lisede öğretmen olan bir birey, mesleki görevini ifa ederken mesleki kimlik taşımaktadır. Aynı zamanda aynı birey, çocuğu ile bağlantı kurarken annelik veya babalık kimliğini kullanmaktadır. Bu durum bireyde ikilik olmasına sebep olacaktır. Özdeşleşme kişinin tutumları ve değerlerinin ortaya çıkmasında örgütsel değerler ile bağlantı kurması sonucunda olduğundan özdeşleşmenin oluşumunda kişisel ve örgütsel normların olması ikiliğin bir göstergesidir (Poole ve McPhee, 2005: 181-182).

Yapısal özdeşleşme modeli, adanmışlık kavramı ile bağlantılı bir modeldir. Örgütsel adanmışlık seviyesi, bireyler ve örgütler yönünden örgütsel bağlılığın, sadakatin ve özdeşleşmenin pozitif sonuçlar çıkarması yönünden önemlidir. Adanmışlık seviyesi, bireyin örgütünde kendisi açısından ne derece önemli olduğunu anlaması ve önem düzeyine göre gösterdiği davranışlar ile arasındaki ilişkiyi açıklamaktadır. Özdeşleşme kavramı da benzer bir şekilde, bireyin örgütü ile olan bağımlı tanımlamaktadır (Mael ve Ashfort, 1992: 104). Yapısal özdeşleşme modeli Şekil 3’te gösterilmiştir.



Şekil 3. Özdeşleşmenin Yapısal Modeli

Kaynak: Scott vd., 1998: 307

Şekil 3’te görüldüğü gibi bireylerin kendisini tanımladığı örgütsel, grupsal, mesleki ve kişisel olmak üzere dört tane ayrı kimlik türü bulunmaktadır. Bireyin kendini tanımladığı bu kimliklerin birbirleriyle bağlantılı olması zorunlu değildir. Sağ tarafta birey özdeşleşme sürecini yaşamaktadır. Şeklin sol tarafında ise, eylem düzeyleri gösterilmektedir. Özdeşleşme ile oluşan kimliklerin eylemlerin tarafından etkilendiği savunulmaktadır (Scott vd., 1998: 323).

Scott ve arkadaşları geliştirdikleri yapısal özdeşleşme modelinin bileşenleri olan yapının ikiliği, yapının bölgeselliği ve durumsal eylem olmak üzere başlıklar halinde incelenmiştir.

### **a. Yapının İkiliği**

Yapısal özdeşleşme modelinde, yapının ikiliği kavramı yapı ile sistem arasındaki ilişkiyi incelemektedir. Sistem ve yapı birbirleriyle bağlantılı kavramlar olduğundan aralarındaki ikililik önemlidir. Yapısal anlamda kimlik ve özdeşleşme ikililiği, özdeşleşme ve kimlik faktörlerini açıklamaya çalışan etkendir. Bu sebep ile özdeşleşmenin oluşmasında kimlik yapısının kabul edilmesi büyük bir önem arz etmektedir (Tüzün, 2006: 93).

Ayrıca, ikilik etrafında özdeşleşme ile kimliğin aynı olmadığı söylenebilmektedir. Kimlik, yapısal açıdan anlamsız faaliyetlerin bir sonucudur. Bu faaliyetler, bireyin kimlik kavramının meydana getirdiği “baba”, “öğretmen” ve “temsilci” gibi çeşitli kimliklerin açıklanmasında yararlanılmaktadır. Kimlik sadece bireyin bilindik düzeyin sonucu değil aynı zamanda sosyal yapının da bir sonucudur. Özdeşleşme, örgütsel faaliyetlerin uyumu ve düzenlenmesi sürecinde kimliğin dönüşümünde ve şekillenmesinde ortaya çıkan süreçtir (Kuhn ve Nelson, 2002: 7). Kimliğin, özdeşleşmeye kaynaklık etmesi aynı zamanda hedef alması önemlidir.

### **b. Yapının Bölgeselliği**

Yapının bölgeselliği, bireyin kimlik kavramının özdeşleşmesi ile ilişkisini aynı zamanda kimliklerin kavramsallaştırılmasını açıklamaya çalışan önemli bir faktördür. Bireylerin kişiliğinde bulunan çeşitli kimlikler aracılığıyla farklı gruplar ile bağ kurulabilmektedir. Yapının bölgeselliği ile duruma göre özdeşleşme açısından farklı kimlikler ortaya çıkar ve bireyler bu doğrultuda gruplar ile bağ kurabilmektedirler (Dutton vd., 1994: 243).

Yapının bölgeselliği boyutu, kimlik kavramı ile özdeşleşme ilişkisini kavramsallaştırılmasında ve diğer kimlikler ile ilişkileri değerlendirmede, bölgeselleşme çerçevesinde açıklamaya çalışmaktadır. Bu aşamada ilk başta kimlikler oluşturulur ve özdeşleşme ile ilişkilendirilir. Bunun sonucunda ise bireylerin sosyal gruplar ile bağ kurması gerçekleşmektedir (Scott vd., 1998: 311-319). Aynı zamanda bölgesellik, kimliğin özdeşleşme ile ilişkisinin belirlenmesinde ve kimlikleri tanımlamada en iyi yöntem olduğu belirtilmektedir.

### **c. Durumsal Eylem**

Durumsal eylem, adanmışlık sürecinin en önemli aşaması olarak görülmektedir. Örgütsel özdeşleşme içinde bulunan durumun özelliklerine göre farklılıklar gösterebilir. Yapısal sürecin sonucu olan kimlik bireyin içinde bulunduğu sosyal yapıdaki sosyal etkileşimlerle şekillendirilebilmektedir.

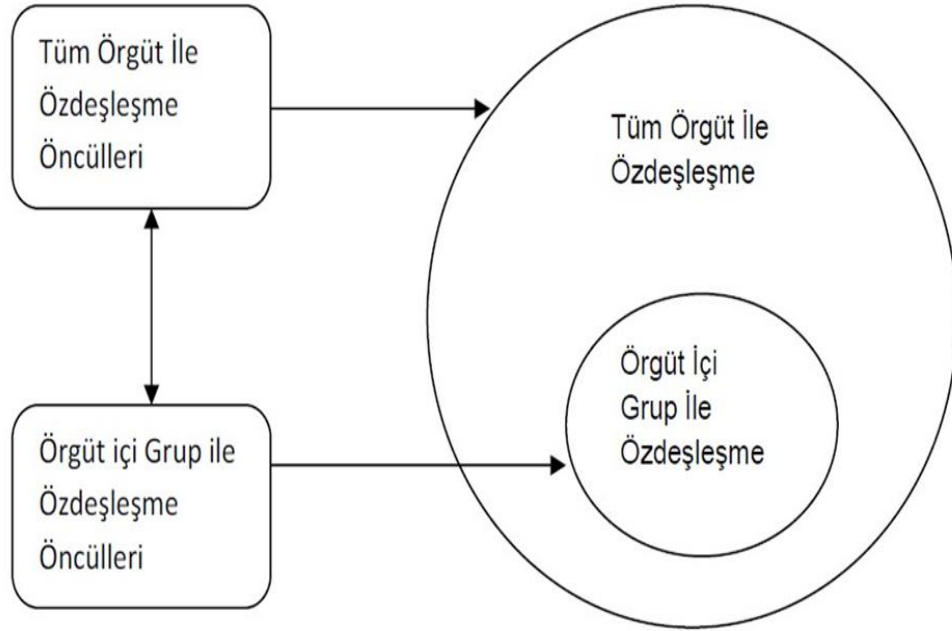
Kimliği, dışsal bir etken olarak nitelendirmemiz mümkün değildir. Sosyal yapı içinde yer alan içsel olgular tarafından şekillendirilebilmektedir. Sosyal yapılar bireylerin sahip olduğu eylemlere şekil vermektedir. Bireylerin örgüt içindeki rolü de örgüt yapısı ile şekillenmektedir. Bireylerin algılamış olduğu rol örgütün içerisindeki bireyin kendisini özdeşleştirdiği grup tarafından etkilenmektedir. Yani işgörenlerin eylemleri ile organizasyon yapısı arasında bir ilişki vardır. Özdeşleşme süreci ise, bireylerin eylemlerinin oluştuğu bir süreç olarak kabul edilmektedir. Bu sebep ile özdeşleşmenin yapısal modelinde adanmışlık, işgörenlerin davranışlarını ve örgüt yapısını içerisine almaktadır (Scott vd., 1998: 309).

Bütün örgütsel özdeşleşme çeşitlerinde, örgütün içerisinde olan bireylerin duygularına gereksinim duyulmaktadır. Örgütün “biz” olarak benimsenmesi, bireyin ortaya çıkardığı durumsal unsurların bir fonksiyonudur. Çeşitli örgütler içinde farklı bireyler, alt gruplar olarak örgütün tamamını oluşturmaktadır. Durumsal faktörler, çeşitli bireyleri örgütsel kimlik içerisinde toplayarak “biz” kavramını meydana getirmektedir (Rousseau, 1998: 219). Bu nedenle bireylerin eylemleriyle örgüt yapısı arasında yakın bir ilişki olduğu söylenebilmektedir.

### **2. Reade'nin Temel Örgütsel Özdeşleşme Modeli**

Çok uluslu ve karmaşık alt birimleri bulunan örgütler, kültürel olarak çok çeşitli çalışanlardan oluştuğu için uyum örgütler için büyük önem arz etmektedir. Karmaşık ve büyük örgütlerin başarısı için örgütsel özdeşleşmenin oluşması en önemli etkidir. Çok uluslu örgütlerde bu tür ikili kimlik yönetimi, örgütün bir düzeyi ile özdeşleşme oluşturulurken diğer düzeyi ile özdeşleşmenin oluşmayacağını ortaya çıkarmıştır. Örgütsel özdeşleşmenin azalmasına neden olan bu durumu ortadan kaldırmak ve çok uluslu örgütlerde özdeşleşmenin oluşmasını sağlamak için Reade çiftli özdeşleşme modelini geliştirmiştir. Bu modelde hem yerel hem de uluslararası düzeydeki örgütlerin, örgütsel

özdeşleşmesinin derecelerinin farklılık göstereceğinden yola çıkarak öncüllerini tespit etmeye çalışmıştır (Reade, 2001: 1270).



Şekil 4. Örgütsel Özdeşleşme Temel Modeli

Kaynak: Reade, 2001: 1273

Reade'nin araştırmasındaki tespit ettiği örgütsel özdeşleşme öncülleri şu şekilde açıklanabilmektedir (Reade, 2001: 1273-1277).

- **Örgütün İtibarı:** Sosyal kimlik teorisine göre bireylerin öz saygılarını arttırmak için bir grubun üyesi olma eğilimindedirler. Örgütün sahip olduğu prestij ise, bireyin saygınlığını arttırarak örgütle özdeşleşme sağlayabilmektedir.
- **Örgütün Ayırt Edici Özellikleri:** Bir örgütü diğer örgütlerden ayıran, aynı zamanda örgütün içerisindeki üyeleri daha net tanımlamalarını sağlayan özelliklerdir.
- **Üstlerin Desteği:** Örgüt içerisindeki işgörelere sosyal veya duygusal açıdan ilgi göstermeleri ve güçlerinin paylaşılmasıdır (Shanock ve Eisenberger, 2006: 700). Örgütsel özdeşleşme ile örgütsel bağlılık yüksek düzeyde birbirine yakın olarak gösterilmektedir. İşgörelere açısından yöneticiler örgütün birer temsilcileridir. Bu nedenle işgörelere açısından

yöneticinin verdiği destek, örgütün verdiği destek anlamına gelmektedir (De Coninck ve Johnson, 2009: 336).

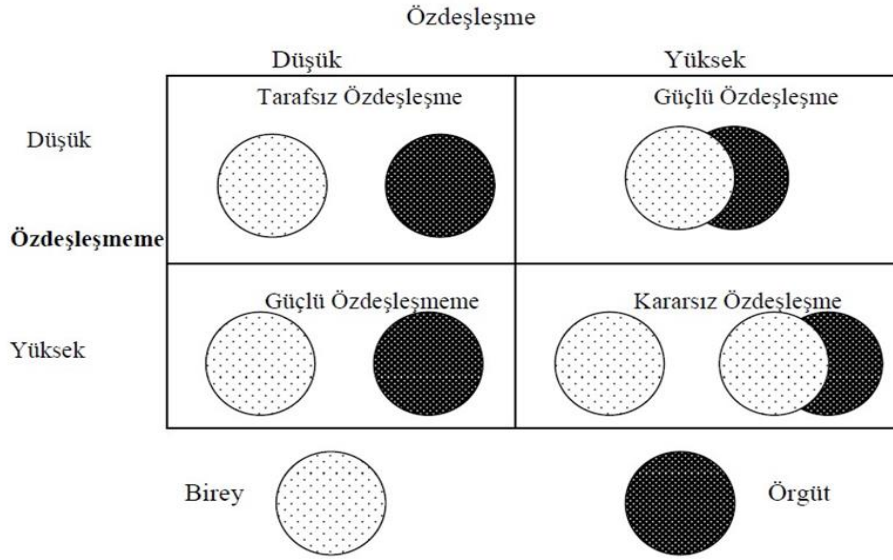
- **Kariyer Fırsatı:** Kişisel gelişimin örgütsel özdeşleşme ile bağlantılı olduğu belirtilmektedir. Kişisel gelişim, bireylerin kariyerlerindeki kapasitesini tamamlaması ve terfi yoluyla bireyin kariyerinde ilerleme imkânı sunulmasıdır. Bu imkânların var olduğu grup içerisinde biliniyorsa, grup içinde özdeşleşme bu durumdan pozitif yönde etkilenmektedir. Tüm örgüt içerisinde var olduğu algılanıyorsa, örgütün bütünü özdeşleşmeyi pozitif yönde etkileyeceği söylenebilmektedir.

### 3. Kreiner ve Ashforth'un Genişletilmiş Örgütsel Özdeşleşme Modeli

Kreiner ve Ashforth bireylerin kişilik algılarının oluşmasının tek yolunun özdeşleşme olduğunu belirterek, araştırmalarında genişletilmiş bir özdeşleşme modeli önermişlerdir. Kreiner ve Ashforth'a göre, işgörenlerin özdeşleşmeleri değişiklik gösterebilmekte ve aynı zamanda bireyler yaptıkları işler, iş arkadaşlarıyla özdeşleşebilmektedir. Örgütün büyümesi veya örgütün bireylere katkı sağlayacağı bir özelliğinin olması da özdeşleşmenin oluşması için yeterli gözükmemektedir. Bu yaklaşım sonucunda bireyler, örgütlerini, iş arkadaşlarını ve içerisinde buldukları örgütün bir yeteneği ile özdeşleşme sağlayabilmektedirler (Polat, 2009: 21).

Araştırmacılar genişletilmiş özdeşleşme modeli ile bireylerin örgütlerine olan bağlılıklarını tanımlamak için birden fazla özdeşleşme modeli olduğunu açıklamışlardır. Dört boyuttan oluşan bu modeller güçlü özdeşleşme, özdeşleşmeme, kararsız özdeşleşme ve yansız özdeşleşme modelleridir. Araştırmacılara göre, bireylerin özdeşleşme düzeyleri bu dört özdeşleşme boyutuna göre değişiklik göstermektedir (Korkmaz vd., 2017: 69).





Şekil 5. Kreiner ve Ashforth Geliştirilmiş Özdeşleşme Modeli

Kaynak: Kreiner ve Ashforth, 2004: 6

Şekil 5'te görüldüğü şekliyle özdeşleşme ve özdeşleşmeme olmak üzere iki boyut bulunmaktadır. Bu durumların bireylerde yüksek veya düşük olmasına göre de dört farklı durum meydana gelmektedir. Geliştirilmiş özdeşleşme modelindeki özdeşleşme türleri aşağıda açıklanacaktır.

#### a. Güçlü Özdeşleşme

İşgörenlerin örgüt üyeliğine devam etmesi ve gelecek zamanda da örgüt içerisinde kalmaya istekli olduklarını açıklamaya çalışan özdeşleşme modelidir. Özdeşleşme ne kadar kuvvetli olursa işgörenlerin yaşamlarıyla ilgili duyguları örgütün devamlılığı ile bütünleşmektedir. Güçlü özdeşleşmenin iki önemli etkisi vardır. Bunlardan ilki, işgörenlerin arasındaki hareketliliğin ortaya çıkartılarak takım çalışmasına istekli bir ortamın oluşturulması ve rekabetin örgüt ile özdeşleşemeyenler tarafından yapılmasıdır. İkincisi ise, işgörenlerin örgüt içerisinde bulunan arkadaşlarına yardımcı olmak için daha fazla çaba göstermesidir (Dutton vd., 1994: 254). Özdeşleşmenin üst seviyelerde, özdeşleşmemenin düşük seviyelerde olduğu durumlarda güçlü özdeşleşme görülmektedir.

#### b. Özdeşleşmeme

Kreiner ve Ashforth, özdeşleşmemenin ayrı bir durum ve eşi görülmemiş bir psikolojik durum olduğundan bahsederek özdeşleşmenin tersi olarak

tanımlanması olanağının olmadığını belirtmişlerdir. Özdeşleşme, örgütün pozitif yönlerini ve bireylere ait kimliklerinin birlikteliğidir. Özdeşleşmeme ise, örgüte ait negatif yönlerinin bireyin kimliğinden ayrılmasıdır (Kreiner ve Ashforth, 2004: 3).

Özdeşleşme, bireyin değerlerinin örgüt ile uyumunu ifade ederken, özdeşleşmeme ise bireyin, örgüte ait değerleri benimseyemediği ve bunun neticesinde bireyin örgüt ile bağ kuramayıp örgüt ile bireyin uzaklaşması olarak belirtilmektedir (Sezici, 2010: 187). Örgüte karşı özdeşleşmenin oluşmaması, belli bir dönem sonrasında işgörenlerin işe giriş ve çıkışları aynı zamanda işgörenlerin devamlılığını sağlama açısından örgüte ciddi zararlar verebilmektedir (Kreiner ve Ashforth, 2004: 3). Kısaca özdeşleşmeme, örgütten ayrılma ve örgütün dışarısında kalma durumudur şeklinde ifade edilebilmektedir.

### **c. Kararsız Özdeşleşme**

Çağdaş örgütlerin komplike yapısı bireylerin inançları ile değer kaybıyla eş zamanlı olarak bireyleri, örgütleri ile hem özdeşleşmeye hem de özdeşleşmemeye itebilmektedir. Kararsız özdeşleşme, bireyin içerisinde bulunduğu örgütün bazı özelliklerini kabul etmesi ve bazı özelliklerin kabul edilmediği durumlarda ortaya çıkan özdeşleşme durumudur. Bireylerin bilinçli bir şekilde içerisinde bulunduğu örgüte karşı olumlu ve olumsuz bakış açısı sergilemesi bireylerarası ilişkilerde çevresinin incelenmiş ve kararsızlık durumunu uzun yıllar sürdürebileceği belirtilmiştir. Bu sebepten ötürü kararsız özdeşleşme örgütlerin istediği bir durum olmadığı söylenebilir (Kreiner ve Ashforth, 2004, 3).

### **d. Yansız Özdeşleşme**

İşgörenlerin, örgütün amaçlarına değerlerine ve misyonlarına karşı kayıtsız kalması olarak tanımlanmaktadır. Bireyin değerleriyle örgütün değerleri birbirine uyuşmamaktadır. Bu durumda ise, bireylerin özdeşleşme seviyesinin düşük olmasına sebep olacaktır. Fakat örgüt, bireyin örgüt değerlerini benimsemesini sağlar ise bu durum örgütün avantajına çevrilebilecektir. Bu şekilde tarafsız özdeşleşme durumu özdeşleşmeye dönüşebilmektedir. Aksi takdirde bireyin örgüt ile özdeşleşmemesi ile karşı karşıya kalınacaktır (Kreiner, 2004: 5)

Bireyin örgütüyle bilinçli bir şekilde bağlılık kuramamasının sebebi, geçmiş deneyimleri örnek gösterilebilmektedir. Tarafsız özdeşleşmeye sahip bireylerin

bağlılık düzeyleri, diğer bireylere göre daha az olduğundan içerisinde bulunduğu örgüte katkısı daha azdır (Kreiner ve Ashforth, 2004: 5).

## **D. Örgütsel Özdeşleşmeyi Etkileyen Faktörler**

Örgütsel özdeşleşmeyi etkileyen faktörler iki alt başlıklar altında toplanabilmektedir. Bunlar bireysel faktörler ve örgütsel faktörler olmak üzere aşağıda açıklanacaktır.

### **1. Bireysel Faktörler**

Örgütsel özdeşleşmeyi etkileyen bireysel faktörler, bireylere göre farklılık göstermekle birlikte özdeşleşme eğilimini ve düzeylerini etkileyen, bireylere göre farklılık gösteren unsurlardır. Literatürde örgütsel özdeşleşmeyi etkileyen bireysel faktörleri incelediğimizde karşımıza olumlu ruh hali, iş tatmini ve örgütteki görev süresi karşımıza çıkmaktadır. Bu kapsamda yaygın olarak literatürde yer alan bu başlıklar detaylı olarak açıklanacaktır.

#### **a. Olumlu Ruh Hali**

Örgütsel özdeşleşmeyi etkileyen faktörler arasında yer alan olumlu ruh hali, bireylerin zihinsel ve dikkat düzeylerini geliştiren bir özelliğe sahiptir. Olumlu ruh halinin aynı zamanda bireylerin fiziksel özelliklerini, sosyal aktivitelerini ve entelektüel bilgi seviyelerinin geliştirilmesinde önemli bir etkisi olduğu görülmektedir. Aynı zamanda olumlu ruh hali yüksek olan bireylerin iş motivasyonları da yüksek olmasını sağlayarak bireylerin yüksek performans göstermelerini sağlamaktadır (Baumeister ve Bushman, 2008: 182). Bu kapsamda olumlu ruh halinin, bireylere örgüt içerisindeki performansı üzerine büyük bir etkisi olduğu varsayılmaktadır. Örgütünü olumlu bir bakış açısıyla değerlendiren bireyler örgütü ile daha güçlü ilişkilerin zeminini oluşturarak bireylerin örgütleriyle özdeşleşmelerini sağlamaktadır.

#### **b. İş Tatmini**

Bireylerin örgütleriyle ilgili olumlu düşünceleri veya olumsuz düşünceleri, davranışları, inançları ve değerlendirmelerini içeren tutum olarak ifade edilen iş tatmini örgütler açısından büyük bir önem arz etmektedir. Yapılan incelemeler sonucunda iş tatmininin örgütsel özdeşleşme ile arasındaki pozitif ilişkinin olması

sonucunda işgörenlerin örgütleriyle özdeşleşme düzeylerinin daha fazla olduğu görülmüştür (Polat, 2009: 42-43). İşgörenlerin performansını arttıran iş tatmini örgütün devamlılığı ve verimliliği için son derece etkilidir. Bu kapsamda iş tatmini ile örgütsel özdeşleşme arasında çift yönlü bir ilişki olduğunu söylememiz mümkündür.

### **c. Örgütteki Görev Süresi**

Örgüt içerisindeki görev süresi ile özdeşleşme arasındaki ilişkinin birbirine bağlantılı olduğu bilinmektedir. Örgütteki görev süresinin artması ile birlikte özdeşleşmenin de pozitif yönlü artacağına yol açtığı söylenebilmektedir.

Bireylerin örgüt içerisindeki çalışma sürelerinin çoğalması ile bireyler yabancılaşma duygularından kurtulacağı ve örgüt ile daha bütünleşeceği savunulmaktadır. Görev süresi arttığında, bireyin örgütün amaçları ve değerlerini benimseyerek kendini örgüte ait olduğunu hissetmesi beklenmektedir (Schrodt, 2002: 190-191). Bunun neticesinde bireylerin örgüt içerisinde zaman geçirmesi ile özdeşleşme artacak aynı zamanda verimlilik yükselerek örgütün büyümesi ve gelişmesine bireyler katkı sağlayacaktır.

## **2. Örgütsel Faktörler**

İşgörenlerin örgüt içerisindeki davranışlarının şekillenmesinde etkili olan örgütsel faktörler özdeşleşmenin sağlanması için katkı sağlamaktadır. Aynı zamanda örgütsel faktörler, sürekli değişim gösteren iş yaşamında rekabet avantajı sağlamak adına önemli bir olgudur. Bu faktörler; örgütsel imaj, örgütsel iletişim, örgütsel adalet, örgüt kültürü, psikolojik sözleşme ve algılanan örgüt adaleti olarak başlıca literatürde yer alan konulardır. Bu konular aşağıda açıklanmıştır.

### **a. Örgütsel İmaj**

Örgütsel imaj, bir örgütün diğer örgütlere ve örgüt dışındaki bireylere bıraktığı izlenimdir. İşgörenler örgütlerinin imajlarının diğer örgütlerden daha yüksek olmasını beklemektedir. Eğer işgörenler örgütlerinin imajlarını diğer örgütlerden yüksek olduğunu algıladıkları zaman örgütleriyle özdeşleşmeleri daha kolay olmaktadır. Aynı zamanda örgütlerin imajının yüksek olması

işgörenlerin örgüt yararına davranışlar sergilemesi ve örgütün yüksek verimli çalışmasına katkı sağlayacaktır.

Örgütsel imaj, saygınlık ve itibar olarak da ifade edilebilmektedir. Örgütün itibarı ne kadar olumlu olursa, işgörenlerin saygınlığı ve itibarı o derecede yükselmektedir (Mael and Ashforth, 1992: 107). Marc ve Simon yaptığı çalışmalarda, bireyler bir grubun algılanan itibarının ne derece yüksek ise bireyin örgüt ile özdeşleşme eğiliminin o kadar yüksek olacağı ve örgütsel imaj ne derecede düşük olursa örgütü ile özdeşleşmesi o kadar düşük olacağını ifade etmişlerdir (Polat, 2009: 27).

### **b. Örgütsel İletişim**

Örgütsel iletişim, örgüt içerisindeki bireylerin “damarlarında akan kan” gibi önemli bir husus olarak görülmektedir (Koçel, 2011: 611). Örgütler büyüyüp geliştikçe iletişim karmaşıklaşmaktadır. Bu sebeple, örgüt içerisindeki iletişimin kaliteli ve koordineli bir şekilde olması gerekmektedir. Aksi takdirde iletişim kopukluğunun oluşmasıyla örgütün verimliliği düşecek ve işgörenler ile örgütün özdeşleşmesi zorlaşacaktır.

Bireylerin örgütü hakkındaki bütün bilgilere ulaşması örgüte olan bağlılığını ve örgütsel özdeşleşme düzeyini arttıracaktır (Postmes vd., 2001: 228–232). Örgüt içerisinde kurulan verimli iletişim süreci, işgörenlerin görevlerini ve sorumluluklarını belirginleştirerek, işgörenlerin görevleri hakkında ihtiyaç duyduğu bilgilere ulaşmasını kolaylaştırmaktadır (Smidts vd., 2001: 1052-1053). Bireyin içerisinde bulunduğu örgütte kendisine verilen değeri, iletişim süreçlerine katılmaları için şans tanınarak, saygı gösterildiğini düşünen işgörenler örgütleriyle özdeşleşmeleri daha iyi oluşturulabilecektir.

### **c. Örgütsel Adalet**

Örgütsel adalet kavramı, örgüt içerisindeki yöneticilerin adalete uygunluğu tanımlamak için kullanılmaktadır (İçerli, 2010: 69). İşgörenler örgütsel adalet kavramına, örgüt içinde kendilerine yeterli düzeyde adil davranılıp davranılmadığına bakar ve örgüte sağladıkları katkılarının karşılığında elde ettikleri faydaları karşılaştırarak örgütün ne derece adaletli olup olmadığını ölçmektedirler. Böylece örgütsel adalet kavramı oluşan işgörenlerin, örgüt

koşullarını olumlu olarak değerlendirmeleri ve örgüt ile özdeşleşmeleri beklenmektedir (Cheung ve Law, 2008: 213-214).

#### **d. Örgüt Kültürü**

Örgüt kültürü genel anlamda benimsenen, işgörenler adına iş hayatını anlamlı kılan ve onların davranışlarını yönlendiren inanç, tutum ve değerler topluluğudur (Barlı, 2010: 435). Örgüt kültürünün temel amacı işgörenlerin amaçları ile örgütün amaçlarının bir bütün olmasıyla örgütsel değerleri benimseyerek örgüt ile özdeşleşmenin daha kolay oluşmasını sağlayacaktır (Torun, 2012: 63). Rekabet koşullarının sürekli olarak devam etmesi sebebiyle örgütler için aidiyet duygusu olan ve örgütün vizyonu ile misyonunu benimseyen işgörenler ile hedeflerine ulaşarak diğer örgütlere karşı rekabet avantajı kazanacaktır.

#### **e. Psikolojik Sözleşme**

İşgörenlerin beklentileri ve ihtiyaçlarını karşılamakta olan psikolojik sözleşme, işgörenlerin kendilerini örgütün birer parçası olarak hissetmesini ve bu şekilde örgüt ile psikolojik bir bağ kurmalarını sağlayarak örgüt ile özdeşleşmeleri sağlanmaktadır (Epitropaki, 2012: 2-4). Aynı zamanda örgütler açısından psikolojik sözleşmenin işgörelere verilen vaatlerin yerine getirilmesi örgütün işgörelere verdikleri değeri ve duyduğu saygının bir göstergesidir. Bu sebeple örgütün sorumluluklarını ve verilen sözlerin tutulduğunu gören işgörelere, örgütleri ile özdeşleşmeleri daha yüksek olmaktadır (Kreiner ve Ashforth, 2004: 9).

#### **f. Algılanan Örgütsel Destek**

Algılanan örgütsel destekte örgütler, işgörelere gurur duymakta ve onları hak ettikleri değeri göstermekte olup gerekli ihtiyaçlarını temin etmeye çalışmaktadırlar. Böylelikle örgütün desteğini gören işgörelere daha kolay örgütleriyle özdeşleşmektedirler (İplik vd., 2014: 110). İşgörelere örgüte karşı aidiyet duygusu bu sayede güçlenmekte ve örgüt içerisinde olumlu davranışlar sergilemeleri beklenmektedir. Ayrıca sağlanan örgütsel destekten daha çok işgörelere tarafından algılanan destek daha önemlidir. Bunun sebebi algılanan örgütsel destek bireylerin örgüt içerisindeki davranışlarını yansıtmaktadır. Bu ise örgütün kontrol edebildiği bir durumdur. Görüş ve düşüncelerini önemsenen iş

içerisindeki konularda destek gören işgörenler örgütlerine olan duygusal bağların güçlenmesi beklenmektedir (Çakır, 2001: 154).

### **E. Örgütsel Özdeşleşmenin Sonuçları**

Örgütsel özdeşleşmenin bireyler açısından üç önemli etkisi bulunmaktadır. Bunlardan ilki bireylerin örgütün vizyon ve misyonunu benimsemesi ve bunları kabul etmesidir. Bu doğrultuda özdeşleşme, örgütler ile bireyler arasında bir bütünleşme süreci olarak görülebilmektedir. İkincisi ise, bireylerin örgüt içerisindeki görevlerini istekli ve verimli bir şekilde yerine getirmesidir. Örgütün amaçlarını benimseyen örgüt içerisindeki bireyler memnun olacaklardır. Üçüncü önemli durum ise, bireyin örgüt üyeliğini devam ettirme isteğidir.

Örgütüne aidiyet duygusu duyan işgörene sahip olmak örgütler açısından istenilen bir durumdur. Bunun sebebi üyesi olduğu örgütle gurur duyan ve örgütüne aidiyet duygusuyla bağlı olan işgörenler, kendilerinin ve örgütsel rollerinin önemli olduğunu varsaymaktadırlar ve bu durum örgütleri içerisinde daha faydalı ve daha verimli olmalarını sağlamaktadır (Sezici, 2010: 189).

Örgütsel özdeşleşme örgütleri güçlendirmektedir. Özdeşleşmeyi gerçekleştiren işgörenler kendilerini örgütleriyle bütünleştirirler ve örgütlerin amaç ve hedeflerini de benimsemektedir. Örgütlerinin amaçları ve hedeflerine ulaşmak adına işgören yüksek performans göstermeye hazır durumdadırlar (Patchen 1970:157).

Örgütsel özdeşleşmenin işgörenler açısından tutum ve davranışlarının dışında örgüt bilinci ve örgütü ile birlikte hareket etmesi ve öz saygının artmasını da sağlamaktadır. İşgörenler örgütleriyle sağlam bir özdeşleşme sağlandığında örgütün amaç ve hedeflerine göre hareket etmeye başlamaktadır (Stoner ve Gallagher, 2011: 1795-1796).

Örgütsel özdeşleşmenin sonucunda işgörenlerin yükselen kendine güveni, tatmin, bağlılık, iş performansı, verimlilik ve örgüt içi dayanışmada artışlar gözlemlenmektedir. Örgütü ile özdeşleşmiş işgörenler örgütüne katkı sağlayan bireylerdir. Aynı zamanda işten ayrılma oranlarında azalmaya sebep olmaktadır. Örgütlerin amaçları ve hedeflerini benimsediklerinden örgütün devamlılığını

sağlamaya yardımcı olmaktadır. Aynı zamanda özdeşleşmenin sağlanması yöneticiler ve işgörenler açısından istenilen bir durumdur.



### **III.SANAL KAYTARMA**

#### **A. Sanal Kaytarma Kavramı, Tanımı, Yarar ve Zararları, Sanal Kaytarma Faaliyetlerinin Hukuki Boyutları**

##### **1. Sanal Kaytarma Kavramı ve Tanımı**

Teknolojinin gelişmesiyle birlikte aklımıza ilk gelen olgulardan biri internettir. İnternet erişiminin sağlık, pazarlama, eğitim, ekonomi ve pek çok başka alanlara etki etmektedir. Son yirmi yıldaki internetin gelişmeler dikkate alındığında hızlı gelişimi ve dahil edildiği alanlarında geliştirme potansiyeli ile günümüzde internet kullanımı tamamıyla vazgeçilmez olmaktadır.

Sürekli gelişmekte olan iletişim ve bilgi teknolojileri örgütlere pek çok konuda yardımcı olmaktadır. Bu teknolojilerin gelişmesi sebebiyle örgütler bir çok işlemi çok daha kısa sürede ve daha etkin bir şekilde gerçekleştirebilmekte aynı zamanda maliyet ve zaman kaybının oluşmasını önlemektedir. Sürekli değişen ve rekabet üstünlüğünü kazanmanın önemli olduğu bu dönemde modern pazarlarda örgütler bu teknolojileri bünyesine kazandırmalı aynı zamanda yeni teknolojiler üretebilir olmalıdırlar. Bu teknolojinin en önemlisi günümüzde internet olmakla birlikte internete bağlı bulunan bağlantılı araçlardır.

İnternet kavramının hayatımıza nasıl girdiği ve nasıl geliştiği incelendiğinde kişisel bilgisayarlar ve internet kullanımının yaygınlaşması ile ortaya çıktığı söylenebilmektedir. 1940'lı yılların ortasında bilgisayarın bulunmasından sonra 1990'lı yıllarda internet kavramı ile tanışması gelişim ile birlikte geri dönülmez bir değişimi beraberinde getirmiştir. Bu değişim ve gelişim ile bilgisayar ve internet kullanımının günden güne artışıyla günlük yaşam ile birlikte iş hayatına da girmiştir. İnternet kullanımı iletişim, bankacılık işlemleri, kamusal işlemler, alışveriş ve daha birçok alanda büyük kolaylıklar sağlamaktadır. İnternet kullanımının birçok avantajı olduğu gibi örgütler için göz ardı edilmeyecek düzeyde dezavantajları da bulunmaktadır.

İnternet kullanımının düzeyi düşükten yükseğe göre çeşitli aşamaları kapsamaktadır. Bu aşamalar aşağıda gösterilmiştir (Ögel, 2014: 102-103)

- **İnternetin İhtiyaç Durumunda Kullanılması:** Bireylerin yalnızca zorunlu kaldığı durumlar esnasında ve gerektiği takdirde internetin kullanılması durumudur.
- **Sık ve Düzenli İnternet Kullanımı:** Bireylerin boş zamanlarını değerlendirmek adına interneti kullanması ve interneti eğlenceli bir araç olarak görmesi durumudur.
- **Sorunlu İnternet Kullanımı:** Bireyler internet kullanımını yaşamında sorunlar çıkartacak şekilde kullanılmasıdır. Aynı zamanda interneti kötüye kullanımı söz konusudur fakat bağımlılık derecesinde değildir.
- **İnternet Bağımlılığı:** Patolojik internet kullanımı, kompulsif internet kullanımı ve siber bağımlılık gibi terimler bu kapsamda yer almaktadır.

Örgütlerde internet kullanımı günümüzde çok yaygın durumdadır. Sürekli rekabet içerisinde bulunan örgütler, işgörenlerinin iletişimlerini desteklemek ve güçlendirmek adına interneti kullanılabilir ve erişebilir olmasını sağlamaktadır. E-mail kullanımı, sürekli mesajlaşma ve internete bağlı cep telefonları iletişim yönünde kullanılan medya araçları şirketlerin istedikleri zaman iş yapabilmelerini sağlamaktadır. İnternet sayesinde iletişim problemi ortadan kalkmakta ve bu sayede bireylerin her yerde bulunur olması sağlanmaktadır (Chen vd., 2008: 88-89). Bu sayede internet yapılacak işi kolaylaştırdığı için örgütler tarafından tercih edilen bir teknoloji haline gelmektedir.

Sanal kaytarma, işyerinde bireysel amaçlı olarak internet kullanımı ve işgörenlerin kendisine sunulan internet imkanının kullanım haklarını kötüye kullanarak iş saatleri içerisinde iş harici e-maillerini kontrol etmesi, haber sitelerinde gezmesi, mobil bankacılık işlemleri yapması, müzik veya video izlemesi, sosyal medya ağlarında vakit geçirmesi sanal kaytarma eylemlerindedir. İnternet erişiminin sürekli gelişmesi sayesinde sanal kaytarmanın sadece iş ortamının internet erişim imkanları ile değil, bireysel internet erişimi sunan bütün teknolojik cihazlar kullanılarak da gerçekleştirilen kaytarma davranışlarıdır (Kaplan ve Ögüt, 2012: 4). Kısaca örgüt içerisindeki

işgörenler işletmenin amaç ve hedefleri dışında kullanılan bilgi ve teknolojik aletlerin hepsi sanal kaytarmayı ortaya çıkarmaktadır.

Sanal kaytarma kavramının örnekleri içerisinde internet sitelerinde sörf yapma ve iş dışı e-mail kontrollerinin yanı sıra video izleme, sosyal medya hesaplarının kontrol edilmesi ve video oyunları oynama davranışları da sanal kaytarmaya girmektedir. Sanal kaytarma, bireylerin bilgisayar iş dışı faaliyetler için kullanmasıdır. Bu durum örgütler açısından büyük problem yaratacak durumlardır (Askew vd., 2014: 510)

Genel olarak sanal kaytarma davranışları örgütlerde görülmektedir. Daha önceki tanımlarda ifade edildiği üzere mesai saatleri içerisinde iken e-posta almak veya göndermek, sörf yapmak, internet üzerinden alışveriş yapmak sanal kaytarma davranışlarına örnek gösterilen aktivitelerdir. Ancak bunların dışında internet içerisindeki uygunsuz ve yasa dışı aktiviteler ise, yetişkin eğlence sitelerini ziyaret etmek, sanal zorbalık, cinsel taciz ve istismar gibi durumlarda sanal kaytarma faaliyetleri olarak değerlendirilmektedir (Piotrowski, 2012:259).

Literatürü incelediğimizde sanal kaytarma ile ilgili birçok kişi tarafından farklı tanımlar ortaya atılmış ve günümüze kadar pek çok araştırmalar yapılmıştır.

Aşağıdaki tabloda sanal kaytarma ile ilgili tanımlar kronolojik olarak yer verilmiştir.

Çizelge 2. Literatürde Yer Alan Sanal Kaytarma Tanımları

Yazar ve Tarih	Kavram	Tanım
Guthrie ve Gray / 1996	Junk Computing / Değersiz Bilgisayar Kullanımı	Mesai saatleri içerisinde örgütsel amaçlar ile doğrudan ilgisi olmayacak şekilde internetin kullanılmasıdır.
Lim / 2002	Cyberloafing / Sanal Kaytarma	Mesai saatleri içinde işgörenlerin örgütün internet bağlantısını kendi kararıyla özel amaçları doğrultusunda kullanmasıdır.
Anandarajan ve Simmers / 2004	Cyberloafing / Sanal Kaytarma	Mesai saatleri içerisinde yapılması gereken örgüt işleri için kullanılmasına karar verilen herhangi bir kaynağın amaç ve hedefler dışında bireyin kullandığı internet davranışlarıdır.
Lee vd. / 2005	Non-Work Related Computing / İşle İlgili Olmayan Bilgisayar Kullanımı	İş saatleri içerisinde örgütün bilgi sistemi kaynaklarını kişisel amaçlar doğrultusunda kullanılmasıdır

Çizelge 2. (devamı) Literatürde Yer Alan Sanal Kaytarma Tanımları

Yazar ve Tarih	Kavram	Tanım
Anandarajan ve Simmers / 2005	Personal Web Usage / Çalışan İnternet Kullanımı	İşgörenlerin mesai saatleri içerisinde, örgütün sağladığı interneti kullanarak yapacağı iş ile ilgili olmayan internet sitelerinde keyfi olarak gezinmesidir.
Hur / 2006	Internet Addiction Disorder / İnternet Bağımlılığı Bozukluğu	Teknolojik bağımlılığın bir başka formu olarak nörolojik komplikasyonlar ile psikolojik rahatsızlıkların yaşanmasıdır.
Chen vd. /2008	Internet Abuse / İnternetin Kötüye Kullanımı	Örgüt içerisinde internetin kötü amaçlar doğrultusunda kullanılması olarak adlandırılan, örgüt içerisinde çevrim içi sohbet, oyun, yatırım ve alışverişte dahil olmak üzere işgörenlerin sergiledikleri istenmeyen faaliyetlerdir.
Ugrin vd., / 2008	Cyberslacking / Sanal Miskinlik (sanal Tembellik)	İnternet ortamında verimsiz bir şekilde vakit harcama durumudur.
Henle vd., /2009	Cyberloafing / Sanal Kaytarma	Örgüt tarafından kaynak olarak sağlanan internet erişimini mesai saatleri içerisinde işle alakalı amaçlar dışından kullanmaktır.
Prasad vd., / 2010	Cyberloafing / Sanal Kaytarma	Mesai saatleri içerisinde işgörenlerin örgütünün internet bağlantısını kullanarak iş dışı amaçlarda gönüllü olarak kullanmasıdır.
Vitak vd. / 2011	Cyberslacking / Sanal Miskinlik (Sanal Tembellik)	Mesai saatleri içerisinde internet ve mobil teknolojinin kişisel amaçlar doğrultusunda kullanılmasıdır.
Liberman vd., / 2011	Cyberloafing / Sanal Kaytarma	Örgüt içerisindeki işgörenlerin interneti kişisel amaçlar için kullanmasıdır.
Kim ve Byrne / 2011	İnternet Addiction / İnternet Bağımlılığı	Kendini tekrar eden alışkanlık düzeni ile ölçülü kullanma veya hiç kullanmamanın istenmesine rağmen kontrol kaybının devam etmesi.
Özkalp vd., / 2012	Cyberloafing / Sanal Kaytarma	İş yaşamında ve günlük yaşamda bilgi ve iletişim teknolojilerinin sıkça kullanılması sonucunda işgörenlerin yaptıkları işten kaçma amacıyla örgütteki zamanlarını boşa geçirmeleri veya kendi isteklerince kişisel siteleri kullanmalarıdır.
Kaplan ve Ögüt / 2012	Cyberloafing / Sanal Kaytarma	Mesai saatleri içerisinde işgörenlerin örgütün sağladığı internet erişimini, kişisel e-maillerini kontrol etmesi ve işiyle ilgili olmayan sitelerde gezinmek suretiyle örgütün sağladığı kaynakları suiistimal etmesidir.

Çizelge 2. (devamı) Literatürde Yer Alan Sanal Kaytarma Tanımları

Yazar ve Tarih	Kavram	Tanım
Klotz ve Buckley / 2013	Cyberloafing / Sanal Kaytarma	Örgütün verdiği internet ve bilgi teknolojilerinin dışında bireyin kendisine ait olan mobil teknolojilerini de iş amaçları dışında mesai saatleri içerisinde kullanmasıdır.
Jian vd., / 2013	Cyberloafing / Sanal Kaytarma	Mesai saatleri içerisinde işgörenlerin örgütün internetini gönüllü olarak işle alakası olmayan siteler için kullanılmasıdır.
Kaplan ve Çetinkaya / 2014	Cyberloafing / Sanal Kaytarma	Akıllı cep telefonu, internet ve bilgisayar teknolojilerini işgörenlerin mesai saatleri içerisinde bireysel amaçlar doğrultusunda kullanılmasıdır.
Örücü ve Yıldız / 2014	Cyberloafing / Sanal Kaytarma	Örgütün sağladığı kaynakları iş dışı amaçlar doğrultusunda kullanılmasıdır.
Demir vd. / 2015	Problematic Internet Use / Problemlerli İnternet Kullanımı	Bireyin yaşamını ciddi boyutlarda zarar verecek şekilde internetin çok sık kullanılması ve bu durumun kontrol edilememesi.
Hayıt ve Dönmez / 2016	Cyberslacking / Sanal Miskinlik (Sanal Tembellik)	Bilgisayar ortamında bir iş üzerinde çalışırken işi bitirmeden internet üzerinde başka şeyler ile ilgilenmesidir.
Sertaş ve Şimşek / 2016	Cyberslacking / Sanal Miskinlik (Sanal Tembellik)	Mesai saatleri içerisinde örgütün kaynaklarını kullanarak web sitelerinde boş vakit geçirme ve bunun dışındaki aktivitelerdir.

Kaynak: Özcan, 2017: 268-270

Tüm bu tanımlar incelendiğinde sanal kaytarma davranışının net bir şekilde tanımı olmadığı sonucu ortaya çıkmaktadır. Fakat tanımların birbirleriyle ortak unsurları içerdiği söylenebilmektedir. Genellikle sanal kaytarma tanımlarında, internet olgusunun yer alması, iş ile ilgili olmayan eylemler, kişisel eylemler ve mesai saatleri içerisinde gerçekleşmesi gereken unsurlar yer almaktadır. Sanal kaytarmanın özellikleri maddeler halinde sıralanmıştır (Özcan, 2017: 269).

- Sanal kaytarma kavramının en net özelliği örgüt içerisinde ve mesai saatleri içerisinde cep telefonu, bilgisayar gibi teknolojik aletleriyle internet kullanımı yer almaktadır. Kullanılan teknolojik aletler farklı olsa dahi temel noktası teknolojik aletler ile örgütün sağladığı internet erişimini kişisel amaçlar doğrultusunda kullanılması yer almaktadır.

- Bu davranışların sanal kaytarma unsuru olarak değerlendirilebilmesi için örgüt içerisinde gerçekleşmesi gerekmektedir. Aynı zamanda mesai saatleri içerisinde bu davranışların sergilenmesi gerekmektedir.
- Her internet faaliyeti sanal kaytarma olarak değerlendirilememektedir. Bunun sebebi ise literatürde ortak bir tanım bulunmamasıyla birlikte belirlenen davranışlar kesin değildir.
- İşgörenlerin sanal kaytarma davranışları sergilemesi, örgüte pozitif veya negatif etkiler yaratabilmektedir. Üretkenlik dışı faaliyetler negatif olarak değerlendirilebilirken, bilgi ve iletişim teknolojik araçların işgörelere doğru şekilde kullanılmasına olanak sağlandığında negatif etkiler pozitif etkilere dönüşebilmeye olanak sağlamaktadır.

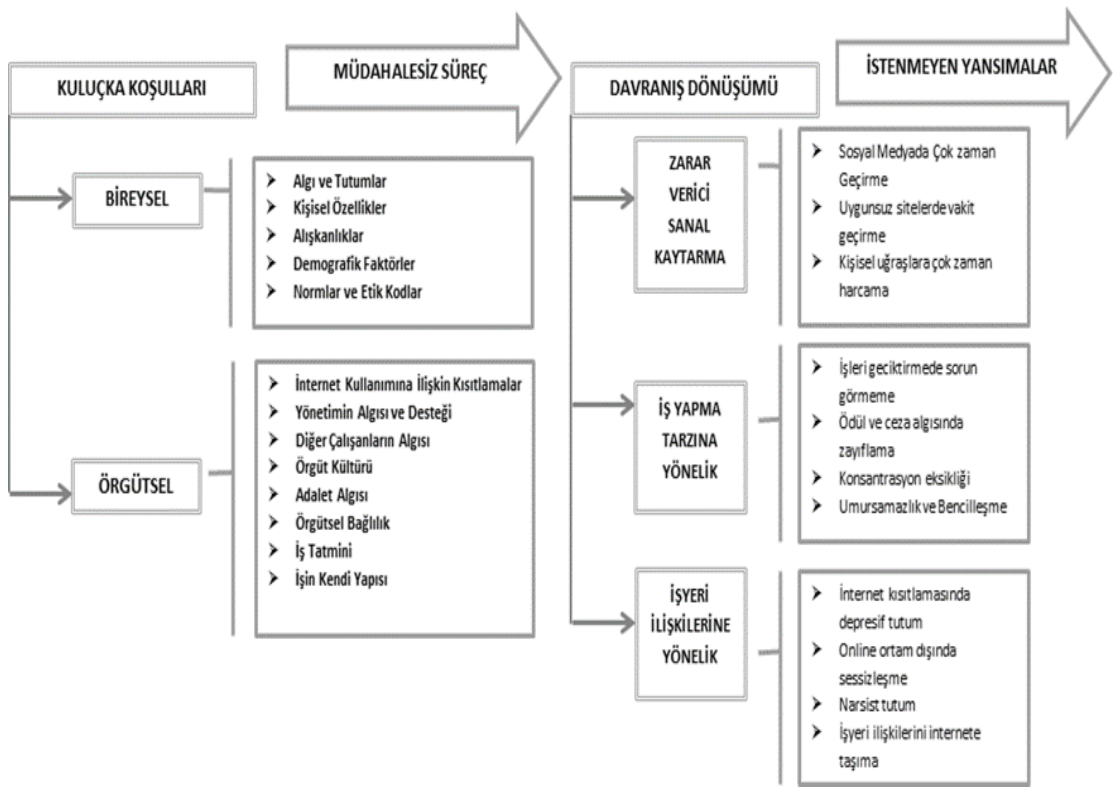
## **2. Sanal Kaytarmannın Yarar ve Zararları**

Sanal kaytarma davranışları, mesai saatleri içerisinde internetin gereksiz yere kullanımını ifade etmektedir. Bu durum ise, örgüt ve örgüt içerisinde bulunan bireylere yarar ve zararları bulunmaktadır. Sanal kaytarma konusu yarar ve zararları durumundan iki farklı yaklaşım ortaya çıkmaktadır. İşgörenler hem olumlu amaçlar doğrultusunda hem de olumsuz amaçlar ile sanal kaytarma davranışları yaptığını göstermektedir (Ünal vd., 2015: 515). İnternet kullanımı günümüzde örgüt içerisinde kaçınılmaz bir durumdur. Bazı araştırmacılar sanal kaytarma davranışlarının örgüt için zarar veren etkinlik ve verim kaybına sebep olabileceğini savunmaktadır. Bazı araştırmacılar ise, bu durumun tam tersini savunarak işgörenler için yarar sağladığı, verimliliği ile performansının artacağına aynı zamanda eşsiz bir öğrenme fırsatına imkân sunacağını vurgulamışlardır (Örücü ve Yıldız, 2014: 100). Örgütler sanal kaytarma ile başa çıkmaları için öncelikle sanal kaytarma kavramını çok iyi bir şekilde bilmeleri gerekmektedir.

Sanal kaytarma davranışında bulunan işgörenler örgütlerini zor durumda bırakabilmektedirler. İşgörenlerin illegal sitelere girmesi ve bu sitelerden veri kopyalaması bulunduğu örgütü birçok yasal yükümlülüklerle karşı karşıya bırakmaktadır. İlegal sitelerden müzik indirme, bahis oynama gibi örnekler sanal kaytarmaya örnek olarak gösterilebilir (Whitty ve Carr, 2006: 237).

Sanal kaytarma davranışının yarattığı ve örgütleri de zorlayan en büyük sıkıntılardan birisi de işgörenlerin üretkenliğinin azalması ve üretimin düşmesidir (Flynn, 2001: 5-9). Üretimin düşmesiyle birlikte örgütlerin maliyetleri artarak örgütün zarar etmesine sebep olacaktır (Greenfield ve Davis, 2002: 348).

Sanal kaytarmayı incelerken yalnızca işgörenler açısından incelemek doğru olmayacaktır. Sanal kaytarmayı incelerken işgörenler ve örgütsel zararlarını incelemek daha doğru olacaktır. Bunun sebebi örgütsel ve işgörenler açısından farklılık gösterebilmektedir. Aşağıda yer alan şekilde işgörenler ve örgütsel açıdan sanal kaytarma davranışına dönüşüm süreci incelenmektedir.



Şekil 6. Netlessfobinin Etkilerinin Bireyselden Örgütsel Dönüşme Süreci

Kaynak: Öztürk, 2015: 635

İşgörenler örgütleri içerisinde internet ile çok yoğun bir şekilde ilgilenmesi, illegal sitelerde dolaşması, sosyal medyada vakit harcaması gibi davranışlar örgütlerin finansına zarar verici hareketlere sahiptir. Sanal kaytarma konusunun doğrudan maliyetlere ek olarak; marka imajlarını yok eden, müşterinin sadakati ve genel güvenine olan dolaylı maliyetleri de vardır. Bu doğrultuda bilişim teknolojilerinin sınırsızca kullanılması örgütün potansiyel maliyetlerini ve risklerini ikiye katlayabilmektedir. Günümüzde sanal kaytarma sorunları arttığı

için örgütler işgörenlerinin bilgi teknolojilerini kullanmalarını takip etmeyi yasal duruma getirme çalışmalarına başlamışlardır (Jandaghi vd., 2015: 335). Örgütler bilgi teknoloji kullanımlarını takip etme çabaları işgörenlerin sanal kaytarma davranışlarını aza indireceği öngörülmektedir.

Genellikle örgütler, sanal kaytarmanın örgütlerin amaç ve hedefleri üzerinde negatif yönlü etkilerinin olduğunu kabul etmekle birlikte sanal kaytarmayı tehdit olarak görmektedir. Fakat literatürde sanal kaytarmanın örgüte karşı tamamen olumsuz sonuçlar doğurmayacağı görüşü savunan çalışmalarda yer almaktadır. Bu doğrultuda sanal kaytarmanın oluşturabileceği yararları değerlendiren sonuçlar şu şekildedir;

Mesai saatleri içerisinde bireysel sebeplerden dolayı internetten yararlanmanın faydalı olabileceğine yönelik fikri savunulara bireysellere göre sanal kaytarma davranışları sayesinde işgörenlerin gerginlik ve sıkıntıyla mücadele edebilecek duruma gelip üretkenliğini arttırmaktadır. Bu şekilde işgörenlerin iş tatmini de sağlanmaktadır. König ve Guardia'nın 2014 yılında yaptıkları araştırmada mesai saatleri içerisinde bireysel amaçlar doğrultusunda internetten faydalanılması iş ve iş dışı denge yarattığını ve problem oluşturmadığını hatta bunun faydalı bir durum olabileceğini savunmuşlardır (Yağcı ve Yüceler, 2016: 667-668).

Sanal kaytarma davranışlarının örgütler tarafından esnek olmaları gerekmektedir. Sanal kaytarma davranışları örgütlerce göz ardı edilmelidir. İşgörenlerin kendilerini daha değerli hissetmelerini sağlayarak bu doğrultuda örgütlerine karşı aidiyet duyguları da artacaktır. Bu sonuçlar birleştiğinde ise internet kullanımı işgörenler tarafından daha kullanışlı olacak ve örgüte katkı sağlayacaktır (Garrett ve Danziger 2008: 287).

Rekabetin yüksek olduğu günümüz örgütlerinde işgörenlerin yoğun iş stresi yaşamasına sebep olmakla birlikte bu durum motivasyonlarını etkilemektedir. İşgörenlerin yoğun stres ile başa çıkmaları ve stresten uzaklaşmaları için kendilerine zaman ayırmaları onları motive edebilmektedir. Motivasyonları yüksek olan çalışanların verimliliği yükselecektir. Bu sebepten ötürü sanal kaytarma davranışları çalışanları motivasyonlarını yükselteceğinden örgütlere fayda sağlayabilmektedir (Özkalp vd., 2012: 22).



Bireylerin kendilerine veya ait oldukları örgütlerine faydalı olabilecek makaleler veya haberleri okuyarak sanal kaytarma davranışı gösterebilmektedir. Bu durumun dışında forum sitelerinde kendi örgütlerini geliştirebilecek tartışmalara katılabilir veya sosyal medyada diğer örgütler hakkında bilgi toplayarak örgütüne fayda sağlamak amacıyla sanal kaytarma davranışı gösterebilirler. İşgörenlerin yukarıdaki amaçlar doğrultusunda gösterdikleri sanal kaytarma davranışları sonucunda, elde ettikleri bilgi örgütün diğer bütün birimleri tarafından bilgiyi edinme ve bu bilgiyi örgüte işleme sürecinde edinilen bilgi örgütün bilgisi olabilmektedir. (Keklik vd., 2015: 138). Aynı zamanda bireysel öğrenme hedefiyle çalışmakta olan işgörenler rakip örgütleri ile ilgili yenilikleri ve güncel gelişmeleri takip ettiklerinden kendi örgütleri rekabet üstünlüğünü kazanacaklardır.

Sonuç olarak; sanal kaytarma kavramı zararları ve yararları olan pek çok davranışı barındırmaktadır. Bu sebeple yazında sanal kaytarma davranışlarının tek bir alan içinde alınamamaktadır. Bunun sebebi ise, araştırmacılar tarafından görüş birliği sağlanamamış olmasıdır. Bazı araştırmacılar sanal kaytarma davranışlarının yarar sağladığını savunurken, geri kalan kısımda örgütlerine zarar sağlayacağını savunmaktadırlar. Bu doğrultuda sanal kaytarma kavramı sadece yararlı veya sadece zararlı olarak nitelendirilemez. Fakat sanal kaytarma davranışlarının zararlarını örgütlerce en aza indirebilmek adına farklı politikalar geliştirilmiştir.

Söz konusu politikalar şu şekilde sıralanabilir (Lieberman vd., 2011: 2198);

- Örgütlere zarar verebilecek sitelerin erişimi işgörenlerin girmemeleri için örgütler tarafından engellenebilir.
- İşgörenlerin bireysel amaçlar doğrultusunda kullandıkları internet erişiminin örgütler tarafından raporlar hazırlanabilir.
- Örgütler işgörenlerin bireysel internet kullanımlarını belirli aralıklar ve belirli ölçüler dahilinde gözlemleyebilir.
- Bireysel internet kullanımının kontrolü için örgütlerin internet kullanım politikaları önemlidir. Bu sebepten ötürü her örgütün kendi amaç ve hedeflerine ve işgörenlerine uygun internet erişimiyle ve bilgisayar ile

yapılması gerekenler net ve kesin bir şekilde kesin politikalara sahip olmalıdır.

- Yöneticiler, işgörenlerin mesai saatleri içerisindeki tutumlarını, örgütsel özelliklerini, işgörenlerin internet dışı davranışlarının ne ölçüde yer aldıkları ve sanal kaytarmaya karşı işgörenlerin tutumlarının ne derecede oldukları ve hangi sebeplerden ötürü sanal kaytarma yaptığını anlamaya yönelik düzenlemeler yapılmalıdır.
- Yöneticiler sanal kaytarmaya sebep olan faktörler açığa kavuşturulduktan sonra örgüt açısından tehdit unsuru olarak algılanan davranışları azaltabilmek adına bu faktörleri yenilemek gerekebilmektedir. Örgüt içerisinde kendi üretkenliklerini ve verimliliklerini arttırmayı amaçlayan işgörenler, hangi faktörlerin kendi sanal kaytarma davranışlarını etkilediğini fark ederek yöneticilere gerekli politikaların düzenlenmesi konusunda destek verebilir ve yöneticileriyle iş birliği sağlayabilir.

Yukarıdaki yer alan politikalar örgütlerin amaç ve hedeflerine bağlı olarak artırılabilir veya azaltılabilmektedir. Kısacası, sanal kaytarma davranışlarının işgörenlerin hangi davranışlarına sebep olduğu ve üretkenliğine olan olumsuz sonuçların nasıl en aza indirebileceğini ve verimlilik, motivasyon, geliştirmeye ve güvene olanak tanıyan örgütlerin politikalarını iyi belirlemelidirler (Blanchard ve Henle, 2008: 1081).

### **3. Sanal Kaytarma Faaliyetlerinin Hukuki Boyutları**

Örgütler, işgörenlerinin internet kullanımını mesai saatleri içerisinde iş dışı sebeplerden dolayı kullanmalarını sanal kaytarma davranışlarında bulunmalarını takip etmek ve aynı zamanda bu davranışları engellemek amacıyla çeşitli yollara başvurmuşlardır. İnternet kullanımını engelleyen kurallar veya yasaklar koymak, işgörenlerin bazı sitelere girmelerini engellemeye çalışan filtre ve programlar kullanmak bunlara örnek gösterilebilmektedir. Kâr amacı güden örgütlerin verimliliklerini devam ettirebilmesi adına yöneticilerin sanal kaytarma davranışlarının hukuki boyutları hakkında bilgi sahibi olmaları gerekmektedir.

Sanal kaytarma davranışı hukuki bir terim olarak hukuk literatürün içerisinde girmemektedir. Bu doğrultuda mesai saatinde iş ile ilgili olmayan her bir internet

veya bilgi teknolojileri kullanımını ile ilgili davalar sanal kaytarma davranışları alanında değerlendirilmiştir (Yıldız ve Yıldız 2015: 3). İşgörenlerin yaptığı sanal kaytarma davranışları hukuki açıdan önem kazanmış ve bazı yaptırımlar getirilmiştir. 1997-2012 yılları arasındaki karara bağlanan bu davalar neden ve sonuçları özet halinde aşağıdaki tabloda yer verilmektedir.

Çizelge 3. Yıllara Göre Sanal Kaytarma Türleri ve Yapılan Hukuki İşlemlerin Gerekeçesi

Yıl / Karar Tarihi	Sanal Kaytarmanın Türü	Hukuki İşlemlerin Gerekeçeleri
1997/ 1518	Boş zamanlarda bireysel yazılımını örgütün sağladığı bilgisayarlarında bireysel amaçlar için kullanma.	İyi niyetli olarak değerlendirilmiş ve iş sözleşmesi feshedilmemiştir.
2004/ 28069	Uygun olmayan içerikte sözler ve resimler içeren mailler gönderme.	K.18. Maddesi uyarınca geçerli nedenlerle feshedilmiştir.
2005/ 3763	Yöneticilere uygunsuz ifadeler içeren mailler atma sonrasında izin almaksızın yönetici bilgisayarından görmeden gönderilen maili silme.	K.18. Maddesi uyarınca geçerli nedenlerle feshedilmiştir.
2005/ 9918	İşgörenin lisanssız programları temin ettikten sonra örgütün sağladığı bilgisayara yükleme ve işyerindeki bilgisayarda video seyretme.	K.18. Maddesi uyarınca geçerli nedenlerle feshedilmiştir.
2006/ 30446	Bilgisayar ortamında örgütleriyle ilgili dokümanları daha önce aynı örgütte çalışıp ayrılan ortak ve diğer üçüncü kişiler ile paylaşmak.	İş K. 25 / II b, d ve e fıkraları uyarınca iş sözleşmesini haklı nedenlerle derhal feshi ve feshin dayandığı gerekçelerin ispatlanması
2007/ 2011	Sendikayla ilgili bir haberi indirme ve mail yoluyla arkadaşlarına gönderme.	İş K.18. Maddesi uyarınca geçerli nedenlerle feshedilmiştir.
2007/ 9601	İnternet ortamında sohbet etmek ve sohbet aşamasında bireyin kendisine ait fotoğrafları karşı tarafa göndermek.	İş K. 25/II b, d ve e fıkraları uyarınca iş sözleşmesini haklı nedenlerle derhal feshi ve feshin dayandığı gerekçelerin ispatlanması; aksi takdirde 818 sayılı Borçlar Kanunu'nun 325. maddesi gereğince indirim yapılarak sonuca gidilmesi.

Çizelge 3. (devamı) Yıllara Göre Sanal Kaytarma Türleri ve Yapılan Hukuki İşlemlerin Gerekçesi

Yıl / Karar Tarihi	Sanal Kaytarmanın Türü	Hukuki İşlemlerin Gerekçeleri
2007/ 30241	Elektronik ortamda yazılan birtakım yazıları bireysel mail yolu ile birçok çalışma arkadaşına gönderme.	Toplu İş Sözleşmesi'nin eki niteliğindeki iç yönetmeliğe (37/30 maddesi) ve İş K. 18. maddesi uyarınca geçerli nedenlerle fesih
2008/ 5294	İllegal sitelere girerek pornografik resimler ve videoları işletmenin veri taşıyıcısına indirme ve yükleme.	İş K.18. Maddesi uyarınca geçerli nedenlerle feshedilmiştir.
2008/ 21177	Bilgisayar ile oyun oynama, sohbet etme, müstehcen sitelere ve bahis sitelerine girme.	İş K.18. Maddesi uyarınca geçerli nedenlerle feshedilmiştir.
2008/ 29779	İşgörenlerin kendi adına web sitesi oluşturması, web sayfasında işletmenin faksına bildirmesi, mesai saatleri içerisinde birden fazla mail alması ve göndermesi.	İş K.18. Maddesi uyarınca geçerli nedenlerle feshedilmiştir.
2008/ 30555	Asli görevleri dışında internet ile uğraşma ve ilgisiz mail yazışmaları.	İş K. 18. Maddesi uyarınca geçerli nedenlerle fesih; ancak fesih için geçerli makul sürenin geçirilmesi sonucunda feshin geçersizliği ve işe iade.
2009/ 12393	İnternette alışveriş ve oyun sitelerine girmek, iş sözleşmesi feshedilen bir işgören ile elektronik ortamlarda karşılıklı gönderilen maillerde işverenin hakkında kötü sözler sarf etme ve asılsız istinatlarda bulunmak.	İş K. 25/II b fıkrası uyarınca iş sözleşmesini haklı nedenlerle derhal feshi, İş kanununun 18. maddesi uyarınca geçerli nedenlerle fesih ve iş sözleşmesinin eki niteliğindeki iç yönetmeliğin ihlali.
2010/ 36828	Film izlemek, oyun oynamak internet aracılığı ile işvereni ve örgütün diğer işgörenleri hakkında şeref ve haysiyet kırıcı, hakaret içeren yazışmalarda bulunmak	İş K. 25/II bendi uyarınca iş sözleşmesinin haklı nedenlerle derhal feshedilmiştir.
2010/ 37399	Mesai saatleri içerisinde müşteriler ile müzik dinleme, örgütün sağladığı interneti kullanarak bahis oynama ve örgütün çeşitli yerlerinde de müşteriler ile bahis oynama.	İş K. 18. maddesi uyarınca geçerli nedenlerle feshedilmiştir.

Çizelge 3. (devamı) Yıllara Göre Sanal Kaytarma Türleri ve Yapılan Hukuki İşlemlerin Gerekçesi

Yıl / Karar Tarihi	Sanal Kaytarmanın Türü	Hukuki İşlemlerin Gerekçeleri
2010/ 37516	Mailleri kullanarak iş sözleşmesi feshedilen eski bir işgören ile işvereni hakkında hakaret edici sözler ve örgütü hakkında sır sayılabilecek bilgiler veren yazışmalar yapmak.	İş K. 25/II bendi uyarınca iş sözleşmesinin haklı nedenlerle derhal feshedilmiştir.
2012/ 6935	İşgörenin işvereni hakkında hakaret niteliği içeren sohbet etme.	İş K. 25/II b fıkrası uyarınca iş sözleşmesini haklı nedenlerle derhal fesi; ancak fesih için geçerli makul sürenin geçirilip geçirilmediğinin incelenmesi.
2012/ 15875	İşyerinin bilgisayarından şahsi mimari proje çizimi ve işveren aleyhinde başka bir firma ile ilgili yazışmaların olması.	İş K. 25/II e fıkrası uyarınca geçerli nedenlerle feshi; ancak fesih için geçerli makul sürenin geçirilmesi sonucunda feshin geçersizliği ve İş K. 17. maddesinde yer alan “süreli fesih” şartlarının uygulanması.

“yılında yapmış oldukları araştırmada sanal kaytarma sınıflandırmasını iki başlık altında incelemişlerdir. Blanchard, Henle, Robinson ve Bennett’in 1995 yılında yapmış oldukları araştırmayı esas alarak kendi çalışmalarını bu araştırmanın üstüne katarak geliştirmişlerdir. Literatürde görülen sınıflandırma türlerinin birçoğu bu çalışmalar esas alınarak yapılmıştır. Blanchard ve Henle sanal kaytarma sınıflandırılmasını önemli ve önemsiz sanal kaytarma sınıflandırılması olarak ikiye ayırmışlardır. (Yağcı ve Yüceler, 2016: 535).

#### a. Önemli Sanal Kaytarma Bölümlendirme

Örgüt içerisinde ve mesai saatleri içerisindeyken uygunsuz davranış olarak nitelendirilmektedir. Önemli sanal kaytarma davranışları, bahis oynamak, kanunsuz olarak müzik indirmek, pornografik sitelere girmek ve internet ortamında oluşan sanal toplulukları ziyaret etmek gibi sanal kaytarma davranışları hem içerisinde olan örgütü hem de kaytarma davranışını yapan işgöreni zor duruma sokacak davranışlardır. Aynı zamanda önemli sanal kaytarma davranışı işgörenin ciddi bir şekilde veriminin düşmesini sağlamaktadır (Yıldız vd., 2015: 56-57).

## **b. Önemsiz Sanal Kaytarma Bölümlendirme**

Önemsiz sanal kaytarma davranışları, maillerini kontrol etmek veya mail göndermek, gündelik haber sitelerine girme, havale yapma, fatura ödeme gibi davranışlardan oluşmaktadır. Bu davranışları sergileyen işgörenler bu tür kaytarma durumunu normal olarak nitelendirmektedir. Örgüte zararı olmadığını düşünmektedirler. Aynı zamanda verimlilik kaybının oluşmadığını aksine motivasyonlarını yükselten durum olduğunu düşünmektedirler. Bu sebeplerden ötürü önemli sanal kaytarma davranışından daha sık karşımıza çıkmaktadır (Yıldız vd., 2015: 57).

## **4. Lim Tarafından Yapılan Bölümlendirme**

Sanal kaytarma, örgüt işlerinin yapılması adına işgörene sunulan internetin, işgören tarafından örgütsel amaçlardan daha çok kişisel amaçlar doğrultusunda kullanılmasıdır. Lim, işgörenin çalışma saatlerinde örgüt ile alakalı olmayan sitelere girilmesi ve e-posta alıp gönderilmesi gibi faaliyetleri sanal kaytarma olarak tanımlamaktadır (Lim 2002: 677). Bu tarz davranışlar genellikle üretkenliği azaltmaktadır. Lim sanal kaytarma davranışlarını iki başlık altında incelemektedir.

- 1. İnternet Sitesi Faaliyetleri:** İşgörenlerin mesai saatleri içerisinde gerçekleştirdikleri internet alışverişi, oyun oynama, sosyal medyada etkileşimde bulunma, eğlence ve cinsel içerikli sitelere ziyaret etme gibi eylemlerdir (Çavuşoğlu vd., 2013: 18). Yukarıdaki örneklerin hepsine olumsuz olarak bakılmadığı yalnızca burada harcanan zamanın ve ziyaret sıklığının önemli olduğu vurgulanmaktadır. Zira işgörenin örgüt içerisinde iş harici internet kullanımı işgöreni belirli bir düzeyde motive ettiği görüşü yaygındır.
- 2. E-posta Faaliyetleri:** Bireysel olarak e-posta alıp e-posta gönderme ile ilgili faaliyetlerdir. Bir süreden sonra yazışmalar halini alan bu durum işgörenin şahsi meseleleri için mesai saatini kullanması ve yapılması gereken işin ilgilenmemesine yol açabilmektedir (Çavuşoğlu vd., 2013: 18).

## 5. Li ve Chung Tarafından Yapılan Bölümlendirme

Li ve Chung sanal kaytarmayı dörde ayırmıştır Bunlar şu şekilde sıralanabilir (Li ve Chung 2006: 1069);

- **Sosyal İşlev:** Sosyal çevre ile iletişim amacıyla,
- **Eğlence İşlevi:** Zevkli zaman geçirmek, eğlenmek amacıyla,
- **Enformasyonel İşlev:** İnternetin araştırma yapmak ve veri biriktirmek amacıyla,
- **Sanal Duygusal İşlev:** İnternetin kumar ya da flört gibi diğer faaliyetler amacıyla kullanılmasıdır.

## 6. Anandarajan ve Simmers Tarafından Yapılan Bölümlendirme

Bilgi toplumunda örgütlerin bilgiye ulaşabilmesi, kullanılması ve yeni bilgilerin üretilmesi önem arz eden bir durumdur. İşgörenlerin bu tür faaliyetleri gerçekleştirebilmesi için iyi araştırmacı olmaları gerekmektedir. Bu durumda bilgi teknolojisinin sunmuş olduğu en önemli araştırma aracı olan internetin işgörenler tarafından kullanılması zaruri bir durumdur (Anandarajan vd., 2005: 776-777). Anandarajan vd., 2004 yılında yapmış oldukları çalışma sonucunda sanal kaytarmayı üç grupta incelemişlerdir. Bunlar (Keklik vd., 2015: 131);

1. **Zarar verici sanal kaytarma davranışları (Disruptive Cyberloafing):** İlegal yollardan müzik indirme işlemi yapma, oyun oynama ve cinsel içerikli sitelere ziyaret etmek gibi zarar verici sanal kaytarma davranışlarıdır.
2. **Dinlenme veya eğlenme amacı güden davranışlar (Recreational Cyberloafing):** İşgörenlerin, herhangi bir amaç doğrultusunda olmadan veya ilgi alanına yönelik internet sitelerinde sörf yapmaları, tatil planı için araştırma yapmaları, internet üzerinden alışveriş yapmaları gibi aktiviteler bu grubun içeriğini oluşturmaktadır. Boş zamanlarında ve dinlenme aktiviteleri olarak riskin az olduğu görülmesine rağmen, bireyin iş güvenliği ile itibarı konusunda aldığı risk, elde edebileceği kazanımlardan daha fazladır.

3. **Öğretici sanal kaytarma davranışları (Personal Learning Cyberloafing):** Tartışma bloglarında yer alma, kitap okuma ve bilimsel araştırmaları inceleme gibi işgörenin yaptığı iş ile alakalı olmayan kendi gelişimini destekleyen ve bazı durumlarda ise örgüte fayda sağlayan davranışlardır.

## **B. Sanal Kaytarma Davranışlarının Sınıflandırılması**

Sanal kaytarma davranışları çeşitli araştırmacılar tarafından yapılmıştır. Yapılan araştırmalara göre, sanal kaytarma davranışları dört grupta sınıflandırılmıştır. Bu davranışlar; Kişisel gelişim davranışları, yenilenme davranışları, sapkın işyeri davranışları ve bağımlılık davranışları olarak sıralanabilmektedir (Doorn, 2011:7).

### **1. Kişisel Gelişim/Öğrenme Davranışı**

Kişisel gelişim davranış türünde işgörenlerin amacı kendilerini daha çok geliştirmek istemesidir. Mevcut veya değişen durumlara uyum sağlamak ve üstesinden gelmek amacıyla bireylerin kendilerine yatırım yapmalarını ifade etmektedir. İşgörenlerin kendilerini geliştirmeleri içinde bulunduğu örgüt içinde faydalı olarak kabul edilmektedir. İşgörenlerin internet sayesinde araştırmalar yapması veya öğrenme amaçlı gezinmeleri mesai saatleri içerisindeyken hem iş stresini azaltmakta hem de öğrenme süreçlerine yardımcı olmaktadır. Bu sebepten ötürü bu tarz davranışlar, işgörenin daha bilgili ve eğitilmiş bireyler olmasını sağlayacağından örgütün verimliliğine de katkı sağlamaktadır. İşgörenler, internette öğrendikleri bilgileri örgütüne uyarlayabilirse bu tür bir davranış örgüt açısından kazanç sayılmaktadır. (Ünal vd., 2015:518). Bu sebepten ötürü kişisel gelişim ve öğrenme davranışı örgütler açısından uygunsuz görülmemektedir.

### **2. Yenilenme Davranışı**

Mesai saatleri içerisinde yoğun bir tempo ile çalışan işgörenlerin dikkatini toplama, yenilenme ve kendini deşarj etme amacıyla kısa bir sanal mola vermesi olarak tanımlanabilecek sanal kaytarma davranış türüdür. Yenilenme amacı ile yapılan sanal kaytarma davranışı işgörenin kendini yenilediği ve enerji topladığı



bir davranış olduğu için hem kendisine hem de içinde bulunduğu örgüte yarar sağlayabilmektedir (Ünal vd., 2015:518).

### **3. Sapkın İşyeri Davranışı**

Sapkın davranış türü, örgütlerin kabul etmek istemediği ve hoş karşılanmayan aynı zamanda örgütün amaç ve hedefleri ile bağdaşmayacak şekilde internette zaman geçirmesi olarak ifade edilmektedir. Bu tür kaytarma davranışları, örgütün verimini düşürerek zamanın etkili kullanılmasını sağlayacaktır. Aynı zamanda bu tarz davranışları sergileyen işgörenler ise yapacağı işi ikinci plana atarak örgütünü sekteye uğratmış olacaktır (Weatherbee, 2010: 38). Bu sonuçlar dahilinde örgütler tarafından istenmeyen davranış türü olmaktadır.

### **4. Alışkanlık/Bağımlılık Davranışı**

Bağımlılık davranış türünde, bireyin sanal kaytarma davranışını olağan hale getirmekte ve bu durum ise sorunlu bir davranış olarak kabul edilmektedir. Bağımlılığın başlamasındaki durum, işgörenin kontrol bozuklukları, bağımlılığa sebep olabilecek rahatsızlıklar yer aldığı gibi, örgüt içerisinde yaşanan problemlerde bu davranışı tetiklemektedir (LaRose vd., 2010: 70).

İşgörenlerin bu davranış türünü sergilemesinin amacı bağımlılıklarının bulunmasıdır. Bu sebeple negatif sonuçlar doğuran problemlerli bir davranış olarak kabul edilmektedir. Bu tür davranış probleminin oluşmasının sebebi ise, genel olarak örgüt içerisindeki memnuniyetsizlikten ortaya çıkmaktadır (Yellowlees ve Marks, 2007: 1450). Sonuç olarak bu davranış türü örgütün işleyişine zarar verdiği ve işgörenin performansını ve iş ile ilgili motivasyonunu düşürmekte olduğu için örgütler tarafından kabul edilmemektedir.

### **C. Sanal Kaytarmaya Neden Olan Etkenler**

Teknolojinin gelişmesiyle sanal kaytarma davranışının iş hayatında yaygınlaşması işgörenlerin verimliliğini azaltmış ve örgütlerin maliyetleri artmıştır. Bu sonuçla sanal kaytarmaya neden olan etkenleri üç ana başlık altında incelememiz mümkündür. Bunlardan birincisi örgütsel etkenler, ikincisi işle ilgili

nedenler ve üçüncüsü kişisel etkenler ile bu başlıklara ait olan alt başlıklara aşağıda yer verilmektedir.

## **1. Sanal Kaytarmaya Neden Olan Örgütsel Etkenler**

Sanal kaytarma davranışlarıyla ilgili araştırmalar incelendiğinde bu davranışların çeşitli sebeplerden kaynaklandığı görülmektedir. Sanal kaytarmaya neden olan etkenlerin başında ve öncelikli durumda olan örgütsel etkenlerdir. Örgütsel etkenler; internet politikası, örgütte kişisel bilgisayar kullanımı ve yeni çalışma yolu şeklinde sıralanabilmektedir.

### **a. İnternet Politikası**

Günümüzdeki birçok örgüt içerisinde internet erişimine dair pek çok kısıtlamalar getirilmiş olmakla birlikte internet kullanımı filtreler ile sınırlandırılmaktadır. Aynı zamanda örgütlerin internet politikalarının oluşturulması işgörenlerin sanal kaytarma davranışlarının engellediği görülmektedir (Lim ve Teo, 2005: 1081). Takip yazılımları işgörenlerin uygun olmayacak rastgele internet erişim aktivitesini kontrol edebilmek adına örgütler tarafından kullanılabilir. Bu yazılımlar ile onay verilmeyen aktivitelerin yakalanma ihtimali rastlantı olmaktan çıkmaktadır. İnternet politikaları örgütler tarafından amaç ve hedeflerine uygun bir şekilde geliştirildikten sonra bu politikaların hangi sertlikte uygulanacağını yöneticiler tarafından belirlenmesi örgütler açısından önemli bir konudur (Blanchard ve Henle, 2008). Bu politikalar belirlenirken serbest bırakmak ile kontrol altında tutmak arasında bir denge kurmaları yöneticiler ve örgütlere tavsiye edilmektedir. İnternet politikaları işgörenlerin davranışlarını düzenlemek ve denetlemek adına kullanılan önemli araçlardır. Aynı zamanda bu politikalar oluşturulduktan sonra örgüt içerisinde oluşabilecek belirsizliği ve internet kullanımının faaliyetlerini doğru bir şekilde yürütebilmek adına belirlenen politikalar yazılı olarak beyan edilmelidir.

### **b. Örgütte Kişisel Bilgisayar Kullanımı**

Son dönemlerde ortaya çıkan ve çok yeni olan bir yöntem olmakla birlikte bu politika, örgütün işgörelere sağladığı teknolojik cihazların yerine her işgörenin kendine ait teknolojik cihazlarını kullanma imkânı sağlamaktadır. Örgüt içerisinde işgörenlerin kendi elektronik cihazlarını kullanmaları sanal kaytarma

aktivitelerini arttıracığından sanal kaytarmaya neden olan etkenler arasında yer almaktadır (Doorn 2011, 10).

### **c. Yeni Çalışma Yolu**

Bu politika zaman ve yer açısından esneklik sağlamakla birlikte işgörenlerin işlerini daha rahat halledebilmesine olanak sağlayabilmektedir. Çalışma alanının esnekliği olarak örgüt dışarısındaki herhangi bir yer olarak tanımlanabilmektedir. Bu tarz uygulamalar bir takım negatif durumlara yol açabilmektedir. Uygulanacak bu tarz politikanın negatif yönlerinden biri, örgütlerin kuralları ve oluşabilecek riskleri ile ilgili işgörenleri bilgilendirmeden bu politikayı benimsemedir (Kurland ve Bailey 1999, 55). Yeni çalışma yolu politikalarını uygulamaya çalışan örgütler, işgörenlerin iş ve kişisel yaşam arasında denge kurma şansı verdiği ve işgörenlerin verimliliğini arttırdığını öne süren araştırmalarda literatürde yer almaktadır (Doğrul ve Tekeli, 2010, 14).

## **2. Sanal Kaytarmaya Neden Olan İşle İlgili Etkenler**

İşle ilgili olarak sanal kaytarmaya neden olan etkenler, işle ilgili talep ve kaynaklar, iş ve özel hayat arasında sınırın kaybolması ve iş yükü olarak üç farklı gruba ayrılmaktadır.

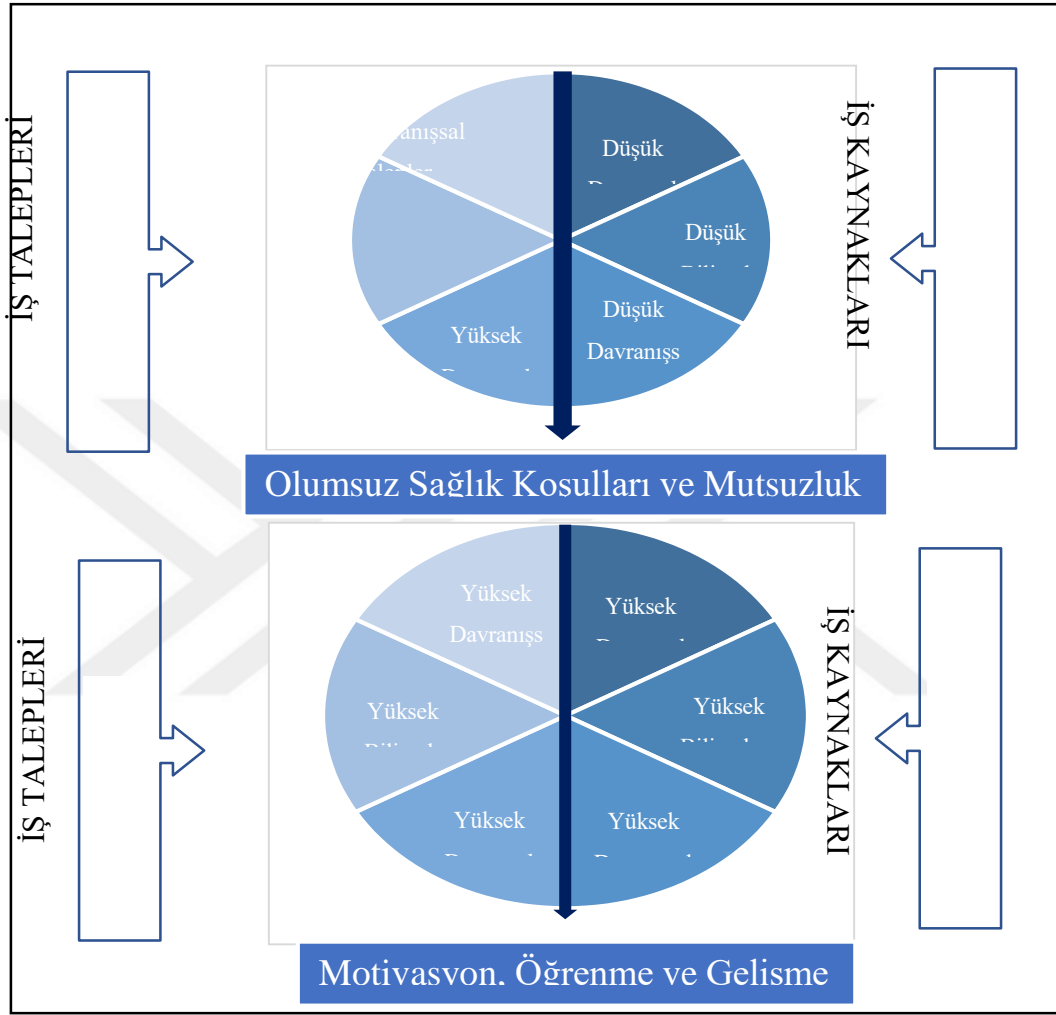
### **a. İşle İlgili Talep ve Kaynaklar**

İşgörenin içerisinde bulunduğu örgütteki görevi ile ilgili zorluklara yol açan iki temel unsur bulunmaktadır. Bunlardan ilki talepler ikicisi de kaynaklar ile ilgilidir. Örgüt içerisindeki duygusal, fiziksel ve bilişsel gayret isteyen iş ile ilgili talepler, işgörenlerin işlerine karşı uyarıcıların derecesini göstermektedir. İş için gerek duyulabilecek kaynaklar ise, işgörenlerin strese neden olabilecek faktörlerden sıyrılmak sebebiyle faydalanabileceği bir çeşit enerji kaynağıdır (Akça, 2013: 21). İş talepleri ve kaynaklarının üç çeşidi bulunmaktadır. Bunlar (Hockey, 2000: 220);

- Zihinsel talep ve kaynaklar; beyin gücü ile bilgi işlemeye odaklanmaktadır.
- Duygusal talep ve kaynaklar; bireyler arası işlemler sırasındaki duyguların ölçüsünü ifade etmektedir.

- Fiziksel talep ve kaynaklar; bireylerin kas ve iskelet sistemini ifade etmektedir.

De Jonge ve Dormann, iş talepleri ile iş kaynaklarının birbirleriyle etkileşimini incelemek amacıyla çok yönlü model oluşturmuşlardır. Söz konusu olan DISC modeli Şekil 7’de gösterildiği şekildedir.



Şekil 7. : DISC (demand-induced strain compensation) modeli

Kaynak: Jonge ve Dormann, 2003:63

İş talepleri ile kaynaklarını açıklama amacıyla kurulmuş olan modelde, yüksek iş kaynakları ile yüksek iş taleplerinin birlikte oluşması sonucunda aktif öğrenme ile gelişme ortaya çıkmaktadır. Bu sonuç doğrultusunda genel anlamda, iş talepleri ile iş kaynaklarının yüksek olması, işgörenlerin ve örgüt açısından faydalı görülmektedir. Diğer durumdan bakıldığında ise, iş talepleriyle yüksek iş

kaynakları düşük olması durumunda örgüt içerisinde huzursuzluk meydana gelmektedir (Doorn, 2011: 11).

### **b. İş ve Özel Hayat Arasında Sınırın Kaybolması**

İş ile özel hayatın arasındaki sınırların ortadan kalkması sanal kaytarma ile doğrudan etkilidir. İnternetin iş ve özel çevrenin rolünün artmasıyla işgörenlerin işlerini evden yapabilmeleri için fırsat yaratırken, aynı zamanda çalışma sırasında aile durumuyla ilgili faaliyetlerde bulunmayı da mümkün kılabilmektedir (Doorn, 2011:12). İş ve özel hayatın birbiriyle iç içe geçmesi sonucunda yanında birçok problemlere beraberinde getirmektedir. İş ve özel hayatın dengesinin bozulması mutsuzluğa, kişisel strese, iş verimliliğinin azalmasına neden olabilmektedir.

### **c. İş Yükü**

Sanal kaytarma davranışları üzerinde iş yükünün etkisi iki biçim olabilir. İş yükü sanal kaytarma davranışlarını engel olurken diğer taraftan ise çalışanları, bu davranışa teşvik edebilmektedir. Örgüt içerisinde işgörenlerin iş yükleri ne kadar fazla olur ise, sanal kaytarmaya ayrılan zamanında azalacağını ortaya koymuşlardır (Lee vd., 2004: 28).

## **3. Sanal Kaytarmaya Neden Olan Kişisel Etkenler**

Sanal kaytarma davranışlarının oluşmasında büyük rol oynayan nedenlerden biri de kişisel etkenlerdir. Kişisel etkenler; kişilik özellikleri, kişisel ahlaki normlar, psikolojik bağımlılık, psikolojik direnç ve tükenmişlik başlıklar halinde aşağıda yer verilmiştir.

### **a. Kişisel Özellikleri**

İşgörenlerin kişisel özellikleri ile örgüt içerisindeki kişisel kullanımları arasında bir bağın olduğu düşünülmektedir. Landers ve Lounsbury, yapmış oldukları araştırmada beş faktör kişilik kuramı olarak bilinen kişilik gruplaması ile kişisel internet kullanımı arasındaki ilişkiyi açıklığa kavuşturmuşlardır (Landers ve Lounsbury, 2006: 283-293). Beş faktör kuramı, sorumluluk, uyumluluk, duygusal denge, dışa dönüklük ve açıklıktır. Aşağıda kişilik özelliklerine yer verilmiştir.

- **Sorumluluk:** Sorumluluk bir bireyin anlaşma yoluyla koyulmuş kurallara ve standartlara uymaya ne kadar istekli olduğu ile tanımlanabilmektedir

(Costa ve McCrae 1992:9). Sorumluluğu yüksek olan bireyler, hırslı, başarı odaklı, disiplinli, güven duyulan kişiler, örgütsel ve akademik başarı kazanan ve yaptığı işte son derece dikkatli olan bireylerdir. Fakat sorumluluk alma duygusu gelişmemiş olan bireyler ise, kişisel hedeflere odaklanamadıklarından başarısızlık oranı yüksek olan bireylerdir (Bruck ve Allen, 2003:460-461).

- Uyumluluk: Uyumluluk dereceleri fazla olan bireyler, fedakâr, güvenilir anlaşılır ve mütevazî tarzında tanımlanırken, uyum sorunları olan bireyler, güvenilmez, inatçı, kaba, saldırgan özelliklere sahiptirler (İbrahimoglu vd., 2013: 94). Uyum sahibi olan bireyler genellikle rekabetten kaçınarak uzlaşmaya varmaya çalışmaktadırlar.
- Dışa Dönüklük: Dışa dönük olan bireyler, sosyal, hayata bakış açısı pozitif olan, enerji dolu ve neşeli bireyler olmakla birlikte çevresindeki kişilere daima ilgi gösteren bireylerdir. Dışa dönük olmayan bireyler ise genel olarak asosyal olan bireylerdir. Aynı zamanda çevresindeki bireylere mesafe koymaktadırlar (Bono vd., 2002: 319).
- Duygusal Denge: Duygusal dengeleri fazla olan bireylerin kendine olan güvenin tam olmasıyla birlikte karşısındaki bireylere güven veren ve sakin kalabilme özelliklerine sahip olan bireylerdir (Akça, 2013: 26). Duygusal dengesi az olan bireyler ise genellikle gergin, kuşkulu ve karşısındaki kişilere güven vermeyen içine kapanık bireylerdir (Costa ve McCrae, 1995: 34).
- Açıklık: Açıklık seviyesi yüksek olan bireyler özgün, yaratıcı, yenilikçi, maceracı gibi özelliklere sahip olurken, açıklık özellikleri düşük olan bireyler, genellikle yeniliğe ve değişime kapalı olarak değerlendirilmektedir (Bono vd., 2002: 320). Beş faktör kuramı kapsamında zihinsel yönü en ağır basan etmen açıklıktır.

## **b. Kişisel Ahlaki Normlar**

Kişisel ahlaki normlar, bireylerin göstermiş oldukları davranışların ahlaki açıdan doğruluk veya yanlışlık algısı olarak ifade edilmektedir. Davranışların yanlış veya doğru olduğunun değerlendirilmesi bireyin ahlaki normlarını belirlemektedir (Conner ve Armitage, 1998: 1441).

Kişisel ahlaki normlar, belli davranışlara bağlı bireyin kendisinin sosyal ve toplumsal olarak doğrulanmış değerleridir. Kişisel ahlaki normlar bireylerin doğru veya yanlış olan davranışların değerlendirilmesi adına adaletli kararlar verebilmesinde kişilere kılavuzluk etmektedir (Johns, 2006: 388). Bu sonuçlar doğrultusunda bireysel internet kullanımını sonucunda çıkacak olan sanal kaytarma davranışlarında bulunmayı veya bu davranışlarda bulunmamayı kişinin bireysel ahlaki normları etkilediği ifade edilebilmektedir.

### **c. Psikolojik Bağımlılık**

İnternet bağımlılığı internet kullanımının gerektiğinden çok kullanılmış olması ve bu aşırı kullanım sonucunda ise durumunun engellenememesidir. İnternetsiz geçecek olan zamanın önemsiz olduğu düşüncesi agresiflik, saldırganlık gibi özellikler gösteren bireylerde, sosyal yaşam, aile ve iş hayatlarının günden güne bozulması ve zorlaşması durumu internet bağımlılığının sonuçlarındandır (Arısoy, 2009: 57).

Bireyleri internet üzerinden alışveriş yapma, oyun oynama gibi iş dışı aktivitelerine yönlendirerek çevrimiçi davranışlara geliştirmelerine neden olmaktadır. Bireyler günlük hayatlarının baskısından kaçabilmek adına interneti bir kaçış yolu olarak kullanmaktadırlar (Foster, 2001: 39). Bu sonuç doğrultusunda bireysel internet kullanımını psikolojik bağımlılık olduğu söylenebilmektedir.

### **d. Psikolojik Direnç**

Psikolojik direnç, bireylerin bilinç altında bulunan durumların ortaya çıkmasını engelleyen bir durumdur. Direnç, duygu ve düşünceleri, tutum veya bireylerin bilerek veya bilmeden ortaya koymuş olduğu davranışları ifade etmektedir (Umucu vd., 2011: 102).

Bireyler, kurallara ve düzenlemelere karşı değişik yollardan direnç gösterebilmektedirler. Direnç, bireylerin özgürlüğü tehlike altında olduğunda sosyal etkilere karşı gösterdiği tepkidir. Birey bu sayede kaybetmiş olduğu özgürlüğünü geri alabilmek adına mücadele gösterir (Hellman ve Mcmillin, 1997: 136). Bu sonuçla işverenlerin iş yerinde internet kullanımının kısıtlaması veya tamamen yasaklanması durumunda işgörenlerde bir psikolojik direnç etki yaratarak tekrardan internet kullanımını elde edebilmek adına ve yaşağın ortadan

kalkmasını sağlayabilmek için sanal kaytarma davranışının gerçekleşmesine sebep olabilecek nitelikte olabilmektedir.

#### **e. Tükenmişlik**

Tükenmişlik, işgörenin yaptığı işin gereklerine göre fazladan duygusal efor ve isteklere maruz kalan ve devamlı olarak karşılıklı iletişimin yoğun olarak kurulması istenen işlerde çalışan işgörenin ortaya çıkacak olan bilişsel, fiziksel ve duygusal olarak yorgunluk, tükenme durumu olarak ifade edilmektedir (Kavi, 2017: 15).

Tükenmişliği önlemek adına işgörenlerin iş taleplerinin kaynaklardan çok olması durumunda kendilerini yenilemeleri gerekmektedir (Bakker, 2004: 88). Sanal kaytarma işgörenin huzurunun korunması ve sağlığının iyileştirilmesi üzerinde olumlu etkiler bırakmaktadır (Oravec, 2002: 61). Buradan anlaşılacağı üzere iş ortamında tükenmişlik yaşayan bireyler işini tam anlamıyla yapamayarak işe konsantre olamayarak sanal kaytarma davranışlarına yönelebilmektedir.



## IV. DİJİTAL TUTUM

### A. Dijitalleşme Kavramı, Tanımı, Önemi, Dijitalleşmenin Başlangıcı ve Tarihsel Gelişimi

#### 1. Dijitalleşme Kavramı ve Tanımı

Dijitalleşme kelimesinin kökü incelendiği zaman digit ve digitus kelimeleri dikkat çekmektedir. İngilizce’de digit kelimesi, 1 ile 10 arasındaki rakamların her birini ifade etmektedir. Digitus ise latince kökenli bir kelime olan parmak ve parmaklar yardımıyla sayma anlamına gelmektedir (Özgiden, 2013: 6). Bu bilgiler doğrultusunda, dijital kelimesinin kökeni incelendiğinde benzer anlamları kapsadığı ifade edilebilmektedir. Türkçe sözlük incelendiğinde ise dijitalin kelime anlamı, sayısal verilerin bir ekran üzerinde gösterilmesidir (TDK, 2022).

Dijitalleşme kavramı ilk olarak, 1971 yılında “Toplum Dijitalleşmesi” adında Kuzey Amerika dergisi tarafından yayımlanan, bilgisayar destekli araştırmaları açıklamak için kullanılan bir makalede geçmiştir. Günümüzde ise dijitalleşme kavramı teknoloji anlamında farklı anlamları bulunmaktadır. Dijitalleşme kavramı bugünlerde bütün bireylerin rahatlıkla ulaşabileceği ve çok çeşitli teknolojileri de içerisine ekleyerek değişim yaratmaktadır (Gupta, 2018: 10).

Dünya değiştikçe hızlı değişimlerin en fazla görülen özelliği dijitalleşmedir. Dijitalleşme kavramı pek çok farklı biçimde ve birçok farklı araştırmacı tarafından tanımlanmıştır. 2004 yılında yapılmış olan dijitalleşme terimi, klasik verilerin özellikle daha sonra da kullanılacak görüntüler, videolar ve metinlerin dijital forma dönüştürülmesidir. Dijitalleşmenin uzun planlarda bir toplumu veya işletmeyi değiştiren en önemli faktörlerden biri olacağı gözlemlenmektedir. Bunun sebebi dijitalleşme aynı zamanda elinde bulunan ürün veya hizmetleri dijital varyantlara dönüştürme yeteneği ve avantajı sunmakta olmasıdır (Şıtak, 2021: 14). Dijitalleşme günümüzde yaygın olarak kullanılan devamlı gelişen ve benimsenen kavramlardan biridir. Kelime anlamı ile dijital, sayısal anlamına

gelmekte, dijitalleşme ile fiziki verilerin bilgisayar ortamında sayısal formata çevrilerek, depolanması ve istenildiği an üzerinde işlem yapılarak kullanılması kastedilmektedir (Acun, 2020: 71). Dijitalleşme, mevcut süreç içerisindeki bütün görsel iletişim teknolojilerinin en fazla gelişmiş olduğu bir sistem olarak ortaya çıkmaktadır. Eski tarz olarak bilgi edinme tarzlarından farklı olarak dijitalleşme, bir kodlama sistemine dayanmaktadır. Aynı zamanda iletişim süreci, hızlı ve fazla katmanlı bir şekilde etkileşimle gerçekleştirilmektedir. Bu sebepten ötürü, görsel bir iletişimin dijital kodlardan oluşması sebebi ile sistemin bireylerin hayatlarını kolaylaştırılması konusunda önemli bir yer tutmaktadır. Dijitalleşme ile birçok farklı kavram ön plana çıkmaktadır (Sunal, 2016:300). Dijitalleşme, verilerin elektronik araçlar vasıtasıyla sayısallaştırılması olarak tanımlanabilmektedir. Fakat bu tanımının devamında, dijitalleşmenin genel manada toplum içerisinde elektronik sistemlerin gelişmiş bir teknolojiyle kullanılması ve hızlı bir şekilde daha az işgücü ile ulaşmak biçiminde algılandığı söylenebilir (Adiloğlu ve Yücel, 2018: 52). İnternetin yaygınlaşması sebebiyle dijitalleşme terimi kavramlaştırılmıştır. İnternetin bulunması sebebiyle dijitalleşme kavramı, özgürlük, nedensellik ve sınırsız derecede alışverişe dayalı bir dijital ütopya olarak kabul edilmiştir (Timisi, 2016: 7). Dijitalleşme kavramı, veri ile iletişim teknolojilerinin medya alanlarını etkilediği bir süreç olarak tanımlanan unsurlardan bir tanesidir. Dijitalleşme, farklı iletişim araçlarından bilgilerin serbest dolaşımını sağlamak ve klasik raporlama uygulamaların dönüşümüne öncülük etmektedir. Dijitalleşmeyi açıklayan önemli faktörlerden birisi de verileri farklı bir formata dönüştürebilme yeteneğidir. Verilerin dijital şekilde olması ve bilgilerin farklı iletişim kanalları içerisinde sorunsuz ve hızlı bir biçimde aktarılmasını sağlamaktadır. Aynı zamanda dijitalleşmeyle birlikte kablolardan uzaklaşmış ve kişisel iletişim araçlarının kullanılması yaygınlaşmıştır (Değirmencioğlu, 2016: 595).

Dijitalleşme, bilginin depolanmış bir dijital forma dönüştürülmesidir. Bu durum bilgiye daha kolay bir şekilde erişim sağlamaktadır. Böylelikle bireyler ile dijital cihazlar arasında küresel bir alışverişe olanak sağlamaktadır. Tam anlamıyla dijitalleşmiş işletmeler ile dijitalle tam olarak geçmemiş işletmeler arasındaki fark; işletmeler dijital araçları hem işletme içerisinde hem de dışarıda kullanabilmektedir. Aynı zamanda dijitalleşmemiş işletmeler birçok ayrı iş

sorunlarına çözüm bulmakta zorluk yaşamakla birlikte işgörenlerin birbirleriyle entegre olmaları uzun sürmektedir (Kane vd., 2015: 10).

Dijitalleşmeyi basit bir şekilde tanımlayacak olursak, bir varlığın veya nesnenin dijital ortama aktarılması anlamına gelmektedir. İnternetin buluşuyla ve yaygınlaşmasıyla birlikte dijitalleşme günümüzde en önemli kavramlardan biri haline gelmiştir. Bir dosyanın dijital ortama ve dilediğince çoğaltılabilmesi, saklanabilmesi ve hızlı bir şekilde tüm dünya ile paylaşabilmesi gibi imkanları sağlamıştır. Böylece bireylere zamandan tasarruf etme imkânı doğmuştur (Şeker, 2014: 6).

Dijitalleşme, geçmiş dönemlerdeki sanayi üzerine değil, teknoloji merkezli bilgi depolama ve paylaşmaya dayalı üretimi hedef alan bir olgudur. Bilgi ve iletişim teknolojilerindeki bu gelişmelerle birlikte ortaya çıkmış olan dijitalleşme Endüstri 4.0'ın hazırlık sürecini oluşturmaktadır (Aksoy, 2017: 37). Başka bir tanıma göre dijitalleştirme, metinlerin, verinin ve görsellerin tek altyapı üzerinde aktarılması, depolanması, toplanması ile görüntülenmesini sağlayan bir uygulamadır. Dijitalleştirme, bilgilerin kopyalanması değil bilgilerin dönüşümüdür. Dijitalleştirme sözlü ve yazılı öğeler tarafından tespit edilebilir hale getirilmektedir. Ünlü tarihçi Cahterina Berth telgrafın buluşunu dijitalleşmenin başlangıcı olarak görülmekte olduğunu belirtmektedir (Yayla, 2015: 48).

Dijitalleşme kavramı günümüzde bile net olarak tanımlanmakta zorluk çekilse de mühim olan işlevine odaklanmaktır. Günümüzde pek çok kritik alanda kullanılan alanlara dikkatlice bakıldığında zaman gündelik hayatın tamamında yer almakta ve yaşamı kolaylaştıran bir unsur olarak karşımıza çıkmaktadır. Böylelikle günümüzdeki her bireyin kullandığı dijital aygıtların geldiği son noktalardan biri olan akıllı telefonlar hemen hemen bütün bireylerin ellerinde bulunmaktadır. Bu sonuçlar ışığında diyebiliriz ki, bütün bireyler dijitalleşmeye geçmiş ve iç içe bir hayat sürmektedir.

## **2. Dijitalleşmenin Önemi**

Dijitalleşmenin tanımında da bahsedildiği gibi, dijitalleşme kavramında ortaya çıkan temel esaslara bakıldığında, pek çok gereklilik ile birlikte demografik problemlerde ortaya çıkmaktadır. Sanayi üretimi gelişmiş olan

ülkelerde, demografik özellikleri yüzünden üretim departmanında yer alan insan gücünü değişik ülkelerde arama riskiyle karşı karşıya kalmaktadır. Bu sebeplerden ötürü globalde yaşanmakta olan krizler, üretim gücü fazla olan ülkelerin, yaşanan kayıpları giderme çabalarıyla dijitalleşmeye yapılacak olan yatırımı zorunlu hale getirmiştir. Dijitalleşme ile birlikte sanayi ve üretim yapan ülkeler maksimum verimliliğe ulaşmayı ve rekabet avantajını ellerinde tutmayı hedeflemişlerdir. İlk defa Almanya'da ortaya çıkmış olan endüstri 4.0 kavramı, küresel etki yaratmış ve bütün ülkelerde dijitalleştirmeye yapılmaya başlanan yatırım artarak zorunlu hale gelmiştir (Gabaçlı ve Uzunöz, 2017: 150).

Dijitalleşme, günlük yaşamda pek çok kolaylıkları getirmiştir. Eğitim, iletişim ve sağlık gibi sektörler bunların başında gelmektedir. Aynı zamanda dijitalleşme ile birlikte gelişmekte olan sektörler kökten bir şekilde değişmektedir. Yaşanan köklü değişimle birlikte bireyler, kurumlar ve devletler ve daha niceleri de değişmektedir. Bireyler kendilerini ifade edebilmek adına dijital unsurlar, yeni ve etkili seçenekler olmaktadır (Karabulut, 2015: 13). Günümüzde dijitalleşmenin önemi, temelde verim, güven ve kazanç ortamının maksimum bir şekilde sağlanmasıdır. Fiziğe dayalı emeğin en aza indirilmesiyle vakit ve maliyetten tasarruf sağlarken, iletişimde hızlanılarak profesyonel ilişkiye yaklaşım ve takip kolaylığı ile karar mekanizmasının uygulanması ve hedeflere ulaşmada dijitalleşme global anlamda büyük önem arz etmektedir (Eldem, 2017: 12). Dijitalleşmenin avantajları olduğu kadar negatif yönlerinin de olduğu söylenebilmektedir. Günümüz dünyasında bireyler veya kitlelere, verilerin aktarımı ile erişimi için fazla bir çaba gerektirmemesi dijitalleşmenin avantajları arasında yer almaktadır. Aynı zamanda pek çok mesleğin ortadan kalkması, işsizliğin günden güne artarak devam etmesi, dijital bilgi araçlarının dünyanın pek çok bölgesinde olmaması sebebiyle veriye erişiminin adaletli olmaması, bilgisayar korsanlarının bireylerin özel verilerine kolayca ulaşabilmesi, bu bilgilerin dağıtılması ve siber suçların yaşanması dijitalleşmenin negatif yönleri arasında yer almaktadır. Bu bilgiler ışığında dijitalleşmenin en büyük parçası insan emeği ile teknolojinin bir arada kullanılmasıyla verim ve performansı maksimum düzeye getirecek olmasıdır. Her ne kadar, yapılacak işin hızlı bir şekilde dijitalleşmesinin olumlu ekonomik gelişmelere sebep olacağı varsayılsa bile aşamalar atılırken dikkatli olunması gerekmektedir.

## B. Dijitalleşmenin Başlangıcı ve Tarihsel Gelişimi

İnsanlık var oluşundan bugüne kadar ki süreç içerisinde sürekli gelişip evrimleşmiştir. 1970’li yıllardan itibaren internet ve bilgisayarın gelişmesiyle birlikte insan hayatlarının içerisinde gelişmeye başlamıştır. Teknolojik aletler bilgisayar ve internete dayalı olarak geliştirilmiş. 1990’lı yıllara gelindiğinde ise teknolojik gelişmelerle birlikte iletişimde kolaylaşmıştır.

Milenyum çağı olarak adlandırılmış olan 2000’li yılların başlaması ile bireylerin ihtiyaç duymuş olduğu birçok bilgi ve teknoloji sayesinde bilgisayarlarda kaydedilmeye başlanmış olmasıyla birlikte bu duruma dijital bilgi veya veri denilmiştir. İnsanoğlu ihtiyaç duyduğu bilgiyi kâğıda, deftere yazmak yerine bilgisayara kaydetmeye başlamış ve bu sayede bireylerin kaydettikleri verileri bulmaları kolaylaşmıştır.

İnternetin kökeni, 1962 yılında Amerika Askeri Araştırma Projesi (ARPANET) ve Massachusetts Institute of Technology’nin açmış olduğu tartışmaya “galaktik ağ” kavramı ile birlikte gündeme gelmiştir (Çakır ve Topçu, 2005: 75). İnsanoğluna internetin buluşu büyük bir kolaylık sağlamıştır. 1990’ların başında Wais, Gopher ve Web gibi internet servisleri ortaya atılmıştır. Önce Wais ve sonrasında Gopher, sağlamış olduğu kolaylıklar sebebiyle internetin yaygınlaşmasını sağlamıştır. Bilginin paylaşım ve sunulmasının getirmiş olduğu kolaylıklar sebebiyle internet, hızlı bir şekilde ağ şeklini almış olmasından ötürü teknolojiyi taşıyıcı bir ortama dönüştürerek, bireylerin yaşam tarzlarını ve davranışlarını değiştirmeye başlamıştır (Özçağlayan, 1998: 134).

İnternet süreci ile başlamış olan global ölçekte bilgi akışının son noktalarından biri olan sosyal medya, zaman ile mekân kavramlarını bozmuş ve birey ile toplumsal yaşamın tekrardan yorumlanmasını sağlamıştır. Bu sebeplerden ötürü global bir ağ çerçevesi içerisinde gerçekleşmiş olan yeni oluşan bu sürecin tanımlanması ile anlaşılmasına denk düşen en anlamlı toplum tanımlaması ağ toplumdur (Babacan vd., 2011: 41).




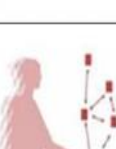

Dijitalin varlığını devam ettirebilmesi ve gelişmesi internetle birlikte var olabilir, ancak dijitalleşme sadece internetten ibaret değildir. Elektronik aletlerin gelişmesiyle birlikte dijitalleşmede gelişim sağlamaktadır. Kullanılmış olan ilk

cep telefonları birer araç iken bugünlerde kullanılan akıllı telefonlarda birer dijital araçtır. Aşağıda internetin süreçleri detaylıca yer verilmiştir.

- **Web 1.0**

İnternetin kullanılmaya başlandığından itibaren ortaya çıkmış olan ilk site tabanlı internet sürümü Web 1.0'dır. Web 1.0 döneminde internet üzerinde paylaşılmış ve kullanıma açık olan bilgileri kullanan bireylerin etkileşimi sınırlıdır. Kullanıcı yalnızca içeriğe ulaşma imkanına sahiptir. Kullanıcı içeriğe müdahale edemez sadece içeriği oluşturan kişi içeriği değiştirebilir veya müdahale edebilir (Kanışlı, 2013: 71).

Web 1.0 dönemindeyken internet sitelerini ziyarette bulunan bireyler girdikleri sitelerde yalnızca görsel ve yazı görmekteydiler. Bu durum kullanıcılara sanki dijital bir gazete okur gibi hissettirmektedir. Kullanıcılara inceledikleri içeriğe ekleme veya çıkarma yapmaları mümkün değildi. Web 1.0'da kullanıcılar sadece tüketici konumundaydılar. İnternette yazı veya görsel yayınlar yapabilmek için ancak teknik beceriye sahip olan bireyler tarafından yapılabilmekteydi (Bostancı, 2014: 87).

<b>MEDYA</b>	<b>1.0</b>		Web İçeriğine Dikkat Etme (Web of Content Attention)	<b>Hakim Yapı: İnternet</b> İnternet, TV, Yazıcı, E-Posta, Arama Motorları
<b>Durum</b>	Arkaya Yaslanma (Lean Back)			
<b>Katılım</b>	Çok Az			
<b>MEDYA</b>	<b>2.0</b>		Web Yapısında İletişimi Güçlendirme (Web of Communication Empowerment)	<b>Hakim Yapı: Web 2.0</b> Kullanıcı Yaratımlı İçerikler (UGC), Weblog, Etkileşimli Dış Mekan Uygulamaları (I-OOH), Anlık Mesajlaşma, Podcast, Sosyal Ağlar, Wiki Sistemler, Viral Çalışmalar, Sosyal Ticaret, Widget Araçlar
<b>Durum</b>	Öne Doğru Eğilme (Move Forward)			
<b>Katılım</b>	Az			
<b>MEDYA</b>	<b>3.0</b>		Web İçeriğine Dalma - Akış (Web of Context Immersion)	<b>Hakim Yapı: Semantik Web</b> Sinematik Oyunlar, Holografik Eğlence ve Oyun, 3D Sohbet, Akıllı Arama, Çok Oyuncululu Online Rol Oyun Sistemleri, Sanal 3D Alışveriş, Akıllı Reklam, Konsol, Oyunlaştırma, Sanal Mimik ve Jest Yaratımı
<b>Durum</b>	İçine Dalma (Jump In)			
<b>Katılım</b>	Geçici			
<b>MEDYA</b>	<b>4.0</b>		Web Yapısına Nesnelere Bağlanmak (Web of Things Connectivity)	<b>Hakim Yapı: Nesnelere İnterneti</b> Outernet, Zenginleştirilmiş Gerçeklik, Çoklu Bulunma, Konum Tabanlı Web, Sanal Zeka Ajanları, Bulut Bilişim, Ses Analizi, Giyilebilir Teknolojiler, Dokunsal Arayüzler, Nesne Tanıma Sistemleri
<b>Durum</b>	Her Zaman Aktif (Always On)			
<b>Katılım</b>	Kalıcı			
<b>MEDYA</b>	<b>5.0</b>		Web Yapısına Nörolojik Uzanlıkla Bağlanmak (Web of Thoughts Extension)	<b>Hakim Yapı: Büyük Veri ve Robotik Zeka</b> Beyin-Bilgisayar Etkileşim Arayüzü, Beyin Akış Kontrolü, Bağlantılı Lens, Zenginleştirilmiş Görüş, Nöro-Web, Nano ve Nöro Robotlar, Biyolojik İmplantlar, Robot Protezler, Sessiz İletişim, İnsan 2.0
<b>Durum</b>	Devrede Olma (Plug In)			
<b>Katılım</b>	Yüksek			

Şekil 8. : Web 1.0, Web 2.0, Web 3.0 ve Web 4.0 Süreci

Kaynak: Yanık, 2016: 900)

Çizelge 10’da görüldüğü üzere Web 1.0’in tek amacı bilgi alma süreci ile birlikte kullanan bireyin etkileşimde bulunmadan yalnızca arkasına yaslanıp kendisine verilen bilgiyi almaya eğilimlidir.

- **Web 2.0**

İnternetin ilk dönemi olarak sayılan web 1.0 teknolojisi yerini 2004 yılında web 2.0’a bırakmıştır. Web 2.0 internetin bugünkü şeklini alacağına ilk sinyallerini vermiştir. Web 2.0 döneminde interneti kullanan bireyler internet üzerinde sunulan verilere dahil olabilmekteydi. İlk kez web 2.0 terimini Darcy DiNucci tarafından “Parçalanmış Gelecek” isimli makalede kullanılmıştır. Ardından ise Tim O’Reilly tarafından da bir konferansta dile getirilmiştir. (Deperlioğlu ve Köse 2010: 437). Web 2.0 ile masaüstü uygulamaların işlerini

yerine getirebilen ve iyiden iyiye artan web tabanlı vasıtaları içine dahil etmektedir. Teknolojik yeniliklerle birlikte bilgisayarlara yazılım yükleme zorunluluğu kalkarak, sadece bir internet tarayıcısı kullanıp alakalı sitelere girerek gerçekleştirilmektedir (Akar, 2009: 50). Web 2.0 kullanıcılara, internette görmüş oldukları iletilere yorum yapabilmeye ve başkalarıyla paylaşabilmeye imkanları sağlamaktadır. Bireyler, verileri kendi düşünceleri ile düzenleyebilir ve değişik platformlarda yayabilmektedirler. Web 2.0 teknolojisi, kullanıcıların aralarında olan etkileşimin artmasının yanında internete ulaşılmasını da basit bir hale getirmiştir ve kullanım sahası günden güne artarak devam etmektedir (Deperlioğlu ve Köse, 2010: 437).

Web 2.0, internet kullanan bireylere dünyanın bir ucundan diğer ucundaki kullanıcılara hızlı ve aynı zamanda anlık bir şekilde zaman fark etmeden iletişim kurabilme imkanları sunmuştur. Bu imkanların sunulmasıyla birlikte değişik kültürden insanları bir araya toplayarak sosyal bir ortam sağlamıştır. Web 2.0 internet ortamına yenilik getirmiş ve bütün meslek gruplarını da etkilemiştir (Akgöl, 2019: 210).

Çizelge 4. Web 1.0 ile Web 2.0'ın Karşılaştırılması

Web 1.0	Web 2.0
Belirli programcılar üretmiş oldukları web siteleri, grafikler ve flaşlar	Kullanıcıların üretmiş oldukları içerik, resim, kullanıcı görüşleri, bloglar, Youtube ve diğer sosyal ağlar
Uzmanların üretmiş oldukları içerik	Sıradan insanların üretmiş oldukları içerik
Bireylerin web sitelerini ziyaret ederek içerikleri okurlar	Bireyler paylaşılan bilgiyi inşa ederler
Tek yönlü bir bilgi akışı	Çok az kontrol edilen siteler
Britannica Online	Wikipedia
Yayınla	Katıl
Güvenlik duvarları hiyerarşiler	Dinamik, hiyerarşik olmayan
Statik kalıcı içeriz, az değişiklik	Düzenli güncellenen içerik (Twitter ve Wikipedia)

Kaynak: Kaplan ve Üncel, 2020: 279

Çizelge 11'de görüldüğü üzere Web 2.0 teknolojisiyle birlikte tek taraflı etkileşim son bularak bireyler kendi içeriklerini üretebilmeye başlamıştır. Bu durumda çift taraflı etkileşim imkanını ortaya çıkarmış olmakla birlikte web 1.0'daki pasiflikten çıkmış ve kullanıcılar aktif konuma gelerek interneti kullanan her birey içerik üreticisine dönüşmeye başlamıştır.



- **Web 3.0**

İnternetin üçüncü aşamasını oluşturan Web 3.0 aynı zamanda semantik web olarak da ifade edilebilmektedir. Web 3.0 bütünüyle interneti kullanan bireylere odaklanan ve kişileştirilmiş bilgilerden oluşan bireylerin özelliklerine dikkat çeken bir sistemdir. Bu durum, dijital dünyanın şahıs odaklı biçimde hareket etmesi olarak gösterilebilir. Semantik web ismiyle de anılan web 3.0, bireylerden elde etmiş olduğu verilerin, bireysel alışkanlıkların odak noktasını almaktadır. Bu sayede kullanıcılara kendileriyle alakalı olan sahaları ön plana çıkartmaktadır (Kurtuluş, 2018: 14).

Web 3.0 ile oluşan dijital veri depolarının içerisinde bilgileri yapay zekayla işlemektedir. Web 3.0, web'in içerisinde olan bilgileri hem kullanıcılarının okuyacakları hem de makinelerin ve uygulamaların anlayabilecekleri biçimde ifade etmektedir. Aynı zamanda herhangi bir kişi veya örgütün gereksinimlerini arayabilme veya düzenleyebilme faaliyetlerini de bilgisayarlara yaptırmaktadır (Gümüş, 2008: 8).

Çizelge 5. : Web 1.0, Web 2.0 ve Web 3.0'ın Karşılaştırılması

	Web 1.0	Web 2.0	Web 3.0
İletişim Enformasyon	Yayın Statik (Okuma Kurum)	İnteraktif (Sadece Dinamik)	Çevrimiçi Taşınabilir ve Kişisel
Hedef Kullanım	Kişisel Sayfalar	Topluluk Web Blogları/ Wikiler	Kişisel Dosya Akışları
Üretim Etkileşim	Eğlence ve Web Biçimleri	Yayıncılık ve Web Uygulamaları	Yaratıcılık, Akıllı Uygulamalar
Tarama Reklam	Dizinler Durağan	Anahtar Kelimeler, İnteraktif	Bağlam- Uygunluk Kişisel
Araştırma Teknolojisi	Britannica Online Html/Ftp	Wikipedia Flash/Java/XML	Anlamsal web Rdf/Rdfs/Owl

Kaynak: Yenğın, 2014: 119

Çizelge 12'de görüldüğü gibi Web 1.0'da yayını okuyan bireyler, web 2.0'da internet interaktiflik özelliği kazanmış olmakla birlikte web 3.0'da ise çevrimiçi olarak web'in içine dahil olmuştur. Bilgilerin direkt olarak bilgisayarlar tarafından anlaşılacağı biçimden yapılandığı web 3.0 teknolojisinde semantik web

dönemi veya makine öğrenmesinin ortaya çıkışı olarak da tanımlamak mümkündür. Web 3.0'da toplanan tüm bilgiler hem bireyler tarafından kullanılırken aynı zamanda bilgisayarların anlamlandırmaları yaparak sonraki dönemlerdeki karşısına çıkartabileceği teknolojiyi yansıtabilmektedir.

### **C. Dijitalleşme ile İlgili Temel Kavramlar**

Bu bölümde dijitalleşme ile ilgili temel kavramlara yer verilecektir. Dijitalleşme ile ilgili temel kavramlar sırasıyla dijitalleştirme, dijital dönüşüm, sosyal medya, sanal dünya ve sanal mekandır.

#### **1. Dijitalleştirme**

Dijitalleştirme genel anlamda elektronik aletlerin algılayamadığı veya yapılandıramadığı formdaki verinin elektronik ortamda algılanabilecek ve yapılandırılabilir formda çevrilmekte ve uygulamaları tanımlama adına kullanılmaktadır (Külcü, 2010: 297). Dijitalleştirme işlemiyle bilgiler uzun bir sürede depolanabilmekte ve aynı zamanda saklanabilmektedir. Veri dijitalleştirme süresince bireyler tarafınca işlendikten sonra erişim ve paylaşım aşamasına geçmektedir (Şahin, 2010: 44). Dijitalleşmenin bir sonraki evresi dijitalleştirme aşamasıdır.

#### **2. Dijital Dönüşüm**

Dijital dönüşüm kavramı 2000'li yıllarından sonra ortaya çıkmıştır. Mobil teknolojiler bireylerin çalıştıkları yerlerde görülmeye başlanmıştır (Sevgi, 2016: 17). Günümüzde dijital dönüşüm, toplumun bütün oluşturduğu sistemlerinde var oluşunu hissettiren aynı zamanda vazgeçilmez bir konu haline gelmiştir.

Son yıllarda bireyi ilgilendiren bütün konularda dijital dönüşüm gerçekleşmektedir. Yapay zekâ, akıllı sistemler, robotlar ve sosyal medya siteleri gibi uygulamalar dijital teknolojilerin birer parçası olarak görülmekte ve tüm sektörlerde büyük oranda bir dönüşüm meydana gelmektedir.

#### **3. Sosyal Medya**

Sosyalleşme kavramı, toplumun değerlerini özümseyerek toplumda yaşayan ve çağın gerektirdiği koşulları etrafında öğrenilen bir olgudur (İşman vd., 2016:

610). Günümüzde ise sosyalleşme kavramı pek çok açıdan değişiklik göstermektedir.

Elektronik cihazlara internet erişimiyle birleştikten sonra ortaya sosyal medya çıkmıştır. Sosyal medya olarak nitelendirilen kavram internet vasıtası ile kişilerin kendilerini tanıttığı ve her kesimden diğer kişiler ile sosyal ilişkiler kurabildiği sanal bir ortamdır (Koç ve Karabatak 2012: 156).

Web 1.0 teknolojisiyle bireylerin yalnızca bilgilere ulaşılmasına katkı sağlanmıştır. Teknolojinin gelişmesi ve diğer gelişmelerin ardından web 2.0 teknolojisinin internet bağlantısıyla bireylere interaktif özelliğin doğmasıyla birlikte sosyal medya olgusu ortaya çıkmıştır. Gün geçtikte gelişmekte olan ve web 3.0 teknolojisi ile birlikte internete taşınabilir elektronik aletlere getirilmiş olan sosyal medya, bireylere istediği her an erişimi olan bir araç olmuştur (Karakoç ve Taydaş, 2013: 213).

#### **4. Sanal Dünya**

Sanal kavramının literatürde somut bir karşılığı yoktur. Ancak sanal kavram denildiğinde zihinde canlanabilen bir izlenim olarak tanımlanabilmektedir. “Sanal kavram somut ve soyutluğun arasında bulunana bir kavramdır” (Koray, 2019: 34). Dünyada sanal dünya zaman, hız, gerçeklik ve mekân kavramlarının yanı sıra bilgi ve iletişim teknolojileriyle de bilginin doğasını yeniden şekillenmiştir. Aynı zamanda bireylere farklı bir dünyanın kapılarını açmıştır.

#### **5. Sanal Mekân**

Sanal kavramının daha önce de değinildiği gibi tam manasıyla fiziksel bir karşılığı bulunmamaktadır. Gerçeklik olgusunun sanalın bir bütünü hale gelmesi durumudur. Sanal mekân kavramından bahsetmeden önce gerçek mekânı incelememiz gerekmektedir. Sanal kavramının dışarısında yer alan mekân, sınırları olan ve bulunan ortamı fiziksel temas halinde içselleştirilerek gerçekliği ifade etmektedir. (Göktepe, 2013: 7). Dijital teknolojilerin küresel özellik taşıması sebebi ile bireyler arası ilişki boyutunun da küreselleşmesiyle sanal mekanlar görünür olmaya başlamıştır (Güngör 2019: 96). Dijitalleşmenin gelişmesiyle birlikte sanal mekanlar oluşmuş ve mesafe kavramı günümüzde ortadan kalkmıştır.

## D. Dijital Tutum

Tutum, bireylerin bir nesneyi, topluluğu, örgüt veya düşünceyi onaylama ya da reddetme yönündeki davranmaya hazır olma durumudur. Genellikle bireyin bir olguya veya nesneye karşısındaki tepki eğilimini ifade etmektedir (Satılmış 2019: 31). Tutumlar öğrenilebilmektedir. Tutumun öğrenme sürecini yenileme veya taklitler belirlemektedir. Tutumlar erken yaşlarda oluşabilmekte, önemli değişimler olmadığı sürece de genellikle erken yaşlarda oluşan tutumlar kolaylıkla değişmemektedir. Tutumlar tam anlamıyla gelişip olgunlaştığı zamanda ise, bireyi davranışa yönlendiren karışık bir eğilime dönüşmektedir (Baykara ve Pehlivan, 2008: 153).

Dijital teknolojinin gelişimi tutum bakımından incelendiğinde, sadece teknolojinin kullanımı ve gelişmesi anlamına gelmeyeceği, teknolojiyi kullanan bireylerin hakkındaki tutumlarının teknolojiyi ne yönde geliştireceği belirtilmektedir. Dijital tutum, bireylerin teknoloji hakkındaki düşüncelerini yansıtabilmektedir. Dijital tutumların incelendiği çalışmalarda teknolojiye yönelik tutumların cinsiyet, yaş, bilgisayar sahibi olma ve önceki bilgisayar deneyimi gibi faktörlerle ilişkili olduğu görülmektedir (Satılmış, 2019: 32).

Cabı (2015: 1229-1244) yılında yapmış olduğu araştırmada dijital tutumları sekiz başlıkta toplamıştır. Bu başlıklara aşağıda yer verilmiştir.

- **Yetkinlik:** Yeni karşılaşılan dijital teknolojiyi hızlıca öğrenme, kullanılan dijital teknolojileri seri bir şekilde işlem yapma, karşılaşılabilecek problemler karşısında çözüm önerileri sunma, diğer bireylere dijital teknolojiyi kullanmada öncülük etme ve dijital teknolojiyi kullanırken yaratıcı düşünebilme.
- **İşte Teknoloji Kullanımı:** Örgüt içerisinde çalışma esnasında tüm süreçleri dijital teknolojiyi kullanma arzusu.
- **Olumsuz Yönler:** Dijital teknolojiyi kullanmak için harcanacak olan zaman birey için oluşturduğu olumsuz etkiler.
- **Teknolojiye Yönelik İlgi:** Dijital teknolojilere duyulan ilgi, dijital teknolojileri kullanmak için oluşacak çaba ve bireylerin öğrenilecek yeni bilgilere istekli olması durumudur.

- **Sosyal Ağlar:** Sosyal ağları iyi bir şekilde kullanma ve sosyal platformlarda bireyin kendisini rahatlıkla ifade edebilmesi durumudur.
- **Bireyler İçin Teknoloji:** Dijital teknolojinin kullanılması ve bireyin gelişimine olan katkısı.
- **Eğlence Amaçlı Kullanım:** Dijital teknolojinin kullanımı oyun oynama ve eğlence amacıyla kullanma.
- **Bilinçli Kullanım:** Dijital teknolojiyi iş ve özel hayatını basitleştirmek için kullanma ve internet ortamında yalnızca olumlu bilgiler üzerinde zaman harcama.

## **E. Dijital Okuryazarlık**

### **1. Dijital Okuryazarlık Kavramı ve Tanımı**

Okuryazarlık kavramı, basit şekilde kullanılmakta olan sembollerin çözebilmek yeteneğini ifade etmektedir. Fakat okuryazarlık klasik okuma ve yazma yeteneğinden daha fazlası olarak görülebilmektedir. Bu durumla birlikte bireyler, bir bilgiyi ve anlamı yayabilme sebebiyle yalnızca kodları çözmek değil aynı zamanda sembolleri kodlamak için gerekli olan araçlara sahip olmalıdır. (Belshaw, 2011: 48). Dijital kelimesi Fransızcadan digital kelimesinden türetilmiş olmakla birlikte Türkçeye sayısal ve verilerin bir ekran sayesinde elektronik olarak gösterilmesi anlamında tanımlanmaktadır (TDK, 2022). Günümüzde teknolojinin gelişmesiyle birlikte dijital araçların kullanımının fazla olması birçok okuryazarlık kavramını literatüre eklenmiştir (Aşıcı, 2009: 13). Dijital okuryazarlık kavramı, geleneksel okuryazarlığın alternatifi olarak ortaya çıkmamakla birlikte geleneksel okuryazarlığa katkıda bulunmaktadır.

Dijital okuryazarlık, yeni gelişen bir kavram olmakla birlikte bu kavramı ilk kez literatüre kazandıran 1997 yılında yayımlanmış olan “Dijital Literacy” kitabında değinmiş olan Amerikalı Paul Gilster olduğu bilinmektedir. Dijital teknolojilerinin çoğalmasıyla birlikte dijital okuryazarlık kavramı daha da göz önüne gelerek günden güne önem kazanan bir kavramdır.

Dijital okuryazarlık, bireyin iletişim ve bilgi teknolojilerinin etkin bir şekilde öğrenilmesini kapsamaktadır. Aynı zamanda bireylerin kişisel gelişimine

katkı sağlayarak hayatın içerisindeki belli başlı problemini çözerek bireylerin hayatlarında kolaylık sağlayacak bir kavram olarak ortaya çıkmaktadır.

Dijital teknolojilerin günden güne gelişmesiyle birlikte bireylerin dijital ortamdaki problemlerini çözmek adına artan bilişsel becerilere sahip olmaları gerektiren durumlar ile donatmaktadır. Bu becerilere genel anlamda dijital okuryazarlık denmektedir (Aviram ve Alkalai, 2006: 1). Dijital okuryazarlık, yapıcı sosyal eylemi olabilir kılmak adına kişilerin dijital araçları uygun bir biçimde kullanmalarının farkındalığı, tutumu ve yeteneğidir (Martin 2005: 72). Temel olarak bilişsel bir iş olduğu öne sürülmüş olan dijital okuryazarlıkla yalnızca bir şeyleri bulma becerisi elde edilmez, aynı zamanda gündelik hayat içerisinde bu bilgileri kullanma, aktarım yapabilme ve kazanılmış olan bilgilerin eleştirel değerlendirilmesi yeterliliği de kazanılmaktadır. Dijital okuryazarlık, bütün dünyada olan bilgilerin bilgisayar ve internetin yardımı ile ulaşılması sonucu kullanıma yeteneğidir (Martin, 2008: 154).

Dijital okuryazarlık, dijital ortamda olan bilgileri ve teknolojileri doğru bir şekilde kullanma kabiliyetinin yanı sıra oluşan problemleri etkili bir biçimde çözmekle birlikte, bireyler arası iletişim kurmakta ve işbirlikçi çalışmalarını desteklemekte bireye yardımcı olmaktadır. Bilgilerin paylaşımını ve yönetimini etkin bir şekilde yapabilmeyi desteklemektedir. Dijital okuryazarlık, bireylerin özgün olmaları desteklemekle birlikte eleştirel düşünebilme kabiliyetine yardımcı olarak temel yeterlilikleri sağlamakta ve yardımcı olarak tanımlanmıştır (Kim, 2019: 9). Dijital okuryazarlık, bilgi akışının sürekli olarak değiştiği teknoloji çağında bireylere özgün ve anlamlı içeriklere ulaşabilecek beceriyi kazandırma düşünülmektedir. Dijital dünya içerisinde bireylerin etkin içerikleri tüketmenin yanında özgün içeriklerin üretilmesi ile dijital kültüre katılım sağlamaktadır (Hobbs, 2010: 7).

Dijital okuryazarlık, dijital cihazı veya bir yazılımı kullanılabilmekten daha farklı olarak bireylerin dijital ortamda çalışabilmek adına duyulacak ihtiyaçları çeşitli duyuşsal, sosyolojik ve bilişsel becerileri içermektedir. Eshet- Alkalai dijital okuryazarlığı beş başlık altında incelemiştir. Bunlar (Eshet- Alkalai 2004: 93);

**Görsel okuryazarlık:** Sunulacak görsellerin medya kanalları vasıtası ile anlamlandırılmasıdır.

**Çoğaltma okuryazarlığı:** Eski metinlerin, seslerin ve videoların var olan donanımların yorumlanması ve özgün bir biçimde çoğaltılması ile yeniden yorumlanmasıdır.

**Çoklu okuryazarlık:** Hiper metinler aracılığı ile bir bilginin farklı bağlantılar kurabilme ve bu bilginin özgür bir şekilde gezinme becerisidir.

**Bilgi okuryazarlığı:** Bilgiye erişme, anlama ve eleştirel düşünebilme ile bilgiyi özgün bir biçimde değerlendirme kabiliyetidir.

**Sosyo-duygusal okuryazarlık:** Dijital ortamı birey kullanırken ne şekilde davranması gerektiğinin bilincinde olmasıdır.

Günümüz modern dünyasında tanımlanan internet teknolojisi, yeni okuryazarlık tanımlarını da beraberinde getirmiş bulunmaktadır. İnternetin yaygın bir biçimde kullanılması göz önünde bulundurulmasıyla birlikte geleneksel okuryazarlığa dahil olmuş ve içerik anlamında ise okuryazarlık kavramını büyütüştür (Leu vd., 2013: 1158). Dijital okuryazarlığın özellikleri 7 maddede aşağıda açıklanmıştır. Bunlar;

- Çok yönlü bir kavramdır
- Yeni oluşan sosyal uygulamalar, dijital okuryazarlığın merkezinde yer alan konulardan bir tanesidir.
- Bireyin bilgi ve iletişim teknolojilerine ulaşması ile onları tam anlamıyla kullanılması için dijital okuryazar olması gerekmektedir.
- Dijital okuryazarlık adına yeni stratejik bilgi biçimleri esas görülmektedir.
- Küresel dünyadaki “dijital yerliler” olarak tanımladığımız internet kuşağının, öğrenme ve okuryazarlık eylemleri için gerekli olan teknoloji olarak görülmektedir.
- Gelişen ve gelişmekte olan yeni teknolojiler sayesinde dijital okuryazarlık yeniden şekillenmektedir.

Dijital okuryazarlığın yukarıda açıklanan özelliklerin göz önünde bulundurulduğunda, birey etkin ve doğru bir biçimde internet içerisinde arama

yapabilme, bilgi kirliliğinin içerisinde içerik seçebilme ve ikna edici metinlerin ayrımının yapılabilme becerilerine sahip olmaktadır. Dijital topluma bireyin katılması adına dijital medyanın etkin ve verimli bir şekilde kullanılması önemli olarak görülmektedir (Park 2012: 87).

Dijital okuryazarlık, bireylerin dijital kaynakları tanımlama, kaynaklara ulaşma, değerlendirme, analiz etme, yapılan analizi sentezleme, dijital bir şekilde bilgi üretme gibi ifadeleri oluşturmak ve başkaları ile iletişim kurmak adına teknolojik araçları uygun bir şekilde kullanma olarak tanımlanmıştır. Dijital okuryazarlık üç aşamada gösterilmiştir. Bunlar;



Şekil 9. Dijital Okuryazarlık Düzeyleri

Kaynak: Martin ve Grudzieci 2006: 255

Dijital okuryazarlık aşamaları dikkatli bir biçimde incelendiği takdirde dijital okuryazarlık sisteminin başında dijital yeterlilik bulunmaktadır. Dijital yeterlilik çok kapsamlı bir konu olmakla birlikte temel becerileri ile farkındalıkları içeren bir olgudur. Bireyler yaşamlarındaki durumlarına uygun bir biçimde dijital yeterlilikten faydalanmaktadır. Aynı zamanda hayatlarındaki zorluklar artmaya başladıklarında ise daha fazla gelir elde edebilmek adına çaba gösterebilmektedirler.

Dijital okuryazarlığın ikinci düzeyinde ise dijital kullanım bulunmakta bu düzey aynı zamanda en önemli düzey konumundadır. Bunun sebebi ise, dijital yeterliliğin belli bir profesyonellik, teknik açıdan yeterlilik ve asgari düzeyde



disiplinli bir şekilde uygulanmasıdır. Dijital kullanımlar aynı zamanda dijital araçların amaçları ile kullanım tekniklerine uygun becerilere bireyin sahip olması ve bu becerilerin duruma uygun şekillenmesidir.

Dijital okur yazarlığın son düzeyi ise dijital dönüşümdür. Düzey 1 ile düzey 2 boyutlarında kazanılan profesyonellikle birlikte dijital kullanımların yenilik ve yaratıcılığın sağlanması ve önemli değişikliklerin teşvik edildiği zaman meydana gelmektedir (Martin ve Grudziecki, 2006: 254-258).

## **2. Dijital Okuryazarlığın Önemi**

Teknolojinin gelişip ve internetin tüm dünyada yaygınlaşmasıyla birlikte tüm alanlar için kolaylık sağlayacak olan internet sayfalarının sayısı gün geçtikçe daha da çok artmaktadır. Web siteleri ise sağlık, eğitim ve bireylerin kendilerini geliştirebilecek alanda hizmet verilmektedir. Dijital okuryazarlığı, hem dijital araç ve ağların kullanımında bilgili olma hem de güvenliğinde de aynı şekilde bilgili olma anlamına gelmektedir. Aynı zamanda bu araçları öğrenme ve güvenli bir şekilde uygulama becerisini içermekte ve bilgisayar korsanlığı tarzındaki suçlara da karşı koruma sağlayabilmektedir (Bozyel, 2019:10). Ayrıca dijital becerilere günden güne artan önem sebebiyle, dijital okuryazarlık ile ilgili tedbirlerde getirilmiştir. Ancak, dijital becerilerin gelişmesindeki zorluğun temelinde teknolojinin hızlı ve büyük değişikliklerden kaynaklanması yatmakta ve bu değişimlere uyum sağlanması gerekmektedir (Wilson vd., 2015:67). Bütün bu sebepler doğrultusunda dijital okuryazarlık, günümüzde dijital platformları kullanabilmek ve yönetebilmek adına bütün bireylerin kazanması gereken bir ihtiyaç haline gelmiştir.

## **3. Dijital Okuryazarlık Kavramının Tarihsel Süreci**

Paul Gilster tarafından literatüre kazandırılmış kavram olan dijital okuryazarlık dünyada gelişerek yeni bir beceri alanı olarak ortaya çıkmıştır. Bu kavramın temelleri ilk olarak 1997 yılında atılmış ve çok yeni bir kavram olarak görülse de makineleşmenin başlaması, sanayi devrimin ya da ilk telefonun veya telgrafın icadı bu oluşan becerinin başlangıcı olarak sayılabilmektedir. Fakat dijital okuryazarlığın tam anlamıyla temeli hesap makinesinden ilham alınarak 0-1 kodlamasıyla oluşturulan bilgisayara dayandırılabilir. Teknolojinin gelişmesiyle birlikte dijital okuryazarlığın çerçevesi ve becerilere ait oluşturulan

alt okuryazarlık türleri ile beceri boyutları da değişmeye devam edecektir. Aynı zamanda dijital okuryazarlık kavramı gelecekte değeri daha da artacak ve her bireyin kullanabileceği konu olmaya aday bir kavramdır.

#### **4. Dijital Okuryazarlığı Oluşturan Okuryazarlıklar**

Dijital okuryazarlık kavramı aşağıdaki açıklanan okuryazarlık kavramlarından daha sonra geliştirilmiş olan bir kavramdır. Aynı zamanda bu sebepten ötürü dijital okuryazarlık kavramı diğer okuryazarlık kavramlarından etkilenerek geliştiğini söylemek mümkündür. Dijital okuryazarlığı oluşturan kavramlar, bilgisayar okuryazarlığı, bilgi okuryazarlığı, ağ okuryazarlığı ve medya okuryazarlığı başlıklar halinden sırasıyla yer verilmiştir.

##### **a. Bilgisayar Okuryazarlığı**

Günlük rutin yaşamın içerisinde kullanılan bilgisayar bankacılık işlemleri, sağlık, eğitim, araştırma ve daha farklı işlemleri gerçekleştirebilmek adına kullanılmaktadır. Bu sebeple günümüz modern dünyasında bilgisayarın kullanılması zorunlu olan bir gereç olarak karşımıza çıkmaktadır. Bilgisayar okuryazarlığı bilgi okuryazarlığı ile karıştırılan bir kavramdır. Ancak bilgi okuryazarlığından net bir şekilde ayrılan bilgisayar okuryazarlığının bilgisayar kullanma becerilerine odaklanmasıdır. John Nevison 1976 yılında bilgisayar okuryazarlığı kavramını literatüre kazandırmıştır.

Bilgisayar okuryazarlığı, bilgisayar yazılımlarını ve bilgisayarı etkin bir biçimde kullanma becerisidir. Ancak bilgisayar kullanma becerileri yalnızca fiziksel anlamda açma ve kapama, çıktı alma gibi işlemler değil aynı zamanda veri tabanı yazılımları, işlemciler ve diğer bilgisayar programlarını da etkin bir şekilde kullanabilmeyi kapsamaktadır (Çetin, 2016: 668).

##### **b. Bilgi Okuryazarlığı**

1970'li yıllardan itibaren ortaya çıkan bilgi okuryazarlığı, günümüzde bile sürekli tartışılmaya devam edilen bir kavramdır. Zaman içerisinde farklı araştırmacılar tarafından farklı bakış açıları ile çeşitli tanımlar yapılmıştır.

İlk olarak Zurkowski tarafında ortaya çıkan bir kavram olan bilgi okuryazarlığı, bilgiye dayalı çözümleri üretmek adına bilgi kaynaklarının ve

çeşitli bilgi kaynaklarının kullanılması sebebi ile gerekli olacak becerilere sahip olan ve gerekli donanımları olan bireylerdir (Zurkowski: 1974: 6).

### **c. Medya Okuryazarlığı**

İletişim ve bilgi teknolojilerinin seri bir şekilde gelişmesine paralel olarak basılı ve elektronik medya araçlarının büyümesi de hızlanmıştır. Bu amaç doğrultusunda bilgi toplumunda yaşayan insanların iyi bir medya okuryazarı olması gerekli olan bir beceridir. Literatüre bakıldığında, medya okuryazarlığı ile medya okuryazarı bireylerin özelliklerini barındırmakla birlikte pek çok tanımlar yapılmıştır (Çetin, 2016: 669).

Koltay (2011), Medya okuryazarlığının esas olarak pek çok şekillerde mesajlara ulaşma, analiz etme, iletme ve değerlendirme yeteneği olduğunu açıklanmıştır. Bir başka tanımda bireylere odaklanmakta medya okuryazarlığı aynı zamanda buna göre birey medyada yeniden oluşturulan iletileri ayırt edebilen ve algılayabilen, onunla ilgili çeşitli yorumlarda bulunabilmek adına ayrı bir beceri gerektiren bir terim olarak ifade edilebilmektedir (Taşkıran, 2007: 74).

### **d. Ağ Okuryazarlığı**

Ağ okuryazarlığı literatürde “İnternet okuryazarlığı” ve “Web okuryazarlığı” kavramları ile eş anlamlı olarak kullanılabilir. Ağ okuryazarlığı genel olarak, bir ağ ortamındaki bir bilgiyi bulmak, bilgiye ulaşmak ve bilgiyi kullanmak için gerekli olan becerileri kapsamaktadır (Bawden, 2001: 234). Aynı zamanda ağ okuryazar bireylerin farklı küresel ağ hizmetlerinin de bulunduğu farkında olması ve farklı erişim araçlarını kullanarak ağ üzerinden bilgiye kavuşması beklenmektedir (Kurbanoğlu, 2010: 734).



## V.GEREÇ VE YÖNTEM

Araştırmanın bu bölümünde araştırmanın amacı ve önemi, araştırma için seçilmiş olan evren ile örnekleme, veri toplama araçları, araştırmanın hipotezleri ve yapılmış olan istatistiksel analizler ile ilgili bilgilere bu bölümde yer verilecektir.

### A. Araştırmanın Amacı ve Önemi

Teknolojinin hızlı bir şekilde gelişmesiyle birlikte, internet kullanımı, mobil kullanımı ve sosyal medya kullanımının arttığı ülkemizde işyerlerinde iş dışı amaçlar için bu araçların kullanıldığı görülmüştür. Bu bağlamda araştırmanın amacı, KOBİ'lerde İş görenlerin örgütleri ile arasındaki ilişkiyi tespit etmek ve örgütsel özdeşleşmenin bu ilişkideki aracı rolünü ortaya koymaktır aynı zamanda sanal kaytarma davranışı üzerine etkilerini incelemektir.

Günümüzde örgütler arasındaki rekabet git gide zorlaşmıştır. Bu sebeplerden ötürü örgütler devamlılığını sürdürebilmek ve rakip işletmelerden bir adım önde olabilmek adına çevreye uyum sağlamaya çalışmaktadır. Bu sebepten ötürü günümüz teknolojilerini iş hayatına adapte ederek işgörenlerin bu teknolojileri kullanmaları için teşvik edilmektedir. Teknolojinin örgütler ile iç içe girmesiyle birlikte güncelliğini günümüzde hala koruyan sanal kaytarma davranışları karşımıza çıkmaktadır. Bu çalışmanın amacı örgütsel özdeşleşmenin sanal kaytarmaya ne yönde etki edeceği tespit edilmektedir. Bu durumlar göz önüne alındığında ise araştırma önem arz etmektedir.

Bu araştırmanın önemi, literatürde örgütsel özdeşleşme hakkında birçok araştırma ve çalışma olsa da KOBİ'lerde örgütsel özdeşleşmenin sanal kaytarmaya etkisi üzerine yapılan bir tez çalışması bulunmamaktadır. Bu doğrultuda ele aldığımız çalışma literatüre güncel ve geniş kapsamlı bilgi aktarılacaktır. Aynı zamanda çalışma literatüre katkı sağlaması hedeflenmekte ve bu konuda ileriki dönemlerde çalışacak araştırmacılara fikir verecek ve katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

## B. Araştırmanın Deseni

Araştırmada, deneysel olmayan nicel tarama yöntemi kullanılmış olup, nicel araştırma yöntemlerinden tarama deseni ile hazırlanmıştır. Tarama deseni, bir evren içerisinde seçilmiş bir örneklem üzerinde yapılan çalışmalar ile evren genelindeki eğilim, tutum ve görüşlerin nicel olarak betimlenebilmesini sağlamaktadır. Tarama deseni, bir grubun belirli bir konu ya da sorun hakkındaki görüşlerinin bir dizi soru aracılığıyla belirlenmesidir. Seçilen grup içindeki bireylerden grubun mevcut durumunu belirlemeyi, görüş, inanç ve tutumları hakkında bilgi elde etmeyi sağlar.

## C. Araştırmanın Evreni ve Örneklemi

Araştırmanın evreni, Bursa ilinde faaliyet gösteren KOBİ'lerde çalışanlar oluşmaktadır. İŞKUR (2020) çalışan sayısı raporuna göre, Bursa'da farklı ölçeklerdeki KOBİ'lerde toplam 717.764 kişi çalışmaktadır (<https://www.iskur.gov.tr/kurumsal-bilgi/raporlar/>). Belirli anakütleden çekilecek örnek sayısı Yazıcıoğlu ve Erdoğan (2004) tarafından geliştirilen tabloda 0.05 örnekleme hatası için  $p=0.50$  ve  $q=0.50$  için 384 kişi olarak belirlenmiştir. KOBİ'lerde sektör gözetilmemiş olmakla birlikte toplam 597 katılımcıya çevrimiçi anket yönetimi ile katılım sağlanmıştır. Anket çalışması (14.03.2022-31.03.2022) tarihleri arasında uygulanmıştır. Örneklemi yöntemi olarak "Tesadüfi (Rastsal) Örneklem Yöntemi" tercih edilmiştir.

Çizelge 6. Örneklem Büyüklükleri Tablosu

Anakütle büyüklüğü	± 0.03 örnekleme hatası (d)			±0.05 örnekleme hatası (d)			±0.10 örnekleme hatası (d)		
	p=0.5 q=0.5	p=0.8 q=0.2	p=0.3 q=0.7	p=0.5 q=0.5	p=0.8 q=0.2	p=0.3 q=0.7	p=0.5 q=0.5	p=0.8 q=0.2	p=0.3 q=0.7
	100	92	87	90	80	71	77	49	38
500	341	289	321	217	165	196	81	55	70
750	441	358	409	254	185	226	85	57	73
1000	516	406	473	278	198	244	88	58	75
2500	748	537	660	333	224	286	93	60	78
5000	880	601	760	357	234	303	94	61	79
10000	964	639	823	370	240	313	95	61	80
25000	1023	665	865	378	244	319	96	61	80
50000	1045	674	881	381	245	321	96	61	81
100000	1056	678	888	383	245	322	96	61	81
1000000	1066	682	896	384	246	323	96	61	81
100 milyon	1067	683	896	384	245	323	96	61	81

Kaynak: (Yazıcıoğlu ve Erdoğan, 2004:50)

Belirlenen evrenden örneklem hacmini belirlemek için kullanılan formül aşağıdaki gibidir.

$$n = \frac{N * t^2 * p * q}{d^2 (N-1) + t^2 * p * q} = \text{Örneklem büyüklüğü}$$

**N**= Anakütle (evren) (717.764 kişi)

**P**=Olayın gerçekleşme olasılığı (0,5)

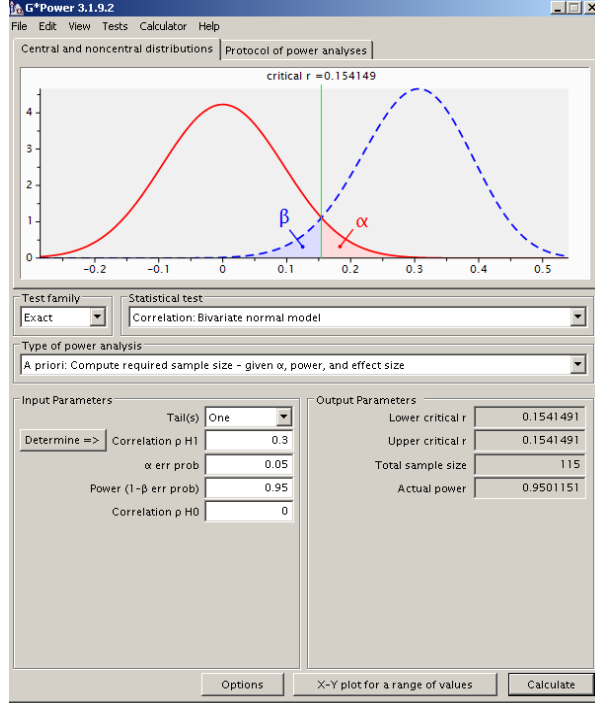
**q**= Olayın gerçekleşmeme olasılığı (0,5)

**t**= t test düzeyi (1,96)

**d**=Hata payı (%5)

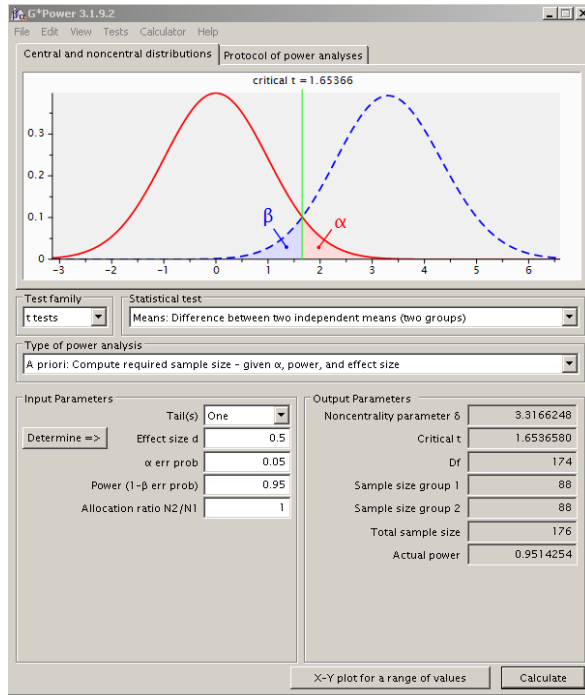
%5 hata payı ile anakütle temsil edecek örneklem büyüklüğünün minimum 193 çalışan olması gerektiği hesaplanmıştır.

Çalışmada ilişki ve grup farklılıkları analizi yapılacağı için bu iki yönetime yönelik Power Analiz (güç analizi) sonuçları verilerek, en az kaç örneklem gerekeceği belirlenmiştir. Power analiz G\*POWER 3.1 sürümü ile gerçekleştirilmiştir. Çalışmalarda, istatistiksel gücün  $1-\beta=0.95$  olmasının yeterli olduğunu Cohen (1988) ve Parajapati et al., (2010) çalışmalarında belirtmiş, korelasyonlar ve grup farklılığı hesaplanacağı belirtilerek sonuçlar elde edilmiştir. İstatistik anlamlılık  $\alpha=0.05$  alınmıştır.



Şekil 10. İlişki Analizi İçin Güç Analizi Sonuçları Ekran Çıktısı

Güç analizi sonucunda en az 115 örneklem ile çalışılması durumunda çalışmanın geçerliliği belirlenmiştir.



Şekil 11.: Grup Farklılığı Analizi İçin Güç Analizi Sonuçları Ekran Çıktısı

Güç analizi sonucunda grup farklılığı analizlerinde en az 176 örneklem ile çalışılması durumunda çalışmanın geçerliliği belirlenmiştir.



### **Araştırmaya Dahil Olma Kriterleri**

1. Bursa ilinde faaliyet gösteren KOBİ çalışanı olması
2. Katılımcıların gönüllü olması
3. Katılımcıların 18-65 yaş aralığında olması

### **D. Araştırmanın Varsayımları ve Kısıtları**

Çalışmaya katılmış olan KOBİ çalışanları, ölçme araçlarındaki sorulara içtenlikle düşüncelerini ifade ettikleri kabul edilmiştir. Araştırmaya katılan KOBİ çalışanlarının anketi cevaplarırken verdikleri cevapların doğru ve eksiksiz bir biçimde cevapladıkları varsayılmıştır. Katılımcıların anket içerisindeki soruların eksiksiz biçimde cevapladıkları kabul edilmiştir. Anketin örneklem sayısının artırılmasında bazı zorluklar ortaya çıkmış bulunurken, çalışanların meşgul olduklarını belirterek katılım konusunda isteksiz davranmaları göz ardı edilemez derecede önemli bir kısıtı oluşturmuşlardır.

### **E. Veri Toplama Aracı**

Bu araştırmada veri toplama yöntemi olarak anket formu yöntemi kullanılmıştır. Hazırlanmış olan anket formu dört temel bölümden ve 60 ölçek maddesinden oluşmaktadır.

Birinci bölüm 10 ölçek maddesinden oluşmaktadır. Katılımcıların demografik özellikleri (cinsiyet, eğitim durumu, yaşınız, medeni durumunuz, ekonomik geliriniz, hizmet süresi, personel sayısı, bulunduğu departman, toplamda mesleki deneyim ve çalışma şekli) ölçmek sebebiyle konunun ve günün şartlarına göre yazar tarafından hazırlanmıştır.

İkinci bölüm örgütsel özdeşleşmeyi ölçmek sebebiyle 6 ölçek maddesinden oluşmaktadır. Bu ölçek maddeleri 5'li likert ölçeğine (1: kesinlikle katılıyorum, 2: katılıyorum, 3: kısmen katılıyorum, 4: katılmıyorum 5: kesinlikle katılmıyorum) şeklinde düzenlenmiştir. Örgütsel özdeşleşme ölçek maddeleri Coşkun ve Afşar (2016) tarafından Social Sciences Studies Journal dergisinin 2. Sayısında yayımlanan “Kamu Kurumlarında Örgütsel Destegin Örgütsel

Özdeşleşme Üzerine Etkisine Yönelik Alan Araştırması” çalışmasında izin alınarak kullanılmıştır.

Üçüncü bölüm sanal kaytarmayı ölçmek sebebiyle önemli sanal kaytarma faaliyetlerinden 7 soru ve önemsiz sanal kaytarma faaliyetlerinden 7 soru olmak üzere 2 boyut 14 sorudan oluşmaktadır. Bu ölçek maddeleri 5’li likert ölçeğine (1: kesinlikle katılıyorum, 2: katılıyorum, 3: kısmen katılıyorum, 4: katılmıyorum 5: kesinlikle katılmıyorum) şeklinde düzenlenmiştir. Sanal kaytarma faaliyetinin ölçek maddeleri Örucü ve Yıldız (2014) tarafından Ege Akademik Bakış dergisinin 1. Sayısında yayımlanan “İşyerinde Kişisel İnternet ve Teknoloji Kullanımı: Sanal Kaytarma” çalışmasından izin alınarak kullanılmıştır.

Dördüncü bölüm dijital teknolojiye yönelik tutumu ölçmek sebebiyle kurumda teknoloji kullanımı, teknolojiye yönelik ilgi ve benim için teknoloji 8 soru, yetkinlik 7 soru, olumsuz yönler 5 soru, sosyal ağlar 4 soru, eğlence amaçlı kullanım 3 soru ve bilinçli kullanım 3 soru olmak üzere 6 boyut ve 30 sorudan oluşmaktadır. Bu ölçek maddeleri 5’li likert ölçeğine (1: kesinlikle katılıyorum, 2: katılıyorum, 3: kısmen katılıyorum, 4: katılmıyorum 5: kesinlikle katılmıyorum) şeklinde düzenlenmiştir. Dijital teknolojiye yönelik tutumunun ölçek maddeleri İrge ve Şen (2020) tarafından İşletme Araştırmaları Dergisinin 3. Sayısında yayımlanan “Çalışanların Dijital Teknolojiye Yönelik Tutumlarının ve İç Girişimcilik Özelliklerinin Bireysel İş Performanslarına Etkisi” çalışmasından izin alınarak kullanılmıştır.

## **F. Araştırmanın Yöntemi**

Çalışmada kullanılan ölçekten elde edilen verilerin analizi IBM SPSS 26.0 ve AMOS 23.0 paket programı kullanılarak yapılmıştır. Birinci aşamada, anketin ilk bölümünü oluşturan demografik ve genel bilgilere ilişkin yüzde ve sıklık dağılımları sunulmuştur. Ayrıca, ölçeklere yönelik cevapların yüzde ve sıklık dağılımları ile ortalama cevap ve st.sapma değerleri verilmiştir. İkinci aşamada, çalışmada kullanılan ölçeklere yönelik açıklayıcı faktör analizi (AFA) uygulanmış, ölçeğin yapı geçerliliği için ayrıca doğrulayıcı faktör analizi (DFA) kullanılmıştır. Analizlerde, yöntemlerin belirlenmesi dağılımın normal olup olmamasına göre değişir. Bu nedenle, ölçek boyutlarına Kolmogorov-Simirnov ve Shapiro-Wilk normallik sınamaları yapılacaktır. Verilerin dağılımları normal

dağılıma uymadığı için grup farklılıkları sınamasında her bir ikili grup için Mann-Whitney-U testi ve üçlü ve fazla grup için de Kruskal Wallis testleri yapılmıştır. Gruplar arasındaki farkların kaynağını tespit edebilmek için ortalama sıra (mean rank) değerleri incelenmiştir. İlişki analizleri için Kendall's tau\_b korelasyon analizi uygulanmıştır. Son aşamada, ilişkilerin belirlenmesine ve hipotezlerin test edilmesine yönelik yapısal eşitlik modeli (YEM) uygulanmış ve aracı etki rolü araştırılmıştır.

### **G. Anketin Güvenirlilik Analizi**

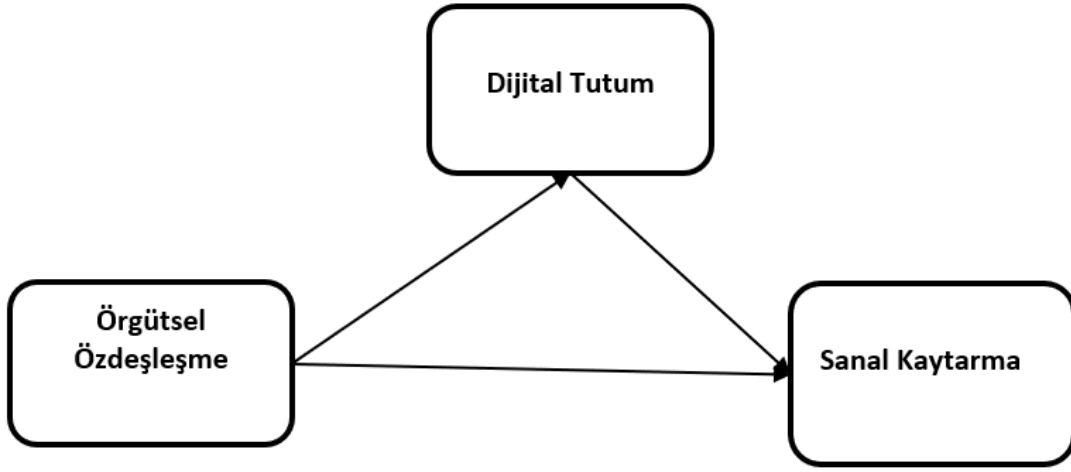
Bir ölçeğin güvenilirlik ölçeğin sınanması sebebi ile en fazla kullanılmış olan testler genellikle; “Cronbach Alpha, İkiye Bölme (Split), Paralel ve Mutlak Kesin Paralel (strict)” şeklindedir. Cronbach Alpha testi sonucunda ulaşılmış olan değer %70 veya üzerinde ise anketin başarılı olduğu söylenebilmektedir. Kimi araştırmacılar ise bu değer %75'in üzerin olmasını beklemektedir. Diğer güvenilirlik faktörlerinde %70'in üzerinde olması, anketin iç tutarlığa sahip olduğunu ve çıkarımlara güvenilebileceğini ortaya koymaktadır.

Çizelge 7. : Anketin Güvenilirlik Analizleri Sonuçları

Kriterler	Anketin Güvenirlilik Sonuçları
Cronbach_Alpha	0.903
Split	0.901-0.904
Parelel	0.904
Strict	0.903

### **H. Araştırma Modeli ve Hipotezleri**

Bu araştırmada, literatür taraması sonucunda geliştirilmiş olan hipotezleri test etme sebebi ile saha araştırmaları gerçekleştirilmiştir. Anket yöntemi kullanılarak verilerin toplanılması ile gerçekleştirilen bu araştırma Bursa ilindeki KOBİ çalışanlarına örgütsel özdeşleşmenin sanal kaytarma faaliyetinde dijital tutumun aracı rolü olup olmadığı araştırılmıştır.



Şekil 12. Araştırmanın Modeli

Bu model bağlamında oluşturulan ana hipotezlerimiz şu şekildedir.

**H1:** Örgütsel özdeşleşme ile sanal kaytarma istatistik anlamlı ilişkilidir.

**H2:** Örgütsel özdeşleşme ile dijital tutum istatistik anlamlı ilişkilidir.

**H3:** Dijital tutum ile sanal kaytarma istatistik anlamlı ilişkilidir.

**H4:** Örgütsel özdeşleşmenin sanal kaytarmaya etkisinde dijital tutumun aracı rolü vardır.

## VI. BULGULAR

Çalışmanın bu bölümünde, demografik ve genel bilgilerin yüzde dağılımları, ankete yönelik cevapların yüzde dağılımları, hipotezlerin sınanmasına yönelik grup farklılığı ve ilişki analizi sonuçlarına yer verilmiştir.

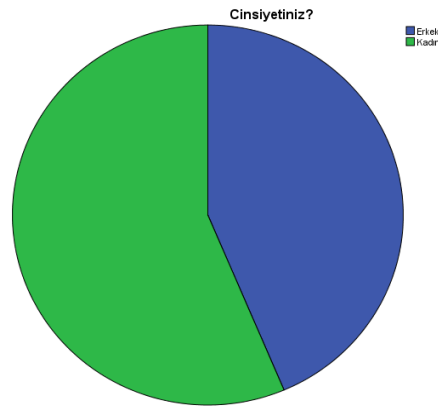
### A. Katılımcıların Demografik Özelliklerine İlişkin Bulgular

Katılımcıların demografik ve genel özelliklere ilişkin bilgileri sunulmuştur.

Çizelge 8. Cinsiyet Değişkenine Yönelik Sıklık ve Yüzde Dağılımı

Cinsiyetiniz	<i>f</i>	%
Erkek	260	43,6
Kadın	336	56,4
Toplam	596	100

Katılımcıların %56,4'ü kadın, %43,6'sı erkektir.

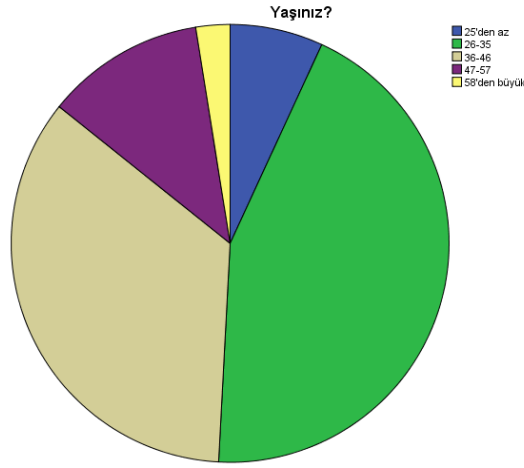


Şekil 13. Cinsiyet Değişkenine Yönelik Sıklık Dağılım Grafiği

Çizelge 9. Yaş Değişkenine Yönelik Sıklık ve Yüzde Dağılımı

Yaş	<i>f</i>	%
25'den az	41	6,9
26-35	262	44
36-46	208	34,9
47-57	70	11,7
58'den büyük	15	2,5
Toplam	596	100

Katılımcıların %6,9'u 25'den az,%44'ü 26-35 yaş arasında, %34,9'u 36-46 yaş arasında, %11,7'si 47-57 yaş arasında, %2,5'si 58'den büyüktür.

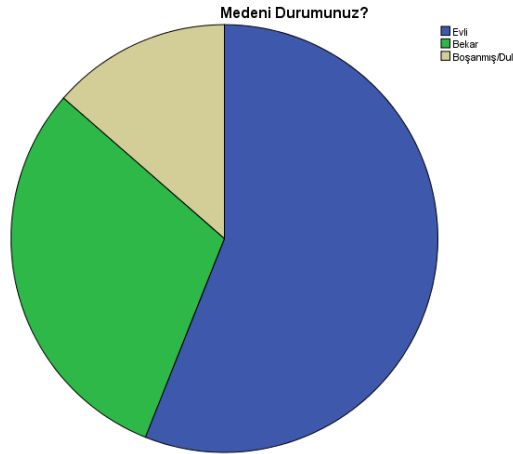


Şekil 14. Yaş Değişkenine Yönelik Sıklık Dağılım Grafiği

Çizelge 10. Medeni Duruma Yönelik Sıklık ve Yüzde Dağılımı

Medeni Durum	<i>f</i>	%
Evli	334	56
Bekar	181	30,4
Boşanmış/Dul	81	13,6
Toplam	596	100

Katılımcıların %56'sı evli, %30,4'ü bekar, %13,6'sı ise boşanmış/duldur.

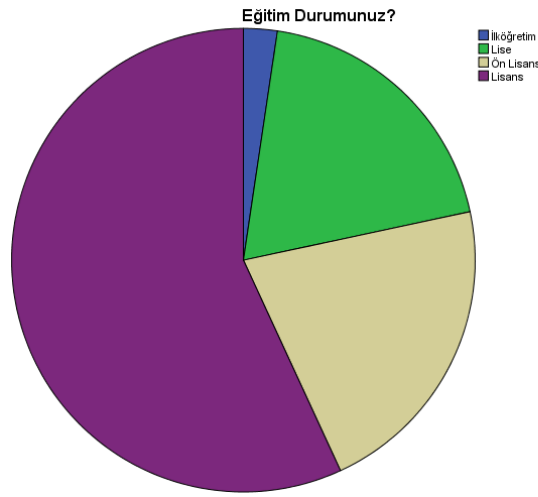


Şekil 15. Medeni Duruma Yönelik Sıklık Dağılım Grafiği

Çizelge 11. Eğitim Durumuna Yönelik Sıklık ve Yüzde Dağılımı

Eğitim Durumu	<i>f</i>	%
İlköğretim	14	2,3
Lise	115	19,3
Ön Lisans	128	21,5
Lisans	339	56,9
Toplam	596	100

Katılımcıların %20,5'i ilkokul/ortaokul, %22,8'i lise, %14,5'i ön lisans, %30,8'i lisans, %11,5'i yüksek lisans/doktora eğitim durumuna sahiptir.

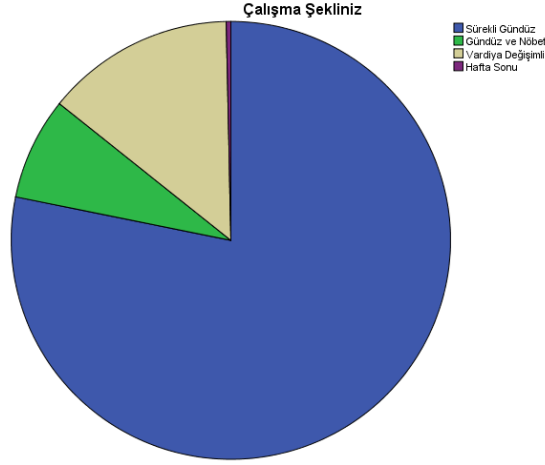


Şekil 16. Eğitim Durumuna Yönelik Sıklık Dağılım Grafiği

Çizelge 12. Çalışma Şekline Yönelik Sıklık ve Yüzde Dağılımı

Çalışma Şekli	<i>f</i>	%
Sürekli Gündüz	466	78,2
Gündüz ve Nöbet	45	7,6
Vardiya Değişimli	83	13,9
Hafta Sonu	2	0,3
Toplam	596	100

Katılımcıların %78,2'si sürekli gündüz, %7,6'sı gündüz ve nöbet, %13,9'u vardiya değişimli, %0,3'ü hafta sonu çalışmaktadır.

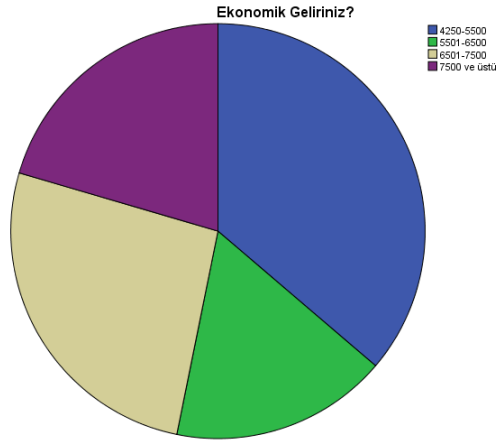


Şekil 17. Çalışma Şekline Yönelik Sıklık Dağılım Grafiği

Çizelge 13. Gelir Düzeyine Yönelik Sıklık ve Yüzde Dağılımı

Gelir Düzeyi	<i>f</i>	%
4250-5501	216	36,2
5501-6500	101	16,9
6501-7500	157	26,3
7500 ve üstü	122	20,5
Toplam	596	100

Katılımcıların %36,2'si 4250-5500 arası, %16,9'u 5501-6500 arası, %26,3'ü 6501-7500 ve son olarak %20,5'i 7500 ve üstü gelir düzeyine sahiptir.



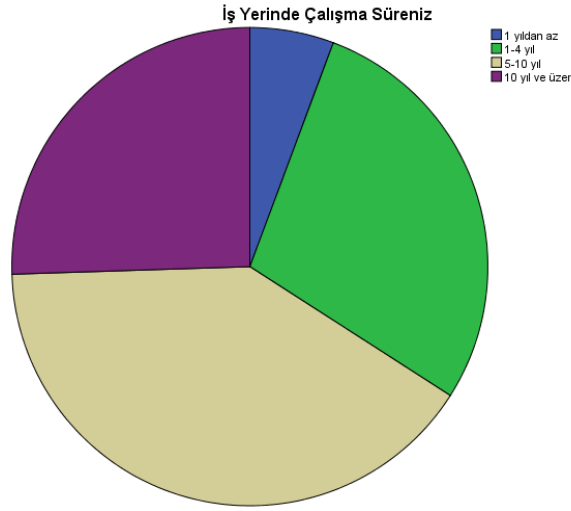
Şekil 18. Gelir Düzeyine Yönelik Sıklık Dağılım Grafiği

Çizelge 14. İş Yerinde Çalışma Süresine Yönelik Sıklık ve Yüzde Dağılımı

Sağlık Kurumu	<i>f</i>	%
1 yıldan az	34	5,7
1-4 yıl	169	28,4
5-10 yıl	241	40,4
10 yıl ve üzeri	152	25,5
Toplam	596	100



Katılımcıların, %5,7'si 1 yıldan az, %28,4'ü 1-4 yıl arası, %40,4'ü 5-10 yıl arası ve son olarak %25,5'i 10 yıl ve üzeri çalışma süresine sahiptirler.

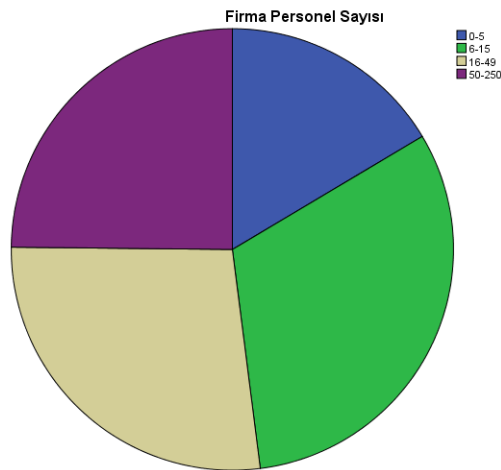


Şekil 19. İş Yerinde Çalışma Süresine Yönelik Sıklık Dağılım Grafiği

Çizelge 15. Firma Personel Sayısına Yönelik Sıklık ve Yüzde Dağılımı

Firma Personel Sayısı	<i>f</i>	%
0-5	98	16,4
6-15	188	31,5
16-49	162	27,2
50-250	148	24,8
Toplam	596	100

Katılımcıların, %16,4'ü 0-5 arası, %31,5'i 6-15 arası, %27,2'si 16-49 arasında ve son olarak %24,8'i 50-250 personel sayısı arasında yer almaktadır.

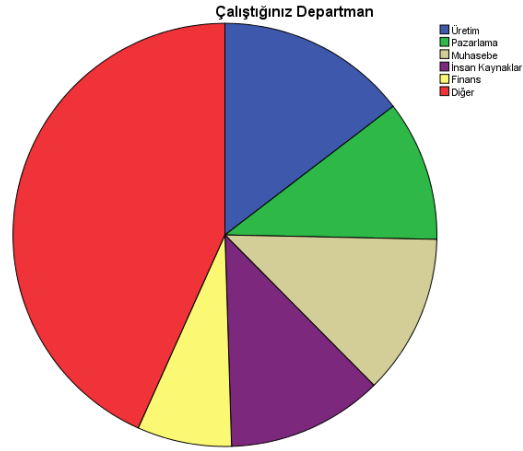


Şekil 20. Firma Personel Sayısına Yönelik Sıklık Dağılım Grafiği

Çizelge 16. Çalıştığınız Departmana Yönelik Sıklık ve Yüzde Dağılımı

Çalıştığınız Departman	<i>f</i>	%
Üretim	87	14,6
Pazarlama	64	10,7
Muhasebe	73	12,2
İnsan Kaynakları	71	11,9
Finans	43	7,2
Diğer	258	43,3
Toplam	596	100

Katılımcıların %14,6'sı Üretim, %10,7'si Pazarlama, %12,2'si Muhasebe, %11,9'u İnsan Kaynakları, %7,2'si Finans ve son olarak %43,3'ü diğer departmanları tercih etmişlerdir.



Şekil 21. Çalıştığınız Departmana Yönelik Sıklık Dağılım Grafiği

## B. Ölçeklere Yönelik Yüzde Dağılım Bilgileri

Çalışmanın bu aşamasında kullanılan ölçeklere yönelik cevap yüzdeleri ve ortalama cevaplara yer verilmiştir.

Çizelge 17. Sanal Kaytarma Ölçeğine Yönelik Yüzde Dağılım

Maddeler							Ort. ± Ss.	
	Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kısmen Katılıyorum	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum			
<b>Önemli Sanal Kaytarma Boyutu</b>								
1	Internet üzerinde oluşmuş olan sanal toplulukları ziyaret ederim (ekşi sözlük gibi)	3,4	28,7	16,9	42,3	8,7	3,24	± 1,066
2	Internet üzerinden eğlence amaçlı video seyredirim (YouTube veya zapkolik gibi)	1,5	10,7	20,3	56	11,4	3,65	± 0,873
3	Blogları okumak (yazar ile okuyucu arasındaki özgür iletişimi sağ- lama platformu)	2,9	19,1	18,6	49,5	9,9	3,44	± 1,00
4	Sosyal içerikli ağlara katılmak (Facebook, Twitter vb.)	1,5	10,4	17,1	57,6	13,4	3,71	± 0,88
5	Internet üzerinden müzik, video, film veya doküman indirmek	1,7	12,8	16,3	54,7	14,6	3,68	± 0,931
6	Eğlence amaçlı veya boş zaman doldurmak için oyun oynamak	4,2	16,1	20,5	48,5	10,7	3,45	± 1,019
7	Kişisel Web sayfası ile ilgilenmek	4,7	18,3	22,7	44,6	9,7	3,36	± 1,037
8	Internet üzerinden iş arama sitelerini ziyaret etmek	4,7	23	14,8	45,8	11,7	3,37	± 1,101
<b>Önemsiz Sanal Kaytarma</b>								
9	Internet üzerinden bankacılık işlemleri yapma (EFT, Havale işlemleri gibi)	1,5	10,4	15,9	54	18,1	3,85	± 0,896
10	Internet üzerinden haber sitelerini ziyaret etme (gazete, online haber TV'leri ve diğer haber siteleri)	1,2	8,7	15,4	53,2	21,5	3,77	± 0,917
11	İş dışı haberleşme için e-posta alma, gönderme veya kontrol etme	2,3	14,8	18,1	49,3	15,4	3,61	± 0,993
12	Kişisel ürünler için internet üzerinden alış-veriş yapmak	1	9,4	13,8	53,9	22	3,86	± 0,898
13	İş dışı genel amaçlı Web sitelerini ziyaret etme (sörf yapmak)	2,2	12,4	18,8	51,8	14,8	3,65	± 0,951
14	Yatırımla ilgili Web sitelerini ziyaret etmek (finans, borsa siteleri gibi)	5,4	18,5	16,8	47,5	11,9	3,42	± 1,084
GENEL ORTALAMA		3,55						

**Önerme 1:** “Internet üzerinde oluşmuş olan sanal toplulukları ziyaret ederim (ekşi sözlük gibi)” Önermesine katılımcıların %3,4’ü “Kesinlikle Katılmıyorum” , %28,7’si “Katılmıyorum”, %16,9’u “Kısmen Katılıyorum”, %42,3’ü “Katılıyorum” , %8,7’si “Kesinlikle Katılıyorum” yanıtını vermiştir. Bu önerme için ortalama 3,24 ve standart sapma değeri ise 1,066 olarak bulunmuştur.

**Önerme 2:** “Internet üzerinden eğlence amaçlı video seyredirim (YouTube veya zapkolik gibi)” Önermesine katılımcıların %1,5’i “Kesinlikle

Katılmıyorum” , %10,7’si “Katılmıyorum”, %20,3’ü “Kısmen Katılıyorum”, %56’sı “Katılıyorum” , %11,4’ü “Kesinlikle Katılıyorum” yanıtını vermiştir. Bu önerme için ortalama 23,65 ve standart sapma değeri ise 0,873 olarak bulunmuştur.

**Önerme 3:** “Blogları okumak (yazar ile okuyucu arasındaki özgür iletişimi sağ- lama platformu)” Önermesine katılımcıların %2,9’u “Kesinlikle Katılmıyorum” , %19,1’i “Katılmıyorum”, %18,6’sı “Kısmen Katılıyorum”, %49,5’i “Katılıyorum” , %9,9’u “Kesinlikle Katılıyorum” yanıtını vermiştir. Bu önerme için ortalama 3,44 ve standart sapma değeri ise 1 olarak bulunmuştur.

**Önerme 4:** “Sosyal içerikli ağlara katılmak (Facebook, Twitter vb.)” Önermesine katılımcıların %1,5’i “Kesinlikle Katılmıyorum” , %10,4’ü “Katılmıyorum”, %17,1’i “Kısmen Katılıyorum”, %57,6’sı “Katılıyorum” , %3,4’ü “Kesinlikle Katılıyorum” yanıtını vermiştir. Bu önerme için ortalama 3,71 ve standart sapma değeri ise 0,88 olarak bulunmuştur.

**Önerme 5:** “Internet üzerinden müzik, video, film veya doküman indirmek” Önermesine katılımcıların %1,7’si “Kesinlikle Katılmıyorum” , %12,8’i “Katılmıyorum”, %16,3’ü “Kısmen Katılıyorum”, %54,7’si “Katılıyorum” , %14,6’sı “Kesinlikle Katılıyorum” yanıtını vermiştir. Bu önerme için ortalama 3,68 ve standart sapma değeri ise 0,93 olarak bulunmuştur.

**Önerme 6:** “Eğlence amaçlı veya boş zaman doldurmak için oyun oynamak” Önermesine katılımcıların %4,2’si “Kesinlikle Katılmıyorum” , %16,1’i “Katılmıyorum”, %20,5’i “Kısmen Katılıyorum”, %48,5’i “Katılıyorum” , %10,7’si “Kesinlikle Katılıyorum” yanıtını vermiştir. Bu önerme için ortalama 3,45 ve standart sapma değeri ise 1,01 olarak bulunmuştur.

**Önerme 7:** “Kişisel Web sayfası ile ilgilenmek” Önermesine katılımcıların %4,7’si “Kesinlikle Katılmıyorum” , %18,3’ü “Katılmıyorum”, %22,7’si “Kısmen Katılıyorum”, %44,6’sı “Katılıyorum” , %9,7’si “Kesinlikle Katılıyorum” yanıtını vermiştir. Bu önerme için ortalama 3,36 ve standart sapma değeri ise 1,03 olarak bulunmuştur.

**Önerme 8:** “Internet üzerinden iş arama sitelerini ziyaret etmek” Önermesine katılımcıların %4,7’si “Kesinlikle Katılmıyorum” , %18,3’ü “Katılmıyorum”, %22,7’si “Kısmen Katılıyorum”, %44,6’sı “Katılıyorum” ,

%9,7'si "Kesinlikle Katılıyorum" yanıtını vermiştir. Bu önerme için ortalama 3,37 ve standart sapma değeri ise 1,1 olarak bulunmuştur.

**Önerme 9:** "İnternet üzerinden bankacılık işlemleri yapma (EFT, Havale işlemleri gibi)" Önermesine katılımcıların %1,5'i "Kesinlikle Katılmıyorum" , %10,4'ü "Katılmıyorum", %15,9'u "Kısmen Katılıyorum", %54'ü "Katılıyorum" , %18,1'i "Kesinlikle Katılıyorum" yanıtını vermiştir. Bu önerme için ortalama 3,85 ve standart sapma değeri ise 0,89 olarak bulunmuştur.

**Önerme 10:** "İnternet üzerinden haber sitelerini ziyaret etme (gazete, online haber TV'leri ve diğer haber siteleri)" Önermesine katılımcıların %1,2'si "Kesinlikle Katılmıyorum" , %8,7'si "Katılmıyorum", %15,4'ü "Kısmen Katılıyorum", %53,2'si "Katılıyorum" , % 21,5'i "Kesinlikle Katılıyorum" yanıtını vermiştir. Bu önerme için ortalama 3,77 ve standart sapma değeri ise 0,91 olarak bulunmuştur.

**Önerme 11:** "İş dışı haberleşme için e-posta alma, gönderme veya kontrol etme" Önermesine katılımcıların %2,3'ü "Kesinlikle Katılmıyorum" , %14,8'i "Katılmıyorum", %18,1'i "Kısmen Katılıyorum", %49,3'ü "Katılıyorum" , %15,4'ü "Kesinlikle Katılıyorum" yanıtını vermiştir. Bu önerme için ortalama 3,61 ve standart sapma değeri ise 0,99 olarak bulunmuştur.

**Önerme 12:** "Kişisel ürünler için internet üzerinden alış-veriş yapmak" Önermesine katılımcıların %1'i "Kesinlikle Katılmıyorum" , %9,4'ü "Katılmıyorum", %13,8'i "Kısmen Katılıyorum", %53,9'u "Katılıyorum" , %22'si "Kesinlikle Katılıyorum" yanıtını vermiştir. Bu önerme için ortalama 3,86 ve standart sapma değeri ise 0,89 olarak bulunmuştur.

**Önerme 13:** "İş dışı genel amaçlı Web sitelerini ziyaret etme (sörf yapmak)" Önermesine katılımcıların %2,2'si "Kesinlikle Katılmıyorum" , %12,4'ü "Katılmıyorum", %18,8'i "Kısmen Katılıyorum", %51,8'i "Katılıyorum" , %14,8'i "Kesinlikle Katılıyorum" yanıtını vermiştir. Bu önerme için ortalama 3,65 ve standart sapma değeri ise 0,95 olarak bulunmuştur.

**Önerme 14:** "Yatırımla ilgili Web sitelerini ziyaret etmek (finans, borsa siteleri gibi)" Önermesine katılımcıların %5,4'ü "Kesinlikle Katılmıyorum" , %18,5'i "Katılmıyorum", %16,8'i "Kısmen Katılıyorum", %47,5'i

“Katılıyorum” , %11,9’u “Kesinlikle Katılıyorum” yanıtını vermiştir. Bu önerme için ortalama 3,42 ve standart sapma değeri ise 1,08 olarak bulunmuştur.

Çizelge 18. Örgütsel Özdeşleşme Ölçeğine Yönelik Yüzde Dağılım

Maddeler						Ort. ± Ss.	
	Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kısmen Katılıyorum	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum		
<b>ÖRGÜTSEL ÖZDEŞLEŞME ÖLÇEĞİ</b>							
1	Dışarıdaki kişilerin çalıştığım firmayı eleştirmelerine sinirlenirim.	2	14,9	19,3	46,8	16,9	3,62 ± 0,998
2	Diğer insanların çalıştığım işyeri hakkındaki düşünceleri beni çok ilgilendirir.	2	13,4	21	46	17,6	3,64 ± 0,987
3	Çalıştığım işyeri hakkında konuştuğumda; “onlar “yerine “biz” kelimesini kullanırım.	1,2	10,4	18,8	46,3	23,3	3,8 ± 0,951
4	Çalıştığım işyerinin başarısı benim başarımdır.	1,5	12,1	26,8	44,8	14,8	3,59 ± 0,933
5	Başka biri çalıştığım işyerini övdüğünde, bunu kişisel iltifat olarak düşünürüm.	1,5	13,8	23	46,6	15,1	3,6 ± 0,954
6	Medyada, çalıştığım işyerine yönelik bir eleştiri yer aldığında kendimi kötü hissederim	1,2	12,2	22,7	46,6	17,3	3,67 ± 0,941
GENEL ORTALAMA			3,66				

**Önerme 1:** “Dışarıdaki kişilerin çalıştığım firmayı eleştirmelerine sinirlenirim.” Önermesine katılımcıların %2’si “Kesinlikle Katılmıyorum” , %14,9’u “Katılmıyorum”, %19,3’ü “Kısmen Katılıyorum”, %46,8’i “Katılıyorum” , %16,9’u “Kesinlikle Katılıyorum” yanıtını vermiştir. Bu önerme için ortalama 3,62 ve standart sapma değeri ise 0,99 olarak bulunmuştur.

**Önerme 2:** “Diğer insanların çalıştığım işyeri hakkındaki düşünceleri beni çok ilgilendirir.” Önermesine katılımcıların %2’si “Kesinlikle Katılmıyorum” , %13,4’ü “Katılmıyorum”, %21’i “Kısmen Katılıyorum”, %46’sı “Katılıyorum” , %17,6’sı “Kesinlikle Katılıyorum” yanıtını vermiştir. Bu önerme için ortalama 3,64 ve standart sapma değeri ise 0,98 olarak bulunmuştur.

**Önerme 3:** “Çalıştığım işyeri hakkında konuştuğumda; “onlar “yerine “biz” kelimesini kullanırım.” Önermesine katılımcıların %1,2’si “Kesinlikle Katılmıyorum” , %10,4’ü “Katılmıyorum”, %18,8’i “Kısmen Katılıyorum”, %46,3’ü “Katılıyorum” , %23,3 “Kesinlikle Katılıyorum” yanıtını vermiştir. Bu önerme için ortalama 3,8 ve standart sapma değeri ise 0,95 olarak bulunmuştur.

**Önerme 4:** “Çalıştığım işyerinin başarısı benim başarımdır.” Önermesine katılımcıların %1,5’i “Kesinlikle Katılmıyorum” , %12,1’i “Katılmıyorum”, %26,8’i “Kısmen Katılıyorum”, %44,8’i “Katılıyorum” , %14,8’i “Kesinlikle Katılıyorum” yanıtını vermiştir. Bu önerme için ortalama 3,59 ve standart sapma değeri ise 0,93 olarak bulunmuştur.

**Önerme 5:** “Başka biri çalıştığım işyerini övdüğünde, bunu kişisel iltifat olarak düşünürüm.” Önermesine katılımcıların %1,5’i “Kesinlikle Katılmıyorum” , %13,8’i “Katılmıyorum”, %23’ü “Kısmen Katılıyorum”, %46,6’sı “Katılıyorum” , %15,1’i “Kesinlikle Katılıyorum” yanıtını vermiştir. Bu önerme için ortalama 3,6 ve standart sapma değeri ise 0,95 olarak bulunmuştur.

**Önerme 6:** “Medyada, çalıştığım işyerine yönelik bir eleştiri yer aldığında kendimi kötü hissederim” Önermesine katılımcıların %1,2’si “Kesinlikle Katılmıyorum” , %12,2’si “Katılmıyorum”, %22,7’si “Kısmen Katılıyorum”, %46,6’sı “Katılıyorum” , %17,3’ü “Kesinlikle Katılıyorum” yanıtını vermiştir. Bu önerme için ortalama 3,67 ve standart sapma değeri ise 0,94 olarak bulunmuştur.

Çizelge 19. Dijital Teknolojiye Yönelik Tutum Ölçeğine Yönelik Yüzde Dağılım

Maddeler	Ort. ± Ss.						
	Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kısmen Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	
<b>Teknolojiye Yönelik İlgi Boyutu</b>							
1	Dijital teknolojiyi günlük yaşantımda kullanmak hoşuma gider.	1	9,7	19,5	54,9	14,9	3,73 ± 0,867
2	Dijital teknoloji alanında yeni bilgiler öğrenmek hoşuma gider.	0,8	12,9	23	49,7	13,6	3,62 ± 0,904
3	Çevremeye yararlı işlerde teknolojiyi etkin kullanabilmeyi isterim.	1,3	12,4	22,1	50,8	13,3	3,62 ± 0,911
4	Bilgisayar destekli ortamlarda dijital materyaller ile çalışmak işe olan ilgimi artırır	1,2	11,6	21,5	49,7	16,1	3,68 ± 0,918
5	Dijital teknolojilerin beni geliştirdiğine inanıyorum.	1,3	13,3	22	51	12,4	3,6 ± 0,914
6	Kurumda dijital teknolojilerden yararlanmak başarılı olmamı sağlar.	1	13,4	24,3	47,8	13,4	3,59 ± 0,917
7	Dijital teknoloji ile ilgili haberler dikkatimi çeker.	0,8	13,3	22,7	47,3	15,9	3,64 ± 0,93
8	Dijital teknoloji ortamında geçirilen zaman boşa harcanır.	2	17,1	25,2	44,6	11,1	3,46 ± 0,967
<b>Yetkinlik Boyutu</b>							
9	Yeni bir dijital teknoloji kullanırken karşılaştığım problemin çözümü konusunda kendime güvenirim.	2,3	19,5	24,5	44,5	9,2	3,39 ± 0,977
10	Çevremde dijital teknolojiyi etkin kullanma konusunda liderim.	3,4	22,1	23,5	41,6	9,4	3,32 ± 1,025
11	Dijital teknolojileri kullanmak için yeterli beceriye sahibim.	2,5	18,8	27,5	42,6	8,6	3,36 ± 0,964
12	Dijital teknolojileri kullanırken hızlı ve pratik işlem yapabilirim.	2,2	16,8	27,3	44,5	9,2	3,42 ± 0,946
13	Anlaşılması en zor dijital bir teknolojiyi bile kullanacağımdan eminim.	4,5	20,8	26	40,9	7,7	3,27 ± 1,019
14	Teknolojiyi insanların nasıl kullanmaları gerektiğine dair konularda fikir üretebilirim.	3,5	20	27,5	41,1	7,9	3,3 ± 0,99
15	Dijital teknolojileri kullanırken yaratıcı düşünürüm.	2,9	17,6	26,3	44,3	8,9	3,39 ± 0,97
<b>Olumsuz Yönler Boyutu</b>							
16	Dijital teknoloji alanında uzman olarak çalışmak sıkıcıdır.	13,9	39,9	18,1	25	3	2,63 ± 1,093
17	Dijital teknoloji ortamında geçirilen zaman boşa harcanır.	16,4	40,8	16,4	22	4,4	2,57 ± 1,13
18	Dijital ortamda fazla zaman harcamak beni yorar.	10,9	32,9	24,5	27	4,7	2,82 ± 1,092
19	İnternette hazır kaynaklara ulaşmak yaratıcılığımı engeller.	9,1	34,2	26,5	25,7	4,5	2,82 ± 1,055
20	Dijital teknolojileri kullanmak sıkıcıdır.	12,1	45,3	19,1	19,8	3,7	2,58 ± 1,051
<b>Sosyal Ağlar Boyutu</b>							
21	Sosyal ağları (facebook, twitter, vb.) kullanmak dijital teknolojinin en iyi avantajlarından biridir.	0,7	15,3	21,6	48,5	13,9	3,6 ± 0,931



Çizelge 19. (devamı) Dijital Teknolojiye Yönelik Tutum Ölçeğine Yönelik Yüzde Dağılım

Maddeler							Ort. ± Ss.		
	Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kısmen Katılıyorum	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum				
22 Sosyal ağları (facebook, twitter, vb.) etkin olarak kullanırım.	1	13,1	18,5	52	15,4	3,68	±	0,922	
23 Daha çok sosyal ağları (facebook, twitter ,vb.) kullanmak için dijital teknolojilerden yararlanırım.	1,5	12,8	21	49	15,8	3,65	±	0,944	
24 Sosyal ağlarda (facebook, twitter, vb.) kendimi daha rahat ifade ederim.	1,7	15,6	21,6	46,3	14,8	3,57	±	0,977	
Eğlence Amaçlı Kullanım Boyutu									
25 Daha çok oyun oynamak için dijital teknolojilerden yararlanırım.	5	16,9	24	41,8	12,2	3,39	±	1,061	
26 Bilgisayar oyunları oynarken daha çok eğlenirim.	5,5	17,6	23,3	41,9	11,6	3,36	±	1,072	
27 Dijital teknolojiyi daha çok eğlence aracı olarak kullanırım.	3	14,3	26,3	44,3	12,1	3,48	±	0,979	
Bilinçli Kullanım Boyutu									
28 Dijital teknolojiler faydalı amaç için kullanılmalıdır.	0,5	6,9	14,8	42,3	35,6	4,06	±	0,907	
29 İnternet ortamında benim için hangi bilginin yararlı olduğunu ayırt edebilirim.	0,5	8,1	16,9	44,1	30,4	3,96	±	0,917	
30 Dijital teknolojiyi yaşamımı kolaylaştırmak için etkin olarak kullanırım.	1	8,1	18,6	44,8	27,5	3,9	±	0,93	
GENEL ORTALAMA	3,41								

**Önerme 1:** “Dijital teknolojiyi günlük yaşantımda kullanmak hoşuma gider.” Önermesine katılımcıların %1’i “Kesinlikle Katılmıyorum”, %9,7’si “Katılmıyorum”, %19,5’i “Kısmen Katılıyorum”, %54,9’u “Katılıyorum”, %14,9’u “Kesinlikle Katılıyorum” yanıtını vermiştir. Bu önerme için ortalama 3,73 ve standart sapma değeri ise 0,86 olarak bulunmuştur.

**Önerme 2:** “Dijital teknoloji alanında yeni bilgiler öğrenmek hoşuma gider.” Önermesine katılımcıların %0,8’i “Kesinlikle Katılmıyorum”, %12,9’u “Katılmıyorum”, %23’ü “Kısmen Katılıyorum”, %49,7’si “Katılıyorum”, %13,6’sı “Kesinlikle Katılıyorum” yanıtını vermiştir. Bu önerme için ortalama 3,62 ve standart sapma değeri ise 0,90 olarak bulunmuştur.

**Önerme 3:** “Çevreme yararlı işlerde teknolojiyi etkin kullanabilmeyi isterim.” Önermesine katılımcıların %1,3’ü “Kesinlikle Katılmıyorum”, %12,4’ü “Katılmıyorum”, %22,1’i “Kısmen Katılıyorum”, %50,8’i “Katılıyorum”, %13,3’ü “Kesinlikle Katılıyorum” yanıtını vermiştir. Bu önerme için ortalama 3,62 ve standart sapma değeri ise 0,91 olarak bulunmuştur.

**Önerme 4:** “Bilgisayar destekli ortamlarda dijital materyaller ile çalışmak işe olan ilgimi artırır.” Önermesine katılımcıların %1,2’si “Kesinlikle Katılmıyorum” , %11,6’sı “Katılmıyorum”, %21,5’i “Kısmen Katılıyorum”, %49,7’si “Katılıyorum” , %16,1’i “Kesinlikle Katılıyorum” yanıtını vermiştir. Bu önerme için ortalama 3,68 ve standart sapma değeri ise 0,91 olarak bulunmuştur.

**Önerme 5:** “Dijital teknolojilerin beni geliştirdiğine inanıyorum.” Önermesine katılımcıların %1,3’ü “Kesinlikle Katılmıyorum” , %13,3’ü “Katılmıyorum”, %22’si “Kısmen Katılıyorum”, %51’i “Katılıyorum” , %12,4’ü “Kesinlikle Katılıyorum” yanıtını vermiştir. Bu önerme için ortalama 3,6 ve standart sapma değeri ise 0,91 olarak bulunmuştur.

**Önerme 6:** “Kurumda dijital teknolojilerden yararlanmak başarılı olmamı sağlar.” Önermesine katılımcıların %1’i “Kesinlikle Katılmıyorum” , %13,4’ü “Katılmıyorum”, %24,3’ü “Kısmen Katılıyorum”, %47,8’i “Katılıyorum” , %13,4’ü “Kesinlikle Katılıyorum” yanıtını vermiştir. Bu önerme için ortalama 3,59’u ve standart sapma değeri ise 0,91 olarak bulunmuştur.

**Önerme 7:** “Dijital teknoloji ile ilgili haberler dikkatimi çeker.” Önermesine katılımcıların %0,8’i “Kesinlikle Katılmıyorum” , %13,3’ü “Katılmıyorum”, %22,7’si “Kısmen Katılıyorum”, %47,3’ü “Katılıyorum” , %15,9’u “Kesinlikle Katılıyorum” yanıtını vermiştir. Bu önerme için ortalama 3,64 ve standart sapma değeri ise 0,93 olarak bulunmuştur.

**Önerme 8:** “Dijital teknoloji ortamında geçirilen zaman boşa harcanır Önermesine katılımcıların %2’si “Kesinlikle Katılmıyorum” , %17,1’i “Katılmıyorum”, %25,2’si “Kısmen Katılıyorum”, %44,6’sı “Katılıyorum” , %11,1’i “Kesinlikle Katılıyorum” yanıtını vermiştir. Bu önerme için ortalama 3,46 ve standart sapma değeri ise 0,96 olarak bulunmuştur.

**Önerme 9:** “Yeni bir dijital teknoloji kullanırken karşılaştığım problemin çözümü konusunda kendime güvenirim.” Önermesine katılımcıların %2,3’ü “Kesinlikle Katılmıyorum” , %19,5’i “Katılmıyorum”, %24,5’i “Kısmen Katılıyorum”, %44,5’i “Katılıyorum” , %9,2’si “Kesinlikle Katılıyorum” yanıtını vermiştir. Bu önerme için ortalama 3,39 ve standart sapma değeri ise 0,97 olarak bulunmuştur.

**Önerme 10:** “Çevremde dijital teknolojiyi etkin kullanma konusunda liderim.” Önermesine katılımcıların %3,4’ü “Kesinlikle Katılmıyorum” , %22,1’i “Katılmıyorum”, %23,5’i “Kısmen Katılıyorum”, %41,6’sı “Katılıyorum” , %9,4’ü “Kesinlikle Katılıyorum” yanıtını vermiştir. Bu önerme için ortalama 3,32 ve standart sapma değeri ise 1,02 olarak bulunmuştur.

**Önerme 11:** “Dijital teknolojileri kullanmak için yeterli beceriye sahibim.” Önermesine katılımcıların %2,5’i “Kesinlikle Katılmıyorum” , %18,8’i “Katılmıyorum”, %27,5’i “Kısmen Katılıyorum”, %42,6’sı “Katılıyorum” , %8,6’sı “Kesinlikle Katılıyorum” yanıtını vermiştir. Bu önerme için ortalama 3,36 ve standart sapma değeri ise 0,96 olarak bulunmuştur.

**Önerme 12:** “Dijital teknolojileri kullanırken hızlı ve pratik işlem yapabilirim.” Önermesine katılımcıların %2,2’si “Kesinlikle Katılmıyorum” , %16,8’i “Katılmıyorum”, %27,3’ü “Kısmen Katılıyorum”, %44,5’i “Katılıyorum” , %9,2’si “Kesinlikle Katılıyorum” yanıtını vermiştir. Bu önerme için ortalama 3,42 ve standart sapma değeri ise 0,94 olarak bulunmuştur.

**Önerme 13:** “Anlaşılması en zor dijital bir teknolojiyi bile kullanacağımdan eminim.” Önermesine katılımcıların %4,5’i “Kesinlikle Katılmıyorum” , %20,8’i “Katılmıyorum”, %26’sı “Kısmen Katılıyorum”, %40,9’u “Katılıyorum” , %7,7’si “Kesinlikle Katılıyorum” yanıtını vermiştir. Bu önerme için ortalama 3,27 ve standart sapma değeri ise 1,01 olarak bulunmuştur.

**Önerme 14:** “Teknolojiyi insanların nasıl kullanmaları gerektiğine dair konularda fikir üretebilirim.” Önermesine katılımcıların %3,5’i “Kesinlikle Katılmıyorum” , %20’si “Katılmıyorum”, %27,5’i “Kısmen Katılıyorum”, %41,1’i “Katılıyorum” , %7,9’u “Kesinlikle Katılıyorum” yanıtını vermiştir. Bu önerme için ortalama 3,3 ve standart sapma değeri ise 0,99 olarak bulunmuştur.

**Önerme 15:** “Dijital teknolojileri kullanırken yaratıcı düşünürüm.” Önermesine katılımcıların %2,9’u “Kesinlikle Katılmıyorum” , %17,6’sı “Katılmıyorum”, %26,3’ü “Kısmen Katılıyorum”, %44,3’ü “Katılıyorum” , %8,9’u “Kesinlikle Katılıyorum” yanıtını vermiştir. Bu önerme için ortalama 3,39 ve standart sapma değeri ise 0,97 olarak bulunmuştur.

**Önerme 16:** “Dijital teknoloji alanında uzman olarak çalışmak sıkıcıdır.” Önermesine katılımcıların %13,9’u “Kesinlikle Katılmıyorum” , %39,9’u

“Katılmıyorum”, %18,1’i “Kısmen Katılıyorum”, %25’i “Katılıyorum” , %3’ü “Kesinlikle Katılıyorum” yanıtını vermiştir. Bu önerme için ortalama 2,63 ve standart sapma değeri ise 1,09 olarak bulunmuştur.

**Önerme 17:** “Dijital teknoloji ortamında geçirilen zaman boşa harcanır.” Önermesine katılımcıların %16,4’ü “Kesinlikle Katılmıyorum” , %40,8’i “Katılmıyorum”, %16,4’ü “Kısmen Katılıyorum”, %22’si “Katılıyorum” , %4,4’ü “Kesinlikle Katılıyorum” yanıtını vermiştir. Bu önerme için ortalama 2,57 ve standart sapma değeri ise 1,13 olarak bulunmuştur.

**Önerme 18:** “Dijital ortamda fazla zaman harcamak beni yorar.” Önermesine katılımcıların %10,9’u “Kesinlikle Katılmıyorum” , %32,9’u “Katılmıyorum”, %24,5’i “Kısmen Katılıyorum”, %27’si “Katılıyorum” , %4,7’si “Kesinlikle Katılıyorum” yanıtını vermiştir. Bu önerme için ortalama 2,82 ve standart sapma değeri ise 1,09 olarak bulunmuştur.

**Önerme 19:** “İnternette hazır kaynaklara ulaşmak yaratıcılığımı engeller.” Önermesine katılımcıların %9,1’i “Kesinlikle Katılmıyorum” , %34,2’si “Katılmıyorum”, %26,5’i “Kısmen Katılıyorum”, %25,7’si “Katılıyorum” , %4,5’i “Kesinlikle Katılıyorum” yanıtını vermiştir. Bu önerme için ortalama 2,82 ve standart sapma değeri ise 1,05 olarak bulunmuştur.

**Önerme 20:** “Dijital teknolojileri kullanmak sıkıcıdır.” Önermesine katılımcıların %12,1’i “Kesinlikle Katılmıyorum” , %45,3’ü “Katılmıyorum”, %19,1’i “Kısmen Katılıyorum”, %19,8’i “Katılıyorum” , %3,7’si “Kesinlikle Katılıyorum” yanıtını vermiştir. Bu önerme için ortalama 2,58 ve standart sapma değeri ise 1,05 olarak bulunmuştur.

**Önerme 21:** “Sosyal ağları (facebook, twitter, vb.) kullanmak dijital teknolojinin en iyi avantajlarından biridir.” Önermesine katılımcıların %0,7’si “Kesinlikle Katılmıyorum” , %15,3’ü “Katılmıyorum”, %21,6’si “Kısmen Katılıyorum”, %48,5’i “Katılıyorum” , %13,9’u “Kesinlikle Katılıyorum” yanıtını vermiştir. Bu önerme için ortalama 3,6 ve standart sapma değeri ise 0,93 olarak bulunmuştur.

**Önerme 22:** “Sosyal ağları (facebook, twitter, vb.) etkin olarak kullanırım.” Önermesine katılımcıların %1’i “Kesinlikle Katılmıyorum” , %13,1’i “Katılmıyorum”, %18,5’i “Kısmen Katılıyorum”, %52’si “Katılıyorum” ,

%15,4'ü “Kesinlikle Katılıyorum” yanıtını vermiştir. Bu önerme için ortalama 3,68 ve standart sapma değeri ise 0,92 olarak bulunmuştur.

**Önerme 23:** “Daha çok sosyal ağları (facebook, twitter ,vb.) kullanmak için dijital teknolojilerden yararlanırım.” Önermesine katılımcıların %1,5'i “Kesinlikle Katılmıyorum” , %12,8'i “Katılmıyorum”, %21'i “Kısmen Katılıyorum”, %49'u “Katılıyorum” , %15,8'i “Kesinlikle Katılıyorum” yanıtını vermiştir. Bu önerme için ortalama 3,66 ve standart sapma değeri ise 0,94 olarak bulunmuştur.

**Önerme 24:** “Sosyal ağlarda(facebook, twitter, vb.) kendimi daha rahat ifade ederim.” Önermesine katılımcıların %1,7'si “Kesinlikle Katılmıyorum” , %15,6'sı “Katılmıyorum”, %21,6'sı “Kısmen Katılıyorum”, %46,3'ü “Katılıyorum” , %14,8'i “Kesinlikle Katılıyorum” yanıtını vermiştir. Bu önerme için ortalama 3,57 ve standart sapma değeri ise 0,97 olarak bulunmuştur.

**Önerme 25:** “Daha çok oyun oynamak için dijital teknolojilerden yararlanırım.” Önermesine katılımcıların %5'i “Kesinlikle Katılmıyorum” , %16,9'u “Katılmıyorum”, %24'ü “Kısmen Katılıyorum”, %41,8'si “Katılıyorum” , %12,2'si “Kesinlikle Katılıyorum” yanıtını vermiştir. Bu önerme için ortalama 3,39 ve standart sapma değeri ise 1,06 olarak bulunmuştur.

**Önerme 26:** “Bilgisayar oyunları oynarken daha çok eğlenirim.” Önermesine katılımcıların %5,5'i “Kesinlikle Katılmıyorum” , %17,6'sı “Katılmıyorum”, %23,3'ü “Kısmen Katılıyorum”, %41,9'si “Katılıyorum” , %11,6'sı “Kesinlikle Katılıyorum” yanıtını vermiştir. Bu önerme için ortalama 3,36 ve standart sapma değeri ise 1,07 olarak bulunmuştur.

**Önerme 27:** “Dijital teknolojiyi daha çok eğlence aracı olarak kullanırım.” Önermesine katılımcıların %3'ü “Kesinlikle Katılmıyorum” , %14,3'ü “Katılmıyorum”, %26,3'ü “Kısmen Katılıyorum”, %44,3'ü “Katılıyorum” , %12,1'i “Kesinlikle Katılıyorum” yanıtını vermiştir. Bu önerme için ortalama 3,48 ve standart sapma değeri ise 0,97 olarak bulunmuştur.

**Önerme 28:** “Dijital teknolojiler faydalı amaç için kullanılmalıdır.” Önermesine katılımcıların %0,5'i “Kesinlikle Katılmıyorum” , %6,9'u “Katılmıyorum”, %14,8'i “Kısmen Katılıyorum”, %42,3'ü “Katılıyorum” ,

%35,6'sı “Kesinlikle Katılıyorum” yanıtını vermiştir. Bu önerme için ortalama 4,06 ve standart sapma değeri ise 0,90 olarak bulunmuştur.

**Önerme 29:** “İnternet ortamında benim için hangi bilginin yararlı olduğunu ayırt edebilirim.” Önermesine katılımcıların %0,5'i “Kesinlikle Katılmıyorum” , %8,1'i “Katılmıyorum”, %16,9'u “Kısmen Katılıyorum”, %44,1'i “Katılıyorum” , %30,4'ü “Kesinlikle Katılıyorum” yanıtını vermiştir. Bu önerme için ortalama 3,96 ve standart sapma değeri ise 0,91 olarak bulunmuştur.

**Önerme 30:** “Dijital teknolojiyi yaşamımı kolaylaştırmak için etkin olarak kullanırım.” Önermesine katılımcıların %1'i “Kesinlikle Katılmıyorum” , %8,1'i “Katılmıyorum”, %18,6'sı “Kısmen Katılıyorum”, %44,8'i “Katılıyorum” , %27,5'i “Kesinlikle Katılıyorum” yanıtını vermiştir. Bu önerme için ortalama 3,9 ve standart sapma değeri ise 0,93 olarak bulunmuştur.

### C. Açıklayıcı Faktör Analizi (AFA)

Faktör analizi, birbiriyle ilişkili p tane değişkeni bir araya getirerek az sayıda ilişkisiz ve kavramsal olarak anlamlı yeni değişkenler (faktörler, boyutlar) bulmayı, keşfetmeyi amaçlayan çok değişkenli bir istatistiktir. Ölçeklere yönelik açıklayıcı faktör analizi sürecinde öncelikle verilerin faktör analizine uygunluğu test edilmiştir. Veri setinin uygunluğunun yapılan testlerle onaylanmasının ardından faktör yapısının ortaya konulması amacıyla faktör tutma yöntemi olarak “Varimax” döndürme metodu ile “Temel Bileşenler Analizi” yöntemi uygulanmıştır.

Faktör analizi sonucunda Extraction (çıkarma) sütununda değeri 0,20'nin altında kalan sorular Costello ve Osborne'un (2005) çalışmasında belirtildiği üzere, varyans değişime etkileri az olduğu için analiz dışında bırakılmalıdır. Bu çalışmada elde edilen faktörlerde 0,20 değerinin altında bir soru olmadığı için çıkarma yapılmamıştır. Anti-imağ matris diyagonal değerleri her üç ölçek için 0.50 değerinin üzerinde çıkmıştır. Böylece soru çıkarılmamış, ölçekler orijinal haliyle kullanılmıştır.

Çizelge 20. Açıklayıcı Faktör Analizi Sonuçları

Sanal Kaytarma Ölçeği	Varyansı Açıklama Yüzdesi	Cronbach-Alpha (CA)	Cevap Ortalaması
Önemli Sanal Kaytarma	%36.68	0.917	3,489
Önemsiz Sanal Kaytarma	%32.14	0.913	3,693
KMO= 0.921; Bartlett $\chi^2=7842.99$ ve $p= 0.000$ ; Varyans Açıklama Yüzde: %68.82			
Dijital Teknolojilere Tutum Ölçeği	Varyansı Açıklama Yüzdesi	Cronbach-Alpha (CA)	Cevap Ortalaması
Teknolojiye Yönelik İlgi	%20.72	0.919	3,618
Yetkinlik	%18.36	0.911	3,347
Olumsuz Yönler	%14.20	0.917	3,315
Sosyal Ağlar	%10.86	0.909	3,622
Eğlence Amaçlı Kullanım	%9.41	0.915	3,412
Bilinçli Kullanım	%8.32	0.912	3,970
KMO= 0.931; Bartlett $\chi^2=8573.16$ ve $p= 0.000$ ; Varyans Açıklama Yüzde: %81.87			
Örgütsel Özdeşleşme Ölçeği	Varyansı Açıklama Yüzdesi	Cronbach-Alpha (CA)	Cevap Ortalaması
Örgütsel Özdeşleşme	%68.14	0.918	3,652
KMO= 0.928; Bartlett $\chi^2=6931.44$ ve $p= 0.000$ ; Varyans Açıklama Yüzde: %68.14			

Faktör yapısında, sanal kaytarma için 2 faktör, dijital teknolojilere uyum için 6 faktör ve örgütsel özdeşleşme için 1 faktör özdeğerleri 1'den yüksek olarak elde edilmiştir. Sanal kaytarma ölçeği Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) örneklem yeterliği, iyi düzeyi ifade eden 0.70 değerinin üzerinde 0.921, dijital teknolojilere tutum ölçeği 0.931 ve örgütsel özdeşleşme için 0.928 olarak elde edilmiştir. Analizi yapılacak olan değişkenlerin tutarlılığını ölçmek için yapılan Bartlett küresellik testinin sonucu sanal kaytarma ölçeği için istatistik anlamlı ( $\chi^2= 7842.99$  ve  $p= 0.000$ ), dijital teknolojilere tutum ölçeği için ( $\chi^2= 8573.16$  ve  $p= 0.001$ ) ve örgütsel özdeşleşme ölçeği için ( $\chi^2= 6931.44$  ve  $p= 0.001$ ) olarak elde edilmiştir. Anti-imaj korelasyon matrisi sonuçlarına göre, ifadelerin çapraz ilişki katsayıları kritik düzey olan 0.5'in üzerinde elde edilmiştir. Diğer yandan her üç ölçek için extraction (çıkarma) sütununda 0.20'nin altında soru yoktur, böylece soru çıkarımına gidilmemiştir. Faktör ağırlıkları sanal kaytarma ölçeği için (0.64-0.78) arasında, dijital teknolojilere uyum ölçeği için (0.67-0.81) arasında ve örgütsel özdeşleşme için (0.59-0.79) arasında elde edilmiştir.

#### D. Doğrulayıcı Faktör Analizi (DFA)

Doğrulayıcı faktör analizi (DFA) (Confirmatory Factor Analysis: CFA), ölçme modellerinin geliştirilmesinde sık kullanılan ve önemli kolaylıklar sağlayan bir analiz yöntemidir. Bu yöntem, önceden oluşturulan bir model aracılığıyla gözlenen değişkenlerden yola çıkarak *gizil değişken* (faktör) oluşturmaya yönelik bir işlemdir. Genellikle ölçek geliştirme ve geçerlilik

analizlerinde kullanılmakta veya önceden belirlenmiş bir yapının doğrulanmasını amaçlamaktadır (Long, 1989:45). DFA, verinin temelindeki yapıyı değerlendiren açıklayıcı faktör analizinin (AFA) uzantısıdır. AFA bir belirleme işlevini, hipotez kurmaya yönelik bilgi edinilmesini sağlamaya çalışırken, DFA, belirlenen bu faktörler arasında yeterli düzeyde ilişkinin olup olmadığını, hangi değişkenlerin hangi faktörlerle ilişkili olduğunu, faktörlerin birbirlerinden bağımsız olup olmadığını, faktörlerin modeli açıklamakta yeterli olup olmadığını sınamak için kullanılır. DFA'nın öncelikli amacının, önceden tanımlanan bir faktör modelinin gözlenen veri seti ile uyuma yeteneğini saptamak olduğu göz önüne alınarak, dört ana amaç için kullanıldığı belirtilmektedir. Bunlar, test araçlarının psikometrik değerlendirmesi, yapı geçerliliği, metod etkileri ve ölçüm değişmezliği hesaplamalarıdır.

Çok sayıda gözlenen veya ölçülen değişken tarafından temsil edilen gizil yapıları içeren, çok değişkenli istatistiksel analizleri tanımlamak amacıyla DFA kullanılmaktadır. DFA, Açıklayıcı Faktör Analizi (AFA) (Explanatory Factor Analysis: EFA) ile belirlenen faktörlerin, hipotez ile belirlenen faktör yapılarına uygunluğunu test etmek üzere yararlanılan faktör analizidir. AFA, hangi değişken gruplarının hangi faktör ile yüksek düzeyde ilişkili olduğunu test etmek için kullanılırken, belirlenen k sayıda faktöre katkıda bulunan değişken gruplarının bu faktörler ile yeterince temsil edilip edilmediğinin belirlenmesi için DFA'dan faydalanılır (Thompson, 2004: 56).

DFA'da araştırmacılar ölçüm hataları arasındaki korelasyonu belirlerken, faktörlerin birbirleriyle korelasyonlarının eşit olması beklenmektedir. Model araştırmacı tarafından tamamen teorik olarak belirlenip DFA ile test edilmiş model olabileceği gibi, AFA sonucunda elde edilmiş bir modelde olabilir. Her bir maddenin sadece kendisini açıkladığı varsayılan gizil değişkeni ile ilişkisi modelde tanımlanmış, diğer gizil değişkenlerle ilişkisinin "0" olduğu şekilde teorik varsayımla model oluşturulmuştur. DFA modeli, AFA ile benzer olmakla birlikte aşağıdaki lineer denklemi sağlayan  $p \times 1$  boyutlu bir  $x$  vektörü ile tanımlanır (Kaplan, 2000: 107):

$$X = \Delta\eta + \varepsilon \quad (1)$$



Burada  $\Delta$  faktör yüklerinin (sorulara uygulanan faktör analizi sonucunda elde edilen faktör ağırlıkları)  $p \times q$  boyutlu bir matrisi,  $\eta$  gizil faktörlerin (anketin ana faktörleri olan personel güçlendirme ve altı alt boyutu, örgüte bağlılık ve 3 alt boyutu, iş tatmini ve iki alt boyutu, yöneticiye güven ve 2 alt boyutu)  $q \times 1$  boyutlu vektörü ve  $\varepsilon$   $p \times 1$  boyutlu hata (modelin hata payı) vektörüdür.  $X$ 'sin kovaryans matrisi (ilişki katsayıları) eşitlik (2) de verilmiştir.

$$\Sigma = \Delta \lambda \Delta^T + \varphi_\varepsilon \quad (2)$$

Eşitlik (2)'de  $\Sigma$  gösterimi,  $p$  gözlenen değişkenin (anketteki soruların tümü)  $p \times p$  boyutlu kovaryans matrisi,  $\lambda$  faktör korelasyonlarının (faktörler arası ilişki katsayıları)  $(1 \times 1)$  ( $m \times m$ ) boyutlu simetrik matrisi ve  $\Phi$  gösterimi  $\varepsilon$  varyanslarının (modelin hata payının varyans değerleri)  $p \times p$  boyutlu köşegen matrisidir. Modelin aşamaları aşağıdaki gibi verilmiştir.

**Modelin belirlenmesi:** DFA'da ilk aşama, modelin belirlenmesidir. Doğrulayıcı faktör modelinde ortak faktörlerin ve gözlenen değişkenlerin sayıları, özgün faktörler arasındaki varyans ve kovaryans arasındaki ilişki, ortak faktörler arasındaki ilişki, gözlenen ve ortak faktörler arasındaki ilişkilerin belirtilmesi gerekir. Bu aşamada araştırmacılar teorik bir temele dayanan modeli oluşturmaktadırlar.

**Modelin tanımlanması:** DFA'da model tanımlanırken modeldeki faktörler gözlenemez ve içsel ölçeklere sahip olmadıkları için her bir modele ait tek bir çözüm bulunmaktadır. Bu nedenle faktörler kendilerine has ölçeklerle ölçülmektedir. Model tanımlanması oluşturulduktan sonra; faktör yükleri, faktör korelasyonu ve ölçüm hata varyansı tahmin edilecektir. Ana kütle parametreleri tahmin aşamasında örnek veriler kullanılarak tahmin edilmektedir. Modeli tanımlarken tek tek bütün parametrelerin tanımlanması gerekmektedir.

**Modelin tahmin edilmesi:** Doğrulayıcı faktör modelinde; ölçüm modelinde tahmin edilen her bir parametrenin, tahmin edilen varyans-kovaryans matrisi ( $\Sigma$ ) ile örneklem varyans-kovaryans matrisiyle ( $S$ ) mümkün olduğunca yakın değerlerin tahmini amaçlanmaktadır. Doğrulayıcı faktör modelinin tahmininde En Çok Olabilirlik, Genelleştirilmiş En Küçük Kareler ve Ağırlıksız En Küçük Kareler tahmin yöntemleri kullanılmaktadır. Büyük örneklerde, bu üç tahmin

yöntemlerindeki tahmincilerin; yansız, tutarlı, etkin, yeterli ve normal dağılımdan gelmesi istenmektedir.

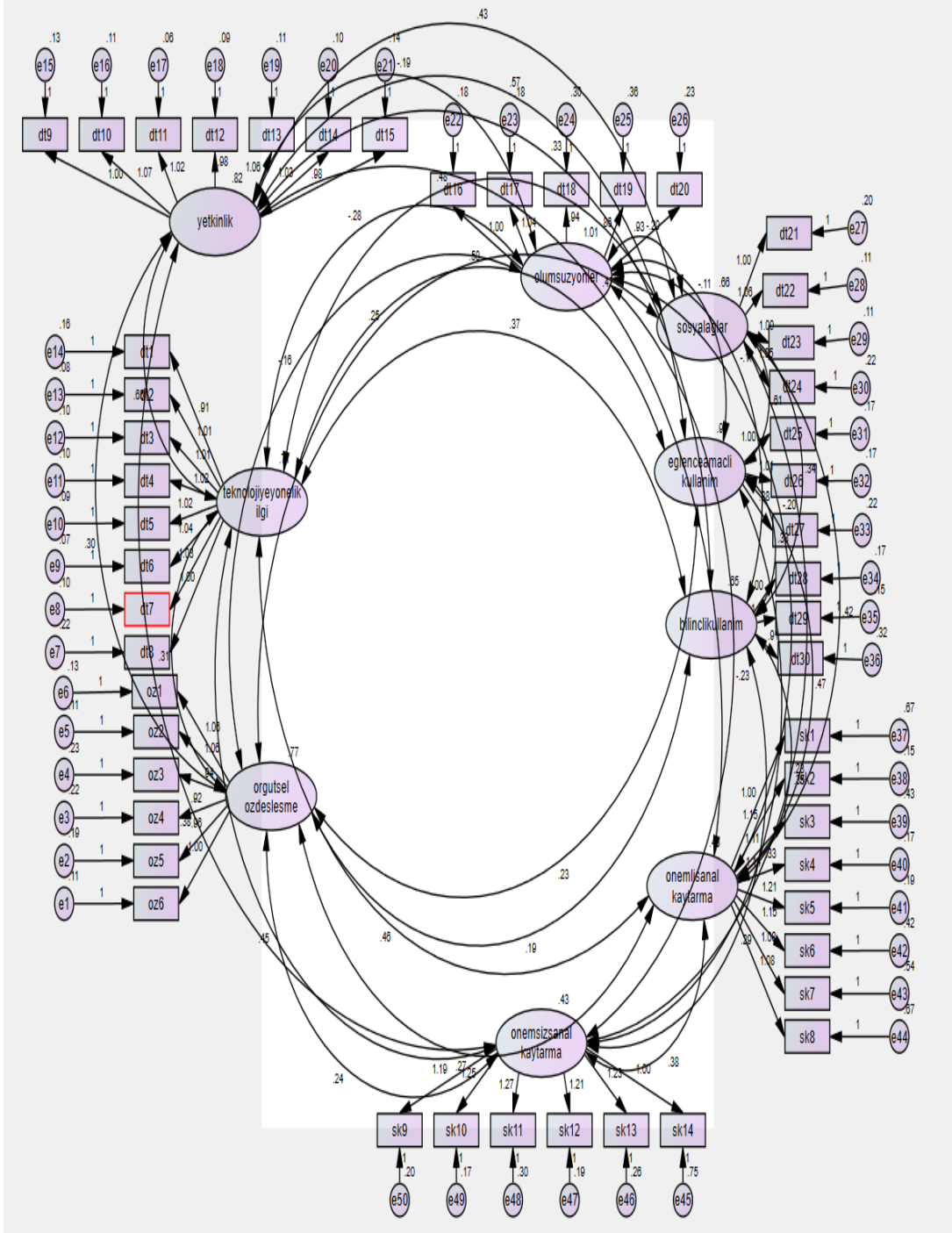
**Modelin değerlendirilmesi:** Önerilen veya varsayılan modeller değerlendirilerek bilinmeyen parametrelerin tahminleri elde edilmektedir. Stevens (2002) çalışmasında belirttiği üzere, değerlendirilen modelleri uygun modelin ölçülmesi ve tek model parametresi içermesi olmak üzere iki kategoriye ayırmaktadır. Uygun modellerdeki veriler kabul edilebilir, ancak modeldeki ilişkiler verileri tam olarak destekleyemeyebilir.

**Model uyum iyiliğinin değerlendirilmesi:** Veriye model uyumunun test edilmesi için çeşitli istatistikler bulunmaktadır. En çok kullanılan istatistikler; Ki-Kare İstatistiği ( $\chi^2$ ), RMSEA (Root Mean Square Error Of Approximation, Yaklaşım Hatasının Ortalama Karekökü) RMR (Root Mean Square Residual, Ortalama Hata Karekök) , NFI (Normed Fit Index, Normlandırılmış Uyum İndeksi) , CFI (Comperative Fit Index, Karşılaştırmalı Uyum İndeksi), GFI (Goodness Of Fit Index, Uyum İyiliği İndeksi), AGFI (Adjusted Goodness Of Fit Index, Ayarlanmış Uyum İyiliği İndeksi), IFI (Boolen's Incremental Fit Index, Boolean'nin Artan (Fazlalık) Uyum İndeksi), NNFI (Nonnormed Fit Index, Normlandırılmamış Uyum İndeksi) gibi ölçülerdir. ( $\chi^2$ )/sd değerinin 3'den küçük olması uyumun kabul edilebilir olduğunu gösterir. Uyumun kabul edilebilir olduğunu gösteren değer RMSEA için 0,05-0,1 arasındadır. Diğer ölçüler için 0 ile 1 arasında bir değer beklenir. Bu değer bire ne kadar yaklaşırsa, modelim uyumu o kadar fazla olacaktır (Kelloway, 1998:89).

**Modelin modifikasyonu:** Model tahmini sonucunda uyum indeksleri kötü sonuç verdiyse, teorik yapıya bağlı kalmak koşulu ile, modelin uyumunu geliştirmek için değişikliğe ihtiyaç duyabilir, böylece değişkenler arasındaki ilişki daha iyi tahmin edilebilir. Modifikasyon indekslerinde, kısıtlanmış parametreler tahmin edildiğinde  $\chi^2$  istatistiğinin ne kadar azalacağını tahmin etmektedir. İki modelden birinde kısıtlanan parametrenin, diğer modelde serbest bırakılması sonucunda oluşan  $\chi^2$  istatistikleri arasındaki fark modifikasyon indeksini oluşturmaktadır.

Çalışmanın bu aşamasında, AFA ile belirlenen faktörlerin, hipotez ile belirlenen faktör yapılarına uygunluğunu test etmek amacıyla DFA'dan

yararlanılmıştır. Ölçme modelleri bir grup gözlenebilen değişkenin (bir ölçme aracı olarak) faktör olarak isimlendirilen *gizil değişkenleri* nasıl ve ne kadar açıkladığını ortaya koymayı amaçlamaktadır. İlk olarak birinci düzey DFA modeli oluşturularak daha sonra ikinci düzey oluşturularak gizil faktörler ile bu faktörler arasındaki karşılıklı bağımlı etkiler AMOS 23.0 programında test edilmiştir.



Şekil 22. DFA Analizi Sonuçları

Çizelge 21. DFA Uyum İyiliği Sonuçları

Ölçüm (Uyum İstatistiği)	İyi Uyum	Kabul Edilebilir Uyum	Araştırma Modeli Değeri	Uyum Durumu
Genel Model Uyumu				
X <sup>2</sup> /sd	≤ 3	≤ 4-5	2.29	İyi uyum
Karşılaştırmalı Uyum İstatistikleri				
NFI	≥ 0.95	0.94-0.90	0.932	Kabul edilebilir
TLI (NNFI)	≥ 0.95	0.94-0.90	0.985	İyi uyum
IFI	≥ 0.95	0.94-0.90	0.989	İyi uyum
CFI	≥ 0.97	≥ 0.95	0.962	Kabul edilebilir
RMSEA	≤ 0.05	0.06-0.08	0.022	İyi uyum
Mutlak Uyum İndeksleri				
GFI	≥ 0.90	0.89-0.85	0.948	İyi uyum
AGFI	≥ 0.90	0.89-0.85	0.934	İyi uyum
Artık Temelli Uyum İndeksi				
RMR	≤ 0.05	0.06-0.08	0.018	İyi uyum

Çizelge 21’de X<sup>2</sup> /sd =2.29 çıkmıştır, ≤3 koşulunu sağladığı için “iyi uyum” kararı verilmiştir. NFI=0.932 ile 0.94-0.90 aralığına düşmektedir, “kabul edilir uyum” sağlanmıştır, TLI (NNFI)=0.985 ile ≥0.95 sağladığından “iyi uyum”, IFI =0.989 ile ≥0.95 sağladığından “iyi uyum”, CFI=0.962 ile ≥0.95 sağladığından “kabul edilebilir uyum”, RMSEA=0.022 ile ≤0.05 sağladığından “iyi uyum”, GFI=0.948 ile ≥0.90 sağladığından “iyi uyum”, AGFI=0.934 ile ≥0.90 sağladığından “iyi uyum”, RMR=0.018 ile ≤0.05 sağladığından “iyi uyum” sonuçlarına ulaşılmıştır. Analizde ele alınan 3 ölçek için faktör yapısı doğrulanmıştır. Bu aşamadan sonra yapısal eşitlik modeli tahminine geçilmiştir.

### E. Yapısal Eşitlik Modeli (YEM)

Yapısal eşitlik modelleri, yapısal modelin ve ölçüm modelinin birleşiminden oluşur. Yapısal model, gizil değişkenler (faktörler ve alt boyutları) arasındaki ilişkileri özetleyen yapısal eşitlikleri içerir. Modelde yer alan tüm yapısal eşitlikler yapısal ilişkileri tanımlar. Sharma (1996); Bollen (1989) ve Kaplan (2000) çalışmalarıyla teorik yapısı belirlenen yapısal model, matris notasyonuyla, Eşitlik (3)’de verildiği gibidir:

$$\eta = B\eta + \Gamma\lambda + \omega \quad (3)$$

YEM, iki tip gizil değişken türü içerir: içsel (endogenous) ve dışsal (exogenous) gizil değişkenler. Bu iki tür değişken, tanımlanan model içinde gizil yapıda bağımlı veya bağımsız değişken olma durumlarına göre ayrılırlar. Dışsal

gizil değişkenler gizil yapıda bağımsız değişken durumundadırlar. İçsel gizil olanlar gizil yapıda bağımlı değişken olarak tanımlanırlar. Model analizinde bazı faktörler bağımlı ve bazı faktörler bağımsız değişken rolünde olur. Bunu belirleyen araştırmacının kurduğu model ve yol analizidir. Bu çalışmada ele alınan faktörler hem içsel gizil hem de dışsal gizil konumunda farklı ilişki yönlerinde analiz edilmiştir.

Eşitlik (3)'de; m: içsel gizil değişken (bağımlı değişken durumundaki faktörler) sayısı, n: dışsal gizil değişken (bağımsız değişken durumundaki faktörler) sayısı olmak üzere,  $\eta$ : mx1 boyutlu içsel gizil değişken vektörünü, B: mxm boyutlu ana diyagonalı sıfır olan içsel gizil değişkenler arasındaki katsayılar matrisini,  $\Gamma$ : mxn dışsal gizil değişkenler ile içsel gizil değişkenler arasındaki katsayılar matrisini,  $\lambda$ : nx1 boyutlu dışsal gizil değişken vektörünü,  $\omega$ : mx1 boyutlu gizil hata terimleri vektörünü göstermektedir. Yapısal modele ilişkin varsayımlar  $E(\eta) = 0$ ,  $E(\lambda) = 0$ ,  $E(\omega) = 0$  (1-B) tekil olmayan matris  $\lambda$  ve  $\omega$  ilişkisiz,  $\text{var}(\omega_i)$ 'ler sabit olacaktır.

Yapısal modelin genel gösterimi şöyledir:

$$\eta_j = \gamma_{11} + \lambda_1 + \omega_1 \quad (4)$$

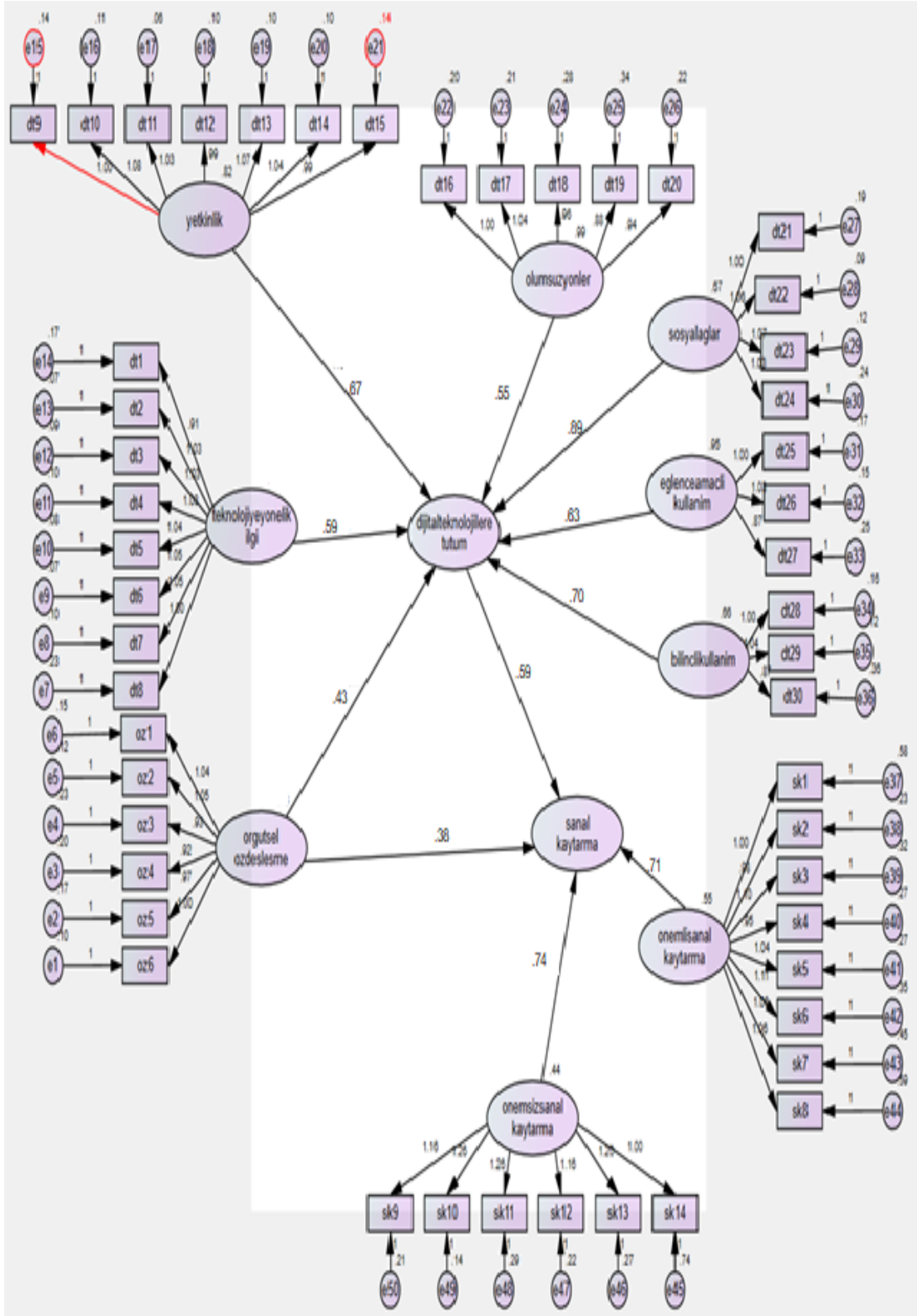
$$\eta_2 = \gamma_{21} \eta_1 + \gamma_{21} \lambda_1 + \omega_2 \quad (5)$$

ölçüm modeli ise gözlenen değişkenler (anket soruları) ile bağlı oldukları gizil değişkenler (faktörler ve alt boyutları) arasındaki ilişkileri tanımlayan eşitlikleri içerir. Ölçüm modeli matris notasyonuyl (6) ve (7)'de verilmiştir.

$$Y = \Delta_y \eta + \varepsilon \quad (6)$$

$$X = \Delta_x \lambda + \tau \quad (7)$$

Eşitlik (6) ve (7)'de; Y: px1 boyutlu içsel gizil değişkenlere ait gözlenen değişkenler vektörü,  $\Delta_y$ : pxm boyutlu içsel gizil değişkenlere ait gözlenen değişkenlerin katsayılar matrisi (faktör yükleri ve katsayılar matrisi),  $\varepsilon$ : px1 boyutlu içsel gizil değişkenlere ait gözlenen değişkenlerin hata vektörünü, X: qx1 boyutlu dışsal gizil değişkenlere ait gözlenen değişkenler vektörünü,  $\Delta_x$ : qxn boyutlu dışsal gizil değişkenlere ait gözlenen değişkenlerin katsayılar matrisini (faktör yükleri ve katsayılar matrisi),  $\tau$ : qx1 boyutlu dışsal gizil değişkenlere ait gözlenen değişkenlerin hata vektörünü göstermektedir (Kline, 2005: 78-79).



Şekil 23. Yapısal Eşitlik Modeli (YEM) Tahmin Sonuçları

Çizelge 22. YEM Tahminleri Uyum İyiliği Sonuçları

Ölçüm (Uyum İstatistiği)	İyi Uyum	Kabul Edilebilir Uyum	Araştırma Modeli Değeri	Uyum Durumu
Genel Model Uyumu				
$X^2 /sd$	$\leq 3$	$\leq 4-5$	2.09	İyi uyum
Karşılaştırmalı Uyum İstatistikleri				
NFI	$\geq 0.95$	0.94-0.90	0.981	İyi uyum
TLI (NNFI)	$\geq 0.95$	0.94-0.90	0.944	Kabul edilebilir
IFI	$\geq 0.95$	0.94-0.90	0.939	Kabul edilebilir
CFI	$\geq 0.97$	$\geq 0.95$	0.984	İyi uyum
RMSEA	$\leq 0.05$	0.06-0.08	0.031	İyi uyum
Mutlak Uyum İndeksleri				
GFI	$\geq 0.90$	0.89-0.85	0.954	İyi uyum
AGFI	$\geq 0.90$	0.89-0.85	0.927	İyi uyum
Artık Temelli Uyum İndeksi				
RMR	$\leq 0.05$	0.06-0.08	0.025	İyi uyum

Çizelge 22’de  $X^2 /sd = 2.09$  çıkmıştır,  $\leq 3$  koşulunu sağladığı için “iyi uyum” kararı verilmiştir. NFI=0.981 ile  $\geq 0.95$  sağladığından “iyi uyum”, TLI (NNFI)=0.944 ile 0.94-0.90 sağladığından “kabul edilebilir uyum”, IFI =0.939 ile 0.94-0.90 aralığında “kabul edilebilir”, CFI=0.984 ile  $\geq 0.97$  sağladığından “iyi uyum”, RMSEA=0.031 ile  $\leq 0.05$  sağladığından “iyi uyum”, GFI=0.954 ile  $\geq 0.90$  sağladığından “iyi uyum”, AGFI=0.927 ile  $\geq 0.90$  sağladığından “iyi uyum”, RMR=0.025 ile  $\leq 0.05$  sağladığından “iyi uyum” sonuçlarına ulaşılmıştır. YEM tahmini uyum iyiliği kriterleri sonucunda, tahmin edilen katsayıların yorumlanmaya uygun olduğu belirlenmiştir.

Çizelge 23. YEM Model Tahmin Sonuçları

Yapısal ilişki	Yön	Tahmin edilen katsayı	St. Hata	t istatistiği	p	Sonuç
ÖÖ→DTT	+	0.434	0,058	7.482	0,000*	Anlamli ilişki
DTT→SK	+	0.593	0.093	6.376	0,000*	Anlamli ilişki
ÖÖ→SK	+	0.364	0.055	6.618	0,000*	Anlamli ilişki

\*0.05 için anlamli ilişki

YEM tahmin sonuçlarına göre; örgütsel özdeşleşme boyutu dijital teknolojilere uyum üzerinde pozitif yönde anlamli etkilidir ( $\beta = 0.434$ ,  $p < 0.01$ ). Dijital teknolojilere uyum boyutu sanal kaytarma üzerinde pozitif yönde anlamli etkilidir ( $\beta = 0.593$ ,  $p < 0.01$ ). Örgütsel özdeşleşme boyutu sanal kaytarma üzerinde pozitif yönde anlamli etkilidir ( $\beta = 0.364$ ,  $p < 0.01$ ).

Dijital teknolojilere tutumun aracı değişken olabilmesi için bazı koşulların sağlanması gerekmektedir. İlk olarak dijital teknoloji uyumu olmadan, sadece

örgütsel özdeşleşme ve sanal kaytarma arasında anlamlı bir ilişkinin olması gerekmektedir. Eğer bu sağlanmaz ise, aracı etkinin tanımlanmasının anlamı yoktur. Bu nedenle ilk aşamada, örgütsel özdeşleşme ve sanal kaytarma için YEM uygulanmıştır. Örgütsel özdeşleşme sanal kaytarma 0.414 br. Artırıcı olduğu ve bu sonucun istatistik anlamlı olduğu belirlenmiştir. Bu sonuç, aracılık etkisinin ele alınması için ilk aşamanın sağlanması anlamına gelmektedir.

İkinci aşamada, Şekil 22’de tanımlanan ve aracılık etkisini de kapsayan YEM’in analizi gerçekleştirilmiştir. Eğer dijital teknolojilere uyumun aracı rolü varsa, örgütsel özdeşleşme katsayısının bu modelde düşmesi ama anlamlı olması beklenmektedir. Çizelge 23’te görüldüğü üzere, örgütsel özdeşleşme sanal kaytarmayı 0.364 br. artırıcı ve anlamlı etkiye sahiptir. Katsayı değeri düşmüştür.

Diğer yandan, bir aracılık etkisinden söz etmek için, aynı zamanda dijital tutumun sanal kaytarma üzerinde anlamlı etkili olması gerekmektedir. Çizelge 23’te görüldüğü üzere, dijital tutum sanal kaytarmayı 0.593 br. artırıcı ve anlamlı etkiye sahiptir. Tüm bu aşamalar, siberkondri ciddiyetini aracı değişken olması konusunda olumlu bir durumu belirtmektedir. AMOS programında dolaylı (indirect) etkiler bootstrap metodolojisi ile otomatik verilmektedir. Standardize edilmiş dolaylı etki seçilir ve etki katsayılarının anlamlılığına bakılır. Eğer, p değeri 0.05’den küçük ise dijital tutumun örgütsel özdeşleşmenin sanal kaytarmaya etkisinde aracılık ettiği sonucuna ulaşılabacaktır.

Dijital tutumun örgütsel özdeşleşmenin sanal kaytarmaya etkisinde aracılık rolünün anlamlılığını test etmek için bootstrap analizi yapılmıştır. Analize ilişkin doğrudan ve dolaylı yollara ilişkin katsayılar ve güven aralıkları Çizelge 24’te sunulmuştur.

Çizelge 24. Modele yönelik standardize bootstrap analizi

Model Yolu	Katsayı	%95 Güven Aralığı Alt-Üst
Doğrudan etki		
ÖÖ→SK	0.364	0.345-0.371
ÖÖ→DTT	0.434	0.423-0.460
DTT→SK	0.593	0.556-0.613
Dolaylı etki		
ÖÖ→DTT→SK	0.084	0.075-0.092



Sonuçlar incelendiğinde, bootstrap standardize edilmiş değer aralıklarının sıfır içermediği ve anlamlı olduğu görülmektedir (bootstrap katsayısı=0.084, GA%95 =0.075-0.092). Bu durum dijital tutumun örgütsel özdeşleşmenin sanal kaytarmaya etkisinde aracılık ettiğini göstermiştir.

## F. Korelasyon Analizi

Çalışmada ana boyut ve alt boyut ilişkilerinin belirlenmesi amaçlı korelasyon analizi uygulanmıştır.

Çizelge 25. Örgütsel Özdeşleşme ile Sanal Kaytarma Korelasyon Analizi

		Önemli Sanal Kaytarma Alt Boyutu	Önemsiz Sanal Kaytarma Alt Boyutu	Sanal Kaytarma Genel Boyutu
<b>Örgütsel Özdeşleşme Genel Boyutu</b>	r	0,301*	0,300*	0,310*
	p	0,000	0,000	0,000

\*0,05 için anlamlı ilişki

Örgütsel özdeşleşme genel boyutu; önemli sanal kaytarma alt boyutunu %30,1 (r=0,301, p=0,000), önemsiz sanal kaytarma alt boyutunu %30 (r=0,300, p=0,000), sanal kaytarma genel boyutunu ise %31 (r=0,310, p=0,000) oranında pozitif yönde (artırıcı) etkilemektedir.

Çizelge 26. Örgütsel Özdeşleşme ile Dijital Tutum Korelasyon Analizi

		Teknolojiye Yönelik İlgi Alt Boyutu	Yetkinlik Alt Boyutu	Sosyal Ağlar Alt Boyutu	Eğlence Amaçlı Kullanım Alt Boyutu	Bilinçli Kullanım Alt Boyutu	Olumsuz Yön Alt Boyutu	Dijital Tutum Genel Boyutu
<b>Örgütsel Özdeşleşme Genel Boyutu</b>	r	0,337*	0,283*	0,288*	0,200*	0,209*	0,129*	0,305*
	p	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000

\*0,05 için anlamlı ilişki

Örgütsel özdeşleşme genel boyutu; Teknolojiye Yönelik İlgi Alt Boyutunu %33,7 (r=0,337, p=0,000), Yetkinlik Alt Boyutunu %28,3 (r=0,283, p=0,000), Sosyal Ağlar Alt Boyutu %28,8 (r=0,288, p=0,000), Eğlence Amaçlı Kullanım Alt Boyutu %20 (r=0,200, p=0,000), Bilinçli Kullanım Alt Boyutu %20,9 (r=0,209, p=0,000), olumsuz yön alt boyutu %12,9 (r=0,129, p=0,000), Dijital

tutum genel boyutu %30,5 ( $r=0,305$ ,  $p=0,000$ ) oranında pozitif yönde (artırıcı) etkilemektedir.

Çizelge 27. Dijital Tutum ile Sanal Kaytarma Korelasyon Analizi

		Önemli Sanal Kaytarma Alt Boyutu	Önemsiz Sanal Kaytarma Alt Boyutu	Sanal Kaytarma Genel Boyutu
Teknolojiye Yönelik İlgi Alt Boyutu	r	0,589*	0,636*	0,628*
	p	0,000	0,000	0,000
Yetkinlik Alt Boyutu	r	0,513*	0,498*	0,499*
	p	0,000	0,000	0,000
Sosyal Ağlar Alt Boyutu	r	0,493*	0,463*	0,491*
	p	0,000	0,000	0,000
Eğlence Amaçlı Kullanım Alt Boyutu	r	0,530*	0,390*	0,452*
	p	0,000	0,000	0,000
Bilinçli Kullanım Alt Boyutu	r	0,217*	0,363*	0,288*
	p	0,000	0,000	0,000
Olumsuz Yön Alt Boyutu	r	0,157*	0,230*	0,206*
	p	0,000	0,000	0,000
Dijital Tutum Genel Boyutu	r	0,529*	0,547*	0,555*
	p	0,000	0,000	0,000

\*0,05 için anlamlı ilişki

Teknolojiye yönelik ilgi alt boyutu; önemli sanal kaytarma alt boyutunu %58,9 ( $r=0,589$ ,  $p=0,000$ ), önemsiz sanal kaytarma alt boyutunu %63,6 ( $r=0,636$ ,  $p=0,000$ ), sanal kaytarma genel boyutunu ise %62,8 ( $r=0,628$ ,  $p=0,000$ ) oranında pozitif yönde (artırıcı) etkilemektedir.

Yetkinlik alt boyutu; önemli sanal kaytarma alt boyutunu %51,3 ( $r=0,513$ ,  $p=0,000$ ), önemsiz sanal kaytarma alt boyutunu %49,8 ( $r=0,498$ ,  $p=0,000$ ), sanal kaytarma genel boyutunu ise %49,9 ( $r=0,499$ ,  $p=0,000$ ) oranında pozitif yönde (artırıcı) etkilemektedir.

Sosyal Ağlar alt boyutu; önemli sanal kaytarma alt boyutunu %49,3 ( $r=0,493$ ,  $p=0,000$ ), önemsiz sanal kaytarma alt boyutunu %46,3 ( $r=0,463$ ,  $p=0,000$ ), sanal kaytarma genel boyutunu ise %49,1 ( $r=0,491$ ,  $p=0,000$ ) oranında pozitif yönde (artırıcı) etkilemektedir.

Eğlence amaçlı kullanım alt boyutu; önemli sanal kaytarma alt boyutunu %53 ( $r=0,530$ ,  $p=0,000$ ), önemsiz sanal kaytarma alt boyutunu %39 ( $r=0,390$ ,  $p=0,000$ ), sanal kaytarma genel boyutunu ise %45,2 ( $r=0,452$ ,  $p=0,000$ ) oranında pozitif yönde (artırıcı) etkilemektedir.

Bilinçli kullanım alt boyutu; önemli sanal kaytarma alt boyutunu %21,7 ( $r=0,217$ ,  $p=0,000$ ), önemsiz sanal kaytarma alt boyutunu %36,3 ( $r=0,363$ ,

p=0,000), sanal kaytarma genel boyutunu ise %28,8 (r=0,288, p=0,000) oranında pozitif yönde (artırıcı) etkilemektedir.

Olumsuz yön alt boyutu; önemli sanal kaytarma alt boyutunu %15,7 (r=0,157, p=0,000), önemsiz sanal kaytarma alt boyutunu %23 (r=0,230, p=0,000), sanal kaytarma genel boyutunu ise %20,6 (r=0,206, p=0,000) oranında pozitif yönde (artırıcı) etkilemektedir.

Dijital tutum genel boyutu; önemli sanal kaytarma alt boyutunu %52,9 (r=0,529, p=0,000), önemsiz sanal kaytarma alt boyutunu %54,7 (r=0,547, p=0,000), sanal kaytarma genel boyutunu ise %55,5 (r=0,555, p=0,000) oranında pozitif yönde (artırıcı) etkilemektedir.

### G. Boyutlara Yönelik Tanımlayıcı İstatistik Bilgiler ve Normallik Test Sonuçları

Yapılacak analizlerin belirlemede normallik testi sonuçlarına göre karar verileceği için Çizelge 28’de her bir boyut için tanımsal bilgilerin yanına normallik test sonuçları da verilmiştir.

Çizelge 28. Boyutlara Yönelik Tanımlayıcı İstatistik Bilgiler ve Normallik Test Sonuçları

Boyutlar	Ortalama	Ss.	Asimetri	Basıklık	Kolmogorov-Smirnov		Shapiro-Wilk	
					ist	p	ist	p
Sanal Kaytarma Genel Boyutu	3,5911	0,76525	-0,817	0,549	0,195	0,000	0,903	0,000
Önemli Sanal Kaytarma Alt Boyutu	3,4893	0,80284	-0,633	0,126	0,176	0,000	0,919	0,000
Önemsiz Sanal Kaytarma Alt Boyutu	3,693	0,8101	-0,84	0,517	0,233	0,000	0,896	0,000
Dijital Teknolojilere Tutum Genel Boyutu	3,5479	0,67739	-0,481	0,534	0,1	0,000	0,971	0,000
Teknolojiye Yönelik İlgililik Alt Boyutu	3,6181	0,85877	-0,582	-0,07	0,227	0,000	0,906	0,000
Yetkinlik Alt Boyutu	3,3473	0,93647	-0,356	-0,603	0,205	0,000	0,922	0,000
Olumsuz Yönler Alt Boyutu	3,3158	0,9864	-0,346	-0,727	0,169	0,000	0,93	0,000
Sosyal Ağlar Alt Boyutu	3,6229	0,87753	-0,539	-0,172	0,225	0,000	0,909	0,000
Eğlence Amaçlı Kullanım Alt Boyutu	3,4128	0,97362	-0,442	-0,424	0,218	0,000	0,922	0,000
Bilinçli Kullanım Alt Boyutu	3,9704	0,83395	-0,845	0,602	0,229	0,000	0,884	0,000
Örgütsel Özdeşleşme Boyutu	3,6527	0,88608	-0,607	-0,065	0,243	0,000	0,908	0,000

Görüleceği üzere, her iki normallik testi sonucunda  $p < 0.05$  olduğundan normal dağılımın sağlanmadığını belirten  $H_1$  hipotezi kabul edilir. Bu durumda grup farklılığı analizlerinde non-parametrik yöntemler kullanılacaktır.

## H. Grup Farklılığı Analizleri

Grup farklılıklarının analizinde 2 grup için Mann-Whitney-U testi ile 3 ve üzeri grup için Kruskal Wallis testi uygulanmıştır. Farkın kaynağı için ortalama değerlerine bakılmıştır.

Çizelge 29. Cinsiyet Açısından Mann-Whitney U Sınaması Sonuçları

Boyut	Grup	n	Ortalama Sıra	Puan Ortalaması	Mann-Whitney U	p
Sanal Kayıtarma Genel Boyutu	Erkek	260	297,83	3,5825	43507	0,933
	Kadın	336	299,01	3,5978		
Önemli Sanal Kayıtarma Alt Boyutu	Erkek	260	297,66	3,4899	43461	0,915
	Kadın	336	299,15	3,4888		
Önemsiz Sanal Kayıtarma Alt Boyutu	Erkek	260	293,2	3,675	42301,5	0,495
	Kadın	336	302,6	3,7068		
Örgütsel Özdeşleşme Boyutu	Erkek	260	286,97	3,5968	40681	0,138
	Kadın	336	307,43	3,6959		
Dijital Teknolojilere Tutum Genel Boyutu	Erkek	260	294,12	3,5469	42541,5	0,585
	Kadın	336	301,89	3,5486		
Teknolojiye Yönelik İlgi Alt Boyutu	Erkek	260	296,44	3,6149	43144	0,791
	Kadın	336	300,1	3,6205		
Yetkinlik Alt Boyutu	Erkek	260	280,68	3,2687	39045,5	0,023
	Kadın	336	312,29	3,4082		
Olumsuz Yönler Alt Boyutu	Erkek	260	318,84	3,4285	38392,5	0,012*
	Kadın	336	282,76	3,2286		
Sosyal Ağlar Alt Boyutu	Erkek	260	291,41	3,5962	41837,5	0,362
	Kadın	336	303,98	3,6436		
Eğlence Amaçlı Alt Boyut	Erkek	260	301,33	3,4474	42943,5	0,716
	Kadın	336	296,31	3,3859		
Bilinçli Kullanım Alt Boyutu	Erkek	260	289,15	3,9256	41249	0,229
	Kadın	336	305,74	4,005		

\*0,05 için anlamlı farklılık

Ele alınan üç ana boyut ve alt boyutlar için cinsiyet açısından anlamlı farklılıklar belirlenmiştir. Bu anlamlı farklılığın kaynağı “olumsuz yönler” alt boyutundan kaynaklanmış olup, farklılığın sebebini ise puan ortalaması yüksek olan erkekler oluşturmaktadır.

Çizelge 30. Yaş Açısından Kruskal-Wallis Sınaması Sonuçları

Boyut	Grup	n	Ortalama Sıra	Puan Ortalaması	Ki-kare değeri	P
Sanal Kaytarma Genel Boyutu	25'den az	41	296,07	3,6306	6,104	0,192
	26-35	262	313,44	3,654		
	36-46	208	286,59	3,5486		
	47-57	70	295,85	3,5717		
	58 ve üstü	15	221,83	3,0653		
Önemli Sanal Kaytarma Alt Boyutu	25'den az	41	309,56	3,7154	7,599	0,107
	26-35	262	312,67	3,757		
	36-46	208	288,64	3,6386		
	47-57	70	288,45	3,7167		
	58 ve üstü	15	204,4	3,1556		
Önemsiz Sanal Kaytarma Alt Boyutu	25'den az	41	297,09	3,2602	6,977	0,137
	26-35	262	312,14	3,7029		
	36-46	208	285,52	3,6731		
	47-57	70	305	3,7214		
	58 ve üstü	15	213,8	3,2444		
Örgütsel Özdeşleşme Boyutu	25'den az	41	248,99	3,6814	7,244	0,124
	26-35	262	307,72	3,6168		
	36-46	208	300,36	3,4888		
	47-57	70	302,83	3,4768		
	58 ve üstü	15	226,83	3,1288		
Dijital Teknolojilere Tutum Genel Boyutu	25'den az	41	332,13	3,7165	12,615	0,013*
	26-35	262	315,98	3,7109		
	36-46	208	283,12	3,5096		
	47-57	70	282,5	3,6054		
	58 ve üstü	15	189,07	3,2917		
Teknolojiye Yönelik İlgi Alt Boyutu	25'den az	41	321,23	3,1986	11,914	0,018*
	26-35	262	318,24	3,4275		
	36-46	208	274,78	3,2933		
	47-57	70	298,58	3,3551		
	58 ve üstü	15	220,13	3,0667		
Yetkinlik Alt Boyutu	25'den az	41	279,5	3,3463	5,408	0,248
	26-35	262	313,93	3,3481		
	36-46	208	285,57	3,2808		
	47-57	70	301,41	3,3657		
	58 ve üstü	15	246,67	2,92		
Olumsuz Yönler Alt Boyutu	25'den az	41	317,26	3,9817	3,934	0,415
	26-35	262	303,14	3,6584		
	36-46	208	291,93	3,5625		
	47-57	70	305,41	3,5107		
	58 ve üstü	15	225	3,3833		
Sosyal Ağlar Alt Boyutu	25'den az	41	370,04	3,7236	12,7	0,013*
	26-35	262	306,29	3,4822		
	36-46	208	287,2	3,3974		
	47-57	70	274,75	3,1333		
	58 ve üstü	15	234,47	2,8667		
Eğlence Amaçlı Alt Boyut	25'den az	41	356,37	4,122	16,767	0,002*
	26-35	262	310,08	4,0738		
	36-46	208	294,65	3,8894		
	47-57	70	254,87	3,8905		
	58 ve üstü	15	195,1	3,2444		
Bilinçli Kullanım Alt Boyutu	25'den az	41	329,5	3,6814	20,087	0,000*
	26-35	262	320,48	3,6168		
	36-46	208	281,43	3,4888		
	47-57	70	279,41	3,4768		
	58 ve üstü	15	155,6	3,1288		

\*0,05 için anlamlı farklılık

Ele alınan üç ana boyut ve alt boyutlar için yaş açısından anlamlı farklılıklar belirlenmiştir. Bu anlamlı farklılığın kaynağı dijital teknolojilere tutum genel

boyutu, teknolojiye yönelik ilgi alt boyutu, sosyal ağlar alt boyutu, eğlence amaçlı alt boyut ve bilinçli kullanım alt boyutundan kaynaklanmış olup, sebebi ise  $p<0.05$  değerine sahip olmasıdır. Bu anlamlı farklılığın sebebini ise puan ortalaması yüksek olan sınıf oluşturmaktadır.

Çizelge 31. Medeni Durum Açısından Kruskal-Wallis Sınaması Sonuçları

Boyut	Grup	n	Ortalama Sıra	Puan Ortalaması	Ki-kare değeri	p
Sanal Kaytarma Genel Boyutu	Evli	334	285,8	3,5419	4,227	0,121
	Bekar	181	314,48	3,6556		
	Boşanmış/Dul	81	315,15	3,6502		
<i>Önemli Sanal Kaytarma Alt Boyutu</i>	Evli	334	287,19	3,4315	3,624	0,163
	Bekar	181	316,28	3,5691		
	Boşanmış/Dul	81	305,4	3,5494		
<i>Önemsiz Sanal Kaytarma Alt Boyutu</i>	Evli	334	289,88	3,6522	2,053	0,358
	Bekar	181	308,38	3,7422		
	Boşanmış/Dul	81	311,98	3,751		
Örgütsel Özdeşleşme Boyutu	Evli	334	295,65	3,6228	0,739	0,691
	Bekar	181	297,17	3,6639		
	Boşanmış/Dul	81	313,22	3,751		
Dijital Teknolojilere Tutum Genel Boyutu	Evli	334	286,12	3,4887	4,872	0,088
	Bekar	181	321,16	3,6452		
	Boşanmış/Dul	81	298,91	3,5744		
<i>Teknolojiye Yönelik İlgi Alt Boyutu</i>	Evli	334	289,82	3,5715	2,144	0,342
	Bekar	181	311,66	3,6885		
	Boşanmış/Dul	81	304,87	3,6528		
<i>Yetkinlik Alt Boyutu</i>	Evli	334	289,9	3,2917	2,257	0,496
	Bekar	181	313,06	3,4436		
	Boşanmış/Dul	81	301,45	3,3616		
<i>Olumsuz Yönler Alt Boyutu</i>	Evli	334	291,65	3,2778	1,4	0,042*
	Bekar	181	304,41	3,347		
	Boşanmış/Dul	81	313,56	3,4025		
<i>Sosyal Ağlar Alt Boyutu</i>	Evli	334	284,15	3,5434	6,151	0,031*
	Bekar	181	321,79	3,7403		
	Boşanmış/Dul	81	305,63	3,6883		
<i>Eğlence Amaçlı Alt Boyut</i>	Evli	334	286,79	3,3393	6,932	0,199
	Bekar	181	325,81	3,5764		
	Boşanmış/Dul	81	285,77	3,3498		
<i>Bilinçli Kullanım Alt Boyutu</i>	Evli	334	287,92	3,9082	3,321	0,341
	Bekar	181	315,51	4,0755		
	Boşanmış/Dul	81	304,14	3,9918		

\*0,05 için anlamlı farklılık

Ele alınan üç ana boyut ve alt boyutlar için medeni durum açısından anlamlı farklılıklar belirlenmiştir. Bu anlamlı farklılığın kaynağı sosyal ağlar alt boyutu, olumsuz yönler alt boyutu kaynaklanmış olup, sebebi ise  $p<0.05$  değerine sahip olmasıdır. Bu anlamlı farklılığın sebebini ise puan ortalaması yüksek olan sınıf oluşturmaktadır.

Çizelge 32. Eğitim Durumu Açısından Kruskal-Wallis Sınaması Sonuçları

Boyut	Grup	n	Ortalama Sıra	Puan Ortalaması	Ki-kare değeri	P
Sanal Kaytarma Genel Boyutu	İlköğretim	14	214,29	3,2887	25,05	0,000*
	Lise	115	269,04	3,413		
	Ön lisans	128	257,59	3,4665		
	Lisans	339	327,42	3,7111		
	Lisans Üstü	14	240,79	0		
Önemli Sanal Kaytarma Alt Boyutu	İlköğretim	115	276,58	3,2679	12,424	0,006*
	Lise	128	269,49	3,3609		
	Ön lisans	339	319,27	3,3887		
	Lisans	14	202,89	3,58		
	Lisans Üstü	115	264,68	0		
Önemsiz Sanal Kaytarma Alt Boyutu	İlköğretim	128	255,41	3,3095	30,061	0,000*
	Lise	339	330,19	3,4652		
	Ön lisans	14	262,93	3,5443		
	Lisans	115	315,44	3,8422		
	Lisans Üstü	128	248,39	0		
Örgütsel Özdeşleşme Boyutu	İlköğretim	339	313,14	3,4405	15,966	0,001*
	Lise	14	219,07	3,6855		
	Ön lisans	115	266,03	3,5443		
	Lisans	128	276,46	3,8422		
	Lisans Üstü	339	321,11	0		
Dijital Teknolojilere Tutum Genel Boyutu	İlköğretim	14	225,07	3,3662	15,042	0,002*
	Lise	115	264,46	3,3999		
	Ön lisans	128	265,86	3,418		
	Lisans	339	325,4	3,7389		
	Lisans Üstü	14	213,79	0		
Teknolojiye Yönelik İlgi Alt Boyutu	İlköğretim	115	246,91	3,3036	21,167	0,000*
	Lise	128	273,2	3,4163		
	Ön lisans	339	329,05	3,418		
	Lisans	14	319	3,7389		
	Lisans Üstü	115	276,39	0		
Yetkinlik Alt Boyutu	İlköğretim	128	303,43	2,9082	28,484	0,000*
	Lise	339	303,29	3,0199		
	Ön lisans	14	271,43	3,4688		
	Lisans	115	299,55	3,7559		
	Lisans Üstü	128	286,64	0		
Olumsuz Yönler Alt Boyutu	İlköğretim	339	303,74	3,4143	2,532	0,473
	Lise	14	261,43	3,1896		
	Ön lisans	115	290,78	3,2243		
	Lisans	128	299,52	3,523		
	Lisans Üstü	339	302,27	0		
Sosyal Ağlar Alt Boyutu	İlköğretim	14	234,64	3,5714	1,356	0,716
	Lise	115	269,28	3,6		
	Ön lisans	128	254,16	3,3516		
	Lisans	339	327,79	3,341		
	Lisans Üstü	14	214,29	0		
Eğlence Amaçlı Alt Boyut	İlköğretim	115	269,04	3,2857	1,109	0,775
	Lise	128	257,59	3,3478		
	Ön lisans	339	327,42	3,5469		
	Lisans	14	240,79	3,6615		
	Lisans Üstü	115	276,58	0		
Bilinçli Kullanım Alt Boyutu	İlköğretim	128	269,49	3,7143	25,098	0,000*
	Lise	339	319,27	3,8261		
	Ön lisans	14	202,89	3,4219		
	Lisans	115	264,68	3,4366		
	Lisans Üstü	128	255,41	0		

\*0,05 için anlamlı farklılık

Ele alınan üç ana boyut ve alt boyutlar için eğitim durumu açısından anlamlı farklılıklar belirlenmiştir. Bu anlamlı farklılığın kaynağı olumsuz yönler alt boyutu, sosyal ağlar alt boyutu, eğlence amaçlı alt boyut dışında kalan boyutlardan kaynaklanmış olup, sebebi ise  $p < 0.05$  değerine sahip olmasıdır. Bu anlamlı farklılığın sebebini ise puan ortalaması yüksek olan sınıf oluşturmaktadır.

Çizelge 33. Çalıştığınız Departman Açısından Kruskal-Wallis Sınaması Sonuçları

Boyut	Grup	n	Ortalama Sıra	Puan Ortalaması	Ki-kare değeri	P
Sanal Kaytarma Genel Boyutu	Üretim	87	242,27	3,2792	16,558	0,005*
	Pazarlama	64	315,34	3,6403		
	Muhasebe	73	316,67	3,6966		
	İnsan Kaynakları	71	316,27	3,7192		
	Finans	43	354,47	3,7892		
	Diğer	258	293,93	3,586		
Önemli Sanal Kaytarma Alt Boyutu	Üretim	87	260,41	3,2615	8,074	0,152
	Pazarlama	64	316,77	3,5957		
	Muhasebe	73	321,04	3,601		
	İnsan Kaynakları	71	314,22	3,6074		
	Finans	43	320	3,625		
	Diğer	258	292,52	3,453		
Önemsiz Sanal Kaytarma Alt Boyutu	Üretim	87	232,97	3,2969	19,169	0,002*
	Pazarlama	64	304,45	3,6849		
	Muhasebe	73	306,61	3,7922		
	İnsan Kaynakları	71	321,08	3,831		
	Finans	43	349,99	3,9535		
	Diğer	258	302,03	3,719		
Örgütsel Özdeşleşme Boyutu	Üretim	87	265,6	3,41	7,133	0,211
	Pazarlama	64	309,39	3,7214		
	Muhasebe	73	329,57	3,8151		
	İnsan Kaynakları	71	303,99	3,6878		
	Finans	43	318,55	3,814		
	Diğer	258	293,25	3,635		
Dijital Teknolojilere Tutum Genel Boyutu	Üretim	87	236,72	3,2658	19,208	0,002*
	Pazarlama	64	312,57	3,6226		
	Muhasebe	73	306,25	3,6014		
	İnsan Kaynakları	71	342,51	3,7395		
	Finans	43	340,93	3,7368		
	Diğer	258	294,47	3,5251		



Çizelge 33. (devamı) Çalıştığınız Departman Açısından Kruskal-Wallis Sınaması Sonuçları

Boyut	Grup	n	Ortalama Sıra	Puan Ortalaması	Ki-kare değeri	P
<i>Teknolojiye Yönelik İlgil Alt Boyutu</i>	Üretim	87	247,4	3,283	17,031	0,004*
	Pazarlama	64	308,49	3,6445		
	Muhasebe	73	293,42	3,6404		
	İnsan Kaynakları	71	341,99	3,8838		
	Finans	43	347,09	3,8721		
	Diğer	258	294,62	3,6027		
<i>Yetkinlik Alt Boyutu</i>	Üretim	87	231,94	2,9228	21,994	0,001*
	Pazarlama	64	298,69	3,3638		
	Muhasebe	73	289,67	3,3405		
	İnsan Kaynakları	71	341,15	3,6358		
	Finans	43	345,2	3,6478		
	Diğer	258	303,88	3,3588		
<i>Olumsuz Yönler Alt Boyutu</i>	Üretim	87	255,02	3,0299	16,506	0,006*
	Pazarlama	64	330,22	3,4813		
	Muhasebe	73	295,88	3,3123		
	İnsan Kaynakları	71	323,87	3,4901		
	Finans	43	362,23	3,6837		
	Diğer	258	288,43	3,2628		
<i>Sosyal Ağlar Alt Boyutu</i>	Üretim	87	271,3	3,4282	10,826	0,055
	Pazarlama	64	321,01	3,793		
	Muhasebe	73	324,33	3,7808		
	İnsan Kaynakları	71	327,73	3,8028		
	Finans	43	324,24	3,7907		
	Diğer	258	282,44	3,5242		
<i>Eğlence Amaçlı Alt Boyut</i>	Üretim	87	265,99	3,2069	5,895	0,317
	Pazarlama	64	318,09	3,5208		
	Muhasebe	73	303,85	3,4703		
	İnsan Kaynakları	71	319,75	3,5352		
	Finans	43	314,07	3,5194		
	Diğer	258	294,64	3,3876		
<i>Bilinçli Kullanım Alt Boyutu</i>	Üretim	87	253,66	3,7241	9,885	0,079
	Pazarlama	64	296,16	3,9323		
	Muhasebe	73	313,73	4,0639		
	İnsan Kaynakları	71	312,5	4,0892		
	Finans	43	271,52	3,907		
	Diğer	258	310,54	4,0142		

\*0,05 için anlamlı farklılık

Ele alınan üç ana boyut ve alt boyutlar için çalışılan departman açısından anlamlı farklılıklar belirlenmiştir. Bu anlamlı farklılığın kaynağı olumsuz yönler alt boyutu, yetkinlik alt boyutu, teknolojiye yönelik ilgi alt boyutu, dijital teknolojilere tutum genel boyutu, sanal kaytarma genel boyutu ve önemsiz sanal kaytarma alt boyutlardan kaynaklanmış olup, sebebi ise  $p < 0.05$  değerine sahip olmasıdır. Bu anlamlı farklılığın sebebini ise puan ortalaması yüksek olan sınıf oluşturmaktadır.

Çizelge 34. Gelir Düzeyi Açısından Kruskal-Wallis Sınaması Sonuçları

Boyut	Grup	n	Ortalama Sıra	Puan Ortalaması	Ki-kare değeri	P
Sanal Kaytarma Genel Boyutu	4250-550	216	276,13	3,5111	6,519	0,089
	5501-6500	101	302,85	3,5664		
	6501-7500	157	319,44	3,688		
	7500 ve üstü	122	307,57	3,6286		
Önemli Sanal Kaytarma Alt Boyutu	4250-550	216	286,22	3,4219	2,667	0,446
	5501-6500	101	310,71	3,5223		
	6501-7500	157	311,34	3,5884		
	7500 ve üstü	122	293,61	3,4539		
Önemsiz Sanal Kaytarma Alt Boyutu	4250-550	216	279,72	3,6003	7,64	0,054
	5501-6500	101	283,58	3,6106		
	6501-7500	157	315,43	3,7877		
	7500 ve üstü	122	322,32	3,8033		
Örgütsel Özdeşleşme Boyutu	4250-550	216	288,18	3,5509	4,173	0,243
	5501-6500	101	306,13	3,7063		
	6501-7500	157	288,82	3,638		
	7500 ve üstü	122	322,91	3,8074		
Dijital Teknolojilere Tutum Genel Boyutu	4250-550	216	281,22	3,4822	5,085	0,166
	5501-6500	101	290,59	3,5139		
	6501-7500	157	318,83	3,628		
	7500 ve üstü	122	309,48	3,5891		
Teknolojiye Yönelik İlgi Alt Boyutu	4250-550	216	285,53	3,5521	4,825	0,185
	5501-6500	101	282,13	3,5384		
	6501-7500	157	314,8	3,6967		
	7500 ve üstü	122	314,05	3,6998		
Yetkinlik Alt Boyutu	4250-550	216	282,82	3,2255	7,362	0,061
	5501-6500	101	277,98	3,2603		
	6501-7500	157	314,11	3,4531		
	7500 ve üstü	122	323,16	3,4988		
Olumsuz Yönler Alt Boyutu	4250-550	216	259,09	3,088	19,1	0,000*
	5501-6500	101	308,25	3,3782		
	6501-7500	157	322,93	3,4471		
	7500 ve üstü	122	328,77	3,4984		
Sosyal Ağlar Alt Boyutu	4250-550	216	310,22	3,662	4,412	0,220
	5501-6500	101	304,77	3,646		
	6501-7500	157	299,33	3,6401		
	7500 ve üstü	122	271,49	3,5123		
	4250-550	216	301,97	3,4244		

Çizelge 34 .(devamı) Gelir Düzeyi Açısından Kruskal-Wallis Sınaması Sonuçları

Boyut	Grup	n	Ortalama Sıra	Puan Ortalaması	Ki-kare değeri	P
<i>Eğlence Amaçlı Alt Boyut</i>	5501-6500	101	291,91	3,3828	4,392	0,022*
	6501-7500	157	316,16	3,5244		
	7500 ve üstü	122	275,08	3,2732		
	4250-550	216	294,4	3,9414		
<i>Bilinçli Kullanım Alt Boyutu</i>	5501-6500	101	277,35	3,8779	4,215	0,239
	6501-7500	157	299,38	4,0064		
	7500 ve üstü	122	322,15	4,0519		

\*0,05 için anlamlı farklılık

Ele alınan üç ana boyut ve alt boyutlar için gelir durumu açısından anlamlı farklılıklar belirlenmiştir. Bu anlamlı farklılığın kaynağı olumsuz yönler alt boyutu, eğlence amaçlı alt boyutlardan kaynaklanmış olup, sebebi ise  $p < 0.05$  değerine sahip olmasıdır. Bu anlamlı farklılığın sebebini ise puan ortalaması yüksek olan sınıf oluşturmaktadır.

Çizelge 35. Firma Personel Sayısı Açısından Kruskal-Wallis Sınaması Sonuçları

Boyut	Grup	n	Ortalama Sıra	Puan Ortalaması	Ki-kare değeri	P
<i>Sanal Kaytarma Genel Boyutu</i>	0-5	98	325,33	3,6582	17,64	0,001*
	6-15	188	305,83	3,64		
	16-49	162	318,98	3,6874		
	50-250	148	249,01	3,3794		
<i>Önemli Sanal Kaytarma Alt Boyutu</i>	0-5	98	320,02	3,5408	17,112	0,001*
	6-15	188	304,58	3,5193		
	16-49	162	322,51	3,6103		
	50-250	148	250,25	3,2846		
<i>Önemsiz Sanal Kaytarma Alt Boyutu</i>	0-5	98	313,17	3,7755	10,636	0,014*
	6-15	188	308,35	3,7606		
	16-49	162	313,47	3,7644		
	50-250	148	259,89	3,4741		
<i>Örgütsel Özdeşleşme Boyutu</i>	0-5	98	338,78	3,7959	11,552	0,009*
	6-15	188	306,32	3,6968		
	16-49	162	293,95	3,6543		
	50-250	148	266,87	3,5		

Çizelge 35. (devamı) Firma Personel Sayısı Açısından Kruskal-Wallis Sınaması Sonuçları

Boyut	Grup	n	Ortalama Sıra	Puan Ortalaması	Ki-kare değeri	P
Dijital Teknolojilere Tutum Genel Boyutu	0-5	98	314,55	3,5849	14,302	0,003*
	6-15	188	309,22	3,6094		
	16-49	162	318,33	3,6255		
	50-250	148	252,54	3,3602		
<i>Teknolojiye Yönelik İlgi Alt Boyutu</i>	0-5	98	320,7	3,6913	12,956	0,005*
	6-15	188	308,31	3,6902		
	16-49	162	312,29	3,6975		
	50-250	148	256,25	3,391		
<i>Yetkinlik Alt Boyutu</i>	0-5	98	287,39	3,2595	15,833	0,001*
	6-15	188	316,8	3,4628		
	16-49	162	323,23	3,4885		
	50-250	148	255,54	3,1042		
<i>Olumsuz Yönler Alt Boyutu</i>	0-5	98	304,02	3,3061	3,104	0,376
	6-15	188	303,41	3,3436		
	16-49	162	308,65	3,3938		
	50-250	148	277,5	3,2014		
<i>Sosyal Ağlar Alt Boyutu</i>	0-5	98	321,17	3,7015	11,271	0,015*
	6-15	188	302,97	3,6423		
	16-49	162	314,61	3,7284		
	50-250	148	260,18	3,4307		
<i>Eğlence Amaçlı Alt Boyut</i>	0-5	98	303,69	3,4354	5,41	0,144
	6-15	188	304,74	3,4645		
	16-49	162	312,82	3,4835		
	50-250	148	271,46	3,2545		
<i>Bilinçli Kullanım Alt Boyutu</i>	0-5	98	331,15	4,1156	11,145	0,011*
	6-15	188	312,73	4,0532		
	16-49	162	292,4	3,9609		
	50-250	148	265,49	3,7793		

\*0,05 için anlamlı farklılık

Ele alınan üç ana boyut ve alt boyutlar için firma personel sayısı açısından anlamlı farklılıklar belirlenmiştir. Bu anlamlı farklılığın kaynağı olumsuz yönler alt boyutu, eğlence amaçlı alt boyutlar dışındaki boyutlardan kaynaklanmış olup, sebebi ise  $p < 0.05$  değerine sahip olmasıdır. Bu anlamlı farklılığın sebebini ise puan ortalaması yüksek olan sınıf oluşturmaktadır.

Çizelge 36. Mesleki Deneyim Açısından Kruskal-Wallis Sınaması Sonuçları

Boyut	Grup	n	Ortalama a Sıra	Puan Ortalaması	Ki-kare değeri	P
Sanal Kaytarma Genel Boyutu	1 yıldan az	197	303,01	0	3,932	0,140
	1-5 yıl	219	311,19	3,6213		
	6-10 yıl	180	278,13	3,6317		
	11 yıl ve üzeri	197	310,46	3,5088		
Önemli Sanal Kaytarma Alt Boyutu	1 yıldan az	219	311,42	0	7,475	0,024*
	1-5 yıl	180	269,69	3,5362		
	6-10 yıl	197	297,03	3,5388		
	11 yıl ve üzeri	219	307	3,3778		
Önemsiz Sanal Kaytarma Alt Boyutu	1 yıldan az	180	289,78	0	1,074	0,584
	1-5 yıl	197	296,89	3,7064		
	6-10 yıl	219	304,97	3,7245		
	11 yıl ve üzeri	180	292,38	3,6398		
Örgütsel Özdeşleşme Boyutu	1 yıldan az	197	302,26	0	0,59	0,745
	1-5 yıl	219	313,28	3,5956		
	6-10 yıl	180	276,4	3,7139		
	11 yıl ve üzeri	197	304,98	3,6407		
Dijital Teknolojilere Tutum Genel Boyutu	1 yıldan az	219	306,74	0	4,683	0,096
	1-5 yıl	180	281,38	3,5638		
	6-10 yıl	197	297,26	3,5942		
	11 yıl ve üzeri	219	311,51	3,4741		
Teknolojiye Yönelik İlgi Alt Boyutu	1 yıldan az	180	284,03	0	2,72	0,257
	1-5 yıl	197	295,25	3,6504		
	6-10 yıl	219	304,29	3,653		
	11 yıl ve üzeri	180	295,01	3,5403		
Yetkinlik Alt Boyutu	1 yıldan az	197	321,88	0	2,655	0,265
	1-5 yıl	219	299,88	3,3285		
	6-10 yıl	180	271,23	3,4149		
	11 yıl ve üzeri	197	300,33	3,2857		
Olumsuz Yönler Alt Boyutu	1 yıldan az	219	316,9	0	0,403	0,818
	1-5 yıl	180	274,12	3,2883		
	6-10 yıl	197	298,83	3,3452		
	11 yıl ve üzeri	219	304,6	3,31		
Sosyal Ağlar Alt Boyutu	1 yıldan az	180	290,72	0	8,697	0,013*
	1-5 yıl	197	303,01	3,7348		
	6-10 yıl	219	311,19	3,6301		
	11 yıl ve üzeri	180	278,13	3,4917		
Eğlence Amaçlı Alt Boyut	1 yıldan az	197	310,46	0	6,498	
	1-5 yıl	219	311,42	3,4162		
	6-10 yıl	180	269,69	3,5145		0,039*
	11 yıl ve üzeri	197	297,03	3,2852		
Bilinçli Kullanım Alt Boyutu	1 yıldan az	219	307	0		
	1-5 yıl	180	289,78	3,9645	0,686	0,713
	6-10 yıl	197	296,89	4,0076		
	11 yıl ve üzeri	219	304,97	3,9315		

\*0,05 için anlamlı farklılık

Ele alınan üç ana boyut ve alt boyutlar için mesleki deneyim açısından anlamlı farklılıklar belirlenmiştir. Bu anlamlı farklılığın kaynağı eğlence amaçlı alt boyut, sosyal ağlar alt boyutu ve önemli sanal kaytarma alt boyutundan

kaynaklanmış olup, sebebi ise  $p < 0.05$  değerine sahip olmasıdır. Bu anlamlı farklılığın sebebini ise puan ortalaması yüksek olan sınıf oluşturmaktadır.

Çizelge 37. Çalışma Şekli Açısından Kruskal-Wallis Sınaması Sonuçları

Boyut	Grup	n	Ortalama Sıra	Puan Ortalaması	Ki-kare değeri	P
Sanal Kaytarma Genel Boyutu	Sürekli Gündüz	466	313,11	3,6567	23,919	0,000*
	Gündüz ve Nöbet	45	299,44	3,606		
	Vardiya Değişimli	83	221,36	3,2412		
	Hafta Sonu	2	75,25	2,5		
Önemli Sanal Kaytarma Alt Boyutu	Sürekli Gündüz	466	308,05	3,533	12,256	0,007*
	Gündüz ve Nöbet	45	304,61	3,575		
	Vardiya Değişimli	83	246,49	3,2214		
	Hafta Sonu	2	95,5	2,5		
Önemsiz Sanal Kaytarma Alt Boyutu	Sürekli Gündüz	466	316,63	3,7804	30,078	0,000*
	Gündüz ve Nöbet	45	270,36	3,637		
	Vardiya Değişimli	83	217,44	3,261		
	Hafta Sonu	2	70,75	2,5		
Örgütsel Özdeşleşme Boyutu	Sürekli Gündüz	466	311,85	3,7217	16,009	0,001*
	Gündüz ve Nöbet	45	276	3,5778		
	Vardiya Değişimli	83	239,66	3,3213		
	Hafta Sonu	2	136	3		
Dijital Teknolojilere Tutum Genel Boyutu	Sürekli Gündüz	466	317,77	3,6178	29,069	0,000*
	Gündüz ve Nöbet	45	250,24	3,4248		
	Vardiya Değişimli	83	221,63	3,2413		
	Hafta Sonu	2	84,25	2,75		
Teknolojiye Yönelik İlgi Alt Boyutu	Sürekli Gündüz	466	315,97	3,7063	27,381	0,000*
	Gündüz ve Nöbet	45	269,31	3,5361		
	Vardiya Değişimli	83	221,36	3,1943		
	Hafta Sonu	2	87	2,5		
Yetkinlik Alt Boyutu	Sürekli Gündüz	466	324,14	3,4975	54,542	0,000*
	Gündüz ve Nöbet	45	250,26	3,1302		
	Vardiya Değişimli	83	184,67	2,642		
	Hafta Sonu	2	133,25	2,5		
Olumsuz Yönler Alt Boyutu	Sürekli Gündüz	466	308,21	3,3691	8,633	0,035*
	Gündüz ve Nöbet	45	248,59	3,1067		
	Vardiya Değişimli	83	274,71	3,1494		
	Hafta Sonu	2	147	2,5		
Sosyal Ağlar Alt Boyutu	Sürekli Gündüz	466	303,15	3,6481	4,37	0,224
	Gündüz ve Nöbet	45	283,91	3,6278		
	Vardiya Değişimli	83	285,35	3,506		
	Hafta Sonu	2	89,25	2,5		
Eğlence Amaçlı Alt Boyut	Sürekli Gündüz	466	304,11	3,4399	5,013	0,171
	Gündüz ve Nöbet	45	300,6	3,4889		
	Vardiya Değişimli	83	269,93	3,241		
	Hafta Sonu	2	128,75	2,5		
Bilinçli Kullanım Alt Boyutu	Sürekli Gündüz	466	315,56	4,0458	23,217	0,000*
	Gündüz ve Nöbet	45	221,91	3,6593		
	Vardiya Değişimli	83	244,08	3,7149		
	Hafta Sonu	2	305,5	4		

\*0,05 için anlamlı farklılık

Ele alınan üç ana boyut ve alt boyutlar için çalışma şekli açısından anlamlı farklılıklar belirlenmiştir. Bu anlamlı farklılığın kaynağı eğlence amaçlı alt boyut, sosyal ağlar alt boyutu dışındaki boyutlardan kaynaklanmış olup, sebebi ise  $p < 0.05$  değerine sahip olmasıdır. Bu anlamlı farklılığın sebebini ise puan ortalaması yüksek olan sınıf oluşturmaktadır.

Çizelge 38. İş Yerinde Çalışma Süresi Açısından Kruskal-Wallis Sınaması Sonuçları

Boyut	Grup	n	Ortalama Sıra	Puan Ortalaması	Ki-kare değeri	p
Sanal Kaytarma Genel Boyutu	1 yıldan az	34	364,79	3,9369	11,142	0,011*
	1-4 yıl	169	291,71	3,56		
	5-10 yıl	241	311,83	3,6377		
	10 yıl ve üzeri	152	270,08	3,4745		
Önemli Sanal Kaytarma Alt Boyutu	1 yıldan az	34	379,25	3,864	14,489	0,002*
	1-4 yıl	169	292,03	3,4593		
	5-10 yıl	241	311,26	3,541		
	10 yıl ve üzeri	152	267,4	3,3569		
Önemsiz Sanal Kaytarma Alt Boyutu	1 yıldan az	34	350,94	4,0098	6,406	0,093
	1-4 yıl	169	290,66	3,6607		
	5-10 yıl	241	308,24	3,7344		
	10 yıl ve üzeri	152	280,05	3,5921		
Örgütsel Özdeşleşme Boyutu	1 yıldan az	34	296,44	3,5343	0,123	0,989
	1-4 yıl	169	299,52	3,6203		
	5-10 yıl	241	296,02	3,6687		
	10 yıl ve üzeri	152	301,76	3,6897		
Dijital Teknolojilere Tutum Genel Boyutu	1 yıldan az	34	350,96	3,7592	7,946	0,040*
	1-4 yıl	169	292,38	3,5228		
	5-10 yıl	241	311,25	3,5955		
	10 yıl ve üzeri	152	273,37	3,4529		
Teknolojiye Yönelik İlgi Alt Boyutu	1 yıldan az	34	365,41	3,9926	8,272	0,041*
	1-4 yıl	169	296,26	3,6028		
	5-10 yıl	241	304,16	3,6437		
	10 yıl ve üzeri	152	277,05	3,5107		
Yetkinlik Alt Boyutu	1 yıldan az	34	296,71	3,3655	1,282	0,733
	1-4 yıl	169	293,44	3,3035		
	5-10 yıl	241	307,73	3,4102		
	10 yıl ve üzeri	152	289,89	3,2923		
Olumsuz Yönler Alt Boyutu	1 yıldan az	34	317,82	3,3588	4,414	0,223
	1-4 yıl	169	282,09	3,2296		
	5-10 yıl	241	313,5	3,4025		
	10 yıl ve üzeri	152	288,64	3,2645		
Sosyal Ağlar Alt Boyutu	1 yıldan az	34	399,75	4,1324	17,001	0,001*
	1-4 yıl	169	304,12	3,642		
	5-10 yıl	241	297,91	3,6214		
	10 yıl ve üzeri	152	270,53	3,4901		
Eğlence Amaçlı Alt Boyut	1 yıldan az	34	328,54	3,5294	6,926	0,074
	1-4 yıl	169	295,51	3,4043		
	5-10 yıl	241	313,25	3,5007		
	10 yıl ve üzeri	152	271,71	3,2566		
Bilinçli Kullanım Alt Boyutu	1 yıldan az	34	330,15	4,1765	2,125	0,547
	1-4 yıl	169	297,98	3,9546		
	5-10 yıl	241	302	3,9945		
	10 yıl ve üzeri	152	286,46	3,9035		

\*0,05 için anlamlı farklılık

Ele alınan üç ana boyut ve alt boyutlar için iş yerinde çalışma süresi açısından anlamlı farklılıklar belirlenmiştir. Bu anlamlı farklılığın kaynağı sanal kaytarma ana boyutu, önemli sanal kaytarma alt boyutu, dijital teknolojilere tutum genel boyutu, teknolojiye yönelik ilgi boyutu, sosyal ağlar alt boyutundan kaynaklanmış olup, sebebi ise  $p < 0.05$  değerine sahip olmasıdır. Bu anlamlı farklılığın sebebini ise puan ortalaması yüksek olan sınıf oluşturmaktadır.



## VII. SONUÇ VE ÖNERİLER

Örgütler tarafından nitelikli işgören çalıştırmak kadar çalışacak işgörenin örgüt ile özdeşleşmesi ve örgütün çıkarlarını koruyan sahiplenen bir işgören bulması son derece önemlidir. Günümüz dünyasında örgütlerin en önemli sorunlarından birisi de işgörenlerin örgüt ile özdeşleşmelerini sağlanması ve mesai saatleri içerisinde iken teknolojik aletleri kendi çıkarları doğrultusunda kullanılmasının önüne geçilmesidir. Örgüt ile özdeşleşmeyen bireyler verilen işlerden kaytarmaya başlayarak örgütü zarara sokacaktır. Aynı zamanda yapacağı önemli sanal kaytarma aktiviteleri ile örgüt içerisindeki oluşabilecek bilgilerin sızdırılması veya yasaklı sitelere girme alışkanlıkları ile birlikte örgütünü hukuki olarak da zor duruma sokarak örgütün işleyişine zarar verecektir. Bu durumlar söz konusu iken örgütün işgörenini sahiplenmesi ve işgörenin çıkarlarını koruyarak onların özdeşleşmelerini sağlayarak oluşabilecek bu gibi davranışların önüne geçerek örgütsel özdeşleşmeyi sağlayabilen örgütler devamlılığını koruyacaklardır.

Dijital tutum kavramı ise, sürekli gelişmekte olan teknoloji ile birlikte örgütlerin odak noktası haline gelmiş ve örgütlerin devamlılığının sürdürülebilmesi, gelişip büyümesi adına dijitalleşmenin önem verilen bir konu haline gelmiştir. Fakat dijitalleşme ile birlikte gelen sanal kaytarma davranışı örgüt içerisinde büyük sorunlar yaratmıştır. Bu sebepten ötürü işgörenlerin örgüt ile özdeşleşmeleri ve örgütün çıkarlarını sonuna kadar koruması örgütün vizyon ve misyonunu tam olarak anlamasıyla birlikte kaytarma davranışlarında bulunmaması örgüt için istenen ve işgörenlerden beklenen bir görev olmaktadır. Bu sayede örgüt ile özdeşleşen bireylerin örgütün dijitalleşmesiyle birlikte pozitif yönde etkileri olacağı düşünülmektedir. İşgörenlerin dijital tutuma karşı bakış açıları “bilinçli kullanım” yönünde ise, işgörenler sanal kaytarma davranışlarında bulunmayarak içerisinde bulunmuş olduğu örgüte son derece fayda sağlayacaktır. Bu doğrultuda çağa ayak uyduran örgütler devamlılığını sürdürebilirken, çağa ayak uyduramayan örgütler ise yok olma tehlikesiyle karşı karşıya kalacaktır.

Bu araştırmanın amacı, Bursa ilindeki küçük ve orta boy işletmelerde (KOBİ) sektör ayrımı yapılmadan işgörenler bazında gerçekleştirilen bu uygulamalı araştırmada, KOBİ'lerde örgütsel özdeşleşmenin sanal kaytarmaya etkisinde dijital tutumun aracılık etkisinin olup olmadığını tespit etmektir.

Araştırma konusuyla ilgili literatür incelendiğinde örgütsel özdeşleşme kavramı hakkında farklı kavramlar ile ilgili ilişkileri inceleyen pek çok araştırma yapılmıştır. Fakat küçük ve orta ölçekli işletmelerde örgütsel özdeşleşmenin sanal kaytarmaya etkisindeki dijital tutumun aracı rolü üzerine araştırma bulunmaması sebebiyle, yapılmış olan bu araştırma literatüre büyük katkı sağlayarak sonraki araştırmacılara yol gösterecektir.

Yapılan bu araştırmada, örgütsel özdeşleşmenin sanal kaytarmaya etkisinde dijital tutumun aracılık etkisini KOBİ çalışanları üzerinde etkileri değerlendirilmiştir. Ayrıca KOBİ çalışanlarının demografik faktörleri için grup farklılıkları da test edilmiştir.

Araştırmada veri toplama aracı olarak anket yöntemi tercih edilmiştir. Anketlerin cevaplanmasıyla elde edilen veriler istatistiksel olarak analize tutulmuş ve iki yönden ilerlenerek sonuca ulaşılmıştır.

- Birinci olarak demografik bilgilerden yola çıkarak grup farklılıkları test edilmiştir. Analizin yapılmasının esas amacı farklı grupların anketleri aynı bakış açısı ile yanıtlayıp yanıtlamadıklarını değerlendirmektir. Eğer aynı bakış açısı ile değilse ortaya çıkacak farklılıkların hangi gruptan kaynaklandığını tespit etmektir.
- İkinci olarak ise, ilişkiler açısından bakılmıştır. Araştırmanın bu aşamasında korelasyon analizi uygulanmıştır. Aynı zamanda doğrulayıcı faktör analizi uygulanmış ve yapısal eşitlik modeli ile de incelenmiştir.

Örgütsel özdeşleşmenin sanal kaytarmaya etkisindeki dijital tutumun aracılık etkisinin olup olmadığının ölçülmesi amacıyla yapılan bu araştırmanın frekans dağılımları ve grup farklılıkları şu şekildedir:

Araştırmaya katılan 596 KOBİ çalışanın 336'sı kadın, 260'ı erkektir. Katılımcıların oranları ise %56,4'ü kadın iken, %43,6'sı erkektir.

Araştırmaya katılan bireylerin yaş aralıklarına baktığımızda; 25 yaşından az olan kişi sayısı 41 kişi (%6,9), 26-35 yaş aralığında olan kişi sayısı 262 kişi (%44), 36-44 Yaş aralığında bulunan kişi sayısı 208 kişi (%34,9), 47-57 yaş aralığında bulunan kişi sayı 70 kişi (%11,7), 58 yaşından büyük kişi sayısı da 15 kişi (%2,5) yer almıştır. Verilerin sonuçları doğrultusunda küçük ve orta boy işletmeler genellikle genç ve orta yaşlı kişilerle çalışmayı tercih ederek onlarla birlikte çalıştığını görmekteyiz.

Araştırmaya katılan bireylerin eğitim durumlarına baktığımızda ise; çalışanların %20,5'i ilkokul/ortaokul, %22,8'i lise, %14,5'i ön lisans, %30,8'i lisans, %11,5'i yüksek lisans/doktora eğitim durumuna sahiptir. Bu veriler doğrultusunda küçük ve orta boy işletme çalışanlarının büyük oranı ilkokul/ortaokul ve lisans derecesine sahip olduğu gözlemlenmektedir.

Araştırmaya katılan bireylerin çalışma şekline baktığımızda ise; çalışanların %78,2'si sürekli gündüz, %7,6'sı gündüz ve nöbet, %13,9'u vardiya değişimli, %0,3'ü hafta sonu çalışmaktadır. Mevcut durum incelendiğinde küçük ve orta boy işletmelerde genel olarak çalışanların sürekli gündüz çalışıldığı düşünülmektedir.

Araştırmaya katılan çalışanların medeni durumuna baktığımızda ise; çalışanların %56'sı evli, %30,4'ü bekar, %13,6'sı ise boşanmış/duldur.

Araştırmaya katılan çalışanların gelir düzeylerine baktığımızda; çalışanların 216 kişisi (%36,2) 4250-5500 arası, 101 kişisi (%16,9) 5501-6500 arası, 157 kişisi (%26,3) 6501-7500 ve son olarak 122 kişisi (%20,5) 7500 ve üstü gelir düzeyine sahiptir. Mevcut durum incelendiğinde, ücretlerin eğitim durumu, uzmanlık, tecrübe durumuna göre değişkenlik gösterildiği düşünülmektedir.

Araştırmaya katılan çalışanların iş yerlerinde çalışma sürelerine baktığımızda; çalışanların 34 kişisi (%5,7) 1 yıldan az, 169 kişisi (%28,4) 1-4 yıl arası, 241 kişisi (%40,4) 5-10 yıl arası ve son olarak 152 kişisi (%25,5) 10 yıl ve üzeri çalışma süresine sahiptirler. Bu sonuçlara baktığımızda küçük ve orta boy işletmelerde personeller için sirkülasyon olabileceği söylenmektedir.

Araştırmaya katılan çalışanların iş yerlerindeki personel sayılarına baktığımızda ise; %16,4'ü 0-5 arası, %31,5'i 6-15 arası, %27,2'si 16-49 arasında ve son olarak %24,8'i 50-250 personel sayısı arasında yer almaktadır.

Araştırmaya katılan çalışanların çalıştıkları departmanlara baktığımızda; Katılımcıların %14,6'sı Üretim, %10,7'si Pazarlama, %12,2'si Muhasebe, %11,9'u İnsan Kaynakları, %7,2'si Finans ve son olarak %43,3'ü diğer departmanları tercih etmişlerdir.

Araştırmada uygulanacak grup farklılığı analiz yöntemleri dağılımın normal olup olmaması durumuna göre değişeceğinden dolayı öncelikli olarak ölçek boyutlarına Kolmogorov-Smirnov ve Shapiro-Wilk normallik testleri uygulanmıştır. Çizelge 28'de görüldüğü üzere her iki normallik testlerinin sonucunda  $p < 0.05$  olduğu üzere normal dağılımın sağlanmadığını belirten H1 hipotezi kabul edilmiştir. Bu doğrultuda grup farklılığı analizlerinde ise non-parametrik yöntemlerin kullanılması tercih edilmiştir. Araştırmaya katılmış olan katılımcıların demografik ve genel bilgileri için boyutlara yönelik ifadelerin anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğine bakılmıştır. Normal dağılım sağlanmadığı için grup farklılıklarının sınanmasında her 2 grup için Mann-Whitney-U testi, 3 ve üzeri grup için de Kruskal Wallis testleri uygulanmıştır.

Araştırmada gerçekleştirilmiş olan grup farklılığı analizlerinde, farkın kaynağı için ortalama değerlere bakılmış ve demografik özellikler arasındaki farklar açıklanmıştır;

Araştırma cinsiyet açısından ele alındığında, sanal kaytarma, örgütsel özdeşleşme ve dijital tutum boyutları arasında cinsiyet açısından anlamlı farklılıklar belirlenmiştir. Bu anlamlı farklılığın nedeni ise dijital tutumun alt boyutu olan olumsuz yönler tarafından kaynaklanmıştır. Farklılığın sebebini ise erkekler oluşturmaktadır. Bu sonuca göre erkek katılımcılar paragrafta da adı geçmiş olan boyutlara göre kadınlara nazaran daha çok önem vermektedir. Bunun sebebi dijital teknolojileri kullanan erkekler kadınlara göre daha fazla zorlanıyor olması tahmin edilmektedir.

Yaş grupları incelendiğinde, dijital teknolojilere tutum genel boyutu, teknolojiye yönelik ilgi alt boyutu, sosyal ağlar alt boyutu, eğlence amaçlı alt boyut ve bilinçli kullanım alt boyutunda anlamlı farklılıklar belirlenmiştir. Kruskal Wallis sonuçları doğrultusunda dijital teknolojiler genel tutumu, sosyal ağlar ve bilinçli kullanım alt boyutu "25 yaşından az" bireylerin olumlu cevaplar verdiği görülmektedir. Bunun nedeni ise "25 yaşından az" bireylerin dijital

teknolojiler ile sosyal ağlara fazlasıyla zaman ayırmasından ve genç neslin daha bilinçli bir şekilde dijitalleşmeye kullanmasından kaynaklandığı tahmin edilmektedir. Teknolojiye yönelik ilgi ile eğlence amaçlı alt boyutu “26 ile 35” yaş arasındaki bireylerin olumlu cevaplar verildiği görülmektedir. Bunun nedeni ise “26 ile 35” yaş arasındaki bireylerin dijitalleşmeye ilgili olduğu ve meraklı olduğu ve teknolojiyi eğlence amaçlı kullanıldığı düşünülmektedir.

Medeni durum açısından bakıldığında ise, olumsuz yönler alt boyutu ve sosyal ağlar alt boyutunda anlamlı bir farklılık ortaya çıkmıştır. Sonuçlar detaylı bir şekilde incelendiğinde olumsuz yönler alt boyutuna “boşanmış- dul” bireylerin daha olumlu cevaplar verildiği gözlenmiştir. Bunun nedeni ise çalışan boşanmış veya dul bireylerin ailesel sorumluluk duyguları olmadığından ve işletmeye olan bağlılıkları düşük olduğundan dijital gelişimleri takip etmedikleri ve dijital gelişmelere karşı oldukları tahmin edilmektedir. Sosyal ağlar alt boyutuna “evli” bireylerin daha olumlu cevap verdiği görülmektedir. Bunun nedeni ise evli bireyler dijital teknoloji konularında uzman olmaktan daha çok sadece sosyal ağda zaman geçirmek istedikleri ve çalışan evli bireylerin aile yaşamı içerisinde olduklarından sosyal medya aracılığı ile deşarj oldukları tahmin edilmektedir.

Eğitim durumu açısından baktığımızda ise, sanal kaytarma genel boyutu, önemli sanal kaytarma alt boyutu, önemsiz sanal kaytarma boyutu, örgütsel özdeşleşme genel boyutu dijital teknolojilere tutum genel boyutu, teknolojiye yönelik ilgi alt boyutu, yetkinlik alt boyutu ve son olarak da bilinçli kullanım alt boyutlarında anlamlı farklılıklar tespit edilmiştir. Kruskal Wallis sonuçlarına baktığımız sanal kaytarma, örgütsel özdeşleşme ve dijital teknolojilere tutum genel boyutu ile önemli sanal kaytarma, önemsiz sanal kaytarma, teknolojiye yönelik ilgi ve yetkinlik alt boyutlarına “lisans mezunları” daha olumlu cevaplar verdiği görülmektedir. Bunun nedeni olarak da lisans eğitimi alan çalışan bireyler örgütleri ile daha rahat kaynaşabilen, dijitalleşmenin farkında olan, internetin fayda ile zararlarını bilen aynı zamanda dijital teknoloji konusunda daha bilgili olan bireyler olduğu tahmin edilmektedir. Bilinçli kullanım alt boyutuna olumlu cevap veren bireyler ise “lise mezunu” oldukları görülmektedir. Bunun nedeni ise bireylerin işletmelerin genellikle daha çok lisans mezunları ile çalışmak

istemeleri ve çalışan bireylerin lise mezunu olduklarından dolayı daha tedbirli bir şekilde interneti kullandıkları tahmin edilmektedir.

Çalıştıkları departman açısından incelendiğinde ise, farkın kaynağı olumsuz yönler alt boyutu, yetkinlik alt boyutu, teknolojiye yönelik ilgi alt boyutu, dijital teknolojilere tutum genel boyutu, sanal kaytarma genel boyutu ve önemsiz sanal kaytarma alt boyutlarında anlamlı farklılıklar ortaya çıkmıştır. Sanal kaytarma genel boyutu, önemsiz sanal kaytarma alt boyutu, yetkinlik ve olumsuz yönler alt boyutu için “finans” sektöründe çalışan bireylerin daha olumlu yanıtlar verdiği görülmüştür. Bunun nedeni ise, finans sektöründe çalışan bireylerin diğer departmanlara göre daha zorlu ve daha önemli bir noktada olduklarından teknolojiye ilgileri daha fazla olmakla birlikte onları kullanmaktan çekinmedikleri ve kendilerini dinlendirebilmek adına teknolojik aletleri kullanmaktan çekinmedikleri ve çalışma şartları kolaylaşması adına iş hayatında da teknolojiyi kullanıldığı tahmin edilmektedir. Dijital teknolojilere tutum genel boyutu ile teknolojiye ilgi alt boyutu için “insan kaynakları” departmanı olumlu cevaplar verdiği görülmüştür. Bunun nedeni ise insan kaynaklarında çalışan bireylerin genel anlamda teknolojiyi günlük hayatlarında kullanmaları, yeni bilgiler edinmek adına dijital teknolojiyi kullanmaları ve dijital teknolojileri iş hayatında kullanmaları çalışan bireyleri motive ettiği tahmin edilmektedir.

Gelir düzeyi açısından bakıldığında, dijital teknoloji tutumunun alt boyutu olan “olumsuz yönler”, “eğlence amaçlı” alt boyutlarında anlamlı bir farklılık elde edilmiştir. Olumsuz yönler alt boyutuna olumlu cevap veren “7500 ve üstü” bireyler olmuştur. Bunun sebebi ise çalışan bireylerin işlerinde kıdemli olmasından dolayı dijital teknolojiler hakkında yeni bilgiler öğrenmenin gerekli olmadığı düşünüldüğü ve kendini gerekli olduğu kadar geliştirdiği düşünülmektedir. Eğlence amaçlı alt boyutuna olumlu cevap veren “6501- 7500” arası kazanan bireyler olmuştur. Bunun nedeni ise bu bireylerin lisans mezunu oldukları ve genç bireylerin oldukları düşünülürken çalışan bireylerin dijital teknolojileri eğlence için araç olduğunu gördüğü tahmin edilmektedir.

Firma personel sayısı açısından ele aldığımızda, sanal kaytarma genel boyutu, sanal kaytarmanın alt boyutlarından olan “önemli sanal kaytarma, önemsiz sanal kaytarma”, örgütsel özdeşleşme genel boyutu, dijital teknolojilere tutum genel boyutu, dijital teknolojilere tutumun alt boyutlarından olan

“teknolojiye yönelik ilgi, yetkinlik, sosyal ağlar ve bilinçli kullanım” alt boyutlarında anlamlı farklılıklar tespit edilmiştir. Sanal kaytarma ile dijital teknolojilere tutum genel boyutu, önemli sanal kaytarma, teknolojiye yönelik ilgi, yetkinlik ve sosyal ağlar alt boyutuna çalıştıkları firma içerisinde “16-49” arasında çalışan bulunan bireylerin olumlu cevaplar verdikleri görülmüştür. Bunun sebebi ise firma personel sayıları arttıkça bireylerin internet aktivitelerinin daha kolay yapabildiği, teknoloji ile daha çok ilgilenbildiği aynı zamanda firmanın orta büyüklükteki bir işletme olmasından dolayı yöneticilerin çalışan bireylerin teknoloji ile ilgilenmelerinin hem firma için olumlu hem de bireyler adına olumlu olduğu tahmin edilmektedir. Örgütsel özdeşleşme genel boyutu, bilinçli kullanım ve önemsiz sanal kaytarma alt boyutuna olumlu cevap veren “0-5” arasında firma çalışanı bulunan bireyler olmuştur. Bunun nedeni ise 0-5 arasında firmada çalışan bireyler örgüt ile daha rahat kaynaşabilecek ve aile ortamı gibi samimi ortam arasında çalışabileceğinden dolayı özdeşleşmeleri daha rahat olacaktır. Aynı zamanda işletme sahipleri çalışanları ile samimi oldukları için basit önemsiz sanal kaytarma aktivitelerini görmezlikten geldiği ve çalışan bireyin interneti daha bilinçli kullanarak işletme sahibine karşı kötü durumda kalmak istemediği düşünülmektedir.

Toplam mesleki deneyim açısından incelendiğimizde, sanal kaytarmanın alt boyutlarından olan “önemli sanal kaytarma”, dijital teknolojilere tutum boyutunun alt boyutlarından olan “sosyal ağlar ve eğlence amaçlı” alt boyutlarından anlamlı farklılıklar elde edilmiştir. Önemli sanal kaytarma ve eğlence amaçlı alt boyutuna toplam mesleki deneyimi “6-10 yıl” arasında olan bireyler olumlu cevaplar verildiği gözlemlenmiştir. Mesleklerinde uzun bir süreden beri çalışmış olmanın rahatlığı ile önemli ve çalıştıkları işletmeyi zor duruma sokacak internet aktivitelerini kullanmaktan çekinmemektedir. Bunun nedeni ise eğer işten çıkartılırsa bile kendilerine rahat bir şekilde tekrardan iş bulmaları kolay olacağı düşünülmektedir. Sosyal ağlar alt boyutuna mesleki deneyi “1-5 yıl” arasında olan bireyler olumlu cevaplar vermiştir. Bu kategoride yer alan çalışan bireyler, genel olarak daha mesleklerinde uzmanlaşmadıkları ve yaş olarak daha genç oldukları tahmin edilmektedir.

Çalışma şekli açısından incelendiğimiz zaman, örgütsel özdeşleşme genel boyutu, sanal kaytarma genel boyutu, sanal kaytarmanın alt boyutlarından

“önemli sanal kaytarma ve önemsiz sanal kaytarma” alt boyutu, dijital teknolojiye yönelik tutumun genel boyutu, dijital teknolojilere tutumun alt boyutlarından “teknolojiye yönelik ilgi, yetkinlik, olumsuz yönler ve bilinçli kullanım” alt boyutlarına bakıldığında anlamlı bir farklılık elde edilmiştir. Sanal kaytarma, örgütsel özdeşleşme ve dijital teknolojilere tutum genel boyutları ile önemsiz sanal kaytarma, teknolojiye yönelik ilgi, yetkinlik, olumsuz yönler ve bilinçli kullanım alt boyutlarına olumlu cevap veren bireyler iş yerlerinde “sürekli gündüz” olarak çalışmaktadır. Bu nedenle, sürekli olarak gündüz çalışan bireyler işletmeleri ile daha rahat bir şekilde özdeşleşme fırsatı bulurken aynı zamanda teknoloji kullanımıyla ilgilide geri kalmamakla birlikte internet aktivitelerini daha rahat gerçekleştirdiği düşünülmektedir. Önemli sanal kaytarma alt boyutuna olumlu cevap veren bireyler “gündüz ve nöbet” şeklinde çalışmaktadır. Bunun sebebi ise bireyler nöbet tuttıkları esnada kontrol merceklerinin bulunmamasından dolayı rahat bir şekilde internet aktivitelerini gerçekleştirdikleri tahmin edilmektedir.

İş yerinde çalışma süresini ele aldığımızda, sanal kaytarma genel boyutu, sanal kaytarmanın alt boyutundan olan “önemli sanal kaytarma”, dijital teknolojilere tutum genel boyutu, dijital teknolojilere tutumun alt boyutlarından olan “teknolojiye yönelik ilgi ve sosyal ağlar” alt boyutlarından anlamlı bir farklılık tespit edilmiştir. Sanal kaytarma ile dijital teknolojilere tutum genel boyutu, önemli sanal kaytarma ve sosyal ağlar alt boyutuna olumlu cevap veren bireyler çalıştıkları kurumda “1 yıldan az” çalışmış bireylerdir. Bunun sebebi ise bireyin işe daha yeni girmiş olması, işyerine daha alışmamış olması, işletme içerisinde bireyin kendini yalnız hissetmesi gibi durumlar internet aktivitelerini arttırıcı yönde olduğu düşünülmektedir. Teknolojiye yönelik ilgi alt boyutuna olumlu cevap veren bireyler çalıştıkları işletmede “5-10” yıl arasında çalışmış olan bireylerdir. Bunun sebebi ise işyerinde çalışan bireyin işletme ile özdeşleşmiş olması ve işletme için faydalı olabilecek teknolojik gelişimlere ilgi duyarak hem kendisine yeni donanımlar kazandırmak istemesi hem de işletmesi için daha faydalı olmak istemesi düşünülmektedir.

Yapılan çalışmada grup farklılıkları incelenip yorumlandıktan sonra, Korelasyon Analizine geçilmiştir. Boyutlar arasındaki ilişkilerin belirlenmesi sebebiyle boyutlarda normal dağılım sağlanmadığından Kendall’s tau<sub>b</sub> ilişki



analizi yöntemi uygulanmıştır. Yapılan korelasyon analizi sonucunda, çalışmanın ana hipotezi olan; örgütsel özdeşleşme, sanal kaytarma ve dijital teknolojiye yönelik tutum faktörlerini pozitif yönde (olumlu) etkilediği  $p<0.05$  gereğince doğrulanmıştır.

- **Örgütsel özdeşleşme genel boyutu;** önemli sanal kaytarma alt boyutunu %30,1, önemsiz sanal kaytarma alt boyutunu %30, sanal kaytarma genel boyutunu ise %31 oranında pozitif yönde (artırıcı) etkilemektedir.
- **Örgütsel özdeşleşme genel boyutu;** dijital tutumun alt boyutlarından olan teknolojiye yönelik ilgi boyutunu %33.7, yetkinlik alt boyutunu %28.3, sosyal ağlar alt boyutunu %28.8, eğlence amaçlı kullanım alt boyutu %20, bilinçli kullanım alt boyutu %20.9, olumsuz yön alt boyutunu %12.9 ve son olarak dijital tutum genel boyutunu %30.5 oranında pozitif yönde (artırıcı) etkilemektedir.
- **Dijital tutum genel boyutu;** sanal kaytarmanın alt boyutu olan önemli sanal kaytarma alt boyutunu %52.9, önemsiz sanal kaytarma alt boyutunu %54.7, sanal kaytarma genel boyutunu ise %55.5 oranında pozitif yönde (artırıcı) etkilemektedir.

Teknolojiye yönelik ilgi alt boyutu; önemli sanal kaytarma alt boyutunu %58.9, önemsiz sanal kaytarma alt boyutunu %63.6, sanal kaytarma genel boyutunu ise %62.8 oranında pozitif yönde (artırıcı) etkilemektedir.

Yetkinlik alt boyutu; önemli sanal kaytarma alt boyutunu %51.3, önemsiz sanal kaytarma alt boyutunu %49.8, sanal kaytarma genel boyutunu ise %49.9 oranında pozitif yönde (artırıcı) etkilemektedir.

Sosyal Ağlar alt boyutu; önemli sanal kaytarma alt boyutunu %49.3, önemsiz sanal kaytarma alt boyutunu %46.3, sanal kaytarma genel boyutunu ise %49.1 oranında pozitif yönde (artırıcı) etkilemektedir.

Eğlence amaçlı kullanım alt boyutu; önemli sanal kaytarma alt boyutunu %53, önemsiz sanal kaytarma alt boyutunu %39, sanal kaytarma genel boyutunu ise %45,2 oranında pozitif yönde (artırıcı) etkilemektedir.

Bilinçli kullanım alt boyutu; önemli sanal kaytarma alt boyutunu %21.7, önemsiz sanal kaytarma alt boyutunu %36.3, sanal kaytarma genel boyutunu ise %28.8 oranında pozitif yönde (artırıcı) etkilemektedir.

Olumsuz yön alt boyutu; önemli sanal kaytarma alt boyutunu %15.7, önemsiz sanal kaytarma alt boyutunu %23, sanal kaytarma genel boyutunu ise %20.6 oranında pozitif yönde (artırıcı) etkilemektedir.

Yukarıdaki sonuçlar dikkatli bir şekilde incelendiği takdirde, örgütsel özdeşleşme genel boyutu sanal kaytarma boyutunu pozitif yönde etkilediği gözlemlenmektedir. Örgütler çalışanlarıyla birlikte özdeşleşmelerinin performansları üzerinde pozitif yönde etkileri olacağından, çalışanların örgüt ile bütünleşmesine imkân sağlayacak her olanağa dikkatli ve tedbirli bir şekilde imkân vermelidir. Özdeşleşme değeri yüksek olan çalışanların verimlilikleri artacağından dolayı işletmelerin uzun vadede hedeflerine daha rahat bir biçimde erişmelerine imkân sağlayacaktır. Bu nedenle örgütler gerekli durumlarda çalışanlarının sanal kaytarma faaliyetlerine izin vermeleri kaçınılmaz bir durumdur. Bu faaliyetler doğrultusunda birey hem mola vererek kendini dinlendirmiş olacak aynı zamanda da işe kaldığı yerden devam ettiği sırada daha rahat odaklanabileceği düşünülmektedir. Bu sebepler doğrultusunda sanal kaytarma aktivitelerinin yoğun bir şekilde yapılmadığı durumlarda işletmeye fayda sağlayacağı ve çalışan bireyin örgüt ile özdeşleşmesi daha rahat olabileceği tahmin edilmektedir.

Örgütsel özdeşleşme genel boyutu teknolojiye yönelik ilgi boyutunu diğer boyutlardan daha fazla oranda etkilediği yukarıda gözlemlenebilmektedir. Teknolojiye yönelik ilgi boyutunun yüksek olması, çalışan ile işletme arasında olumlu etkileyeceği ve her iki tarafında gelişebileceği düşünülmektedir. İşletmeler günümüz şartlarında dijitale ilgi duyan, teknolojik gelişmeleri yakından takip eden çalışanlara ihtiyaç duyabilmektedirler. Çalışanların teknolojiye duyulan merakı sahip olmaları durumunda işletme dinamik yapısını devamlı bir şekilde koruyabilme fırsatı yakalayabileceklerdir. Aynı zamanda bu durumların hepsi birleştiğinde işletmeler bu durumdan olumlu etkilendiklerinden çalışanlarına iyi şartlar sunarak onların gelişmelerinin emeklerini vererek özdeşleşmeleri daha kolay bir şekilde oluşacağı tahmin edilmektedir.

Dijital tutum genel boyutunun önemli sanal kaytarma boyutunu diğer boyutlardan daha fazla oranda etkilediği görülmektedir. Bunun sebebi ise sanal kaytarma faaliyetlerinde bulunan işgörenler dijital teknolojiler vasıtası ile bu kaytarma faaliyetlerinde buldukları için dijital teknolojilere karşı tutumları da derecede yüksek olduğu düşünülmektedir. Önemli sanal kaytarma boyutu örgütler açısından risk teşkil eden bir durum olarak karşımıza çıkmaktadır. Örgütler bu davranışlar sonucunda büyük zararlar alabileceği gibi bu davranışı gerçekleştirecek kişi de bu durumdan büyük zararlar alabilmektedir. Örgütlerin dijital karşı tutumlarında en önemli etken önemli sanal kaytarma faaliyetleri olduğu düşünülmektedir.

Burada ana faktörler arasındaki ilişkiler incelenmiş ve uyum iyiliklerine detaylıca bakılmıştır. Verilerin modeli ne derece tanımladığına Uyum İyiliğine bakarak karar verilmektedir. Bulunan verilerin Doğrulayıcı Faktör Analizi Modeline uygunluk durumu göstermektedir. Doğrulayıcı faktör analizlerinin sonucunda, uyum iyilikleri istatistikleri uygunluk görülmüştür. Bu sonuçla faktör yapısı doğrulanmıştır. Çizelge 21’de görüleceği gibi bir tane kabul edilir uyum diğerleri ise iyi uyum çıktığından dolayı teoriye devam edilmiştir. Bu aşamadan sonra ise YEM analizine geçilmiştir.

Çizelge 22’de görüldüğü üzere YEM “İyiliği sonuçlarına bakıldığında iki adet kabul edilebilir uyum bulunurken diğerleri ise iyi uyum sonuçlarına ulaşılmıştır. Tahmin edilen katsayıların yorumlanmaya uygun olduğu belirlenmiştir. Tablo 23’te YEM Model Tahmin Sonuçları gösterilmiştir. Sonuçlara aşağıda yer verilmiştir.

H1: Örgütsel özdeşleşme ile sanal kaytarmayı istatistik anlamlı ilişkilidir. Elde edilen sonuçlar Örgütsel özdeşleşme Sanal kaytarmayı %36,4 oranında istatistiksel olarak anlamlı ve pozitif yönlü bir etkinin olduğunu ortaya koymaktadır. Örgütsel özdeşleşmenin amaçları, işgörenler ile birlik algısı, işgörenlerin kendini örgütün bir üyesi olarak görmesi veya örgüte karşı aidiyet algısı oluşması sanal kaytarma aktivitelerinin örgüte yarar sağlayacaktır. Böylece H1 hipotezinin kabul edildiği görülmektedir.

H2: Örgütsel özdeşleşme ile dijital teknolojiye tutum istatistik anlamlı ilişkilidir. Sonuçlar doğrultusunda Örgütsel özdeşleşmenin Dijital teknoloji

tutumunu %43.4 oranında istatistiksel olarak anlamlı ve pozitif yönlü bir etkinin olduğunu ortaya koymaktadır. Dijital teknoloji yaşamın her alanında olduğundan dolayı örgütlerde dijitalleşmeye başlamışlardır. Örgüt içerisindeki işgörenlerin bilgisayar üzerinde çalışmaları dijital teknolojiye yönelik tutumlarına bağlı olmaktadır. Dijital teknolojilere yatkın olan işgörenler örgütlerine katkı sağlayacak ve özdeşleşme sağlanmış olacaktır. Bu durumda H2 hipotezin kabul edildiği görülmektedir.

H3: Dijital tutum ile sanal kaytarma istatistik anlamlı ilişkilidir. Elde edilen sonuçlar Dijital tutum sanal kaytarmayı %59.3 oranında istatistiksel olarak anlamlı ve pozitif yönlü bir etkinin olduğunu ortaya koymaktadır. Dijital tutum kapsamında teknolojiyi bilinçli, ilgili, eğlence ve sosyal amaçlar için kullanan bireylerin sanal kaytarma aktivitelerini rahatlıkla yapabileceklerinden H3 hipotezinin kabul edildiği görülmektedir.

H4: Örgütsel özdeşleşmenin sanal kaytarmaya etkisinde dijital tutumun aracı rolü vardır. Aracı değişken anlamlılığının belirlenmesi adına AMOS “Analysis of Moment Structures” programında Bootstrap yöntemi kullanılmıştır. Örgütsel özdeşleşmenin Sanal kaytarmaya etkisinde Dijital tutumun aracılığı %8.4 oranında ile doğrudan bir etkinin olduğu ve bu etkinin bootstrap güven değerleri arasında olması ile dijital tutumun örgütsel özdeşleşmenin sanal kaytarmaya etkisinde aracılık ettiği söylenebilir. Bu durumda dijital tutumun örgütsel özdeşleşme ve sanal kaytarma arasında nedensel bir ilişki olduğunu göstermiştir.

Aliyev (2014) tarafından Erzurum ilindeki bir bankanın operasyon merkezinde görev yapan işgörenlerin örgütsel sosyalleşme ile örgütsel özdeşleşme arasındaki ilişkiyi incelemek amacıyla 156 işgörene uygulanmış olan anket yöntemi kullanılarak örgütsel sosyalleşmenin örgütsel özdeşleşme ile pozitif yönde anlamlı ilişki olduğu saptanmıştır.

Aypar (2018) yapmış olduğu araştırmada Ankara ilinde bulunan Kamu kurumunda çalışan personelin örgütsel özdeşleşme, tükenmişlik ve işten ayrılma niyeti arasındaki ilişkiyi incelemek sebebiyle 304 kamu çalışanına anket yolu ile yapmış oldukları araştırmada örgütsel özdeşleşme ile iş tatmini arasında pozitif yönde ve anlamlı ilişkili olduğu tespit edilmiştir.

Yılmaz (2018) Eskişehir ilinde faaliyet gösteren 205 seyahat acentesi çalışanına yapmış olduğu araştırmada, sanal kaytarma davranışları, iş motivasyonu ve iş tatmini arasındaki ilişkileri belirlemek amacı ile 196 tanesi uygun bulunan anket yöntemi ile değerlendirmeye alınmıştır. Bunun sonucunda ise sanal kaytarma davranışları ve iş motivasyonunun alt boyutlarından olan ücret ve değerlendirme ile kendini geliştirme boyutu arasında anlamlı ve pozitif yönlü ilişki saptanmıştır.

Özüdoğru (2019) tarafından yürütülen çalışmada Balıkesir ilinde görev yapan sağlık çalışanına iş stresinin, sanal kaytarma ve işgören performansı ilişkisi üzerinde pozitif etkinin olup olmadığı amacıyla yapılan çalışmada 402 sağlık çalışanına anket yöntemi ile ilgili sorular yöneltilmiştir. Korelasyon analizi sonucunda ise sanal kaytarmanın işgören performansı ve iş stresi arasında anlamlı ve pozitif yönde ilişkilerin olduğu tespit edilmiştir.

Gülümoğlu (2018) yapmış olduğu araştırmada Kastamonu ilindeki kamu çalışanlarına sanal kaytarmanın alt boyutları ile çalışan performansı arasındaki ilişkiyi incelemiştir. Araştırma sonucunda elde edilen bulgu sanal kaytarma davranışının alt boyutlarından olan bireysel ihtiyaç amaçlı sanal kaytarma davranışı ile çalışan performansı arasında pozitif yönde etkisi olduğu saptanmıştır.

Korkmaz (2019) Bursa Büyükşehir Belediyesi'nde görev alan çalışanlara internet kullanım alışkanlıklarının sanal kaytarma üzerindeki etkisinde örgütsel özdeşleşmenin aracılık rolünün tespit edilmesi amacıyla 362 çalışana anket yolu ile sorular yöneltilmiştir. Araştırmanın sonucunda sanal kaytarma üzerinde örgütsel özdeşleşmenin tam aracılık rolü bulunduğu tespit edilmiştir.

Karatepe ve Güngör (2017) yılında Ankara'da kamu sektöründe çalışanlarının örgütsel özdeşleşme düzeylerinin sanal kaytarma gerekçeleri ve alt boyutlarına olan etkileri yapmış oldukları araştırmada amaçlanmıştır. 243 kamu çalışanına anket yolu ile uygulanmıştır. Örgütsel özdeşleşme ile iş dışı internet kullanımı arasında pozitif yönde ilişki tespit edilmiştir.

Karaca (2018) yılında Elazığ'da sağlık çalışanlarının sanal kaytarma davranışları ile örgütsel özdeşleşme düzeyleri arasındaki ilişkinin incelenmesi adına Elazığ Devlet Hastanesinde çalışan 189 kişi üzerinde uygulanmıştır.

Araştırma sonucunda ise personellerin özdeşleşme düzeyleri arttıkça sanal kaytarma davranışlarının azaldığı sonucuna ulaşılmıştır.

Sonuç olarak; günümüz dünyasında teknolojinin hızlı bir şekilde gelişmesiyle birlikte hayatımızın bir parçası durumuna gelmiş olan ve yaygın olarak kullanılan internet, iş hayatında da karşımıza çıkmaktadır. Mesai saatleri içerisindeyken kişisel internet kullanımı örgütlerin güncel problemi haline gelmiştir. İşgörenlerin, iş amaçları doğrultusunda kullanımına sunulmuş olan internet olanaklarının doğrudan bireysel amaçlar doğrultusunda kullanılması sanal kaytarma davranışını ortaya çıkarmıştır. Sanal kaytarma davranışları ise örgütler bakımından faydalı mı yoksa zararlı açısından literatürde tartışılan bir konu haline dönüşmüştür. Mesai saatleri içerisinde önemli sanal kaytarma davranışında bulunan işgörenlerin örgütlerinin verimliliğini düşüreceği aynı zamanda örgüte zarar verebilmektedir. Fakat önemsiz sanal kaytarma davranışlarından olan e-maillerin kontrol edilmesi, gündelik haber sitelerinde dolaşmaları, faturalarını internet üzerinden ödemeleri ve bankacılık işlemlerini gerçekleştirmeleri gibi davranışları işgörenler açısından bir problem teşkil etmediğini düşünmektedirler. Bu durum işgörenin motivasyonunu yükselterek örgüt ile özdeşleşmeleri daha rahat olabileceği düşünülmektedir. Bu çalışmada elde edilen sonuçlar ışığında konu üzerinde çalışma yapacak araştırmacılara ve uygulamacılara aşağıdaki önerilere sunmak mümkündür.

- İşgörenlerin örgütleri ile özdeşleşmeleri adına gerekli motivasyonu artırıcı seminerler, sempozyumlar ve konferanslar düzenlenmesi önerilebilir
- Sanal kaytarma konusuyla ilgili araştırma yapılırken sanal kaytarma literatürünün yanı sıra sanal kaytarmaya sebep olan siber zorbalık, siber korsanlık ve internet bağımlılığı gibi konularında incelenmesi araştırma yapacak kişilere önerilebilir.
- Mesai saatleri içerisinde bireysel internet kullanımıyla alakalı örgütler tarafından internet politikası belirlenmesi önerilebilir.
- Örgüt içerisinde internet erişimine açık olan teknolojik cihazların kötü amaçlar doğrultusunda kullanımının engellenmesi adına erişime

sınır getirecek internet filtreleme yazılımları yüklenmesi önerilebilir.

- Örgüt çalışanlarına internet kullanımı ile ilgili eğitim verilmesi önerilebilir.
- Sanal kaytarma konusuyla daha fazla ölçek çalışmasının yapılması önerilebilir. Bu konu üzerine yapılacak ölçek çalışmaları literatüre katkı sağlayacaktır.
- İşe yeni başlayan işgörenlerin örgüt tarafından verilecek eğitim ile önemli sanal kaytarma faaliyetleri aza indirilebilir.
- İşgörenin örgüt ile özdeşleşmelerini sağlayabilmek adına üretkenlik ve verimliliklerin ödüllendirilmesi önerilebilir.
- Örgütler sanal kaytarma faaliyetlerini yalnızca olumsuz olarak nitelendirmekten vazgeçebilir ve sanal kaytarma faaliyetlerini avantaja çevirecek yöntemler denemesi önerilebilir.
- İşgörenler sanal kaytarma faaliyetlerinin hukuki boyutlarıyla ilgili bilgilendirilmelidir. Örgüte zarar verebilecek kaytarma davranışlarını önemsiz sanal kaytarma faaliyetleri arasındaki farklarının net bir şekilde bilgilendirilmesi önerilebilir.
- İşgörenlerin sanal kaytarma faaliyetleri azaltabilmek adına motivasyonunu artırabilecek adımlar atılması önerilebilir.
- Örgütlerin işgörenleri ile özdeşleşmelerini sağlamaları için işgörenlerin ne kadar önemli oldukları hissi yaratılmalıdır.
- Örgütler tarafından işgörenlerin iş tanımları net bir şekilde yapılmalıdır.
- Örgütlerin uygulayacağı iş eğitimi uygulamaları işgörenlerin örgüt ile özdeşleşmelerine kat sağlayabilmektedir. Araştırmacılar dijital teknolojiye yönelik tutum konusunu eğitim ve kamu personelleri üstünde uygulayabilmesi önerilebilir
- Örgütler işgörenlerin önemsiz sanal kaytarma faaliyetlerine görmezden gelerek işgörenin örgüt ile özdeşleşmesi önerilebilir.

- Teknolojinin örgüt içerisinde yaygın bir biçimde kullanılması işgörenin yükünü hafifleterek örgütün verimini yükseltebilir.

Çalışmanın en temel kısıtlayıcısı Bursa'da yapılmış olması ve Bursa ilinde faaliyet gösteren küçük ve orta boyutlu işletmeler ile sınırlı tutulmuş olmasıdır. Bu sebeple yapılan değerlendirmeler yalnızca Bursa ilinde geçerlidir. Gelecek dönemler yapılacak çalışmaların farklı şehirler ve daha büyük örneklem grubu ile yapılması farklı sonuçlar ortaya çıkarabilecektir. Farklı bölgelerde yapılacak olan çalışmalara ve hali hazırdaki KOBİ sahiplerine bu araştırma sonuçları rehber olacaktır.



## VIII. KAYNAKÇA

### KİTAPLAR

ANANDARAJAN, M., & SIMMERS, C. (2004). **Personal Web Usage In The Workplace: A Guide To Effective Human Resources Management**. IGI Global.

BARLI, Ö., (2010). **Davranış Bilimleri ve Örgütlerde Davranış**, Ankara, Aktif Yayınevi, 4.Baskı.

BAUMEISTER, R.F. ve BUSHMAN, B.J., (2008). **Social Psychology and Human Nature**, Cengage Learning, USA.

BİLGİN, N. (2007). **Kimlik İnşası**. Ankara: Aşina Kitaplar.

BOSTANCI, M. (2015). **Sosyal Medya ve Siyaset**, Konya: Palet Yayınları, 1. Baskı.

COSTA, PAUL T., MCCRAE, ROBERT R. (1992). **Neo Personality Inventory– Revised (Neo-Pi-R) And Neo Five-Factor Inventory (Neo-Ffi) Professional Manual**, Odessa, FL: Psychological Assessment Resources.

FLYNN, N. (2001), **E-Policy Handbook: Designing and Implementing Effective E-Mail, Internet and Software Policies**, 1st Edition, Saranac Lake, AMACOM Books.

HOBBS, R. (2010). **Digital and Media Literacy: A Plan of Action**, Washington D.C., The Aspen Institute.

HOGG, M., ABRAMS, D. (1988). **Social Identifications: A Social Psychology of Intergroup Relations and Group Processes**, London, New York: Routledge.

KARAKOÇ, E., ve TAYDAŞ, O. (2013). **Toplumsal Dönüşüm Bağlamında Sosyal Medya ve Değişen Aile Kavramı**, Konya: Çizgi Kitapevi.

- KAVI, E. (2017). **Çalışma Yaşamında Güncel Psikolojik Konular**. Yalova: Dora Yayınevi.
- KOÇEL, T., (2011). **İşletme Yöneticiliği**, İstanbul, Beta Yayınevi, 15. Baskı.
- KÜLTEGİN, Ö. (2012). **İnternet Bağımlılığı: İnternetin Psikolojisini Anlamak ve Bağımlılıkla Başa Çıkmak**, İstanbul, Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları,
- LANKSHEAR, C. ve KNOBEL, M. (2013). **A New Literacies Reader: Educational Perspectives**, New York: Peter Lang.
- ÖZÇAĞLAYAN, M. (1998). **Yeni İletişim Teknolojileri ve Değişim**, İstanbul: Alfa Yayınları, 1. Baskı.
- PATCHEN, M. (1970). **Participation, Achievement and Involvement on the Job**, Prentice Hall Inc. New Jersey.
- SEZİCİ, E. (2010). **Örgütsel Davranışta Güncel Konular**, Bursa. Ekin Yayınevi.
- SEZİCİ, E., (2010). **Örgütsel Özdeşleşme**, Bursa, Ekin Basım Yayın Dağıtım.
- SPEARS, R., HASLAM, S. A. (1997). **Stereotyping and The Burden of Cognitive Load. The Social Psychology of Stereotyping and Group Life**, Oxford.
- TAŞKIRAN, N. Ö. (2007). **Medya Okuryazarlığına Giriş**. İstanbul: Beta Basım
- TORUN, G.S. (2012). **Örgüt Kültürünün Çalışan Bağlılığı Üzerindeki Etkisi: Turizm Sektöründe Bir Araştırma**, T.C. Sanayi, Bilim ve Teknoloji Bakanlığı Verimlilik Genel Müdürlüğü Yayın No: 724.
- TURNER, JOHN C. (1982). **Towards A Cognitive Redefinition of the Social Group. Social Identity and Intergroup Relations**, Cambridge, Cambridge University Press.
- VAN DOORN, O. N. (2011). **Cyberloafing: A Multi-Dimensional Construct Placed In A Theoretical Framework**, Van Doorn, ON Eindhoven University Of Technology The Netherlands.
- YENĞİN, D. (2012). **Yeni Medya ve...**, İstanbul, Anahtar Kitaplar Yayınevi, 1. Basım.

ZENCİRKIRAN, M. KESER, A., (2018). **Örgütsel Davranış**. Bursa, Dora Basım Yayınevi.

ZURKOWSKI, G. P. (1974), **The Information Service Environment Relationships and Priorities**, National Commission on Libraries and Information Science.

## MAKALE

ACUN, F. (2020). “Dijital Tarih ve Dijital Tarihçiliğin Tarihyazımına Etkisi Üzerine”, **Tarihyazımı Dergisi**, Cilt 2, Sayı 1, ss. 66-90.

AKAR, E. (2009). “Web 2.0 ile Değişen Pazarlama ve Yeni Kuralları”. **Pazarlama ve İletişim Kültürü Dergisi**, Cilt 8, Sayı 28, ss. 89-114

AKGÖL, O. (2019). “Spor Endüstrisi ve Dijitalleşme: Türkiye’de Esport Yapılanması Üzerinde Bir İnceleme”, **Trt Akademi Dergisi**, Cilt: 4 Sayı: 8, ss. 206-224.

ALBERT, S., B. E. ASHFORTH AND J. E. (2000). "Organizational Identity and Identification: Charting New Waters and Building New Bridges", **Academy of Management Review**, Cilt 1, Sayı 25, ss. 13- 17.

ANANDARAJAN, MURUGAN ve SİMMERS, CLAIRE A. (2005). “Developing Human Capital through Personal Web Use in the Workplace: Mapping Employee Perceptions”, **Communications of the Association for Information Systems**, Sayı 15, ss. 776- 791.

ARISOY, Ö. (2009). “İnternet Bağımlılığı ve Tedavisi”, **Psikiyatride Güncel Yaklaşımlar Dergisi**, Cilt:1, Sayı: 1, ss. 55-67.

ASKEW, K., BUCKNER, J. E., TAİNG, M. U., ILIE, A., BAUER, J. A., Coover, M. D. (2014). “Explaining cyberloafing: The role of the theory of planned behavior”, **Computers in Human Behavior**, Sayı 36, ss.510-519.

AŞICI, M. (2009), “Kişisel ve sosyal bir değer olarak okuryazarlık”, **Değerler Eğitimi Dergisi**, Cilt 7, Sayı 17, ss. 9-26.

- BABACAN, M. E., İ. HAŞLAK ve İ. HİRA. (2011). "Sosyal Medya ve Arap Baharı." **Akademik İncelemeler Dergisi**. Cilt 6, Sayı 2, ss. 63-92.
- BAKKER A.B. EVANGELIA D.E. VERBEKE W. (2004). "Using The Job DemandsResources Model To Predict Burnout and Performance", **Human Resource Management**, Sayı43, ss.83-104.
- BAWDEN, D. (2001). "Information and Digital Literacies: A Review of Concepts". **Journal of Documentation**, Cilt 57 Sayı 2, ss. 218-259.
- BAYKARA PEHLİVAN, K. (2008). "Sınıf öğretmeni adayların sosyo- kültürel özellikleri ve öğretmenlik mesleğine yönelik tutumları üzerine bir çalışma". **Yeditepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi**, Cilt 4, Sayı 2, ss. 151-168
- BERGAMI, M., & BAGOZZI, R. P. (2000). "Self-categorization, affective commitment and group self-esteem as distinct aspects of social identity in the organization". **British Journal of Social Psychology**, Cilt 39, Sayı 4, ss.555–577.
- BLANCHARD, ANITA L. VE HENLE, CHRISTINE A. (2008), "Correlates of Different Forms of Cyberloafing: The Role of Norms and External Locus of Control", **Computers in Human Behavior**, Cilt 24, Sayı 3, ss. 1067–1084.
- BONO J.E. BOLES T.L. JUDGE T.A. LAUVER K.J. (2002). "The Role of Personality in Task and Relationship Conflict", **Journal of Personality**, Sayı 70, ss. 311-344.
- CABI, E. (2015). "Dijital Teknolojiye Yönelik Tutum Ölçeği". **Kastamonu Eğitim Dergisi**, Cilt 24, Sayı 3, ss. 1229-1244.
- CARMELI, A., GILAT, G. VE WALDMAN, D. A. (2007). "The Role Of Perceived Organizational Performance İn Organizational Identification, Adjustment And Job Performance", **Journal of Management Studies**, Sayı 5, ss. 1–21.
- CHEN, J. V., CHEN, C. C., ve YANG, H. H. (2008). "An Empirical Evaluation Of Key Factors Contributing To İnternet Abuse İn The

Workplace”, **Industrial Management & Data Systems**, Cilt 108, Sayı 1, ss.87-106.

CHEUNG, M.F.Y. ve M.C.C. LAW (2008) “Relationships of Organizational Justice and Organizational Identification: The Mediating Effects of Perceived Organizational Support in Hong Kong”, **Asia Pacific Business Review**, Cilt 2, Sayı 14, ss. 213-214.

CONNER, M. VE ARMITAGE, C.J. (1998). “Extending the Theory of Planned Behavior: A Review and Avenues for Further Research”, **Journal of Applied Social Psychology**, Cilt 28, Sayı 15, ss.1429-1464.

COŞKUN, M.B. ve AFŞAR, A. (2016). “Kamu Kurumlarında Örgütsel Desteğin Örgütsel Özdeşleşme Üzerine Etkisine Yönelik Alan Araştırması”, **Social Sciences Studies Journal**, Cilt 2, Sayı 2, ss. 32-43.

ÇAKINBERK, A., DERİN, N. VE DEMİREL, E. T. (2011). “Örgütsel Özdeşleşmenin Örgütsel Bağlılıkla Biçimlenmesi: Malatya ve Tunceli Özel Eğitim Kurumları Örneği”, **İşletme Araştırmaları Dergisi**, Cilt 3, Sayı 1, ss. 89-121.

ÇAKIR, H. ve TOPÇU, H. (2005). “Bir İletişim Dili Olarak İnternet”, **Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi**, Cilt 1, Sayı 19, ss. 71- 96.

ÇAVUŞOĞLU, S., PALAMUTÇUOĞLU, A., & PALAMUTÇUOĞLU, B. T. (2014). “Çalışanların Demografik Özelliklerinin Sanal Kaytarma (Cyberlofing) Üzerindeki Etkisi: Üniversite Çalışanları Üzerinde Ampirik Bir Araştırma” **Research Journal of Business and Management**, Cilt 1, Sayı 3, ss. 149-168.

ÇETİN, O. (2016). “Pedagojik Formasyon Programı ile Lisans Eğitimi Fen Bilimleri Öğretmen Adaylarının Dijital Okuryazarlık Düzeylerinin İncelenmesi”, **Erzincan Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi**, Cilt 18, Sayı 2, ss. 658-685.

DECONINCK, J. B., & JOHNSON, J. T. (2009). “The Effects of Perceived Supervisor Support, Perceived Organizational Support, and

- Organizational Justice on Turnover among Salespeople”, **Journal of Personal Selling & Sales Management**, Cilt 4, Sayı 29, ss. 333- 350.
- DEĞİRMENCİOĞLU, G. (2016), “Dijitalleşme Çağında Gazeteciliğin Geleceği ve İnovasyon Haberciliği”, **TRT Akademi Dergisi**, Cilt 1, Sayı 2, ss. 590-606.
- DEMİRTAŞ, H. A. (2003), “Sosyal Kimlik Kuramı, Temel Kavram ve Varsayımlar”, **İletişim Araştırmaları Dergisi**, Cilt: 1, Sayı: 1, ss. 123-144.
- DICK R.V., WAGNER U., STELLMACHER J., CHRIST O. (2004) “**The Utility of a Broader Conceptualization of Organizational Identification: Which Aspects Really Matter?**”, *Journal of Occupational and Organizational Psychology*, Sayı 77, ss. 171-191.
- DICK, R. V., WAGNER, U., STELLMACHER, J., CHRIST, O. ve TISSINGTON, P. A. (2005). “To Be (Long) Or Not To Be (Long): Social Identification In Organizational Contexts”, **Genetic, Social and General Psychology Monographs**, Cilt 3, Sayı 131, ss. 189-218.
- DOĞRUL, B. VE TEKELİ, S., (2010), “İş-Yaşam Dengesinin Sağlanmasında Esnek Çalışma”, **Sosyal ve Beşerî Bilimler Dergisi**, Cilt2, Sayı 2, ss. 11-18.
- DÖNMEZ, A., (1992).” Bilişsel Sosyal Şemalar”, **Ankara Üniversitesi Dil ve Tarih Coğrafya Fakültesi Araştırma Dergisi**, Sayı 14, ss.131- 146.
- DUTTON, J. E., DUKERICH, J. M., HARQUAIL, C. V. (1994). “Organizational Images and Member Identification”, **Administrative Science Quarterly**, Cilt 2, Sayı 39, ss. 239-263.
- EDWARD, MARTIN R. (2005). “Organizational Identification: A Conceptual and Operational Review” **International Journal of Management Reviews**. Cilt 4, Sayı 7, ss. 207-230.
- ELDEM, M. O. (2017). “Endüstri 4.0”, **TMMOB EMO Ankara Şubesi Haber Bülteni Dergisi**, Sayı 3, ss. 10-16.
- EPITROPAKI, O. (2013). “A Multi-Level Investigation Of Psychological Contract Breach And Organizational Identification Through The Lens

- Of Perceived Organizational Membership: Testing A Moderated–Mediated Model”, **Journal of Organizational Behavior**, Cilt 1, Sayı 34, ss. 65-86.
- ESHET-ALKALAI, Y. (2004). “Digital Literacy: A Conceptual Framework For Survival Skills İn The Digital Era”, **Journal of Educational Multimedia and Hypermedia**, Cilt 13, Sayı 1, ss. 93-106.
- FOOTE, N. N. (1951). “Identification As The Basis For A Theory Of Motivation”, **American Sociological Review**, Sayı 16, Cilt 1, ss. 14–21.
- FOSTER, M. (2001). “Be Alert to the Signs of Employee Internet Addiction, National Public Accountant”, **International Anatolia Academic Journal**. Cilt 46, Sayı 9, ss.39-41.
- GARRETT, R.K.; J.N. DANZIGER (2008) ‘On Cyberslacking: Workplace Status And Personal Internet Use At Work’ **CyberPsychology & Behavior**, Cilt 11, Sayı 3, ss. 287-292.
- GAUTAM, T., VAN DICK, R., VE WAGNER, U. (2004). “Organizational Identification and Organizational Commitment: Distinct Aspects Of Two Related Concepts”, **Asian Journal of Social Psychology**, Cilt 7, ss. 301-315.
- GIOIA, D. A., M. SCHULTZ VE K.G. CORLEY (2000). “Organizational Identity, Image and Adaptive Instability”, **Academy of Management Review**, Cilt 1, Sayı 25, ss. 63-82.
- GREENFIELD, B.N. ve DAVIS, R.A. (2002). “Lost in Cyberspace: The Web@Work” **Cyberpsychology and Behavior**, Cilt 5, Sayı 4, 347-353.
- GÜNGÖR, F. S. (2019). “Postmodern Dünyanın Mekân Anlayışında Sanal Mekân”, **Turkish Studies Dergisi**, Cilt 14, Sayı 5, ss. 93-104.
- HELLMAN, C.M. ve MCMILLIN, W.L. (1997). “The Relationship Between Psychological Reactance and Self-Esteem”, **The Journal of Social Psychology**, Cilt 137, Sayı 1, ss.135- 138.

- HOGG M. A., TERRY, D. J. AND WHITE K. M. (1995). “A Tale of Two Theories: A Critical Comparison of Identity Theory With Social Identity Theory”, **Social Psychology Quarterly**, Cilt 58, Sayı 4, ss. 255-269.
- İPLİK, E., F.N. İPLİK ve İ.E. EFEOĞLU, (2014). “Çalışanların Örgütsel Destek Algılarının Örgütsel Vatandaşlık Davranışı Üzerindeki Etkisinde Örgütsel Özdeşleşmenin Rolü”, **Uluslararası İktisadi ve İdari İncelemeler Dergisi**, Sayı 12, ss. 109-123.
- İŞCAN, Ö.F. (2006). “Dönüştürücü / Etkileşimci Liderlik Algısı ve Örgütsel Özdeşleşme İlişkisinde Bireysel Farklılıkların Rolü”, **Akdeniz İ.İ.B.F. Dergisi**, Sayı 11, ss. 160-177.
- İŞMAN, A., BULUŞ, B., & YÜZÜNCÜYIL, K. S. (2016). “Sosyalleşmenin Dijitale Dönüşümü ve Dijital Benliğin Sunumu”, **TRT Akademi Hakemli Dergi**, Cilt 1 Sayı 2, ss. 608-619.
- JANDAGHI, G., ALVANI, M. S., MATIN, Z. S., & KOZEKANAN, F. S. (2015). “Cyberloafing Management in Organizations”, **Iranial Journal of Management Studies**, Cilt 8, Sayı 3, ss. 335- 349.
- KANE, G. C., PALMER, D., PHILLIPS, A. N., KIRON, D., & BUCKLEY, N. (2015). “Strategy, Not Technology”, **Drives Digital Transformation. MIT Sloan Management Review And Deloitte University Press**, Sayı 14, ss.1-25.
- KANIŞLI, E. (2013). “Hedef Kitle ve Paydaşlar ile İletişim Aracı Olarak ‘Sosyal Medya’ Gaziosmanpaşa Üniversitesi (GOÜ) Örneği” **Sosyal ve Beşeri Bilimler Dergisi**, Cilt 5, Sayı 2, ss. 69-78.
- KAPAN, K. ve ÜNCEL, R. (2020). “Gelişen Web Teknolojilerinin Türkiye Turizmine Etkisi”, **Safran Kültür ve Turizm Araştırmaları Dergisi**, Cilt 3, Sayı 3, ss. 276-289.
- KAPLAN, M., ÖĞÜT, A. (2012) “Algılanan Örgütsel Adalet İle Sanal Kaytarma Arasındaki İlişkinin Analizi; Hastane Çalışanları Örneği”, **İşletme Fakültesi Dergisi**, Cilt 13, Sayı 1, 1-13



- KARABULUT, B. (2015). “Bilgi Toplumu Çağında Dijital Yerliler, Göçmenler ve Melezler”, **Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi**, Sayı 21, ss. 11- 23.
- KARADUMAN, S. (2010) “Modernizmden Postmodernizme Kimliğin Yapısal Dönüşümü”, **Journal of Yaşar Üniversitesi**, Cilt 17, Sayı 5, ss. 2886-2899.
- KEKLİK, B., KILIÇ, R., YILDIZ, H., & YILDIZ, B. (2015). “Sanal Kaytarma Davranışlarının Örgütsel Öğrenme Kapasitesi Üzerindeki Etkisinin İncelenmesi”, **Business and Economics Research Journal**, Cilt 6, Sayı 3, ss. 131-138
- KIRMIZIGÜL, B. (2018). “Örgütsel Sosyalleşmenin Örgütsel Özdeşleşme Üzerine Etkisi: Bankacılık Sektöründe Bir Araştırma”, **Electronic Turkish Studies**, Sayı 13, Cilt30, ss. 225-241
- KIM, K. T. (2019). “The Structural Relationship Among Digital Literacy, Learning Strategies, and Core Competencies Among South Korean College Students. Educational Sciences” **Theory and Practice**, Cilt 19, Sayı 2, ss. 3-21.
- KOÇ, M., ve KARABATAK, M. (2012). “Sosyal Ağların Öğrenciler Üzerindeki Etkisinin Veri Madenciliği Kullanılarak İncelenmesi” **e-Journal of New World Sciences Academy**, Cilt 7, Sayı 1, ss. 155-164.
- KOLTAY, T. (2011). “The Media and The Literacies: Media Literacy, Information Literacy, Digital Literacy”, **Media Culture Society**, Cilt 33 Sayı 2, ss.211-221.
- KORKMAZ O., AYDEMİR S. VE UYSAL H. T. (2017). “Örgütsel Özdeşleşme Üzerinde Örgüte Hâkim Kurum Kültürünün Etkisi”, **Balkan Sosyal Bilimler Dergisi** Cilt 12, Sayı 6, ss. 62-81.
- KREINER, G. E., & ASHFORTH, B. E. (2004). “Evidence Toward An Expanded Model Of Organizational Identification”, **Journal of Organizational Behavior: The International Journal of Industrial, Occupational and Organizational Psychology and Behavior**, Cilt 1, Sayı 25, ss. 1-27.

- KUHN, T. AND NELSON, N. (2002), “Reengineering Identity: A Case Study of Multiplicity and Duality in Organizational Identification”, **Management Communication Quarterly**, Cilt 1, Sayı 16, ss. 5-38.
- KURBANOĞLU, S. (2010). “Bilgi Okuryazarlığı: Kavramsal Bir Analiz” **Türk Kütüphaneciliği Dergisi**, Cilt 24, Sayı 4, ss. 723-747
- KURLAND, N. B. ve BAILEY, D. E. (1999). “Telework: The Advantages and Challenges of Working Here, There, Anywhere, and Anytime”, **Organizational Dynamics**, Cilt 28, Sayı 2, ss. 53–68.
- KUZU, A., (2011),” İnternet ve Aile”, **Aile ve Toplum Eğitim-Kültür ve Araştırma Dergisi**, Cilt 7, Sayı 27, ss. 9-32.
- LANDERS, R.N. VE LOUNSBURY, J.W. (2006). “An Investigation of Big Five and Narrow Personality Traits in Relation to Internet Usage”, **Computers in Human Behavior**, Cilt 12, ss.283-293.
- LEU, D. J., KINZER, C. K., COIRO, J., CASTEK, J., & HENRY, L. A. (2018). “New Literacies: A Dual-Level Theory of the Changing Nature of Literacy, Instruction, and Assessment” **In Theoretical models and processes of literacy**, ss.319-346.
- LIM V.K.G. TEO T.S.H. (2005). “Prevalence, Perceived Seriousness, Justification and Regulation of Cyberloafing in Singapore: An Exploratory Study”, **Information & Management**, Sayı 42, ss. 1081-1093.
- LIBERMAN, B., SEIDMAN, G., MCKENNA, K. VE BUFFARDI, L. (2011), “Employee Job Attitudes and Organizational Characteristics as Predictors of Cyberloafing”, **Computers in Human Behavior**, Cilt 27, Sayı 6, ss. 2192-2199.
- LIM, V.K.G. (2002). “The IT Way of Loafing on the Job: Cyberloafing, Neutralizing and Organizational Justice” **Journal of Organizational Behavior**, Cilt 23, Sayı 5, ss. 675- 694
- MAEL, F. AND ASHFORTH, B. E. (1992). “Alumni and Their Alma Mater: A Partial Test of The Reformulated Model of Organizational

- Identification”, **Journal of Organizational Behavior**, Cilt 2, Sayı 13, ss. 103-123.
- MARTIN, A. (2005) “Digeulit – A European Framework For Digital Literacy: A Progress Report”, **Journal Of Eliteracy**, Cilt 2, Sayı 2, ss. 130-136.
- MARTIN, A. ve GRUDZIECKI, J. (2006). “DigEuLit: Concepts and tools for digital literacy development” **Innovation in Teaching and Learning in Information and Computer Sciences**, Cilt 5, Sayı 4, ss. 249-267.
- MARTINY, S. E., & RUBIN, M. (2016).” Towards A Clearer Understanding Of Social Identity Theory’s Self-Esteem Hypothesis”, **In Understanding Peace And Conflict Through Social Identity Theory**, ss 19-32.
- MELTON, E. N. VE CUNNINGHAM, G. B. (2014). “Examining The Workplace Experiences Of Sport Employees Who Are LGBT: A Social Categorization Theory Perspective” **Journal Of Sport Management**, Sayı 28, ss. 21-33.
- MERCAN, N. (2010). “Dijital Dünyada Zaman, Mekân, İnsan İlişkileri ve Yabancılaşma”, **Silahlı Kuvvetler Dergisi**, Sayı 403, ss. 100-111.
- İRGE, N. T., ŞEN, E. (2020). “Çalışanların Dijital Teknolojiye Yönelik Tutumlarının ve İç Girişimcilik Özelliklerinin Bireysel İş Performanslarına Etkisi” **İşletme Araştırmalar Dergisi**, Cilt 12, Sayı 3, ss. 2556-2579.
- OLKKONEN, M. E. VE LIPPONEN, J. (2006). “Relationships Between Organizational Justice, Identification With Organization and Work Unit, and Group-Related Outcomes”, **Organizational Behavior and Human Decision Processes**, Sayı 100, ss. 202-215.
- ORAVEC J.A. (2002). “Constructive Approaches to Internet Recreation in the Workplace”, **Communications of the ACM**, Sayı 45, ss. 60-63.
- ÖRÜCÜ, E., YILDIZ, H. (2014). “İşyerinde Kişisel İnternet ve Teknoloji Kullanımı: Sanal Kaytarma” **Ege Akademik Bakış Dergisi**, Cilt 14, Sayı 1, ss.99-114.
- ÖZKALP, E., AYDIN, U., TEKELİ, S. (2012). “Sapkın Örgütsel Davranışlar ve Çalışma Yaşamında Yeni Bir Olgu: Sanal Kaytarma (Cyberloafing) ve

- İş İlişkilerine Etkileri”, **Çimento Endüstrisi İşverenleri Sendikası Dergisi**, Cilt 26, Sayı 2, ss. 18-33.
- ÖZTÜRK, U. C. (2015). “Bağlantıda Kalmak Ya Da Kalmamak İşte Tüm Korku Bu: İnternetsiz Kalma Korkusu ve Örgütsel Yansımaları”, **Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi**, Cilt 8 Sayı 37, ss. 629-638.
- PARK S. (2012). “Dimensions of Digital Media Literacy and the Relationship with Social Exclusion”, **Media International Australia**, Cilt 142, Sayı 1, Ss. 87-100.
- PIOTROWSKI, C., (2012). “Cyberloafing: A Content Analysis of the Emerging Literature”. **Journal of Instructional Psychology**, Cilt 39, Sayı 4, ss. 259-261.
- POLAT, M., & MEYDAN, C. H. (2010). “Örgütsel Özdeşleşmenin Sinizm ve İşten Ayrılma Niyeti ile İlişkisi Üzerine Bir Araştırma”, **Savunma Bilimleri Dergisi**, Cilt 1, Sayı 9, 145-172.
- POSTMES, T. MARTIN, T. ve BOUDEWIJN D. W., (2001), “Communication and Commitment in Organizations: A Social Identity Approach”, *Group Processes and Intergroup Relations*, Cilt 3, Sayı 4, ss: 227-246.
- READE, C. (2001).” Antecedents of Organizational Identification in Multinational Corporations: Fostering Psychological Attachment to the Local Subsidiary and the Global Organization”, **The International Journal of Human Resource Management**, Cilt 8 Sayı 12, ss. 1269-1291.
- ROBINSON, S. L. VE BENNETT, R. J. (1995). “A Typology of Deviant Workplace Behaviors: A Multidimensional Scaling Study”, **Academy of Management Journal**, Cilt 38, Sayı 2, ss. 555-572.
- ROUSSEAU, D. M. (1998). “Why workers still identify with organizations”. **Journal of Organizational Behaviour**, Cilt 19, Sayı 3, ss. 217–233.
- SAMMARA, ALESSIA VE LUCIO BIGGIERO (2001) “Identity and Identification in Industrial Districts”, **Journal of Management and Governance**, Sayı 5, ss. 61-82.

- SCHRODT, P., “The Relationship Between Organizational Identification and Organizational Culture: Employee Perceptions of Culture and Identification In A Retail Sales Organization”, **Communication Studies**, Cilt 2, Sayı 53, ss. 190-191, 2002.
- SCOTT, C. R., CORMAN, S. R. AND CHENEY, G. (1998). “Development of A Structural Model of Identification In The Organization”, **Communication Theory**, Cilt 3, Sayı 8, ss. 298- 336
- SHAMIR, B., & KARK, R. (2004). “A single-item graphic scale for the measurement of organizational identification”. **Journal of Occupational and Organizational Psychology**, 77 (1), ss. 115–123.
- SHANOCK, L. R. EISENBERGER, R., (2006). “When Supervisors Feel Supported: Relationships with Subordinates Perceived Supervisor Support, Perceived Organizational Support, and Performance”, **Journal of Applied Psychology**, Cilt 3, Sayı 91, ss. 689-695.
- SMIDTS, A., A.T.H. PRUYN ve C.B.M. VAN RIEL (2001) “The Impact of Employee Communication and Perceived External Prestige On Organizational Identification”, **Academy of Management Journal**, Cilt 5, Sayı 49, ss. 1051-1062.
- STONER, J. AND GALLAGHER, V. C. (2011). “The glass is half full: The positive effects of organizational identification for employees higher in negative affectivity”, **Journal of Applied Social Psychology**, Cilt 7, Sayı 41, ss. 1793-1817.
- SUNAL, G. (2016), “Sanal Gerçeklik ve Dijital Sinemanın Olanakları”, **İnönü Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi**, Cilt 1, Sayı 2, ss. 294- 309.
- TAJFEL, H. (1982). "Social psychology of intergroup relations", **Annual Review of Psychology**, Sayı 33, ss. 1-44.
- TAK, B. VE ÇİFTÇİOĞLU, A. (2009). “Algılanan Örgütsel Prestij ile Örgütsel Bağlılık ve Örgütsel Özdeşleşme Arasındaki İlişkilerin İncelenmesine Yönelik Bir Araştırma”. **Akdeniz Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi**, Sayı 18, ss. 100-116.

- TOKGÖZ, E. VE O. AYTEMİZ SEYMEN (2013). "Örgütsel Güven, Örgütsel Özdeşleşme ve Örgütsel Vatandaşlık Davranışı Arasındaki İlişki: Bir Devlet Hastanesinde Araştırma", **Öneri Dergisi**, Cilt 39, Sayı 10, ss. 61-76.
- TREPTE, S., & LOY, L. S. (2017).” Social Identity Theory And Self-Categorization Theory”, **The International Encyclopedia Of Media Effects**, ss. 1-13.
- TURUNÇ, Ö. (2010). “Organizasyonlarda Kontrol Algılamalarının Örgütsel Özdeşleşme ve İş Performansına Etkisi”, **Cumhuriyet Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi**, Cilt 11, Sayı 1, ss. 251- 269.
- TÜZÜN, İ. K., & ÇAĞLAR, İ. (2008). “Örgütsel Özdeşleşme Kavramı ve İletişim Etkinliği İlişkisi”. **Journal of Yaşar Üniversitesi**, Cilt 3, Sayı 9, ss. 1011-1027.
- UMUCU, E., V.A., NİLÜFER (2011). “Grupla Psikolojik Danışma Sürecinde Direnç Ögesi Olan Kültürel Etmenlere Psikolojik Danışmanın Müdahalesi”, **Ege Eğitim Dergisi**, Cilt: 12, Sayı: 1, ss. 99-113.
- ÜNAL, Ö. F., TEKDEMİR, S. VE YALDIZBAŞ, S. (2015), “Kamu Çalışanlarının Sanal Kaytarma Amaçları Üzerine Ampirik Bir Araştırma”, **Çankırı Karatekin Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi**, Cilt 6, Sayı 2, ss. 515-534.
- ÜNAL, ÖF., TEKDEMİR, S. VE YALDIZBAŞ, S. (2015). “Kamu Çalışanlarının Sanal Kaytarma Amaçları Üzerine Amprik Bir Araştırma”. **Çankırı Karatekin Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi**, Cilt 6, Sayı 2, 515-534.
- VAN DICK, R., WAGNER, U., STELLMACHER, J., CHRIST, O. VE TISSINGTON, P. A. (2005). “To Be (Long) Or Not To Be (Long): Social Identification In Organizational Contexts. Genetic”, **Social and General Psychology Monographs**, Sayı 131, Cilt 3, ss. 189-218.
- VAN VEELLEN, R., OTTEN, S., CADINU, M., & HANSEN, N. (2016) “An Integrative Model of Social Identification”, **Personality and Social Psychology Review**, Cilt 1, Sayı 20, ss. 3–26.

- WEATHERBEE, T. G. (2010). "Counter productive use of technology at work: Information & communications technologies and cyberdeviancy", **Human Resource Management Review**, Cilt 20, Sayı 1, ss. 35-44.
- WHITTY, M.T. ve CARR, A.N. (2006) "New Rules in the Workplace: Applying Object-Relations Theory to Explain Problem Internet and Email Behavior in the Workplace" **Computers in Human Behavior**, Cilt 22, Sayı 2, 235-250.
- WILSON, M., SCALISE, K., ve GOCHYYEV, P. (2015). "Rethinking ICT Literacy: From Computer Skills To Social Network Settings" **Thinking Skills And Creativity**, Sayı 18, ss. 65– 80.
- YAĞCI, M. VE YÜCELER, A. (2016). "Kavramsal Boyutlarıyla Sanal Kaytarma", **International Journal of Social Sciences and Education Research**, Cilt 2, Sayı 2, ss. 664-673.
- YANIK, A. (2016). "Yeni Medya Nedir Ne Değildir", **Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi**, Cilt 9, Sayı 45, ss.898-910.
- YANKIN, F. B. (2019). "Dijital Dönüşüm Sürecinde Çalışma Yaşamı", **Trakya Üniversitesi İ.İ.B.F. E-Dergi**, Cilt 7, Sayı 2, ss. 1-38.
- YAYLA, O.T. (2015), "Dijitalleşme Çağında Eşitsizlik ve Ayrımcılık", **Liberal Düşünce Dergisi**, Sayı 79, ss. 43-53.
- YELLOWLEES, P.M. VE MARKS S. (2007). "Problematic Internet Use or Internet Addiction?", **Computers in Human Behaviour**, Cilt 23, Sayı 3, ss. 1447-1453.
- YILDIZ, B., & YILDIZ, H. (2015). "İş Yaşamındaki Sanal Kaytarma Davranışlarının Hukuki Yönden İncelenmesi", **Yönetim ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi**, Cilt 13, Sayı 3, ss 3-11.

## TEZLER

- AKCA A. (2013). “Okul Yöneticilerinin İş Dışı İnternet Kullanım (Siber Aylaklık) Davranışlarının İncelenmesi”, **(Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi)**, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yıldız Teknik Üniversitesi.
- BELSHAW, L. (2011), “What is digital literacy?”, **(Yayınlanmamış doktora tezi)**, Institute of Education Sciences, Durham University.
- BOZYEL M. (2019), “Öğretmen Adaylarının Dijital Okuryazarlık Dersi Deneyimlerinin Günlük Yaşama Yansımaları Açısından İncelenmesi”, **(Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi)**, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Atatürk Üniversitesi.
- ERTÜRK, A. (2003). “Örgütsel Kimlik Algısı: Etkileyen Faktörler ve Sonuçları”, **(Yayınlanmamış Doktora Tezi)**, Gebze Yüksek Teknoloji Enstitüsü, Gebze Teknik Üniversitesi.
- GABAÇLI, N. ve UZUNÖZ, M., (2017). “IV.Sanayi Devrimi: Endüstri 4.0. ve Otomatik Sektörü. 3”, **International Congress On Political, Economic And Social Studies (ICPESS)**, ss. 149-174.
- GÖKTEPE, I. B. (2013). “Gerçek Mekân, Sanal Mekân ve Kurumsal Kimlik İlişkisi”, **(Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi)**, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul Teknik Üniversitesi.
- GUPTA, S. 2018. “Organizational barriers to digital transformation” **(Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi)**. Sweden: KTH Industrial Engineering and Management Industrial Management.
- GÜLÜMOĞLU, G. (2018). “Sanal Kaytarma ile Çalışan Performansı Arasındaki İlişki: Kastamonu İli Örneği” **(Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi)**, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kastamonu Üniversitesi.
- GÜMÜŞ, Ö. (2008). “Anlamsal Web Servisleri Ortamında Bir Aracı Etmen Tasarımı ve Gerçekleştirimi”, **(Yayınlanmamış Doktora Tezi)**, Fen Bilimleri Enstitüsü, Ege Üniversitesi.
- KANTEN, P. (2012), “İşgörenlerde İşe Adanmanın ve Proaktif Davranışların Oluşumunda Örgütsel Güven ile Örgütsel Özdeşleşmenin Rolü”, **(Yayınlanmış Doktora Tezi)**, Süleyman Demirel Üniversitesi.



- KARACA, B. (2018). “Sağlık Personelinin Sanal Kaytarma Davranışları İle Örgütsel Özdeşleşme Düzeyleri Arasındaki İlişkinin İncelenmesi: Bir Kamu Hastanesi Örneği”, **(Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi)**, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Munzur Üniversitesi.
- KARALAR S. (2015). “Ödül Yönetiminin Örgütsel Özdeşleşme ile İşgücü Atıklığı Üzerine Etkisi ve Bir Araştırma”, **(Yayınlanmamış Doktora Tezi)**, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Trakya Üniversitesi.
- KORAY, E. T. (2019). “Sanal Ortamda Özne Olmak:3 Boyutlu Animasyonla Etkileşim Arayışları” **(Sanatta Yeterlilik Tezi)**, Güzel Sanatlar Enstitüsü, Hacettepe Üniversitesi.
- KORKMAZ, R. (2019). “Çalışanların Problemlili İnternet Kullanım Alışkanlıklarının Sanal Kaytarma Üzerindeki Etkisinde Örgütsel Özdeşleşmenin Aracı Rolü” **(Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi)**, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Bahçeşehir Üniversitesi.
- KURTULUŞ, S. B., (2018). “Siyasal İletişimde Yeni Medyanın Kullanımı ve Etkisi”, **(Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi)**, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Marmara Üniversitesi.
- ÖZCAN B. (2017). “Otel İşletmelerinde Üretkenlik Karşıtı İş Davranışları Bağlamında Sanal Kaytarmanın Çözümlemesi ve Değerlendirilmesi”, **(Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi)**, Bilimler Enstitüsü, Akdeniz Üniversitesi.
- ÖZGİDEN, H. (2013). Dijital Kültür Sürecinde Elektronik Ticaretin Dönüşümü: Sosyal Ticaret Uygulamaları **(Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi)**, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ege Üniversitesi.
- ÖZÜDOĞRU, M. (2019). “Sanal Kaytarma ve İşgören Performansı İlişkisinde İş Stresinin Düzenleyici Etkisinin İncelenmesi: Sağlık Sektöründe Bir Araştırma” **(Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi)**, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Bandırma Onyedil Eylül Üniversitesi.
- POLAT, M. (2009) “Örgütsel Özdeşleşmenin Öncülleri ve ardılları Üzerine Bir Saha Çalışması”, **(Yayınlanmamış Doktora Tezi)**, Uludağ Üniversitesi.

- RAVELO, B. C. L. (2006). “Organizational Identification in Merged Companies: A Comparison of a Colombian Governmental and a German Medical Institution”, **(Yayınlanmamış Doktora Tezi)**, Malburg University.
- REARDON, M. E. (2003). “A comparative analysis of the development of organizational and group identification in virtual and face-to-face groups”, **(Yayınlanmamış Doktora Tezi)**, Purdue University.
- SATILMIŞ, A. (2019). “Türk Sigorta İşletmelerinde Sektör Çalışanlarında Dijital Teknolojiye Yönelik Tutumların Verimliliklerine Etkisi”, **(Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi)**, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Beykent Üniversitesi.
- SEÇTİM H. (2020). “Yapısal Güçlendirmenin Personelin Örgütsel Özdeşleşme ve Yaşam Doyumu Üzerindeki Etkileri: Trakya Üniversiteler Birliği Arştırma ve Uygulama Hastaneleri Örneği”, **(Yayınlanmamış doktora tezi)**, Eğitim Enstitüsü, Çanakkale Üniversitesi.
- Aypar, S. (2018). “Örgütsel Özdeşleşme, Tükenmişlik, İş Tatmini ve İşten Ayrılma Niyeti İlişkisi: Kamu Kurumunda Bir Araştırma” **(Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi)**, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Gazi Üniversitesi.
- ŞAHİN, İ. D. (2010). “Yerel Kültür Mirasının Dijitalleştirilmesi ve Halk Kütüphaneleri: Yalova Örneği”, **(Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi)**, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Hacettepe Üniversitesi.
- ŞITAK, B. (2021), “Mesleğine, Muhasebe Meslek Mensuplarına ve Muhasebe Finans Eğitimine Etkilerinin Salgın Hastalık Döneminde İncelenmesi” **(Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi)**, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi.
- TÜZÜN, İ.K. (2006) “Örgütsel Güven, Örgütsel Kimlik ve Örgütsel Özdeşleşme İlişkisi: Uygulamalı Bir Çalışma”, **(Yayınlanmamış Doktora Tezi)**, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Gazi Üniversitesi.
- YILMAZ, B. (2018). “Seyahat Acentesi Çalışanlarının Sanal Kaytarma Davranışları, İş Motivasyonu ve İş Tatmini Arasındaki İlişkilerin

İncelenmesi” **Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi**), Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eskişehir Osmangazi Üniversitesi.

ALİYEV, Y. (2014). “Örgütsel Sosyalleşme ve Örgütsel Özdeşleşme Arasındaki İlişki: Bir Araştırma” **Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi**), Sosyal Bilimler Enstitüsü, Atatürk Üniversitesi.

## **İNTERNET KAYNAKLARI**

URL-1 <https://sozluk.gov.tr/>

## **DİĞER KAYNAKLARI**

ADİLOĞLU, B. ve YÜCEL, G. (2018). “Dijitalleşme Muhasebe Mesleği İçin Bir Tehdit mi? Yoksa Bir Fırsat mı?” XX. Türkiye Muhasebe Kongresi. İstanbul.

AKSOY, S., (2017). “Değişen Teknolojiler ve Endüstri 4.0: Endüstri 4.0’ı Anlamaya Dair Bir Giriş” **Sosyal Araştırmalar Vakfı Dergisi**, Cilt 4, ss. 34-44

Deperlioğlu, Ö., & Köse , U. (2010). “Web 2.0 Teknolojilerinin Eğitim Üzerindeki Etkileri ve Örnek Bir Öğrenme Yaşantısı” Akademik Bilişim’10- XII. Akademik Bilişim Konferansı Bildirileri, Muğla: İnternet Teknolojileri Derneği.

ŞEKER, S. (2014). “Dijitalleşme”, YBS Ansiklopedi.



## **EKLER**

**EK. 1:** Anket Maddeleri

**EK. 2:** Etik Kurul Raporu



- **Ek-1 Anket Maddeleri**

## **ANKET**

### **Sayın Katılımcı,**

Bu araştırmanın amacı, KOBİ'lerde İş görenlerin örgütleri ile arasındaki ilişkiyi tespit etmek ve örgütsel özdeşleşmenin bu ilişkideki aracı rolünü ortaya koymaktır aynı zamanda sanal kaytarma davranışı üzerine etkilerini incelemektir. Bu çalışma İstanbul Aydın Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü **İşletme Ana Bilim Dalı Dr. Öğretim Üyesi Şule Darıcan** danışmanlığında yürütülen yüksek lisans tezi çalışması olup elde edilecek veriler, yalnızca akademik amaçlar için kullanılacaktır.

### **HAZIRLAYAN**

**Mehmet Yiğit Başer**

**İstanbul Aydın Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Yönetimi Yüksek Lisans Programı Öğrencisi**

**DEMOGRAFİK ÖZELLİKLER: Bu bölümde lütfen size uygun seçeneği (x) işaretleyiniz.**

#### **Cinsiyetiniz?**

a) Erkek ( ) b) Kadın ( )

#### **Eğitim Durumunuz?**

a) İlköğretim ( ) b) Lise ( ) c) Ön Lisans ( ) d) Lisans ( ) e) Lisans Üstü ( )

#### **Yaşınız?**

a) 25'den az ( ) b) 25-35 ( ) c) 36-46 ( ) d) 47-57 e) 58'den büyük ( )

#### **Medeni Durumunuz?**

a) Evli ( ) b) Bekar ( ) c) Boşanmış/dul ( )

**Ekonomik Geliriniz?**

- a) Asgari Ücret ( ) b) 3000-3500 ( ) c) 3501-4999 ( ) d) 5000 ve üzeri ( )

ÖRGÜTSEL ÖZDEŞLEŞME ÖLÇEĞİ	Kesinlikle Katılmıyorum
	Katılmıyorum
	Kısmen Katılıyorum
	Katılıyorum
	Kesinlikle Katılıyorum

**İş Yerinde Çalışma Süreniz?**

- a) 1 yıldan az ( ) b) 1-4 yıl ( ) c) 5-10 yıl ( ) d) 10 yıl ve üzeri

**Firma Personel Sayısı?**

- a) 0-5 ( ) b) 6-15 ( ) c) 16-49 ( ) d) 50-250 ( )

**Çalıştığınız Departman?**

- a) Üretim ( ) b) Pazarlama ( ) c) Muhasebe ( ) d) İnsan Kaynakları ( ) e) Finans ( ) f) Diğer

**Toplam Mesleki Deneyiminiz?**

- a) 1 yıldan az ( ) b) 1-5 yıl ( ) c) 6-10 yıl ( ) d) 11 yıl ve üzeri ( )

**Çalışma Şekliniz?**

- a) Sürekli gündüz ( ) b) Gündüz ve Nöbet ( ) c) Vardiya değişimli ( ) d) Hafta Sonu ( )



1	Dışarıdaki kişilerin çalıştığım firmayı eleştirmelerine sinirlenirim.	1	2	3	4	5
2	Diđer insanların çalıştığım işyeri hakkındaki dūřünceleri beni çok ilgilendirir.	1	2	3	4	5
3	çalıştığım işyeri hakkında konuştuğumda; “onlar “yerine “biz” kelimesini kullanırım.	1	2	3	4	5
4	çalıştığım işyerinin başarısı benim başarımdır.	1	2	3	4	5
5	Bařka biri çalıřtıđım iřyerini övdüđünde, bunu kiřisel iltifat olarak dūřünürüm.	1	2	3	4	5
6	Medyada, alıştığım işyerine yönelik bir eleştiri yer aldığında kendimi kötü hissederim	1	2	3	4	5

SANAL KAYTARMA ÖLÇEĞİ		Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kısmen Katılıyorum	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum
1	İnternet üzerinde oluşmuş olan sanal toplulukları ziyaret ederim (ekşi sözlük gibi)	1	2	3	4	5
2	İnternet üzerinden eğlence amaçlı video seyredirim (YouTube veya zapkolik gibi)	1	2	3	4	5
3	Blogları okumak (yazar ile okuyucu arasındaki özgür iletişimi sağlama platformu)	1	2	3	4	5
4	Sosyal içerikli ağlara katılmak (Facebook, Twitter vb.)	1	2	3	4	5
5	İnternet üzerinden müzik, video, film veya doküman indirmek	1	2	3	4	5
6	Eğlence amaçlı veya boş zaman doldurmak için oyun oynamak	1	2	3	4	5
7	Kişisel Web sayfası ile ilgilenmek	1	2	3	4	5
8	İnternet üzerinden iş arama sitelerini ziyaret etmek	1	2	3	4	5
9	İnternet üzerinden bankacılık işlemleri yapma (EFT, Havale işlemleri gibi)	1	2	3	4	5
10	İnternet üzerinden haber sitelerini ziyaret etme (gazete, online haber TV'leri ve diğer haber siteleri)	1	2	3	4	5
11	İş dışı haberleşme için e-posta alma, gönderme veya kontrol etme	1	2	3	4	5
12	Kişisel ürünler için internet üzerinden alış-veriş yapmak	1	2	3	4	5
13	İş dışı genel amaçlı Web sitelerini ziyaret etme (sörf yapmak)	1	2	3	4	5
14	Yatırımla ilgili Web sitelerini ziyaret etmek (finans, borsa siteleri gibi)	1	2	3	4	5

Dijital Teknolojiye Yönelik Tutum Ölçeği		Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kısmen Katılıyorum	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum
1	Dijital teknolojiyi günlük yaşantımda kullanmak hoşuma gider.	1	2	3	4	5
2	Dijital teknoloji alanında yeni bilgiler öğrenmek hoşuma gider.	1	2	3	4	5
3	Yeni karşılaştığım dijital bir teknolojiyi öğrenmek için istekliyimdir.	1	2	3	4	5
4	Çevreme yararlı işlerde teknolojiyi etkin kullanabilmeyi isterim.	1	2	3	4	5
5	Bilgisayar destekli ortamlarda dijital materyaller ile çalışmak işe olan ilgimi artırır.	1	2	3	4	5
6	Dijital teknolojilerin beni geliştirdiğine inanıyorum.	1	2	3	4	5
7	Kurumda dijital teknolojilerden yararlanmak başarılı olmamı sağlar.	1	2	3	4	5
8	Dijital teknoloji ile ilgili haberler dikkatimi çeker.	1	2	3	4	5
9	Yeni bir dijital teknoloji kullanırken karşılaştığım problemin çözümü konusunda kendime güvenirim.	1	2	3	4	5
10	Çevremde dijital teknolojiyi etkin kullanma konusunda liderim.	1	2	3	4	5
11	Dijital teknolojileri kullanmak için yeterli beceriye sahibim.	1	2	3	4	5
12	Dijital teknolojileri kullanırken hızlı ve pratik işlem yapabilirim.	1	2	3	4	5
13	Anlaşılması en zor dijital bir teknolojiyi bile kullanacağımdan eminim.	1	2	3	4	5
14	Teknolojiyi insanların nasıl kullanmaları gerektiğine dair konularda fikir üretebilirim.	1	2	3	4	5
15	Dijital teknolojileri kullanırken yaratıcı düşünürüm.	1	2	3	4	5
16	Dijital teknoloji alanında uzman olarak çalışmak sıkıcıdır.	1	2	3	4	5

•	17	Dijital teknoloji ortamında geçirilen zaman boşa harcanır.	1	2	3	4	5
•	18	Dijital ortamda fazla zaman harcamak beni yorar.	1	2	3	4	5
•	19	İnternette hazır kaynaklara ulaşmak yaratıcılığımı engeller.	1	2	3	4	5
•	20	Dijital teknolojileri kullanmak sıkıcıdır.	1	2	3	4	5
•	21	Sosyal ağları (facebook, twitter, vb.) kullanmak dijital teknolojinin en iyi avantajlarından biridir.	1	2	3	4	5
•	22	Sosyal ağları (facebook, twitter, vb.) etkin olarak kullanırım.	1	2	3	4	5
•	23	Daha çok sosyal ağları (facebook, twitter ,vb.) kullanmak için dijital teknolojilerden yararlanırım.	1	2	3	4	5
•	24	Sosyal ağlarda (facebook, twitter, vb.) kendimi daha rahat ifade ederim.	1	2	3	4	5
•	25	Daha çok oyun oynamak için dijital teknolojilerden yararlanırım	1	2	3	4	5
•	26	Bilgisayar oyunları oynarken daha çok eğlenirim.	1	2	3	4	5
•	27	Dijital teknolojiyi daha çok eğlence aracı olarak kullanırım.	1	2	3	4	5
•	28	Dijital teknolojiler faydalı amaç için kullanılmalıdır.	1	2	3	4	5
•	29	İnternet ortamında benim için hangi bilginin yararlı olduğunu ayırt edebilirim	1	2	3	4	5
•	30	Dijital teknolojiyi yaşamımı kolaylaştırmak için etkin olarak kullanırım	1	2	3	4	5

## EK. 2: Etik Kurul Raporu

Evrak Tarih ve Sayısı: 15.03.2022-45239



T.C.  
İSTANBUL AYDIN ÜNİVERSİTESİ REKTÖRLÜĞÜ  
Lisansüstü Eğitim Enstitüsü Müdürlüğü

Sayı : E-88083623-020-45239  
Konu : Etik Onayı Hk.

15.03.2022

Sayın Mehmet Yiğit BAŞER

Tez çalışmanızda kullanmak üzere yapmayı talep ettiğiniz anketiniz İstanbul Aydın Üniversitesi Etik Komisyonu'nun 10.03.2022 tarihli ve 2022/04 sayılı kararıyla uygun bulunmuştur. Bilgilerinize rica ederim.

Dr.Öğr.Üyesi Hüseyin KAZAN  
Müdür Yardımcısı

**Bu belge, güvenli elektronik imza ile imzalanmıştır.**

Belge Doğrulama Kodu : BSA4DBKRR2 Pin Kodu : 85272 Belge Takip Adresi : <https://www.turkiye.gov.tr/istanbul-aydin-universitesi-ebys?>

Adres : Beşyol Mah. İnönü Cad. No:38 Sefaköy , 34295 Küçükçekmece / İSTANBUL

Telefon : 444 1 428

Web : <http://www.aydin.edu.tr/>

Keş Adresi : [iau.yazisileri@iau.hn03.kep.tr](mailto:iau.yazisileri@iau.hn03.kep.tr)

Bilgi için : Mesut YILMAZ

Unvanı : Enstitü Öğrenci İşleri Uzmanı

Tel No : 30010





## ÖZGEÇMİŞ

**Ad- Soyad** : Mehmet Yiğit BAŞER

### ÖĞRENİM DURUMU

- Lisans : 2020, Bilecik Şeyh Edebali Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü.
- Üniversite : Devam Ediyor, Eskişehir Anadolu Üniversitesi, Açık Öğretim Fakültesi, İnsan Kaynakları Yönetimi
- Yüksek Lisans : 2022, İstanbul Aydın Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, İşletme Yönetimi Bölümü

