

T.C.
SELÇUK ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
HALKLA İLİŞKİLER VE TANITIM ANABİLİM DALI
ARAŞTIRMA YÖNTEMLERİ BİLİM DALI

**HALKLA İLİŞKİLER SÜRECİNDE
SOSYAL KAYGI DÜZEYLERİNİN SOSYAL
SORUMLULUK PROJELERİ İLE GİDERİLMESİ**

YÜKSEK LİSANS TEZİ

DANIŞMAN
Doç. Dr. Mustafa ÖZODAŞIK

HAZIRLAYAN
Nagihan Tufan YENİÇIKTI
074221031003

KONYA-2010



T. C.
SELÇUK ÜNİVERSİTESİ
Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürlüğü



BİLİMSEL ETİK SAYFASI

	Adı Soyadı <u>Nagihan TUĞAN YENİGÜL</u>
Öğrencinin	Numarası <u>07422 103 1003</u>
	Ana Bilim / Bilim Dalı <u>Halkla İlişkiler ve Tanıtım / Araştırma Yöntemleri</u>
	Programı <u>Tezli Yüksek Lisans</u> <input checked="" type="checkbox"/> <u>Doktora</u> <input type="checkbox"/>
	Tezin Adı <u>Sosyal Kaygı Düzeylerinin Sosyal Sorumluluk Projeleri ile Giderilmesi</u>

Bu tezin proje safhasından sonuçlanmasına kadarki bütün süreçlerde bilimsel etiğe ve akademik kurallara özenle riayet edildiğini, tez içindeki bütün bilgilerin etik davranış ve akademik kurallar çerçevesinde elde edilerek sunulduğunu, ayrıca tez yazım kurallarına uygun olarak hazırlanan bu çalışmada başkalarının eserlerinden yararlanılması durumunda bilimsel kurallara uygun olarak atıf yapıldığını bildiririm.

Öğrencinin imzası
(İmza)



T. C.
SELÇUK ÜNİVERSİTESİ
Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürlüğü



YÜKSEK LİSANS TEZİ KABUL FORMU

Öğrencinin	Adı Soyadı	Nagihan Tufan Yanıkkıtlı	
	Numarası	074221031003	
	Ana Bilim / Bilim Dalı	Halkla İlişkiler ve Tanıtım / Araştırma Yöntemleri	
	Programı	Tezli Yüksek Lisans <input checked="" type="checkbox"/>	Doktora <input type="checkbox"/>
	Tez Danışmanı	Doç. Dr. Mustafa Özdeşlik	
Tezin Adı	Sosyal Kaygı Düzeylerinin Sosyal Sorumluluk Projeleri ile Giderilmesi		

Yukarıda adı geçen öğrenci tarafından hazırlanan Halkla İlişkiler Sürecinde Sosyal Kaygı Düzeylerinin Sosyal Sorumluluk Projeleri ile Giderilmesi başlıklı bu çalışma 08/07/2010 tarihinde yapılan savunma sınavı sonucunda oybirliği/oyçokluğu ile başarılı bulunarak, jürimiz tarafından yüksek lisans tezi olarak kabul edilmiştir.

Ünvanı, Adı Soyadı	Danışman ve Üyeler	İmza
Doç. Dr. Mustafa Özdeşlik	Danışman	
Prof. Dr. Ahmet Kalender	Üye	
Doç. Dr. Abdullah Köse	Üye	

ÖNSÖZ

Hayata geldiği ilk andan itibaren insanlarla sürekli iletişim içinde olan birey sosyal bir varlıktır ve bu iletişimi sürdürebildiği sürece hayatına devam eder. Ancak başkaları ile olan bu iletişimi sürdürebildiği sürece hayatına devam eder. Fakat başkaları ile olan bu iletişimi bireyde endişe, stres ya da kaygı yaratıyorsa, kendini ifade etmede zorlanıyorsa burada bir problem söz konusudur. Kendini toplum içinde ifade edemeyen, başkalarının önünde konuşamayan, yazı yazamayan yani topluluk içinde hiçbir şey yapamayan sosyal kaygı yaşayan birey sayısı toplum içinde bir hayli çoktur. Bu bağlamda; bu araştırmada sosyal kaygı düzeylerinin sosyal sorumluluk projeleri ile giderilmesi incelenmiştir.

Öncelikle çalışmamın her aşamasında bana yardımcı olan, deneyimlerini paylaşan, yol gösteren hocam ve danışmanım olan Doç. Dr. Mustafa ÖZODAŞIK'a ne kadar teşekkür etsem azdır. Ayrıca çalışmamın yöntem kısmında desteğini hiçbir zaman esirgemeyen ve bana istatistiği öğreten hocam Doç. Dr. Abdullah KOÇAK'a, değerli fikirlerini benimle paylaşıp yol gösteren hocam Prof. Dr. Ahmet KALENDER ve Yrd. Doç. Dr. Meral SERARSLAN'a teşekkürü bir borç bilirim. Ayrıca teşekkürün en büyüğünü beni yetiştiren, maddi ve manevi yönden desteklerini hiçbir zaman esirgemeyen annem ve babam, bana her konuda destek olan eşim Cihan içindir.

Nagihan Tufan YENİÇIKTI

Konya 2010

	T. C. SELÇUK ÜNİVERSİTESİ Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürlüğü		
Öğrencinin	Adı Soyadı	Nagihan Tufan YENİÇIKTI	Numarası: 074221031003
	Ana Bilim/Bilim Dalı	Halkla İlişkiler ve Tanıtım Anabilim Dalı / Araştırma Yöntemleri Bilim Dalı	
	Danışmanı	Doç. Dr. Mustafa ÖZODAŞIK	
Tezin Adı		Halkla İlişkiler Sürecinde Sosyal Kaygı Düzeylerinin Sosyal Sorumluluk Projeleri İle Giderilmesi	

ÖZET

Tanımadık insanlarla karşılaştığı ya da başkalarının gözünün üzerinde olabileceği, bir ya da birden fazla toplumsal ya da bir eylemi gerçekleştirdiği durumdan belirgin ve sürekli bir korku duymadır sosyal kaygı. Bu araştırma da, halkla ilişkiler sürecinde sosyal kaygı düzeylerinin sosyal sorumluluk projeleri ile nasıl giderildiğini ortaya koymayı amaçlamaktadır. Bu amaçla katılımcıların sosyal kaygı düzeyleri, bazı değişkenler (cinsiyet, fakülte, bilim alanı, sınıf ve üye olunan öğrenci toplulukları) açısından incelenmiştir.

Yüz yüze görüşme tekniğiyle Selçuk Üniversitesi Öğrenci Toplulukları'na üye olan 358 kişi üzerinde çalışmanın verileri toplanmıştır. Çalışma, sosyal kaygı düzeylerini sosyal kaçma (%18.44), kritize edilme (13,56) ve bireysel değersizlik (%8,85) kaygısı açısından ele almıştır.

Çalışmanın bulguları, öğrenci topluluklarının yaptıkları sosyal sorumluluk projeleri ile sosyal kaygı düzeylerini gidermede önemli bir etkiye sahip olduğunu göstermektedir. Ayrıca sosyal kaygı düzeylerinden sosyal kaçma ile eleştirilme kaygısı ve cinsiyet arasında anlamlı bir ilişki bulunamamışken

bireysel değersizlik kaygısı ile cinsiyet arasında anlamlı bir ilişki bulunmuştur. Fakat sosyal kaygı düzeylerinin fakülte, bilim alanı ve sınıf değişkenlerine göre farklılaşmadığı sonucuna ulaşılmıştır. Son olarak araştırma bulguları çerçevesinde elde edilen sonuçlar tartışılmış ve bulgular ışığında bir takım önerilerde bulunulmuştur.

Anahtar Sözcükler: Halkla İlişkiler Süreci, Kaygı, Sosyal Kaygı, Sosyal Sorumluluk

	T. C. SELÇUK ÜNİVERSİTESİ Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürlüğü		
Student's	Name Surname	Nagihan Tufan YENİÇIKTI	ID: 074221031003
	Department/Field	Department of Public Relations And Publicity / Research Methods Field of Study	
	Advisor	Assoc. Dr. Mustafa ÖZODAŞIK	
Research Title		Levels of Social Anxiety are Eliminated Through Social Responsibility Project in The Process of Public Relations	

ABSTRACT

Social anxiety is the experience of an explicit and constant fear of one or more social situations that involve interaction with unknown individuals or situations in which the individual performs an action while having the eyes of the others upon oneself. The present study endeavours to present how elevated levels of social anxiety are eliminated through social responsibility projects in the process of public relations. For this purpose, the social anxiety levels of the participants were examined in terms of certain variables (gender, faculty, and area of science, year, and the student societies to which the participants were affiliated).

The research data were collected through face-to-face interviews with 358 individuals who were members of Selçuk University Student Clubs and Societies. In the study, social anxiety levels were discussed in terms anxieties of social avoidance (18.44%), being criticized (13.56%) and feeling individual worthlessness (8.85%).

The findings of the study show that the student societies have a significant effect in eliminating the elevated levels of social anxiety through the

social responsibility projects they carry out. Furthermore, although a significant relationship was not found between the anxiety of social avoidance and the anxiety of being criticised and gender, a significant relationship was observed between the anxiety of individual worthlessness and gender. However, it was found out that the social anxiety levels did not differ with respect to the variables of faculty, area of science and year. Finally, the results that were obtained within the scope of the findings of the study were discussed and certain suggestions were offered in the light of the findings.

Key Words: Public Relations Process, Anxiety, Social Anxiety, Social Responsibility

İÇİNDEKİLER

BİLİMSEL ETİK SAYFASI.....	i
YÜKSEK LİSANS TEZİ KABUL FORMU	ii
ÖNSÖZ.....	iii
ÖZET.....	iv
ABSTRACT	vi
İÇİNDEKİLER.....	viii
TABLolar LİSTESİ	xiii
ŞEKİLLER LİSTESİ.....	xv
GİRİŞ.....	1

BİRİNCİ BÖLÜM

HALKLA İLİŞKİLER SÜRECİNDE SOSYAL KAYGI VE DÜZEYLERİ

1.1. HALKLA İLİŞKİLER SÜRECİ VE KAYGI.....	5
1.1.1. Halkla İlişkiler Süreci	5
1.1.1.1. Araştırma	7
1.1.1.2. Planlama.....	8
1.1.1.3. Uygulama	9
1.1.1.4. Değerlendirme.....	9
1.1.2. Kaygının Tanımı	10
1.1.3. Kaygının Nedenleri	14
1.1.4. Kaygının Patolojik Belirtileri.....	17
1.1.5. Kaygı Çeşitleri	19
1.1.5.1. Durumluk Kaygı.....	19
1.1.5.2. Sürekli Kaygı.....	21

1.1.5.3. Psiko-Somatik Kaygı	22
1.1.5.4. Bilişsel Kaygı	22
1.1.6. Kaygıyla Başa Çıkma Yolları	23
1.2. SOSYAL KAYGI.....	25
1.2.1. Sosyal Kaygının Tanımı.....	25
1.2.2. Sosyal Kaygının Belirtileri.....	31
1.2.2.1. Fizyolojik Belirtiler	31
1.2.2.2. Zihinsel Belirtiler	32
1.2.2.3. Davranışsal Belirtiler	33
1.2.3. Sosyal Kaygının Nedenleri	34
1.2.4. Sosyal Kaygının Özellikleri	37
1.2.5. Sosyal Kaygıda Risk Faktörleri	37
1.2.5.1. Cinsiyet ve Roller.....	38
1.2.5.2. Yaş.....	39
1.2.5.3. Eğitim Düzeyi	40
1.2.5.4. Medeni Durum	40
1.2.5.5. Aile ve Ailenin Çocuk Yetiştirilmesi	41
1.2.5.6. Diğer Faktörler	42
1.2.6. Sosyal Kaygının Kuramsal Temelleri	42
1.2.6.1. Bilişsel Modele Göre Sosyal Kaygı.....	42
1.2.6.2. Davranışçı Kurama Göre Sosyal Kaygı.....	44
1.2.6.3. Kendilik Sunumu (Self Presentation) Modeline Göre Sosyal Kaygı	45
1.2.6.4. Akılcı- Duygusal Davranış Modeline Göre Sosyal Kaygı.....	46
1.2.6.5. Bağlanma Kuramına Göre Sosyal Kaygı	47
1.2.7. Sosyal Kaygının Tipleri	47

1.2.7.1. Özgül Tip.....	48
1.2.7.2. Yaygın Tip.....	48
1.2.7.3. Sınırlı Tip	48
1.2.8. Sosyal Kaygının Ayırt Edici Özellikleri ve Tanısı	49
1.2.8.1. Utangaçlık ve Sosyal Kaygı	49
1.2.8.2. Çekingenlik ve Sosyal Kaygı	51
1.2.8.3. Panik Atak ve Sosyal Kaygı.....	51
1.2.9. Sosyal Kaygıyla Başa Çıkma	51
1.2.9.1. Alışkanlık Kazanma	52
1.2.9.2. Alıştırma Yapma	52
1.2.9.3. Otomatik Olumsuz Düşünceleri Fark Etme ve Gerçekliğini Test Etme	52

İKİNCİ BÖLÜM

SOSYAL SORUMLULUK

2.1. SOSYALLEŞME	53
2.2. SOSYALLEŞME SÜRECİNE ETKİ EDEN FAKTÖRLER	54
2.2.1. Aile	54
2.2.2. Arkadaş Grupları.....	55
2.2.3. Kitle İletişim Araçları	56
2.3. SOSYAL SORUMLULUK.....	57
2.4. SOSYAL SORUMLULUK TANIMLARI	59
2.5. SOSYAL SORUMLULUĞU ÖNEMLİ KILAN NEDENLER.....	62
2.5.1. Etik	62
2.5.2. Küresel Ekonomi.....	63
2.5.3. Global Şirket	63

2.5.4. Global Ekonomi ve Sorumlu Karar Verme.....	63
2.5.5. Kişisel (Kurumsal) Çıkar	63
2.5.6. Yeni Müşterilerin ve Ülkelerin Kabul Etmesi	64
2.5.7. Sendika ve İşgücü Desteği	64
2.5.8. Yeni Yatırımcıları Çekme Yeteneği	64
2.5.9. Tüketici Güveninin Gelişmesi	64
2.6. SOSYAL SORUMLULUĞUN KAPSAMI VE SINIRLARI.....	65
2.6.1. Meşruiyet İlkesi.....	66
2.6.2. Kamu Sorumluluğu İlkesi	66
2.6.3. Yönetmelik Takdir Edebilme Hakkı İlkesi.....	66
2.7. SOSYAL SORUMLULUKLA İLGİLİ GÖRÜŞLER	68
2.7.1. Klasik Sosyal Sorumluluk Yaklaşımı	69
2.7.2. Modern Sosyal Sorumluluk Yaklaşımı	70
2.8. SOSYAL SORUMLULUĞUN AVANTAJ VE DEZAVANTAJLARI	71
2.9. SOSYAL SORUMLULUĞUN TARİHSEL GELİŞİMİ.....	74
2.10. İŞLETMELERİN SOSYAL YÖNDEN SORUMLU OLDUĞU GRUPLAR	77
2.10.1. Sermaye Sahiplerine Karşı Sorumlulukları.....	79
2.10.2. Çalışanlara Karşı Sorumluluklar	80
2.10.3. Müşterilere Karşı Sorumluluklar.....	83
2.10.4. Topluma Karşı Sorumluluklar	85
2.10.5. Çevreye Karşı Sorumluluklar.....	85
2.11. İŞLETMELERDE SOSYAL SORUMLULUK MODELLERİ.....	87
2.11.1. Ekonomik Sorumluluk	88
2.11.2. Yasal Sorumluluklar.....	88
2.11.3. Ahlaki Sorumluluklar.....	89
2.11.4. Gönüllü Sorumluluklar.....	90

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

SOSYAL KAYGI DÜZEYLERİ İLE İLGİLİ ALAN ARAŞTIRMASI

3.1. YÖNTEM	92
3.1.1. Araştırma Problemi	92
3.1.2. Araştırmanın Amacı	92
3.1.3. Araştırmanın Önemi	92
3.1.4. Sayıtlar	93
3.1.5. Araştırmanın Sınırlılıkları	93
3.1.6. Araştırmanın Evreni ve Örneklemi	93
3.1.7. Veri Toplama Araçları	97
3.1.7.1. Kişisel Bilgi Formu	97
3.1.7.2. Sosyal Kaygı Ölçeği	97
3.1.8. Veri Toplama Araçlarının Uygulanması	98
3.1.9. Verilerin Değerlendirilmesi	98
3.1.9.1. t-test	99
3.1.9.2. Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA)	99
3.1.9.3. Korelasyon	99
3.1.9.4. Faktör Analizi	100
3.2. BULGULAR VE DEĞERLENDİRME	101
SONUÇ VE ÖNERİLER	118
KAYNAKÇA	121
ÖZGEÇMİŞ	133

TABLOLAR LİSTESİ

Tablo 1. Araştırmaya Katılan Öğrencilerin Okudukları Fakülte.....	101
Tablo 2. Araştırmaya Katılan Öğrencilerin Okudukları Bilim Alanı.....	102
Tablo 3. Araştırmaya Katılan Öğrencilerin Sınıfları.....	102
Tablo 4. Cinsiyet	103
Tablo 5. Araştırmaya Katılan Öğrencilerin Üye Oldukları Öğrenci Toplulukları.....	103
Tablo 6. Sosyal Kaygı Düzeyi.....	104
Tablo 7. Faktör 1: Sosyal Kaçma (N=358)	107
Tablo 8. Faktör 2: Kiritize Edilme (N=358).....	108
Tablo 9. Faktör 3: Bireysel Değersizlik (N=358).....	109
Tablo 10. Cinsiyet Ve Sosyal Kaçma Arasındaki İlişki.....	110
Tablo 11. Sosyal Kaçma ve Bilim Alanı Arasındaki İlişki	110
Tablo 12. Sosyal Kaçma İle Fakülte Arasındaki İlişki.....	111
Tablo 13. Sosyal Kaçma Ve Sınıf Arasındaki İlişki	111
Tablo 14. Sosyal Kaçma İle Üye Olunan Öğrenci Topluluğu Arasındaki.....	111
Tablo 15. Kiritize Edilme İle Bilim Alanı Arasındaki İlişki.....	112
Tablo 16. Kiritize Edilme İle Cinsiyet Arasındaki İlişki.....	112
Tablo 17. Kiritize Edilme İle Fakülte Arasındaki İlişki	113
Tablo 18. Kiritize Edilme İle Sınıf Arasındaki İlişki	113
Tablo 19. Kiritize Edilme İle Öğrenci Topluluğu Arasındaki İlişki	114
Tablo 20. Bireysel Değersizlik ile Cinsiyet Arasındaki İlişki.....	114

Tablo 21. Bilim Alanı ile Bireysel Değersizlik Arasındaki İlişki	115
Tablo 22. Bireysel Değersizlik İle Fakülte Arasındaki İlişki.....	115
Tablo 23. Bireysel Değersizlik ile Sınıf Arasındaki İlişki	116
Tablo 24. Öğrenci Topluluğu İle Bireysel Değersizlik Arasındaki İlişki	116
Tablo 25. Sosyal Kaçma, Kiritize Edilme ve Bireysel Değersizlik Arasındaki İlişkiyi Gösteren Korelâsyon Analizi Tablosu.....	117

ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil 1: Durumluk ve Sürekli Kaygı Arasındaki İlişki	20
Şekil 2: Sosyal Kaygıyı Tanıma Formu	25
Şekil 3: Sosyal Kaygının Nedenselliği	35
Şekil 4: Birincil Paydaşlar	78
Şekil 5: İkincil Paydaşlar	79
Şekil 6: Kurumsal Sosyal Sorumluluk Piramidi.....	87

GİRİŞ

İnsanın çevresindekilerle olan ilişkilerini kapsayan ve bir ömür boyu süren, bireyler, gruplar, sosyal kurumlar ve kültürel aktiviteler tarafından ortaya çıkarılan etkileşim sürecidir sosyalleşme. Bireyler sosyalleşme ile belirli bir grubun ve ya toplumun yaşam tarzını öğrenir, aynı zamanda karşılıklı etkileşim sürecine girer. Bu öğrenme sürecinde toplumdaki kalıp davranışlar bireyler tarafından içselleştirilir ve sonuçta o topluma ya da gruba ait bir kimlik kazanır.

Kişi ile diğer kişi ya da kişiler arasında cereyan eden, sonunda toplumsal davranış örneklerinin kabulünü ve uygulanmasını sağlayan bir karşılıklı etkileşim sürecidir (Öztürk, 1999: 20). Sosyalleşme kişinin toplumsal kültürle bütünleşmesini ve içinde yaşadığı toplumla uyum sağlamasını mümkün kılan bir mekanizmadır.

Sosyalleşme ilk olarak ailede başlar. Bireyin kişiliğinin oluşmasında, kişilik yönelimlerinin ve savunma mekanizmalarının oluşmasında sosyalleşmenin genel çerçevesini ve ortamını aile çizer. Ailede başlayan ve okul gibi çevrelerde devam eden sosyalleşme bireyin çalışma hayatında da devam ederek kişiliğini bulmasına başka bireylerle sosyal ilişkilerini artırarak sosyal hayat içinde sadece kendini geliştirmiş olmayıp ilgi gösterdiği farklı alanlarda da yaratıcı olma özelliğini de geliştirerek toplum içinde kendisine istediği yeri bulur.

Toplum içinde yaşayan insanın kendisini ve çevresini daha iyi tanımasını ve başkaları ile uyumlu ilişkiler gerçekleştirmek için etkileşim kurabilme ve bu etkileşimi geliştirme becerisi bulunan bir iletişim gücüne sahiptir. Bu bağlamda halkla ilişkiler özel ya da tüzel kişilerin belirtmiş kitlelerle dürüst ve sağlam bağlar kurup geliştirerek onları olumlu inanç ve eylemlere yönlendirmesi tepkileri değerlendirerek tutumuna yön vermesi böylece karşılıklı yarar sağlayan ilişkiler sürdürme yolundaki planlı çalışmaları kapsayan bir faaliyettir.

Halkla ilişkiler faaliyetleriyle işletmeler hedef kitleleriyle karşılıklı bir iletişim ve etkileşim içerisine girerek sosyalleşmeye zemin hazırlamaktadır. Sosyalleşmenin temel özelliği de bireyin kendi dışındaki diğer bireylerle ve kişilerle ilişki, işbirliği ve dayanışma içine girebilmesidir.

Halkla ilişkiler yalnız kuruluşların çalışma ve işlemlerini halka onaylatma mekanizması değildir, aynı zamanda hedef kitlelerle etkileşerek benimsetmeyi de doğallaştıran uygulamalarıdır (Bülbul, 2004: 7). Ayrıca çevrede yer alan kuruluş ve kişilerle olumlu ve uyumlu ilişkiler kurmak, kişinin toplumla bütünleşmesini ve sosyalleşmesini sağlamak halkla ilişkilerin önde gelen işlevleri arasında yer almaktadır.

İnsan sosyal bir varlıktır ve başkalarıyla etkili ve sağlıklı bir iletişim kurduğu sürece hayatına devam edebilir. Yalnız yaşaması mümkün olmayan birey sürekli olarak başkalarıyla etkileşim ya da iletişim içindedir. Başkalarıyla kurmuş olduğu bu iletişim ve etkileşim birey için bir sorun haline geliyorsa ya da hayatını çekilmez hale getiriyorsa, sosyal ilişkiler kurmak, kendini ifade etmek çeşitli nedenlerle birey için başlı başına bir problem haline alıyorsa ortada bir sorun olduğunu kabul etmek gerekir. Topluluk içinde konuşamayan, ısrarlı bir satıcıyı reddedemeyen, topluluk önünde bir şey yiyip içemeyen ya da yazı yazarken elleri titreyen yani sosyal kaygı duyan bireyler olacaktır.

Sosyal kaygı insan hayatının akışını ve duygu durumunu derinden etkileyen, gündelik hayatın gerekliliklerini kâbusa dönüştüren, sosyal ortamlarda açığa çıkan bir kaygı durumudur. Özellikle kişinin performans gerektiren bir iş ile meşgulken başkaları tarafından incelenmesi durumunda açığa çıkan diğer kişiler tarafından küçük görülme, alay edilme ya da eleştirilme korkusudur.

Sosyal kaygının temelinde onaylanmama korkusu vardır ve başkaları ne der? Sorusu bireyin zihninde arttıkça sosyal kaygıya olan yatkınlıkta artmaktadır. Sosyal kaygıya sahip olan bireyler başkaları tarafından kendilerine kötü davranılacağını ya da yanlış yaparsa herkesin onunla dalga geçeceğini ve

etrafında hiç kimse kalmayacağını sıkça düşünürler ve böylece sahip oldukları düşünceler nedeniyle de sahip oldukları kaygıları artmaktadır. Fakat sosyal ortamlardan uzak durmak iletişim ve davranış becerilerinin de zayıf kalmasına ve bu da diğer insanlarla sosyalleşmesini engelleyerek her ortamda tek başına kalmasına sebep olacaktır.

Sosyal kaygıya sahip olan bireyler, genellikle kendine olan güven eksikliğinden ve yaptıklarıyla başkaları tarafından ağır bir şekilde eleştirilmekten, hatalarını görmelerinden korkarlar ve korktukları bu durumlarla karşılaştıklarında çarpıntı, titreme, nefes darlığı, terleme gibi belirtiler kendini gösterir.

Sosyal kaygı ile ilgili yapılan alan araştırmalarına göre, sosyal kaygı kadınlarda daha sık görülürken klinik çalışmalarda ise görülme sıklığının erkeklerde daha yüksek olduğunu göstermiştir (Dilbaz, 1997: 19). Sosyal fobinin başlangıç yaşı 13-24 arasında değişmektedir ve genellikle ergenlik çağında daha çok görülmektedir ve eğitim düzeyinin yüksek olmasının da sosyal kaygı açısından bir risk faktörü olduğu bildirilmektedir (Sungur, 2000: 61). Bunların yanı sıra sosyal kaygı bekârlarda ve boşanmış kişilerde daha çok görülmektedir. Bunun nedeni de toplumsal ilişkilerden özellikle karşı cinsle konuşmada duyulan rahatsızlıktan kaynaklanmaktadır (Güz ve Dilbaz, 2003: 36).

Sosyal kaygıya sahip bireyler rahatsız oldukları ortamlardan kaçma, topluluk içerisinde söylenen sözleri duymamazlıktan gelme ya da topluluk içinde tek başına durma gibi davranışlarla kendilerini topluluktan soyutlarlar.

Küreselleşmeyle birlikte yaşanan değişimler sonucu artan rekabet nedeniyle işletmelerin sorumlulukları da artmıştır. Gelişen teknoloji bilginin yayılma hızını artırmış ve böylece insanlar işletmelerin faaliyetleri hakkında daha fazla bilgi alma ihtiyacı duymuş ve bu gelişmelerle de sosyal sorumluluk kavramının önemini artırmıştır.

Sosyal sorumluluk, genel olarak bir işletmenin ekonomik ve yasal koşullara, iş ahlakına, işletme içi ve dışı kişilerin ve kurumların beklentilerine uygun politika ve stratejiler uygulayarak insanları mutlu ve memnun etmesine yöneliktir (Bayraktaroğlu ve ark., 2009: 6). Günümüzde işletmeler müşterilerinin, çalışanlarının gözünde olumlu bir imaj kazanabilmek ve rakiplerinin bir adım daha önüne geçebilmek için sosyal sorumluluk projelerine daha fazla önem vermeye başlamışlardır.

İşletmelerin sosyal sorumlulukları modern yönetim anlayışında üzerinde sıklıkla durulmaya başlanan ve tartışılan bir konu haline gelmiştir. Günümüzde teknolojinin gelişmesiyle birlikte bilinçlenen toplum işletmelerden topluma hizmet amacı güden sosyal sorumluluk üstlenmelerini istemeye başlamış ve sadece kar amacı güden şirketlerin başarı şansı azalmaya başlamıştır. Bu nedenle varlıklarını sürdürmek ve ayakta kalmak isteyen işletmelerin toplumun istek ve ihtiyaçlarına duyarlı olması, ahlaki bir şekilde davranması ve çevreyi koruması vazgeçilmez bir unsur olarak karşımıza çıkmaktadır.

BİRİNCİ BÖLÜM

HALKLA İLİŞKİLER SÜRECİNDE SOSYAL KAYGI VE DÜZEYLERİ

1.1. HALKLA İLİŞKİLER SÜRECİ VE KAYGI

Günümüzde çok hızlı bir şekilde gelişen teknoloji sayesinde insanların bilgiye ulaşması kolaylaşmıştır. Halkla ilişkiler hedef kitleyle nasıl ve ne şekilde iletişim kuracağını belirleyen ve insanların algılamaları üzerinde etkiye sahip olan bir süreçtir. İşletmelerin bu algılamalarda yanlış anlaşılma korkusu, endişesi beraberinde kaygıyı meydana getirmektedir.

1.1.1. Halkla İlişkiler Süreci

Günümüzde teknolojinin gelişmesiyle bilgi alışverişine yani etkili iletişime olan ihtiyaçta artmıştır. Kurum içinde ve kurumlar arasında etkin iletişimi gerçekleştirmek için halkla ilişkilere duyulan ihtiyaçta giderek artmaktadır. Halkla ilişkiler kavramının sürekli olarak gelişmesi, diğer alanlarla olan ilişkisi halkla ilişkilerle ilgili olan tanımların çeşitli olmasını sağlamıştır.

Halkla ilişkiler, kuruluş ile çevresi arasındaki bağlantıları düzenleyen ve öncelikle kamu çıkarına hizmet eden bir iletişim sürecidir (Bülbül, 2003: 1).

İngiltere Halkla İlişkiler Enstitüsü (IPR) halkla ilişkileri, bir kuruluş ile hedef kitlesi arasında iyi niyet ve karşılıklı anlayışa dayalı ilişkileri sürdürmeye yönelik önceden planlanmış çabalar olarak tanımlar (Peltekoğlu, 2001: 3).

Rex Harlow ise halkla ilişkileri, bir organizasyon ve bu organizasyonun hitap ettiği kitle ile arasında iletişim, anlayış, yardımlaşma ve kabule dayanan bağlar oluşturmayı ve bu bağları korumayı amaçlayan idari bir fonksiyondur (Theaker, 2008: 16).

Lamb ve Mckee'da halkla ilişkileri, bir kurumla karşılıklı bağımlılık içerisinde olduğu gruplar arasında karşılıklı yarar ilişkilerini geliştirmeyi ve sürdürmeyi sağlayan iletişim ve eylem (Kalender, 2008: 25) olarak tanımlamıştır.

Halkla ilişkilerle ilgili yapılan tanımlar göz önüne alındığında şu sonuçlara ulaşılmaktadır (Okay ve Okay, 2001: 6-7).

- **Baştan sona planlanmış:** Halkla ilişkiler faaliyeti isteyerek yapılan bir faaliyettir; etkilemek, anlayış kazanmak, bilgi sağlamak ve faaliyetten etkilenenlerden gelen tepkileri almak için dizayn edilmektedir.

- **Planlı:** Araştırma ve analizi içeren düzenli bir çalışmadır.

- **Performans:** Etkili halkla ilişkiler bir birey ve ya kuruluşun performansına ve gerçek politikalarına dayandırılmaktadır.

- **Kamu yararı:** Bir halkla ilişkiler faaliyetinin yapılmasının nedeni kamu yararına hizmet etmektir. Halkla ilişkiler faaliyetinde amaç kuruluşla hedef kitle arasında karşılıklı yarar sağlamaktır.

- **İki yönlü iletişim:** Enformasyon materyallerinin yayılması ve hedef kitlede gelen tepkileri toplamak önemlidir.

- **Yönetim fonksiyonu:** Üst yönetimin karar vermesinde halkla ilişkiler etkilidir. Halkla ilişkiler bir karar alındıktan sonra sadece bilgi vermeyi değil aynı zamanda danışmanlık yapmayı ve problemleri çözmeyi de amaçlar.

Kısaca halkla ilişkiler kurumla hedef kitle arasındaki iletişimi sağlamaya yönelik davranışlar olarak tanımlayabiliriz.

Hedef kitlelerle iknayı temel alan iletişimin oluşturulması ve geliştirilmesi esasına dayanan halkla ilişkilerin etkinliği stratejinin sağlam temeller üzerine dayandırılmasına bağlıdır. Bir halkla ilişkiler araştırma, planlama, uygulama ve sonuçların değerlendirilmesinden oluşan süreci mutlaka yaşamalı ve bu süreç içerisinde amaçlar belirlenerek strateji ve taktikler

geliştirilmelidir. Bu süreci işletmenin dışında gerçekleşen olaylarda etkilemekte, çevre işletmenin amaçlarını, işletmenin amaçları ise halkla ilişkiler programını belirlemektedir. Bu bağlamda halkla ilişkiler sürecini ve geliştirecek strateji ve taktikleri etkileyen faktörler (Peltekoğlu, 2001: 148).

- Çevre
- İşletmenin amaçları
- Halkla ilişkiler amaç ve strateji
- Halkla ilişkiler programları biçiminde açıklanabilir.

Dört adım olarak adlandırılan halkla ilişkiler süreci, kuruluşların amaç ve stratejilerini belirleyip bu amaçlara ulaşmak için halkla ilişkilerden nasıl faydalanacaklarını belirledikten sonra dikkate alınan durumlarda söz konusudur.

1.1.1.1. Araştırma

Halkla ilişkiler uygulama sürecinde her adım bir diğeri kadar önemli olmakla birlikte, süreç sorunu belirlemek ve bilgi toplamakla başlamakta, diğer adımlar bu bilgiler üzerine yapılanmaktadır (Peltekoğlu, 2001: 150).

Bir halkla ilişkiler aktivitesi ya da kampanyasında sorunu belirlemek ve bu sorunla ilgili bilgi toplamak için araştırma en önemli unsurdur. Araştırmanın belirli bir hedefin ya da amacın ortaya çıkmasına yönelik arayışın başlangıç noktası olduğu görülmektedir. Halkla ilişkiler alanında çalışanlar, müşterilerine iletişim stratejilerini önerirken iletişim problemlerine yönelik danışmanlık yaparken ve en önemlisi müşterilerini en iyi halkla ilişkiler strateji ve eylemlerine yönlendirirken araştırmanın vazgeçilmez olduğunu görmüşlerdir (Açıköğretim Fakültesi e-Öğrenme Eğitim Portalı). Çünkü araştırma yapılacak işleri çerçevlendirmeye, önemli hedef kitleleri saptamaya ve halkla ilişkiler programının ölçülebilir amaçlarını ortaya çıkarmaya yardımcı olur (Uludağ, 2008: 89).

Kısaca halkla ilişkiler süreci, dörtte üçü suyun altında (araştırma, planlama ve değerlendirme) dörtte biri suyun üstünde (uygulama) olan bir buzdağına benzetilmekte, araştırmaya dayanmayan halkla ilişkiler çalışması müşteriye görmeden çalışan terzinin diktiği elbise gibi görülmektedir (Uludağ, 2008: 88).

1.1.1.2. Planlama

Halkla ilişkiler sürecinde ikinci aşama planlamanın yapılmasıdır. Planlama, kampanya ortamını oluşturmak, gerekli bütçeyi hazırlamak, personeli belirlemek ve hedef kitlelere halkla ilişkiler etiğine uygun düşecek mesajları iletebilmek için hangi tür araçların kullanılacağına önceden saptanmasıdır (Kazancı, 2002: 229). Bunların yanı sıra, kampanya süresi, genişliği ve mesajların hazırlanması da planlama aşamasının çalışmaları arasında yer almaktadır (Bülbul, 1998: 54).

Ayrıca halkla ilişkiler kuramsal hedeflerin gerçekleştirilmesi için çalışır. Hedefleri açık bir şekilde belirlenmemiş bir kurumda halkla ilişkiler çalışmalarının neye hizmet edeceği belirsiz olduğu için planlama çalışması da sağlıklı bir şekilde yapılamaz. Halkla ilişkilerden beklenen yararın elde edilebilmesi için kurumun tüm işlev ve amaçlarının açık bir şekilde tanımlanmış olması bunun içinde kurumsal hedeflerin stratejik yönetim planlaması kapsamında kısa ve uzun dönemli olarak yazılı biçimde ortaya konması gerekir. Bu açıdan kurumun amacının ne olduğu, bu amacın gerçekleştirilmesinde halkla ilişkilerin nasıl bir yardımı olacağına ilişkin soruların yanıtları son derece önemli olmaktadır. Halkla ilişkiler çalışmalarının ana amacı, kuruluşun iş hedeflerine ulaşmasına yardımcı olmaktır. Bu nedenle planlama çalışmalarının kuruluşun iş hedefleriyle uyumlu bir şekilde yapılması gerekir (Açıköğretim Fakültesi e-Öğrenme Eğitim Portalı).

Halkla ilişkiler açısından planlama aşamasının hayati önem taşıdığını söyleyebiliriz. Çünkü araştırma aşamasıyla belirlenen tehditlerin ya da fırsatların

ardından tehditleri fırsata çevirmek fırsatları da değerlendirmek için planlama aşaması oldukça önemlidir. Böylece bu aşamadan sonra gelen diğer aşamalar da bu plana göre yapılacaktır.

1.1.1.3. Uygulama

Sürecin üçüncü aşaması olan uygulamada, problem tanımlanmış, çözümler saptanmış ve sürecin suyun yüzeyindeki bölümü devreye girmiştir (Peltekoğlu, 2001: 157; Uludağ, 2008: 106). Uygulama planlama sürecinde belirlenen ve onaylanan stratejilerin, yazılan-planlanan her şeyin kontrollü ve amaca uygun bir şekilde hayata geçirilmesi anlamına gelmektedir (Uludağ, 2008: 106).

Uygulama aşaması, planlama aşamasında belirlenen faaliyetlerin gerçekleştirilmesini, neyin ne zaman yapılacağını yani zamanın planlanmasını ve en önemlisi bunları gerçekleştirmek için gerekli olan bütçenin hazırlanmasına ilişkin çalışmaları içerir.

Araştırma ve planlama aşamasını izleyen bu üçüncü adımda uygulama aşamasında, sorunun ya da fırsatların belirlenerek en uygun biçimde çözümü ve ya değerlendirilmesi için bir stratejiye dayalı oluşturulan hareket planı iletişim yöntemlerinin desteğiyle gerçekleştirilmelidir (Peltekoğlu, 2001: 160).

1.1.1.4. Değerlendirme

Halkla ilişkiler programlarının son halkasını değerlendirme çalışmaları oluşturmaktadır. Değerlendirme çalışmaları sonuçları halkla ilişkiler programının başlangıçta belirlenen hedeflere ne ölçüde varıldığını gösterir ve bir sonraki programın hedeflerinin belirlenmesindeki önemi son derece büyüktür (Açıköğretim Fakültesi e-Öğrenme Eğitim Portalı). Sonuçların değerlendirilmesi kuşkusuz hedef kitleye ulaştırdığımız mesajlara gösterilen tepkiyle yani feedback ile sağlanmaktadır (Bülbül, 1998: 55).

Değerlendirme aşaması, halkla ilişkiler çalışma planının uygulama sonuçlarının ne derecede başarılı olduğunu ve beklenen hedeflere ulaşıp ulaşılmadığını saptar. Kısaca “Neler Yapıldı?” sorusunun cevabıdır. Değerlendirme aşaması aynı zamanda bir sonraki çalışma için bilgi toplama sürecini oluşturmaktadır.

1.1.2. Kaygının Tanımı

İnsanlar, içinde yaşadıkları toplum içerisinde hangi sosyal ortamları nasıl algılayacaklarını öğrenirler. Dolayısıyla insanların en temel duygularından biri olan kaygı insanların yaşadıkları bu toplum içinde endişe, korku yaratan durumlarda ya da rahatsız oldukları durumlarda kendini gösterir ve kişi bu duruma ne kadar çok şartlanırsa kaygıda bu oranda artar ve yaşamı çekilmez hale getirir.

Bütün insanların özellikle belirli zamanlarda korktukları ve kaygı duydukları bilinmektedir. İnsanlar gerek günlük yaşamlarında gerekse mesleki yaşamlarında sürekli karar verme durumundadırlar. İnsanlar verdikleri kararların sonuçlarını önceden göremedikleri için kaygıya kapılırlar. Böylece yaşamımızda çok önemli yeri olan karar verme durumu bazen beraberinde kaygıyı da getirir (Özcan, 1999: 39). Son elli yılı “Kaygı Çağı” olarak nitelendiren yüzyılımızda kaygının tanınmasının ve saptanmasının gereği kendiliğinden ortaya çıkmıştır (Öner, 1985: 1).

Diğer heyecanların tanımında olduğu gibi kaygınının tanımını yapmak zordur. Aşağıda kaygı ile ilgili bazı tanımlara yer verilmiştir.

Kaygı şu heyecanların birini veya çoğunu içerebilir: Üzüntü, sıkıntı, korku, başarısızlık duygusu, acizlik, sonucu bilememe ve yargılanma (Engür, 2002: 41).

Kaygı; endişe, kuruntu, korku, telaş, üzüntü gibi insan da baskı ve gerilime yol açan bir duygu halidir (Köknel, 2004: 140).

Kaygı, insanların varoluşundaki en temel duygulardan biridir ve korku, öfke, keder, sıkıntı gibi duygularla karışmış olduğu için anlaşılması ve tanımlanması çok güçtür (Morgan, 1995: 93).

Özer'e göre ise, olaylar karşısında duygularımızın niteliğini yoğunluğunu asıl belirleyen olayların kendilerinden çok kişinin onlara yüklediği anlamlardır ve birey kişiliğine bir risk ya da tehdit anlamı yakıştırıyorsa kendini kaygılandırıyor demektir (Özer: 1997: 19). Örneğin bir paraşütçü düşünün. Bir grup arkadaşıyla paraşüt eğitimine katılıyor. Hocasından paraşütle ilgili bilgileri ve teknikleri öğreniyor. Öğrenim dönemi tamamlandıktan sonra ilk atlayışını yapmak üzere uçağa binilip havalanılıyor. Bu kişi atlama sırasını beklerken gözlemlendiğinde kalbi her zamankinden fazla atmaktadır, kan dolaşımı hızlanmıştır ve gerginlik başlamıştır. Paraşütçünün kafasının içinde fiziksel tehdiye ilişkin yorumların yanı sıra atlamasının sonuçlarına başka anlamlar yakıştıran düşüncelere de söz konusu olabilir. Yere yanlış iniş yapıp kendini seyretmeye gelen arkadaşlarının, ailesinin ve hocasının gözünden düşüp rezil olacağını, diğer paraşütçülerin atlayışlarının kendisinkinden daha iyi olup da hoca tarafından daha çok takdir görüleceğini düşünerek bu tür anlamlar yükleyip kendisinde kaygı meydana getirecektir.

Canbaz'a göre ise kaygı, bir bireyin birey olarak varlığı için esas kabul ettiği bazı değerlerin, belirsiz ve baş edemeyeceği tehditler altında kalışının anlaşılması ve hissedilmesi durumudur. Çağımız insanında kaygı; canlılığın, yaşamla baş etmenin yeni şeyler bulma ve yaratabilmenin, rekabet ortamında daha olumlu işler yapmanın ve kendini kabul ettirebilmenin bir gereği olarak yaşanmaktadır. Yani kaygı, bireyin kendi varlığına veya özdeşim yaptığı şeylere yönelik çeşitli yıkıcı, bozucu durumlara karşı bir tepkisidir (Canbaz, 2001: 26).

Bu tanımlardan da anlaşılacağı gibi kaygı, sübjektif korku, sıkıntı, endişe gibi duygulara eşlik eden vücuttaki çeşitli değişikliklerle meydana gelmektedir. Kaygının iki yönü vardır. Bunlardan birincisi sübjektif duygu yönü, ikincisi ise

otonom sinir sistemi faaliyetlerine bağlı olarak bedende ortaya çıkardığı değişikliklerdir (Özodaşık, 2001: 74).

Kaygıyla ilgili geniş kapsamlı literatür taraması yapan Lewis (1970) kaygı tanımlarının altı ortak özelliği olduğunu belirlemiştir. Bunlara göre (Ekşi, 2006: 44) ;

- Kaygı korkuya yakın bir duygu durumudur.
- Hoş olmayan bir duygu durumudur.
- Gelecek yönelimlidir.
- Ya hiçbir görünen tehdit yoktur ya da küçük bir tehdit durumu genelliyordur.
- Objektif somatik şikâyetler olur.

Kaygı sözcüğünü ilk kullanan ve bunu bir kavram olarak tanımlayarak nedenlerini araştıran Freud olmuştur. Freud'a göre kaygı, fiziksel ya da toplumsal çevreden gelen tehlikelere karşı bireyi uyarma, gerekli uyumu sağlama ve yaşamı sürdürebilme işlevlerine katkıda bulunur (Erdal, 2005: 18). Freud kaygıyı 3 şekilde tanımlamaktadır (Gençtan, 1999: 161-162).

- Gerçeklik kaygısı
- Törel kaygı
- Nevrotik kaygı

Gerçeklik kaygısında birey dıştan gelen tehlikeyi idrak etmekte ve sıkıntı duymaktadır. Törel kaygıda, tehlike kaynağı bireyin içindedir ve birey kendine zarar getirecek faaliyetten farkında olmadan kaçmaktadır. Nevrotik kaygıda ego, utanma ve suç duygularına maruz kalmakta vicdan tarafından cezalandırmaktan korkmaktadır.

Rollo May, kaygının insan psikolojisindeki esas ve temel yerini ilk gören bilim adamının Freud olduğunu belirtmektedir. Freud'un ilk teorisinde kaygıyı nevrozun düğüm noktası ve temel nedeni olarak ele aldığını söylemektedir. Freud ikinci teorisinde odak noktası olarak egoyu görmektedir. Ego tarafından algılanan bir tehlike kaygıyı ortaya çıkarmakta ve bu kaygı regresyon yaratmaktadır (Kozacıoğlu, 1986: 11).

Laspers ise; kaygı olgusuna çok değişik bakış açılarından bakar ama ona göre kaygı temelde yalnızca iki biçimde belirir. Biri salt yaşam kaygısı, ötekisi varoluşa ilişkin kaygı. Yaşam kaygısı ölümden duyulan kaygıdır. Tüm yaşama gücünü harekete geçiren ve yok olma karşısında duyulan bir ürpermeden çıkan kaygıdır. Varoluş kaygısı ise, çok daha derine iner (Tol, 1995: 46). Varoluşçular kaygıyı, insanın varoluşunun sorumluluğunu yüklemekte karşılaştığı güçlüklerle açıklamışlardır (Özodaşık, 1989: 44).

Kaygı olgusunun anlaşılmasında en önemli katkılardan biride Horney'den gelmiştir. Horney kaygıya ilişkin görüşlerinde Freud'dan bazı noktalarda ayrılmaktadır. O, kaygının içgüdüsel dürtülerin varlığına karşı geliştirilen korkudan çok baskı altına alınmış dürtülerimize karşı duyulan korku sonucunda oluştuğuna inanır. İkinci nokta, cinselliğin kendi başına kaygıya neden olmadığı görüşündedir. Üçüncü nokta ise, Horney çocukluk yılları kaygıların sonraki kaygılar zincirine bir temel oluşturduğunu kabul etmekle birlikte kaygının tümüyle çocukluk yıllarına ait tepkiler olduğu görüşünde değildir (Özcan, 1999: 41).

Psikanaliz, nevrotik kaygıların dışarıdan gelen ve doğal olayların etkisiyle ortaya çıkan hastalıklar değildir, hastanın içgüdüsel tepkilerince bilinçaltında kendi kendine üretildiğini ortaya çıkarmıştır (Richter, 1991: 74).

Tüm bunların yanı sıra kaygının kişiyi güdüleyici ve teşvik edici işlevleri de vardır. Spielberg (1983) , kaygının yeni davranışların kazanılmasında etkili olduğunu, performans ve başarıdaki olumlu etkileri dışında, psikoterapide ve

tedavide kaygının önemli rolünün olduğunu ifade etmektedir. Freud'a göre de kaygı, fiziksel ya da toplumsal çevreden gelen tehlikelere karşı kişiyi uyarma, gerekli uyumu sağlama ve yaşamı sürdürebilme işlevlerine katkıda bulunur (Eroğlu, 2006: 61)

1.1.3. Kaygının Nedenleri

Her insan birbirinden farklı özellikler gösterir. Hepimizin inanç ve beklentileri değişiktir. Bu farklar nedeniyle iki insan aynı duruma aynı tepkiyi vermez. Bir durum bir insanda kaygıyı tetikleyebilirken diğerinde tetiklemez (Tallıs, 2003: 6).

Bireyin çevresi ile olan ilişkilerinin bozulmasına, potansiyelini tam olarak gerçekleştirememesine engel olan kaygı, kökenini bireyin çocukluk yaşantısından alır. Çocuklukta aşırı reddedici, küçük düşürücü tutumlar; ergenlik döneminde diğer yetişkinlerin alaycı tutumları; ceza verirken ana babaların cezaya eşlik eden itici davranışları; ana baba arasında boşandıktan sonra bile devam eden çekişmeler; çocuğun ilk toplumsallaşma deneyiminde karşılaştığı güçlükler; arkadaş ilişkilerinde karşılaştığı itici ve küçük düşürücü davranışlar kaygının oluşmasına neden olabilir (Sargın, 1990'dan aktaran Özcan, 1999: 44). Böyle olumsuz bir çevrede yetişen birey ileriki dönemlerde de bu olumsuzlukların etkisinde kalarak kaygı yaşamaya devam edecektir. Kaygı ile ilgili örneklere baktığımızda da kaygı yaşayan bireylerin çoğunluğunda çocukluktan gelen olumsuzluklar görülmektedir.

Cüceloğlu kaygının nedenlerini şu şekilde sıralamaktadır:

1. *Desteğin Çekilmesi:* Kişi alışılmış çevrenin ortadan kalktığı durumlarda kaygı duyar. Yani ortam değişikliği, yeni duruma adaptasyon dönemi kaygı yaratır (Cüceloğlu, 1994: 277). Fatih'in annesi, babası, kardeşi, evdeki odası, çalışma masası, komşuları, arkadaşları, evdeki köpek, kedi onun yaşamının bir parçasıyken birdenbire kendisini yabancı bir şehirde, yabancı bir evde, aile, arkadaş, akraba ve tanıdıklarının hepsinden uzakta bulur. Yeni

çevresinde şimdiye kadar alışagelmış olduğu “destekler” yoktur. Alışagelmış çevrenin ortadan kalktığı böyle durumlarda insanlar kaygı duyarlar (Bozdemir, 2007: 18).

2. *Olumsuz Bir Sonucu Bellemek*: Olumsuz sonuçların ortaya çıkabileceği durumlarda bu olumsuzluğu beklemek ve düşünmek kaygı ile sonuçlanmaktadır (Cüceloğlu, 1994: 277). Pek hazırlanmadan sınava girme, trafik cezasının belirleneceği trafik mahkemesinde duruşmayı bekleme gibi olumsuz sonuçların ortaya çıkacağı durumlarda kaygı duyarız (Bozdemir, 2007: 18).

3. *İç Çelişki*: İnandığımız ve önem verdiğimiz bir fikir, yaptığımız bir davranış arasında bir çelişki ortaya çıktığı zaman kaygı türünde bir gerginlik ortaya çıkacaktır. Bu durumda çelişkiyi giderecek çözüm yolu aranacak ve çözüm yoluna ulaşıncaya kadar kaygı duyulacaktır (Cüceloğlu, 1994: 277). Örneğin, nükleer silahların insanlığı yok edecek güçte tehlikeli bir gelişme içinde olduğuna inanan birey, bu silahların geliştirildiği bir laboratuarda çalışmak zorunda kalırsa, kendisini sürekli bir gerginlik ve kaygı içinde bulur.

4. *Belirsizlik*: Gelecekte ne olacağını bilmemek insanlar için belli başlı kaygı nedenlerinden biridir. İleride olumsuz türden olayların olacağını bilmek, ne olacağını hiç bilmemeye yeğlenmektedir (Cüceloğlu, 1994: 277).

Morgan’a göre kaygının nedenlerinden biri korkutucu bir uyarıcıyla ilgili *bilinçaltı anıdır*. Korkutucu durumla ilk çocukluk yıllarında olaylara ilişkin belleğin çok iyi olmadığı bir dönemde karşılaşılmış olabilir. Bu durum daha ileriki dönemlerde meydana gelmiş olsa bile üzerinde düşünmek istemediğimiz için korkutucu yaşantıyı reddetmiş olabiliriz. Yaşantıyı bilinçsiz olarak bastırmış olabiliriz. Bunların her birinin sonucu gelişimi unutulmuş, öğrenilmiş bir korkudur. Korkunun koşullandığı durumla her karşılaşmamızla nedenini bilmediğimiz huzursuzluk verici bir kaygı duyulur. Kaygının meydana geliş yollarından bir diğeri de, uyarıcı genellemesidir. Belirli bir duruma bir

davranımda bulunma öğrenildiğinde ilk duruma benzeyen bütün durumlara bir davranım öğrenilmiş olur. Sert bir babaya korku geliştiren çocuk daha sonraları diğer erkekler ile birlikteyken de huzursuzluk ve kaygı duyabilir; çocuk onları babasına benzetir ve belli belirsiz bir korku uyarıcı genellemesi yoluyla bu kişilere aktarılır (Morgan, 1995: 228).

Çağlar (1981;78) ise, kaygının nedenini çocukluk yıllarına bağlar ve kaygının kökeninin yanlış eğitim olduğunu düşünür. Çocukluk yıllarında onlarla ilgilenen ve büyüten kimselerin uyguladıkları yanlış eğitim çocuklarda kaygının oluşmasına yol açar. Bunları da dört başlık altında toplar; (Arslan, 2007: 23)

1. Küçük yaşlardan itibaren korkulu eğitim usullerinin uygulanması. Örneğin, yaramazlık yapan çocuğunu durdurmak için “sen yaramazlık yaparsan, ben de evi terk ederim” diyen bir anne çocuğunda kaygının oluşmasının temellerini atar.

2. Aşırı derecede koruma: Çocuğa hiçbir şeyden korunma olanağı tanımayarak “ben kendimi koruyamam” kanısını geliştirme.

3. Çocuğa geleceği ile ilgili yanlış telkinler vererek endişeye düşürme: “Çok çalışmaz başarılı olmazsan, biz de ölünce sen sokakta kalırsın, bir lokma ekmeğe muhtaç olursun, iste bu sokakta gördüğün çocuklar hep senin gibi çalışmamış, anneleri babaları ölmüş, onlarda sokakta kalmış” gibi endişeye düşürücü hikâyeler.

4. Çocuğa korkunç yaşantılar yaşatma: Çocukları birçok hallerde yalnız bırakarak onları kendi kendilerine anlayamayacakları ve izah edemeyecekleri durumlara terk etme gibi çeşitli davranışlar çocuklarda kaygının yerleşmesinin temellerini atmaktadır.

Akandere (1997) ise, kaygıya neden olan iç ve dış faktörleri şu şekilde sıralamaktadır. Buluşma sıkıntısı, dar zaman, iş seyahati, sorumluluk, yükselme hırsı, meslektaş çatışması, üste karşı öfke, doğru olmayan eleştiri, devamlı

telefon sesi, bilgi üstünlüğü, kavga, ailede hastalık, az uyku, hareketsizlik, işsizlik, alkol, kötü haber, resmi ziyaretler, dış görünüşten memnun olmamak gibi sıralanmaktadır (Koç, 2004: 56).

Kaygı ile ilgili olarak vurgulanması gereken en önemli nedenlerden bir tanesi de, çaresizlik ve kişinin durumla ilgili kontrolü elinde bulundurmadığı ile ilgili bir algıya sahip olmasıdır. Yani kaygının neden ortaya çıktığı ile ilgili yapılan açıklamaların temel vurgusu; belirsizlik ve kontrol edilemez bir durumun yaşanmakta olduğuna ilişkin temel inançtır. Yoğun bir uyarılmışlık durumudur ve kişiye belirsiz uyarıcıyı anlamlandırabilmesi için kaynak sağlamayı hedeflemektedir (Fidanoğlu, 2006: 90-91).

Kaygının nedenlerini kısaca topladığımız zaman, çoğunluğunun bireylerin çocukluk dönemlerinde yaşadıkları korkuları bilinçaltına alarak ileri dönemlerde aynı korkuları yaşaması, anne ve babanın çocuk yetiştirmedeki yetersizliği, sorumluluklarının artması, eleştirilme kaygısı vb. faktörler kaygının oluşmasında etkilidir. Ayrıca, teknolojinin hızla gelişmesi, ekonomik sıkıntılar gibi stresi arttıran çevresel faktörler insanların kaygı durumlarını da arttırmaktadır. Bireyin kişiliğini tehdit eden her durumlar, benlik değerine tehditler ve bir bireyin yapabileceğinden fazla performans gerektiren durumlar da kaygı meydana getirmektedir.

1.1.4. Kaygının Patolojik Belirtileri

Kaygının ruhsal ve fiziksel belirtileri vardır. Bu belirtiler kaygının etkisiyle oluşan savunma düzenlerine göre ortaya çıkar. Genel olarak kaygılı durumda bulunan bir kişide bu durumla birlikte olan öznel ve nesnel birçok yakınma ve belirti bulunabilir (Köknel, 2005: 135). Kaygıda sübjektif korku, sıkıntı ve endişe gibi duygulara eşlik eden birçok bedensel değişiklikler meydana gelmektedir (Canbaz, 2001: 28, Cüceloğlu, 1994: 293). Bunlar;

- Nefes darlığı
- Terleme
- Nefes alıp vermede düzensizlik
- Kesik kesik nefes alıp verme
- Gerginlik
- Kalp çarpıntısı
- Aniden sinirlenme
- Bel ağrısı
- Mide ağrısı
- İshal ya da kabızlık
- Aşırı tepkide bulunma
- Titreme
- El ve ayak parmaklarının soğukluğu
- Sürekli yorgunluk
- Sürekli baş ağrısı
- Boyun kaslarının gergin olması

Her insanda güç durumlarda ortaya çıkarak kişinin kendisini savunmasını sağlayan kaygı normal ve yararlı bir duygu olmasına karşın, kaygı doğuran sorunlar çözülemediğinde psikolojik rahatsızlıklara neden olabilmektedir (Canbaz, 2001: 29). Genelde kişinin başına gelen veya şahit olduğu hayatı tehdit edici bir olaydan sonra gelişen kaygı belirtileri olaya bağlı kaçınma davranışları ve korku reaksiyonlarını içerir. Bu herhangi bir ölüm olayı, tabii afet, herhangi bir kaza ve buna benzer kişiyi ve hayatı tehdit edici bir olaydan sonra yıllar içerisinde gelişebilir. Genelde maruz kalınan olay ile ilgili korkular uyku bozuklukları, depresif düşünceler, o olayın yeniden yaşanıyor gibi olması, kişiyi düşünce olarak da o olayla ilgili rahatsız eden düşünceler şeklinde yakınmalar olur (Koç, 2004: 57).

1.1.5. Kaygı Çeşitleri

Birbirinden farklı özellikleri olan kaygı dört başlık altında incelenmiştir. Bunlar durumluk kaygı, sürekli kaygı, bilişsel kaygı ve bedensel kaygıdır.

1.1.5.1. Durumluk Kaygı

Kaygılı olmaya eğilim ile acil durumlardaki kaygının ilk olarak ayrımlaşması 1950'li yıllarda başlamıştır. Durumluk kaygı, sıkıntı, tasa ve gerginlik ile karakterize olan acil durumu göstermektedir. Spielberger durumluk ve süreklilik kaygı kavramlarını ortaya atan bilim adamı olmuştur (Engür, 2002: 42).

Durumluk kaygı, kişilerin özel durumları tehdit edici olarak yorumlanması sonucu oluşan duygusal tepkidir ve ya bireyin içinde bulunduğu stresli durumdan dolayı hissettiği subjektif korkudur (Canbaz, 2001: 28). Durumdan duruma yoğunluğu değişen sürekli olmayan durumlarda bireyin gösterdiği geçici duygusal reaksiyonlardır. Bireyin stres yaratan durumu tehdit edici olarak algılandığı durumlarda durumluk kaygı düzeyi yüksek, bu tehlikenin tehdit edici olarak algılanmadığı durumlarda düşük olmaktadır (Özgüven, 1994: 323-324).

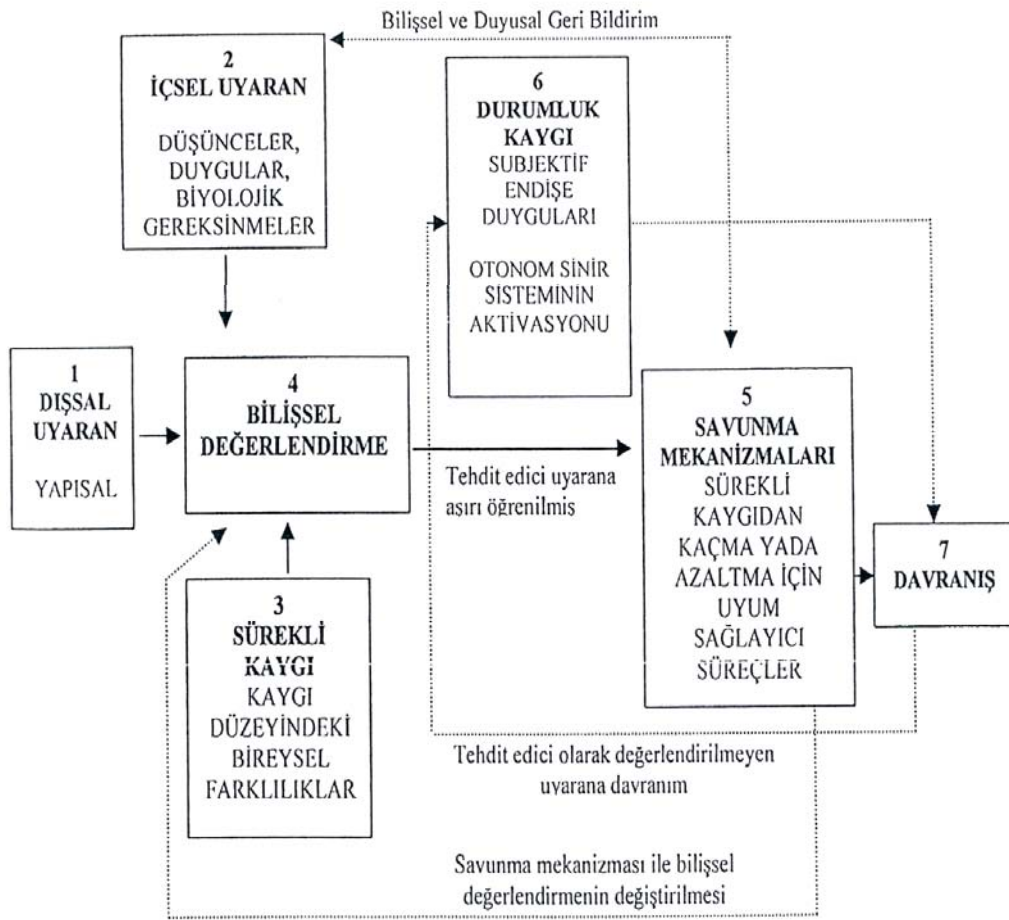
Durumluk kaygı, tehlikeli olarak adlandırılan durumlar öncesinde veya olaylar sırasında ortaya çıkan, çoğunlukla mantıklı nedenlere bağlı ve nedeni başkaları tarafından da anlaşılabilen kaygıdır (Başaran, 2008: 33). Birey sürekli olarak kaygı durumunda değil kendinde stres yaratan bir durumla karşılaştığı zaman kaygı söz konusu olmaktadır.

Spielberger durumluk kaygının özelliklerini şöyle özetler:

- Bu tip kaygı insanın içinde bulunduğu durumu tehdit eden, tehlike yaratan biçimde algılanmasından, yorumlanmasından kaynaklanır.
- Bu durum elem veren hoş olmayan bir duygulanım durumu yaratır.
- Bu duygulanım durumu algılanır, anlaşılır, duyumsanır.
- Bu süreç içinde bilinç açık, haberdar, uyanıktır.

• Sınır sisteminin işlevinde değişimler olduğunu gösteren belirtiler ortaya çıkar (Köknel, 2004: 142).

Durumluk kaygının şiddeti ve süresi algılanan tehdidin miktarı ve kişinin tehlikeli durum yorumunun kalıcılığıyla ilgilidir. Durumluk kaygının önemli bir özelliği de yoğunluğunun çeşitlenebileceği ve zaman içerisinde düzensiz bir değişime sahip olduğudur (Engür, 2002: 43).



Şekil 1: Durumluk ve Sürekli Kaygı Arasındaki İlişki

Kaynak: Başaran, 2008: 34

1.1.5.2. Sürekli Kaygı

Bireyin kaygı yaşantısına olan yatkınlığıdır. Buna kişinin içinde bulunduğu durumları genellikle stresli olarak algılama ya da stres olarak yorumlama eğilimi de denebilir. Doğrudan doğruya çevreden gelen tehlikelere bağlı olmayan bu kaygı türü içten kaynaklanır. Objektif kriterlere göre zararsız olan durumların birey tarafından tehlikeli ve özünü tehdit edici olarak algılanması sonucu oluşan hoşnutsuzluk ve mutsuzluk duygusudur. Bu tür kaygı seviyesi yüksek olan bireylerin kolaylıkla incindikleri ve karamsarlığa büründükleri görülmektedir (Canbaz, 2001: 28).

Spielberger, sürekli kaygıyı “güdü ve kazanılmış objektif davranışsal yatkınlık olarak, kişinin büyük ölçüde tehlikeli olmayan durumları tehdit edici olarak algılama yatkınlığı ve bunlara objektif tehlikenin önemine göre orantısız yoğunlukta durumluk kaygı ile tepki göstermesi “ şeklinde tanımlanmaktadır (Engür, 2002: 45).

Tehlikeli şartların yarattığı korku ve tedirginlik, bireyin yaşadığı normal ve geçici bir kaygı olarak kabul edilir. Kişinin o an içerisinde bulunduğu duruma doğrudan doğruya bağlı olmayan sürekli kaygı ise bir kişilik özelliğini belirler (Özodaşık, 2001: 75).

Sürekli kaygıda karşılaşılan özel durumlarla ilişkili olan kişinin objektif ve genel olarak davranışsal yatkınlığı söz konusu olmaktadır (Koç, 2004: 50). Diğer taraftan sürekli kaygı düzeyi yüksek olan bireylerin, başka ortamlarda daha çabuk ve sık durumluk kaygı belirtileri göstereceği ifade edilebilir. Sürekli kaygının seviyesi, bireyin ilerideki tehlikeli durumlarda yaşayacağı durumluk kaygı derecesinin şiddetini ve sıklığını belirler. Buna göre sürekli kaygı seviyesi yüksek olan bireyin, baskı altında, sürekli kaygısı düşük olanlardan daha çabuk ve daha sık olarak durumluk kaygı reaksiyonları göstereceği beklenir.

Spielberger sürekli kaygının özelliklerini şöyle belirtir:

- Bu kaygı tipi durumluluk kaygıya oranla durağan ve süreklidir.
- Bu tip kaygının şiddeti ve süresi kişilik yapısına göre değişir.
- Kişilik yapısının kaygıya yatkın oluşu sürekli kaygı düzeyini etkiler.
- İnsanların sürekli kaygı düzeylerinin birbirinden farklı olması, tehdit eden durumun algılanmasını, anlaşılmasını, yorumlanmasını, sözcüklerin değerlendirilmesini değiştirir (Köknel, 2004: 143).

Birbirinden farklı özellikleri olan iki tür kaygı, durumluk ve sürekli kaygıdır. Bu anlayış Cattell ve Scheiner'in faktör analizi çalışmaları ile ilk kez ortaya atılmış, daha sonraları da Spielberger ve arkadaşlarının çalışmaları sonucu geliştirdikleri iki faktörlü kaygı kuramının özünü oluşturmuştur (Erbaş, 2005: 5). Şekil 1'de durumluk ve sürekli kaygı arasındaki ilişki verilmiştir.

1.1.5.3. Psiko-Somatik Kaygı

Doğrudan otonom uyarılmadan gelişen ve kaygı üzerinde etkili olan fizyolojik parametreleri göstermektedir. Somatik kaygı, süratli kalp atım oranı, kısa ve kesik nefes alma-verme, nemli eller, karın ağrısı ve gergin kaslar gibi tepkisel reaksiyonlarla kendisini gösterir (Engür, 2002: 45). Örneğin dışı koltuğunda oturan birinin yaşadığı kaygı somatik kaygıdır. Bu tip kaygıya aşırı uyarılma, bilişsel uyuşmazlık ve davranım yokluğu neden olmaktadır.

1.1.5.4. Bilişsel Kaygı

Bilişsel kaygı, kaygının zihinsel bölümüdür ve kişinin kendi negatif değerlendirmeleri ve ya başarıyla ilgili negatif beklentileri tarafından ortaya çıkmaktadır. Bilişsel kaygı, kişinin sıkıntılarında, rahatsız edici görsel imgelerden ve bunlarla ilişkili olarak hoş olmayan hislerden bilinçli şekilde haberdarlığıyla karakterize edilmektedir (Engür, 2002: 46).

Bilişsel kaygı, somatik kaygıdan farklı olarak endişe olumsuz düşünce ve beklentileri, dikkatin bozulması, konsantre olamamayı ve kişinin kendisiyle ilgili düşüncelerini ifade etmektedir (Koç, 2004: 54).

Kaygının bilişsel ve somatik olarak ayrılabilir ya da ayrılamaz olduğu ile ilgili olarak bir çelişkiye düşülebilir. Bir başka anlatımla somatik ya da fizyolojik bir uyarılmışlık durumunda da bir bilişsel yön olduğu düşünülebilir. Örneğin; çevremizde işittiğimiz bir otomobil egzozu patlaması kalbimizin daha hızlı atmasına ya da göz bebeklerimizin açılmasına neden olabileceği gibi bilişsel olarak bazı olumsuz duyguları da beraberinde getirebilir. Ancak Hardy ve Whitehead'ın çalışmaları endişe ya da bilişsel kaygı ile somatik kaygının birbirinden bağımsız olduğunu ortaya koymuştur (Engür, 2002: 46).

Bunların yanı sıra, kaygıyı kaynağına göre de 4'de ayırmak mümkündür. üstbenlik kaygısı, id kaygısı, iğdişlik kaygısı ve ayrılma kaygısı (Köknel, 1998: 144).

- **Üstbenlik Kaygısı:** Denetleyen, engelleyen, cezalandıran katı bir üst benliğin yarattığı suçluluk duygusu yaşanır.

- **İd (Altbenlik) Kaygısı:** Benliğin denetim gücünün azalması ya da id dürtülerinin aşırı güçlenmesi sonucu, üst benliğin cezalandırma tehdidinin ve gerçeklere ters düşme tehlikesinin birlikte yaşanmasıdır.

- **İğdişlik Kaygısı:** Başkalarının yanında küçük düşme, başarısızlık, hastalanma, sakat kalma, cinsel başarısızlık gibi beklentilerin yaşanmasıdır.

- **Ayrılma Kaygısı:** Sevilen bir kişiyi yitirmek, ondan uzak kalmak, çaresizlik yalnızlık gibi beklentilerin yaşanmasıdır.

1.1.6. Kaygıyla Başa Çıkma Yolları

Çalışmalarda kaygıdan kaçınmanın 4 ana yolundan söz edilebilir. Bunlar; kaygıyı ussallaştırmak, inkar etmek, kaygı yaratabilecek düşüncelerden,

dürtülerden ve ortamlardan kaçınmak, uyutturmak (Tol, 1995: 66). İlk yöntem, ussallaştırma, sorumluluğu baştan atmanın en güzel açıklamasıdır. Bu, kaygının ussal bir kaygıya dönüşmesinden oluşur. Aşırı vesveseli bir anne kaygılı olduğunu kabul etsin ya da etmesin veya kaygısını haklı bir korku olarak yorumlasın ya da yorumlamasın gerçekte çocukları için kaygılanmaktadır. Kendimizi kaygılarımıza karşı savunabilmeli ve ondan kaçmak yerine kaygılarımızın nedenlerini araştırarak onu yenmesini öğrenmeliyiz

Bir insanın kaygılarından kurtulabilmesi için tek yol, kendi varoluş sorumluluğunu üstlenebilmesidir. Bu sorumluluk gereğinde kendimiz için başka insanların desteği ve yardımını alabilmeyi de içerir (Özodaşık, 2001: 76).

Cüceloğlu ise; kaygıyla başa çıkma yollarını iki temel grupta toplamıştır. Bilinçli olarak uygulanan teknikler ve farkında olmadan uygulanan teknikler. Farkında olmadan uygulanan tekniklere savunma mekanizmaları adı verilir. Savunma mekanizması kullanan birey kaygı ve gerginliği azaltmak için bir teknik kullandığının farkında değildir. Bilinçli olarak kullanılan teknikler öğrenme sonunda elde ettiğimiz davranışları içerir (Cüceloğlu, 1994: 293).

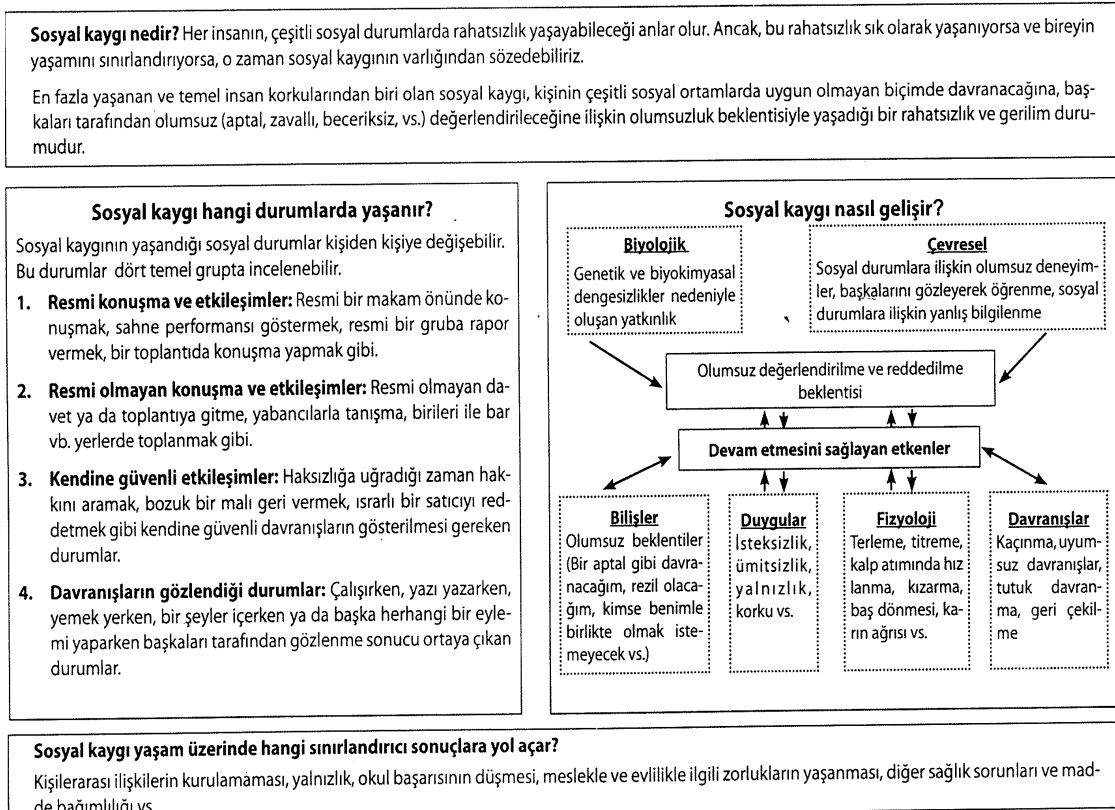
Kaygının biçimi, şiddeti, dışa vuran belirtileri ne olursa olsun bireyin kaygıyı ve kaygı yaratan çevreyi algılayışı takınılacak tutum ve yapılacak davranış bakımından önemlidir. İster dışta bulunan bir nesneden ister bireyin kendisinden kaynaklansın kaygı yaratan bir durum karşısında birey değişik süreçler içerisinde farklı cevaplar verebilir. Önce kaygı yaratan durumun algılanması, anlaşılması ve bilinçlenmesi söz konusudur. Bu süreç kaygıyı bilinçlendirir. Başka bir deyişle kaygı yaratan durum karşısında takınılacak tutum ve yapılacak davranışta bilinç hareket olanağı doğar. Bu süreçte kaygı yaratan nesneyle bilinçli olarak başa çıkmak için duygu, bellek, düşünce, uslamlama gibi yetilerin işlevinden yararlanır. İkinci süreçte kaygıya karşı bilinçdışı savunma yapılır. Bu savunmada kaygının biçimine, şiddetine, süresine, kişiliği oluşturan katmanların gelişmesine ve özelliklerine göre çeşitli düzenlemeler yapılır. Bunların bir bölümü olumlu, başarılı savunma düzenleri olup kişiliğin

gelişmesinde önemli rol oynar. Diğerleri de kaygıya karşı kişilik gelişmesini olumsuz olarak etkileyen ya da ruh sağlığını bozucu nitelikte savunma düzenleridir (Köknel, 2005: 137).

1.2. SOSYAL KAYGI

1.2.1. Sosyal Kaygının Tanımı

Sosyal fobi diye adlandırılan sosyal kaygı, insan hayatının akışını ve duygu durumunu derinden etkileyen gündelik hayatın gerekliliklerini kâbusa dönüştüren, sosyal ortamlarda açığa çıkan bir korku, kaygı duygusudur. Özellikle kişinin performans gerektiren bir iş ile meşgulken başkaları tarafından incelenmesi durumunda açığa çıkan diğer kişiler tarafından eleştirilme, alay edilme endişesi, küçük düşme korkusudur. Bunu aşağıdaki şema ile de gösterebiliriz.



Şekil 2: Sosyal Kaygı Tanıma Formu

Kaynak: Eren Gümüş, 2006: 21

Sosyal kaygı hakkında yapılmış birçok tanım bulunmaktadır. Bunlardan bazıları şöyledir.

Sosyal kaygı, kişinin çeşitli sosyal durumlarda uygun olmayan biçimde davranacağı, kötü bir duruma düşeceği, olumsuz bir izlenim bırakacağı ve başkaları tarafından olumsuz bir biçimde (aptal, zavallı, beceriksiz vs.) değerlendirileceği beklentisiyle yaşadığı bir rahatsızlık ve gerilim durumu olarak tanımlanabilir (Eren Gümüş, 2006: 1).

Işık'a göre ise, sosyal kaygı, başkalarınca eleştirileceği, onların yanında rezil olacağı ya da utangaç duyacağı durumlara düşecek davranışlar yapabileceği endişesiyle sosyal ortamlara girmekten çekinme ya da insanlarla iletişim kurma konusunda korku duymadır (Işık, 1996: 58).

DSM-III-R sosyal kaygıyı, başkalarınca değerlendirilebilecek (incelenebilecek) bir ya da birden çok durumdan ve ya ortamdan sürekli korkma ve utanç duyacağı ya da rezil olacağı biçimde davranabileceğinden ya da kendisini küçük düşürecek bir şey yapacağı korkma biçiminde tanımlamıştır. Örnekler arasında, toplum içinde konuşurken konuşmasını sürdüremeyecek olma, başkalarının yanında yerken boğulacakmış gibi olma, genel bir tuvalette idrar yapamama başkaları ile olduğu bir sırada yazı yazarken elde titreme olmasından korkma, sosyal durumlarda soruları yanıtlamayacak olma ya da aptalca şeyler söyleyecek olma korkuları sayılmıştır (Sevinçok, 2000: 4). Sosyal kaygısı olan birey daha küçük gruplar önünde kaygı duyar ve kaçınma davranışları gösterir (Sungur, 1997: 7). Örneğin, bir satıcı olan 38 yaşındaki Ahmet birebir tanıtım yaptığında her şey iyi gidiyordu. Fakat bir grup insan karşısında satış yapmak zorunda kaldığında heyecanlanıyor ve huzursuz oluyordu. Terlediğinden, kalp atışlarının hızlandığından ve nefesi tıkanıdığı için karşıdaki insanların bunu fark edeceğinden, aptal görüneceğinden emindi ve mümkün olduğunca grup tanıtımlarından kaçınıyordu. Sosyal kaygılı olan birey bir yandan başkalarının bakışlarını üzerinde hissettiği ve eleştirilebileceğini düşündüğünden aşırı bir

anksiyete yaşamakta, bir yandan da anksiyete belirtilerinin fark edilmesi sonucu aşağılanacağından ve gülünç duruma düşeceğiinden korkmaktadır.

Sosyal kaygı, toplum içinde konuşma, yemek yeme, birileriyle tanıştırılma gibi bir ya da genel olarak hemen tüm sosyal ortamlardan kaçınma şeklinde ortaya çıkmaktadır. Kişi böyle durumlarda başkaları tarafından dikkatle izlendiği ve incelenip değerlendirildiği duygusu içindedir (Erkan, 2002: 121). Sosyal kaygıyı diğer kaygılardan farklı yapan özellik hayali veya gerçek ortamlarda kişiler arası değerlendirmenin olması ya da olma olasılığının bulunmasıdır.

Sosyal kaygı kavramı, konuşurken, piyano çalarken ve ya yazı yazarken başkaları tarafından gözlenme korkusu duyan hastaları tanımlamak için ilk kez 1903'te Janet (phobias des situations sociales) tarafından kullanılmıştır (Dilbaz, 1997: 18). Sosyal fobi ilk kez Isaac Marks tarafından 1966 yılında tanımlanan bir bozukluktur. Temelde, başka insanların bulunduğu ortamlarda hata yapma, diğer kişiler karşısında küçük düşme korkusudur. Yani sosyal çevre içinde yaşarken açığa çıkan korku halidir. Korku; gerçek bir tehlikenin ya da tehlike düşüncesinin uyandırdığı endişe duygusudur. Kaygı ise, belirli durumlar karşısında bazı hastaların kapıldıkları baskılı, endişeli, mantık dışı korkudur. Kişi, kimi dürtüleri, aşırı uyarıları ya da çevresel durumları dengesini bozan, gerginliği arttıran birer tehlike olarak değerlendirir. Buna karşı savunma düzenekleri kurmazsa ya da yetersiz kalırsa endişe dediğimiz “anksiyete” ortaya çıkar (Burkovik, 2005: 14). Örneğin, on yaşındaki bir çocuk okul korosunun gösterisini heyecanla bekliyordu ve tüm ailesinin onu dinlemeye geleceğini biliyordu. Sahne sırası çocuğa geldiği zaman heyecanı daha da artmıştı ve şarkısını söylemeye başladığı zaman yüzünün kızardığını hissetti ve nefes almakta zorluk çekmeye başladı ve öğretmenlerinden birisi onun bu sıkıntılı halini fark ederek onu dışarı aldı. Bu sırada seyircilerin güldüğünü gördü ve bu gülüşlerin hedefinin kendisine olduğunu düşündü. Daha sonraki gösterilerde de bu çocuğun midesi ağrıdı ve daha sonraları ise sınıfın önüne çıkıp kitap okumayı bile reddetti (Markway ve

diğ., 1998: 34). Bu çocuğa göre, sahneyi terk etmesi kadar kötü bir şey yoktu ve kendini aşağılanmış olarak görerek sosyal kaygı ortaya çıkmıştı.

Sosyal kaygının başlamasında doğrudan ya da dolaylı olarak geçmişte yaşanmış olumsuz yaşantılar büyük bir öneme sahiptir. Bunun yanı sıra sosyal kaygının oluşmasında değişik derecelerde fizyolojik uyarım yaratan stres kaynakları ve onlarla başa çıkma tepkileri de önemlidir (Eren Gümüş, 2006: 5). Sosyal kaygının oluşmasına destek veren ve sürmesini sağlayan çok önemli etmenler de söz konusudur. Bunlar;

- **Temel İnançlar:** Yaşam boyu gelişen; ancak başlangıcı çocukluk döneminde önemli yetişkinlerle kurulan ilişkiler ve diğerleri ile olan etkileşimler sonucu gelişen, oldukça değişmez bir biçimde kişinin kendisine, diğer insanlara ve yaşadığı dünyaya ilişkin temel ve merkezi inançlarıdır. Özellikle gerilim anlarında olumsuz olan bu inançlar daha fazla harekete geçerek tutumları, beklentileri, kişisel kuralları etkilerler. Böylece olumsuz temel inançlar temel referans çerçevelerini oluşturdukları için kişiler arası etkileşimlerde olacakları ya da olan bitenleri yorumlarken de etkin duruma geçerler ve sosyal kaygının tetiklenip artmasına neden olurlar (Dayhoff, 2000'den aktaran Eren Gümüş, 2006: 5).

- **Olumsuz İçsel Konuşmalar:** Temel inançların bir yansıması olarak otomatik bir biçimde ortaya çıkarlar. Olumsuz otomatik düşünceler kişinin duygularını fizyolojisini ve davranışlarını ele geçirirler; yarattığı sonuçların farkına varılmadan çevreden gelen geribildirimlerin algılanmamasına ya da yanlış yorumlanmalarına; otomatik olarak ortaya çıktıkları gibi yine otomatik olarak sosyal kaygının ortaya çıkmasına ve sürmesine ne den olurlar. Bireyler olumsuz otomatik düşüncelerle o kadar meşguldür ki çevresinde olup bitenden haberdar bile değildir.

- **Olumsuz beklentiler:** Sosyal kaygı yaşayan kişiler farklı sosyal durumlarda utanç verici bir duruma düşeceği beklentisi içine girerler. Bu

beklentileri beceriksizce davranmayla ilgili olduğu kadar gözlerin üzerinden ayrılmayacağı, kendileriyle alay edileceği ve olumsuz bir biçimde eleştirilip onaylanmayacakları ile de ilgilidir.

- **Benlik Kavramını Ortaya Koyma:** Sosyal kaygı, temel olarak gerçek ya da hayali olarak benlik kavramını ortaya koyma engelleri karşısında yaşanır. Bu engeller kişinin olumsuz beklentileri sonucu gelişir. Diğer insanların üzerinde bırakılmak istenen olumlu izlenimin bırakılamayacağına ilişkin olumsuz beklenti, sosyal kaygı yaşantısının tetiklenmesine ve devam etmesine neden olur. Özellikle izlenimi değerlendirecek kişinin sahip olduğu özellikler sosyal kaygı yaşayan kişi için ne kadar önemliyse bu durum kişinin iyi izlenim bırakma isteğini ve istenilen izlenimi bırakamayacağı beklentisini artırır, dolayısıyla yaşanan sosyal kaygıda artma olur (Leary ve Kowalski, 1995'den aktaran Eren Gümüş, 2006: 6).

- **Benlik Yeterliliğinin Düşüklüğü:** Benlik yeterliği kişinin her hangi bir davranışı ya da performansı gerçekleştirebilecek yeterliğine ilişkin olarak sahip olduğu öznel yargılarını ifade eder. Kişinin kendi yeterliğine ilişkin olan bu yargıları sonuçta ne olacağına ilişkin sonuç beklentilerini etkiler. Bu beklentilerin olumsuz olması zorlayıcı durumlarla başa çıkmada yetersiz kalınmasına dolayısıyla korku ve kaçınma davranışına neden olacaktır.

- **Sosyal Beceri Eksikliği:** Düşük benlik saygısından kaynaklanan sosyal yetersizliğe inanma, özellikle bazı sosyal durumlarda performans gösteremeyeceğine ilişkin kaygıların artmasına neden olur. Sosyal beceri eksikliği genellikle sosyal kaygının bir sonucu olarak yaşanmakta ve sosyal kaygının yoğunluk kazanmasına yol açmaktadır. Sosyal kaygılı kişilerin önemli bir çoğunluğu sosyal becerileri eksik olduğu için değil, sosyal durumlarda uygunsuz davranacaklarından ve tutukluk yaşayıp var olan becerilerini kullanamayacaklarından korktukları için sosyal kaygı yaşarlar.

- **Girişken Davranamama:** Girişken davranış, kişinin başkalarının haklarına duyarlı davranarak, sahip olduğu kendi haklarının ve kişisel isteklerinin bilincinde olarak davranmasıdır. Kişi başkalarının istekleri ve hakları söz konusu olduğunda kendi istek ve haklarına ters düşmeler bile reddedilme korkusu ve hoş görülme isteği ile onların istediği yönde davranışlar seçer. Girişken davranmama ise, başkalarının daha değerli ve önemli olduğu; kişinin kendisinin önemsiz ve değersiz olduğu yönündeki düşüncelerini doğrulayan geribildirimler alınmasına neden olur. Ayrıca başkalarının yönlendiriciliği söz konusu olduğu için davranışların kontrolünü kaybetme ve yetersiz görülme beklentilerinin de gerçek olmasına yol açar. Girişken olmayan davranışlar sonucunda sosyal kaygı daha da artarak devam eder (Eren Gümüş, 2006: 7-8).

Sosyal kaygıya sahip olan bireyler çok istedikleri halde başkalarıyla yakınlık kurmaktan korkarlar. Yenilginin getireceği küçük düşme ve reddedilmenin acısını yaşama korkusu, yakın ilişkilerden ve topluluklardan uzak durmalarına neden olur. Sosyal temasın artmasına neden olacağı düşüncesiyle işlerinde terfi ettiklerinde bile tedirginlik yaşar ve hatta bu yeni görevi reddedebilirler (Gençtan, 1999: 272). Çünkü sosyal kaygı, genellikle kendine güven duygusunun azlığı ve eleştirilme korkusu ile ilişkilidir. Sosyal kaygısı olan kişiler sıklıkla kendilerini ağır eleştirmekte, başkalarının kendilerindeki eksiklikleri ve gerçek hatalı yönlerini görmelerinden korkmaktadır. Kendilerini beğenmeyen ve kabul edemeyen kişiler bu eksiklik ve hataları nedeniyle sosyal olarak itilme dışlanma korkusu yaşamaktadır.

Sosyal kaygılı kişiler genellikle utangaç ve içe dönüktürler, sosyal değildirler, normal göz temasından kaçınırlar ve az konuşurlar. Kendilerine bir şey sorulmadıkça çok konuşmazlar, dikkatin üzerlerinde toplanmasından hoşlanmazlar. Grup içinde çok ender konuşurlar, iltifatları çok sessizce geçirirler. Korku ya da kaçınma davranışlarının yaşamlarında önemli bir yeri

vardır (Erözkan, 2004: 228). Sosyal kaygı utanç verici bir duruma düşmekten, onaylanmayacak olmaktan, kabul edilmemekten, beğenilmemekten ve reddedilmekten korkmak gibi olumsuz durumlarla kendini gösterirken; başkalarının beklentilerine duyarlılığı, hayır diyememeyi ve öz-eleştiriye de içerir.

Holt, Heimberg, Hope ve Liebowitz sosyal kaygının dört esas kategoride ele alınabileceğini belirtmişlerdir. Birinci kategorideki sosyal kaygının en yoğun kaygı kaynağı resmi konuşma ve etkileşimleri içeren durumlara (resmi bir makam önünde konuşmak, sahne performansı göstermek, resmi bir gruba rapor vermek, bir toplantıda konuşma yapmak vb.) , ilişkindir. İkinci kategorideki sosyal kaygı, resmi olmayan konuşma ve etkileşimleri içeren sosyal durumlar (partiye gitmek, yabancılarla tanışma vb.) sonucu ortaya çıkan kaygıdır. Üçüncü kategoriyi kendine güvenli davranışı gerektiren etkileşimlerin yarattığı sosyal kaygı durumları (haksızlığa uğradığı zaman hakkını aramak, bozuk bir malı geri vermek, ısrarlı bir satıcıyı reddetmek vb.) oluşturur. Dördüncü kategorideki sosyal kaygı ise, bir eylemi yaparken başkaları tarafından izlenme sorunu (başkaları tarafından izlenirken çalışmak, yazı yazmak, yemek yemek vb.) ortaya çıkar (Eren Gümüş, 2000: 101).

1.2.2. Sosyal Kaygının Belirtileri

Sosyal kaygının belirtilerini fizyolojik belirtiler, zihinsel belirtiler ve davranışsal belirtiler olarak 3'e ayırabiliriz (www.doktorsitesi.com).

1.2.2.1. Fizyolojik Belirtiler

Sosyal bir onaylanmamadan korktuğunuzda hoş olmayan bazı bedensel tepkilerin gösterilmesi mümkündür. Bunlar;

- Yüz kızarması
- Ses titremesi

- Ağız kuruması
- Kalp çarpıntısı
- Nefes kesilmesi
- Ellerde titreme
- Terleme
- Nefes darlığı
- Titreme

1.2.2.2. Zihinsel Belirtiler

Bir takım fizyolojik belirtilere ek olarak sosyal durumlarda nasıl olması gerektiği konusundaki düşüncelerdir.

- Güçsüzüm
- Konuşamayacağım
- Tutulup kalacağım
- Yetersizim
- Çirkinim
- Herkes bana bakıyor
- Herkes beni eleştiriyor
- Küçük düşebilirim
- Çok rahat davranmalıyım
- Kusursuz görünmeliyim
- Kimseyi gücendirmemeliyim

- Beğenilmiyorum
- Sevilmeye layık değilim
- Mükemmel olmalıyım
- Asla hata yapmamalıyım
- Kaygılı olduğumu belli etmemeliyim
- Herkesin beğenisini kazanmalıyım vb.

Bu şekilde düşünmek bireyi endişeli kılmasını böylece de beceriksiz davranmasını ya da rahatsız olma ihtimali çok daha fazladır. Bu durum kaygının en paradoksal niteliklerinden biridir (Markway ve ark., 1998: 22)

1.2.2.3. Davranışsal Belirtiler

Sosyal kaygının davranışsal belirtileri sosyal ortamlarda duyulan rahatsızlığına yanıtınızdır.

- Korkulan ortama girmeme
- Hayallere dalma
- Konuyu değiştirme
- Korkulan ortamı terk etme
- Göz temasından kaçınma
- İlgisiz şeyler düşünme
- Alkol kullanma

Dünya Sağlık Örgütü ICD-10 Ruhsal ve Davranışsal Bozuklukların Sınıflandırılması kitabında da sosyal kaygıya ilişkin belirtiler şu şekilde sıralanmıştır (Karakaş, 2008: 39).

- Sosyal kaygıda başkaları tarafından inceleme altında bulundurulma korkusu hâkimdir. Bu korku büyük kalabalıklardan çok küçük gruplar içerisinde ortaya çıkar.

- Bu korku özel durumlarda görülebileceği gibi (kalabalık bir yerde yemek yeme, karşı cinsle ilişkide bulunma v.s.) korku tepkisi genellenmiş olarak da (aile dışında hemen her sosyal ortamda) bulunabilir.

- Sosyal kaygı genellikle benlik saygısının düşüklüğü ve eleştirilme korkusu ile ilişkilidir.

- Duyulan kaygı belirgin sosyal durumlarda ortaya çıkmalı ya da belirginleşmelidir.

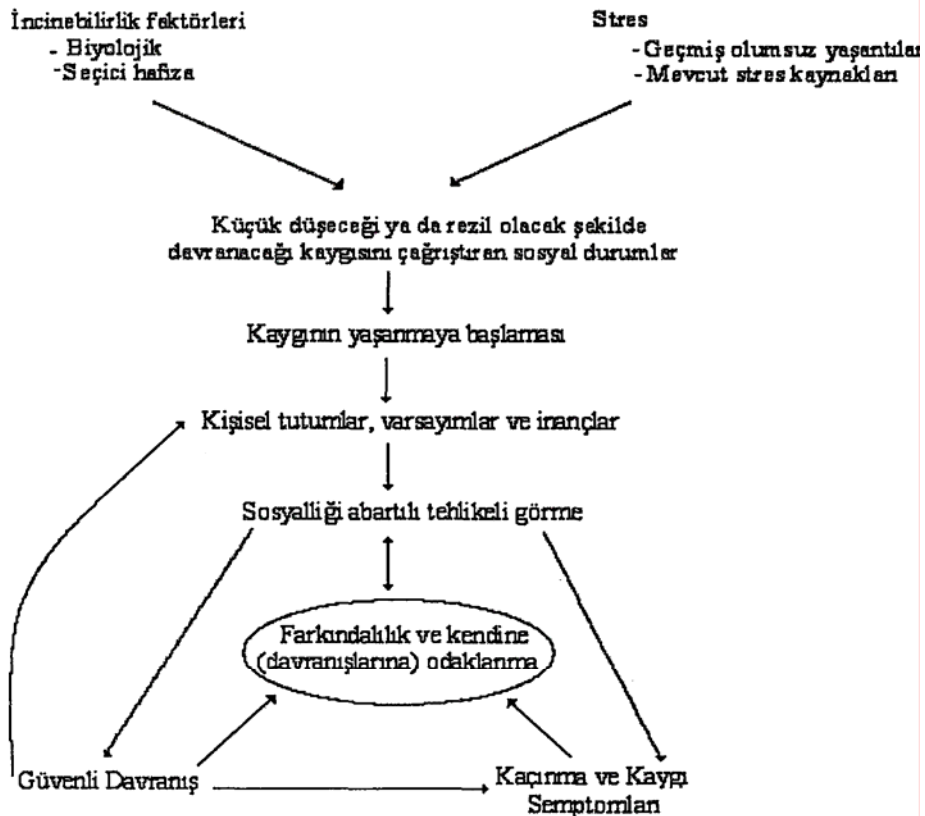
- Korkuya neden olan durumlardan mümkün olan her koşulda kaçınılmalıdır.

Sosyal kaygılı bir kişinin sosyal durumlardaki bilişsel süreçleri olumsuz beklentiler çerçevesinde gerçekleşir. Bu beklentiler tipik olarak zayıf sosyal performansı (konuşurken dilim sürçecek ve devam edemeyeceğim) , başkalarından gelecek olumsuz değerlendirmeleri (tuhaf olduğumu düşünecekler, bana gülecekler) ve başkaları tarafından gözlenmesi engellenmeyecek bedensel kaygı belirtilerini içerir. Bu olumsuz beklentilerin doğal bir sonucu olarak sosyal kaygı yaşayan kişide fizyolojik uyarılma artar ve sonuçta beklenen olumsuzluklar gerçekleşmese bile her an olacakmış gibi tetikte beklenir (Eren Gümüş, 2006: 3).

1.2.3. Sosyal Kaygının Nedenleri

Sosyal kaygı köklerini düşüncelerimizden alır. Küçük düşeceği ya da rezil olacağı şeklinde otomatik düşünceler, sosyal ortamlara ilişkin kaygının kontrol edilebilirliğine ilişkin inancı azaltır. Bu ise istenmeyen davranışları sergileyebilme olasılığına dönük otomatik düşünceleri ve duyulan sosyal kaygıyı artırır (Palancı, 2004: 20). Olumlu düşünen insanlar genel olarak IQ seviyelerinin üst sınırına kadar ulaşmakta, kötümser olan insanlara göre daha sağlıklı bir yaşam sürmektedir. Yeryüzünde yaşayan her bireyin düşünce içeriği ve yapısı birbirinden farklıdır. Bazen insanların düşünceleri birbirine bir parça yaklaşır,

biri diğeri andırır ama çoğunlukla kişiler arasında düşünce boyutunda birtakım çatışmalar olur. Buna karşın olumlu ve yapıcı düşünen insanlar buldukları çevreye farklı bir tat verirler. Bunu fark eden diğeri bireyler daima o kişilerin etrafında toplanır (Burkovic, 2005: 23). Bir gruba dâhil olarak yakın kişiler arası ilişkiler geliştirebilmenin sosyal gelişime yönelik pratik katkıları vardır. Fakat bir gruba kabul sürecinde oluşturulmuş bir bilişsel değerlendirme modeli ve tanımlanmış normlardan söz edilebilir. Bu normlara ulaşmakta yaşanan güçlüklerin sosyal kaygı yaşamakla ilişkili olduğu düşünülmektedir. Buna karşılık duygusal destek sunma, aktivasyon bütünlüğü, kolektif saygı ve kişiler arası ilişki problemlerini çözmeye yönelik istekliliğin sosyal kaygı düzeyini azalttığı görülmektedir (Palancı, 2004: 28). Sosyallik olgusu ve bunu kullanabilmeye yönelik becerilerin yoksulluğu sosyal kaygı yaşamaya yönelik nedenleri artırmaktadır.



Şekil 3: Sosyal Kaygının Nedenselliği

Kaynak: Palancı, 2004: 21

Sosyal kaygının en önemli nedenlerinin başında aşırı stres yer alır. Konsantrasyonunu kaybeden insanın konuşması, iletişim şeklinin bozulmasına yol açar. Bu durumda kişi kendine güvenini kaybeder. Zaman içerisinde bu durumun yol açtığı aşırı stresin etkisi kalksa da güveni kaybolan kişi artık bu şekilde devam edecek endişesi taşır. Bu da sosyal ilişkilerin bozulmasına ve sosyal kaygının devam etmesine yol açar (Artır, 2004). Çünkü artık bu stresle güvenini kaybeden birey bundan sonraki yapacağı her davranışta bu korkuyu hatırlayıp kendisini hep endişeli hissedecektir.

Sosyal kaygının diğer bir önemli nedeni ise; aşırı mükemmeliyetçiliktir. Aşırı mükemmel olma isteği kişide hata yapma endişesi meydana getirir. Kişilik gelişiminde benlik farkındalığında, gerçek benlik farkındalığı (sahip olduğu özellik) ile ideal benlik farkındalığı (sahip olmak istediği özellik) arasındaki fark çok fazlaysa kişi kaygı bozukluğu yaşar. Bu da sosyal kaygıya dönüşebilir (Artır, 2004).

Bireyin kişilik gelişimi ve sosyalleşme süreci erken dönemde olumsuz çevre koşullarının yarattığı engellerle karşılaşılırsa yetişkin yaşamı için gerekli yetenekleri geliştiremez. Bu durum bireyin zorlamalı durumlarla baş etme konusunda yetersiz kalmasına, özgüven duygusunu geliştirememesine ve kaygı yaşamasına neden olur. Bu kaygıya ilerleyen yaşam dönemlerinde bireyden beklenen sosyal edinimlerine ilişkin olumsuz yüklemelerinde eşlik ettiği sosyal beceri eksikliği eklenebilir. Bu çerçevede sosyal ortamlardan bir eylemi gerçekleştirme durumunda kalmaktan kaygı ve kaçınma biçiminde kendini gösteren sosyal kaygı durumunda kişi uygun olmayan biçimde davranacağına ve kendini izleyen kişiler tarafından olumsuz değerlendirileceğine ilişkin beklenti geliştirir (Eren Gümüş, 2000: 100).

Sosyal kaygının oluşmasındaki temel etmenlerin kısaca biyolojik yatkınlık, doğrudan ya da dolaylı olarak geçmişte yaşanmış olumsuz sosyal

yaşantılar ve sık olarak baskı yapan oluşum yaşam koşullarıyla karşı karşıya kalma olduğu söylenebilir (Eren Gümüş, 2006: 4). Bunun yanı sıra değişik türde fizyolojik uyarım yaratan streste sosyal kaygının oluşmasına neden olmaktadır.

1.2.4. Sosyal Kaygının Özellikleri

WPA'da sosyal kaygının özellikleri şu şekilde sıralanmaktadır (Erkan, 2002: 7-8).

1. Sosyal ortamlarda davranışlarının başkaları tarafından inceleme altında tutulma korkusu
2. Performans gösterilmesi gereken durumlarda, utanç doğurabilecek ya da gururu incitilebilecek durumlarda belirgin ve sürekli korku
3. Korkulan durumlardan sürekli kaçınma davranışı
4. Hayali veya gerçek ortamlarda kişiler arası değerlendirmenin olması veya olma olasılığının bulunmasıdır.

Sosyal kaygının en önemli özelliği; kaçınma davranışlarıdır. Çoğu kişi korktuğu sosyal ortamlardan uzak durmakta, ancak bu tür davranışların sonuçları ortama girmekten daha kötü olarak değerlendirildiğinde birey yaşadığı yoğun anksiyeteye rağmen korktuğu ortama girmektedir. Sosyal kaygılı bireyler için en çok kaygı verici ortam ve aktiviteler şunlardır: Kalabalık önünde konuşmak, başkalarıyla birlikte yemek yiyip bir şeyler içmek, başkalarının önünde yazı yazmak veya imza atmak, toplu taşıma araçlarıyla seyahat etmek, kalabalık önünde telefon açmak, yetkili kişilerle tanıştırılma, bir işi yaparken izlenme, şaka yapılma ve genel tuvaletleri kullanmak.

1.2.5. Sosyal Kaygıda Risk Faktörleri

Sosyal kaygıda risk faktörleri 6 şekilde gruplanmıştır. Bunlar; cinsiyet ve rolleri, yaş, eğitim düzeyi, medeni durum, aile ve ailenin çocuk yetiştirmesi

1.2.5.1. Cinsiyet ve Roller

Sosyal kaygı ile ilgili araştırmalar incelendiğinde, cinsiyetin sosyal kaygıda bir risk faktörü olduğu görülmüştür. Sosyal kaygı bozukluğu bayanlarda erkeklerden fazla görülmektedir. Bu bozukluğun yaşam boyu prevalansının kadınlarda %3, 1, erkeklerde %2 olduğu bildirilmektedir. Araştırmalarda genel popülasyonda görölme sıklığının genelde kadın-erkek oranı 1, 5-2/1 seklindedir. Buna karşılık klinik çalışmalarda kadın-erkek oranı dengeli bulunmuştur (Arıciogulları, 2001: 5). Türkiye Ruh Sağ Profili Araştırmasında sosyal fobinin son 12 aydaki yaygınlığı erkeklerde %1, 1 kadınlarda %2, 3 olarak bulunmuştur (Özdemir, 2004: 13). Toplumumuzun kız çocuklarına genellikle olumsuz yüklemeler (kızlar çok konuşmaz, çok fazla dışarı çıkmaz gibi) ve baskılar sonucu toplumda kız çocukları daha pasif ve çekingen olarak yetişmektedir ve kız çocuklarına çok fazla sorumluluk verilmemektedir. Çocukluktan gelen bu ekingenlikten dolayı daha sonra karşılaştıkları sosyal durumlar karşısında kadınlarda daha fazla sosyal kaygı meydana gelmektedir.

Bridges ve arkadaşlarının yaptığı bir çalışmaya göre; kadınların eleştirilere karşılık verme, bir konu hakkında fikrini savunma, yardım isteği gibi konularda erkeklere göre daha isteksiz oldukları, erkeklerin ise bir kimsenin rahatsız edici davranışlarını değiştirme isteği gibi konularda kadınlara göre daha isteksiz olduklarını bildirmişlerdir (Bridges'ten aktaran Dilbaz ve Güz, 2002: 80). Kadın ve erkeklerin sosyal davranışları duruma ve kültüre bağlı olarak değişebilmektedir.

Alan çalışmalarına göre sosyal fobi kadınlarda daha sık görölürken (%62, 7-%70) klinik çalışmalar ise görölme sıklığının erkeklerde daha yüksek olduğunu göstermiştir. Bu durum kadınların daha fazla sosyal kaygı bildirirken yardım alma konusunda tedavi arayışının erkeklerde daha yüksek olması ile açıklanmaktadır (Dilbaz, 1997: 19).

Sosyal kaygının klinik düzeyini inceleyen bir çalışmada sosyal kaygısı olan ve olmayan kadın ile erkek hastalar incelenmiş, erkeklerin kadınlara göre sıkılğan olduğu konuların daha çok olduğu saptanmıştır. Bu çalışmada klinik düzeyde sosyal kaygısı olanlar klinik düzeyde sosyal kaygısı olmayanların sosyal davranışlarında farklılık olduğu belirlenmiştir (Dilbaz ve Güz, 2002: 80).

1.2.5.2. Yaş

Sosyal kaygıda önemli bir diğer risk faktörü de yaştır. Sosyal kaygı genellikle ergenlik döneminde (13-19) başlayan kişinin çalışma hayatı ve sosyal işlevselliğinde belirgin bozulmalar ile seyreden yaygın bir hastalıktır (Öztürk ve ark., 2005: 60). Ergenlik dönemi, arkadaş gruplarınca kabulün en çok önem kazandığı ve bireylerin başkaları üzerinde bıraktıkları izlenimlerin ne kadar önemli olduğunun gerçek anlamda farkına varıldığı bir dönemdir (Sübaşı, 2007: 5). Sosyal kaygının ortaya çıktığı yaşlar bakımından öncelikle dikkate alınması gereken “benlik bilinci” (self-consciousness) ’dir. Benlik bilinci varlığından söz ettirecek biçimde ergenlik döneminde gelişmeye başlar. Çünkü çocuk, kendisini sosyal nesne olarak görme yetisini kazandığında, başkaları tarafından nasıl algılandığına ve değerlendirildiğine ilişkin görüş oluşturabilecek yeterliliğe de ulaşır. Diğer taraftan ergenlik döneminde yaşanan hızlı değişimler ve bireyin kendisini tanımakta güçlük çekmesi benlik saygısını da etkiler. Bu dönemde başlayan sosyal kaygı düzeyinde ergenliğin ilerleyen yıllarında artış olur (Eren Gümüş, 2002: 31). Sosyal fobinin başlangıç yaşı 13-24 arasında değişmektedir (Dilbaz, 1997: 19).

En sık başlangıç yaşı 20’nin altındadır ve prevalansın genç gruplara kaydığı görülmektedir. Örneğin, NCS (National Comorbidity Survey) 30 günlük prevalans; 15-24 yaş gruplarında %7, 3 iken, 45-54 yaş gruplarında sadece % 4, 5 bulunmuştur (Özdemir, 2004: 13).

1.2.5.3. Eğitim Düzeyi

Yapılan çalışmalara göre, eğitim düzeyinin yüksek olmasının da sosyal kaygı açısından bir risk faktörü olduğu bildirilmektedir. Sosyal kaygılı bireylerin kontrol gruplarına oranla daha yüksek eğitim düzeyine sahip oldukları görülmektedir. Eğitim seviyesi yüksek olan bireyler daha fazla üst düzey insanlarla görüştükleri ve daha fazla sorumlulukları oldukları için hata yapmama nedeniyle daha fazla sosyal kaygı yaşamaktadır. Ancak burada önemli olan nokta; bu durumun, tedaviye başvuran kişilerin eğitim düzeyi yüksek kişiler olmasından kaynaklandığı göz ardı edilmemelidir (Sungur, 2000: 61).

Sosyal kaygının hangi öğrenim seviyesinde daha fazla görüldüğüne ilişkin veriler oldukça çelişkilidir. Alan taraması yapan Pollard ve Henderson yüksek öğrenimli kişilerde sosyal kaygının ve sosyal kaygı belirtilerinin daha sık görüldüğünü belirtirken Heinberg ve ark. genelleşmiş sosyal kaygısı olanların toplum önünde konuşma fobisi olanlara göre daha düşük öğrenim ve gelir düzeyine sahip olduklarını bildirmişlerdir (Akdemir ve Cinemre, 1996: 11).

1.2.5.4. Medeni Durum

Medeni durumun da sosyal kaygıda ayırıcı bir özellik olduğu ilgili kaynaklarda göze çarpmaktadır. Özellikle bekâr, boşanmış ve yalnız yaşıyor olmanın sosyal kaygı açısından daha riskli özellikler olduğu bildirilmektedir (Dilbaz, 1997: 19). Daha çok bekârlarda bulunmasının nedeni, toplumsal ilişkilerden özellikle karşı cinsle konuşmada duyulan rahatsızlıktan kaynaklanmaktadır (Güz ve Dilbaz, 2003: 36).

Sosyal kaygı duyanların %32'si hiç evlenmezken %36'sı sosyal kaygı hastalıkları sırasında boşanmakta ya da ayrı yaşamaktadır (Keskin ve Orgun, 2007: 264).

1.2.5.5. Aile ve Ailenin Çocuk Yetiştirilmesi

Aile; çocuğun temel eğitimini aldığı, kişilik özelliklerinin şekillendirildiği, zihinsel yeti ve becerilerin oluşturulduğu, duygusal yaşantıların ve tepkilerin geliştirildiği bir ortamdır. Aile çocuk için karşılıklı güven ve sevgi alışverişine dayalı iletişim ortamı, özgüven ve özerkliğin sağlanması, zihinsel ve duygusal gelişimine yardımcı olabilecek şartların verildiği bir ortam oluşturulmalıdır. Korumacı değil geliştirici, bağımlı değil özgüveni sağlayıcı yaklaşım benimsenmelidir. Psikolojik olarak sağlıklı yetişen bir birey, kendi olumlu ve olumsuz yönlerini tanıyan bir birey olarak değerli olduğunun farkına varan yaşam için gerekli özgüveni oluşturabilmiş, toplumda sağlıklı ilişkiler kurup bunları geliştirebilen bir kişidir. Bu kişilerde sosyal kaygı oluşma riski diğer psikolojik rahatsızlarda olduğu gibi son derece azdır (www.sosyalfobi.net).

Todd ve arkadaşlarının yaptığı araştırmada yüksek kaygıya sahip ebeveynlerin çocuklarının kontrol gruplarına göre daha fazla sosyal kaygı yaşadıkları görülmüştür. Elde edilen bulgular neticesinde, sosyal etkileşim durumlarından kaçınan ebeveynlerin çocuklarını da sosyal ortamlardan soyutladıkları ve öğrenme sonucu çocuklarda bu durumun yerleştiği tartışılmıştır (Ümmet, 2007: 7).

Turan ve arkadaşlarının yaptığı araştırmada da ailesinde sosyal kaygı özellikleri tanımlayan hastalarda sosyal fobi birlikteliğinin (%54, 8) diğerlerinden (%39, 6) yüksek oranda olduğu bulunmuştur (Turan, 2000: 172).

Ailenin çocuk yetiştirme tarzlarının da sosyal kaygı için bir risk faktörü olabileceği ifade edilmiştir. Özellikle sınırlayıcı ve aşırı koruyucu çocuk yetiştirme tarzı çocuğun bağımsızlığını ve yeteneklerini kısıtlar. Bu tutum sonucu çocuk ebeveyne bağlı hale gelir. İlgisiz ve dışlayıcı çocuk yetiştirme tarzında da çocuk ciddi bir şekilde onay görme ve kabul edilme ihtiyacı duyar. Ebeveyn, çocuğun asıl ihtiyaçlarına önem vermemektedir ve bu tür davranışlar çocukta yanlış değerlendirilme korkusunun gelişmesine neden olur. İlerleyen yaşlarda bu

çocukların sosyal kaygı yaşama olasılığının görece daha fazla olacağı ifade edilmektedir (Erkan, 2002: 24).

Sonuç olarak, sosyal kaygının oluşmasında anne-baba tutumlarının önemli olduğu ve özellikle otoriter ve koruyucu anne-baba tutumlarının sosyal kaygının oluşmasında önemli bir faktör olduğu düşünülmektedir.

1.2.5.6. Diğer Faktörler

Sosyal kaygının oluşmasındaki faktörlerden biri de doğum yeridir. Yapılan araştırmalara göre, sosyal kaygı köyde doğanlarda %21.4, ilçede doğanlarda %10.8, ilde doğanlarda ise %8.6 oranında bulunmuştur (İzgiç ve ark. 2000: 210).

Sosyal kaygıda bir diğer faktörde bireyin kaçınıcı çocuk olarak dünyaya geldiğidir. Konu ile ilgili kaynaklarda tek çocuk olan ve birinci çocuk olarak dünyaya gelen bireylerin diğer bireylere göre sosyal kaygı açısından daha fazla risk altında oldukları bilinmektedir (Akyıl, 2000: 5).

1.2.6. Sosyal Kaygının Kuramsal Temelleri

Sosyal kaygının kuramsal temelleri 5'e ayrılmıştır. Bunlar; Bilişsel modele göre sosyal kaygı, davranışçı kurama göre sosyal kaygı, kendilik sunumuna göre sosyal kaygı, akılcı-duygusal davranış modeline göre sosyal kaygı ve bağlanma kuramına göre sosyal kaygı.

1.2.6.1. Bilişsel Modele Göre Sosyal Kaygı

Sosyal kaygıyı açıklamakta kullanılan psikolojik modeller arasında bilimsel zemini en sağlam olanı bilişsel-davranışçı modeldir. Bu model, sosyal kaygıya ilişkin bulgularını yine sosyal kaygılı bireylerle yapılan deneysel çalışmalara dayandırmaktadır. Yapılan son çalışmalar, sosyal kaygılı bireylerin reddedileceklerine ya da utanılacak bir duruma düşeceklerine inandıkları ortama bir dizi olumsuz sayıltı ile girdiklerini göstermektedir. Bunlar:

1. Birey, sosyal anksiyete oluşturan ortamda fiziksel bir belirti veya utandırıcı bir davranış ortaya çıkaracak (kızarma, terleme, titreme veya kekeleme gibi),
2. Bu fiziksel belirti veya davranış, ortamdaki diğer kişiler tarafından fark edilecek,
3. Ortamda bulunan kişiler bu belirti veya davranış biçimi ile ilgili olumsuz değerlendirme yapacaklar,
4. Bu olumsuz değerlendirme yalnızca ortaya çıkan belirtiyeye yönelik olarak yapılmayacak, bireyin kişiliğine genellenecek ve birey artık o ortamda istenmeyecek,
5. Kişiliğe yönelik bu tür bir değerlendirme olağanüstü bir felaket olup, kişiyi değersiz kılacaktır (Ümmet, 2007: 38).

Sosyal kaygılı bireyler bu tür olumsuz düşünceleri ile aşırı meşgul olduklarından tüm ilgi ve dikkatlerini kendilerine yöneltmekte ve böylelikle kendi kendilerini gözlemlemeye koyulmaktadırlar. Yani sosyal kaygılı bireyler, sosyal ortama girdiklerinde artık çevrede neler olduğuna dikkat etmeksizin kendi olumsuz düşüncelerine odaklanmaktadırlar. Bireyin sosyal ortamlarda çevreyi gözlemleyerek kendi olumsuz düşüncelerinin doğruluğunu kontrol etmiyor olması ise, kendi düşüncelerine saplanıp kalmasına neden olmaktadır. Böylelikle birey, kendi sayılıtlarının doğruluğunu ya da yanlışlığını, çevreden geribildirim alarak yeniden düzenleme şansını yitirmektedir. Diğer yandan, birey sosyal tehdit hissettiğinden, korkularının gerçekleştiğini önlemek amacıyla bazı güvenlik sağlayıcı davranışlar içine girmektedir, bu davranışların en belirgin olanı ise kaçınma davranışdır (Sungur, 2000: 65). Örneğin; birey dikkat odağı olmamaya, göz teması kurmamaya çalışır. Elinin titreyeceğinden korkuyorsa herhangi bir şey içmemeye ya da içecekse üzerine dökmemek amacıyla bardağı yarıya kadar doldurup sıkı sıkıya tutma yoluna gidecektir.

Kişinin kendisine yönelik olumsuz inançlarının daha sonra karşılaşılabilecek sosyal durumlarla başa çıkma yeterliğini de olumsuz etkilediği, rahatsızlık yaşanan sosyal durumla başa çıkamaya yardım edecek düşüncelerinde durdurulduğu, böylece sosyal durumlarda yaşanan başarısızlıkla ilişkin olumsuz algılamaları sürekli besleyen bir kısır döngünün oluştuğu ve sosyal kaygının artarak devam etmesine neden olduğu ileri sürülmektedir (Eren Gümüş, 2006: 64).

Bilişsel model çerçevesinde bu gruptaki bireyler sosyal olunması gereken durumların tehlikeli olduğuna yönelik otomatik varsayımlar geliştirirler. Bu durumla oluşturulan algı kendisinden hoşlanılmayacağı, sıkıcı birisi olduğu asla hata yapamayacak şekilde mükemmel olmanın gerekliliği ve reddedilmenin kabul edilemez bir sonuç olduğu gibi yorumları güçlendirir (Palancı, 2004: 17).

Son yıllardaki bilişsel modele göre; sosyal fobisi olanlar koruyucu davranışların onlara yardımcı olacağına inanır; aslında bu stratejiler sorunun daha da şiddetlenmesine neden olan paradoksal etkilere sahiptir. Birçok sorunlu bakış açısının temelinde koruyucu davranışlar yatar. İlki, bu koruyucu davranışlar sonucunda bireyler korkularıyla yüzleştiklerinde ne olacağını asla öğrenemezler. İkincisi, çoğu koruyucu davranışlar sosyal fobiyi artıran iç gözlemi benliğe yönelme gibi durumları tetikler. Üçüncüsü, bu koruyucu davranışlar sosyal kaygısı olanların insanlarla mesafeli, ilgisiz görünmelerini sağlar. Diğer insanlar bu davranışları çoğu zaman kendilerinden hoşlanılmadığı şeklinde yorumlar. Böylece bu koruyucu davranışlar sosyal etkileşimi bozar (Keskin ve Orgun, 2007: 263).

1.2.6.2. Davranışçı Kurama Göre Sosyal Kaygı

Sosyal kaygının etiyolojisi ile ilgili davranışçı görüş üç yolla bu rahatsızlığın gelişebileceğini öngörür:

- Doğrudan koşullanma

- Gözlemsel öğrenme
- Bilgi aktarımı.

Doğrudan koşullanma, sosyal ortamlarda kişinin travmatik bir deneyim yaşamasiyla oluşur ve yapılan çalışmalarda yaklaşık %50 oranında bireyde böylesi doğrudan travmatik yaşantılar saptanmıştır. **Gözlemsel öğrenmede** kişi sosyal ortamda olumsuz bir deneyim yaşayan kişiyi gözleyerek korkulu hale gelir. **Bilgi aktarımında** ise, sözel ya da sözel olmayan yolla yani tutumlarla sosyal ortamların tehlikeli olduğu bilgisinin kişiye aktarılması yoluyla sosyal korkuların kazanılması söz konusudur. Sosyal anksiyete bozukluğu olan kişilerle yapılan çalışmalar sınırlı tipteki sosyal fobiklerin daha çok doğrudan travmatik deneyimlerle doğrudan koşullanmayla oluştuğunu, diğer yandan yaygın sosyal kaygının çocukluk çağındaki utangaçlıkla ilişkili olduğu gösterilmiştir (Türkçapar, 1999: 252).

Bu yaklaşıma göre, kaygısı olanlarda aslında hata yapma endişesi, davranışlarda şüpheli yaklaşım, bireyin kendini sıklıkla eleştirmesi, mükemmellik algısı ve arayışı belirgindir (Keskin ve Orgun, 2007: 263).

1.2.6.3. Kendilik Sunumu (Self Presentation) Modeline Göre Sosyal Kaygı

Kendilik psikolojisine göre, sosyal kaygının merkezinde kendilik kavramında bozulma yer alır. Bu bozulma kendilik algısındaki, kendilik saygısındaki kendilikle ilgili gerçekçi olmayan değersizlik gösterir. Kişi kendini aşırı eleştirir ve kendinden utanır. Bu kişiler takdir duygusundan yoksundur. Bu süreç dönüştürücü içselleştirme ile bozucu bir kimliğe bürünür (Keskin ve Orgun, 2007: 263).

Schlenker ve Leary (1982) 'nin sosyal kaygıyı açıklamak için ortaya koyduğu kendilik sunumu yaklaşımına göre, birey sosyal ilişkilerde bulunduğu insanlar üzerinde, belli izlenimler oluşturmaya güdülenmiştir. Ancak bu

izlenimlerin oluşup oluşmayacağından emin değildir. Böyle durumlarda birey yoğun sosyal kaygı yaşar. Leary ve Kowalski'ye göre sosyal kaygı hisseden birey insanlarla iletişimde bulunmaktan kaçınır. İnsanlar üzerinde yaratmak istediği izlenimleri yaratamayacaklarını düşünür. Bu nedenle başkaları üzerinde olumsuz izlenim oluşturmaktan kaçınma eğilimindedir (Erkan, 2002: 16).

Sosyal kaygının kendilik sunumu varsayımına göre insanlar şu iki durum birlikte olunca sosyal kaygı yaşarlar.

1. Diğer insanlar üzerinde iyi izlenim bırakma konusunda özellikle isteklidir.

2. İsteği İzlenimi elde etme konusunda şüpheleri vardır. Bu iki durumdan herhangi biri olmazsa sosyal anksiyete de gelişmez (Dilbaz, 1997: 20).

1.2.6.4. Akılcı- Duygusal Davranış Modeline Göre Sosyal Kaygı

Uygun olan ve olmayan duygular Akılcı Duygusal Davranış Modelinin üzerinde durduğu bir olgudur. Kaygı, akılcı olmayan düşüncelere ve makul olmayan inançlara dayandığı için gerçekçi olan davranışı engellediği ve karıştırdığı için uygun olmayan duygu durumu olarak kabul edilmektedir. Akılcı Duygusal Davranış Modeli, insanların hem mantıklı hem de mantıksız olmak için doğuştan olduğu kadar sonradan da kazanılmış güçlü eğilimleri olduğu görüşündedir. Ellis'e göre insanlar hem mantıklı olmak ve hoş şeyler üretmek için önemli potansiyele sahiptirler hem de hem kendilerine hem başkalarına zarar vermek, mantıksız olmak ve aynı hataları tekrarlamak için büyük potansiyele sahiptirler. Ellis, insanların mantıksızlığı nasıl geliştirdikleri ve nasıl korudukları sorusu üzerinde durmaktadırlar (Corey, 1982'den aktaran Ümmet, 2007: 41).

Akılcı Duygusal Davranış Modeline göre, sosyal kaygısı olanlar irrasyonel bir biçimde “iyi performans göstermek zorunda oldukları” ve “performans esnasında rahatsızlık duymamak zorunda oldukları” komutlarını kendilerine vererek sosyal fobi belirtilerini ortaya çıkarmaktadırlar. Sosyal

kaygısı olanlar hem doğuştan hem de yetişme esnasında topluma karşı sunumda kaygılı hale gelirler (Türkçapar 1999: 251).

1.2.6.5. Bağlanma Kuramına Göre Sosyal Kaygı

Bowlby'in geliştirmiş olduğu bağlanma kuramına göre, kaygılı/kararsız bağlanma tarzına sahip bireylerin, kendilerine olan güvenlerinin düşük olması ve yakın ilişkilerinde reddedilme ve terk edilme korkusu yaşadıkları, uzak ilişkilerinde ise daha kıskanç ve öfke eğimli bireyler oldukları ifade edilmektedir.

Yine bağlanma kuramına göre; saplantılı bağlanma biçiminde, “olumsuz benlik” ve “olumlu başkaları” modelinin birleşimi söz konusudur ve saplantılı bağlanma biçimine sahip bireyler kendilerini “değersiz”/“sevilmeye değer olmayan” kişi olarak algılama eğiliminde olmalarına karşın, başkalarına yönelik ise olumlu algılamaları ve değerlendirmeleri söz konusudur. Bu nedenle bu bireyler yakın ilişkilerinde sürekli olarak kendilerini kabul ettirmeye ve kanıtlamaya çalışırlar ve genellikle de bu çabalar başarısızlıkla sonuçlanır, bir kısır döngü halini alır. Bu bağlanma biçimi Hazan & Shaver'ın kaygılı/kararsız bağlanma biçimi ile uyumaktadır. Kendine dönük oldukça olumsuz algıların bulunması ve yinelenen olumsuz sosyal deneyimlerin etkisiyle bireyde sosyal ortamlarla ilgili bir kaygı gelişir (Ümmet, 2007: 43).

Bu kurama göre, sosyal kaygının temelinde güvensiz bağlanma yapısı yatar. Sosyal anksiyete ve kaçınma davranışı olan bireylerin özerkliğin olduğu dönemlerde annesinin sevgisini kaybetme korkusu yaşadıkları belirlenmiştir (Keskin ve Orgun, 2007: 264).

1.2.7. Sosyal Kaygının Tipleri

Sosyal kaygının 3 klinik tipi tanımlanmıştır. Bunlar;

1.2.7.1. Özgül Tip

Bir ve ya birkaç sosyal ortamla sınırlı korkuları tanımlar. Özel durumlarda kaygı (kitle önünde konuşma gibi) ile belirtilir (Özdemir, 2004: 9).

1.2.7.2. Yaygın Tip

Çok sayıda sosyal durumlarda kaygı ile belirli bir durumdur. Birden çok durumda kaygı yaşamaktadır (Keskin ve Orgun, 2007: 264). Yaygın sosyal kaygı hemen tüm sosyal ortamlarda ortaya çıkan, özgül sosyal kaygıya göre daha çok eş tanı gösteren, daha çok yeti yitimi yapan, daha çok ailesel özellik gösteren ve daha uzun süren alt tipidir. Tüm sosyal kaygılıların 1/3' ünü oluşturur.

1.2.7.3. Sınırlı Tip

Kaygı sadece belirli bir durumda ortaya çıkmaktadır.

Sosyal kaygının alt tiplerinin sınıflandırılması konusu halen tartışmalıdır. DSM-IV komitesi performans tipi, sınırlı etkileşimsel tip ve yaygın tip olmak üzere 3 ayrı alt tipi ayrıştıran yeni bir sistemin oluşturulmasını önermiştir. Performans tipi kişinin yalnızca yaptığında kaygıya yol açmayan bir ve ya daha fazla etkinlik nedeniyle toplumsal performans yaşama kaygısı olarak tanımlanmıştır. Sınırlı etkileşimsel alt tipi ise bir ve ya iki etkileşime yol açan sosyal durumlarda korku duyan olguları içermektedir (Dilbaz, 1997: 19). Bunun yanı sıra, sosyal kaygı DSM-IV'de genelleştirilmiş ve genelleştirilmemiş olmak üzere iki farklı alt türe ayrılmaktadır. Genelleştirilmiş tip, birçok sosyal ortamda ortaya çıkan korkuları kapsarken genelleştirilmemiş tip sosyal ortamlardan daha az korkan ve başka insanların önünde iş yapmak, bir performans ortaya koymak gibi belli korkuları gösteren bireyleri belirlemek için tanımlanmıştır. Bu alt türlerin niteliksel ve niceliksel olarak farklılık gösterip göstermediği birçok tartışmanın konusu olmaktadır. Araştırmacılar bu alt türlerinin temel doğasının özde benzer olduğu konusunda fikir birliği içindedirler (Erkan, 2002: 8).

1.2.8. Sosyal Kaygının Ayırt Edici Özellikleri ve Tanısı

Toplumsal kaygı bozukluğu (sosyal kaygı bozukluğu) olan kişiler korktukları toplumsal ya da bir eylemi gerçekleştirdikleri durumlarda utanç duyacaklarına ilişkin kaygılar yaşamalarının yanı sıra başkalarının kendileri ile ilgili olarak kaygılı, zayıf, kaçık ya da aptal gibi yargılarda bulunacağından da korkarlar. Başkalarının, ellerinin ya da seslerinin titrediğinin farkına varacaklarıyla ilgili kaygılarından ötürü toplum önünde konuşmaktan korkabilirler ya da düzgün bir biçimde konuşamıyormuş gibi görünmekten korktukları için başkalarıyla karşılıklı konuşurken aşırı kaygı duyabilirler (Koroğlu, 2006: 198).

Sosyal kaygı bozukluğunda temel problem, sosyal ortamlarda ya da performans gösterilmesi beklenen durumlarda bile bireyin aşağılanmasına ve ya utanç duymasına neden olabilecek biçimde bir davranış göstereceğine ilişkin belirgin ve inatçı bir korku duymasıdır. Bu korku sonucunda oluşan kaçınma davranışları bireyin iş, sosyal ve özel yaşamını kısıtlamaktadır (Sungur, 2000: 65).

Sosyal kaygının sıkılganlık, utangaçlık, girişken olmama kavramları ile iç içe olduğu görülmektedir. Sosyal kaygının yakından ilişkili olduğu bu kavramlarla arasına kesin bir çizgi çizmek olası olmasa da aralarında nitel ve nicel farklılıklar olduğunu belirtmekte yarar vardır.

1.2.8.1. Utangaçlık ve Sosyal Kaygı

Kişiler arası ilişkileri etkileyen önemli etmenlerden birisi de başkalarının bulunduğu yerde yaşanan tedirginlik ve kısıtlanma duygusu olarak tanımlanabilecek olan “utangaçlık” tır (Jones, Briggs ve Smith, 1986’ dan aktaran Yüksel, 2002: 38). Utangaçlık bireyin yeni insanlarla tanışmasını, yeni arkadaşlar edinmesini ve değişik yaşantılardan zevk almasını güçleştiren en önemli etmen olarak görülmektedir.

Sosyal kaygı utangaçlıkla iç içe yaşanan yoğun ve rahatsız edici bir duygudur. Çevredeki insanların gözünde utanılacak duruma, aptal duruma düşme, onlar tarafından reddedilme ya da yetersiz görülme korkusudur. Utangaçlık sorunu olan kişi birileriyle birlikteyken bu kaygıyı nasıl gidereceğine değil “ ne kadar çok kaygılı” olduğuna konsantre olur, böylelikle kaygısı daha da artar. Aynı zamanda kişinin zihninden geçen otomatik düşünceler şu şekilde ele alınabilir (Ümmet, 2007: 10).

- Kendimi aptal durumuna düşüreceğim.
- Herkes benim gerçekten salak olduğumu düşünecek.
- Söyleyecek hiçbir şey bulamayacağım. Donup kalacağım.
- Eğer ağzımı açarsam sesim bir tuhaf çıkacak.
- Kalbim fena halde çarpıyor, ya kalp krizi geçirirsem.
- Delirebilirim.
- Çok tuhaf görünüyor olmalıyım.
- Bir kaçabilsem.
- Herkes beni süzüyor.
- Ne kadar sıkıcı olduğumu düşünüyorlar.
- Kendimi kontrol edemeyeceğim.
- Kızarcığım, titreyeceğim.

Gard'a (2000) göre; utangaç birey, çoğunlukla kaygılıdır ve sosyal durumlarda, özellikle de yeni karşılaştığı sosyal durumlarda çekingendir. Başkalarının dikkatini çekebilecek davet ya da değerlendirilme olasılığının olduğu benzeri sosyal ortamlarda daha kaygılı ve çekingen davranır (Durmuş, 2007: 247).

1.2.8.2. Çekingenlik ve Sosyal Kaygı

Çekingenlik, sosyal kaygıyla ortak nedensellik ve davranım benzerlikleri içerir. Bu anlamda oluşan süreç sosyal kaygının oluşum çizgisine benzese bile eşit durumlar olarak incelenemezler. Çünkü çekingenlik bir bozukluk değildir. Daha çok sosyal ilişkilerden kaçınmaya yönelik eğilimi ile sosyal kaygıya benzer. Çekingenlik daha çok davranışsal, sosyal kaygı buna ek olarak sübjektif bilişsel bir durum olarak açıklanabilir (Palancı, 2004).

Bununla birlikte sosyal beceri yoksunluğu, olumsuz değerlendirilmeden kaçınma, iletişim kurmaya yönelik kaygı sosyal kaygı ile çekingenliğin ortak araştırılan özelliklerindedir.

1.2.8.3. Panik Atak ve Sosyal Kaygı

Sosyal kaygıyla beraber seyreden bir diğer bozukluk panik ataktır. Sosyal kaygı ve panik bozukluğu bazı belirtilerin çakışması nedeniyle zaman zaman ayırıcı tanı konusunda zorluk çekilen iki ayrı anksiyete bozukluğudur (Ümmet, 2007: 11). DSM-IV'te sosyal kaygı bozukluğunun tanımı; utanç duyulabilecek toplumsal ya da bir eylemin gerçekleştirildiği durumlardan belirgin ve sürekli korku duyma, bu durumla karşılaştığı zaman kaygı oluşması ve bu tepkinin panik atağı biçimini alabileceği şeklinde tanımlanmıştır (Güz ve Dilbaz, 2003: 33). Ayrıca panik bozukluğu olan kişilerin, panik atak geçirdiği sırada toplumda görüleceği korkusuyla toplumsal durumlardan kaçabilmeleri de bazı olguların tanısını da kolaylaştırmaktır.

1.2.9. Sosyal Kaygıyla Başa Çıkma

İnsanlar doğal olarak kendilerini rahatsız hissettikleri ortam ve durumlardan uzak durmanın yollarını ararlar. Sosyal kaygı ile başa çıkma çabalarının en önemli ayağı olan karşı karşıya gelme yaşantısına girmeden, yaşanan kaygının yaşamın normal bir parçası haline gelmesi pek olası değildir.

Karşı karşıya gelme yaşantısı, sosyal kaygıyla başa çıkma çabalarına üç temel yolla yardımcı olur (Eren Gümüş, 2006: 108).

1.2.9.1. Alışkanlık Kazanma

Karşı karşıya gelme yoluyla kaygı veren durumlarda yeterince kalınırsa, alışkanlığın yarattığı etkiyle yaşanan kaygının düzeyi gittikçe düşer ve azalır.

1.2.9.2. Alıştırma Yapma

Karşı karşıya gelme, kaygı yaratan durumlarda ne söyleneceği ve nasıl davranılacağına ilişkin alıştırma fırsatı vermesi nedeniyle kaygının davranışsal boyutu için yardımcıdır.

1.2.9.3. Otomatik Olumsuz Düşünceleri Fark Etme ve Gerçekliğini Test Etme

Sosyal kaygı yaratan sosyal duruma girmeden önce ve girdikten sonra olumsuz otomatik düşünceler ortaya çıkar. Karşı karşıya gelme, bu düşünceleri ortaya çıktığı sırada fark etme ve yapılan düşünce hatasını tanıma ve yine düşüncelerini sorgulayarak sığağı sığağına gerçeklik testi yapma fırsatı sunar. Böylece olumsuz düşüncelerin değiştirilmesi hız kazanır.

Genel olarak başa çıkma tutumlarını sorun çözmeye yönelik olanlar ve duygusal odaklı olanlar şeklinde ikiye ayırmakta olasıdır. Bunlardan ilki, sorunun ana kaynağına ilişkin başa çıkma tutumlarını ikincisi ise, ana kaynağın yol açtığı duygusal etkiyle başa çıkma tutumlarını içerir. Başa çıkma tutumlarını uyuma yönelik olanlar ve olmayanlar şeklinde ayırmak da olasıdır. Uyuma yönelik olmayan başa çıkma tutumları stres oluşturan ya da yaşam olayları ile psikiyatrik bozukluklar arasındaki ilişkinin anlaşılmasında temel bir rol oynamaktadır (Keskin, 2007: 264).

İKİNCİ BÖLÜM

SOSYAL SORUMLULUK

2.1. SOSYALLEŞME

Sosyalleşme, kişinin grup normlarına uyması ve bunları öğrenmesini sağlayan süreçtir. Sosyalleşme sayesinde insan, toplumun ortaya koyduğu tavır ve hareket modellerini, örnekleri ve düşünme biçimlerini öğrenmektedir. Böylece sosyalleşme, kişinin toplumsal kültürle bütünleşmesini ve içinde yaşadığı toplumla uyum sağlamasını mümkün kılan bir mekanizmadır.

Sosyalleşme, bir ferdin herhangi bir grup faaliyetine katılmasında kendinden beklenen uygun rol ve ilgili normlardan haberdar olmasıdır (Erkal, 1999: 93). Sosyalleşme, çocuğun doğuşundan itibaren başlar. Aile ve okul gibi çevrelerde olgunlaşan ve sosyalleşen birey daha sonra işyeri içinde kendi şahsiyetini bulur ve geliştirir. Şahsiyetini bulan ve farklı faaliyet konu ve alanları ile ilgi kurarak sosyal ilişkilerini artıran ve yoğunlaştıran birey, farklı kuruluşların (spor kulüpleri, lokaller, mesleki kuruluşlar vb.) faaliyetlerine katılarak sosyal hayat içinde sadece kendini geliştirmiş olmakla kalmamakta ilgi kurduğu birbirinden farklı alanlarda yaratıcı olma özelliğini de geliştirmektedir (Erkal, 1999: 94).

Şahan ise sosyalleşmeyi, toplumdaki mevcut ya da beklenen rolleri yerine getirmek için gerekli olan becerilerin, bilgilerin, değerlerin, eğilimlerin ve benlik algılarının özümsemesi ve gelişimi olarak tanımlar (Şahan, 2007: 11).

Sosyalleşme, bireyi toplumun ve çeşitli grupların bir üyesi haline getiren değer, tutum ve davranışlarını kurumsallaşmış normlara uygun olarak tanımlayabilmesine olanak sağlayan bir kültürlenme sürecidir (Söğüt, 2006: 13).

Sosyalleşme tek yönlü bir olgu değildir. Daha çok karşılıklı olarak insanlar arası etkileşimi ve böylece değerlerin, normların, davranış örneklerinin ve rol sistemlerinin değişimini ifade eder. Sosyal yetenek, insana içselleştirilmiş değerler doğrultusunda beklentilere ve normlara uygun davranması olanağı verir. Ancak hem insanı kendine karşı hem de az ya da çok içselleştirilmiş değerlere, normlara, davranış örneklerine ve sosyal rollere eleştirel bir uzaklığı da içerir. Sosyal yeterlik pek çok birbirine bağlı özelliklere, yeteneklere ve beceriye dayanır. Sosyalleşme sosyal sistemin ve toplumun sürekliliği için vazgeçilmez bir önem taşır (Söğüt, 2006: 12).

Sosyalleşmenin temel özelliği, bireyin kendi dışındaki diğer bireylerle ve sosyal gruplarla dayanışma ve işbirliği içine girebilmesidir (Akıncı, 2007: 39). Sosyalleşmenin amacı sosyal yetenektir. Sosyalleşme sürecinde kazanılmış bir dizi özellikleri içine alır. Örneğin, sosyalleşme başkalarına ve topluma uyum sağlama, karşılıklı etkileşimde ve iletişimde bulunma yeteneği ve kendi davranışlarına dikkat etme gibi. Böylece bir bireyden, kendine özgü kişilik özelliklerinden yola çıkılarak bunların geliştirilmesi ve korunmasıyla sosyal bir kişiliğe ulaşılır (Söğüt, 2006: 13). Ayrıca sosyalleşme, zihni yeteneklerin geliştirilmesini de amaçlamaktadır.

2.2. SOSYALLEŞME SÜRECİNE ETKİ EDEN FAKTÖRLER

Sosyalleşme sürecine etki eden en önemli faktörlerin başında aile gelmektedir. Daha sonra arkadaş grupları ve kitle iletişim araçları gelmektedir.

2.2.1. Aile

Türk toplum kültüründe egemen kurumların başında ailenin geldiği şüphesizdir. Toplumumuzun geçirdiği değişime rağmen aile kurumu gücünü korumakta ve insanların içinde yaşadıkları toplumla sosyalleştirilmelerinde yani grup kültürünün bilinçli bir katılımcısı olmasında asıl toplumsal araç ailedir.

Aile çocuğun sosyalleşmesinde en önemli ve en etkili görevi üstlenmiştir. Aile insan hayatında en önemli ve ilk sosyalleşme kurumudur. Ailede gerçekleşen sosyalleşme temeldir Yeni doğan çocuk önce aile çevresinde sosyalleşme sürecine girer (Özçelik, 2007: 81). Ailenin sosyalleşmesindeki önemi yalnızca bebeklik ve çocukluk döneminde değil, ergenlik dönemi boyunca da devam eder. Ailenin herhangi bir nedenle bütünlüğünün bozulması ya da aile içindeki etkileşiminin yetersiz olması sosyalleşme sürecini önemli ölçüde etkilemekte ve çocuğun yetersiz ya da hatalı sosyalleşmesine neden olmaktadır (Şahan, 2007: 18).

Aile içinde birey bazı davranış şekillerini ve toplumla ilgili temel normları kazanır (Erkal, 1999: 93). Birey daha sonra başka gruplar içinde öğrendiklerini bu temele göre biçimlendirir. Ailelerin sosyal, ekonomik ve kültürel durumları çocuğun sosyalleşmesini belirlemektedir.

İnsanın önemli davranış ve özelliklerini çocukluk döneminde kazandığı düşünülürse ailenin insan hayatında ve onun sosyalleşmesinde ne kadar önemli olduğu daha kolay anlaşılır. Çocuklar için aileler uzun dönem amaçların ve temel değerlerin benimsenmesinde önemli rol oynarlar.

2.2.2. Arkadaş Grupları

Arkadaş grubu aileden sonra çocuğun sosyalleşmesinde önemli etkilere sahiptir. Çocuk, arkadaşları arasında mücadele etmeyi, hakkını korumayı, paylaşmayı, başarıyı ve sevilmeyi öğrenir.

Çocuk ya da gencin sosyalleşmesinde aile ve resmi eğitim kuruluşlarının yanında diğer kişi, oyun ve akran gruplarının etkisi büyüktür. Sosyalleşme sürecinde etkili olan çok önemli bir kesimde çocuğun yaş grubundaki arkadaşlarıdır. Arkadaş grupları da çocuğun ilişkilerinde önemli rol oynar. Arkadaş grupları boş vakitleri değerlendirme, görünüş, oyun, takım tutma, müzik, alışkanlıklar edinme gibi konularda çocukların hayat görüşleri ve davranışlarını önemli ölçüde etkiler (Özçelik, 2007: 86).

Sosyalleşme sürecinde akran grupları bireyler üzerinde 3 önemli noktada etki etmektedir (Şahan, 2007: 28).

- Bireye ahlaki standartları ve cinsel rollerin öğrenilmesine yardımcı olur. Aile dışındaki hayata hazır hale getirir.
- Bireye yeni davranış şekilleri öğretir. Grup etkileşiminde öğrenilen dersler çocuğun diğer gruplara ve belki de diğer okullardaki aktivitelere katılmasına yardımcı olur.
- Bireye sosyal rollerin öğrenilmesinde yardımcı olur. Bu rollerle ilişkili olan görevlerin yerine getirilmesi bireyi, yetişkinlerin dünyasına hazırlar. Birey akran grubunda kendi pozisyonunu genellikle aile etkisinden daha ziyade bireysel başarı ve kişiliğine dayalı olarak elde eder.

2.2.3. Kitle İletişim Araçları

Yakın zamana kadar çocuğun sosyalleşmesinde en önemli kurumlar aile, arkadaş grupları ve öğretmenlerdi. Oysa günümüz modern toplumlarında televizyon başta olmak üzere kitle iletişim araçları sosyalleşme sürecini etkileyen çok güçlü kurumlar haline gelmiştir (Özçelik, 2007: 88).

Kitle iletişim araçları gelişen teknolojilerin de etkisiyle toplumsal yaşamın vazgeçilmez bir ögesi olmuştur. Kitle iletişim araçları bireyin toplum ile bütünleşmesinde, toplumun bir parçası olmalarında, toplumun kültürel değerlerini almalarında ve yeni değerler eklemelerinde inanç, tutum ve davranışlarındaki değişmelerinde rol oynamaktadır.

Kitle iletişim araçlarının sosyalleşmede bu derece etkili olmasında bireyler üzerine yaptığı etki ile mümkün olmaktadır. Bunlar davranışı bilgilendirme, düşünce ve tutum, hisler gibi kavramlarda etkili olduğu için sosyalleşmede son yıllarda çok fazla etkili olmaktadır (Gökçe, 1998: 180).

Kitle iletişim araçları, bireylerin ufuklarının genişleterek evrensel bazda düşünmeyi ve eğitmeyi sağladığı gibi birey ve toplum bilincini de sağlamakta böylelikle modern topluma geçişi de kolaylaştırmaktadır (Şahan, 2007: 32).

Bir insan topluluğunun varlığını sürdürebilmesi için sosyalleşmesi gerektiğinden, bunun maddi ve manevi temellerinin toplum üyelerine aktarılması zorunludur. İşte bu aktarım iletişim süreklilik içinde gerçekleşir. Dolayısıyla sosyalleşmede önemli bir yere sahip olan iletişim; aile, eğitim, arkadaş çevresi ve kişisel deneyimler kadar önemlidir. Kitle iletişim araçlarının etkisi ülkeden ülkeye farklılık göstermesine rağmen haber, bilgi sağlama işlevi, sosyalleştirme, güdüleme, tartışma ortamı hazırlama, eğitim, kültürün gelişimine katkı gibi yararları vardır (Söğüt, 2006: 17-18).

2.3. SOSYAL SORUMLULUK

Sosyal sorumluluk şirketin halkla üretici- satıcı rollerinin dışına çıkarak buluşabileceği az sayıda ortamlardan biri olduğu için halkla ilişkiler faaliyeti olarak görülmektedir (Theaker, 2008: 194).

Halkla ilişkiler ya da genel anlamda iletişim toplumun değişen ihtiyaçları ve yapısını anlamak için toplumsal değişimleri inceleyerek değişen kurum ihtiyaçlarına da uygun çözümler geliştirmeye başladı. Bu anlamda halkla ilişkiler çalışmalarında önde gelen değerlerin globalleşen iş dünyasında da değiştiğini ve toplum yapısına göre şekillendiğini söyleyebiliriz (Aydede, 2007: 38). Halkla ilişkilerin sosyal sorumluluk görevini üstlenmesinin bir nedeni de halkla ilişkilerin serbest ve çoğulcu bir toplumda “sosyal hedeflere” ulaşmasına yardımcı olması gereken bir disiplin olduğu görüşündedir (Theaker, 2008: 194).

Halkla ilişkilerde ikna edici olabilmek, sadece mesajların etkinliğiyle sınırlı olmayıp, kuruluşun kamuoyundaki imajı, güvenilirliği ve saygınlığıyla da etkileşim içindedir (Peltekoğlu, 2001: 182).

Geçmişte halkla ilişkiler çalışmaları organizasyon, ilişki ve medya temelli yürürken bugün artık yeni kavramlar ön plana çıkmaktadır. Günümüz iletişimin en önemli eksenini kurum ve kuruluşları yani müşterilerini, paydaşlarının gözünde güven sağlamak için sosyal sorumluluk anlamında yerine getirmeye çalışan “iyi, global vatandaşlar” yapmaktır (Aydede, 2007: 38).

Küreselleşmeyle beraber yaşanan değişimler günümüzde işletmelerin ekonomik olduğu kadar aynı zamanda bir misyonu bulunduğu gerçeğini ortaya çıkarır. Rekabet avantajı yakalamak için farklılık yaratmanın zorunlu olduğu bir çağda işletmelerin sosyal sorumluluk bilincine sahip olmaları çok önemli bir farklılaşma kriteri olmaktadır (Güzelcik, 1999: 220).

İşletmeler her dönemde faaliyetleri nedeniyle çevresel faktörleri etkilemiş aynı zamanda bu faktörlerden etkilenmiştir. Ancak günümüzde globalleşmenin etkisiyle işletmelerin çevresiyle etkileşimi dünya geneline yayılmıştır. Gelişen teknoloji, bilginin yayılma hızını artırmış, insanlar işletmelerin faaliyetleri hakkında daha fazla bilinçlenmiştir. Bu gelişmeler işletmelerin sosyal sorumluluklarının da artmasına neden olmuştur (Karaismailoğlu, 2006: 16).

Kurum ve kuruluşları değerli kılan ya da fark yaratan artık sadece ürettikleri mal ya da sundukları hizmetin kalitesi değil, topluma kattıkları ya da kazandırdıkları değerlerdir. Kurum ve kuruluşlar açısından başarı, içinde buldukları topluma karşı ödev, görev ve sorumluluklarını yerine getirmek, çalışanların çıkarlarını korumak ve bunlar arasında denge kurmakla mümkündür. Bu da sosyal sorumluluk ruhunu taşımakla olabilmektedir. Günümüzde küreselleşmenin de etkisiyle aynı ürün aynı kaliteyle aynı fiyata birçok yerde üretilmekte ve satılabilmektedir. Bu noktada işletmelerin bir farklılık yaratması ilişkide bulunduğu gruplara diğerlerinden farklı olduğunu hedef kitlesine nasıl anlatır? Günümüzün rekabet anlayışına istinaden bu soruya verilecek en uygun yanıt, şirketi ya da markayı herhangi bir sosyal amaç ya da

soruna bağlayarak karşılıklı kazanç anlayışını yansıtmayı amaçlayan şirketin ya da markanın rasyonel boyutundan çok duygusal boyutuna dikkatleri çeken ve böylelikle kriz durumlarına karşı bir iyi niyet altyapısı oluşturan sosyal sorumluluk kampanyalarıdır (Özüpek, 2008: 253).

Şirketlerin en önemli sosyal sorumluluğu, sosyal fayda sağlamaktır. Sosyal sorumluluk kapsamında değerlendirilen fayda ve faaliyetler kişisel ve kültürel değerler olarak kültürden kültüre, toplumdan topluma ve pazar bölümlerine göre değişmektedir (Tütüncü, 2008: 173).

Sosyal sorumluluk, kuruluşların karar vermeden önce kamu üzerinde yapacağı etkinin etraflı bir biçimde düşünülmesi olarak ifade edilir. Yalnızca ticari kaygı güderek faaliyet gösteren kurumlar artık kamuoyundan kabul görmemekte, bu bakımdan da kurumlar sosyal sorumluluk taşıyan faaliyetlere ağırlık vermekte ve bu şekilde rakipleri arasından sıyrılmaya çalışarak iyi bir itibar ile hedef gruplarına ulaşmaya çalışmaktadır. Toplum kar eden şirketlerden daha çok sosyal olan şirketleri beğenmektedir. Artık toplumsal sorumluluk kurum felsefesinin tamamlayıcı bir ögesi haline gelmiştir (Okay ve Okay, 2002: 458).

2.4. SOSYAL SORUMLULUK TANIMLARI

Kavram olarak sosyal sorumluluğun her dönemde geçerli olabilecek bir tanımını vermek oldukça güçtür. Çünkü sorumluluk kavramıyla beraber görev, yetki ve sorumluluk kavramları birlikte işleyen kavramlar olarak düşünülmekte ve bunların ilişki derecelerine bağlı olarak sorumluluk artıp azalmaktadır. Ayrıca içinde bulunulan zaman toplum ve coğrafi yapıya bağlı olarak da sorumluluk anlayışı değişik şekillerde tanımlanabilmektedir. Bu şekilde çok fazla etkene bağlı olarak kavram değiştiği için tam olarak bir tanımda yapmakta güçleşmektedir. Ancak bu faktörlere rağmen literatürde çok sayıda tanım bulunmaktadır (Özüpek, 2004: 17).

Sosyal sorumluluk; karar verme sürecinde kişisel-kurumsal karar ve faaliyetlerin tüm sosyal sistem üzerinde yaratacağı etkileri değerlendirme zorunluluğudur (Kelgökmen İlic, 2010: 306).

Sosyal sorumluluk; bir işletmenin kaynaklarını toplum yararına olacak şekilde kullanmasıdır (Tıngır, 2006: 10).

Sosyal sorumluluk genel olarak bir işletmenin ekonomik ve yasal koşullara, iş ahlakına, işletme içi çevresindeki kişi ve kurumların beklentilerine uygun bir çalışma stratejisi ve politikası gütmesine, insanları mutlu ve memnun etmesine yöneliktir (Eren, 1990: 113).

Sosyal sorumluluk karar verici durumda olanların kendi çıkarlarını olduğu kadar toplumun genel çıkarlarını da geliştirecek ve koruyacak eylemlerin yapılmasındaki zorunluluktur (Hill ve Gareth, 1989: 48'den aktaran Halıcı, 2001: 12).

Sosyal sorumluluk bir şirketi ya da markayı ilgili bir sosyal amaç veya soruna karşılıklı fayda sağlamak üzere bağlayan stratejik bir konumlandırma ve pazarlama aracı olarak tanımlanır (Pringle ve Thomson, 2000: 3).

Sosyal sorumluluk faydadan çok gönüllü olarak yapılan bir davranıştır. Sosyal sorumluluklar dış çevreye yönelik olup aynı zamanda bir işletmenin ekonomik ve yasal koşullara, işletme içi ve işletme dışı kurumların isteklerine cevap veren bir çalışma stratejisi ve politikası gütmesine, o ülkedeki toplumu mutlu ve memnun etmesine bağlıdır (Bakirov, 2005: 62).

Sosyal sorumluluk, insanın birey olmaktan çıkıp “sosyal kişilik” sahibi olması ile sorumluluğun sosyalleşmesine tekabül eder. Kişinin kendine karşı sorumluluğu sadece kendi bireysel hayatını etkilerken sosyal sorumluluk bireyin içinde bulunduğu tüm toplumu etkiler. Sosyal sorumluluk köken itibarıyla bireysel sorumluluğun kaynağından çıkar. İnsanın toplumsallaşması ile

yükümlülük altına girdiği sosyal kontratın gereğini yerine getirme ve bir arada yaşamın gereklerini saygı ile sorumluluğu da sosyalleşir (Metin, 2006: 220).

Geniş açıdan bakıldığında kuruluşlar tarafından alınacak kararların, kamuda yaratacağı etkilerin kapsamlı düşünülmesi şeklinde tanımlanan sosyal sorumluluk, karar verme sürecinde kişisel ya da kurumsal karar ve faaliyetlerin tüm sosyal sistem üzerinde yaratacağı olası etkileri değerlendirme zorunluluğu olarak ifade edilmektedir (Solmaz, 2005: 119).

Kısaca; sosyal sorumluluk, işletmelerin ve yöneticilerinin insanlara, toplumu ve çevreyi etkileyen işletme faaliyetlerinden dolayı hesap verme durumunu anlatır. Artık işletmeler yaşamlarını sürdürebilmek ve toplumun olumsuz tepkileriyle karşılaşmamak için sosyal sorumluluğun gereğini yerine getirmek zorundadırlar (Demir ve Songür, 1999: 153).

Kurumsal sosyal sorumluluk tanımlarının birçoğunda geçen ortak kavramlar dört maddede toplanabilir (Bayraktaroğlu ve ark. , 2009: 7).

- İşletmelerin kar elde etmek için ürün ve hizmet üretmelerinin ötesinde sorumlulukları vardır.
- İşletmeler neden oldukları sosyal sorunların çözümüne katkı sağlamalıdırlar.
- İşletmeler sadece hissedarlarına karşı değil, diğer tüm paydaşlarına karşı da sorumludurlar.
- İşletmeler sadece ekonomik değerlere odaklanmamalı daha geniş anlamda insani değerlere önem vermelidir.

Sosyal sorumluluk işletmelerin ekonomik işlevlerinin yanı sıra sosyal alanda da başlıca iki işlevi yerine getirmeleri gerektiğini ifade eder. Bunlardan biri toplumsal refah düzeyinin korunması, diğeri de bu düzeyin yükseltilmesidir. Koruma işlevi işletme faaliyetlerinin olumsuz sosyal etkilerini ve sosyal

maliyetlerini azaltması ve ya ortadan kaldırmasıyla ilgilidir. Yükselme işlevi ise işletme faaliyetlerinin sosyal faydayı arttıracak ve yeni faydalar yaratacak biçimde yürütmesini ifade eder. Buna göre işletme faaliyetlerinin çalışanlar, müşteriler, çevre ve tüm diğer etkilenen ve etkileyen sosyal çevre unsurları üzerindeki sorumluluğunu üstlenir ve temel sosyal sorunların çözümüne katkıda bulunurlar (Dinçer ve Fidan, 1997: 65).

Peter Drucker'a göre sosyal sorumluluk kavramı ortaya atılışından günümüze kadar üç alanda tartışma konusu yapılmıştır. Bunlardan birincisi; kişisel ahlak ile kurumsal ahlak arasındaki sınırı belirlemek, bir başka deyişle kişisel değerlerin ahlaki olmayan örgüt davranışları karşısında hangi ölçüde korunması gerektiği konusudur. İkincisi işverenin çalışmalara karşı sorumluluklarını kapsamaktadır. Üçüncü konu ise işletme yöneticilerinin liderlik sorumlulukları kapsamı içindeki sosyal faaliyetlerdir. Sanatçıları teşvik etmek, müzelere, tiyatrolara, senfoni orkestralarına mali destek vermek, eğitim kurumlarına katkıda bulunmak, spor kulüpleri dâhil diğer kültür derneklerini desteklemek bu kapsam içinde değerlendirilmektedir (Drucker, 1997: 287'den aktaran Demir ve Songür, 1999: 153).

2.5. SOSYAL SORUMLULUĞU ÖNEMLİ KILAN NEDENLER

İşletmeler için sosyal sorumluluğu önemli kılan bazı faktörler vardır. Bunlar (Ay, 2003: 31-36);

2.5.1. Etik

Kavramın çıkış noktasında işletme kararlarının etik özellikli olup olmadığına yönelik tartışmalar yer almaktadır.

2.5.2. Küresel Ekonomi

IMF ve Dünya Bankası gibi kuruluşlar devletin sosyal harcamalarında kısıntı isterken, sosyal gelişme çabalarında özel sektörün daha fazla katkı sağlaması söz konusu olacaktır. Ayrıca kamu kuruluşlarının sosyal sorunları çözmede yetersiz kalmaları işletmelerden olan beklentiyi daha da artırmaktadır.

2.5.3. Global Şirket

Global ekonomi ve global şirketlerin oluşumuna hız veren faktör iletişim teknolojilerindeki hızlı gelişmelerdir. Global şirketlerin günümüzde belli bir ülkeye aidiyetleri sorgulanmaktadır. Ulus devletin gücü azalırken global şirketin gücü ve etkisi artmaktadır. Ancak global şirket artan gücüne paralel sorumluluklar üstlenmiş değildir. Bir başka deyişle; güç dengesindeki farklılaşma sosyal sorunların çözümünden sorumlu kurumların yerine yenilerinin ikamesini getirmemiştir.

2.5.4. Global Ekonomi ve Sorumlu Karar Verme

Global şirketler sosyal sorumluluklarını önemseme ve yerine getirme açısından farklı performans ortaya koymaktadır. Bu şirketlerden bazıları faaliyet gösterdikleri ülkelerdeki şirketlerden ve hatta devletten bile daha iyi performans sergilerken bazıları da gittikleri ülkelerin yerel kurumları ile işbirliği yaparak çeşitli yolsuzluk ve suç faaliyetlerinin içinde yer almaktadırlar.

2.5.5. Kişisel (Kurumsal) Çıkar

Tamamen milli sınırlar içinde faaliyet gösteren şirketler, sosyal sorumluluklarını yerine getirme becerileri açısından medya ve sivil toplum tarafından izlenmektedir. Yanlış bir karar ya da faaliyeti saklamak güçleşirken, yerine getirilen ve şirketten beklenen bir davranışın duyulması önem arz etmektedir.

2.5.6. Yeni Müşterilerin ve Ülkelerin Kabul Etmesi

Özellikle Batı Ülkeleri'nde şirketlerin hem karmaşık yasal ortama ayak uydurması hem de sosyal sorumluluk üstlenmesi gerekmektedir. Sosyal sorumluluğuna titiz bir şirket ihtiyacı olan desteği çevresinden sağlamakta zorluk çekmeyecektir.

2.5.7. Sendika ve İşgücü Desteği

Ücretlendirme sistemi, emeklilik planı, iş sağlığı ve güvenliği yüksek firmalar günümüzde kaliteli iş gücünü sağlayabilmektedir. Buna karşın çoğu şirket personeli korkutarak ve kışkırtarak performans ortaya koymaya çalışırken sendikal tepkilerle karşılaşmakta hatta müşterilerin boykotuna maruz kalmaktadır.

2.5.8. Yeni Yatırımcıları Çekme Yeteneği

Olumsuz sosyal sorumluluk işletmelerinin şirket karlılığı ve yatırımların etkinliği açısından olumsuz sonuçlar üretmektedir. Bir çalışmaya göre, sosyal sorumluluğu açısından iyi etki yaratmış firmalar 1982-1987 arasındaki ekonomik performansları incelendiğinde hem borsa piyasasında hem de risk ve kredi açısından daha iyi sonuçlar ortaya koymuşlardır.

2.5.9. Tüketici Güveninin Gelişmesi

Tüketicilerin işletme karar ve faaliyetlerini etkileme gücü gün geçtikçe daha da artmaktadır. Sosyal sorumluluğun olumsuz sonuçları yanında tüketici olumlu sonuçları da görmektedir. Neticede tüketici günümüzde işletmelerin tüketiciye önem vermesi yönünde etkilemektedir.

2.6. SOSYAL SORUMLULUĞUN KAPSAMI VE SINIRLARI

Sosyal bir çevrede faaliyet gösterdikleri için işletmelerden pek çok alanda sosyal taleplerin olması doğaldır. Bu nedenle işletmelerin sosyal sorumluluğu işletmenin varoluşuyla birlikte doğar. Sosyal talepler işletme için sosyal sorumluluk kapsamını belirlemeye imkân verdiği gibi ondan ne tür beklentilerin olduğunu da ortaya koyar. Sosyal sorumluluk kapsamı ekonomik, yasal, sosyal, etik, kültürel, siyasal, teknolojik vb. boyutlarla sınırlandırılabilir (Özgener, 2000: 137).

İşletmeler açısından, sosyal sorumluluğun kapsamı ve sınırlarını belirlemede kullanılan kriterler aşağıdaki gibi ifade edilmektedir (Özüpek, 2005: 14-15).

- Bütün işletmeler için bir tek evrensel formül yoktur. Yasal ve düzenleyici gereksinimlerin ötesindeki alanda her işletme ne yapacağına ve ya yapamayacağına karar vermelidir.

- İşletme daha çok bir kar güdüsüne sahip bir ekonomik kurum olarak düşünülmelidir. İşletme finansal teşvikler olmaksızın toplumun ekonomik olmayan hedeflerini karşılamaya alışkın değildir. Bir işletme uzun vadede kar elde etmezse, topluma karşı herhangi bir sorumluluğunu gerçekleştirebilmesine imkân yoktur.

- İşletme uzun vadeli görüş beklentisi içinde olmalı ve geçici olarak net karı azaltabilen sosyal yönden sorumlu olduğu eylemleri uzun vadeli işletme çıkarlarıyla tutarlı bir şekilde yerine getirmelidir.

- Bir işletme sosyal gücüyle orantılı olarak sosyal sorumluluklara sahiptir. Bu ilişki “Sosyal Sorumluluğun Demir Kanunu” olarak adlandırılır.

- Sosyal sorumluluk işletmelerin özelliklerine göre farklılık gösterir. İşletmeler hacim, ürünler, rekabetçi stratejiler, üretim süreçleri, pazarlama

yöntemleri ve yöneticilerin değerleri ve düşünceleriyle ilişkili olarak farklılık göstermektedir.

- Bireysel olarak bir işletme sadece en iyi şekilde yönetebileceği sosyal sorumlulukları seçmelidir. Geleneksel olarak işletme görevin minimum düzeyde katılımın sağlanması daha iyi başarılabileceği inancını taşır.

İşletmenin sosyal sorumluluğu üç temel ilkeye göre belirlenebilir (Özüpek, 2004: 22).

2.6.1. Meşruiyet İlkesi

İşletmenin kurumsal düzeydeki fonksiyonları ve gösterdiği faaliyetler itibariyle topluma karşı sorumlulukları olduğu düşüncesini esas alır.

2.6.2. Kamu Sorumluluğu İlkesi

Bir işletme örgütsel düzeydeki fonksiyonları itibariyle toplumdaki birincil ve ikincil ilgi alanlarıyla ilişkili olarak sorumludur. Bu yüzden bir işletmenin sorumlulukları, faaliyetleri ve çıkarlarıyla ilişkili doğrudan sorunlarla sınırlı olmaktadır.

2.6.3. Yönetmelik Edebilme Hakkı İlkesi

Bu ilke bireysel düzeydeki fonksiyonlar ve etik aktörler olarak yöneticilerle ilgilidir. Sosyal olarak sorumlu sonuçları başarmak için tasarlanan faaliyetlerin seçiminde yöneticilerin sorumluluklarını tanımlamaktadır.

İşletmelerin ilişkili oldukları birçok sosyal sorumluluk alanları vardır. Bunlar sosyal sorumlulukların sınırlarını ve ya konularını oluşturmaktadır.

İşletmelerin ilişki içerisinde olduğu sosyal sorumluluk alanları vardır. Bu alanlar ekonomik, hukuki ve ahlaki sorumluluk olmak üzere, sosyal sorumluluğun sınırlarını belirlemekte ve kapsamını oluşturmaktadır. İşletmenin ve yöneticilerinin hissedarlara ve ya sermaye sahiplerine karşı yükümlülükleri,

istihdam olanakları sağlaması, tüketicinin korunması, iş ahlakı, çevrenin korunması ve insanlığa karşı duyulması gereken sorumluluklar (Emhan, 2007: 249). Sosyal sorumluluk kavramı işletmeyi ekonomik bir varlık olarak kabul etmekte sosyal sorumluluğun kapsamını oluşturarak, sosyal sorumluluğu işletme içi ve işletme dışı olarak ikiye ayırabilmektedir. İşletme içi sosyal sorumluluklar; işletmenin personeline önem vermesi, personelin işe adaptasyonu, çalışma ortamı, kişisel eğilim ve kariyer, iletişim becerileri ve yönetime katılma şeklinde sıralanmaktadır. İşletme dışı sosyal sorumluluklar ise; işletmelerin iş ahlakına uyması, tüketicileri bilgilendirme, fiyat belirleme, çevresel kaynakların en uygun şekilde kullanılması şeklinde sıralanmaktadır. Bunların yanı sıra sosyal sorumluluğun sınırlarının belirlenmesinde örgütün performansı, beceri eksikliği, yetki ve sorumlulukların sınırı da önemli rol oynar (Özüpek, 2005: 14).

Bir kuruluşun sosyal sorumluluk alanına giren konular doğanın korunmasından, kuruluşun çalışanlarının birer araç olmaktan ziyade amaç olarak değerlendirilerek onlara karşı saygı gösteren bir anlayışın geliştirilmesine, çalışanlarının haklarının korunmasına, kuruluşun devlete karşı olan sorumluluklarını yerine getirmesine, toplumun eğitim, kültürel ve sanat bakımından gelişimine katkıda bulunmasına, kuruluşun tüm faaliyetlerinin açıklık ilkesine dayanılarak yapılmasına ve bunların topluma dürüstçe duyurulmasına kadar uzanan bir alanı kapsamaktadır (Sabuncuoğlu, 1992: 13-14).

Sosyal sorumluluğun anlamı ve özellikle kapsamı, toplumdan topluma, işletmeden işletmeye, kişiden kişiye değişebilir. Yine, zaman içinde sosyal sorumluluklar değişiklik gösterir. Toplum meydana getiren insanların iç-içe yaşadıkları işletmelerden bekledikleri her türlü sosyal gereksinim sosyal sorumluluğun kapsamına girmektedir. Sosyal bir çevrede faaliyet gösterdiklerinden dolayı işletmelerden pek çok alanda sosyal taleplerin olması son derece doğaldır. Dolayısıyla işletmelerin sosyal sorumluluğu işletmenin var oluşuyla birlikte doğar. Sosyal talepler işletme için sosyal sorumluluğun

kapsamını belirlemeye imkân verdiği gibi, ondan ne tür beklentilerin olduğunu da ortaya koyar. Sosyal sorumluluğun kapsamı, ekonomik, yasal, sosyal, ahlâki, kültürel, siyasal, teknolojik vb. boyutlarla sınırlandırılabilir. Sosyal sorumluluğun sınırlarını ve kriterlerini kesin olarak belirlemek güçtür. Ancak genellikle işletmeler açısından sosyal sorumluluğun kapsam ve sınırlarını belirlemede kullanılan kriterler aşağıdaki gibi ifade edilmektedir (Tıngır, 2006: 13).

İşletmelerin sosyal sorumluluklarını dört temel noktada belirleyebiliriz

- Ekonomik (verimlilik ve karlı olmak)
- Hukuki (kurallara uymak)
- Etik (kanunların ötesinde toplumsal norm ve beklentilere uyumlu davranmak)
- Sosyal (toplumsal sorunların çözümü için katkılarda bulunmak)

Kurumsal sosyal sorumluluk, doğrudan bu sorumlulukların son ikisini ancak dolaylı olarak hepsini içeriyor. Çünkü toplumun beklentilerine uyumlu olan onun sorunlarına ilgi gösteren kurumları toplumda yarattığı mutluluk onların daha mutlu çalışanlara, daha mutlu müşterilere ve dolayısıyla daha mutlu hissedarlara sahip olmaları sonucunu getirmektedir. Kurumsal sosyal sorumluluk şirketlerin daha iyi bir toplum ve daha iyi bir çevre için gönüllü olarak katkıda bulunmasıdır (Tıngır, 2006: 7).

2.7. SOSYAL SORUMLULUKLA İLGİLİ GÖRÜŞLER

Tarihsel gelişim sürecinde akademik ve genel politik yapı sosyal sorumluluğun iki ters görüşünü ortaya koymaktadır. Bunlar klasik ve sosyo-ekonomik görüştür (Halıcı, 2001: 13).

2.7.1. Klasik Sosyal Sorumluluk Yaklaşımı

Adam Smith ile başlayan F.W. Taylor tarafından biçimlendirilen ve Milton Friedman tarafından günümüze kadar sürdürülen geleneksel yaklaşım, işletmelerin mevcut olan hukuki ve ahlaki düzen içerisinde mümkün olan en yüksek karı gerçekleştirmeye çalışarak topluma en iyi hizmeti verdiklerini savunmaktadır. Bu anlamda maksimum karı sağlamak isteyen bir işletme tam rekabet piyasası güçlerinin yani görünmez bir elin yardımıyla topluma hizmet işlevini de yerine getirmiş olacaktır (Sohodor, 2008: 47).

İşletmelerin sadece karlarını maksimize etme sorumluluğunu ifade eder. Sosyal sorumluluğun aleyhinde olan görüşlerdir. Bu dar “hissedarlar” modeli Friedman tarafından ortaya atılmıştır. Bu görüşe göre;

- İşletmenin kar düşüşüne,
- İşletmenin maliyetlerinin çoğalmasına
- İşletme amaçlarının sulandırılmasına,
- İşletme için haddinden fazla sosyal güce,
- Toplumda işletme sorumluluğunun eksilmesine neden olacaktır

(Halıcı, 2001: 14).

Bu anlayış, fiyat mekanizması ile üretim faktörlerinin rasyonel biçimde oluşacaklarını, bu suretle toplum refahını arttırabileceği varsayımından hareket ederek ekonomiye karışmanın gereksizliğini ileri sürmektedir (Top ve Öner, 2008: 99).

İşletmeleri odak noktası alan klasik yaklaşımda, toplumdaki birçok sorunun kar elde edemeyen işletmelerden kaynaklandığı ve işletmelerin karlılığı arttıkça toplumdaki sorunları da çözüleceği fikri hâkimdir. Oldukça dar kapsamlı olan klasik yaklaşım geçerliliğini her geçen gün daha da kaybetmektedir. Çünkü günümüzde işletme faaliyetlerinin, ekonomik etkilerinin dışında sosyal, siyasal

ve çevresel etkilerinin de farkına varılmıştır. Sosyal sorumluluk anlayışı olarak sadece ekonomik sorumluluklarının gereğini yapan işletmeler, gerek yasal gerek toplumsal müdahalelerle karşılaşır, işletmeye olan güven azalır, oluşan bu imaj kaybı işletmenin karlılığını ve devamlılığını tehlikeye düşürür. Ancak klasik yaklaşımın tamamen yanlış bir yaklaşım olduğunu savunmak haksızlık olacaktır. Klasik yaklaşım değerlendirilirken doğduğu dönem dikkate alınmalıdır. Çevre kirliliğinin boyutlarının fazla olmadığı, kaynakların sınırsız olduğu düşüncesinin hâkim olduğu, bilginin bu kadar hızlı yayılmadığı, uzmanlaşma ve iş bölümünün olmadığı bir zaman diliminde doğmuş olması nedeniyle birçok yönden eksik olması yadırganmamalıdır. Ancak tekrar belirtmek gerekir ki günümüz şartlarında bu görüşün geçerliliğini kabul etmek mümkün değildir (Karaismailoğlu, 2006: 24).

2.7.2. Modern Sosyal Sorumluluk Yaklaşımı

Klasik görüşe karşı olarak sosyal sorumluluğun lehinde olan fikirleri ortaya koyan bu görüşe Elton Maya, Peter Drucker, Adolph Berle, J.M. Keynes gibi düşünürlerin çalışmalarında rastlanmaktadır. Modern görüş sosyoekonomik görüş olarak da adlandırılmaktadır. Bu görüşün temsilcileri işletmenin amaçlarının sadece kar elde etmek değil, aynı zamanda toplum refahını korumak ve geliştirmek olduğunu savunurlar. Sanayi devriminden sonra ortaya çıkan çevre sorunları, ekonomik ve politik rahatsızlıklar gibi beşeri ve sosyal sorunlar, işletmelerin daha fazla sosyal sorumluluk taşımaları gerçeğini ortaya koymuştur. Bu görüşe göre (Halıcı, 2001: 14) ;

- İşletmenin uzun dönem karları,
- İşletmenin sosyal sorumluluğunu destekleyen kamuoyu beklentileri,
- İşletmenin geliştireceği imajı,
- Herkes için daha iyi bir çevre için önemlidir.
- İşletmenin etiksel zorunlulukları vardır.

- İşletmelerin elinde teknik, parasal ve yönetsel kaynakları vardır. Bu nedenle zamanımızın karmaşık sosyal sorunlarının üstesinden gelebilirler.

Modern ekonomik görüş, işletmelerin birincil sosyal sorumluluğunu klasik ekonomik yaklaşımda olduğu gibi kârlarını maksimize etmesi olarak kabul etmekle birlikte, sosyal sorumluluğun gelişim evrelerinde ortaya çıkan toplumsal refahın korunması ve geliştirilmesi fikirlerine ilave olarak, işletmelerin ekonomik performans ölçümlerinin yapılması ve işletme faaliyetlerinin kontrol edilmesi faaliyetlerini de sorumlulukları arasına eklemektedir (Top ve Öner, 2008: 101).

Modern görüşe göre işletmeler sosyal yaşamın ayrılmaz bir parçasıdır. Bu sebeple işletmeler, toplumsal sorunların çözümüne katkıda bulunmalı ve sosyal sorumluluklarının gereğini yerine getirmelidir. İşletmelerin çevre faktörüyle etkileşim biçimi işletmenin sosyal sorumluluklarının farkında olup olmadıkları açısından ipuçları verir (Karaismailoğlu, 2006: 25-26).

2.8. SOSYAL SORUMLULUĞUN AVANTAJ VE DEZAVANTAJLARI

Sosyal sorumluluğun giderek artan ölçüde önem kazanmasının nedenleri; profesyonel yöneticiliğin gelişmesi, işletmelerin çok ortaklı duruma dönüşmesi, çevre kirliliğini önleme, işletmelerin toplumda iyi bir izlenim bırakma zorunluluğu, uzmanların yönetime gelmesi, işçi sendikalarının gelişmesi, kıt doğal kaynakların etkin kullanımı, verimliliği arttırmak için personelin motive edilmesi, toplumun tercih ve beklentilerine uygun mal ve hizmeti üretme ve dünyada yaşanan hızlı demokratikleşme süreci olarak ifade edilebilir (Tıngır, 2006: 20).

Sosyal sorumluluğun avantajlarını şöyle sıralayabiliriz (İbişoğlu, 2007: 13-14)

- İyi bir sosyal çevre oluşturularak işletmenin kamuoyunca benimsenmesi sağlanabilir.

- Maliyet gibi görünen bazı düzenlemeler kar olarak geri dönebilir.
- Toplumsal sorunların tartışılıp çözümlenmesinde görev alarak toplumun önemli bir parçası haline gelinebilir.
- Ekolojik yapıya duyarlı, çevre dostu işletmelere ulaşılır.
- Yeni pazarlara girilmedi ve müşteri sadakati sağlamada önemli avantajlar elde edilir.
- Çok yönlü nitelikli çalışanın kuruma cezbedilmesine ve kuruma olan bağlılıklarının artmasına neden olur.
- Daha geniş finansman kaynaklarına ulaşılmasını sağlar.
- Çalışanlar ve müşteriler, organizasyona daha fazla güven duymaya ve değer vermeye başlarlar.
- Çalışanların ve müşterilerin ait olma ve bağlılık duyguları gelişir. Bunun sonucunda çalışanların devir hızı düşer. Müşterilerin satın alma sıklığı artar. Satışların karlılığı yükselir.
- Çalışanlar arasındaki iletişim, güven, dayanışma ve takım ruhu güçlenir. Takım çalışmasının etkinliği, organizasyonel performansın ve genel motivasyonun yükselmesini sağlar.
- Organizasyonun toplumla, yerel ve merkezi devlet organlarıyla olan ilişkileri gelişir ve güçlenir.
- Toplumsal sorumluluk projelerinde görev alan kurum çalışanları bilgi, beceri ve deneyimlerini geliştirirken kendilerine olan güvenleri daha yüksek, yaratıcı düşünebilen ve sorun çözme yetenekleri gelişmiş kişiler haline gelirler.

Sosyal sorumluluk, toplumdaki çeşitli çıkar gruplarının beklentileri ile ilgilidir. Bilinçlenen ve sosyal sorunların önemini hissedilen toplum, yöneticilere özellikle de üst yönetim kademesinde olanlara toplumun sosyal sorunlarıyla neden ilgilenmediklerini, sorumluluklarını neden yerine getirmediğini ve niçin daha fazla şey yapmadıklarını sormaya başlamıştır. Ekonomik, sosyal, yasal,

kültürel, siyasal ve dinsel bütün kurumlarla danışmalı çoğulcu yaklaşım ve yönetim anlayışını hâkim kılan toplumsal mutluluğu kültürünün manevi ve maddi yönlerinin dengesinde bulacağını bilen sınıflar arası farklılıkların azaldığı insanî değerlere ve eşitliğe yönelen; verimlilik ve yüksek performans sonucu sağlanan üretim artışının sağladığı hayat standardına sahip olan; iyimser, verimliliği yüksek, aktif bir toplum yaratmak sosyal sorumluluk anlayışının fonksiyonları arasında yer alır (Tıngır, 2006: 23).

Ayrıca sosyal sorumluluk şirketlere şu faydaları sağlar (Büyük, 2006: 68).

- Satış ve Pazar payları artar.
- Markaların konumlamaları güçleniyor.
- Kurumsal imajları zenginleşiyor ve güçleniyor.
- Çalışanları cezp etme, motive etme ve elde tutma yetenekleri yükseliyor.
- Operasyon maliyetleri azalma eğilimine giriyor.
- İşletme, yatırımcılar ve finansal analistler gözünde daha çekici hale geliyor.

Sosyal sorumluluğun avantajları yanında bazı dezavantajları da vardır. Sosyal sorumluluğun başlıca dezavantajları şunlardır (Bayraktaroğlu, İlder ve Tanyeri, 2009: 28).

- Sosyal eylemlerin ürün maliyetlerine yansıtılmasıyla fiyatlar artar, bu da pazar kaybına neden olabilir.
- Sosyal eylemler için yeni insan kaynağına ihtiyaç duyulabilir.
- İşletme sahiplerinin, ortaklarının ve ya yöneticilerinin sosyal konulara fazla duyarlı davranmaları, örgütsel amaçlardan uzaklaşılmasına neden olabilir.

2.9. SOSYAL SORUMLULUĞUN TARİHSEL GELİŞİMİ

Tarihsel gelişimi açısından baktığımızda ilk çağlardan itibaren günümüzde anladığımız anlamda olmamakla beraber sosyal sorumlulukla ilgili çeşitli fikirlerin olduğunu görmekteyiz. M.S. 1100'e kadar olan dönemde Hristiyanlık, Musevilik ve İslamiyet'te topluma ve diğer insanlara karşı sorumluluğa dâhil çeşitli kurallar bulunmaktadır. Kısaca sosyal sorumluluk anlayışının bu dönemde örf, adet, din ve kültürel yapıların baskıları ve gelişimleri sonucunda şekillendiğini söyleyebiliriz (Özüpek, 2005: 17).

19. yüzyılın ikinci yarısı Sanayi devriminin başlangıcı olarak kabul edilir. Bu dönem itibariyle işletmelerin faaliyetlerinin sadece ekonomik sonuçlarıyla ilgilenmesi istenilmiş ve maksimum kar anlayışı hâkim kılınmıştır. Sosyal sorumluluk anlayışları da bu doğrultuda olmuştur (Bakirov, 2005: 63). Sosyal sorumluluk işletmelerin üretim odaklı olduğu faaliyetlere verimlilik ve ekonomik perspektifinden bakıldığı Adam Smith'in maksimum kar anlayışının yerini topluma sorumlu davranılması anlayışına bırakmasının bir sonucu olarak ortaya çıkmıştır (Peltekoğlu, 2001: 179).

Tarihin kaydettiği en önemli ekonomik bunalımlardan biri olan ve 1929 yılında patlak veren "büyük depresyon" başta ABD ve Batı Avrupa'nın sanayileşmiş ülkeleri olmak üzere pek çok ülkede büyük oranda işsizliğe ve üretim kayıplarına yol açmıştır (Üstünel, 1994: 54). Bu dönemle birlikte sosyal sorumluluk kavramındaki gelişmelerin hız kazandığı görülmektedir. Özellikle 1. Dünya Savaşı ve Büyük Depresyon sonucunda ekonomik durumların kötüleşmesini, işletmelerin toplumdaki yerlerini belirtmede yeni stratejilerin belirlenmesini gerektirmiştir. İşletmelerin kendi sanayi dallarında fiyat, istihdam ve yatırım konularında istikrarın tesis edilmesi ve savaş dolayısıyla işsiz kalan işçilere yardım gereği sosyal sorumlulukla ilgili faaliyetlere yeni bir bakış açısı getirmiştir (Bakirov, 2005: 63). Bu süreçte bireysel felsefe yerini toplumsal bir anlayışa bırakmaya başlamış, insanın ihtiyaçlarına da önem verilmesi gerektiği

düşüncesi ortaya çıkmış, demokratikleşme eğilimleri hız kazanmış, topluma karşı olan sorumlulukların sadece belirli sektörler ya da işletmeler tarafından değil tüm sektörler ve işletmeler arasında iş birliği yapılarak yerine getirilmesi düşüncesi üzerinde durulmuştur (Sohodor, 2008: 25). Ancak şirketlerin bu kavrama yönelik faaliyetleri daha çok yasal düzenlemelere dayanmıştır. Böylece devletin zorlaması ve büyük krizlerin sonucunda akla gelen bu kavram 2. Dünya Savaşı'na kadar yeterince gelişmemiştir (Kağnıcıoğlu, 2007: 15).

Birinci ve İkinci Dünya Savaşları toplumların yaşantılarında büyük değişimlere yol açmıştır. Savaşın meydana getirdiği bunalımlar, işletmelerin güçlerini gözden geçirmelerini zorunlu kılmıştır. Savaşlar sonunda işsizlerin istihdamı yatırımlarda istikrara ve bu sırada da boş kalan işçilerin kendilerini geliştirme eğilimi ve işçilerin sendikalaşarak toplumda güç sahibi bir grup haline gelmelerine ve sonuçta da sosyal değişimin hızlanmasına ne den olmuştur (Özüpek, 2008: 260). Böylelikle büyük miktarda üretime yönelik bir sanayi anlayışının yanı sıra üretimin ana faktörü olan insanın ekonomik gereksinimlerinin daha da ötesine giderek psiko-sosyal gereksinimlerini ön plana çıkaran bir anlayışın gerekliliği toplumda öncelik kazanmaya başlamıştır. Toplumun bakış açısındaki değişiklik savaş sonucunda gelen fakirlik, kaynak israfı gibi olumsuz gelişmeler toplumsal sistemi oluşturan tüm alt sistemleri dikkate alacak şekilde genel politikalar belirlemeyi zorunlu kılmıştır (Özgener, 2000: 146).

1950'lerden sonra özel kesimin kar elde etmek ve bunu sürdürmek anlayışı bütün dünyada değişmeye başlamıştır. Özel kesimin kar elde etme amacının yanına sosyal sorumluluk anlayışı da eklenmiştir. Toplumsal sorumluluk elde edilen kardan belirli ölçüde fedakârlık elde etme anlamını taşımakta, bu olay ileride daha büyük karlar elde edebilmenin temellerini ve gerekçelerini şimdiden hazırlamanın bir yöntemidir. Kuruluşlarda kar ile kar dışı çalışmaların kesiştiği bir yerde ortaya çıkan sosyal sorumluluk, sosyal sistem üzerinde kuruluşun toplumdaki imajını da etkilemektedir. Toplum daha çok kar

elde eden bir şirketten ziyade “sosyal “ olan bir şirketi beğenmektedir (Okay ve Okay, 2002: 621).

1960’lardan itibaren başlayan dönemde başta Vietnam olmak üzere tüm dünyada savaşa karşı gelişen protesto hareketleri ile sivil hareketler yayılmaya başlamıştır. Sivil toplum örgütlerinin demokratik bir baskı unsuru olarak güç kazanıp yaygınlaşması karşısında duyarsız kalamayan şirketler sosyal sorumluluğun zorunluluktan öte kendilerine her açıdan yarar sağlayan ve farklılaştıran bir özellik olduğunu anlamaya başlamıştır. Buna bağlı olarak bu dönemde kavram hızla gelişmeye başlamış ve sosyal sorumluluk kavramı artık zorlanan değil, talep edilen bir yapıya kavuşmuştur (Kağnıcıoğlu, 2007: 15).

1970’li yılların başlarına doğru sosyal huzursuzlukların artması, yönetime katılımının önem kazanması, artan ölçüde sosyal sorunlara dönük kanunlar ve düzenlemelerin hazırlanması, toplumsal baskılar ve hükümetlerin çabaları işletmeleri ekonomik faaliyetlerinin sosyal sonuçlarını düşünmeye zorlamıştır (Özgener, 2000: 140). Tüketici hareketlerinde küreselleşme ve dışa açılma faaliyetlerinde bir artış olmuştur. Buna paralel olarak işletmelerin sadece kar odaklı olması ve çevre, toplum duyarlılıklarının az olması en büyük eleştiri konusu olmuştur. Bu durumda işletmeler imajlarını korumak ve/veya iyileştirmek adına stratejilerine ekonomik boyutun dışında sosyal boyutu da eklenmiştir (Bayraktaroğlu, İlter ve Tanyeri, 2009: 35).

1980’li yıllarda ise, işletmeler tek amaçlarının kar etmek olmadığını, çevreye ve topluma karşı da sorumlu olduklarını anlamışlardır. Çevreye ve paydaşlara karşı sorumlu davranmanın sonucunda işletmeler kar elde edebileceklerini fark etmişlerdir. Diğer bir deyişle kar, yapılan bir hizmetin bedelidir.

1990 sonrasında ise, kurumsal sosyal sorumluluk stratejik bir seçenek olmanın ötesine geçmiştir. Günümüzde kurumsal sosyal sorumluluk işletmeler için bir zorunluluktur (Bayraktaroğlu, İlter ve Tanyeri, 2009: 35) ve işletmelerin

faaliyetlerinde ön plana çıkarılmaya başlanmıştır. Kuruluşların başarı kazanmalarında sadece kendi iç uyumunun yeterli olmadığı, aynı zamanda kuruluşun çevresiyle de düzenli ve uyumlu ilişkilerin kurulması gerektiği anlaşılmıştır. Kuruluşlar sadece ekonomik olarak birer varlık değil aynı zamanda sosyal birer kuruluş olarak da değerlendirilmektedir. Kuruluşlar kazanç elde etmenin yanında topluma karşı bazı sorumlulukların olduğunu da anlamışlardır (Okay ve Okay, 2001: 617-618).

2.10. İŞLETMELERİN SOSYAL YÖNDEN SORUMLU OLDUĞU GRUPLAR

İşletmeler toplumun bir parçası olarak faaliyetleri ile toplumu, çevreyi, çalışanları, tüketicileri, yatırımcıları ve diğer işletmeleri etkileyebilmekte aynı şekilde de onlardan etkilenebilmektedir. İşletmenin etkileşimde bulunduğu paydaşlar işletme faaliyetlerinden doğrudan ya da dolaylı olarak etkilenebildikleri için işletmelerin paydaşlarına karşıda sorumlulukları bulunmaktadır. Günümüzde işletmelerin başarıya ulaşabilmesi için paydaşlarının beklentilerini de göz önünde bulundurmaları gerekmektedir (Bayraktaroğlu, İlter ve Tanyeri, 2009: 8).

Paydaşları birincil ve ikincil paydaşlar olarak ikiye ayırmak mümkündür.

Birincil paydaşlar, varlığı ve katılımı olmaksızın işletmenin devamının mümkün olmadığı bir grup olarak nitelendirilebilir. Birincil paydaşlar, işletme kaynakları üzerinde yasalarca sağlanmış doğrudan haklara sahip olan ve işletmeyi ekonomik olarak doğrudan etkileyen birey ve gruplardır. Bir işletmede birincil çıkar grupları hissedarlar, yatırımcılar, çalışanlar, tedarikçiler ve müşterilerden oluşur (Özüpek, 2005: 43).

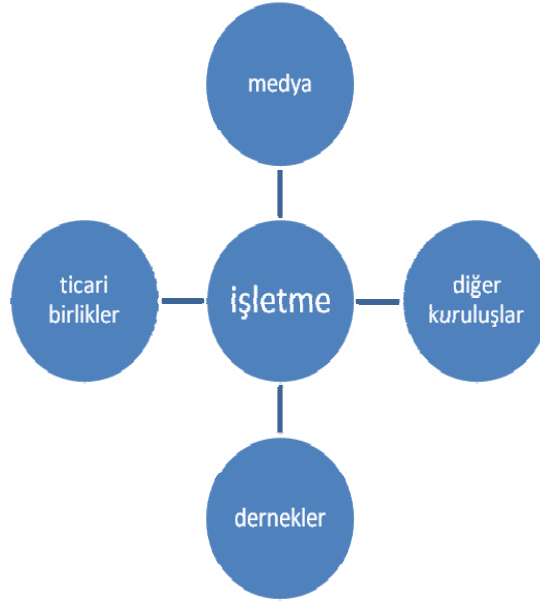


Şekil 4: Birincil Paydaşlar

Kaynak: Bayraktaroğlu, İltter ve Tanyeli, 2009: 8

Birincil paydaşlar işletmelere gerekli alt yapı ve pazarı, uyulması gereken kanun ve düzenlemeleri sağlar (Kağnıcıoğlu, 2007: 23). Çalışanlar ve müşteriler gibi birincil çıkar gruplarının tatmin olmaması ve ya işletme sisteminden çekilmesi durumunda, işletmenin tümünde ve ya bir bölümünde ciddi zararlar karşılaşılabilecek, bu yüzden işletmenin faaliyetlerini başarılı bir şekilde devam ettirmesi mümkün olmayacaktır. İşletmenin yüksek düzeyde güvenilir olması birincil çıkar gruplarının desteğine bağlıdır (Özüpek, 2005: 44).

İkincil paydaşlar ise genellikle işletme ile doğrudan bir ilişki içinde bulunmazlar. İşletmenin hayatını sürdürebilmesi için olmazsa olmaz değildirler. Medya kuruluşları, finansal kuruluşlar, ticari birlikler, dernek ve diğer kuruluşlar ikincil paydaşlara örnek gösterilebilir. İkincil çıkar gruplarının işletmeyle iş muamelesi, sözleşme yapması gerekmez. İşletme ikincil çıkar grupları üzerindeki bekasına bağlı kalmaz. Medya ve özel çıkar gruplarının büyük bir bölümü ikincil çıkar grupları arasında yer alır. Bu çıkar grupları işletmenin faaliyetleri ve performansı lehinde ve aleyhinde kamuoyunu harekete geçirme gücüne ve yeteneğine sahiptir (Özüpek, 2005: 44).



Şekil 5: İkincil Paydaşlar

Kaynak: Bayraktaroğlu, İlder ve Tanyeri, 2009: 9

İşletmelerin sosyal sorumlulukları paydaşlar açısından aşağıda ayrı ayrı irdelenmektedir.

2.10.1. Sermaye Sahiplerine Karşı Sorumlulukları

İşletmelerin en önemli kaynaklarından biri sahip oldukları sermayeleridir. İşletmelerin sermayesini işletmeyi kuran sermaye sahipleri sağlamakta ve bundan dolayı da sermaye sahiplerinin işletme üzerinde söz söyleme ve bir takım karşılıklar bekleme hakları olmaktadır.

Küreselleşmeyle birlikte mal ve hizmet ticareti, sınır tanımayan bir yapıya kavuşmuştur. Bunun sonucunda da yatırımcılar, dünyanın herhangi bir yerindeki şirkete ortak olmak olanağına kavuşmuşlardır. Küreselleşmenin dolaylı bir sonucu da, yatırımcıların haklarının uluslar arası ortamda korunması gerekliliğinin ortaya çıkmasıdır. Bu bağlamda yatırımcıların yatırımları karşılığında hak edilen geliri elde etmek ve yatırım yaptıkları kurumla ilgili gerekli bilgileri doğru ve güncel bir şekilde elde etmek üzere temelde iki hakkından söz etmek mümkündür. İşletmelerin öncelikli rollerinin kar elde

etmek ve bunları pay sahiplerine dağıtmak olduğu konusunda da hala bir fikir birliği vardır. Bu işletmelerin gelişmeleri ve büyümeleri için gerekli sermayeyi hissedarlar sağlayacaktır. Bunun sonucu olarak, pay sahipleri yönetimden, kar dağıtım ya da varlık değer artışı şeklinde yatırımlarına mümkün olan en yüksek dönüşün sağlanmasını isteyeceklerdir (Ulu, 2007: 57).

Sahipler işletmenin varlık amacını ortaya koyan kişilerdir. İşletme onların izni olmadan o amaçtan sapmamalıdır. Sektördeki gelişmelere paralel olarak zorunlu bir faaliyet değişimine gidilecekse, bundan işletme sahiplerinin haberdar edilmesi yönetimin sorumluluğundadır (Metin, 2006: 258-259).

Yatırımcılar ekonomik getirilerini maksimize etmenin yanı sıra işletmenin finansal durumu ve sermayenin kullanımı hakkında doğru bilgi edinmek isterler. Bu nedenle işletmenin diğer bir sorumluluğu da yatırımcıları ile etkin ve doğru iletişimi sağlamaktır (Bayraktaroğlu, 2009: 10). Sermaye sahipleri koydukları sermayenin bir getirisi olarak en yüksek oranda kar elde etmeyi istemektedirler. Sermaye sahibi açısından bakıldığında en iyi işletme en yüksek oranda kar getiren işletme olarak değerlendirilmektedir (Sohodor, 2008: 89).

2.10.2. Çalışanlara Karşı Sorumluluklar

İşletmenin ekonomik açıdan varlığını sürdürmesi ve faaliyet gösterdiği toplumdaki konumunu koruması, çalışanlara karşı sorumluluklarını öncelikle yerine getirmesiyle sağlanacaktır. Bu nedenle sosyal sorumluluklarına da ekonomik sorumlulukları kadar önem vermelidir. Kendi içinde uyumlu bir sosyal bütünlük sağlayamayan işletmelerin ekonomik alanda uzun vadede başarılı olması beklenemez. Bu nedenle, işletme en önemli üretim faktörü olan insan kaynağının, istenilen düzeyde bir etkinlikte kullanımına olanak sağlamalıdır. Ayrıca çalışma ve güvenlik alanındaki gelişmelere uygun olarak çalışanın işletmeden beklentilerine cevap verecek şekilde çalışma şartları düzenlenmelidir (Ulu, 2007: 57).

İşgörenlerin sosyo-ekonomik gereksinimlerini karşılaması işletmelerin taşıdığı sosyal sorumluluklar arasında yer almaktadır. Günümüzde işletmelerin sahip olduğu en önemli üretim kaynağı insandır. İşletme, varlığını borçlu olduğu insanın kişiliğine, görüş ve önerilerine saygılı davranmalıdır (Sabuncuoğlu 2001; s: 14).

Çalışanlarla ilişkileri sadece günün şartlarına uygun ücret verip onların başka hiçbir derdiyle ilgilenmemek motivasyon ve iş verimliliği açısından yeterli görülemez. Çalışanlar her şeyden önce insandır ve insan gibi muamele görmek isterler, onların kişiliğine gerekli saygının gösterilmesi gerekmektedir. İş yerlerinde “bireyleri teşvik için, onlara birey gibi davranıp ilgi göstermek” gerekmektedir (Metin, 2006: 255-256). Özellikle gelişmiş ülkelerde işverenler sadece işçilerin beslenme, barınma, sağlık ve güvenlik gibi fiziksel ihtiyaçlarını; kendine güven gibi duygusal ihtiyaçlarını ya da başarı ve kişisel gelişim için zihinsel ihtiyaçlarını karşılamaya çalışarak çalışanlarının hem iş hem de günlük yaşamının kalitesini arttırmaya hedeflemektedirler. Böylece geleneksel çalışma koşulları ve ücrete yönelik yasal olarak bağlayıcı düzenlemelerin ilerisine geçerek işverenlerin gönüllü sosyal sorumluluk uygulamalarını benimsemesi öngörülmektedir (Kağnıcıoğlu, 2007: 27).

Günümüzde başarılı kurumlar sadece ürün ve hizmet kaliteleriyle değil, sosyal profillerinin düzeyiyle de fark yaratıyorlar. Dünyada özellikle uluslar arası kurumlar toplum karşısına yeni bir imajla çıkma gereksinimi duyuyor. Özellikle Avrupalı şirketler bir süredir giderek artan ekonomik, sosyal, çevresel baskılara bir yanıt olarak “sosyal sorumluluklarını yerine getirdiklerinin” mesajını verme çabasındalar. Aslında kurumların sosyal içerikli projeler içinde yer almaları çok yönlü faydalar sağlıyor. Kurumları reklam, PR gibi faaliyetlerinin yanı sıra toplumsal sorunların çözümüne katkıda bulunmaları, toplum nezdindeki itibarlarına katkıda bulunuyor, ürünlerin marka değerini yükseltiyor. Tüketicilerle daha yakın ve daha derin ilişkiler kurulmasının yolunu açıyor. Bu tür faaliyetler aynı zamanda kurum çalışanlarının kendilerini toplumsal alanda

değer yaratan birer faktör olarak görmelerini sağlayıp, kurumlarına olan bağlılıklarını ve iş performanslarını da yükseltiyor (Özgen, 2006: 55).

İşletmelerin çalışanlarına karşı sosyal sorumlulukları aşağıdaki maddelerdeki sekliyle özetlenmektedir (Sohodor, 2008: 88-89).

- İşletmeler çalışanlarına adil ücret politikası uygulamalıdır. İşletmeler çalışanlarına isin niteliğine, zorluğuna süresine uygun ücret ödemesinde bulunmalıdır. İşletmenin aynı is kolundaki ve faaliyette bulunduğu bölgedeki diğer işletmelerden az olmayacak şekilde ücret ödemesi yapması gerekmektedir. Tüm bunlar işletmenin adil ücrete ilişkin sosyal sorumluluğunun bir parçasıdır.

- İşletmeler çalışanlarını güvenli, sağlıklı ve iyi çalışma koşullarında istihdam etmekten sorumludurlar. İşyerinde çalışanların fiziksel ve psikolojik durumlarını negatif yönde etkileyen çevre şartlarının ortadan kaldırılması da işletmenin bu alandaki sorumluluklarından bir tanesidir.

- İşletme çalışanlarına sağlıklı ve güvenli bir ortam sunmak, kaza ve yaralanmaları önleyici tedbirler almak, sağlık ve güvenlik eğitimi vermek gibi uygulamaları da yerine getirmek zorundadır.

- İşe alımlarda cinsel ayrımcılık yapmamak, cinsel ayrımcılığa neden olabilecek ücretlendirme ve terfi politikalarında uzak durmak zorundadır.

- Çalışanlara karar alma sürecine katılım hakkının verilmesi ve gerekli durumlarda da alınan kararları protesto etme hakkının verilmesi de işletmenin çalışanlarına karşı sosyal sorumluluklarından biridir.

- İşletmelerin çalışanların yükseltmeleri sürecinde adil davranmaları, çalışanlara ürettikleri isler doğrultusunda eşit olarak yükselme hakkı vermeleri de işletmelerin sosyal sorumluluğudur.

- İşletmelerin çalışanlarına sendika kurma, sendikal faaliyetlere katılma, toplu pazarlık ve grev yapma hakkını elde etmede engel olmaması ve bu hakları tanınması da çalışanlara karşı sosyal sorumluluklarının bir parçasıdır.

- Çalışanlar için uygun öğrenme koşullarını sağlamak, çalışanların eğitim ihtiyaçlarını belirlemek, söz konusu eğitimleri verebilecek doğru kişi ve kurumları belirlemek, eğitim için gerekli koşulları sağlamak da sosyal sorumluluk alanları arasında gösterilmektedir.

Günümüzde; yaratıcı ve yetenekli çalışanların şirketler için çok önemli bir yere sahip olduğu bilinmektedir. Rekabetin çok olduğu piyasalarda iyi personel şirketler arasında güçlü çatışmalara neden olmaktadır. Şirketler iyi personeli ellerinde tutmak için yüksek ücretler sunmaktadır. Bu nedenle çalışanların çalıştıkları şirket hakkındaki düşünceleri önemlidir. Bu nedenle şirketler çalışanları tarafından nasıl algılandıklarını ve onların kararlarını, isteklerini göz önünde bulundurmaya zorundadırlar. Çalışanların sosyal haklarının yanın da onların sosyo-psikolojik gereksinimlerini karşılamaları gerekmektedir (İbişoğlu, 2007: 16).

2.10.3. Müşterilere Karşı Sorumluluklar

Her anlamda sömürü ile karşı karşıya kalan tüketicileri ilk olarak devlet çıkardığı yasalarla korumaya çalışmıştır. İlk defa 1898 yılında İngiltere’de Emtia Satış Kanunu çıkarılmış ve bu konuda ilk yazılı hukuk kaynağı olma vasfını kazanmıştır. Ancak bu dönemde çıkan olayların çeşitliliği ve değişkenliği nedeniyle bu yasa yeterli olamamıştır. Daha önce yasal sorumluluklarını açıklarken belirttiğimiz gibi tüketicinin korunması ile ilgili hareketler ciddi anlamda 1960’lı yıllarda başlamıştır. ABD başkanı J.F.Kennedy 1962 yılında tüketici haklarını; güvenlik hakkı, bilgi edinme hakkı, seçme hakkı, temsil edilme ve sesini duyurma hakkı olmak üzere dört temel noktada toplamış 1986 yılında bu maddeler Tüketici Birlikleri Örgütü (IOCU) tarafından evrensel kabul görmüş sekiz hakka dönüştürülmüştür. Ayrıca yine aynı örgüt tarafından 1983 yılında 15

Mart “Dünya Tüketici Hakları Günü” olarak kabul edilmiştir. Ülkemizde ise ancak 8 Eylül 1995’de yürürlüğe giren 4077 sayılı Tüketicinin Korunmasına İlişkin Yasa 34 maddeden oluşmaktadır. Yasanın 1.maddesindeki amaç bölümünde; evrensel kabul görmüş tüketici haklarını kapsayan, ekonominin gereklerine ve kamu yararına uygun olarak tüketicinin sağlık ve güvenliği ile ekonomik çıkarlarının korunmasına, zararlarının karşılanmasına, çevresel tehlikelerden korunmasının sağlanmasına ilişkin önlemlerin alınmasına ve kendilerini koruyucu girişimlerin ve gönüllü örgütlenmelerin özendirilmesine ilişkin maddeler yer almıştır (Karaismailoğlu, 2006: 53)

Küreselleşme ve rekabet, üreticinin sahip olduğu gücün yönünü bu ürünleri alan ve kullanan müşterilere doğru kaydırmıştır. Pazar ekonomilerinde işletmenin başarısını etkileyen en temel unsur müşteriler olarak kabul edilmektedir. Başarılı işletmeler müşterilerinin talep ve beklentilerini karşılayarak, onlara kaliteli ve güvenilir mal ve hizmet sunmaya çalışmaktadırlar. Ayrıca gün geçtikçe ürün profili içinde müşterilerin dikkatini çekmeye, ürün ve hizmeti dikkate almaya yönelik bir arzu yaratmaya çalışmaktadırlar (Kağncıoğlu, 2007: 25).

Müşteriler, şirketlerin sosyal sorumluluğu yerine getirmesi için, tüketim baskısını bir güç olarak kullanmaktadırlar. Tüketiciler, bir şirketin sosyal sorumluluğunu yerine getirerek sunduğu bir ürün veya hizmeti tercih ederler. Fakat günümüzde tüketiciler için bir ürünün veya hizmetin kalitesi, satın almada temel belirleyicidir (İbişoğlu, 2007: 16).

Sosyal kapsamlı iki alan tüketicilerin dikkatini çekmektedir. Sağlıklı güvenli ürünler ve kalite. Ürün güvenliği ve sağlığa uygunluğu; ürünü tanıtmak, onun hakkında tüketiciyi bilgilendirmek, ürünlerin hangi hammadden yapıldığı, herhangi bir tehlike arz edip etmediği, nasıl kullanılacağı hakkında prokpestüsler, kullanma kılavuzları ve etiketler hazırlamak, ürünün üzerine tutturmak veya ambalajının içine yerleştirmek gerekmektedir. Kalite konusunun gelişimi her

geçen gün hız kazanmaktadır. Özellikle alıcı kendine sunulan mal veya hizmetten memnun olmadığı takdirde nasıl bir mekanizma ile işletmeye şikâyetlerini bildirecektir. Ne tür ve ne kadar süreli garantiler verilecektir. Satış sonrası hizmetten nasıl yararlanacaklardır ve bu tür bilgiler tüketicilere nasıl ulaşacaktır. Tabi bu tür çalışmalar satış artırma çabalarına destek olacak bir sorumluluk konusu sayılabilir (Bakirov, 2004: 68-69).

2.10.4. Topluma Karşı Sorumluluklar

İşletmeler toplumun birer parçasıdır. Bu nedenle içinde buldukları topluma karşı sorumluluklarının bulunması doğaldır. İşletmelerin topluma karşı sorumlulukları bireylerin sorumluluklarından daha fazladır. Bunun nedeni işletmelerin ellerinde bulundurdukları önemli güçtür. Bu gücü işletmelere sağlayan toplumdur. Toplumun refahı arttıkça işletmede bundan olumlu yönde etkilenecektir. Toplumun eğitim düzeyi arttıkça işletme daha eğitimli iş gücü istihdam edebilecek toplumun sağlık durumu iyileştikçe daha etkin çalışma ortamına kavuşabilecektir (Bayraktaroğlu, İlter ve Tanyeri, 2009: 15).

Dünya çapında yapılan bir araştırmada, yöneticilerin %80'ini topluma yardım faaliyetlerine katılmanın işletmenin hedeflerini başarmasını sağladığını ve verimliliği arttırdığını belirtmiştir.%90'ına yakını ise, takım çalışmasına, moralin yükselmesine daha nitelikli iş gücünün işletmeye çekilebilmesine katkı sağladığı, dolayısıyla da işe alma ve eğitim maliyetlerini azalttığını ileri sürmüştür (Kağnıcıoğlu, 2007: 28).

2.10.5. Çevreye Karşı Sorumluluklar

Küreselleşmeyle birlikte ekonomik ve politik gelişmeler dünyada tarafların birbirine olan bağımlılığını artırmaktadır. Bu konuda şirketlerinde önemli sorumlulukları bulunmakta ve şirketler sadece hissedarlarına, müşterilerine, çalışanlarına karşı değil aynı zamanda toplumun her kesimine ve çevreye karşıda sorumlu olmaktadır (Tütüncü, 2008: 172).

İşletmelerin sosyal sorumluluğu toplumun problemlerini ele alıp çözüme kavuşturmasından öte kârını maksimize etmesi gerektiğini esas alan dar bir anlayışa karşılık, işletmenin etkileşim içerisinde olduğu bütün iç ve dış çevrenin sorunlarına eğilmeyi ve bunlara en uygun çözümleri getirmeyi amaç edinen sosyal sorumluluk anlayışı daha mantıklı ve gerçekçidir. Günümüzde hangi tür işletme ya da yönetici olursa olsun çevre ile uyumu ve çevreden gelecek tepkilere karşı önlemleri düşünmek ve ona göre hareket etmek zorundadır. Bu anlamda daha geniş kapsamlı düşünüp hareket etmeyi esas alan bir sosyal sorumluluk anlayışı ön plana çıkmıştır. İşletmeler üretim kaynaklarını hem kendilerinin ve toplumun yararına en verimli bir şekilde kullanarak mal ve hizmet üretecekler, hem toplumun beklentilerini göz önüne alacaklar hem de sosyal problemlerin çözümüne bir kısım kaynaklarını tahsis ederek toplumda daha geniş alanda sosyal sorumluluk anlayışına sahip aktif bir rol üstleneceklerdir (Tıngır, 2007: 24-25).

İşletmeler için çevreyle ilgili sosyal sorumluluğun göstergesi olabilecek kriterler aşağıdaki gibi sıralanabilmektedir (Sohodor, 2008: 90-91).

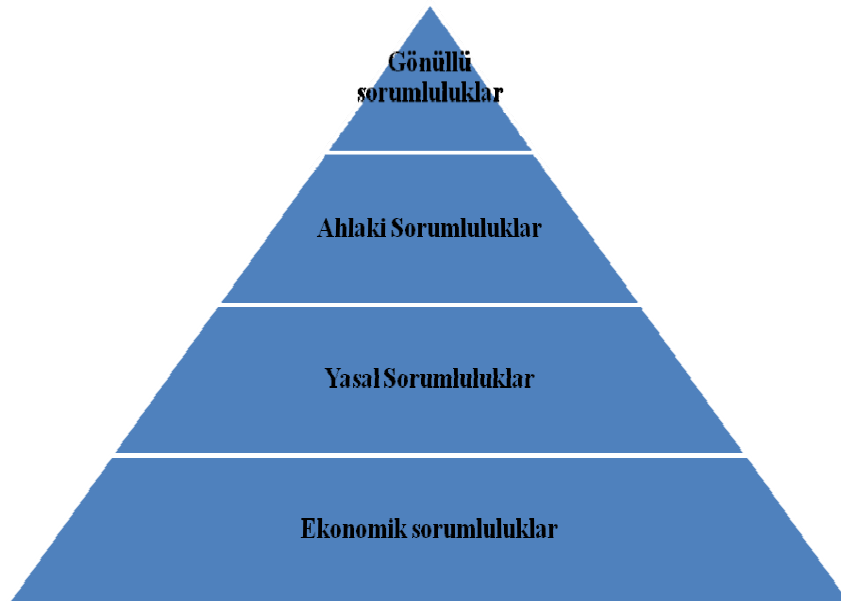
- İşletmenin sosyal sorumluluk çerçevesinde çevre ile ilgili sorumluluklarının farkına varması
- Doğal kaynakların “sorumlu” biçimde kullanılması
- Çevre dostu ürünler ve üretim süreçleri arayışı içinde olma
- Toplumda çevre yararına çalışan çeşitli gruplarla bilgi alış verişinde bulunma ve iş birliği yapma
- Ekonomik, sosyal ve ekolojik amaçlara eşit derecede önem verme

Çevresel sorumluluk duygusu taşıyan işletmeler, topluma faydalı mal ve hizmet üretmenin yanı sıra çevreyi koruyarak gelecek nesillere yaşanacak bir çevre bırakmayı istemektedirler. Artık kalkınma ve çevre koruma kavramları birbirini dışlayan değil, aksine birbirine destek veren kavramlar durumundadır.

Zaten sürdürülebilir kalkınmanın temel ilkesi, tüketilecek doğal kaynakların doğal üreme hızlarını aşmayan bir hızda tüketilmelerini güvence altına almaktır. Dolayısıyla yönetim, bir bütün olarak, yenilenebilen ve yenilenemeyen kaynak rezervleri ile atık ve ürünlerin bileşimleri arasında bir denge kurmalıdır (Özüpek, 2005: 47).

2.11. İŞLETMELERDE SOSYAL SORUMLULUK MODELLERİ

İşletmelerin genişleyen sosyal sorumluluklarını yerine getirmesinde karmaşa yaşanmaması açısından işletmelerin sosyal sorumluluklarını farklı şekilde sınırlandırmak anlamlı olacaktır. Bu sınıflandırmada işletmelerin sosyal sorumluluk açısından öncelikleri, toplumsal, kültürel, ahlaki, değerlerin farklılaşması, politik, ekonomik durumlar ve uluslararası ilişkiler gibi kriterler sebebiyle farklılık gösterebilir. Ancak, globalleşmenin etkisiyle tüm toplumların ortak sorunlarla karşı karşıya geldiği gerçeği, işletmelerin sosyal sorumluluklarını şekilde gibi dört farklı boyutta sınıflandırmamızı mümkün kılmaktadır.



Şekil 6: Kurumsal Sosyal Sorumluluk Piramidi

Kaynak: Karaismailoğlu, 2006: 27

2.11.1. Ekonomik Sorumluluk

İşletmenin büyüklüğü, bulunduğu ülke gibi iç ve dış faktörler nasıl olursa olsun piramidin ilk basamağında işletmelerin ekonomik sorumluluklarının olması gereklidir. Bütün işletmelerin ilk düzeydeki sorumluluğu olan ekonomik sorumluluk, işletmelerin toplumun gereksinim duyduğu mal ve hizmetleri üretmek için kaynakları uzun vadede verimli bir biçimde kullanması ve ürettiklerini karlı bir biçimde satmasıdır (Karaismailoğlu, 2006: 28).

Ekonomik sorumluluk, işletmenin kar amacı güden temelidir. Kar elde etmek işletmenin sosyal yönden amacı olmasa da motivasyon için ve işletmeye dahil ortak çıkarları olan bireyler açısından hayati öneme sahip bir konudur. Bu nedenle sosyal sorumluluk açısından onu etkiler görmektedir (İbişoğlu, 2007: 8).

2.11.2. Yasal Sorumluluklar

İşletmelerin kar elde ederken toplumun çıkarlarını gözetken kanun ve kurallara uygun davranması işletmenin yasal sorumluluğudur. Ekonomik sorumluluğun yanında işletmeler kendi kurumsal sosyal sorumluluklarının bir parçası olarak kanuni sorumluluklara da sahiptir (İbişoğlu, 2007: 9).

İşletmelerin sosyal sorumluluk anlayışı yasalara uygun olmalıdır. Sosyal sorumluluğun hukuki boyutu, sorumlu davranışlar için asgari standartlar ve toplumun doğru ve yanlışın ne olduğuna dair ölçüt olarak kabul ettiği yönetimin çıkardığı yasalar ve düzenlemelere itaat etmek olarak ifade edilebilir. Kısacası hukuki sorumluluklar, toplum tarafından işletmeden istenen ve işletmenin yerine getirmekle yükümlü olduğu hususlardır (Özgener, 2000: 160).

Kuruluşlar eğer sosyal sorumluluklarını yerine getirmezlerse çeşitli talep ve istekleri olan halk, isteklerinin karşılanması için yerel ve merkezi hükümetlere başvuracaklardır. Yöneticilerde bu ihtiyaçları karşılamak için çeşitli kanuni

düzenlemelere uymak kuruluşlara hayli pahalıya mal olabilecektir (Okay ve Okay, 2002: 629-630).

Yasal sorumluluk unsurları (Carroll, 1991: 41'den aktaran Kelgökmen İlic, 2010: 309).

- Devletin ve yasaların beklentilerine uygun davranmak önemlidir. Yasal ve kurumsal düzenlemelere uymak önemlidir.

- Bir kurum olarak yasalara uyan bir vatandaş olmak önemlidir.

- Başarılı bir işletme yasal gereklilikleri doğru ve zamanında yerine getirendir.

- En azanından askeri yasal gereklilikleri karşılayan ürün ya da hizmetlerin üretilmesi önemlidir.

2.11.3. Ahlaki Sorumluluklar

Ahlaki sorumluluklar yasalarda yer almasa da toplumun işletmelerden beklediği doğru ve adil davranışları kapsamaktadır. Etik sorumlulukların içinde tüketicilerin, çalışanların, hissedarların ve toplumun hak ve adalete ilişkin algılamaları vardır. İşletme bu algılamaları da dikkate alarak faaliyette bulunmak, ekonomik amaçlarını gerçekleştirmekle yükümlüdür (Ay, 2003: 38-39). Ahlaki sorumluluklar, işletmelerin toplumun değerleriyle uyumlu bir şekilde faaliyet göstermesi üzerinde odaklanan beklentilerin tümünü ifade etmektedir (Top ve Öner, 2008: 104).

Sosyal sorumluluğun bu boyutu sosyal normlara saygı göstermek ve işletmenin amaçlarını gerçekleştirmek için bu normları kötüye kullanılmasını önlemek, toplumsal beklentilere uygun bir şekilde faaliyette bulunmak, işletmede beklenen etik davranışı cömertçe ödüllendirerek iyi bir personel olduğu duygusunu uyandırmak ve işletmenin bütünlüğünün ve etik davranışın yasal

düzenlemelerin ötesinde olduğunu kabul etmektedir (Carroll, 1991: 41'den aktaran Özüpek, 2005: 78-79).

2.11.4. Gönüllü Sorumluluklar

Gönüllü sorumluluk, toplumda kabul görme açısından değerlendirildiğinde büyük öneme sahiptir. Toplumsal sorunların çözümü için, çikarsız ve gönüllü olarak yardımlarda bulunmak olarak da algılanabilir. Ayrıca sosyal sorumluluk prensipleri kurumsal, örgütsel ve bireysel seviyelerde şekillenmektedir (İbişoğlu, 2007: 10).

Sosyal sorumluluğun dördüncü düzeyini gönüllü ve ya isteğe bağlı sorumluluklar oluşturmaktadır. Bu sorumluluklar ne bir kanuni sorumluluk ne de etik anlamda bir örgüt beklentisidir. İşletmenin topluma yaptığı dolaylı ve doğrudan katkıları ifade eder. Başka bir ifadeyle iyi bir vatandaş olarak işletme toplumun refahını yükseltmeyi ve yaşam kalitesini arttırmayı ve bu konudaki toplumsal beklentilere cevap vermeyi amaçlamaktadır. Ayrıca işletmelerin faaliyet gösterdiği yerel topluluğa katkıda bulunması beklentisini de kapsar (Carroll, 1991: 42'den aktaran Özüpek, 2005: 80).

Ayrıca, Carroll daha sonra Schwartz'la birlikte dörtlü piramit modelini revize etmiş ve hayırseverlik kategorisinin etik veya ekonomik sorumluluklar altında sınıflandırılmasının daha uygun olacağını önermiştir. Bu yeni konumlandırmanın asıl sebebi; hayırseverlik ve etiksel aktiviteler arasındaki ayrımın hem teorik hem de uygulama düzeyinde çoğu zaman zor olması ve hayırseverlik aktivitelerinin basitçe ekonomik çıkarlar üzerinde temellendirilebileceğidir. Bu revizede dört temel alan; ekonomik, yasal ve etiksel olmak üzere üçe indirilmiştir. Üç alanlı model yedi parçayı bünyesinde bulundurmaktadır. Bunlar; sadece ekonomik, sadece yasal, sadece etiksel, ekonomik/yasal, ekonomik/etiksel, yasal/etiksel ve ekonomik/yasal/etiksel olarak adlandırılmıştır. Sadece ekonomik alan, doğrudan veya dolaylı ekonomik kara sahip olması gereken aktivitelerdir. Sadece yasal alan, etik ve doğrudan ve ya

dolaylı ekonomik karla ilişkili olarak değerlendirilmeyen kurumsal faaliyetleri işaret etmektedir. Yasal değerlendirmelere dayanmayan ancak aynı zamanda hem etik hemde ekonomik olan kurum faaliyetleri ekonomik/etik alan içerisinde yer almaktadır. Etik dışında değerlendirilen, fakat hem ekonomik hem de yasallığa dayanan kurum aktiviteleri ekonomik/yasal alanda değerlendirilmektedir. Hem yasallığı hem de etiği gerektiren fakat herhangi bir ekonomik fayda düşünmeyen belirli kurumsal aktiviteler ekonomik/yasal/etik alanda yer almaktadır. Üç alanlı model, Carroll'un daha önce ortaya koyduğu dörtlü piramit modelindeki hiyerarşik ilişkiyi de ortadan kaldırmaktadır (Bakan ve Kalender, 2007: 360-361).

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

SOSYAL KAYGI DÜZEYLERİ İLE İLGİLİ ALAN ARAŞTIRMASI

3.1. YÖNTEM

Bu bölümde araştırmanın problemi, amacı, önemi, sınırlılıkları, evren ve örnekleme, veri toplama araçları ve veri değerlendirilmesinde kullanılan analizlere yer verilmiştir.

3.1.1. Araştırma Problemi

Araştırmamızın problemini halkla ilişkiler sürecinde sosyal kaygı düzeylerinin sosyal sorumluluk projeleri ile nasıl ve hangi yönde giderilmeye çalışıldığı oluşturmaktadır. Alt problem basamakları ise sosyal kaygı nedir ve nasıl oluşur? Hangi koşullarda ve ne tür yöntemlerle kaldırılır? Sorularının cevapları aranacaktır.

3.1.2. Araştırmanın Amacı

Bu araştırma halkla ilişkiler sürecinde sosyal kaygı düzeylerinin sosyal sorumluluk projeleri ile giderilmeye çalışılmasını ortaya koymayı amaçlamıştır.

3.1.3. Araştırmanın Önemi

Sosyal kaygı çeşitli bozukluklarla beraber seyreden ve bireyin günlük sosyal aktivitelerini olumsuz yönde etkileyen bir kaygı bozukluğudur. Yapılan araştırmalarda genel nüfus içinde oldukça sık olduğu bildirilen ve her yaş döneminde karşımıza çıkan bu bozukluk sosyal ilişkiler anlamında önemli bir sorun olduğunu ortaya koymuştur. Yapılan literatür taraması sonucunda sosyal sorumluluk projeleri ile sosyal kaygının bir arada işlendiği bir araştırmaya

rastlanmamıştır. Yapılan bu araştırmanın literatüre önemli katkısının olacağı düşünülmektedir. Bu sayede yapılan sosyal sorumluluk projeleriyle sosyal kaygıya sahip bireylerde bu kaygıyı nasıl azalttığı ortaya konularak bu konuda çalışma yapan diğer eğitimciler açısından bu çalışmanın önemli olacağı düşünülmektedir.

3.1.4. Sayıtlar

1. Sosyal kaygı düzeylerinin sosyal sorumluluk projeleri ile giderildiği görülmektedir.
2. Sosyal kaygıya sahip bireylerin sosyal ortamlarda bulunmadığı görülmektedir.
3. Toplumun bilinçlenmesiyle sosyal sorumluluk projeleri arasında olumlu düzeyde bir ilişki vardır.
4. Üniversitelerdeki öğrenci toplulukları yaptıkları faaliyetlerle sosyal kaygının giderilmesinde etkili olmaktadır.

3.1.5. Araştırmanın Sınırlılıkları

Sosyal kaygı düzeyleri ve bu kaygı düzeyinin giderilmesine yönelik olarak iki disiplinle sınırlandırılmıştır. Örneklem Selçuk Üniversitesi ile sınırlıdır.

3.1.6. Araştırmanın Evreni ve Örneklemini

Araştırmanın evrenini Selçuk Üniversitesi Öğrenci Toplulukları oluştururken örneklemini ise; Selçuk Üniversitesi Öğrenci Topluluklarından Avrupa Birliği ve Erasmus Topluluğu, Atatürkçü Düşünce Topluluğu, Mevlana ve Hoşgörü Topluluğu, Girişimcilik ve Kariyer Topluluğu, Çağdaş Dans Topluluğu, Bilim ve Medeniyet Topluluğu, Fotoğrafçılık Topluluğu, Organizasyon ve Tanıtım Topluluğu, Havacılık Topluluğu, Yenilikçi Fikirler

Topluluğu ve Münazara Topluluğuna üye olan ve tesadüfî örneklem türünde seçilen 358 üniversite öğrencisi oluşturmuştur.

- **Avrupa Birliği ve Erasmus Topluluğu:** 2008 yılında kurulan topluluğun amaçları; Avrupa Birliğini tanıtmak, öğrencilerin eğitim programları dışındaki programları dışındaki programlara da entegrasyonunu sağlamak, AB ve gençlik projelerini tanıtmak, uluslar arası eğitim programları hakkında konferans, broşür, afiş vb. medya aracılığıyla bilgilendirmek, üniversiteye gelen misafir akademisyen ve öğrencilere konserler, sergiler, söyleşiler düzenlemek ve Türk kültürünü tanıtmak olarak sıralanabilir. Topluluk bu amaçlar doğrultusunda uluslar arası bir örgüt olan Erasmus Student Network'e üye olmuştur. Yabancı ve Türk öğrencilerin Erasmus aşamasında yardımcı olmak için oryantasyon toplantıları düzenlemiştir. Sosyal ve kültürel faaliyetlerle öğrencileri bilgilendirmek ve Erasmus programının tanıtılması ve yaygınlaştırması sağlanmıştır. Bilimsel faaliyetlerle okul-topluluk-öğrenci işbirliği ve gelişiminin sağlanması gibi faaliyetlerde bulunmuşlardır.

- **Atatürkçü Düşünce Topluluğu:** 2004 yılında kurulan topluluk Atatürk ilke ve inkılâplarına bağlı kalınarak bu ilkelerin evrenselliği konusunda Türkiye Cumhuriyeti'ni koruyacak, savunacak ve daha ileriye götürececek genç nesilleri yetiştirmeyi amaçlar.

- **Mevlana ve Hoşgörü Topluluğu:** 2006 yılında kurulan topluluk Mevlana'yı daha iyi anlamaya çalışmak ve tüm insanlığa sunduğu mesajları yaşama geçirmeye çalışmak ve ardından üniversite gençliğine ve halka sunmak için ilk olarak topluluğun kendi üyeleriyle birlikte Mevlana'nın eserlerini incelemek düşün dünyasını anlamaya çalışmak için atölye çalışmaları yapmaktadır. Bununla beraber bu konuda birikime sahip araştırmacı ve akademisyenleri Selçuk Üniversitesi'ne davet ederek konferanslar düzenlemektedir. Ayrıca Mevlana'nın kurduğu Mevlevilik açısından önemli olan

Türk musikisinin daha iyi tanınması için Türk müziği konserleri düzenlemektedir.

- **Girişimcilik ve Kariyer Topluluğu:** Mart 2004 yılında kurulan topluluk daha çok üniversite öğrencilerine sosyal, kültürel ve mesleki hayatlarını hazırlama amacıyla faaliyetler düzenlemek ve bu çerçevede çalışmalar yaparak öğrencilerin dayanışmasını ve kaynaşmasını sağlamayı amaçlamaktadır. Bu amaçlar doğrultusunda topluluk, kariyer günleri, kişisel eğitim günleri, konferanslar, paneller ve seminerler düzenlemiştir. Düzenlediği bu faaliyetlerle de üniversite öğrencilerine girişimcilik ruhunu aşilayarak onların kişisel gelişimlerine katkıda bulunup tecrübe kazanmaları sağlanmıştır.

- **Çağdaş Dans Topluluğu:** S.Ü. Çağdaş Dans Topluluğu 2004 yılında kurularak üniversite öğrencilerinin bölgesel, ulusal ve uluslar arası dans turnuvalarına katılmalarını, etkinliklerde ve faaliyetlerde bulunarak dans yeteneklerini geliştirecek çalışmalar ve imkânlar sunarak öğrencilerin birbirleri ile tanışarak aralarındaki dayanışmayı, iletişimi ve sosyal yönlerini geliştirme imkânı sunmuştur.

- **Bilim ve Medeniyet Topluluğu:** 2009 yılında kurulan topluluk üniversite öğrencilerini bilim ve medeniyet alanında bilinçlendirmek ve farkındalığı artırmak, bilim ve medeniyet alanlarındaki akademik çalışmalara öncülük etmek ve bu çalışmaları öncülük çerçevesinde üniversite öğrencilerine anlatmak, bilim ve medeniyet konusunda önemli bir aktör olan üniversitelerin bu alandaki çalışmalarına katkıda bulunmak ve bu alanda faaliyet gösteren diğer topluluklarla işbirliği yapmak ve ortak çalışmalarda bulunmak amaçlanmıştır. Bu amaçlar doğrultusunda dönemsel ve tarihe bağlı konferanslar, paneller, seminerler ve geziler düzenlemektedir.

- **Fotoğrafçılık Topluluğu:** Selçuk Üniversitesi öğrencilerine bilimsel ve sanatsal faaliyetlerde bulunabilecekleri fotoğrafçılık, teknik uygulamalar hakkında çalışmalar organize ederek kendilerini geliştirmelerini, bilgi akışı

sağlayarak fotoğrafçılığı sevdirmeyi, üniversiteyi ve Konya yöresini tanıtmayı amaçlayan topluluk geziler, eğitimler, sergiler ve yarışmalar düzenlemiştir.

- **Organizasyon ve Tanıtım Topluluğu:** Aralık 2006'da kuruluşunu tamamlayıp Şubat 2007'de çalışmalarına başlayan topluluk kuruluşundan itibaren Selçuk Üniversitesi'ni ve Konya'yı tanıtmayı amaç edinmiştir. Üniversitenin yapacağı faaliyetlerde etkin bir rol alarak sivil toplum kuruluşları katılımlarıyla konferans, tiyatro, sergi, imza günü vb. faaliyetler yapmaktadır. Bunun yanı sıra "Takip Et!" projesi ile Selçuk Üniversitesini kazanan öğrencilere kayıt öncesi destek verilmektedir.

- **Havacılık Topluluğu:** S.Ü. Havacılık Topluluğu 2004 yılında kurulmuştur. Havacılık sporlarının tanıtımı ve yamaç paraşütü sporunun eğitimi verilip öğrencilere bir topluluk önünde kendilerini rahtça idare edebilmeleri için aktif görevler verilerek üniversiteyi ulusal ve uluslar arası organizasyonlarda temsil edebilecek düzeyde pilot yetiştirmek amaçlanmaktadır. Topluluk ulusal festivallerde üniversite adına katılmak, bahar şenliklerinde havacılık şenlikleri gerçekleştirmek gibi birçok faaliyet düzenlemiştir.

- **Münazara Topluluğu:** 2004 yılında kurulan topluluk S.Ü. öğrencilerinin bölgesel, ulusal ve uluslar arası münazara turnuvalarına katılmalarını sağlamak, turnuvalar düzenleyerek yetenekli öğrencilere çalışma alanları ve imkânlar sunmak, öğrenci kitlelerine tartışma zemini hazırlayıp danışmayı ve iletişimi pekiştirmeyi amaçlar. Topluluk; sunum, ikna, ifade, dinleme, özgüven, entellektüelite, bilgi, gündem, kürsü hakimiyeti, topluluk önünde konuşma diksiyon, plan gibi kişisel eğitim seminerleri, sahne sanatı eğitimi gibi tiyatro eğitimi ve Ülker, Sony Ericson, Axe, Arçelik, Arko, Vodafone, Avon gibi 150 ulusal ve uluslar arası markanın tanıtım, reklam vb. gibi marketing çalışmaları yapmaktadır. Bu münazara çalışmaları sonucu ulusal ve uluslar arası yarışmalarda derecelikler ve bu eğitimleri alan her bir bireyin toplum içinde kendine yer bularak kendini ifade edebilmesi sağlanmaktadır.

• **Yenilikçi Fikirler Topluluğu:** 2008 yılında kurulan topluluğun temel amacı Selçuk Üniversitesi'nde inovasyon (yenilikçilik) kültürünü oluşturmaktır ve bunun yanı sıra S.Ü. öğrencilerine iş dünyasında yönetim ve organizasyon alanında globalleşen dünyadaki değişimlere paralel olarak, Avrupa ülkelerinde ve son zamanlarda ülkemizde de önem verilmeye başlanan düşünsel, ürünsel ve örgütsel yenileşme, farklılaşma ve toplam kalite yönetimi kültürünü Selçuk Üniversitesi öğrencileriyle paylaşmak ve yönde yenilikçi fikirler ortaya çıkarabilmek amacıyla faaliyetlerde bulunmaktadır. Topluluk faaliyetleri bu çerçevede seminerler, konferanslar şeklinde gerçekleşmektedir.

Uygulama topluluk başkanlarıyla görüşülüp gerekli açıklamalar yapıldıktan sonra toplulukların toplantıları sırasında topluluk başkanlarının izniyle toplantıya katılan tüm topluluk üyelerinin gönüllü katılımıyla gerçekleştirilmiştir.

3.1.7. Veri Toplama Araçları

Araştırmada bireylerin bazı kişisel özelliklerini belirleyebilmek için “Kişisel Bilgi Formu” ile sosyal kaygı düzeylerini belirleyebilmek için “Sosyal Kaygı Ölçeği (SKÖ)” kullanılmıştır.

3.1.7.1. Kişisel Bilgi Formu

Ankete katılacak kişiyi tanıtıcı bilgilerle ilgili form araştırmacı tarafından hazırlanmıştır. Kişisel Bilgi Formu'nda öğrenci topluluklarına üye olan öğrencilerin fakülte, bilim alanı, sınıf, cinsiyet ve hangi öğrenci topluluğuna üye olduğuna ilişkin sorular bulunmaktadır.

3.1.7.2. Sosyal Kaygı Ölçeği

Özbay ve Palancı (2001) tarafından üniversite öğrencilerinin yaşadığı sosyal kaygı içerikli sorunları belirlemek amacıyla geliştirilmiştir. Öğrenci popülasyonuna yönelik kullanılacak şekilde geliştirilen ölçek, üniversite öğrencilerinin sosyal durumlarına uygun becerilerini ve bu durumlarda

oluşabilecek kaygılarını ölçebilecek yapıda hazırlanmıştır. Ölçek kriter ve yapı geçerliğine tabi tutulmuştur. Kriter geçerliği için SCL-90 ölçeğinin ilgili beş ölçeği, Rathus Atılganlık Envanteri ve MMPI'nın Sosyal İçedönüklük alt testi kullanılmıştır. Yapı geçerliğine yönelik faktör analizi sonucunda 30 maddelik üç faktörlü bir yapı oluşmuştur. Bu üç faktör, sosyal kaçınma, eleştirilme kaygısı ve bireysel değersizlik olarak adlandırılmıştır. Üç faktörün açıkladığı toplam varyans % 32.9'dur. Ölçeğin Cronbach Alfa iç tutarlılık katsayısı. 83'tür. Ölçek likert tipi 0-4 aralığında beşli derecelendirmeye sahiptir. Alınan puanların yükselmesi sosyal kaygı düzeyinin yükseldiğini göstermektedir.

3.1.8. Veri Toplama Araçlarının Uygulanması

Araştırmaya ait uygulamalar 2009-2010 eğitim-öğretim yılı içerisinde belirlenen çalışma grubuna uygulanmıştır. Araştırmacı tarafından gerekli izinler alındıktan sonra topluluk başkanlarıyla konuşulup gerekli açıklamalar yapıldıktan sonra önceden belirlenen tarih ve saat dilimi arasında topluluk başkanının izniyle uygulama yapılmıştır. Veri toplama araçları uygulamaya katılan topluluk üyelerine dağıtıldıktan sonra araştırmanın amacı ve uygulayıcıların vereceği cevaplardaki samimiyetin önemi hakkında öğrenciler bilgilendirilmiştir. Uygulamanın yapılması ortalama olarak 20-25 dk. Sürmüştür.

3.1.9. Verilerin Değerlendirilmesi

Araştırma verilerinin işlenmesi ve yorumlanması için SPSS 15.0 for Windows Evaluation Version programı kullanılmıştır.

Verilerin değerlendirilmesinde öncelikle genel özelliklerinin betimsel olarak görülebilmesi için dağılımların tasviri (descriptive) istatistikleri (frekans) kullanılmıştır. Sosyal kaygı ölçeğinde genel ortalama ve varyans bulunmuş daha sonra ise faktör analiz ile anlamlı olan varyansın kaç değişik alana indirgenebileceği ve bu alanların neler olabileceği saptanmıştır. Daha sonra bu gruplar (fakülte, bilim alanı, sınıf, cinsiyet, üye oldukları öğrenci toplulukları) bazında bu alanlardaki farklılıklar bulunmaya çalışılmıştır. Bu farklılıkları

bulmak için Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA) , korelasyon ve t-test kullanılmıştır.

3.1.9.1. t-test

İki ilişkisiz örneklem ortalamaları arasındaki farkın manidar olup olmadığını test etmek için kullanılır (Büyüköztürk, 2005: 39).

3.1.9.2. Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA)

Tek faktörlü varyans analizi, ilişkisiz iki ya da daha çok örneklem ortalaması arasındaki farkın sıfırdan anlamlı bir şekilde farklı olup olmadığını test etmek üzere uygulanır (Büyüköztürk, 2005: 47). Karşılaştırılmak istenen grup ortalamalarının ikiden çok olması halinde t-test yerine ANOVA kullanılır (Karasar, 1999: 237).

3.1.9.3. Korelasyon

Aynı birey ya da durumlar üzerinde birer çift verinin (değişkenlerin aldıkları değerlerin) gruptaki birlikte değişim ölçüsüdür (Karasar, 1999: 220).

Korelasyon katsayısı, artı bir (+1) ile eksi bir (-1) arasında değerler alır. Değişkenler birlikte azalıp çoğalan değerler alıyorsa ilişki artı yönde, biri çoğalırken diğeri azalıp çoğalan değerler alıyorsa ilişki eksi yönde çıkar.

Korelasyon katsayısının amacı, iki değişkenin ne kadar birlikte işlediğini ya da ortak değişkenlik gösterdiğini ortaya koymaktır. İdeal olarak değişkenler oran düzeyinde ölçülür (Neuman, 2009: 520).

Korelasyon hesaplamalarında dikkate alınması gereken diğer bir nokta da, her bir değişkenin alabileceği değerlerin genişliğidir. Alınabilecek en büyük ve en küçük değerler birbirinden ne kadar uzakta ise korelasyon hesaplaması da o kadar anlamlı olur. Aksi halde değişkenler arasında çok yüksek bir ilişki olsa da, puan genişliği küçük olan bir grupla çalışıldığında, ilişki yok gibi gözükür.

3.1.9.4. Faktör Analizi

Bilimsel etkinliklerin en önemli amaçlarından biriside gözlemlenen olaylar arasındaki görgül ilişkileri teorik formülasyonlar aracılığıyla etkin bir şekilde özetlemektir. Araştırılabilecek olaylar hemen hemen sonsuzdur, bu yüzden bilimsel faaliyetler hakkında herhangi bir genel ifadeye ulaşmakta oldukça zordur. Ancak olası bir genel ifade şöyle olabilir; bilim adamları bir takım değişkenler arasındaki ilişkileri analiz eder, bu ilişkiler belirlenmiş bazı durumlarda bulunan bir grup birey üzerinde değerlendirilir (Koçak, 2001: 85).

Faktör analizi tekniğinin kullanılma amacı, değişkenlerdeki karşılıklı ilişkileri doğru bir şekilde özetlemektir. Böylece ortaya çıkan sonuçlar kavramlaştırmayı daha da kolaylaştıracaktır ki kavramlaştırma kuram oluşturma için birincil adımdır. Bunu da faktör analiz genelde orijinal değişkenlerdeki maksimum bilgi miktarını birkaç faktörün içine sıkıştırarak başarmaktadır (Koçak, 2001: 85).

3.2. BULGULAR VE DEĞERLENDİRME

Bu bölümde sosyal kaygı ölçeği kullanılarak sosyal kaygı düzeylerinin açıklanmasına yönelik alan araştırmasının sonuçları değişik başlıklar altında sunulacaktır. Öncelikle araştırmaya katılan öğrencilerin sosyo-demografik özellikleri belirtilecek daha sonra ise sosyal kaygı ölçeğinin bu değişkenlerle analizi ortaya koyulacaktır.

Tablo 1. Araştırmaya Katılan Öğrencilerin Okudukları Fakülte

	Frekan s	Yüzde (%)	Geçerli Yüzde
Mühendislik-Mimarlık Fakültesi	81	22,6	22,6
Fen Edebiyat Fakültesi	28	7,8	7,8
Ziraat Fakültesi	12	3,4	3,4
Teknik Bilimler MYO	3	,8	,8
İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi	122	34,1	34,1
Veterinerlik Fakültesi	9	2,5	2,5
Sosyal bilimler MYO	12	3,4	3,4
Mesleki Eğitim Fakültesi	28	7,8	7,8
İletişim Fakültesi	21	5,9	5,9
Eğitim fakültesi	11	3,1	3,1
Dilek Sabancı Devlet Konservatuarı	4	1,1	1,1
Hukuk Fakültesi	13	3,6	3,6
Sağlık Hizmetler MYO	2	,6	,6
Teknik Eğitim Fakültesi	6	1,7	1,7
Yadam	4	1,1	1,1
Sosyal Bilimler Enstitüsü	1	,3	,3
Sağlık Bilimler Fakültesi	1	,3	,3
Total	358	100,0	100,0

Araştırmaya katılan öğrencilerin %34,1 İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi'nde okurken %22,6'sı ise Mühendislik-Mimarlık Fakültesi'nde okumaktadır. Buradan hareketle araştırmamız kapsamında en fazla iktisadi ve idari bilimler fakültesinde okuyan öğrencilere ulaşılmıştır.

Tablo 2. Araştırmaya Katılan Öğrencilerin Okudukları Bilim Alanı

	Frekans	Yüzde (%)	Geçerli Yüzde
Valid Sosyal Bilimler	224	62,6	63,3
Valid Fen Bilimler	130	36,3	36,7
Total	354	98,9	100,0
Missig System	4	1,1	
Total	358	100,0	

Araştırmaya katılan öğrencilerin hangi bilim alanında okuduklarını gösteren tablo yukarıdaki gibidir. Soru kâğıdında araştırmaya katılanlara okudukları bölümün adını açık bir şekilde yazmaları istenmiştir ve bunun sonucunda 66 ayrı bölüm kodu girilmiştir. Daha sonra bu bölümler sosyal ve fen bilim alanı olarak yeniden kodlanmıştır. Araştırma kapsamındaki öğrencilerin %63,3'ü sosyal bir bölümde okurken %36,7'si ise fen bölümlerinde okumaktadır.

Tablo 3. Araştırmaya Katılan Öğrencilerin Sınıfları

	Frekans	Yüzde (%)	Geçerli Yüzde
Valid Birinci	92	25,7	25,8
Valid İkinci	111	31,0	31,1
Valid Üçüncü	83	23,2	23,2
Valid Dördüncü	67	18,7	18,8
Valid Hazırlık	4	1,1	1,1
Total	357	99,7	100,0
Cevap Vermeyenler	1	,3	
Total	358	100,0	

Araştırmaya katılan öğrencilerin kaçınıcı sınıfta okudukları sorulduğunda, çoğunluğu (%31,1) ikinci sınıf öğrencisi olduğunu, %25,8'i birinci sınıf %23,2'si de üçüncü sınıf öğrencisi olduğunu belirtmiştir.

Tablo 4. Cinsiyet

	Frekans	Yüzde (%)	Geçerli Yüzde
Valid Kadın	195	54,5	54,5
Valid Erkek	163	45,5	45,5
Total	358	100,0	100,0

Araştırmaya katılan üniversite öğrencilerinin %54,5'ini kızlar oluştururken %45,5'ini de erkekler oluşturmaktadır. Örneklem seçiminin tesadüfî olması nedeniyle bu oranlar elde edilmiştir. Bu oranlar yapılacak olan istatistikî analizler için temsil yeteneğine sahiptir.

Tablo 5. Araştırmaya Katılan Öğrencilerin Üye Oldukları Öğrenci Toplulukları

	Frekans	Yüzde (%)	Geçerli Yüzde
Valid Organizasyon ve Tanıtım Topluluğu	37	10,3	10,3
Havacılık Topluluğu	38	10,6	10,6
Yenilikçi Fikirler Topluluğu	38	10,6	10,6
Atatürkçü Düşünce Topluluğu	15	4,2	4,2
Avrupa Birliği ve Erasmus Topluluğu	32	8,9	8,9
Valid Bilim ve Medeniyet Topluluğu	34	9,5	9,5
Münazara Topluluğu	28	7,8	7,8
Çağdaş Dans Topluluğu	33	9,2	9,2
Fotoğrafçılık Topluluğu	34	9,5	9,5
Girişimcilik ve Kariyer Topluluğu	38	10,6	10,6
Mevlana ve Hoşgörü Topluluğu	31	8,7	8,7
Total	358	100,0	100,0

Araştırmaya katılan üniversite öğrencilerinin %10,6'sını Havacılık Topluluğuna, Yenilikçi Fikirler Topluluğuna ve Girişimcilik ve Kariyer Topluluğuna üye olan öğrenciler oluşturmaktadır.

Tablo 6. Sosyal Kaygı Düzeyi

İfadeler	N (Sayı)	Mean (Ortalama)	Std.Deviation (Standart Sapma)
Konuşurken hata yapmamaya özen gösteririm	357	2,2437	1,28496
Hatalı davranmamak için kendimi sürekli kontrol ederim	357	2,2219	1,23502
Küçük düşmekten daha kötü bir şey olamaz	351	1,8319	1,38056
Hep yanlış anlaşılmaktan korkarım	356	1,5337	1,16352
Kalabalık bir ortamda bir şeyi yaparken herkesin bana baktığını düşünürüm	356	1,4101	1,07746
Başkalarının beni beğeneceği şekilde davranmaya özen gösteririm	354	1,3729	1,29368
Toplu ortamlarda kalabalığa karışmak yerine bir kişi ile sohbet etmeyi tercih ederim	356	1,2275	1,11149
Birisiyle konuşacakken konuşmaya karşıdaki kişinin başlamasını beklerim	357	1,1849	1,01920
Önemli birisiyle konuşurken sesimin titremesine engel olamam	357	1,1765	1,01655
Ya hata yaparsam endişesiyle birçok davranışımı ertelediğim olur	357	1,1148	,91843
İnsanların beni kabul etmeleri için hata yapmamalıyım	355	1,1042	1,20866
Yeni tanıştığım insanlarla konuşacak bir şey bulmakta güçlük çekerim	357	1,0980	1,10866
Bana bakılırken bir şey yapamam	357	1,0252	,90995
Sınıf karşısında konuşmakta güçlük çekerim	357	1,0112	1,03852

Reddedilmek benim için küçük düşmek demektir	355	1,0056	1,06297
Hata yaparsam insanlarla olan iyi ilişkilerim bozulur	357	,9776	,96835
Sorulan soruların cevabını bilsem dahi cevaplamaktan çekinirim	357	,8936	1,04392
Başkaları tarafından eleştirilmekten korkarım	358	,8883	,88170
Bildiğim bir konu hakkında dahi olsa kalabalık önünde konuşmam	355	,8817	,97284
Birisiyle konuşurken yüzüm kızarır	357	,8599	,86602
Birisiyle konuşurken göz göze gelmekten kaçınırım	358	,8128	,88000
Anlamadığım şeyleri başkalarına sormaktan çekinirim	358	,7709	,83216
Karşı cinsten birisiyle konuşurken zorlanırım	357	,7703	,87917
Geç kaldığımda sınıfa girmekte zorlanırım	355	,7690	,94937
Fiziksel görüntümden genel olarak memnun değilim	356	,7219	,87125
Ancak basit işlerde başarılı olabilirim	346	,6994	,83187
Beğenilecek bir tarafımın olmadığını düşünüyorum	357	,6807	,89254
Bir gruba/ topluluğa üye olmak benim için hep zor olmuştur	357	,6695	1,00140
Büyük ve lüks bir mağazadan fiyat sormaya çekinirim	357	,5994	,90212
Hiçbir şeye yaramadığımı düşünüyorum	356	,4017	,78284

Bireylerin sosyal kaygı düzeylerini belirlemeyi sağlayan ölçek 30 ifadeden oluşmakta ve bu ifadeler ortalamalarına göre en çok olandan en az olana doğru aşağıdaki tabloda sıralanmaktadır. Tabloda yer alan ifadeler içerisinde en çok ortalamaya sahip olan ifadenin (2,24) , “konuşurken hata yapmamaya özen gösteririm” yargısı olduğu görülmektedir. Bu ifadeye göre araştırmaya katılan öğrenciler, konuşmaları sırasında hata yapmamaya oldukça fazla özen göstermektedirler. Tablo da yer alan ikinci ifade ise, 2,22 ortalama oranıyla “hatalı davranmamak için kendimi sürekli kontrol ederim” yargısıdır. Ortalaması yüksek olan ifadelerden bir diğeri ise, “küçük düşmekten daha kötü bir şey olamaz” yargısıdır. Ortalama düzeyleri en yüksek olan ilk üç ifade göz önüne alındığında, sosyal kaygıda önemli olan bireyin başkalarının gözünde nasıl görüldüğüdür. Daha çok hata yapmamak için çalışıldığı ve hata yapıldığı zaman da birey için küçük düşmekten daha kötü bir şey olmadığıdır.

“Hiçbir şeye yaramadığımı düşünüyorum” ifadesi ise tabloda yer alan ifadeler arasında en düşük (,4017) ortalamaya sahip olan ifadedir. Bu ifadeye göre ise, araştırma kapsamında yer alan öğrencilerin hiç biri kendisini işe yaramayan biri olarak düşünmüyor. Tabloda yer alan ifadelerden “büyük ve lüks bir mağazadan fiyat sormaya çekinirim” yargısı da düşük ortalamalı ifadelerden birisidir.

Sosyal Kaygı Faktör Grupları

Bireylerin sosyal kaygılarıyla ilgili ölçek 30 ifadeden oluşmaktadır. Uygulama sonrası bu 30 ifade faktör analizine tabi tutularak sosyal kaygıya yönelik faktör yapıları ortaya konulmuştur. Güvenirlilik analizi ölçeğin güvenilir olduğunu göstermektedir (,9037). Sosyal kaygı düzeylerinin %40,85’ini açıklayan 3 faktör çözümü elde edilmiştir. Elde edilen faktör t-puanı formatında değişken olarak kaydedilmiş ve bağımsız değişkenlerle (fakülte, bilim alanı, sınıf, cinsiyet, hangi öğrenci topluluğuna üye oldukları) ilişkileri t-test ve ANOVA analizleri aracılığıyla test edilmiştir.

Tablo 7. Faktör 1: Sosyal Kaçma (N=358)

SOSYAL KAYGI ÖLÇEĞİ	ORT.	SS.	FAKTÖRLER		
			1	2	3
Sosyal Kaçma					
Bildiğim bir konu hakkında dahi olsa kalabalık önünde konuşmam	,882	,972	,699		
Sınıf karşısında konuşmakta güçlük çekerim	1,011	1,038	,678		
Anlamadığım şeyleri başkalarına sormaktan çekinirim	,771	,832	,644		
Birisiyle konuşurken yüzüm kızarır	,851	,866	,620		
Toplu ortamlarda kalabalığa karışmak yerine bir kişi ile sohbet etmeyi tercih ederim	1,22	1,111	,617		
Önemli birisiyle konuşurken sesimin titremesine engel olamam	1,18	1,017	,589		
Bana bakılırken bir şey yapamam	1,02	0,92	,617		
Yeni tanıştığım insanlarla konuşacak bir şey bulmakta güçlük çekerim	1,10	1,109	,577		
Sorulan soruların cevabını bilsem dahi cevaplamaktan çekinirim	,894	1,04	,569		
Karşı cinsten birisiyle konuşurken zorlanırım	,770	,879	,543		
Bir gruba/ topluluğa üye olmak benim için hep zor olmuştur	,6695	1,004	,501		
Birisiyle konuşurken göz göze gelmekten kaçınırım	1,19	1,019	,475		
Geç kaldığımda sınıfa girmekte zorlanırım	,77	,9494	,473		
Birisiyle konuşacakken konuşmaya karşımdaki kişinin başlamasını beklerim	1,19	1,019	,460		
Büyük ve lüks bir mağazadan fiyat sormaya çekinirim	,599	,902	,445		
Ancak basit işlerde başarılı olabilirim	,699	,832	,418		
<i>Özdeğer (Eigenvalue)</i>			5,53		
<i>Açıklanan Varyans (Variance explained) (%)</i>	40,85		18,44		
<i>Güvenilirlik (Cronbach's alpha)</i>	,9037		,8813		

İlk faktör “Sosyal Kaçma” olarak adlandırılmıştır. Bu faktör altında 16 ifade yer almaktadır. İfadeler sosyal kaygıya sahip bireylerin sosyal kaygı oluşturan (topluluk önünde konuşamama, birisiyle konuşacakken konuşmaya

karşıdaki kişinin başlamasını bekleme gibi) bir durumla karşı karşıya kaldıkları anda sosyal bir kaçma gerçekleştirmektedirler. Sosyal kaçma faktörü 5, 53 değeriyle toplam varyansın %18, 44'ünü açıklamaktadır. Faktör altında toplanan faktörlerin güvenilirliği 0, 8813 olarak çıkmıştır. Sosyal kaygıya sahip kadınlar ve erkekler birbirine yakın oranda sosyal ortamlardan kaçma eylemi göstermektedir, dolayısıyla cinsiyet kategorileri arasında istatistikî olarak anlamlı bir fark bulunmamaktadır ($t=1, 11$ $df=310$ $p=, 267$). Benzer şekilde sosyal kaçma ile bilim alanı ($t=, 245$ $df=307$ $p=, 807$), fakülte ($F=1, 47$ $df=16$ $p=, 108$), sınıf ($f=1, 93$ $df=4$ $p=, 106$) arasında da anlamlı bir ilişki bulunmamaktadır. Katılımcıların üye oldukları öğrenci topluluklarıyla sosyal kaçma arasında ise istatistikî olarak anlamlı bir ilişki bulunmaktadır ($F=2, 054$ $df=10$ $p=, 028$) ($p<0.05$).

Tablo 8. Faktör 2: Kritisize Edilme (N=358)

Kritisize Edilme	Ort.	s.s.	11	2	33
Hatalı davranmamak için kendimi sürekli kontrol ederim	2,22	1,23		,730	
Konuşurken hata yapmamaya özen gösteririm	2,24	1,28		,694	
Hep yanlış anlaşılmaktan korkarım	1,53	1,16		,663	
Başkalarının beni beğeneceği şekilde davranmaya özen gösteririm	1,37	1,29		,637	
Kalabalık bir ortamda bir şeyi yaparken herkesin bana baktığını düşünürüm	1,41	1,07		,597	
Küçük düşmekten daha kötü bir şey olamaz	1,83	1,38		,571	
Hata yaparsam insanlarla olan iyi ilişkilerim bozulur	,98	,968		,529	
İnsanların beni kabul etmeleri için hata yapmamalıyım	1,10	1,21		,499	
Ya hata yaparsam endişesiyle birçok davranışımı ertelediğim olur	1,11	,918		,464	
<i>Özdeğer (Eigenvalue)</i>				4,07	
<i>Açıklanan Varyans (Variance explained) (%)</i>	40,85			13,56	
<i>Güvenilirlik (Cronbach's alpha)</i>	,9037			,8192	

İkinci faktör “Kritize Edilme” olarak adlandırılmıştır. Bu faktör altında yer alan ifadelerin sosyal kaygıya sahip bireylerin yaptıkları hareket ya da davranışlardan dolayı eleştirilme kaygısı taşıdıklarına yöneliktir. Kritize edilme faktörü 9 ifadeden oluşmaktadır. 4,07 özdeğeriyle toplam varyansın %13, 56’sını açıklamaktadır. Faktörün güvenilirlik değeri ise ,8192’dir. Kritize edilme faktörü ile kategorik değişkenlerin birbirine yakın değerler aldığı görülmektedir. Dolayısıyla kritize edilme faktörü ile cinsiyet ($t=-1,52$ $df=310$ $p=,130$), bilim alanı ($t=,405$ $df=307$ $p=,686$), fakülte ($F=1,63$ $df=16$ $p=,061$), sınıf ($F=,263$ $df=4$ $p=,902$) değişkenleri arasında anlamlı bir ilişki bulunmamaktadır ($p<0,05$).

Tablo 9. Faktör 3: Bireysel Değersizlik (N=358)

Bireysel Değersizlik	Ort.	s.s.	1	2	3
Fiziksel görüntümden genel olarak memnun değilim	,722	,871			,736
Hiçbir şeye yaramadığımı düşünüyorum	,401	,782			,673
Beğenilecek bir tarafımın olmadığını düşünüyorum	,681	,892			,591
Reddedilmek benim için küçük düşmek demektir	1,01	1,06			,451
Başkaları tarafından eleştirilmekten korkarım	,89	,881			,368
<i>Özdeğer (Eigenvalue)</i>					2,65
<i>Açıklanan Varyans (Variance explained) (%)</i>	40,85				8,85
<i>Güvenilirlik (Cronbach's alpha)</i>	,9037				,7807

Sosyal kaygı ölçeğindeki üçüncü faktör ise “Bireysel Değersizlik” olarak adlandırılmıştır. Faktörde sosyal kaygıya sahip bireylerin kendilerini değersiz olarak (fiziksel görüntümden memnun değilim, hiçbir şeye yaramadığımı düşünüyorum gibi) gördükleri ifadeler yer almaktadır. 5 ifadeden oluşan bireysel değersizlik faktörü 2,65 değeriyle toplam varsanyın %8, 85’ini açıklamaktadır. Faktörün güvenilirlik değeri de ,7807’dir. Bireysel değersizlik faktörü ile cinsiyet arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır ($t=-2,71$ $df=310$ $p=,007$) ($p<0,05$). Erkekler kadınlara göre daha fazla bireysel değersizliğe sahiptir diyebiliriz. Bunun yanı sıra katılımcıların üye oldukları öğrenci toplulukları ile bireysel değersizlik arasında da istatistikî olarak anlamlı bir ilişkiden söz edebiliriz ($f=1,$

97 df=10 p=, 036) ($p < 0, 05$). Bireysel değersizlik faktörü ile bilim alanı ($t = -871$ df=307 p=, 385), fakülte ($F = 4,33$ df=16 p=, 973), sınıf ($F = 2,30$ df=4 p=, 059) arasında anlamlı bir ilişki bulunmamaktadır ($p < 0, 05$).

Tablo 10. Cinsiyet Ve Sosyal Kaçma Arasındaki İlişki

		t-test for Equality of Means			Mean (Ortalama)	N (Sayı)
		tT	Sd	Sig. (anlamlılık)		
Sosyal Kaçma	Equal variances assumed	1,111	310	,267	50,598	Kadın (170)
	Equal variances not assumed	1,114	303,08	,266	49,3354	Erkek (142)

Araştırmaya katılan kadınlar (%51) ve erkeklerin (%49) yakın oranlarda rahatsız oldukları ortamlardan uzaklaşma eylemini gerçekleştirdiğini söyleyebiliriz. Yani sosyal kaçma faktörü ile cinsiyet kategorileri arasında istatistikî olarak anlamlı bir ilişki bulunmamaktadır. ($t = 1,11$ df=310 p=,267) ($p < 0,05$)

Tablo 11. Sosyal Kaçma ve Bilim Alanı Arasındaki İlişki

		t-test for Equality of Means			N (Sayı)	Mean (Ortalama)
		tt	Sd	Sig. (2-tailed) Anlamlılık		
Sosyal Kaçma	Equal variances assumed	,245	307	,807	Sosyal bilimler (196)	50,1138
	Equal variances not assumed	,243	226,459	,809	Fen Bilimler (113)	49,8228

Sosyal kaçma ile bilim alanı arasında istatistikî olarak anlamlı bir ilişki bulunmamaktadır ($t = ,245$ df=307 p=,807). Yani araştırmaya katılan öğrencilerden sosyal bölümlerde okuyan öğrenciler fen bölümlerinde okuyan öğrencilerden daha fazla sosyal kaçma gerçekleştirmektedir diyemeyiz.

Tablo 12. Sosyal Kaçma İle Fakülte Arasındaki İlişki

Sosyal Kaçma

	Sum of Squares	sd	Mean Square (Ortalamanın karesi)	F	Sig. (Anlamlılık)
Between Groups	2301,387	16	143,837	1,473	,108
Within Groups	28898,613	296	97,630		
Total	31200,000	312			

Anova istatistikleri tablosunda da görüldüğü gibi fakülte ve sosyal kaçma arasında anlamlı bir ilişki bulunamamıştır ($F=1,473$ $df=16$ $p=,108$).

Tablo 13. Sosyal Kaçma Ve Sınıf Arasındaki İlişki

Sosyal Kaçma

	Sum of Squares	Sd	Mean Square	F	Sig. (Anlamlılık)
Between Groups	761,037	4	190,259	11,925	,106
Within Groups	30438,963	308	98,828		
Total	31200,000	312			

Araştırmaya katılan öğrencilerin kaçınıcı sınıfta okudukları ile kendilerini rahatsız hissettikleri ortamlardan uzaklaşma eylemi gerçekleştirme yani sosyal kaçma arasında anlamlı bir ilişki söz konusu değildir. Bunu yapılan istatistikî analizlerde doğrulamaktadır ($F=1,925$ $df=4$ $p=,106$) ($p<0.05$).

Tablo 14. Sosyal Kaçma İle Üye Olunan Öğrenci Topluluğu Arasındaki

Sosyal Kaçma

	Sum of Squares	Sd	Mean Square	F	Sig. (Anlamlılık)
Between Groups	1986, 991	10	198, 699	22, 054	, 028
Within Groups	29213, 009	302	96, 732		
Total	31200, 000	312			

Sosyal Kaygı Ölçeği “Sosyal Kaçma” puanlarının aritmetik ortalamalarının öğrenci topluluklarına göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini ortaya koymak için yapılan Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA) sonucuna göre; öğrencilerin üye oldukları öğrenci toplulukları ile sosyal kaçma kaygısı arasında anlamlı bir ilişki saptanmıştır ($F=2,1$ $df=10$ $p=,028$) ($p<0.05$). Araştırma sonuçlarına göre; Bilim ve Medeniyet topluluğuna üye olan öğrenciler (%55) diğer topluluklara üye olan öğrencilere göre daha fazla sosyal kaçma yaşamaktadırlar.

Tablo 15. Kritize Edilme İle Bilim Alanı Arasındaki İlişki

		t-test for Equality of Means				Mean (Ortalama)
		tt	Sd	Sig. (2-tailed) (Anlamlılık)	N (Sayı)	
Kritize Edilme	Equal variances assumed	,405	307	,686	Sosyal bilimler (196)	50,2751
	Equal variances not assumed	,416	254,080	,677	Fen bilimler (113)	49,7962

Araştırma sonuçlarına göre eleştirilme kaygısı ile öğrencilerin okudukları bilim alanı arasında anlamlı bir ilişki söz konusu değildir ($t=,405$ $df=307$ $p=,686$) ($p<0.05$).

Tablo 16. Kritize Edilme İle Cinsiyet Arasındaki İlişki

		t-test for Equality of Means			N (Sayı)	Mean (Ortalama)
		T	Sd	Sig. (2-tailed) (Anlamlılık)		
Kritize Edilme	Equal variances assumed	-1,518	310	,130	Kadın (170)	49,2564
	Equal variances not assumed	-1,517	299,442	,130	Erkek (142)	50,9771

Cinsiyet ile eleştirilme kaygısı arasında anlamlı bir ilişki bulunamamıştır ($t = -1.51$ $df=310$ $p = .130$) ($p < 0.05$). Araştırma sonucuna göre, kadınlar (%49) ve erkekler (%50) yakın oranlarda eleştirilme kaygısı yaşamaktadırlar

Tablo 17. Kiritize Edilme İle Fakülte Arasındaki İlişki

FAK2 (Kiritize Edilme)

	Sum of Squares	sd	Mean Square	F	Sig. (Anlamlılık)
Between Groups	2521,332	16	157,583	1,626	,061
Within Groups	28678,668	296	96,887		
Total	31200,000	312			

Üniversite öğrencilerinin okuduğu fakülte ile öğrencilerin eleştirilme kaygısı arasında da anlamlı bir ilişki söz konusu değildir ($F = 1,62$ $df = 16$ $p = ,061$) ($p < 0.05$)

Tablo 18. Kiritize Edilme İle Sınıf Arasındaki İlişki

FAK2 (Eleştirilme kaygısı)

	Sum of Squares	Sd	Mean Square	F	Sig. (Anlamlılık)
Between Groups	106,048	4	26,512	,263	,902
Within Groups	31093,952	308	100,954		
Total	31200,000	312			

Eleştirilme kaygısı ile öğrencilerin sınıfları arasında anlamlı bir ilişki söz konusu değildir ($F = ,263$ $df = 4$ $p = ,902$) ($p < 0.05$)

Tablo 19. Kritize Edilme İle Öğrenci Topluluğu Arasındaki İlişki

FAK2

	Sum of Squares	Sd	Mean Square	F	Sig. (Anlamlılık)
Between Groups	1871,800	10	187,180	1,927	,041
Within Groups	29328,200	302	97,113		
Total	31200,000	312			

Öğrencilerin üye oldukları öğrenci toplulukları ile sosyal kaygı ölçeğinde eleştirilme kaygısı arasındaki ilişki anlamlı yöndedir ($F=1.93$ $df=10$ $p=,041$) ($p<0.05$). Münazara Topluluğu'nda (%54) bulunan öğrenciler diğer öğrenci gruplarına göre biraz daha fazla sosyal kaygıya sahiptirler.

Tablo 20. Bireysel Değersizlik ile Cinsiyet Arasındaki İlişki

	t-test for Equality of Means			N Sayı	Mean (Ortalama)	
	T	df	Sig. (2-tailed) (Anlamlılık)			
Bireysel Değersizlik	Equal variances assumed	-2,713	310	,007	Kadın (170)	48,6085
	Equal variances not assumed	-2,703	295,411	,007	Erkek (142)	51,6669

Yapılan araştırmaya göre bireysel değersizlikle cinsiyet arasında anlamlı bir ilişki söz konusudur ($t=, -2,71$ $df=310$ $p=,007$) ($p<0.05$). Buradan hareketle erkekler (%52) kadınlara (%49) göre daha fazla bireysel değersizlik duygusunu hissetmektedirler.

Tablo 21. Bilim Alanı ile Bireysel Değersizlik Arasındaki İlişki

		t-test for Equality of Means			Sayı (N)	Ortalama (Mean)
		T	Sd	Sig. (2-tailed) (Anlamlılık)		
Bireysel Değersizlik	Equal variances assumed	-,871	307	,385	Sosyal Bilimler (196)	49,5911
	Equal variances not assumed	-,871	234,109	,384	Fen Bilimler (113)	50,6226

Bilim alanı ile bireysel değersizlik arasında da anlamlı bir ilişki söz konusu değildir. ($t = -,871$ $df=307$ $p = ,385$) ($p < 0.05$)

Tablo 22. Bireysel Değersizlik İle Fakülte Arasındaki İlişki

Bireysel Değersizlik

	Sum of Squares	Sd	Mean Square	F	Sig. (Anlamlılık)
Between Groups	713,580	16	44,599	,433	,973
Within Groups	30486,420	296	102,995		
Total	31200,000	312			

Yapılan araştırma doğrultusunda fakülte ile kişinin kendisini değersiz hissetmesi duygusu arasında anlamlı bir ilişki söz konusu değildir ($F = ,433$, $df = 16$, $p = ,973$) ($p < 0.05$). Yani iktisadi ve idari bilimler fakültesinde (%51) okuyan öğrenciler iletişim fakültesindeki (%52) öğrencilerden daha fazla kaygıya sahiptir şeklinde bir şey söylenmesi söz konusu değildir.

Tablo 23. Bireysel Değersizlik ile Sınıf Arasındaki İlişki

Bireysel Değersizlik

	Sum of Squares	Sd	Mean Square	F	Sig. (Anlamlılık)
Between Groups	905,301	4	226,325	2,301	,059
Within Groups	30294,699	308	98,359		
Total	31200,000	312			

Öğrencinin sınıfı ile kendisini değersiz olarak hissetmesi arasında anlamlı bir ilişki söz konusu değildir ($F=2,301$ $df=4$, $p=,059$) ($p<0.05$).

Tablo 24. Öğrenci Topluluğu İle Bireysel Değersizlik Arasındaki İlişki

Bireysel Değersizlik

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig. (Anlamlılık)
Between Groups	1911,585	10	191,159	1,971	,036
Within Groups	29288,415	302	96,982		
Total	31200,000	312			

Yapılan araştırma sonucuna göre, öğrencilerin üye oldukları öğrenci toplulukları ile bireysel değersizlik arasında istatistikî olarak anlamlı bir ilişki vardır ($F=1,97$ $df=10$ $p=,036$) ($p<0.05$). Bu araştırma sonucundan hareketle Fotoğrafçılık Topluluğu'na üye olan öğrenciler (%54) diğer gruptaki öğrencilerden daha fazla bireysel değersizlik duygusu yaşamaktadırlar.

Tablo 25. Sosyal Kaçma, Kiritize Edilme ve Bireysel Değersizlik Arasındaki İlişkiyi Gösteren Korelasyon Analizi Tablosu

		Kaçma	Eleştiri	Değersizlik
Kaçma	Pearson Correlation	1	,505 (**)	,527 (**)
	Sig. (2-tailed)		,000	,000
	N	358	358	358
Eleştiri	Pearson Correlation	,505 (**)	1	,480 (**)
	Sig. (2-tailed)	,000		,000
	N	358	358	358
Değersizlik	Pearson Correlation	,527 (**)	,480 (**)	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	
	N	358	358	358

Yapılan korelasyon analizine göre, Sosyal Kaçma ile Kiritize Edilme kaygısı arasında anlamlı, pozitif bir yönde ve orta derecede bir ilişki söz konusudur. ($p<0.05$) Sosyal kaygıya sahip olan birey sürekli eleştirilme ya da küçük düşme düşüncesi içinde olduğu için girdiği bir ortamda bildiği bir konu hakkında dahi olsa konuşurken hata yapma korkusu ile toplum önünde konuşma gerçekleştiremez ve bulunduğu ortamdan uzaklaşma eylemini gerçekleştirir.

Birey kendisinin hiçbir şeye yaramadığı ya da fiziksel görüntüsünden memnun olmadığı durumlarda da bulunduğu ortamlardan ya uzaklaşır ya da toplu ortamlarda kalabalığa karışmak yerine bir kişi ile sohbet etmeyi tercih ederek sosyal bir kaçma meydana getirir. Yani bireysel değersizlikle sosyal kaçma arasında pozitif yönde anlamlı ve orta derecede bir ilişki söz konusudur. ($p<0.05$)

Bireysel değersizlikle kiritize edilme kaygısı arasında da pozitif, orta dereceli ve anlamlı bir ilişki söz konusudur. Birey kendisini değersiz hissettiği oranda başkalarının da onu eleştireceğini ve küçük düşeceğini düşünmektedir. ($p<0.05$)

SONUÇ VE ÖNERİLER

Sosyal kaygı günümüzün rekabetçi ve seçilen kişi olmanın fazlaca vurgulandığı ortamlarda sıkça kendini göstermektedir. Böylesi sosyal ortamlarda bireyden performans gösterilmesi beklenilmekte ve tüm ilgi ve dikkat bireyin üzerinde olmaktadır. Böyle bir durumda bireyin zihninde oluşan olumsuz düşünceler (kendisini beceriksiz olarak hissetmesi, aptal duruma düşeceği inancı ya da herkesin onunla dalga geçeceği gibi) sosyal kaygının oluşmasına zemin hazırlamaktadır. Daha çok topluluk önünde konuşma, başkalarının önünde yazı yazma, önemli birisiyle konuşma, karşı cinsten birisiyle konuşma gibi durumlarda yaygın olarak ortaya çıkmaktadır. Böylece sosyal kaygıya sahip olan bireyler sosyal ortamlarda çok fazla bulunmamaktadır.

Bu araştırmada üniversite öğrencilerinin sosyal kaygı düzeyleri çeşitli değişkenler temel alınarak incelenmiştir. Bu bölümde araştırmanın amaçları doğrultusunda elde edilen bulguların tartışılmasına, sayıtlar doğrultusunda değerlendirilmesine ve elde edilen bulgular çerçevesinde yapılan önerilere yer verilmiştir.

Yapılan araştırmada üniversite öğrencilerinin sosyal kaygı düzeyleri (sosyal kaçma, kritize edilme kaygısı, bireysel değersizlik duygusu) ile cinsiyet arasındaki ilişkiye bakılmıştır. Araştırmaya katılan öğrencilerin % 54, 4'ünü kadınlar oluştururken %45, 5'ini de erkekler oluşturmaktadır. Sosyal kaygı düzeylerinden sosyal kaçma ile kritize edilme kaygısı arasında istatistikî olarak anlamlı bir ilişkiye rastlanamamışken bireysel değersizlikle cinsiyet arasında anlamlı bir ilişkiye rastlanmıştır. Bu duygu erkeklerde bayanlara göre daha fazla yaşanmaktadır. Cinsiyet rolleri ve kaygı bozuklukları ile ilgili literatüre bakıldığında araştırma bulguları ile örtüşen ya da farklı olan bulgulara rastlamak mümkündür. İzgiç ve ark. yaptığı araştırmaya göre, sosyal kaygı kadınlarda daha yüksek görülmekle birlikte erkeklerle aralarında anlamlı bir fark bulunmamaktadır (İzgiç ve ark., 2000: 209). Dilbazın yaptığı araştırmada da

sosyal kaygı kadınlarda daha fazla görülmekle birlikte yapılan klinik çalışmalarda erkek oranının daha yüksek olması kadınların daha fazla sosyal kaygı bildirirken bu konuda tedavi arayanların erkeklerde daha yüksek olması ile açıklanmaktadır (Dilbaz, 2000: 6).

Araştırma kapsamında üniversite öğrencilerinin sosyal kaygı alt ölçekleri ile öğrencilerin fakülteleri, bilim alanları ve sınıfları arasındaki ilişkinin farklı olup olmadığına bakılmıştır. Elde edilen bulgulara göre sosyal kaygı alt ölçekleri ile bu değişkenler arasında istatistikî olarak anlamlı bir ilişki bulunamamıştır. İlgili literatür incelendiğinde de sosyal kaygı düzeylerinin bu değişkenlere göre farklılaşıp farklılaşmadığını inceleyen bir araştırmaya rastlanamamıştır.

Sosyal kaygı alt ölçekleri ile üniversite öğrencilerinin sosyalleşmesine olanak sağlayan öğrenci toplulukları değişkenine göre farklılık olup olmadığı araştırılmıştır. Araştırmadan elde edilen bulgulara göre sosyal kaygı alt ölçekleri ile öğrenci toplulukları arasında anlamlı bir ilişki bulunmuştur. Üniversitedeki öğrenci toplulukları yaptıkları faaliyetlerle sosyal kaygının giderilmesinde önemli bir etkiye sahiptir. Sosyal kaygıya sahip bireyler bu topluluklar içinde aldıkları görevlerle toplum içinde etkin olmaya başlamakta ve böylece birey toplum içindeki kaygısından uzaklaşarak toplum içinde rahat hareket etmeye başlamaktadır.

Ayrıca sosyal sorumluluk projeleri işletmelerin ilgili bir sosyal amaca, karşılıklı fayda sağlamak üzere yaptıkları stratejik bir konumlandırma. Toplumun sosyal kaygı ile ilgili bilgilenmesi açısından sosyal sorumluluk projeleri önemli etkiye sahiptir. Yapılan sosyal sorumluluk projeleriyle hem toplum sosyal kaygının ne olduğu hakkında bilgilenecek hem de kurum böyle bir sosyal amacı desteklediği için toplum nezdinde imajı biraz daha kuvvetlenecektir.

Öneriler

1. Sosyal kaygı bireylerin gündelik hayatta göstermeleri gereken performanslarını olumsuz yönde etkileyen ve kişisel gelişimini sekteye uğratan olumsuz yaşantılara sebep olan bir problemdir. Birey bu olumsuz fikirlerden ve yaşantılardan kurtulmak için insanların yoğun olarak bulunduğu ortamlara girerek buradaki bireylerle etkileşimde bulunmalıdır.

2. Bir bireyin topluluk içinde konuşamaması, çekingen olması ya da daha çok geri planda durması gibi özelliklere sahip olan sosyal kaygı toplumumuzda yeteri kadar önemsenmemektedir. Bu özelliklere sahip olan bireyler toplumda daha çok sakın ya da ağır başlı bireyler olarak ifade edilmekte ve tedavi gerektiren bir konu olarak görülmemektedir. Toplumun bilinçlenmesinde önemli bir işlevi olan sosyal sorumluluk projelerine burada önemli bir iş düşmektedir. Bu konu ile ilgili sosyal sorumluluk projelerine daha fazla önem verilmelidir. Böylece sosyal sorumluluk projelerinin sosyal kaygıyı gidermede önemli bir etken olduğu söylenebilmektedir.

3. Üniversiteyi kazanıp muhtemelen başka şehirlerden gelen bireyler birbirine benzemeyen bireylerle bir arada olarak etkileşimde bulunmaya başlayacaklardır. Üniversiteyi kazanan öğrenciler yeni insanlarla tanışıp çevre edineceklerdir. Bunu da göz önünde bulundurarak üniversitelerde faaliyet gösteren öğrenci toplulukları, öğrencilerin sosyal ilişkilerini sağlıklı bir şekilde sürdürebilecekleri çalışmalar, konferanslar, seminerler ve sanat aktiviteleri yapmalıdırlar.

4. Üniversite kapsamındaki öğrenci topluluklarına üye olan öğrencilerden daha arka planda kalan ya da hiçbir şeye karışmayan ve benzeri durumdaki öğrencilere daha fazla sorumluluk verilmeli ve onların diğer bireylerle iletişime geçerek sosyalleşmesi ve korkularının üzerine gitmesi sağlanmalıdır.

KAYNAKÇA

- AKDEMİR, Asena ve CİNEMRE, Buket (1996), “Sosyal Fobi, Epidemioloji, Eşlik Eden Hastalıklar, Klinik Gidişi, Prognoz”, **3P Dergisi**, 4 (Ek 1) : 11-16.
- AKINCI, Abdullah Yavuz (2007), **Orta Öğretim Kurumlarında Beden Eğitimi ve Spor Etkinliklerinin Sosyalleşme Sürecinin ve Şahsiyetin Oluşmasında Katkısı**, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kütahya.
- AKYIL, Yudum (2000) , **Perceived Parental Child Rearing Practices and Social Anxiety in Turkish Adolescents**, Master Thesis, Boğaziçi Universty
- ARICIOĞULLARI, Zekeriya (2001), **Ortaöğretim Öğrencilerinde Sosyal Fobi ve Benlik Saygısı Arasındaki İlişki ve Bunları Etkileyen Faktörler**, Tıpta Uzmanlık Tezi, Dicle Üniversitesi
- ARSLAN, Çiğdem (2007), **Üniversite Öğrencilerinin Sürekli Kaygı ve Kişisel Kararsızlık Düzeylerinin İncelenmesi**, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya
- ARTIRF., Temur, <http://zencefillik.blogspot.com/2008/03/sosyal-fobi-sosyalleserek-aler.html>, 10: 43, 13.10.2008.
- AY, Ünal (2003), **İşletmelerde Etik ve Sosyal Sorumluluk**, Nobel Kitabevi, Adana.
- AYDEDE, Ceyda (2007), **Yükselen Trend Kurumsal Sosyal Sorumluluk**, MediaCat, İstanbul.

- BAKAN, Ömer ve KALENDER, Ahmet (2007), “Halkla İlişkiler Bağlamında Kurumsal İtibar Ve Kurumsal Sosyal Sorumluluk” **İletişim ve Ötesi**, Ed. Bilal Arık- Mustafa Şeker, Tablet Kitabevi, Konya
- BAKİROV, Ruslan (2005), **İş Ahlakı ve Sosyal Sorumluluk**, Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- BAYRAKTAROĞLU, Gül, İLTER, Burcu, TANYERİ, Mustafa (2009), **Kurumsal Sosyal Sorumluluk: Pazarlamada Yeni Bir Paradigmaya Doğru**, Literatür Yayıncılık, İstanbul.
- BİR, Çisil S. (2008), **Kurumsal Sosyal Sorumluluk: Halkla İlişkiler Açısından Bir Değerlendirme**, Ege Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Doktora Tezi, İzmir.
- BOZDEMİR, B. Semih (2007), **Güncel Psikoloji**, Lacivert Ofset, İstanbul.
- BURKOVİK, Yıldız (2005), **Sosyal Fobi: Görünen ve Görünmeyen Yüzleri**, Timaş Yayınları, İstanbul.
- BÜLBÜL, Rıdvan (1998), **Halkla İlişkiler**, Damla Ofset, Konya.
- BÜLBÜL, Rıdvan (2003), **Halkla İlişkiler**, Nobel Yayın Dağıtım, Ankara.
- BÜYÜK, Sedef S. (2006), *Sosyal Sorumlulukta Türkiye'nin Liderleri*, **Capital Dergisi**, Mart Sayı: 3.
- BÜYÜKÖZTÜRK, Şener (2005), **Veri Analizi El Kitabı**, Pegem Yayıncılık, Ankara.

CANBAZ, Sevim (2001), **Samsun Çıraklık Eğitim Merkezi'ne Devam Eden Çırakların Sosyo-demografik, Çalışma Yaşamı Özelliklerinin ve Durumluk-Sürekli Kaygı Düzeylerinin Değerlendirilmesi**, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, 19 Mayıs Üniversitesi Tıp Fakültesi, Halk Sağlığı Anabilim Dalı, Samsun.

CÜCELOĞLU, Doğan (1994), **İnsan ve Davranış**, Remzi Kitabevi, İstanbul.

DEMİR, Hulusi ve SONGÜR Neşe (1999), “Sosyal Sorumluluk ve İş Ahlakı”, **Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi**, Cilt: 2 Sayı: 3.

DİLBAZ, Nesrin (1997), “Sosyal Fobi”, **Psikiyatri Dünyası Dergisi**, 1: 18-24.

DİLBAZ, Nesrin ve GÜZ, Hatice (2002), “Sosyal Kaygı Bozukluğunda Cinsel Farklılıklar”, **Nöropsikiyatri Arşivi**, Cilt: 39 (2, 3, 4) : 79-86

DİNÇER, Ömer ve FİDAN, Yahya (2000), **İşletme Yönetimine Giriş**, Beta Yayınevi, İstanbul.

DURMUŞ, Emine (2007), “The Perception of Shy And Non-Shy Students”, **Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Fakültesi Dergisi**, 40 (1): 243-268.

EKŞİ, Füsun (2006), **Rehber Öğretmenlerin Okul İklimi Algıları İle Kaygı Düzeyleri Arasındaki İlişki Üzerine Bir Araştırma**, Marmara Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.

- EMHAN, Abdurrahim (2007), “Başarılı İşletmelerin Sosyal Sorumluluk Kavramına Bakış Açısı”, **Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi**, Cilt: 6, Sayı: 22: 247- 258.
- ENGÜR, Mustafa (2002), **Elit Sporcularda Başarı Motivasyonunun Durumluk Kaygı Düzeyleri Üzerine Etkisi**, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Ege Üniversitesi, Sağlık Bilimler Enstitüsü, İzmir.
- ERBAŞ, M. Kayıhan (2005), **Üst Düzey Basketbolcularda Durumluk Kaygı Düzeyleri ve Performans İlişkisi**, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kütahya.
- ERDUL, Gökhan (2005), **Üniversite Öğrencilerinin Zaman Yönetimi Becerileri İle Kaygı Düzeyleri Arasındaki İlişki**, Uludağ Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Bursa.
- EREN, Erol (2000), **İşletmelerde Stratejik Planlama ve Yönetim**, Beta Yayınları, İstanbul
- EREN GÜMÜŞ, Aynur (2006), **Sosyal Kaygı İle Başa Çıkma**, Nobel Yayın Dağıtım, Ankara.
- EREN GÜMÜŞ, Aynur (2000), “Üniversite Öğrencilerinin Yalnızlık ve Beden İmgelerinden Doyum Düzeylerinin Sosyal Kaygı Düzeyleri İle İlişkisinin İncelenmesi”, **Ankara Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi**, Cilt: 32 Sayı: 1-2, Ankara.
- EREN GÜMÜŞ, Aynur (2006), “Sosyal Kaygının Benlik Saygısına ve İşlevsel Olmayan Tutumlara Göre Yordanması”, **Türk Psikolojik Danışma ve Rehberlik Dergisi**, Cilt: 3, Sayı: 26.

- ERKAL, Mustafa, GÜVEN, Özbay, AYAN, Dursun (1999), **Sosyolojik Açıdan Spor**, Der Yayınları, İstanbul.
- ERKAN, Zülâl (2002), **Sosyal Kaygı Düzeyi Yüksek ve Düşük Ergenlerin Ana Baba Tutumlarına İlişkin Nitel Çalışma**, Marmara Üniversitesi Eğitim Fakültesi, İstanbul.
- ERKAN, Zülâl (2002) “Sosyal Kaygı ve Kendilik Sunum Yaklaşımı”, **Çukurova Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi**, Cilt: 2, Sayı: 23, Adana.
- EROĞLU, Hülya (2006), **Durumluk-Süreklilik Kaygı Düzeyi İle Algılanan Stress Kontrol Düzeyi İle Stressle Başa Çıkma Stratejileri Arasındaki İlişkinin İncelenmesi**, Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- ERÖZKAN, Atılgan (2004), **Üniversite Öğrencilerinin Reddedilme Duyarlılıkları İle Sosyal Kaygı Düzeylerinin Bazı Değişkenlere Göre İncelenmesi**, Muğla Üniversitesi Eğitim Fakültesi. (www.sosyalbil.selcuk.edu.tr/sos-mak/makaleler)
- FİDANOĞLU, Oya (2006), **Evlilik Uyumu, Mizah Tarzı ve Kaygı Düzeyi Arasındaki İlişki**, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi Eğitim Bilimleri, İstanbul.
- GENÇTAN, Engin (1999), **Çağdaş Yaşam ve Normal Dışı Davranışlar**, Remzi Kitabevi, İstanbul
- GÖKÇE, Orhan (1998), **İletişim Bilimine Giriş**, Turhan Kitabevi, 2. Baskı, Ankara.
- GÜZ, Hatice ve DİLBAZ Nesrin (2003), “Sosyal Kaygı Bozukluğu İle Panik Bozukluğu Olgularının Demografik ve Bazı Klinik Özellikler Açısından Karşılaştırılması”, **Klinik Psikiyatri Dergisi**, 6: 32-38.

- GÜZELCİK, Ebru (1999), **Küreselleşme ve İşletmelerde Değişen Kurum İmajı**, Sistem Yayıncılık, İstanbul
- HALICI, Ali (2001), “İşletmelerde Sosyal Sorumluluk Stratejileri: Çanakkale İlinde Araştırma”, **Yönetim ve Ekonomi**, Cilt: 7, Sayı: 1, Manisa.
- IŞIK, Erdal (1996), **Anksiyete Bozuklukları, Somatomorf Bozukluklar, Dissosiyatif Bozukluklar, Yapay Bozukluklar**, Kent Matbaası, Ankara.
- İBİŞOĞLU, Aylin (2007), **Kurumsal Sosyal Sorumluluk: Vestel Örneği**, Başkent Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek lisans Tezi, Ankara.
- İLİC, K. Derya (2010), “İşletmelerin Kurumsal Sosyal Sorumluluk Düzeylerin Belirlenmesine Yönelik Bir Literatür Taraması”, **Ege Akademik Bakış**, 10 (1) : 303- 318.
- İZGİÇ, Ferda, AKYÜZ, Gamze, DOĞAN, Orhan KUĞU, Nesim (2000), “Üniversite Öğrencilerinde Sosyal Fobi Yaygınlığı”, **Anadolu Psikiyatri Dergisi**, Cilt: 1 (4) : 207, 214.
- KAĞNICIOĞLU, Deniz (2007), **Endüstri İlişkileri Boyutuyla Sosyal Sorumluluk**, Anadolu Üniversitesi Yayınları, Eskişehir.
- KALENDER, Ahmet (2008), “Halkla İlişkiler: Kavramlar, Tanımlar ve Uygulama Alanları”, **Halkla İlişkiler** (Ed. Ahmet Kalender – Mehmet Fidan), Tablet Yayınları, Konya
- KARAIŞMAILOĞLU, İlve (2006), **İşletmelerin Sosyal Sorumlulukları**, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Haliç Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

KARAKAŞ, Yahya (2008), **Lise Öğrencilerini Mükemmeliyetçilik Düzeyleri İle Sosyal Kaygı Düzeyleri Arasındaki İlişki**, Muğla Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Muğla.

KARASAR, Niyazi (1999), **Bilimsel Araştırma Yöntemi**, Nobel Yayın Dağıtım, Ankara.

KAZANCI, Metin (2002), **Kamuda ve Özel Sektörde Halkla İlişkiler**, Turhan Kitabevi, Ankara.

KESKİN, Gülseren ve ORGUN Fatma (2007), “BirGrup Üniversite Öğrencisinde Sosyal Fobi Yaşama Durumlarının ve Başa Çıkma Stratejilerinin Değerlendirilmesi”, **Anadolu Psikiyatri Dergisi**, Cilt: 8: 262-270.

KOÇ, Harun (2004), **Profesyonel Futbolcularda Durumluk Kaygı Düzeylerini Etkileyen Faktörlerin Değerlendirilmesi**, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kütahya.

KOÇAK, Abdullah (2001), **Televizyon İzleyici Davranışları Televizyon İzleyici Davranışları Ve Doyumları Üzerine Teorik Ve Uygulamalı Bir Çalışma**, Yayınlanmamış Doktora Tezi, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.

KOZACIOĞLU, Gülsen (1986), **Çocukların Anksiyete Düzeyleri ile Annelerin Tutumları Arasındaki İlişki**, Yayınlanmamış Doktora Tezi, İstanbul Üniversitesi Edebiyat Fakültesi, İstanbul.

KÖKNEL, Özcan (2004), **Korkular, Takıntılar, Saplantılar**, Altın Kitaplar, 5.Baskı, İstanbul.

- KÖKNEL, Özcan (2005), **Kaygıdan Mutluluğa Kişilik**, Altın Kitaplar, 17. Basım İstanbul.
- KÖROĞLU, Ertuğrul (2006), **Kaygılarımız, Korkularımız**, HYB Yayınları, Psikiyatri Dizini, Sayı: 22, Ankara.
- MARKWAY, B.G., CARMIN, C.N., POLLARD, C.A., FLYNN T. (1998), **Utançganlığı Yenmek Çekingen ve Sıkılğanlar İçin El Kitabı**, Çev. Raziye Karabey, Mavi Psikoloji, İstanbul
- METİN, Hasan (2006), **Halkla İlişkilerde Sosyal Sorumluluk**, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.
- MORGAN, Clifford T., (1995), **Psikolojiye Giriş**, (Editör: Sibel Karataş), Hacettepe Üniversitesi Psikoloji Bölümü Yayınları, Ankara.
- NEUMAN, W.Lawrance (2009), **Toplumsal Araştırma Yöntemleri Nitel ve Nicel Yaklaşımlar**, Çev. Sedef Özge, Yayın Odası, 2. Cilt, İstanbul.
- OKAY, Ayla ve OKAY, Aydemir (2002), **Halkla İlişkiler Kavram, Strateji ve Uygulamaları**, Der Yayınları, İstanbul.
- ÖNER, Necla, Ayhan, LE COMPTE (1985), **Süreksiz Durumluluk-Sürekli Kaygı Envanteri El Kitabı**, 2. Baskı, Boğaziçi Üniversitesi Yayınları, No: 33.
- ÖZCAN, Kenan (1999), **Yöneticilerde Karar Verme İle Kaygı İlişkileri**, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.
- ÖZÇELİK, Ersen (2007), **Öğrencilerin Sosyalleşmesinde Beden Eğitimi Dersinin Rolü**, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Beykent Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

- ÖZDEMİR, Nilgün (2004), **Üniversite Öğrencilerinde Sosyal Fobi İle Benlik Saygısı Arasındaki İlişki ve Etkileyen Faktörler**, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü, Ağustos.
- ÖZER, Kadir (1997), **Kaygı Sınanma Duygusuyla Baş Edebilme**, Varlık Yayınları, İstanbul
- ÖZGEN, Ebru (2006), **Kurumsal Sosyal Sorumluluk Projeleri**, Maviyağaç Yayınları, İstanbul.
- ÖZGENER, Şevki (2000), **İş Ahlakı ve Sosyal Sorumluluk**, Yayınlanmamış Doktora Tezi, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya
- ÖZGÜVEN, İbrahim Ethem (1984), **Psikolojik Testler**, Hacettepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi, Ankara.
- ÖZODAŞIK, Mustafa (2001), **Yalnızlık**, Çizgi Kitabevi, Konya.
- ÖZODAŞIK, Mustafa (1989), **Yalnızlığın Çeşitli Değişkenlerle İlişkisi**, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.
- ÖZÜPEK, M.Nejat (2005), **Kurum İmajı ve Sosyal Sorumluluk**, Tablet Kitabevi, Konya.
- ÖZÜPEK, M.Nejat (2008), “Sosyal Sorumluluk”, **Halkla İlişkiler** (Ed. Ahmet Kalender, Mehmet Fidan), Tablet Kitabevi, Konya.
- ÖZTÜRK, Mücahid, SAYAR, Kemal, UĞURAD, Işıl, TÜZÜN Ümran, (2005), “Sosyal Fobisi Olan Çocukların Annelerinde Sosyal Fobi Yaygınlığı”, **Klinik Psikofarmakoloji Bülteni**, Cilt: 15: 60-64.

- PALANCI, Mehmet (2004), **Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Kaygı Sorunlarını Açıklamaya Yönelik Bir Model Çalışması**, XIII. Ulusal Eğitim Bilimleri Kurultayı, İnönü Üniversitesi Eğitim Fakültesi, Malatya.
- PELTEKOĞLU, Filiz B. (2001), **Halkla İlişkiler Nedir?**, Beta Yayınları, İstanbul.
- PRINGLE, Hamish, ve THOMPSON Marjorie (2000), **Marka Ruhü**, (Çev: Z. Yelçe ve C. Feyyat), Scala Yayıncılık, İstanbul.
- RICHTER, Horst E. (1991), **Korku ve Kaygı**, (Düzenleyen Hoimar Von Ditzfurth Çev. Nasuh Barın), Metis Yayınları, İstanbul.
- SABUNCUOĞLU, Zeyyad (1992), **İşletmelerde Halkla İlişkiler**, Aktüel Yayınları, Bursa.
- SEVİNÇOK, Levent (2000), “Sosyal Fobi Çekingen Kişilik Bozukluğu Arasındaki Tanısal Güçlükler”, **Psikiyatri Dünyası Dergisi**, 4: 3-6.
- SOLMAZ, Başak (2005), “İşletmelerin Değişen Konumuyla Gelişen Kurumsal Sosyal Sorumluluk Bilinci ve Turkcell’in Desteklediği “Çağdaş Türkiye’nin Çağdaş Kızları” Projesinin Genel Bir Değerlendirilmesi”, **Selçuk İletişim Dergisi**, Cilt: 4, Sayı: 1: 116-125.
- SÖĞÜT, Mustafa (2006), **Sporun Bedensel Engellilerin Sosyalleşmeleri Üzerine Etkisi**, Yayınlamamış Yüksek Lisans Tezi, Mersin Üniversitesi Sağlık Bilimler Enstitüsü, Mersin.
- SUNGUR, Z. Mehmet (2000), **Anksiyete Bozuklukları**, (Edt. Prof. Dr. Raşit Tükel), Çizgi Yayınları, Ankara.
- SUNGUR, Z. Mehmet (1997), “Fobik Bozukluklar”, **Psikiyatri Dünyası Dergisi**, 1: 5-11.

- SÜBAŞI, Güzin (2007), “Üniversite Öğrencilerinde Sosyal Kaygıyı Yordayıcı Bazı Değişkenler”, **Eğitim ve Bilim**, Cilt: 32, Sayı: 144.
- ŞAHAN, Hasan (2007), **Üniversite Öğrencilerinin Sosyalleşme Sürecinde Spor Aktivitelerinin Rolü**, Yayınlanmamış Doktora Tezi, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.
- TALLIS, Frank (2003), **Kaygıları Aşmak**, (Çev. O.C. ÖnerToy), Sistem Yayıncılık, İstanbul
- THEAKER, Alison (2008), **Halkla İlişkilerin El Kitabı**, MediaCat, İstanbul.
- TINGIR, Emine (2006), **İşletmelerde Sosyal Sorumluluk Faaliyetlerinin Marka Sadakatine Etkileri Üzerine Bir Araştırma**, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Konya.
- TOL, Ahmet (1995), **Kaygının Performansa Etkisi**, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.
- TOP, Seyfi ve ÖNER, Akın (2008), “İşletme Perspektifinden Sosyal Sorumluluk Teorisinin İncelenmesi”, **ZKÜ Sosyal Bilimler Dergisi**, Cilt: 4, Sayı: 7, S: 97-110
- TURAN, Metin,, ÇİLLİ, S. Ali, AŞKIN, Rüstem, HERKEN, Hasan, KAYA, Nazmiye, KUCUR, Rasim (2000), Sosyal Fobinin Diğer Psikiyatrik Hastalıklarla Birlikteliği, **Klinik Psikiyatri Dergisi**, Cilt: 3: 170-175.
- TÜRKÇAPAR, M. Hakan (1999), “Sosyal Fobinin Psikolojik Kuramı”, **Klinik Psikiyatri Dergisi**, 2: 247-253.

TÜTÜNCÜ, Özkan (2008), “SA8000 Sosyal Sorumluluk Standardı İle İş Yaşam Kalitesi Arasındaki İlişki”, **Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi**, Cilt 10, Sayı 2.

ULU, A. Samed (2007), **Kurumsal Sosyal Sorumluluk: Bir Alan Çalışması**, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kahramanmaraş.

ULUDAĞ, Aşina (2008), “Halkla İlişkilerde Stratejik Süreç”, **Halkla İlişkiler**, Ed. Ahmet Kalender – Mehmet Fidan, Tablet Yayınevi, Konya

ÜMMET, Durmuş (2007), **Üniversite Öğrencilerinde Sosyal Kaygının Cinsiyet Rollerini ve Aile Bağlamında İncelenmesi**, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul.

ÜSTÜNEL, Besim (1994), **Ekonominin Temelleri**, Alfa Yayınevi, 6. Baskı, İstanbul.

YÜKSEL, Galip (2002), **Üniversite Öğrencilerinin Utangaçlık Düzeylerini Etkileyen Faktörler**, Gazi Üniversitesi Gazi Eğitim Fakültesi Dergisi, Cilt: 22 (3) : 37-57.

www.sosyal-fobi.net/forum/viewtopic.php?t=3236 05.07.2008, 16.51.

www.doktorsitesi.com

Açıköğretim Fakültesi e-Öğrenme Eğitim Portalı (notoku.com/06-halkla-iliksilerde-planlama-ve-yonetim) 14.06.2010, 11.00.



T. C.
SELÇUK ÜNİVERSİTESİ
Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürlüğü



ÖZGEÇMİŞ

Adı Soyadı:	Nagihan Tufan Yeniçktı			
Doğum Yeri:	Konya			
Doğum Tarihi:	12/12/1982			
Medeni Durumu:	Evlı			
Öğrenim Durumu	Yüksek Lisans			
Derece	Okulun Adı	Program	Yer	Yıl
İlköğretim	A. Hazım Uluşahin İ.Ö.O			1995
Ortaöğretim	İbrahim Yapıcı İ.Ö.O.			1997
Lise	Atatürk Kız Lisesi			2000
Lisans	Selçuk Üniversitesi			2002-2006
Yüksek Lisans	Selçuk Üniversitesi			2007-2010
İş Deneyimi:	Ajans İletişim, Wonder Worker Reklam Ajansı, İdeal Kız Öğrenci Yurdu, Konya Büyükşehir Belediyesi Halkla İlişkiler Daire Başkanlığı ve Konya Büyükşehir Belediyesi Hanımlar Lokali' de halkla ilişkiler sorumlusu olarak çalıştı. Şuan Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesinde Arş.Gör. olarak görev yapmaktadır.			
E-Posta:	nagihan_tufan@hotmail.com			
Adres	Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi			