



Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü  
İşletme Anabilim Dalı

**AMERİKA BİRLEŞİK DEVLETLERİ'NDE YAŞAYAN  
TÜRK VE AMERİKA'LI ÇALIŞANLARIN  
İŞE YÖNELİK DEĞERLERİNİN KARŞILAŞTIRILMASI**

Y. Fahir ZÜLFİKAR

Doktora Tezi

Ankara, 2007

AMERİKA BİRLEŞİK DEVLETLERİ'NDE YAŞAYAN  
TÜRK VE AMERİKA'LI ÇALIŞANLARIN  
İŞE YÖNELİK DEĞERLERİNİN KARŞILAŞTIRILMASI

Y. Fahir ZÜLFİKAR

Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü  
İşletme Anabilim Dalı

Doktora Tezi

Ankara, 2007

## KABUL VE ONAY

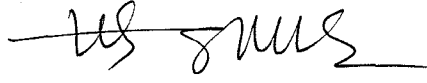
Y. Fahir ZÜLFİKAR tarafından hazırlanan “Amerika Birleşik Devletleri’nde Yaşayan Türk ve Amerika’lı Çalışanların İşe Yönelik Değerlerinin Karşılaştırılması” başlıklı bu çalışma, 27 Kasım 2007 tarihinde yapılan savunma sınavı sonucunda başarılı bulunarak jürimiz tarafından Doktora Tezi olarak kabul edilmiştir.



Prof. Dr. Halil CAN (Başkan)



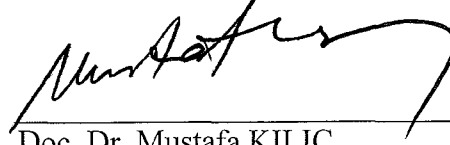
Doç. Dr. Mahmut ARSLAN (Danışman)



Prof. Dr. Öznur YÜKSEL



Doç. Dr. Semra GÜNEY



Doç. Dr. Mustafa KILIÇ

Yukarıdaki imzaların adı geçen öğretim üyelerine ait olduğunu onaylarım.

Prof. Dr. İrfan ÇAKIN

Enstitü Müdürü

## BİLDİRİM

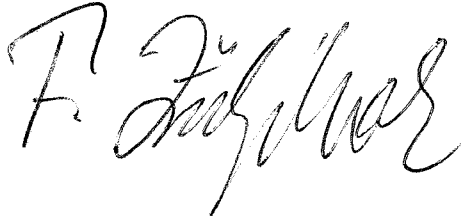
Hazırladığım tezin tamamen kendi çalışmam olduğunu ve her alıntıya kaynak gösterdiğimi taahhüt eder, tezimin kâğıt ve elektronik kopyalarının Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü arşivlerinde aşağıda belirttiğim koşullarda saklanmasına izin verdiğimi onaylarım:

- Tezimin tamamı her yerden erişime açılabilir.
- Tezim sadece Hacettepe Üniversitesi yerleşkelerinden erişime açılabilir.
- Tezimin **bir** yıl süreyle erişime açılmasını istemiyorum. Bu sürenin sonunda uzatma için başvuruda bulunmadığım takdirde, tezimin tamamı her yerden erişime açılabilir.

27 Kasım 2007

---

Yavuz Fahir Zülfikar



## TEŞEKKÜR

Tez danışmanım Doç. Dr. Mahmut Arslan hocamın tezimdaki katkısını kelimelerle ifade etmek pek zor. Kendisinin, tez teklifinin hazırlanmasından, tezin yazımında son noktanın konulmasına kadar her aşamada verdiği önerilere ve araştırma boyunca karşılaştığım her güçlükte yılmadan destek olarak enerji aşılayan araştırmacı titizliğine şükranlarımı sunarım.

Tezin başlangıç aşamasında tavsiyelerine müracaat ettiğim Chapel Hill Kuzey Carolina Üniversitesi, Sosyoloji Bölümü öğretim üyelerinden Doç. Dr. Charles Kurzman, bana sadece yön göstermekle kalmadı, araştırmanın analiz kısmına veri sağlanması için yapılan anketin Chapel Hill Kuzey Carolina Üniversitesi'nde uygulanabilmesi için gereken izinlerin alınmasında da çok yardımcı oldu. Kendisine teşekkürler ederim.

Araştırmada kullandığım anketin hazırlanması ve Chapel Hill Kuzey Carolina Üniversitesi'nin e-posta listesine gönderilmesini destekleyen Parr Center For Ethics'in yöneticisi Prof. Dr. Jan Boxill ve yardımcısı Carlo Robustelli'ye; anketin hazırlanarak internette yayınlanması ve daha sonra da verilerin analiz edilmesini destekleyen Odum Institute for Research in Social Sciences personeli Teresa Edwards ve Chris Wiesen'a teşekkürler ederim.

Kuzey Carolina Üniversitesi-Wilmington, Sosyoloji Bölümü öğretim üyelerinden Dr. Yunus Kaya, tezin teorik alt yapısının oluşturulmasında, toplanan verilerin analiz edilmesinde ve analizden elde edilen sonuçların yorumlanmasında yardımlarını esirgemedi. Kendisiyle yaptığımız tartışmaların ve bitmeyen sorularıma sabırla verdiği cevapların tezin ortaya çıkmasında büyük katkısı oldu. Bundan sonra da devam edecek olan sorularıma aynı anlayışla cevap vermesi ümidiyle kendisine şükranlarımı sunarım.

Chapel Hill Kuzey Carolina Üniversitesi, Yöneylem Araştırmaları bölümünde doktora çalışmalarına devam eden Sn. Berkant Çamdereli'ye, veri analizindeki yardımları ve taslakları okuyarak yaptığı tavsiyeler için müteşekkirim. Başlangıç aşamasındaki

literatür taramasında beni yönlendiren, Koç Üniversitesi, Psikoloji Bölümü öğretim üyelerinden Dr. Tarcan Kumkale'ye teşekkürlerimi sunarım.

Jüri üyeleri Prof. Dr. Halil Can, Prof. Dr. Öznur Yüksel, Doç. Dr. Semra Güney ve Doç. Dr. Mustafa Kılıç'a tezin gelişmesi yolundaki yapıcı tenkitlerinden dolayı müteşekkirim. İslâm Çalışma Ahlâkı bölümünü okuyarak tavsiyelerde bulunan Prof. Dr. E. Ruhi Fığlalı'ya şükranlarımı sunarım.

Çalışmalarımın başından beri maddî manevî karşılaştığım zorluklarda destek, ilgi ve sevgilerini hiç sakınmadan sunan Sn. İnci Palsay, Doç. Dr. Rahmet Çaylan ve Dr. Agâh Oktay Güner'e yardım ve varlıklarından dolayı hürmetlerimle teşekkür ederim.

Tesadüfen seyrettiğim bir programda Prof. Dr. Üstün Dökmen'in, "Bir kişiye onu gerçekten desteklediğinizi göstermek isterseniz sırtını sıvazlayın," dediğini dinlemiştim. Annem Müzeyyen Zülfikar ve babam Kâzım Zülfikar'ın, sıcaklıklarını hep sırtımda hissettiğim ellerini, sonsuz şükranlarımla öperim.

Bu sene üniversiteye başlayan kızım Yekta İnci Zülfikar, okulunun kütüphanesinden bana pek çok kitap ve makale taşıdı, yazdıklarımı okuyarak tavsiye ettiği değişikliklerle metnin daha iyi hale gelmesinde yardımcı oldu. Onun sıcacık, sevgi dolu yardımlarına gönülden teşekkürler ederim.

Yıllar önce yüksek lisansa başlama tavsiyesiyle akademik çalışmayı aklımın bir köşesine yerleştiren ve beni bu yönde her zaman teşvik eden eşim Dr. Cangüzel Zülfikar, doktora çalışmalarım esnasında da yardımlarını esirgemedi. Ufuk açıcı fikirleri ve tezin bütününe okuyarak gelişmesi yönünde yaptığı yardımlar için teşekkürler ederim.

Elinizdeki doktora tezine yukarıda sayamadığımız başka isimler de yardımcı ve destek oldular, onlara da müteşekkirim. Çalışmamızda muhakkak ki eksikler vardır. İlerideki araştırmalarımızla bunları gidermeye gayret edeceğiz.

## ÖZET

ZÜLFİKAR, Yavuz Fahir. *Amerika Birleşik Devletleri'nde Yaşayan Türk ve Amerika'lı Çalışanların İşe Yönelik Değerlerinin Karşılaştırılması*, Doktora Tezi, Ankara, 2007.

Bu çalışmanın amacı; Amerika Birleşik Devletleri'ne göçmüş ve orada çalışan Türklerin iş değerleri bakımından Amerika'lı çalışanlarla mukayese edilmesidir. Öncelikle teze alt yapı oluşturması amacıyla, İş Ahlâkı, Çalışma Ahlâkı, Protestan Çalışma Ahlâkı, Kurumsal Sosyal Sorumluluk, İslâm Çalışma Ahlâkı, Çalışma, Çalışma ve Boş Zaman, İşkoliklik ve Başarı İhtiyacı konularında literatür çalışması yapılmıştır. Ardından, Türk ve Amerika'lı çalışanların Protestan Çalışma Ahlâkı ve Başarı İhtiyacı değerleri internette yapılan bir anketle ölçülmüş ve elde edilen sonuçlar tekli ve çoklu varyans analizleri ile değerlendirilmiştir. Yapılan analizler sonucunda, Türklerin Protestan Çalışma Ahlâkı değerlerinin Amerika'lı çalışanlardan yüksek olduğu, Amerika'lı Protestan ve Katoliklerin Protestan Çalışma Ahlâkı değerleri arasında ise istatistikî olarak anlamlı bir farklılık bulunmadığı gözlenmiştir. Başarı ihtiyacı ile ilgili analizlerde, Türklerle Amerika'lılar arasında anlamlı bir farklılık görülmemiştir. Elde edilen sonuçlar, ilgili literatür ve daha önce yapılmış benzer çalışmalar ışığında yorumlanmıştır.

**Anahtar Sözcükler:** İş ahlâkı, çalışma ahlâkı, Protestan çalışma ahlâkı, İslâm çalışma ahlâkı, başarı ihtiyacı, Türkiye, ABD.

## ABSTRACT

ZÜLFİKAR, Yavuz Fahir. *Amerika Birleşik Devletleri'nde Yaşayan Türk ve Amerika'lı Çalışanların İşe Yönelik Değerlerinin Karşılaştırılması* [Comparison of Work Values of Turks and Americans Living in the US], Ph.D. Dissertation, Ankara, 2007.

The purpose of this study is to compare Turks who live and work in the US with their American counterparts in the business world. First, a related literature research was conducted focusing on Business Ethics, Work Ethic, Protestant Work Ethic, Corporate Social Responsibility, Islamic Work Ethic, Work, Leisure, Workaholism, and Need for Achievement. Second, to measure Protestant Work Ethic and need for achievement values of Turkish and American white collar workers, a web based survey was administered. ANOVA and MANOVA analyses were used to evaluate the survey results utilizing SPSS software. Results showed that participating Turks' Protestant Work Ethic values were significantly higher than the Americans'. There was no significant difference observed between Protestants and Catholics in Protestant Work Ethic. Similarly, there was no significant difference between Turks and Americans for need for achievement values. Lastly, the results were discussed and interpreted in light of related literature and similar studies.

**Key Words:** Business ethics, work ethic, Protestant Work Ethic, Islamic Work Ethics, need for achievement, Turkey, the US.



## İÇİNDEKİLER

KABUL VE ONAY .....	i
BİLDİRİM .....	ii
TEŞEKKÜR.....	iii
ÖZET .....	v
ABSTRACT.....	vi
İÇİNDEKİLER .....	vii
KISALTMALAR.....	xi
TABLolar .....	xii
ŞEKİLLER.....	xiii
<b>GİRİŞ</b> .....	<b>2</b>
KONUNUN ÖNEMİ.....	2
ARAŞTIRMANIN AMACI.....	3
YÖNTEM.....	4
HİPOTEZLER.....	5
TEZİN ORGANİZASYONU.....	6
<b>BÖLÜM – 1</b> .....	<b>11</b>
<b>İŞ VE ÇALIŞMA AHLÂKI</b> .....	<b>11</b>
1.1. GİRİŞ .....	11
1.2. İŞ AHLÂKI.....	11
1.2.1. Ahlâk .....	12
1.2.2. İş Ahlâkının Önemi ve Gerekliliği .....	14
1.2.3. İşin Ahlâkî Temelleri.....	15
1.2.4. İş Ahlâkı Nedir?.....	16
1.2.5. İş Ahlâkının Uygulamaya Konulması .....	17
1.3. ÇALIŞMA AHLÂKI.....	18
1.3.1. Çalışmanın Tanımı .....	18
1.3.2. Çalışma Ahlâkının Tanımı.....	19

1.3.3. Protestan Çalışma Ahlâkı .....	20
1.3.4. Protestan Çalışma Ahlâkının Ölçülmesi .....	21
1.3.5. Amerika Birleşik Devletleri'nde Çalışma Ahlâkı .....	23
1.3.6. Çalışma Değerlerinin Öğretilmesi .....	24
1.4. KURUMSAL SOSYAL SORUMLULUK .....	25
1.4.1. Tanım .....	26
1.4.2. Kurumsal Sosyal Sorumluluğun Bileşenleri .....	28
1.4.3. Kurumsal Sosyal Sorumluluğun Hedefleri ve Etkileri .....	30
1.4.4. Kurumsal Sosyal Sorumluluğun Uygulanması .....	33
1.4.5. Kurumsal Sosyal Sorumluluğun Geleceği .....	34
1.5. SONUÇ .....	36
<b>BÖLÜM – 2</b> .....	39
<b>İSLÂM ÇALIŞMA AHLÂKI</b> .....	39
2.1. GİRİŞ .....	39
2.2. İSLÂM'DA AHLÂKIN TANIMLARI VE KAYNAKLARI .....	40
2.2.1. Kur'an ve Sünnet .....	41
2.2.2. İcma ve Kıyas .....	43
2.3. İSLÂM AHLÂKININ TEMELLERİ .....	44
2.4. İSLÂM AHLÂK SİSTEMİNİN UNSURLARI .....	47
2.5. İSLÂM VE ÇALIŞMA .....	49
2.6. SONUÇ .....	58
<b>BÖLÜM – 3</b> .....	61
<b>İŞE YÖNELİK TUTUMLAR</b> .....	61
3.1. GİRİŞ .....	61
3.2. ÇALIŞMANIN ANLAMLILIĞI .....	62
3.3. ÇALIŞMANIN DEĞİŞİK YÖNLERİ .....	65
3.3.1. Bir Kimlik Kaynağı Olarak Çalışma .....	65
3.3.2. Çekirdek Aile Dışında İlişki Kaynağı Olarak Çalışma .....	66
3.3.3. Mecburî Faaliyet Kaynağı Olarak Çalışma .....	66
3.3.4. Yetenek ve Yaratıcılığı Geliştirme Kaynağı Olarak Çalışma .....	66

3.3.5. Psikolojik Zamanı Düzenleme Faktörü Olarak Çalışma .....	67
3.3.6. Amacı Olduğunu Hissetme Kaynağı Olarak Çalışma .....	67
3.3.7. Gelir ve Kontrol Kaynağı Olarak Çalışma .....	68
3.4. ÇALIŞMA VE BOŞ ZAMAN .....	68
3.4.1. Çalışmanın Tarihsel Gelişimi .....	69
3.4.2. Boş Zamanın Tarihsel Gelişimi .....	71
3.4.3. Çalışma ve Boş Zaman İlişkisi .....	73
3.5. İŞKOLİKLİK (ÇALIŞMA BAĞIMLILIĞI) .....	76
3.5.1. İşkolik Tipleri .....	78
3.5.2. İşkoliklerin Karakteristik Özellikleri .....	82
3.6. BAŞARI İHTİYACI .....	84
3.6.1. Başaranların Özellikleri .....	86
3.6.2. Başarı İhtiyacının Kaynakları .....	89
3.6.3. Başarı İhtiyacının Öğretilmesi .....	91
3.6.4. Yüksek Başarı İhtiyacının Etkileri .....	95
3.7. SONUÇ .....	96
<b>BÖLÜM – 4</b> .....	<b>100</b>
<b>YÖNTEM, BULGULAR VE TARTIŞMA</b> .....	<b>100</b>
4.1. GİRİŞ .....	100
4.2. YÖNTEM .....	101
4.2.1. Hipotezler .....	101
4.2.2. Verilerin Toplanması .....	102
4.2.2.1. Anket Soruları .....	103
4.2.2.2. Anketin Yapılması Süreci .....	107
4.2.2.3. Anketin İnternette Yapılması .....	109
4.2.2.4. Ankete Katılımı Teşvik .....	113
4.2.3. Örneklem Metodu .....	114
4.2.4. Örneklem Kütlesinin Yapısı .....	116
4.2.5. Veri Analizi .....	121
4.2.5.1. Faktör Analizi .....	121
4.2.5.2. Çoklu Varyans Analizi (MANOVA) .....	122

4.2.5.3. Kullanılan Yazılım (SPSS) .....	123
4.2.6. Kısıtlar .....	124
4.3. PROTESTAN ÇALIŞMA AHLÂKI İLE İLGİLİ BULGULAR.....	125
4.3.1. Protestan Çalışma Ahlâkı'nın Boyutları.....	125
4.3.2. PÇA'nın Boyutlarına Göre Yapılan Karşılaştırmalar (ANOVA ve MANOVA).....	131
4.4. İŞE YÖNELİK TUTUM BULGULARI.....	148
4.5. SONUÇ .....	154
<b>SONUÇ</b> .....	156
<b>KAYNAKLAR</b> .....	170
<b>EKLER</b> .....	190
EK – 1: ANKET (TÜRKÇE).....	191
EK – 2: ANKET (İNGİLİZCE) .....	197
EK – 3: ANKETE DAVET MESAJI (TÜRKÇE).....	203
EK – 4: ANKETE DAVET MESAJI (İNGİLİZCE) .....	205
EK – 5: KURUMSAL DENETLEME KURUMU ANKET ONAY MEKTUBU .....	207
<b>ÖZGEÇMİŞ</b> .....	210

## KISALTMALAR

ABD:	Amerika Birleşik Devletleri
AACSB:	İşletme Fakültelerini İlerletme Derneği (The Association to Advance Collegiate Schools of Business-AACSB)
ANOVA:	Tekli Varyans Analizi (Analysis of Variance)
ATA-NC:	Kuzey Carolina Amerikan-Türk Derneği (American Turkish Association of North Carolina)
DHHS:	Sağlık ve İnsanî Hizmetler Bakanlığı (Department of Health and Human Services)
ILO:	Uluslararası İşgücü Örgütü (International Labor Organization)
ISO:	Uluslararası Standardlar Örgütü (International Standards Organization)
İÇA:	İslâm Çalışma Ahlâkı
MANOVA:	Çoklu Varyans Analizi (Multivariate Analysis of Variance)
OHRE:	İnsan Araştırmaları Etiği Ofisi (The Office of Human Research Ethics)
OİK:	Orman İdare Konseyi (Forest Stewardship Council-FSC)
OPRR:	Araştırma Risklerinden Koruma Bürosu (Office for Protection from Research Risks)
PÇA:	Protestan Çalışma Ahlâkı (Protestant Work Ethic-PWE)
KDK:	Kurumsal Denetleme Kurulu (Institutional Review Board-IRB)
KSS:	Kurumsal Sosyal Sorumluluk (Corporate Social Responsibility-CSR)
SGDİK:	Sürdürülebilir Gelişme Dünya İş Konseyi (World Business Council for Sustainable Development-WBCSD)
SPSS:	Artık sadece kısaltılmış hali ile kullanılan bu bilgisayar yazılımının orijinal ismi şöyledir: “Statistical Product and Service Solutions”.
UFK:	Uluslararası Finans Kurumu (International Finance Corporation)
UNC-CH:	Chapel Hill Kuzey Carolina Üniversitesi (University of North Carolina at Chapel Hill)

## TABLOLAR

Tablo-2.1: İslâm'da İş Uygulamaları ile İlgili Prensipler ve Kaynakları .....	57
Tablo-3.1: Anlamlılık Matrisi .....	63
Tablo-3.2: Çalışma-Boş Zaman İlişki Tipleri .....	74
Tablo-3.3: Çalışma-Boş Zaman İlişkisi ve İlgili Değişkenler (Bireysel) .....	75
Tablo-4.1: İnternette Gerçekleştirilecek Anketler İçin Rehber .....	111
Tablo-4.2: Örneklem Kütlesinin Cinsiyet Dağılımı ve Medeni Durumları .....	117
Tablo-4.3: Örneklem Kütlesinin Yaş Dağılımı .....	117
Tablo-4.4: Örneklem Kütlesinin Tecrübe Dağılımı .....	118
Tablo-4.5: Örneklem Kütlesinin Etnik Dağılımı .....	118
Tablo-4.6: Örneklem Kütlesinin Eğitim Düzeyi .....	119
Tablo-4.7: Örneklem Kütlesinin Dinlere Göre Dağılımı .....	119
Tablo-4.8: Katolik ve Protestanların Kilisedeki Törenlere Katılımları .....	120
Tablo-4.9: Müslümanların Namaz Kılma Oranları .....	120
Tablo-4.10: Örneklem Kütlesinin Milliyete Göre Dağılımı .....	120
Tablo-4.11: Araştırmanın Sonuçlarını ve Çekilişe Katılmayı İsteyenler .....	121
Tablo-4.12: PÇA Soruları İçin Döndürülmüş Faktör Matrisi (Rotated Component Matrix) .....	126
Tablo-4.13: PÇA Faktörleri Eigen ve Açıklanan Varyans Değerleri .....	127
Tablo-4.14: Grupların Ortalama PÇA Değerleri .....	129
Tablo-4.15: Sıkı Çalışma ve Başarı Faktörü için ANOVA ve MANOVA Değerleri .....	132
Tablo-4.16: İçsel Kontrol Faktörü için ANOVA ve MANOVA Değerleri .....	134
Tablo-4.17: Boş Zamana Karşı Negatif Tutum Faktörü ANOVA ve MANOVA Değerleri .....	136
Tablo-4.18: Zaman, Para ve Para Biriktirmeye Karşı Tutum Faktörü ANOVA ve MANOVA Değerleri .....	137
Tablo-4.19: Kendi Başına Bir Sonuç Olarak Çalışma Faktörü ANOVA ve MANOVA Değerleri .....	139
Tablo-4.20: PÇA Boyutlarına Göre Toplam Ortalamalar .....	140
Tablo-4.21: PÇA Değerlerinin Özeti .....	142
Tablo-4.22: Başarı İhtiyacı için ANOVA ve MANOVA Değerleri .....	149

## ŞEKİLLER

Şekil-1.1: Kurumsal Sosyal Sorumluluk Piramidi.....	29
Şekil-3.1: Yüksek Başarı İhtiyacını Destekleyen Şartlar.....	93
Şekil-3.2: Yüksek Başarı İhtiyacına Yönelimin Muhtemel Sonuçları.....	96
Şekil-4.1: Grupların Ortalama PÇA Değerleri.....	130
Şekil-4.2: PÇA Boyutlarına Göre Toplam Ortalamalar.....	141
Şekil-4.3: Başarı İhtiyacı Değerlerinin Gruplara Göre Ortalamaları.....	151

# GİRİŞ



## GİRİŞ

### KONUNUN ÖNEMİ

Küreselleşen dünyamızda ve özellikle gelişmiş ülkelerde iş gücünün artık sadece o ülkenin insanlarından oluşmadığı fakat gelişmekte olan ülkelere oraya göçenlerle zenginleştiği inkâr edilemez bir gerçektir.

İş ve meslek ahlâkı, 1980'lerin sonundan itibaren işletmecilik literatürüne girmeye başlamıştır. Amerika Birleşik Devletleri (ABD)'nde, işletme bölümlerinin akreditasyonunu yapan İşletme Fakültelerini İlerletme Derneği (AACSB), 2003 yılında yenilediği standartlarında, bu bölümlerin akredite olabilmeleri için gerekli olan iş ahlâkı ile ilgili ihtiyaçları daha da yükseltmiştir.<sup>1</sup> Dünyanın giderek tek bir Pazar haline gelmesi, insan haklarının artan önemi, çevre kirliliğinin tehlikeli boyutlara ulaşması, iş ahlâkının bu derece önem kazanmasındaki en önemli faktörlerdir (Arslan 2005: 8).

Küresel ölçekte faaliyet gösteren üç yüz firma üzerinde yapılan bir araştırma; çalışanların çıkar çatışmaları, uygunsuz hediyeler, cinsel taciz ve yetkisiz maaş konularını en başta gelen ahlâkî meseleler olarak göstermiştir (Bikun 2004: 12). Son yıllarda, Exxon gibi çok büyük firmalarda ardı ardına ortaya çıkan yolsuzluklar, iş ve meslek ahlâkı konusunun önemini tekrar gündeme getirmiştir.

Özellikle 2002 yılında ABD iş dünyasında pek çok skandallar görülmüş ve bunlar sonucunda bazı firmalar iflas ederken, bazı firmaların üst düzey yöneticileri hakkında soruşturmalar yapılmış hatta hapse atılanlar olmuştur. Bu yolsuzlukların en dikkat çekenleri de uluslararası denetleme kuruluşlarında; yani bir yerde, görevi iş ahlâkı değerlerinin firmalar tarafından uygulanmasını denetlemek olan kuruluşlarda görülenlerdir.

Çok bilinen bir olayda uluslararası denetleme firması Arthur Andersen, müşterisi Enron ile çok yakın ve taraflı bir ilişki içine girmiş, dolayısı ile objektif denetleme

<sup>1</sup> <http://www.aacsb.edu>, erişim: 20.07.2007. Okulların uyması gereken standartlar hakkında daha ayrıntılı bilgi için bkz. [http://www.aacsb.edu/resource\\_centers/EthicsEdu/default.asp](http://www.aacsb.edu/resource_centers/EthicsEdu/default.asp)

yapamayacak hale gelmiştir. Arthur Andersen, Enron firmasına diğer müşterilerine gösterdiği objektiflikten farklı bir şekilde ve kayırmacılıkla muamele etmiştir (Beauchamp ve Bowie 2004: 27). Yapılan soruşturmalarda, Arthur Andersen'in iki üst düzey yöneticisi, Enron firması ile ilgili bazı evrakın imha edilmesi talimatını verdikleri için suçlu bulunmuş (Gutman 2002) ve ABD Menkul Kıymet ve Borsa Komisyonu'nun (US Securities and Exchange Commission) suçlu bulunmuş kurumların denetleme yapmasına izin vermemesi nedeniyle bu dev firma 30 Ağustos 2002 tarihinde ABD'deki çalışma hayatını sonlandırmıştır (Radigan 2002).

Kuruluşundan itibaren farklı milletlerden insanları kaynaştıran Amerika Birleşik Devletleri, her yıl yaklaşık iki yüz bin insana oturma ve çalışma izni vermek suretiyle bu özelliğini devam ettirmektedir. Doğal olarak farklı kültürel alt yapılardan gelen insanların oluşturduğu bu çalışma ortamında iş ahlâkının önemi de artmaktadır. Kültür alt yapıları, dilleri ve dinleri farklı olan bu insanların iş gücüne katılımları acaba Amerikan iş gücüne olumlu mu yoksa olumsuz mu katkı yapmaktadır? Her sene iş gücüne eklenen yeni insanlar Amerikan iş değerlerini yükseltiyor mu yoksa sisteme ilâve problemler mi getiriyor?

Bu çalışmada halihazırda Amerika Birleşik Devletlerinde yerleşik Türk kökenli çalışanlarla Amerika'lı çalışanların iş ahlâkındaki benzerlikler ve farklılıklar ortaya konarak irdelenecektir.

## **ARAŞTIRMANIN AMACI**

Her yıl Amerika Birleşik Devletleri'ne pek çok Türk çalışmaya gitmektedir. Büyük çoğunluğu üniversite mezunu olan bu insanların yanısıra, yüzlerce öğrenci de ABD'de muhtelif seviyelerde öğrenim görmektedir. Özellikle doktora seviyesinde eğitim alanlar gerek ders vererek, gerekse de laboratuvarlarda ve araştırma projelerinde çalışmak suretiyle Amerikan iş gücünün içinde yer almaktadırlar.

Bu çalışmanın amacı; ABD'ye göçmüş Türklerin iş değerleri bakımından Amerika'lı iş arkadaşları ile karşılaştırılmasıdır. Buradan elde edilecek sonuçlarla, Türklerin uyum

sağlamasına yardımcı olabilecek hususlar ve Amerika'luların Türklerden örnek alabilecekleri değerlerin belirlenmesi hedeflenmektedir.

## YÖNTEM

Yukarıda bahsedilen genel amaca ulaşmak için ilk olarak Weber'in (2002) Protestan Çalışma Ahlâkı yaklaşımından faydalanılacaktır. Weber ilk defa 1905 yılında yayınlanan kitabında, Protestan toplumların özel bir çalışma ahlâkına sahip olduklarını ve bunun Protestan olmayan toplumlarınkinden farklı olduğunu ileri sürmüştür. Weber, Protestan Çalışma Ahlâkı (PÇA) diye isimlendirdiği bu değerler sistemi nedeniyle Protestan toplumların Protestan olmayanlardan daha fazla çalışmaya meyilli olduklarını ve PÇA'nın kapitalizmin Batıda gelişmesinde önemli rol oynadığını iddia etmiştir.

Weber'in bu görüşünün hâlâ geçerli olup olmadığını test etmek üzere Mirels ve Garrett (1971) tarafından geliştirilmiş ve pek çok araştırmada kullanılmış PÇA ölçeği kullanılacaktır. Hakkında ayrıntılı bilginin tezin Yöntem bölümünde verildiği bu ölçekle, ABD'de yaşayan Türkler Amerika'lularla ve ayrıca Amerika'lular da kendi içlerinde mensup oldukları farklı din gruplarına göre karşılaştırılacaktır.

PÇA'ya ilâve olarak çalışanların işe yönelik tutumları incelenecektir. Bunu gerçekleştirebilmek için McClelland'ın (1961) "Başarı İhtiyacı" kavramına dayandırılarak Steers ve Braunstein (1976) ile Lussier (1996: 178-179) tarafından soruşturılmış olan başarı ihtiyacı ölçeğinden faydalanılacaktır. Yukarıdaki yaklaşıma paralel olarak, bu ölçekle de ABD'de yaşayan Türkler Amerika'lularla ve Amerika'lular kendi içlerinde karşılaştırılacaktır.

Her iki karşılaştırmanın yapılabilmesi için gerekli olan veriler, internette geliştirilecek bir anket ile toplanacaktır. Ekler bölümünde Türkçe ve İngilizce olarak verilen anket, 19 PÇA, 5 başarı ihtiyacı ve 17 demografik olmak üzere 41 sorudan oluşmaktadır. Verilerin toplanmasından sonra, grupların birbirleri ile karşılaştırılabilmesi için Tekli ve Çoklu Varyans analizleri uygulanacaktır. Bu analizlerin yapılmasında SPSS yazılımı kullanılacaktır.

Bütün bu analizlerin doğru olarak yapılabilmesi ve çıkan sonuçların yorumlanabilmesi ve kavramlarda birliği sağlamak için bir teorik alt yapı ihtiyacı vardır. Bunu sağlamak amacıyla: Protestan Çalışma Ahlâkı, iş ahlâkı, çalışma ahlâkı ve son bir kaç on yılda çok tartışılan kurumsal sosyal sorumluluk konularında; karşılaştırma yapılacak gruplardan biri olan Türk grubun büyük çoğunluğunun Müslüman olması nedeniyle İslâm Çalışma Ahlâkı hakkında ve karşılaştırmaların ikinci boyutunu oluşturacak olan başarı ihtiyacını kapsamak amacıyla da işe yönelik tutumlar konusunda literatür taraması yapılacaktır.

## **HİPOTEZLER**

Çalışmanın hipotezleri oluşturulurken literatürdeki eksiklikler ve daha önceki çalışmalarda ele alınmış problemler göz önünde bulundurulmuştur. Tezin temel amaçlarından biri ABD’de yaşayan ve çalışan Türklerin Amerika’lılarla karşılaştırılmasıdır. ABD’ye göç etmiş Türklerin büyük kısmının gerek eğitim, gerekse yaptıkları işler bakımından Amerikan ortalamasının üstünde oldukları düşünülmektedir. Bu özellikleri dolayısıyla ve bundan önceki çalışmaların sonuçları da dikkate alındığında ABD’de yaşayan Türklerin PÇA’yı destekleme değerlerinin Amerika’lılardan daha yüksek çıkacağı tahmin edilmektedir. Bu durumda birinci hipotezimiz şöyle olmaktadır:

**H1:** ABD’de yaşayan Türklerin PÇA değerleri Amerika’lılardan anlamlı olarak daha yüksektir.

Weber’in orijinal tezinde Protestanların Protestan olmayanlardan daha yüksek PÇA değerine sahip oldukları ileri sürülmektedir. Arslan (2001b: 324) yaptığı literatür taramasında 42 çalışmanın bu görüşü desteklediğini, 19 çalışmanın ise aksini doğruladığını görmüştür. Ancak Arslan’ın kendi çalışmasında PÇA’nın beş boyutundan birinde Protestan ve Katolikler arasında anlamlı bir farklılık çıkmamış, bir boyutta Protestanların diğer bir boyutta Katoliklerin PÇA değerleri anlamlı olarak yüksek çıkmış, diğer iki boyutta ise Protestanların PÇA değerleri Katoliklerin değerinden çok az yüksek çıkmıştır. Arslan’ın çalışmasında İngiltere’deki Protestanlar ile İrlanda’daki Katolikler karşılaştırıldığı halde çok büyük farklılık görülmemesi, bizim çalışmamızda da ABD’de yani aynı ülkede yaşayan grupların karşılaştırılması yapılacak olması

dolayısıyla iki grubun PÇA değerleri arasında anlamlı bir farklılığın gözlenmeyeceği düşünülmektedir. Dolayısıyla ikinci hipotez şu şekilde kurulmuştur:

**H2:** Amerika’lı katılımcıların alt grupları olan Protestanlar ile Katolikler arasında PÇA açısından anlamlı bir farklılık yoktur.

McClelland ülkelerin kalkınmışlık seviyeleri ile ilgili yaptığı çalışmalarında, belirli dönemlerde ilerleme hamlesi yapan toplumların başarı ihtiyacı seviyelerinin söz konusu hamlenin 10-20 sene öncesinden itibaren yüksek olduğunu gözlemiştir. ABD, halihazırda ekonomik ve politik olarak dünyanın en gelişmiş ülkelerinden biri olduğundan, orada yaşayan göçmenleri de kapsayacak şekilde bu ülke halkının başarı ihtiyacı değerlerinin yüksek olması beklenmektedir. Hatta ABD’ye göç etmiş insanların başarı ihtiyacı değerlerinin, ne kadar iyi uyum sağlamış olsalar da kendilerini bir nevi azınlık olarak hissetmeleri ve kendi ülkelerinden ayrılp buraya gelmiş olmanın motivasyonu ile Amerika’lılardan daha yüksek çıkacağı düşünülmektedir. Üçüncü hipotez şu şekilde kurulmuştur:

**H3:** ABD’de yaşayan Türklerin başarı ihtiyacı değerleri Amerika’lılardan anlamlı olarak daha yüksektir.

## TEZİN ORGANİZASYONU

Tezin teorik alt yapısı üç bölümde oluşturulmaya çalışılmıştır. *Birinci Bölüm* olan *İş Ahlâkı ve Çalışma Ahlâkı* bölümünde; iş ahlâkı, çalışma ahlâkı ve kurumsal sosyal sorumluluk konuları kapsanmıştır. İş ahlâkı, genel ahlâktan farklı bir kavram değil onun iş dünyasındaki uygulamasıdır. Bu nedenle bölüme genel olarak ahlâk kavramının tanımlanmasıyla başlanmış ve oradan iş dünyasındaki uygulamalara geçilmiştir.

Katılımcıların işe yönelik değerlerinin ölçümünde kullanılacak olan Protestan Çalışma Ahlâkı’na temel olması amacıyla çalışma ve çalışma ahlâkı kavramları da incelenmiştir. Daha sonra PÇA değerlerinin nasıl ölçüleceğine dair bilgi verilmiş ve incelemenin yapılacağı ülke olan Amerika Birleşik Devletleri’nde çalışma ahlâkının mevcut durumu

irdelenmeye çalışılmıştır. Çalışma değerlerinin öğretilmesi ile ilgili tavsiyeler de burada kapsamıştır.

Milton Friedman (2002), 1962 yılında yazdığı kitabında firma yöneticilerinin yegâne sorumluluğunun kârlarını en yükseğe çıkartmak ve bu suretle hissedarlarını memnun etmek olduğunu iddia etmişse de, 1960'lardan bu yana gerek akademisyenler, gerek sanayiciler, gerekse sivil toplum kuruluşları liderleri arasında artık firmaların içinde yer aldıkları toplumlara karşı sosyal sorumlulukları olduğu görüşü yaygınlık kazanmıştır. Bu kısımda kurumsal sosyal sorumluluk kavramının tanımı, bileşenleri, hedefleri ve etkileri, nasıl uygulanabileceği ve geleceğinin nasıl görüldüğü konuları tartışılmıştır.

Araştırma çerçevesinde yapılacak anketin ve dolayısıyla da araştırmanın hedef kitlelerinden biri olan ABD'de yaşayan Türklerin büyük bir bölümünün Müslüman olması nedeniyle tezin *İkinci Bölümü* İslâm'ın çalışmaya yaklaşımına ayrılmış ve *İslâm Çalışma Ahlâkı* olarak adlandırılmıştır. Ahlâk kavramının evrenselliği dolayısıyla bir sıfatla birlikte kullanımının doğru olmadığı düşünülmeyle birlikte, artık galat-ı meşhur haline gelmiş olan İslâm Ahlâkı veya İslâm Çalışma Ahlâkı gibi terimler konunun anlaşılmasına yardım etmeleri nedeniyle tezde kullanılmıştır.

İslâmiyetle ilgili hemen her konuda olduğu gibi, İslâm anlayışındaki ahlâk kavramının temelinde Kur'an ve sünnet yatmaktadır. Bu bölümde öncelikle İslâm bakış açısı ile ahlâkın nasıl tanımlandığı, temel kaynaklarının neler olduğu ve bu kaynakların ahlâkı nasıl tanımladıkları incelenmiştir. Daha sonra İslâm ahlâkının temelleri araştırılarak bunların bir insanın ahlâkî değerlerini nasıl etkilediği ve bunun da o kişinin toplum içindeki ve tabii iş hayatındaki davranışlarını nasıl yönlendirdiği tartışılmıştır.

Müslümanlar için, İslâm bütün bir yaşama biçimidir, dolayısıyla hayatın ekonomik yönü onun bir alt birimi olarak düşünülebilir. İslâm'ın empoze ettiği değerlerle insanlarda bir ahlâkî değerler sistemi oluşur. İşte bu değerler sisteminin nasıl meydana geldiği, insanların çalışma hayatlarını nasıl etkilediği gene bu bölümde tartışılmış ve bölüm Kur'an'dan ve hadislerden verilen örneklerle bitirilmiştir.

Tez çalışması kapsamında anket uygulaması yapılacak bir başka boyut olan başarı ihtiyacı konusuna teorik alt yapı oluşturmak amacıyla *Üçüncü Bölüm* olan *İşe Yönelik Tutumlar* hazırlanmıştır. Bölüme çalışmanın anlamlılığı ve farklı toplumlarda nasıl algılandığının araştırılması ile başlanmıştır. Aynı işi yapan insanların bu işi yapma nedenleri birbirinden değişik olabileceğinden çalışmanın muhtelif yönlerini ortaya koymak amacıyla bölüme insanların çalışma nedenlerini tespit etmekle devam edilmiştir.

Hayatın sadece çalışmaktan ibaret olmadığı, insanların kendilerini geliştirip ailelerine vakit ayırmaları gerektiği iş dünyasında sıklıkla duyulmaya başlanmıştır. Konunun bu boyutunu anlamak amacıyla, çalışma ve boş zamanın tarihsel gelişimleri ve birbirleri ile olan ilişkileri bu bölümde ele alınmıştır.

Bölüme, çalışmanın adeta bağımlılık haline gelmesi anlamında kullanılan işkoliklik kavramının tartışılmasıyla devam edilmiş, burada işkoliklerin tipleri ve belirleyici özellikleri de kapsanmıştır. Son olarak, McClelland'ın başarı ihtiyacı kavramı tartışılarak üçüncü bölüm bitirilmiştir.

Tezin *Dördüncü Bölümü* olan *Yöntem, Bulgular ve Tartışma* bölümünde, benzer çalışma yapacak araştırmacılara yararlı olabileceği düşüncesiyle tezin tüm hazırlık aşamasında geçirilen safhalar ayrıntılı bir şekilde anlatılmıştır. Verilerin toplanması kısmında anket sorularının nasıl hazırlandığı, ankete verilen cevapların sayısal veri haline nasıl dönüştürüldüğü, anketin yapılması sürecinde ne gibi izinlerin alınması gerektiği, anketi internette yapma kararının nasıl alındığı ve ankete katılımı artırmak için neler yapıldığı anlatılmıştır.

Örnekleme metodu ile ilgili teorik bilgiler verildikten sonra, örneklem kütesinin yapısını ortaya koymak amacıyla ankete katılanların demografik sorulara verdikleri cevaplar da bu bölümde özetlenmiştir. Daha sonra anketten elde edilen verilerin değerlendirilmesinde kullanılan Faktör Analizi ve Çoklu Varyans Analizi ile ilgili teorik bilgi verilerek, bu analizlerde kullanılan SPSS yazılımı tanıtılmış ve kısıtlar anlatılmıştır.

Bölümün devamında Protestan Çalışma Ahlâkı ve işe yönelik tutumlar ile ilgili veriler iki ayrı alt grup halinde değerlendirilmiştir. PÇA kısmında faktör analizinden elde edilen sonuçlar tablolar halinde verilmiştir. Bu analizden elde edilen faktörlerin tek tek incelenmesine geçmeden önce, sonuçlar hakkında genel bir fikir vermesi amacıyla yeteri sayıda katılımcı sayısına ulaşmış din gruplarının PÇA değerlerinin ortalamaları hesaplanmış ve bu değerler tablo ve grafik halinde sunulmuştur. Daha sonra faktörlerin altında yer alan sorulara grupların verdikleri cevaplar hesaplanarak tablolarda özetlenmiş ve bunların karşılaştırılmaları yapılmıştır. PÇA kısmının sonunda faktörlerin altında yer alan soruların toplamlarından oluşturulan bir özet tablosu hazırlanmış ve bu tablo grafik olarak da ifade edilmiştir.

PÇA kısmının bir faktörü için yapılan işlemin benzeri işe yönelik tutumlar kısmı için de yapılmış ve bu konuyla ilgili soruların beş soruya verilen cevaplar için tekli ve çoklu varyans değerleri hesaplanarak dördüncü bölüm bitirilmiştir.

*Sonuç* bölümünde tez sürecinde yapılanlar özetlendikten sonra *Bulgular ve Tartışma* bölümünde elde edilen değerler yorumlanmaya çalışılmış ve ileride yapılması gerektiği düşünülen araştırmalar tartışılmıştır.

Tezin teorik ve uygulama bölümlerinde kullanılan bütün kitap, makale veya internet sitelerinin erişim bilgileri *Kaynaklar* bölümünde verilmiştir. *Eklere* bölümünde de sırasıyla Türkçe anket, İngilizce anket, Türkçe ankete davet mesajı, İngilizce ankete davet mesajı ve Kurumsal Denetleme Kurulu'nun anket için onay mektubu verilmiştir.



## **BÖLÜM – 1**

### **İŞ VE ÇALIŞMA AHLÂKI**

## BÖLÜM – 1

### İŞ VE ÇALIŞMA AHLÂKI

#### 1.1. GİRİŞ

2002 yılında ortaya çıkan ahlâk, yönetim ve muhasebe skandalları, iş dünyasını sarsmış, sermaye piyasasına zarar vermiş ve yatırımcı, düzenleyici ve diğer katılımcıların –haklı veya haksız– çoğu firmanın çoğu zaman doğru olanı yapacakları varsayımını sorgulamalarına neden olmuştur. Bu skandallar sebebiyle büyük ölçekli firmaların yıkılması, üst düzey yöneticilerin para cezalarına çarptırılması ve hatta hapse girmeleri, iş ahlâkı uygulamalarının öneminin acı bir şekilde de olsa hatırlanmasına neden olmuştur. Bunun sonucunda, özellikle Amerika Birleşik Devletleri (ABD)’nde, pek çok firma iş ahlâkı programlarını kuvvetlendirmek üzere harekete geçmiştir.<sup>2</sup>

Bu bölümde, iş ahlâkının genel ahlâktan ayrı bir konu olmadığı varsayımına dayanarak, öncelikle ahlâk kavramı ele alınacaktır. Daha sonra bu temele dayandırmak sûretiyle iş ahlâkının önemi, gerekliliği, temelleri ve tanımı ortaya konulacak ve nasıl uygulamaya konabileceği tartışılacaktır. Ardından genel olarak çalışma ahlâkı ve yapacağımız karşılaştırma çalışmasında ölçüm aracı olarak kullanılacak olan Protestan Çalışma Ahlâkı hakkında bilgiler verilecektir.

Nihayet kurumsal sosyal sorumluluk kavramı tanımlanarak, uygulanabilirliği, iş dünyasına etkileri ve geleceği tartışılacaktır.

#### 1.2. İŞ AHLÂKI

İş yaparken ahlâkî kararların verilmesi, işin doğasının ve ahlâkî uygulamaların açık bir şekilde anlaşılmasını gerektirir. İş ahlâkı, iş yerinde nazik olmak ve doğru olanı yapmak veya servet veya kâra karşı olmak gibi bir anlama sahip değildir (Stenberg 2000: 63). Uygulamalı bir ahlâk bilgisi olan iş ahlâkı, iş hayatında karşılaşılan ahlâkî problemleri

---

<sup>2</sup> *Overview of Business Ethics: Executive Summary*, (İş Ahlâkına Genel Bakış: Yönetici Özeti), Business for Social Responsibility, <http://www.bsr.org/CSRResources/IssueBriefDetail.cfm?DocumentID=48815>, erişim: 25.05.2006.

inceler. İş ahlâkı isminin işaret ettiği üzere, iş dünyasına ait özel bir ahlâkın olduğu kanısı doğru değildir. İş dünyasında karşılaşılan sorunlar, genel ahlâkî sorunlardan ayrı bir yöntemle ele alınmazlar (Arslan 2005: 4). Dolayısıyla, iş ahlâkı ile ilgili ayrıntılara girmeden önce, genel olarak ahlâk kavramı hakkında temel bilgilerin derlenmesinde fayda görülmektedir.

### 1.2.1. Ahlâk

Ahlâk, tercihlerle ilgilidir. Nasıl bir insan olmalıyım? Ne yapmalıyım? Nasıl davranmalıyım? Neye değer vermeliyim? Ne tip bir toplumda yaşamalıyız? Ünlü filozof Sokrat, “sorgulanmayan hayat yaşamaya değer değildir,” diyerek ahlâkî bir hayatın özünü ortaya koymuştur. Yaşadığımız her gün, şu temel soruyu gündeme getiren sayısız ahlâkî sorularla karşılaşırız: “Hayatımı nasıl yaşamalıyım?” Bu soruları cevaplamaktan kaçınmak mümkün değildir; hayatımızı ya bu soruları açık ya da örtülü bir şekilde yaptığımız tercihlerle cevaplayarak geçiririz (DesJardins 2005: 3-4).

Ahlâk terimi, insanların toplum içerisinde uymaları gereken kuralları ifade ederken aynı zamanda ahlâk felsefesini de belirtmektedir (Arslan 2005: 1). Adams (1992: 69-70), ahlâkın şu nedenler dolayısıyla bağımsız bir disiplin olduğunu ileri sürmektedir: (1) ahlâk, biyolojik, psikolojik ve sosyolojik olarak açıklanamaz, (2) ahlâk, dine bağımlı değildir ve dinden türetilmemiştir, (3) ahlâkî kavramlar, ahlâkî olmayan kavramlara indirgenemez ve onlarla tanımlanamaz, (4) ahlâkî hükümler, sadece ahlâkî olmayan inanışlara göre haklı gösterilemezler, (5) ahlâk, dış dünyanın nesnel değerleri veya normatif yapılarında değil bir hayat şeklinde temellenen bir lisan oyunudur, (6) ahlâkî hükümler, belirleyici hükümler değildir (herhangi bir nesnel doğru veya prensibe atfedilemezler ve onlarca belirlenmezler), (7) felsefî ahlâk, epistemoloji, metafizik ve akıl felsefesi gibi diğer felsefî disiplinlerden bağımsızdır.

İkinci maddede geçen ahlâkın dine bağımlı olmayışı; ahlâk kavramının bazı farklarla çeşitli dinlerde bulunması, hatta dine inanmayanlarda da ahlâk duygusunun varlığı nedeniyle kabul edilmektedir. Ancak, dinlerin insanların ahlâk anlayış ve davranışlarına önemli derecede etki ettiği de unutulmamalıdır.

Akarsu'ya göre ahlâk; belli bir dönemde belli insan topluluklarınca benimsenmiş olan, bireylerin birbirleriyle ilişkilerini düzenleyen törel davranış kurallarının, yasalarının ve ilkelerinin toplamıdır(1984: 2).

Başka bir tanım ise şöyledir: Ahlâk, sistematik olarak şahıs, grup, örgüt, profesyonel, toplum, pazar ve küresel moral tecrübeleri; peşine düşmeye degecek derecede arzulanan ve öncelikli sonuçları, insan davranışlarını yönetmesi gereken doğru kural ve yükümlülükleri, hayatta gerçekleştirilmeyi ve ona göre hareket etmeyi hakeden faziletli amaçları ve karakter özelliklerini belirlemek sûretiyle anlamaya çalışmaktır. Kısaca ahlâk, şahsî ve toplu moral farkındalık, hüküm, karakter ve davranış çalışmasıdır (Petrick ve Quinn 2001: 55).

Snoeyenbos (2001: 15-17), ahlâkı; insanların verdikleri moral hükümleri ve bu hükümlerin üzerine inşa edildikleri kural ve prensipleri inceleyen bir disiplin olarak tanımlamaktadır. Moral hükümler, iki farklı tipte sistematik incelemeye tâbi tutulabilir: *betimleyici ahlâk* ve *normatif ahlâk*. Betimleyici ahlâk, insanların veya toplulukların moral hükümleri ve moral inançları hakkındaki olgularla ilgilenir. Normatif ahlâk ise temel olarak şu iki soru ile ilgilenir: (1) Ne gibi şeyler iyidir? (2) Ne tip faaliyetler iyidir ve yapılmalıdır? Buradaki ikinci soru iş ahlâkının temel ilgi alanına girmektedir.

### ***Betimleyici Ahlâk***

Antropoloji, sosyoloji ve psikoloji ile yakından ilgili olan ve onları temel alan betimleyici ahlâk: (1) insanların, kültürlerin ve toplumların moral değerlerinin tanımlanmasını ve çalışılmasını içerir, (2) ahlâk sistemlerini, yasalarını, uygulamalarını, inançlarını, prensiplerini ve değerlerini mukayese eder, (3) normatif ahlâkın kullanacağı temel malzemeyi ortaya koyar ve normatif teorinin az ya da çok birleştireceği insan veya toplumların dikkate alınan moral değerleri için bir mihenk taşı sağlar (DeGeorge 1999: 21).

### ***Normatif Ahlâk***

Betimleyici ahlâkın ortaya koyduğu bütünün üzerine inşa edilen normatif ahlâk, tutarlı bir ahlâk sistemi sağlamayı hedefler. Tipik olarak, belirli bir toplum veya daha genel ve ideal olarak bütün insan toplumunda görülen ahlâkî sistemin temel prensip veya prensiplerini, veya temel ahlâkî değerlerini ortaya çıkarmayı, geliştirmeyi ve haklılığını göstermeyi amaçlar. Normatif ahlâkın görevleri üç kısımda toplanabilir: (1) bir toplumun ahlâkının muhtelif normlarını, kurallarını ve değerlerini bağlantılı bir bütün halinde şekillendirmeyi amaçlar, (2) içinden özel normların türetilebileceği temel prensipleri bulmayı amaçlar, (3) farklı yollarla, ahlâkın temel prensibinin haklılığını göstermeyi amaçlar (DeGeorge 1999: 21).

#### **1.2.2. İş Ahlâkının Önemi ve Gerekliliği**

İş ahlâkı, pek çok firmanın önem vermesi dolayısıyla moda haline gelmiş olmasından değil, yer aldığı pazarları önemli derecede etkilediği için zaruri hale gelmiştir. Bu pazarlarda ahlâkî seçimlerin yapılacak olması vazgeçilmezdir. İş ahlâkı işletme menfaatlerine karşı olmadığı gibi, firma sahibinin uzun vadeli kazanımının artırılmasına da destek olur (Sternberg 2000: 15).

Türkiye’de 1980’den itibaren kademeli olarak rekabetçi ekonomik düzene geçiş ve batıya açılma, ekonomik refah yanında bazı problemleri de beraberinde getirmiştir. Türk toplumu tüketim alışkanlıklarında batıyı taklit etmeye başlamış, ancak üretim ve millî gelir bu tüketimi karşılayamayınca kişisel ve kurumsal düzeyde gayri ahlâkî uygulamalar görülmüştür. Bu da iş ahlâkının uygulanmasının iş dünyasında yaygınlaşmasının ve öğretim programlarına sokulmasının gerekliliğini artırmıştır (Arslan 2005: 8).

İş ahlâkının gereklerini göz ardı eden veya doğru anlamayan bir firmanın, mal sahibinin uzun vadeli kazanımlarını maksimize etme olasılığı düşüktür. Yalan söyleyen, aldatmaya çalışan, çalan veya verdiği sözleri tutmayan bir firma ile iş yapmak çok zordur. Müşterilerini küçümseyen, çalışanlarına âdil davranmayan veya tedarikçilerine dürüst davranmayan bir firma onları tutmakta zorlanacaktır. Serbest bir pazarda, en

verimli çalışan işgücü, en iyi tedarikçi ve ucuz kaynak sağlayan finansörler kendilerini aldatan ve adil davranmayan bir firmadan daha iyisini bulabilirler. Müşteriler kendilerine tehlikeli veya güvenilmez ürünler satan veya hizmette yeterince yardımcı olmayan firmalara sadakat göstermezler. İş ahlâkına uygun davranamayan firmaların uzun vadede başarılı olması düşük ihtimaldir (Sternberg 2000: 19).

Özel firmalar tarafından geliştirilen biyolojik ve askerî teknolojiler sorumlulukla ele alınmadıklarında dünya için tehlike oluşturabilirler. Sanayileşmenin beraberinde getirdiği çevre kirliliği, firmaların çevreye duyarlı olmasını zorunlu hale getirmiştir. Küreselleşme dolayısıyla, değişik kültürlerden gelerek aynı iş yerinde çalışmak durumunda kalan kişiler birbirlerinin kültürlerine saygı duymalıdır. Etnik köken, dil, din, cinsiyet konularında iş yerlerinde ayrımcılık yapılmamalıdır (Arslan 2005: 14).

### **1.2.3. İşin Ahlâkî Temelleri**

Çağdaş toplumun bir parçası olan “iş” bir şekilde bütün insanları ilgilendirir. İnsanlar temel ihtiyaçlarını gidermek ve rahat etmek için çeşitli mallar satın alırlar. İmalâtçılar, diğerlerinin ihtiyacı olan ve istedikleri malları üretir, başkaları bunları satılmaları için mağazalara nakleder, iş yeri sahipleri bunları tüketiciye arz eder ve tüketici de bunları satın alır. Dolayısı ile iş dünyası toplumdan ayrı bir şey değil onun bütünleşik bir parçasıdır (DeGeorge 1999: 11).

Herhangi bir iş faaliyeti, insan faaliyeti olması nedeniyle, bütün diğer insanî faaliyetler gibi ahlâkî bir bakış açısı ile değerlendirilebilir. Hatta iş ve ahlâk ilişkisi daha da derine gider. Pek çok diğer sosyal faaliyetler gibi, temel bir ahlâkî yapının olduğunu varsayan işin bu olmadan yaşaması mümkün değildir. Örneğin işveren işçilerin firmadan çalışmayacaklarını, bir anlaşmanın tarafları diğerinin anlaşmanın şartlarına uymasını, bir ürünü satın alanlar onun reklâmlarda gösterildiği gibi çalışmasını beklerler. Birlikte çalışan insanlar genellikle iş arkadaşlarının doğruyu söylemelerini, diğerlerine saygı göstermelerini ve karşılığında para aldıkları işlerini yapmalarını beklerler. Çoğu durumda da bu beklentiler yerine getirilir. İş çevresinde yer alanların –tedarikçiler, satıcılar, üreticiler, yöneticiler, çalışanlar ve tüketiciler– ahlâksız davranması hatta yapılanların ahlâka uygun olup olmadığına dikkat etmeksizin davranması iş dünyasını

kısa zamanda bir durgunluğa sokabilir. Ahlâk, toplumun ve dolayısıyla da iş dünyasının hayat iksiri ve onu bir arada tutan yapıştırıcısıdır (DeGeorge 1999: 11-12).

Hayatın diğer alanlarında olduğu gibi iş dünyasında da ahlâksız davranan insanlar görülmektedir. Pek çok dolandırıcılık, yalan beyan ve abartılmış hesaplar görülmüştür, ancak insanların iş hayatlarında özel hayatlarından daha ahlâksız davrandıklarına dair bir delil yoktur. İş yapıları, ahlâksızlığa hükümet, aile, eğitim veya din yapılarından daha mütemayil değildir (DeGeorge 1999: 12).

#### **1.2.4. İş Ahlâkı Nedir?**

İş ahlâkı, iş dünyasını, diğer insânî veya toplumsal çabaların sınırlanmadığı bir şekilde sınırlayan farklı bir ahlâk değildir. Ayrıca, hayatın başka alanlarında bir kişinin yapmasına izin verilmeyen şeylerin iş dünyasında yapılmasına da müsaade etmez. İş ahlâkı genel ahlâkın bir parçasıdır ve ancak o çerçevede düşünüldüğünde doğru bir şekilde anlaşılabilir (DeGeorge 1999: 19).

İş ahlâkı, ahlâkî muhakemeyi özel iş durumlarına ve faaliyetlerine uygulamakta, iş dünyasında ortaya çıkan ahlâkî problemlerin çözülmesine veya en azından açıklanmasına çalışmaktadır. İş ahlâkı, işin tabiatı ve varsayımlarını analiz ederek başlamak sûretiyle, iş dünyasında –her yerde ve her zaman– neyin doğru olduğunu belirlemek için genel ahlâk prensiplerini kullanmaktadır (Sternberg 2000: 76). Dolayısıyla iş ahlâkı, iş hayatında ortaya çıkan ahlâkî sorunları inceleyen uygulamalı bir ahlâk bilgisidir (Arslan 2007b: 410).

İş ahlâkı, bir firmanın, dürüstlük, güven, saygı ve adalet gibi öz değerlerinin kendi politika, uygulama ve karar verme mekanizmasına nasıl katılabileceğini tanımlamaktadır. İş ahlâkı, aynı zamanda firmanın kanunlara uyması ve firma için kural ve yönetmeliklere bağlılığı ile de ilgilenmektedir. On yıl öncesine kadar iş ahlâkı, işgörenlerin çıkar çatışmaları ve firma varlıklarının kullanılması konularında neler yapmaları veya yapmamaları gerektiğini ayrıntılı bir şekilde anlatan itaat tabanlı, kanunlara dayanan kural ve eğitimlerden oluşmaktaydı. Günümüzde, artan sayıda firmalar, işgörenlerin yeni problemlerle karşılaştıklarında dahi doğru kararlar

verebilmelerini sağlayacak bir ahlâk anlayışı veren değer tabanlı, küresel olarak tutarlı programlar geliştirmektedirler.<sup>3</sup>

İş ahlâkının kapsamı, bir firmanın sadece işgörenlerine karşı davranışı ve kanunlara uyması ile sınırlı kalmayıp, hissedarlar, müşteriler, iş ortakları, tedarikçiler, toplum, çevre, yerel insanlar ve hatta gelecek nesiller gibi etkileşenler ile ilişkisinin tabiatı ve kalitesini de kapsayacak şekilde genişlemiştir. Avrupalı firmalar özellikle bu genişletilmiş tanımı benimsemişlerdir. En çok karşılaşılan iş ahlâkı konuları arasında; çıkar çatışması, finans ve muhasebede dürüstlük, yolsuzluk ve rüşvet, tüketici ve işgören mahremiyeti, ahlâkî reklâm ve biyoetik sayılabilir.<sup>4</sup>

### 1.2.5. İş Ahlâkının Uygulamaya Konulması

Gerçekten etkin iş ahlâkı uygulamaları geliştirmek isteyen firmalar, aşağıda sayılanların bazılarını veya tamamını dikkate almalıdırlar:<sup>5</sup>

- Üst düzey yönetimden gözle görünür destek sağlanması,
- Firma değerlerinin belirlenip yenilenmesi,
- Yeterli fon ve personel sağlanması,
- Ahlâk kurallarının misyon ve vizyon dokümanlarına alınması,
- Ahlâk yönetmeliği veya iş yürütme yönetmeliğinin geliştirilmesi,
- Personel arasında “ahlâkî bağımsızlık”ın teşvik edilmesi,
- Ahlâk programının küreselleştirilmesi,
- Ortaya çıkan yeni ahlâkî problemlere temas edilmesi,
- Geniş ahlâk eğitimleri geliştirilmesi,
- Ahlâkın firma içi iletişimin her türüne uyarlanması,
- Personelin kullanabileceği ahlâk yardım hattı veya başka kanallar oluşturulması,
- İşaatta bulunanlara koruma sağlanması,
- Ahlâkî davranışların ödüllendirilip ahlâksız davranışların cezalandırılması,

<sup>3</sup> *Overview of Business Ethics*, (İş Ahlâkına Bakış), Business for Social Responsibility, <http://www.bsr.org/CSRResources/IssueBriefDetail.cfm?DocumentID=48815>, s.1, erişim: 5.04.2007.

<sup>4</sup> A.g.e., s.1.

<sup>5</sup> A.g.e., s. 12-15.



- Yönetim Kurulunun ahlâk kurulu rehberi hazırlamasının sağlanması,
- Muntazam denetim ve değerlendirme programları geliştirilmesi,
- Ahlâk ve diğer Sosyal Sorumluluk fonksiyonlarının koordine edilmesi.

### 1.3. ÇALIŞMA AHLÂKI

Bir önceki bölümde anlatılan iş ahlâkı terimi çalışma ahlâkı ile meslek ahlâkını içermektedir. Bir toplumda işe ve çalışmaya karşı geliştirilen tavırlar ve bu konudaki değerler çalışma ahlâkını oluşturur. Toplumların işe yönelik tutumları farklılık gösterebileceği gibi, toplumun muhtelif katmanları arasında da farklı yaklaşımlar olabilmektedir. İşi yaşamlarının belli başlı amaçlarından biri haline getiren bazı insanlar, tutumlu, dakik, çalışkan, dürüst, sade bir hayat süren ve öz-disiplini olan kişilerdir. İşe ve çalışmaya bu tür bir yaklaşım göstermeye Püriten Ahlâkı, Protestan Çalışma Ahlâkı (PÇA) veya kısaca Çalışma Ahlâkı denilmektedir (Arslan 2005: 51).

#### 1.3.1. Çalışmanın Tanımı

Değeri olan ürün ve hizmetleri ortaya çıkartmak için yapılan faaliyetlere ‘çalışma’ denmektedir. Dolayısı ile ‘çalışma’, bir kişinin üzerine aldığı belirli bir iş faaliyeti ve sosyal rol mânâsına gelen ‘meslek’ ile eş anlamlı olmadığı gibi; evde çocuğuna bakan annenin durumunda olduğu gibi, bütün çalışmalar da ücretli değildir. Buna rağmen, ‘çalışma’ kelimesi kullanıldığında ‘ücret karşılığı işçilik’ anlaşılmakta ve ‘çalışma’, ‘meslek’ ve ‘istihdam’ kelimeleri sıklıkla birbirlerinin yerine kullanılmaktadır (Raymond 1992: 1336-1337).

Arslan (2007a: 448-449), çalışmanın anlamlılığını özetlerken şu noktaları saymıştır:

- Çalışma, öz kimlik, öz saygı ve sosyal statü açısından temel bir kaynaktır.
- Çalışma hayatın merkezdeki faaliyetidir ve boş zamandan daha önemlidir.
- Çalışma, karşılığında sağladığı maddî kazanımlardan daha fazla ödüllendirici ve içsel değer taşıyan bir uğraştır.
- Çalışmayı hayatın diğer alanlarından ayırmak zordur.

- Çalışma, gösterilen çabalar için, güvenli, tahmin edilebilir ve gittikçe artan ödüller sağlar.
- Çalışma, çekirdek aile dışında sosyal ilişkiler kurmak için önemli bir ortam oluşturur.
- Çalışma sosyal bir görevdir.
- Çalışma yaratıcılığın ve yeteneklerin geliştirilmesi için bir araçtır.
- Çalışma zamanı düzene sokan bir eylemdir.
- Çalışma kişisel hedeflere ve psikolojik tatmine ulaşmada bir araçtır.
- Çalışma bir gelir ve kontrol kaynağıdır.

İnsanlığın temel ortak özelliklerinden biri çalışmaktır ve insanlar uyanık oldukları vaktin hemen hemen yarısını çalışarak geçirirler. Yine çalışma herhangi bir medeniyetin hayatiyetini ortaya koyan en önemli göstergelerden biridir. Bir ülkenin ulusal ekonomisi değerlendirildiğinde işsizlik ve verimlilik rakamları ilk bakılan istatistiklerdendir. Ancak, çalışmak sadece insanların kendilerini meşgul tutmak veya para kazanmak için yaptıkları bir şey değildir. Anlamli bir iş yapmak veya çalışmak insanın var oluşunun ve kendini ifade edişinin temel boyutlarından biridir. Dolayısı ile çalışma, çalışma ahlâkındaki ahlâk kelimesinin kaynağı olan ahlâkî (moral) bir zorunluluktur (Colson ve Eckerd 1991: 31-32).

### **1.3.2. Çalışma Ahlâkının Tanımı**

Pek çok farklı şekilde tanımlanmış olan çalışma ahlâkı konusunda farklı görüşler bulunmaktadır. Çalışanların kabul veya red ettikleri tek bir çalışma ahlâkı yoktur; çalışma ile ilgili muhtelif değerler vardır. Herhangi bir çalışan bazı değerleri çalışmasının dayanağı olarak kabul edip diğer bazı değerleri de red edebilir (Cherrington 1980: 19). Clarke (1983: 122) çalışma ahlâkını, “insanların işlerine bir demet halinde getirdikleri değerler, inançlar, niyetler ve amaçlar ile işlerini yaparken içinde buldukları şartlar” olarak tanımlamıştır.

Siegel ise “bireyin (veya homojen bir grubun) çalışma ahlâkını, çalışmanın insan hayatındaki yerini değerlendirirken bir kıymet hükmü veya inanç (yahut kıymet

hükümleri veya inançlar manzumesi) olarak, ya ahlâklı davranış için bilinçli bir rehber veya gelenek ve davranışlarda gözlenen durum” biçiminde tanımlıyor. Bu geniş kapsamlı tanım düşünüldüğünde herkesin şöyle veya böyle bir çalışma ahlâkı olduğu söylenebilir. Bu tanım aynı zamanda kültüre, tarihe ve yere bağımlı değildir (Siegel 1983: 28-29).

### 1.3.3. Protestan Çalışma Ahlâkı

Çalışma ahlâkı geniş anlamda Protestan çalışma ahlâkı olarak, Alman ilim adamı Max Weber tarafından tanımlanmıştır. Weber kendisi Protestan dînî değerlerin kapitalist büyümeye neden olduğunu söylememekle birlikte, Protestanlıktan türetilmiş dünya görüşü ve değerlerin dinamik ve modern bir kapitalist ekonominin kurulmasına ve genişlemesine yardımcı olduğunu ifade etmiştir (Rose 1985: 12). Bu gelişmede özellikle Kalvinizm’in önemli bir rol oynadığını da belirtmiştir (Weber 1997: 30-41). Katı bir ilâhiyatçı olan Kalvin, dünyevî varlık elde etmek için kullanılacak stratejik bir yaklaşımla tutarlı olan şahsî ve toplumsal bir ahlâkı savunmuştur: dünya zevklerinden el çekmek, tasarruf ile varlığın muhafaza edilmesi, zamanın dikkatli kullanımı ve erdemli birikimi muhafaza ederek Allah’ın teveccühünü kazanma yükümlülüğü (Rose 1985: 12). Weber, Protestan toplumların batılı olmayan toplumlardan farklı bir çalışma ahlâkına sahip olduklarına inanmış, Kalvinizm’in kapitalizmin gelişmesine yaptığı katkıyı ‘kapitalizmin ruhu’ ile açıklamıştır. Bazı Protestan hareketlerdeki dînî inanış olan ‘kapitalizmin ruhu’nun sıkı çalışmayı ve üretkenliği teşvik ettiğini söylemiş, hatta ‘kapitalizmin ruhu’nun sadece bu Protestan gruplara has olduğunu iddia etmiştir (Arslan 2000a: 13). Weber, PÇA’nın kapitalizmin gelişimine dönüştürücü katkısını açıklayan ilk sosyologdur (Arslan ve Chapman 2001: 85).

Cherrington (1980: 20), geniş anlamda düşünüldüğünde çalışma ahlâkının aşağıdaki sekiz inanç konusundan bir veya bir kaçına işaret ettiğini ifade etmektedir:

1. İnsanlar ahlâkî ve dînî yükümlülükler nedeniyle hayatlarını ağır fizikî çalışma ile doldururlar. Bu bazıları için, sıkı çalışma, gayret ve angaryanın kendi iyilikleri için değerli kabul edilmesi; fiziksel zevklerden kaçınılması; ve dervişane bir var oluşla dış etkilere kayıtsız kalınması anlamına gelmektedir.

2. Kadın ve erkeklerin şahsî zevklerine hemen hiç vakit ayırmayıp, zamanlarının büyük çoğunluğunu çalışmakla geçirmeleri beklenir.
3. Çalışan işe devamlılığında güvenilir olmalı, gecikme veya devamsızlığı çok az olmalıdır.
4. Çalışanlar çok üretken olmalı ve büyük miktarlarda ürün ve hizmet üretmelidirler.
5. Çalışanlar yaptıkları işle iftihar etmeli ve işlerini iyi yapmalıdırlar.
6. Çalışanlar mesleklerine, çalıştıkları firmaya ve iş alanlarına karşı bağlılık ve sadakat duymalıdırlar.
7. Çalışanlar başarı odaklı olmalı ve terfi ve zam alabilmek için çabalamalıdırlar. Prestijli bir iş sahibi olmak ve başkalarının saygı duyması “iyi” bir insan olmanın önemli göstergeleridir.
8. İnsanlar dürüst çalışma ile kazanç elde etmeli ve idareli yaşamak ve akıllı yatırım yapmak sûreti ile bunu muhafaza etmelidir. Tutumluluk istenilen bir özelliktir; savurganlık ve israftan kaçınılmalıdır.

#### **1.3.4. Protestan Çalışma Ahlâkının Ölçülmesi**

Çalışma ahlâkı ile ilgili tutumların ölçülmesinde yaygın olarak kullanılan bir yöntem Protestan Ahlâk Ölçeğidir. Literatür incelendiğinde, PÇA'nın ölçülmesine yönelik geliştirilmiş çeşitli ölçekler görülmektedir. Furnham ve Koritsas (1990), PÇA ile meslek seçimi arasındaki ilişkiyi inceledikleri araştırmalarında o zamana kadar geliştirilmiş olan yedi PÇA ölçeğini kullanmışlardır. Bu ölçekler: Goldstein ve Eichorn'un (1961) Protestan Ahlâkı Ölçeği, Blood'ın (1969) Protestan Ahlâkını Destekleyen Ölçeği, Mirels ve Garrett'in (1971) Protestan Çalışma Ahlâkı Ölçeği, Hammond ve Williams'ın (1976) Kapitalizmin Ruhu Ölçeği, Buchholz'un (1978) Çalışma Ahlâkı ve Boş Zaman Ahlâkı Ölçeği, Ray'in (1982) Eklektik Protestan Ahlâkı Ölçeği, ve Ho'nun (1984) Avustralya Çalışma Ahlâkı Ölçeği'dir.

Furnham ve Koritsas'ın çalışmasında yer alanlardan başka ölçekler de geliştirilmiştir. Blau ve Ryan (1997), çalışma ahlâkı ile ilgili değerlerin bütün dinlerde mevcut olduğunu, dolayısı ile Protestan Çalışma Ahlâkı deyimini yerine sadece Çalışma Ahlâkı deyiminin kullanılmasının daha uygun olduğunu söylemişler, ancak Mirels ve Garrett'in

ölçeğine benzer şekilde, sıkı çalışma, boş zamana olumsuz bakış, bağımsızlık ve dindarlık boyutlarından oluşan 25 soruluk bir ölçek kullanmışlardır.

Çalışmamızda yukarıda bahsi geçen ölçekler arasında en yaygın kullanılanlardan biri olan ve bir önceki başlıkta sayılan inançları kapsayan Mirels ve Garrett'in (1971: 44) PÇA ölçeği kullanılmıştır. Bu ölçekte yer alan sorular aşağıda verilmektedir:

1. Pek çok insan hiç bir kârlılığı olmayan eğlence ile vakit geçirir.
2. Şayet insanların daha az boş vakti olsaydı, toplumumuzun daha az problemi olurdu.
3. Kolay elde edilen para (örneğin kumar veya spekülasyon ile), genellikle yanlış bir şekilde harcanır.
4. Bir bireyin işinde elinden gelenin en iyisini yaptığını hissetmesine eşdeğer derecede tatmin edici pek az şey vardır.
5. Üniversite eğitimi esnasında alınırken en zor gelen ders, genellikle gerçek hayatta en çok işe yarayandır.
6. Hayatta başarılı olamayan insanların çoğu tembellerdir.
7. Kendi kendine başarılı olan bir kişi, varlıklı olarak dünyaya gelen bir kişiden daha ahlâklıdır.
8. Sık sık, belirli zevklerden vazgeçseydim daha başarılı olabileceğimi hissederim.
9. İnsanların dinlenmeye ayıracakları daha fazla boş zamanları olmalıdır. (Ters ölçek)
10. Sıkı çalışmayı isteyen herhangi bir kişinin başarılı olma şansı vardır.
11. Herhangi bir işte başarılı olamayanlar, genellikle yeterince denememiş olanlardır.
12. Hiç bir zaman ıstırap çekmemiş olsaydık, hayatın pek bir anlamı olmazdı.
13. Sıkı çalışma başarıyı garantilemez. (Ters ölçek)
14. Kredi kartı dikkatsiz harcama yapmaya neden olur.
15. Daha fazla boş vaktimiz olsaydı hayat daha anlamlı olurdu. (Ters ölçek)
16. Hoşa gitmeyen bir işi dahi heyecanla yapmaya çalışan bir kişi, diğerlerinden daha ileriye gidebilir.
17. Yeterince sıkı çalışan bir kişi, kendisi için iyi bir hayat sağlayabilir.

18. Yapacak az işim olduğunda kendimi rahatsız hissederim.

19. Sıkı çalışmaktan hoşlanmamak bir karakter zayıflığını gösterir.

İlk olarak yazarların Ohio Eyalet Üniversitesi lisans öğrencileri arasında yaptıkları araştırmada kullandıkları bu ölçeği daha sonra pek çok araştırmacı özellikle muhtelif toplumların karşılaştırılması çalışmalarında kullanmıştır. Ankete katılanlara yukarıdaki cümleler verilerek, bunlarla mutabık olup olmadıklarını -3 ile +3 arasındaki bir değerle ifade etmeleri istenmiştir.

Bizim çalışmamız kapsamında uygulanan anketle ilgili bilgiler Yöntem bölümünde verilmektedir. Mirels ve Garret'in cümleleri çok küçük değişikliklerle aynen kullanılmış, yalnız anketi cevaplayanlardan -3 ile +3 arasında bir değer seçmek yerine Kesinlikle Katılıyorum, Katılıyorum, Ne Katılıyorum Ne De Katılmıyorum, Katılmıyorum, Kesinlikle Katılmıyorum seçeneklerinden en uygun bulduklarını işaretlemeleri istenmiştir.

### **1.3.5. Amerika Birleşik Devletleri'nde Çalışma Ahlâkı**

Amerikan toplumu, yirminci yüzyılın başından 1970'lere kadar, kitle üretimi ve işçiliğin otomatize edilmesi sayesinde üretimde büyük ilerleme sağlamıştır. Gerek sanayi ve gerekse tarım teknolojilerindeki ilerleme sayesinde, bu 70 yıllık dönem süresince Amerikan ekonomisi yıllık ortalama %3,5 oranında büyümüş, işgören verimliliği de yıllık ortalama %2,5 artmıştır. 1970'lerden itibaren ABD bir bilgi ve iletişim toplumu haline gelmiştir. Bu toplumun bilgisayar ve bilgi ağırlıklı hale gelmesi çalışma ahlâkının da yeniden tanımlanmasını gerektirmiştir. 1970 ile 1990 arasındaki yirmi yılda ekonomideki büyüme %2,5'a, işgörenlerin verimliliği de %1'in altına düşmüştür. Bunun en önemli nedeni Amerikan firmalarının artık bu pazarda yalnız olmayıp uluslararası firmaların rekabeti ile karşılaşmalarıdır (Applebaum 1998: 131-132).

Amerikan ekonomisinde ortaya çıkan farklılıklar dolayısı ile, çalışma ahlâkının da değişim gösterdiği konusu tartışılmış, kimileri çalışma ahlâkının hâlâ var ve iyi durumda olduğunu söylerken, kimileri de gerilediğini hatta yok olduğunu iddia etmişlerdir. Bu durumla ilgili tabloyu ortaya koymak isteyen Cherrington (1980: 41-62), 1975 yılında

Amerika'daki 53 firmada çalışan 3053 işgörene anket uygulamış ve şu sonuçları elde etmiştir: Bütün yaşlardan ve her iki cinsten işçiler ustalık ile gurur duymanın ve elinden gelenin en iyisini yapmanın önemli ve istenen bir şey olduğu konusunda hemfikirdir. Ancak genç ve yaşlı işgörenler arasında bazı farklılıklar ortaya çıkmıştır. Hem daha az kazandıkları hem de daha fazla ihtiyaç duydukları için para genç işçiler için daha önemlidir. Bunu ekonomik ihtiyaçlar ile açıklamak mümkündür, ancak ekonomiye bağlanamayacak bazı sonuçlar da görülmüştür. 1) Genç işçiler sıkı çalışma ve işi ile gururlanmanın önemine yaşlı işçiler kadar inanmamaktadırlar. 2) Genç işgörenler işlerine, firmalarına ve üst yönetime yaşlı işgörenlerden daha az olumlu tutum göstermektedirler. 3) Genç işçiler firmalarına yaşlı işçilerden daha az bağlıdırlar ve firmanın toplum ve ekonomi içindeki rolüne daha az önem vermektedirler. 4) Genç işgörenler devlet, dinî kurum, aile veya arkadaşlardan gelen yardımları yaşlı işgörene nispetle daha kabul edilebilir bulmaktadırlar. 5) Gençler iş arkadaşlarının kendilerinden hoşlanmalarına daha çok önem vermekte, iş arkadaşları ile iyi geçinmenin sıkı çalışmaktan daha önemli olduğunu düşünmektedirler.

### **1.3.6. Çalışma Değerlerinin Öğretilmesi**

Doğanın kendisini yenilemesi gibi, iş dünyasında da çalışanlar zamanla değişmektedir. Yaşları ilerleyen personelin emekli olması ile boşalan kadrolara yenileri alınmakta veya hareket kabiliyetlerinin artması dolayısı ile insanlar daha fazla iş değiştirmektedir. Bu da firmaların sürekli farklı kültürlerden elemanları işe alması sonucunu doğurmaktadır. Kültür farklılığı, çalışma ahlâkında da farklılığı beraberinde getirmekte ve firmaların kendi şirket kültürlerini işe yeni giren personele öğretmek ihtiyacını doğurmaktadır.

İşgücüne katılan gençlerin ailelerinden aldıkları terbiye, eğitim ve disiplin çok önemli olmakla birlikte, iş hayatına girecek yaşa gelmiş bir kimse için yeni değerler öğrenme kapısının kapandığı düşünülemez. Emeğin kutsallığına inanmak ve işi ile gurur duymak genlerle gelen karakteristik özellikler değil, bireylerin sonradan elde edebilecekleri değerlerdir. Gençliklerinde olumlu iş değerleri geliştirememiş olan insanlar bir gelişme sürecinden geçerek inisiyatif alma, sorumluluk, kendini adama ve azim gibi özellikleri öğrenebilirler. Bunun yolu, firmada verilecek doğrudan eğitimlerin yanında iyi bir yönetim ve denetim sağlamaktır. Çalışma ahlâkının daha geniş kabul görmesi,

yöneticilerin etkin yönetimi ile sağlanabilir. Belli bir zaman zarfında geliştirilebilecek bu değerlerin çalışanlara kazandırılabilmesi için yöneticilerin uygulaması gereken prensipleri, Cherrington (1980: 146-186) şu şekilde sıralamıştır:

- Pozitif çalışma değerlerini ve mükemmeliyetçiliği besleyen bir örgüt iklimi oluşturulması,
- Verimlilik ve yüksek kaliteli ustalık beklentilerinin açıkça ortaya konması,
- Çalışmanın değerinin, emeğin kutsallığının ve hizmet zevkinin öğretilmesi ve açıklanması,
- İşleri etkin bir şekilde delege ederek ferdi sorumlulukların belirlenmesi,
- İşgörenlere şahsî seçim ve katılım imkânı vererek kendilerini işe adamalarının sağlanması,
- Performans değerlendirmeleri ile geribildirim sağlanması,
- Üstün performansının, ücret artışı veya diğer sosyal mükâfatlarla ödüllendirilmesi,
- İşgörenlerin ferdi ilerleme ve yeni kabiliyetler elde etmeleri hususunda teşvik edilmesi. İşçiler şahsî gelişme programlarını oluşturmak ve takip etmek üzere teşvik edilmelidirler.

#### **1.4. KURUMSAL SOSYAL SORUMLULUK**

Firmaların içinde yer aldıkları topluma karşı bir sosyal sorumluluğunun bulunduğu fikrinin gelişmeye başladığı yıllarda, Milton Friedman –1962 yılında yazdığı kitabında– bu görüşe karşı çıkararak: “Firma yöneticilerinin ve iş gücü liderlerinin, sadece firmanın hissedarlarının veya sendikaların üyelerinin çıkarlarına hizmet etmekten öte topluma karşı sosyal sorumlulukları olduğu görüşü kabul görmeye başlamıştır. Bu görüş, serbest pazar ekonomisinin karakteri ve doğasının yanlış anlaşıldığını göstermektedir. Böyle bir ekonomide herhangi bir işletmenin yalnız ve yalnız bir sosyal sorumluluğu vardır, o da oyunu kurallarına göre oynamak, yani açık ve serbest rekabete girmek ve sahtekârlık yapmamak kaydı şartıyla, kaynaklarını kullanmak ve kârını artıracak işler yapmaktır.” (Friedman 2002: 133) demiştir. Friedman (2004) 1970 yılında yazdığı bir makalede bu görüşünü biraz değiştirmiş ve yumuşatmışsa da, kurumsal sosyal sorumluluğun serbest



pazar ekonomisi şartlarında doğru bir yaklaşım olmadığı görüşünü muhafaza etmiştir. Friedman'ın bu çok önemli görüşleri nedeniyle, kurumsal sosyal sorumluluk (KSS) konusunda yazılanların büyük çoğunluğu adeta Friedman'ın söylediklerine reaksiyon olarak ortaya çıkmıştır (Carson 1993: 3).

Kurumsal sosyal sorumluluk konusu gündeme geldiğinde üç temel fikrin var olduğu gözlenmektedir: (i) firmalar toplumların yarattıkları varlıklardır ve dolayısı ile toplumun isteklerine cevap vermelidirler, (ii) işletmeler sosyal sorumluluklarını göz önünde bulundurarak çalıştıklarında bu onların uzun vadeli çıkarlarına da olumlu etki sağlar, (iii) KSS hükümet yönetmeliklerinden ve kamuoyunun tenkitlerinden kaçınmak için bir araçtır. Dolayısı ile toplumlar firmaların sosyal sorumluluk üstlenmesini beklemektedirler (Jain vd. 2007: 252).

Bazı firmaların bu beklentilere cevap verecek şekilde çalışmalara başladıkları görülse de henüz sosyal sorumluluk anlayışının tam anlamıyla yaygınlaştığı söylenemez. Ancak, toplumların, firmaların ahlâkî olmayan veya sosyal sorumluluğu göz ardı eden davranışlarına karşı sessiz kalmamaya başladıkları da bir gerçektir. Karşılıklı etkileşim ile işletmelerin uymaları beklenen standartlar yükselmektedir. Bu artık öyle bir noktaya gelmiştir ki, toplumlar işletmelerin sosyal sorumluluk gözetmeyen davranışlarını hoş görmemeye başlamışlardır. Bu da tabii işletmeleri kurumsal sosyal sorumluluğu daha iyi anlamaya mecbur bırakmaktadır (Sims 2003: 39-40).

#### **1.4.1. Tanım**

Firmaların içinde buldukları toplumlara karşı sosyal sorumluluklarının bulunduğu gün geçtikçe artan bir şekilde kabul görmesi bu konuda yapılan yayınların artması sonucunu getirmiş, bu yayınlarda da kurumsal sosyal sorumluluk çeşitli şekillerde tanımlanmıştır. Pazarlama gurusu Phillip Kotler, Nancy Lee ile birlikte yazdığı kitapta kurumsal sosyal sorumluluğu şu şekilde tanımlamaktadır: “Kurumsal sosyal sorumluluk, toplumun refahını, isteğe bağlı iş uygulamaları ve firma kaynaklarının katkısı ile artırma taahhüdüdür.” Yazarlar tanımlarındaki isteğe bağlı teriminin altını çizerek, firmaların uymak zorunda oldukları kanunları ve zaten kendilerinden beklenen ahlâkî davranışları değil, gönüllü olarak bu katkıları hayata geçirmelerini kast ettiklerini vurgulamaktadırlar

(Kotler ve Lee 2005: 3). Epstein'e göre de kanunlar firmalarda kabul edilebilecek asgarî müşterekleri belirlemekte, iş ahlâkı ise kanunların ötesine geçerek daha yüksek bir amaca yönelik davranış standartlarını ortaya koymaktadır (Epstein 2007: 211-212).

Pazar ekonomisi ideal şartları ile işlediğinde KSS'ye ihtiyaç olmayabilir. Ancak, bilgi eksikliği olan durumlarda, yetenekler adaletsiz dağıldığında, şeffaflık bulutlandığında veya kanunlar güçlülerin lehine işletildiğinde firmalar haksız rekabete başvurabilirler. Union Carbide, Enron, WorldCom firmaları buna örnek gösterilebilir. Bu bakış açısı ile Hopkins kurumsal sosyal sorumluluğu şu şekilde tanımlamaktadır: “KSS, firmaların etkileşenlere ahlâklı ve sorumlu bir şekilde muamele etmesi ile ilgilenmektedir.” Buradaki ahlâklı ve sorumlu davranış, etkileşenlere medenî bir toplumda kabul edilebilir şekilde muamele edilmesi anlamındadır ve hem ekonomik hem de çevresel sorumlulukları kapsamaktadır. Etkileşenler ile de firmanın içindeki ve dışındaki insanlar kastedilmekte ve firmanın kârlılığını muhafaza ederken bu insanların yaşam standartlarının yükseltilmesi vurgulanmaktadır (Hopkins 2007: 15-18).

KSS'nin zamanımızda bu kadar çok konuşulur olmasının bir nedeni, modern firmaların bir kısmının çok da ahlâklı davranmamalarından ileri gelmektedir (May, Cheney ve Roper 2007: 26).

KSS'nin zamanımızın önemli konularından biri, belki de en önemlisi olduğunu iddia eden Hopkins, firmaların güç ve kuvvetlerinin olumlu gelişmeye yönlendirilebileceğini belirtmektedir. Devamla, modern çağın en büyük trajedisi diye nitelendirdiği Irak sorununun KSS sayesinde önlenebileceğini öne sürmektedir. Zira, KSS dünyasında Halliburton, Bechtel, Carlyle ve pek çok başka firma arasındaki ilişkiler yoğun bir şekilde sorgulanacaktır. Etkileşenler toplum önünde sorumlu tutulacak ve şahsî kazanç için savaşların desteklenmesi gibi sorumsuz davranışlar göz önüne serilecektir. Bu görüşler saflık olarak görülebilirse de, büyük ölçekli firmaların Birleşmiş Milletlerden hatta bazı ülkelerden daha güçlü olduğu çağımızda, KSS'ye daha çok ihtiyaç olduğu inkâr edilemez (Hopkins 2007: xiii).

1995 yılında kurulmuş olan ve misyonu, sürdürülebilir gelişmeye doğru değişimde bir katalizör olarak liderlik yapmak şeklinde özetlenebilecek olan Sürdürülebilir Gelişme Dünya İş Konseyi-SGDİK (World Council for Sustainable Development-WBCSD, [www.wbcsd.org](http://www.wbcsd.org)), KSS'yi en geniş haliyle bir firmanın topluma karşı ahlâkî davranışı olarak özetliyor (Watts ve Holme 1999: 3). SGDİK, çeşitli ülkelerden üye firmaların temsilcilerinin katılımı ile iki yıl süren bir çalışma yapmış ve sonuçta şu tanıma ulaşmıştır: “KSS; işçiler, işçi aileleri ve yerel toplumla birlikte çalışmak suretiyle, bütün bu insanların hayat kalitesini yükseltmek için sürdürülebilir ekonomik gelişmeye katkı taahhüdüdür.”<sup>6</sup>

#### 1.4.2. Kurumsal Sosyal Sorumluluğun Bileşenleri

KSS'nin önde gelen savunucularından olan Carroll (1991: 40), KSS'nin iş adamları tarafından benimsenmesi için işle ilgili bütün sorumlulukların içerilmesi gerektiğini vurgulamakta ve KSS'nin dört çeşit sorumluluktan meydana geldiğini belirtmektedir: ekonomik, hukukî, ahlâkî ve hayır yapma. Bu sorumluluklar, Şekil-1.1'de görüldüğü üzere bir piramit şeklinde ifade edilebilir.

***Ekonomik Sorumluluk:*** Firmanın sahipleri olan hissedarlar kâr elde etmek, çalışanlar iş garantisi ve iyi ödeme, müşteriler iyi kaliteli ve makul fiyatlı mallar isterler. Bu taleplere cevap vermek üzere kurulan bir firmanın ilk sorumluluğu işleyen bir ekonomik birim olmak ve hayatiyetini devam ettirmektir (Matten 2006: 6-7). Tarihsel olarak da işletmeler ekonomik varlıklar olarak kurulmuşlardır ve müteşebbisleri güdüleyen temel neden kâr elde etmek olmuştur (Carroll 1991: 40-41).

***Hukukî Sorumluluk:*** İşletmelerin kâr amacıyla çalışması toplum tarafından onaylamakla birlikte, yerel ve federal yönetimce yayınlanan kanunlara uymaları beklenmektedir. İşletme ile toplum arasındaki “sosyal anlaşma”nın gereklerinin yerine getirilmesi çerçevesinde, işletmelerin ekonomik misyonlarını kanunlara uyarak gerçekleştirmeleri beklenmektedir. Hukukî sorumluluklar, kanun yapıcı tarafından ortaya konan dürüst iş yapma ile ilgili ahlâk kodlarını yansıtmaktadır (Carroll 1991: 41).

<sup>6</sup> *Corporate Social Responsibility: The WBCSD's Journey*, [www.wbcsd.org](http://www.wbcsd.org), erişim: 8.08.2007.

**Ahlâkî Sorumluluk:** İlk iki seviyedeki sorumluluklar adalet ve hakkaniyet prensiplerini içermekteyse de bu seviyede firmalardan beklenen, kanunlara girmemiş dahi olsa toplumun beklentilerine göre hareket etmeleridir (Carroll 1991: 41). Shell firması 1995 yılında, İngiltere açıklarındaki ömrünü doldurmuş olan petrol çıkarma tesislerinden birini kanunlara tamamen uygun olarak denize batırma hakkı olduğu halde, çevre koruma derneklerinden gelen baskılar ve tüketicilerin boykotları nedeniyle bu işlemi vazgeçmek zorunda kalmıştır (Matten 2006: 7).

**Şekil-1.1**  
Kurumsal Sosyal Sorumluluk Piramidi



Kaynak: Carroll 1991: 42.

**Hayır Yapma Sorumluluğu:** Bu aşamada firmadan beklenen, imkânlarını çalışanlarının, yerel grupların ve büyük ölçüde de bütün toplumun refahını artırmak için kullanmasıdır. Hayır için bağış yapmak, firma çalışanları ve aileleri için dinlenme tesisleri kurmak, yerel okulları desteklemek, sanat ve spor faaliyetleri düzenlemek bunlara örnek verilebilir (Matten 2006: 8). İnsanlar firmaların bu gibi katkıları yapmalarını arzu ederler, ancak firmaların beklenen düzeyde yardım yapmaması halinde de onları ahlâkî bakımdan düşük seviyede algılamazlar. Dolayısı ile hayır yapma sorumluluğu tamamen gönüllüdür (Carroll 1991: 42).

### 1.4.3. Kurumsal Sosyal Sorumluluğun Hedefleri ve Etkileri

Sürdürülebilir Gelişme Dünya İş Konseyi, KSS'yi Kurumsal Sorumluluk veya Sürdürülebilir Gelişmenin bir alt konusu olarak görmektedir. Konsey üyesi firma temsilcilerinin yaptıkları tartışmalar sonucunda Sürdürülebilir Gelişmenin şu üç alt konuyu kapsadığı sonucuna varılmıştır: (i) kurumsal malî sorumluluk, (ii) kurumsal çevre sorumluluğu ve (iii) kurumsal sosyal sorumluluk (Watts ve Holme 1999: 3).

SGDİK, KSS'nin farkındalık yaratılmak istenen ve en önemli konularını şöyle sıralamaktadır (Holme ve Watts 2000: 10):

- İnsan hakları,
- İşçi hakları,
- Çevreyi koruma,
- Toplumun katılımı,
- Tedarikçi ilişkileri.

Bu konulara zamanımızın en önemli sorunlarından olan küresel ısınma, ekonomik büyüme ve fakirliğin azaltılması da eklenebilir (Blowfield 2007: 689). Bazı kâr amacı gütmeyen örgütler ve firmalar tarafından gerçekleştirilen teşebbüsler, KSS'nin öneminin ve oluşturduğu etkinin anlaşılmasına yardımcı olabilir. 1994 yılında ormanların sorumlu bir şekilde yönetilmesini sağlamak amacıyla kurulan Orman İdare Konseyi – OİK (Forest Stewardship Council – FSC), 1995 yılında 5 milyon hektarlık bir alanı sertifikalandırmış iken 2007 yılında bu rakam 82 ülkede 90 milyon hektarın üzerine

çıkıştır. Bunun anlamı, 82 ülkede yer alan ormanların OİK'nın geliştirdiği sorumlu orman yönetimi kriterlerine uygun olarak yönetildiğidir.<sup>7</sup>

Yukarıda kısaca bahsedildiği gibi, bir çevre koruma örgütü olan Greenpeace ile Royal Dutch Shell firması arasındaki anlaşmazlık, KSS'nin etkisine başka bir örnek olarak verilebilir. Royal Dutch Shell firması uzun süren bir incelemeden sonra Kuzey Denizi'nin İngiltere açıklarındaki bir petrol yükleme ve depolama tesisini ömrünü doldurması nedeniyle batırmaya karar vermiştir. Bu işlemin çevreye herhangi bir zararı olmadığına dair delillere rağmen, Greenpeace pek çok gösteriler düzenlemiş hatta batırmaya mani olmak için küçük teknelerle tesisin yanına kadar gitmiştir. Royal Dutch Shell bu tenkitlere boyun eğmiş ve tesisi parçalayarak Norveç'te bir limana taşımıştır. Daha sonra Greenpeace dahi, aslında çevreye karşı herhangi bir tehlikenin olmadığı sonucuna varmıştır (Beauchamp ve Bowie 2004: 10). Burada görülmesi gereken Royal Dutch Firmasının, toplumdan gelen baskı dolayısıyla topluma karşı olan sosyal sorumluluğunu yerine getirmiş olmasıdır.

Kendisini yüksek teknoloji sosyal teşebbüsü olarak niteleyen ve kâr amacı gütmeyen Benetech ([www.benetech.org](http://www.benetech.org)) isimli kuruluşun başlattığı Bookshare.org ([www.bookshare.org](http://www.bookshare.org)) projesi başka bir örnek olarak gösterilebilir. 2002 yılında yürürlüğe girmiş olan bu proje ile görme engelli kişilere kitaba erişim imkânı sağlanmaktadır. Üye sayısı 5.000'in üzerine çıkmış olan Bookshare'in veritabanında 30.000'in üzerinde kitap, yüzlerce dergi ve 150 civarında günlük gazete bulunmaktadır. Proje, birçok gönüllünün katkıları ve üyelere alınan cüz'i miktar bir para ile hayatiyetini sürdürmektedir (Perry 2006).

Pek çok firmanın da bu konuda çalışmaları bulunmaktadır. Ünilever firması 2005 ve 2006 yılları arasında su tüketimini %2,7, enerji tüketimini %2,8 ve enerjiden ortaya çıkan karbondioksidi (CO<sub>2</sub>) %3,0 oranında düşürmeyi hedeflemiştir. Firma 2006 yılında %6,5, %5,2, ve %4,2 oranlarıyla bu hedeflerini geçmiştir.<sup>8</sup>

<sup>7</sup> Forest Stewardship Council, <http://www.fsc.org/en/about> , erişim: 11.08.2007.

<sup>8</sup> <http://www.unilever.com/ourvalues/environment-society/sus-dev-report/eco-efficiency/> , erişim: 11.08.2007.

Başka bir örnek de BP firmasından verilebilir. BP 2005 yılında havaya 78 milyon karbondioksit (CO<sub>2</sub>) eşdeğeri sera gazı yayarken, 2006 yılında bunu 64,4 milyon tona düşürmüştür. Firma bir yandan hava kirliliğine olan katkısını azaltırken, bir yandan da satın alması gereken hidrokarbon ve enerji miktarında da tasarruf elde etmektedir. BP firması sera gazlarını azaltma çalışmalarına başladığı 1998 yılından 2006 yılına kadar 2 milyar dolar civarında tasarruf ettiğini tahmin etmektedir.<sup>9</sup>

KSS, yukarıda örneklenen rakamsal faydalarının yanında, başka olumlu sonuçları da beraberinde getirebilir (Perrini, Pogutz ve Tencati 2006: 73):

- KSS uygulaması daha emniyetli ve güdüleyici bir ortam yaratır, böylelikle de firma daha yetenekli iş gücünü cezbedebilir.
- KSS taahhüdü dolayısıyla müşterilerle uzun vadeli ve tutarlı ilişkiler geliştirilmesi firmanın marka değerini artırır.
- Çevreye gösterilen hassasiyet nedeniyle firmanın tanınmışlığı artar.
- Pazar kurallarına ve tüketici hassasiyetlerine verilen önemden dolayı, rekabetin gün geçtikçe zorlaştığı uluslararası pazarlarda başarı şansı yükselir.
- Firmaların sosyal sorumluluk gösteren davranışlar sergilemesi finans kurumları ile ilişkilerini geliştirir ve dolayısı ile daha makul şartlı kredilere ulaşma imkânlarını artırır.

Firmaların kâr etmek üzere kurulmaları gayet normaldir. Burada önemli olan KSS'nin firmanın kârlılığını azaltan bir süreç değil, mevcudu korumak ve geliştirmek veya yeni alternatifler oluşturmak üzere bir katalizör görevi üstlendiğinin anlaşılmasıdır. Firmalar doğaya zarar verebilecek süreçlerle üretim yapmak üzere kurulabilir, ancak katma değer yaratılırken toplumdan gelen baskılara cevap verecek şekilde mevcut sürdürülebilir yaklaşımlar kullanılmalı veya geliştirilmelidir (Hawkins 2006: 196).

KSS'nin zamanla daha da kabul göreceğinin bir göstergesi, Dünya Bankası'nın kredi veren kolu olan Uluslararası Finans Kurumu (UfK)'nın (International Finance Corporation – IFC) her yıl özel sektöre yaptığı 5 milyar dolarlık yatırımla ilgili olarak

<sup>9</sup> <http://www.bp.com>,  
[http://www.bp.com/assets/bp\\_internet/globalbp/STAGING/global\\_assets/downloads/E/E\\_S\\_2006\\_GHG\\_emissions.pdf](http://www.bp.com/assets/bp_internet/globalbp/STAGING/global_assets/downloads/E/E_S_2006_GHG_emissions.pdf), erişim: 11.08.2007.

yürürlüğe koyduğu iş gücü ve çevresel standartlardır. UFK, 1 Mayıs 2006'da başlattığı bu plan ile sadece kendi projelerini değil pazarları da etkilemeyi amaçlamaktadır. UFK, Ağustos 2006'da Birleşmiş Milletler'in Uluslararası İşgücü Örgütü (International Labor Organization – ILO) ile işbirliğine giderek giyim, ayakkabı, elektronik cihaz ve diğer hafif imalât sanayilerinde işgücü standartlarını yükseltmeyi hedeflemiştir. Uluslararası Standartlar Örgütü'nün (International Standards Organization – ISO) ISO-26000 numara ile sosyal sorumluluk alanında bir rehberi 2008 yılında yayınlamayı planlamış olması da konunun önemine başka bir işarettir (Senser 2007: 78).

#### **1.4.4. Kurumsal Sosyal Sorumluluğun Uygulanması**

SGDİK yaptığı grup çalışmaları sonucunda, KSS'yi uygulamaya geçirmek isteyen firmalar için bir rehber hazırlamıştır. Bu rehberi firmalar kendi özel durumlarını değerlendirmek suretiyle kullanmalıdırlar. Rehber gidilmesi gereken yönü ve yapılması gerekenleri bildirmekle birlikte, bunun ne hızda yapılacağını firmaya bırakmakta ve firmaya çıkabilecek problemler karşısında esneklik vermektedir. Firmanın KSS uygulaması esnasında yapması gerekenler şu şekilde özetlenebilir (Holme ve Watts 2000: 20-22):

- Manyetik kuzeyin belirlenmesi. Firma KSS yönünü –vizyon ve değerlerini– belirlemeli ve açıkça ortaya koymalıdır. Bunu gerçekleştirmek için firmanın üst yönetiminin katılımı ve taahhüdü sağlanmalıdır.
- Sosyal sorumluluğun firma iş stratejisine entegre edilmesi. KSS, bütünsel bir yaklaşımla firmanın felsefik ve işletim yapısına katıldığında daha etkin bir şekilde yönetilebilir. Herhangi bir yatırıma nasıl bakılıyorsa KSS'ye de öyle bakılmalı, yöneticilerin ve işçilerin onu sahiplenmesi sağlanmalıdır.
- Kişilere yoğunlaşılması. KSS uygulandığında bütün etkileşenleri etkilemektedir. Tam manasıyla etkin olabilmek için sadece hisse sahipleri ve firma çalışanları değil, vatandaşlar, tüketiciler, çalışanlar ve yöneticiler dikkate alınmalıdır.
- Geleceğe ne bırakılmak istediğinin belirlenmesi. Firmalar bir öğretme ve öğrenme ahlâkı yerleştirmelidir. Artık firmaların sadece maaşları ödeyip vergi vermesine değil, daha iyi bir gelecek oluşturmak için ne yaptığına bakılmaktadır.



- Çalışanların ön plana alınması. KSS, önceliklendirmeler yapılması, ikilemlerle yüzleşilmesi ve tercihler yapılması ile de ilgilenir. Bütün etkileşenler önemli olmakla birlikte, firma çalışanları en ön sıraya konmalıdır.
- Komşularının tanınması. İçinde yer alınan toplum ve kültür ile bunların etkileri hakkında bilgi sahibi olunmalıdır. Farklılıklara ve benzerliklere saygı gösterilmelidir.
- Tartışıp diyalog kurulması. Sistemli ve şeffaf bir diyalog anlayışı geliştirilmeli ve böylelikle firmanın insanlar üzerindeki etkisi öğrenilmelidir.
- Akıllı ortaklıklar kurulması. Hedefler açıkça ortaya konmalı ve stratejik işbirlikleri oluşturulmalıdır. Sadece kâğıt üstünde kalan işbirliği çabaları firmanın değerini düşürebilir. Çalışanların katılımı sağlanmalı, etkileşenlere danışılmalı ve iki tarafın da kazançlı olacağı imkânlar araştırılmalıdır.
- Kazanılan ünün önemli olduğunun unutulmaması. Firmanın tanınmışlığı önemlidir ve dikkatle korunmalıdır. Şeffaflık ve dürüstlük zaman içinde firmaların iyi yönde tanınmasını sağlar ve herhangi bir kriz durumunda güvenilebilecek bir sadakat oluşturur.
- İyi bir misafir olunması, fakat söylenmesi gerekenlerin söylenmesi. Firmalar çeşitli toplumlarda misafirdir ve buna göre davranmalıdır. Ev sahiplerine saygı gösterilmeli, ancak firmanın topluma katkıları da uygun yollarla aktarılmalıdır.
- Nelerin gerçekleştirildiğinin takip edilmesi. Gerçekleştirilen gelişmeler ölçülmeli ve raporlanmalıdır. Firmaların sosyal sorumluluklarını yerine getirip getirmediğinin ölçümü ve bunun hesabını verebilir olmaları ile ilgili talepler gün geçtikçe artmaktadır. Firmalar buna hazırlıklı olmalıdır.
- Bilgi ve teknolojinin dikkatli kullanılması. İletişim teknolojisindeki gelişmeler, firmaların felsefe ve başarılarını aktarmalarını kolaylaştırmaktadır. İstismara da açık olan bu teknolojiler iyi yönde kullanılmalıdır.

#### **1.4.5. Kurumsal Sosyal Sorumluluğun Geleceği**

Yukarıda bir kaç örnek gösterilmiş olmakla birlikte, bir firmanın yaptıkları ile önemli toplumsal konular arasında sebep-sonuç ilişkisi kurmak çok kolay değildir. Bu yönde çok büyük bir istek olduğu da söylenemez, ancak firmaların değerlerinin anlaşılmasına

yönelik olarak her zaman bir talep bulunmaktadır. Dolayısı ile firmaların KSS etkilerini tartışmak yerine, firmanın yer aldığı toplumdaki değerini ve gelişmeye katkısını düşünmek daha mantıklı olacaktır (Blowfield 2007: 693).

Bununla birlikte KSS'nin: bir firmanın kültür ve örgütsel yapısı içinde yerini alacağı; terimin kendisi ortadan kalksa bile bunu destekleyen fikirlerin devam edeceği; özellikle büyük firmalara mal sağlayan tedarikçiler vasıtasıyla gelişmekte olan ülkelerde yaygınlaşmaya devam edeceği; küçük ve orta ölçekli firmalarda da uygulanacağı; firmalar, Birleşmiş Milletler ve kâr amacı gütmeyen kurumlar arasında iş birliğinin yaygınlaşacağı; âdil olmayan hükümetler sayesinde bazı firmalar çok güçlense de artık onların hareket tarzlarının ve toplum içindeki etkilerinin daha ayrıntılı şekilde değerlendirileceği söylenebilir (Hopkins 2007: 42-43).

Zamanımızda, barışçılık (pacifism), savaş karşıtlığı (anti-militarizm), feminizm, hayvan korumacılığı, çevre korumacılığı, yerel ekonomik faaliyetler gibi hareketler KSS'ye paralel veya en azından ilgilidirler. Bu açıyla bakıldığında KSS'nin, insanların, gücü küresel iş dünyasından geri almak ve medeniyetin ayrıcalıklarından faydalanmak amacıyla yürüttükleri daha büyük çaplı bir sosyal hareketin parçası olduğu söylenebilir. Firmaların insanlardan gelen bu baskılara olumlu cevap vermeye başladıkları görülmektedir. Dolayısı ile, insanların ve özellikle ilgili etkileşenlerin bu baskıları devam ettirmesi şartıyla, KSS'nin geleceğine olumlu bakmak mümkündür (Crowther ve Rayman-Bacchus 2004: 245-248).

Firmaların içinde yer aldıkları toplumlar, bir yandan firmaların ahlâklı davranmaları gerekliliği ile ilgili taleplerini artırırken, bir yandan da diğer aslî sorumlulukları olan refah yaratma işlevlerini de yerine getirmelerini istemektedirler. Bu tabloya bakıldığında da aslında gene nihaî sorumluluk o firmaları oluşturan insanlara düşmektedir (Lank 1990: 57). İşletmelerin sosyal sorumluluklarını yerine getirmesini isteyen insanların kendilerini eğitmeleri, demokratik bilgi sistemlerini kullanmaları, doğru yolda giden işletmeleri desteklemeleri, doğru yolda gitmeyenlerden kaçınmaları gerekmektedir. Bunlar gerçekleştiği takdirde, Pazar ekonomisinin “görünmez eli”, sosyal sorumlu davranışı yaratacaktır (Peters 2004: 215).

## 1.5. SONUÇ

Çok genel bir yaklaşımla ahlâk, insanların birbirleriyle olan ilişkilerini düzenleyen kurallar topluluğu olarak tanımlanabilir. Uygulamalı bir ahlâk bilgisi olan iş ahlâkı, genel ahlâktan farklı bir kavram değil, onun iş dünyasındaki uygulamasıdır. Dolayısı ile genel ahlâkî sorunların çözümünde kullanılan yöntemler iş dünyasında karşılaşılan sorunlar için de geçerlidir. Hayatın başka alanlarında yapılması doğru olmayan şeylerin iş dünyasında da yapılması doğru değildir.

İş dünyasında yakın zamanlarda yaşanan skandallar, iş ahlâkının önemini açıkça ortaya koymuştur. İş ahlâkının gereklerini yerine getirmeyen bir firmanın uzun vadede başarılı olma olasılığı düşüktür. İletişim teknolojisinin büyük hızla geliştiği, bilgisayar ve internet kullanımının katlanarak arttığı günümüz dünyasında satın alınacak mal ve hizmetlerin alternatiflerinin bulunması çok kolaydır.

Herhangi bir toplumda iş ve çalışma için geliştirilmiş olan değerler, o toplumun çalışma ahlâkını oluşturur. Çalışma ahlâkını, geniş anlamda Protestan Çalışma Ahlâkı olarak tanımlayan Max Weber, Protestanlığa dayanan dünya görüşünün kapitalist bir ekonominin gelişmesine katkısı olduğunu söylemiştir.

Weber'in iddialarının doğruluğunu denetlemek üzere insanların Protestan Çalışma Ahlâkı değerlerini ölçmeyi hedefleyen çalışmalar yapılmıştır. Bu araştırmada, Mirels ve Garret tarafından geliştirilen ölçek kullanılmak sûretiyle Amerika Birleşik Devletleri'nde yaşayan Türklerin ve Amerika'luların PÇA değerlerinin ölçülmesi ve karşılaştırılması plânlanmıştır.

Milton Friedman firmaların temel görevinin kâr etmek ve dolayısı ile de hissedarlarının çıkarlarına hizmet etmek olduğunu söylese de, firmaların içinde buldukları toplumlara karşı sosyal görevlerinin bulunduğu anlayışı artık ağırlık kazanmaya başlamış, hatta Friedman da daha sonra yayınladığı bir makalesinde bu görüşünü yumuşatmıştır.

KSS anlayışının daha da yaygınlaşması, iş dünyası tarafından benimsenmesine bu da işle ilgili ekonomik, kanunî, ahlâkî ve hayır yapma sorumluluklarının bu kavram altında

kapsanmasına bağlıdır. KSS'nin firmalar tarafından adapte edilmesi; insan hakları, işçi hakları, çevre koruma, toplumsal katılım ve tedarikçilerle ilişkiler konularında olumlu gelişmeler doğuracaktır. Hatta yaşanan örnekler, küresel ısınma, ekonomik büyüme ve fakirliğin azaltılması gibi çağımızın en önemli sorunlarının çözümüne de faydalı olacağını göstermektedir

## **BÖLÜM – 2**

### **İSLÂM ÇALIŞMA AHLÂKI**

## BÖLÜM – 2

### İSLÂM ÇALIŞMA AHLÂKI

#### 2.1. GİRİŞ

Dinî tecrübenin, insanda kendi kendine yakalayabileceği ve onu gerçek özgürlüğe götüren bir derûnîleşme gündeme getireceğini söyleyen Gürsoy (2006: 79), bu tecrübe sayesinde belli bir dinde ortaya çıkan etik bilincin, o insanın bunun başka din mensupları için de ne anlama geldiğini anlamasına yardım edeceğini ileri sürmektedir.

Dinî etüdlerde, iman temelli olmayan, dil ve sosyal bilim yöntemlerini kullanmasıyla bilinen Izutsu (2002: 17), konunun uzmanı olarak Kurân-ı Kerim’de yer alan ahlâk kavramlarının üç grupta tanımlanabileceği görüşündedir: (1) Allah’a atfedilen ve Allah’ın ahlâkî doğasını tanımlayanlar, (2) insanın, yaratıcısı olan Allah’a karşı davranışının muhtelif çehrelerini tanımlayanlar ve (3) İslâm toplumu içinde yaşayanların birbirleri arasındaki ahlâkî ilişkileri düzenleyen prensipler ve kurallar.

Allah’ın ahlâkî doğası, ‘Rahim’, ‘Rahman’, ‘Gafur’, ‘Âdil’ veya ‘Mütekebbir’ gibi Allah’a atfedilen sıfatları gösteren isimlerle tanımlanır. Allah’ın doğası itibarıyla ahlâklı olduğu, Kur’an’da ve diğer İbrahimî dinlerde kabul edilir. İkinci grup, insanın Allah ile arasındaki ahlâkî ilişkisi ile ilgilenir. Kur’an’a göre Allah’ın doğasının ahlâklı oluşu ve insana karşı ahlâklı davranması nedeniyle, insandan da Allah’a karşı ahlâklı davranması beklenmektedir. Üçüncü grup, aynı toplum içinde yaşayan insanların birbirleriyle temel ahlâkî davranış çerçevesinde yaşamaları hakkındadır (Izutsu 2002: 17).

Bu üç grup birbiriyle yakından ilişkilidir ve İslâm Çalışma Ahlâkı’nı (İÇA) incelerken bu gruplamanın göz önünde bulundurulması faydalı olacaktır. İş ahlâkı konusu tartışılırken, doğal olarak, insanların birbirleri ile olan ilişkileri düşünülmektedir. Ancak, bu bölümün konusu, kaynağını İslâm dininden aldığı için konuyla ilgili kapsam, kavram ve bağlamı belirtmek gerekir. Allah’ın insana emrettikleri ve insanın Allah’a karşı olan sorumluluklarını yerine getirme çabası, Allah’ın “ruhumdan ruh üfledim” (Kur’an, 15/29) dediği insanların birbirleri ile olan ilişkilerini etkilemekte, yönlendirmektedir.

## 2.2. İSLÂM'DA AHLÂKIN TANIMLARI VE KAYNAKLARI

Ahlâk kelimesi, Arapça; yaratılış, tabiat, huy anlamına gelen ‘*hulk*’ kelimesinin çoğuludur (Ayverdi 2005: 58). Murata ve Chittick (1994: 305), *hulk* kelimesinin karşılığı olarak karakter kelimesinin de kullanıldığını, ancak bununla sadece genel anlamda karakter değil karakter özelliklerinin de kast edildiğini söylemektedirler. Dolayısı ile ahlâk ile ilgili çalışma yapmak, aslında fertlerin karakter özellikleri ile ilgili çalışma yapmak demektir. Arapça’da *hulk* (karakter) ve *halk* (yaratma) kelimelerinin aynı kökten gelmeleri çok ilginçtir. Bir insanın karakteri o insanın yaradılışı ile ilgilidir.

İslâm ahlâkını, “Müslüman bir topluluğun ulaşmak için çaba gösterdiği ideal davranış normları” olarak tanımlayan Ernst (2003: 109), Arapça’daki *ahlâk* kelimesinin, eski Yunan’daki “*ethics*” (etik) fikri ve Roma’daki “*mores*” (moral) kavramı ile benzer olduğunu vurgulamaktadır. Her üç kavram da gelenekler ve doğru davranış biçimleri ile ilgili çoğul kelimelerdir. Bu davranış biçimlerindeki sistematik yansımalara bakıldığında, felsefi ahlâk, bir kişinin nasıl davranması gerektiğini gösteren teori veya bilim haline gelmektedir. Bu ideal davranış normlarının ilâhi otoriteden veya önemli dinî karakterlerden elde edildiği durumlarda da ahlâk dinî hale gelmektedir. Aradaki tezat daha açık şöyle gösterilebilir: bazı şeylerin doğru veya yanlış olduklarını kendi muhakeme yeteneğimizle bilebiliriz, bu felsefi ahlâktır; veya bunların yanlış veya doğru olduklarını sadece Allah bize öyle söylediği için biliriz, bu da dinî ahlâktır (Ernst 2003: 109-110).

Müslümanlar, İslâmî geleneğin temel kaynağı olarak ilâhi vahiy olan Kur’an’ı ve Hz. Muhammed’in söylediklerini ve yaptıklarını, yani hadis ve sünneti esas alırlar. İslâm ahlâk anlayışının da temel kaynağı Kur’an ve sünnettir. Dinî emirlerle ahlâkî vazifeler, aynı kaynaklardan beslenerek, Müslümanların günlük hayatlarında, iş, aile ve sosyal ilişkilerinde rehberlik etmektedir.

Ahlâk ilmi, kitap ve sünnetin yanında akla da dayanarak insanı üstün bir olgunluğa erdirmek için gereken kural ve esasları ortaya koyar ve vicdan, vazife, sorumluluk, hayır ve şer, fazilet gibi önemli kavramlar hakkında bilgiler vermektedir. Ahlâk, sadece İslâm’ın değil, bütün semavî dinlerin kutsal kitaplarında yer alan emirler ve insanlığın

yetiştirdiği büyük zekâların tavsiyeleri ile insanlara en doğru ve faydalı yolları göstermektedir (Pazarlı 1980: 14-17).

Ahlâk ilkelerinin ortaya konarak insanlar tarafından öğrenilmesi önemli bir aşama olmakla birlikte, bundan daha önemlisi bu ilkelerin sosyal hayata aktarılmasıdır. Ahlâkî doğrunun ne olduğunu bildiği halde, yanlışı seçen insanların olması, ahlâkî bilginin gerekli olsa da yeterli olmadığını göstermektedir. Ahlâkî değerlerin kaynağını yaratıcı ile ilişkilendirmek, insanların ahlâk ilkelerine uygun hareket etmeleri için bir motivasyon sağlamaktadır. Zira bu durumda ödül ve ceza kavramları ortaya çıkmakta; ahlâken iyi olan bir şey dinen sevap, ahlâken kötü olan bir şey de dinen günah olmaktadır (Kılıç 2007: 187). Aydın, insanların tecrübesizlik veya başka etkilenmeler ile her zaman doğruyu yapamamaların, bir emir ahlâkına ihtiyaç olduğunu gösterdiğini bunun da yaratıcı tarafından peygamberlere vahyedilen buyruklarla ortaya çıktığını söylemektedir (2007: 80-81). İslâm kapsamında bu buyruklar Kur'an'da ortaya konmakta ve Hz. Muhammed'in davranışlarıyla örneklenmektedir.

### **2.2.1. Kur'an ve Sünnet**

Müslümanların kutsal kitabı Kur'an-ı Kerim'dir. Müslümanlara göre Kur'an Allah kelamıdır ve Hz. Muhammed'e vahiy yoluyla indirilmiştir. Yüzyıllardır bir harfinin dahi değişmediğine inanılan Kur'an, İslâm Ahlâkî ile İslâm Hukukunun temel kaynağıdır. İslâm Ahlâkının esasları Kur'an'a göre oluşturulmuş, bu esaslar zaman içinde İslâm alimleri tarafından detaylandırılmış ve açıklanmıştır.

Ernst (2003: 110-111), Kur'an'daki insana atfedilen ahlâkî sorumluluğun, yaratılışın başlangıcına kadar gittiğini ve o zaman yaradan Allah ile yarattığı insan arasında yapılan akte dayandığını söylemekte ve A'raf suresinin 172. âyetini hatırlatmaktadır: "Kıyamet gününde, biz bundan habersizdik demeyesiniz diye Rabbin Âdem oğullarından, onların bellerinden zürriyetlerini çıkardı, onları kendilerine şahit tuttu ve dedi ki: Ben sizin Rabbiniz değil miyim? (Onlar da), Evet (buna) şâhit olduk, dediler." (Kur'an, 7/172) Bu yaratılış sahnesi adeta ilâhi otoritenin kabul edildiği bir anlaşma haline gelmiştir. Bu ahitle insan, Allah'ın emirlerine riayet etmeye ve yasakladıklarından uzak durmaya söz



vermiş olmaktadır. Bu söz, İslâmî anlayışa göre zaten genel ahlâktan ayrı tutulmaması gereken iş ve çalışma ahlâkına da uzanmaktadır.

Kur'an'dan sonra gelen kaynak, sünnet de denen Hz. Muhammed'in söyledikleri, yaptıkları ve onayladıklarıdır. Hz. Muhammed'in otoritesi Kur'an'da şu şekilde vurgulanmaktadır (Kur'an, 8/24): "Ey inananlar! Hayat verecek şeylere sizi çağırdığı zaman, Allah ve Resulüne uyun." Bu âyette Hz. Muhammed'e ayrıca bir otorite veriliyor gibi görülse de, Hz. Muhammed'in söyledikleri ve yaptıkları da Kur'an'a dayandığından veya Kur'an'ın buyruklarına uygun olduğundan ikisini ayırmak pek mümkün görülmemektedir.

Hz. Muhammed, Müslümanlar arasında güzel ahlâk için örnek teşkil etmektedir: Diğer insanları hep kendisinden önce düşünen, dayanışma ve paylaşmayı hayatında yaşayan bir model. Hz. Muhammed, kendisine cennet vaad edilmiş olmasına rağmen, Allah'ın emirlerine harfiyen uymaya devam etmiş, ibadetlerini hiç aksatmamıştır. Peygamberlik gelmezden önce dahi, dürüstlüğü nedeniyle kendisine el-Emîn lâkabı verilmiştir. İnsanlar arasında çıkan ikili veya kabileler arası problemlerin çözümü için hakem olarak davet edilmiştir.

Gerek toplumsal gerekse kişisel davranışları kapsayan binlerce hadisin çoğunluğu ahlâk, hukuk ve muamelâta aittir (Pazarlı 1980: 60).

Bu iki temel kaynak, İslâm anlayışına göre iyi bir hayat tarzını sürdürmek için rehberlik etmektedir. Sosyal adalet, yardımseverlik veya ahlâklı davranmak gibi prensipler ve kurallar toplumsal hayatın vazgeçilmez ilkeleridir. Her ne kadar Müslümanların davranışları her zaman bunlarla uyumluluk göstermese de bu kuralların her zaman ve her yerde geçerli oldukları kabul edilir. Kur'an ve hadisler çoğunlukla geniş ve yol gösterici prensiplere yoğunlaşsa da, önemlerine binaen bazı özel konularda da emirler içermektedir. Bu iki temel kaynak vasıtasıyla bildirilen geniş prensipler ve özel emirler İslâm'ın normatif öğretisini oluşturur (Beekun ve Badawi 2005: 133). Dolayısıyla, Kur'an ve Sünnetin ortaya koyduğu prensiplere dayanmak kaydı şartıyla ilâve sorumluluk kuralları için yorum imkânı vardır (Carney 1983: 161).

### 2.2.2. İcma ve Kıyas

İslâm ahlâkının geniş kabul gören diğer iki kaynağı *icma* (consensus) ve *kıyas*tır (analogy). Bu kaynaklar da Kur'an ve Hadislerden türetilmişlerdir (Beekun ve Badawi 2005: 133).

Tarih boyunca karşılaşılan problemlerin çözümünde öncelikle Kur'an ve hadislere müracaat edilir, ancak hâlâ bir soru işareti kalırsa bu durumda şeriat ilminde ileri gitmiş, otorite sayılan âlimlerin görüşlerine baş vurulur (Murata ve Chittick 2005: 25). *İcma*, şer'î meseleler hakkında âlimlerin bir araya gelerek karar vermesidir. Bazı âlimler bu kararların bir kurul tarafından verilmesi gerektiğini savunurken, bazıları da doğruluğu ispat edilebilirse icmanın bir tek âlimin dahi görüşü olabileceğini ileri sürmüşlerdir.

*İcma* terimi henüz kullanılmaya başlanmadan önce, İslâm'ın ilk iki yüzyılında özellikle pek çok kişi tarafından rivayet edilmemiş olan hadislerin doğruluğunun sınanması için bu yöntem kullanılmıştır. Her ne kadar zaman içinde tanınmış alimlerin belli bir zamanda belli bir konuda anlaşmaları olarak tanımlansa da, icma; ilk olarak âlimlerin süregelen uygulamalar üzerinde Sahabenin fikir birliğinde olmasına dayanarak anlaşmaları şeklinde ortaya çıkmıştır (Hallaq 2005: 110-111).

*Kıyas*, yeni bir durum veya problem görüldüğünde buna benzer eski bir hükümle karşılaştırarak hüküm vermektir. Kısaca karşılaştırma ve benzetme suretiyle muhakeme de denilebilir (Pazarlı 1980: 61). Kıyasın Kur'an ve/veya hadislere dayandırılması esastır (Beekun ve Badawi 2005: 133; Hallaq 2005: 114). Kıyas yapacak âlimin, kullanacağı metnin manasını çok iyi anlaması ve mevcut problemle alâkasını çok iyi kurması gerekir. Yine bu âlimin daha önce icma yolu ile üzerinde anlaşmaya varılmış konuları da iyi bilmesi ve yaptığı kıyasta bunlardan farklı veya bunlara aykırı bir sonuca ulaşmaması gereklidir. Hallaq (2005: 140-141), bu şekilde kıyas yapacak alimin özelliklerini sıraladıktan sonra, kıyasın şu dört unsurdan oluştuğunu söyler: (1) çözümlenmesi gereken yeni mesele, (2) kutsal metinlerde yer alan veya icma yoluyla üzerinde anlaşmaya varılmış olan ve kıyas edilebilecek örnek vaka, (3) yeni mesele ile örnek vaka arasındaki ortak özellik ve (4) örnek vakada görülen ve benzerlik dolayısı ile yeni meseleye aktarılabilir olan hukukî norm. Bu konuya açıklık kazandırmak için

verilen örneklerden biri şarapla ilgili kıyaslamadır. Âlimler, hurma şarabının durumu hakkında karar vermeleri gerektiğinde, kutsal metinlere bakmış ve Kur'an'da üzüm şarabının açık bir şekilde yasaklandığını bulmuşlardır. Bu kıyaslamada ortak paydayı oluşturan sarhoşluk her iki şarapta da mevcuttur ve buna dayanarak âlimler üzüm şarabı gibi hurma şarabının da içilmemesi gerektiği sonucuna varmışlardır.

### **2.3. İSLÂM AHLÂKININ TEMELLERİ**

İslâmî değerlerin, doğru bir şekilde uygulanmaları halinde, insan davranışını toplumsal iyiliğin elde edilmesi yönünde etkileyeceği beklenir. İslâmî ahlâkî değerler, fakirlere yardım etmeyi teşvik eder. İslâmî bakış açısına göre, kendi malından başkalarına, özellikle fakirlere vermek, verenin mal varlığını eksiltmeyip artıracak gibi, rûhî ve ahlâkî yönden de tekâmül etmesini sağlar. Müslümanlara göre, İslâmî ahlâkî değerler sisteminin en azından beş unsuru, insanların ekonomik davranışlarını önemli derecede etkilemektedir. Naqvi (2003: 102-103), bu unsurları şöyle sıralıyor: (1) İslâm bütün bir yaşama biçimidir, (2) Allah yaptıklarımızı görür, (3) Bütün varlıkların sahibi Allah'tır, (4) İnsanlar taahhütlerine sadık kalmayı açgözlülüğe tercih ederler, ancak açgözlülüğün varlığını da inkâr etmezler, (5) Fakirin, zenginin malında hakkı vardır. Bu unsurlar aşağıda kısaca açıklanmaktadır.

#### ***İslâm Bütün Bir Yaşam Biçimidir***

Nasr'a göre, kutsal ve dünyevî diye bir ayırımı reddeden İslâm'ın birleştirici bakış açısı, dinî veya din dışı davranışlar gibi bir ayırımı, hatta ibadet ile çalışmanın dahi ayırdedilmesini reddetmektedir (1994: 37). Din dışı ve dinî davranışlar arasında fark görmek anlamsızdır ve verimliliğe zarar verebilir. Anlamsızdır, çünkü insanlar genellikle dinî ve ahlâkî etkilenmelere göre hareket etmektedirler. Verimliliği etkiler, çünkü ahlâkî değerlerin kaynakları konusunda kafa karışıklığı yaratmaktadır. Müslümanlar, İslâm'ı, içinde topluma gönüllü olarak iyilik yapmayı teşvik eden hem dünyevî hem de manevî güdümlenmelerin bulunduğu bütün bir yaşam biçimi olarak kabul etmektedirler. İnsanların kurtuluşa erme hissiyatları da sadece mecburî olan dinî vecibeleri yerine getirmekle değil, belki de daha çok insanların ıstıraplarını azaltmakla tatmin olmaktadır (Naqvi 2003: 103).

### ***Allah'ın Varlığına İnanmak***

Allah'ın varlığına ve kendisinin yapıp ettiklerini gördüğüne inanan bir Müslümanın, günlük ekonomik ve sosyal davranışları etkilenir. Müslüman topluluklarda bu inanış, sapkın davranışları sürekli kontrol eden sosyal normlara dönüşmektedir (Naqvi 2003: 103). Örneğin, “Ey iman edenler! Akitlerin gereğini yerine getirin” (Kur'an 5/1) ayeti, insanların yaptıkları anlaşmalara uymaları gerektiğinin açık bir ifadesidir. Bu ayetteki akit kavramı Müslümanların günlük kılmaları gereken namazlardan, pazarda mal satmalarına, yani ibadetten çalışmaya kadar kadar geniş bir alana hitap etmektedir (Nasr 1994: 36). Dolayısı ile bir Müslüman, isteyerek veya sosyal kuralların dışına çıkmak korkusu ile, kumar, karaborsa, ferdi borçlara faiz uygulamak gibi yolsuzluklara bulaşmamaya çalışır. İdeal olarak, Müslüman erkek ve kadınlar, Allah'ın her zaman, gündüz ve gece, kendilerini gördüğü inancı dolayısıyla ilâhi kurallara uygun davranmaya çalışırlar. Müslümanlar, gösteriş yapmak için değil, fakat Allah'ın takdirini kazanmak için hayır işleri ile meşgul olup, bağışlar yapmaktadırlar. Dinî müeyyidelerin olmadığı alanlarda yapılan hayırların daha az oluşu, dinî değerlerin İslâmî toplumlarda ne derece etkili olduğunu göstermektedir (Naqvi 2003: 103-104).

### ***Her Şeyin Sahibi Allah'tır***

İslâm'da, Allah'ın bütün varlıkların sahibi, insanın ise onun sadece bir emanetçisi olduğu inancı vardır. Bu, kişilerin kendi varlıklarını harcama haklarının şu şekilde kısıtlandığı anlamına gelmektedir: (1) kişi varlığını ilâhi isteklere uygun bir şekilde harcamalıdır, (2) özellikle toplumsal acil ihtiyaçlar var olduğunda, kişi mal istifleyemez, (3) kişi malından fakirlere bir hayırseverlik gösterisi olarak değil, onların bu maldaki haklarından dolayı vermelidir, (4) inanan malını makul ölçülerde harcamalıdır zira gereksiz fazla harcama hem israftır hem de günahdır (Naqvi 2003: 105).

### ***Kendini Adama Prensibi***

Tipik bir Müslüman topluluğunu diğerlerinden ayıran bir özellik, bu topluluğun kendini adama ruhu ile aşılınmış olması gerekliliğidir. Kişisel çıkarını gözetmek insan doğasının bir zayıflığı olarak kabul edilmekle birlikte, bunun ekonomik dünyayı yönlendirdiği

reddedilmektedir. İslâm bencil davranışı rasyonelliğin bir işareti olarak görmez. Bencillik prensibinin reddedilmesi artık sadece İslâm'a ait bir şey değildir ve bunun insanların güdülenmesinde temel bir etken olduğu orta görüşlü ekonomilerde bile kabul edilmemektedir. Dolayısıyla, kendini başkalarına iyilik yapmaya adanmak, artık tamamen öteki dünyaya ait bir yaklaşım olarak görülmemektedir. Kendini başkalarına iyilik yapmaya adanmak normaldir ve rasyoneldir çünkü bu davranış toplum tarafından doğru olanın yapılması olarak görülecektir veya en azından görülmelidir. İslâm kendini adamayı telkin eder ve bu en azından şu dört şekilde yapılabilir: (1) insan Allah yolunda en sevdiği şeyleri vermeye teşvik edilir ve bu da fedakârlık gerektirir, (2) fakire yardım etmek, hem bu dünyada hem de öteki dünyada misliyle mükâfatlandırılacaktır, (3) fakirlere yardım etmemek çok kötüdür zira Kur'an'da imansızlıkla bir tutularak lanetlenmiştir, (4) fakire yardım etmek hem toplumsal iyiliğe hem de ruhî tekâmüle erişmek anlamına gelir (Naqvi 2003: 106-107).

### ***Fakirin Zengin Varlığındaki Hakkı***

Kur'an, Meâric sûresi 24. âyette fakirin, zengin malında belli bir hakkının olduğunu söyler; "Mallarında, isteyene ve (isteyemediği için) mahrum kalmışa belli bir hak tanıyanlar" (Kur'an, 70/24). Liberal gelenek, fakirin yardım hakkını tanımasa da, zengin gönüllü olarak fakire vermesini teşvik eder. İslâm'ın buradaki farklılığı; ekonomik sistemdeki bir bozukluğun, zengin aslında fakire ait olanı elde etmiş olduğu varsayımından dolayı, fakire onun hakkı olan payı "geri verme"yi emretmesidir. Aynı mantıkla İslâm, fakire yardım ederken onların kendine saygılarını ve öz güvenlerini sarsmayacak şekilde davranmayı emreder ve sadece gösteriş yapmak için yardım etmeyi lânetler zira bu imansızlıkla aynı görülür (Naqvi 2003: 107-108). İslâm'daki zekât, varlığın toplumun bütün üyeleri tarafından paylaşılmasını kolaylaştırır. Zenginler mallarının gerçek sahibi değil, sadece emanetçileridir. Mallarını bu emanetin kurallarına göre kullanmalıdırlar. Bu kuralların en önemlilerinden biri de fakirlerin ihtiyaçlarının giderilmesidir (Rice 1999: 348).

## 2.4. İSLÂM AHLÂK SİSTEMİNİN UNSURLARI

Yukarıda vurgulandığı gibi, İslâm bütün bir yaşama biçimidir ve hayatın ekonomik cephesi de onun bir alt birimidir. İslâm'ın insanlara empoze ettiği ahlâkî değerlerin ekonomik kararlara uygulanması belli bir çaba gerektirir; bunu başarmak, oldukça geniş ahlâkî değerlerin sınırlı sayıdaki aksiyomlara dönüştürülmesi ile mümkündür ve bu da bir ahlâkî sistem oluşturur (Naqvi 2003: 149). Naqvi (2003: 150-159), bütün ve tutarlı bir İslâmî Ahlâkî Aksiyom Sisteminin dört unsurdan oluştuğunu söylemektedir: (1) birlik (tevhid), (2) denge, (3) serbest teşebbüs, (4) sorumluluk. Rice (1999: 346), İslâm ahlâkına göre, insanların doğadaki kaynakları kullanma isteklerini bir “İslâmî değerler filtresi”nden geçirmeleri gerektiğini böylelikle bazı gereksiz veya hatalı isteklerin daha iş dünyasında ortaya çıkmadan bertaraf edilebileceğini ifade etmektedir. Bu ahlâk filtresine ulaşabilmek için İslâm ahlâk sistemi bir rehber ortaya koymaktadır ve bu rehber de birlik, adalet ve hilafet kavramlarından doğmaktadır (Rice 1999: 347). Bu kavramlar aşağıda açıklanmaktadır.

### *Tevhid (Birlik)*

İslâm'daki en önemli kavramlardan biri olan (Nasr 1994: 241) ve “bir” anlamındaki Arapça *Vahid* kelimesi ile aynı kökten gelen Tevhid, “Bir kaç şeyi bir araya getirip bir yapma, birleştirme”, “Allah'ın birliğine inanmak, bir ve tek olduğunu kabul edip söylemek” (Ayverdi 2005: 3152) demektir. İslâmî ahlâk çerçevesinde düşünüldüğünde, tevhid insanların yaşadıkları topluma fayda sağlamak üzere çalışmalarını anlamına gelmektedir. Allah'a koşulsuz teslimiyet, bütün insanları Allah'a bağlar ve bu sayede insanlar birbirlerinin eşiti haline gelir (Naqvi 2003: 150).

Tevhid anlayışı, Allah'ın bilgisinin sonsuzluğu ve bütün varlıkların sahibi oluşu fikrini beraberinde getirir ve insandan kibir, israf ve açgözlülük gibi kötü özellikleri uzaklaştırarak yerine tevâzu, kanaat ve fedakârlık değerlerini yerleştirir. İnsanın vicdanî değerleri yükselir ve bütün toplumun faydasına olacak işler yapmaya çalışır (Naqvi 2003: 150). İslâm'ın iş felsefesinin anahtarı, bir kişinin Allah'la, O'nun kâinatıyla ve gene O'nun insanlarıyla olan ilişkileridir. İnsanların kendilerini yaratıcının isteklerine teslim etmesi bütün semavî dinlerde görülmektedir. Ancak İslâm daha öteye giderek,

insan hayatının bütün yönlerinin Allah'ın isteklerine göre nasıl yaşanacağını, dolayısıyla aslında hayatın tamamının birlik demek olduğunu öğretmektedir (Rice 1999: 347).

### ***Adalet ve Denge***

Sosyal varoluş düzleminde her şey birbirine karşı yaklaşık bir dinamik denge halindedir ve insanlığın daha iyiye gitmesi yönünde hareket eder. Dolayısı ile, toplumsal birlikten elde edilen kâr ve maliyetler, katılımcıların katılım oranlarına göre aralarında paylaşılmalıdır. Bu adalettir ve insan ilişkilerinde denge ve mütakabiliyeti temsil eder. Ancak toplum, özürleri nedeniyle elde edilen kârdan istifade edemeyen veya maliyete katlanamayan bireylerini de gözetmek zorundadır. Bu da “ihsan” ile gerçekleşir. Toplumun genelinde bir eşitlik sağlayabilmek için fakir ve güçsüzlerin verdiklerinden daha fazla almaları gerekir. Bu sosyal adalet prensipleri, hem eşitliğe hem de insanların ekonomik ve toplumsal gelişmenin meyvelerinden eşit derecede faydalanabilmelerine ortam hazırlar (Naqvi 2003: 151-152). Dolayısıyla, İslâm'ın adalet ve kardeşliğe verdiği önem, Müslüman toplumun fakirlerin ihtiyaçlarını gidermelerini gerektirir (Rice 1999: 348).

İslâm'da toplum hayatından eşitsizlik, adaletsizlik, sömürü ve baskıyı kaldırma amacı çok belirgindir. İnsanlar varlık elde ederken yalan söylememeli veya başkalarını kandırmamalıdır; sözlerini tutmalı ve anlaşmaların şartlarını yerine getirmelidirler. Hz. Muhammed insanlara bütün işlerinde mutedil olmayı tavsiye etmiş ve İslâm'ı orta yol olarak tanımlamıştır. Toplumsal refahın elde edilmesi ve insan potansiyelinin sürekli geliştirilebilmesi için insanların gayretinde bir denge olmalıdır (Rice 1999: 34-348).

### ***Serbest teşebbüs***

İslâm'a göre insan özgür ve günahsız doğmuştur, yaptıklarının yazarı kendisidir, Allah'ın verdiği mantığın kullanıcısıdır ve karar vericidir, ki bu özellik onu Allah'ın yarattıkları arasında en üstünü yapar. İnsan bu özgürlüğünü kullanarak iyilik yapmak sûretiyle Allah'ın yeryüzündeki vekili payesini kazanabilir veya yanlış yola saparak alçalabilir. İnsanlar boş oturup Allah'ın kendilerine yardım etmesini beklemek yerine, kendilerinin ve içinde yaşadıkları toplumun faydası için çalışmalıdırlar. Başka bir

deyişle, insan, Allah'ın ortaya koyduğu doğru ve yanlış dikkat etmek kaydı şartıyla, kendisine verilen serbest teşebbüs hakkını kullanabilir (Naqvi 2003: 153-154).

Kendine güven başarının kaynağıdır ve insanın kendisi için neyin en faydalı olduğuna en iyi karar verebilecek olan da kendisidir. Kişiler başarılarına göre ödüllendirilmeli ve yaptıklarıyla gurur duymalıdır (Ali 1988: 577). “Gerçekten hiçbir günahkâr, başkasının günah yükünü yüklenemez. Bilsin ki insan için kendi çalışmasından başka bir şey yoktur.” (Kur'an, 53/38-39) ayetlerinde görüldüğü gibi Kur'an, şahsî teşebbüsü teşvik eder. Ancak bu ferdiyetçilik, özenli bir toplum kavramı ve sosyal işbirliği ile dengelenmiştir (Rice 1999: 346-347).

### ***Sorumluluk***

Ahlâkî sorumluluk tamamen bireye aittir. Yaptıklarından veya yapmadıklarından hesaba çekilecek olan bireydir (Reinhart 2005: 247). İnsanın bu dünyada yaptıklarını kendi aklı ile gerçekleştirdiği kabul edildiğinde, doğal olarak bu yaptıklarının sonucunda ortaya çıkacak ödül veya cezaya razı olması gerekmektedir. Serbest teşebbüs ile ferdî ve toplumsal sorumluluk paralel gider. Sorumluluk olabilmesi için, insanların ekonomik, sosyal ve politik olarak özgür olmaları gerekir (Naqvi 2003: 157).

İslâm Hukukuna göre çalışma, hem işveren hem de çalışanın adalet ve sorumlulukla davranmasını gerektiren anlaşmaya göre gerçekleştirilmelidir. Çalışan işini elinden gelen en iyi şekilde yapmak üzere işverene ve Allah'a karşı sorumludur ve ancak bu sorumluluğu yerine getirdiği takdirde kazandığı helâl olur. ‘Helâl ekmek yemek’ Müslümanlar için çok önemlidir. Şayet bir kişi çalışırken işverenini aldatırsa, kazancını helâl olmayan bir yolla elde etmiş olur ve bunun hem o kişiyi hem de o kazançtan faydalanan diğerlerini etkileyeceğine inanılır (Nasr 1994: 40).

## **2.5. İSLÂM VE ÇALIŞMA**

Kur'an'da ortaya konan prensipler ve Hz. Muhammed'in beyanları, Müslümanların iş ve aile yaşamlarındaki ilişkilerini düzene koyabilmeleri için rehber vazifesi görmektedir. Kur'an Müslümanlara ısrarla her ne iş mümkün ise onu elde etmeye çalışmalarını



emretmektedir (Ali 2005: 50). Câsiye sûresinin 12 ve 13. âyetleri şöyledir: “12. Allah o (yüce) varlıktır ki, emri gereğince içinde gemilerin yüzmesi ve lütfedip verdiği rızık aramanız için ve de şükredesiniz diye denizi size hazır hale getirmiştir. 13. O, göklerde ve yerde ne varsa hepsini, kendi katından (bir lütfu olmak üzere) size boyun eğdirmiştir. Elbette bunda düşünen toplum için ibretler vardır.” (Kur’an, 45/12-13)

İslâm verimli bir şekilde çalışmaya büyük önem vermektedir (Abeng 1997: 50). Hz. Muhammed; sıkı çalışmanın günahların affına vesile olacağını, kimsenin eliyle kazandığından daha iyi bir gıda yemediğini söylemiş ve hatta çalışmanın ibadet olduğunu da eklemiştir. “Pazarımıza mal getirenler, Allah yolunda savaşanlar gibidir” ve “dürüst ve namuslu tüccar, peygamberler, dürüst olanlar ve şehitlerle birlikte” hadisleri tüccarlara verilen önemi göstermektedir (Ali 2005: 50-51).

İnsana verilen nimetler İsrâ suresinde şöyle anlatılıyor: “Biz, hakikaten insanoğlunu şan ve şeref sahibi kıldık. Onları, (çeşitli nakil vasıtaları ile) karada ve denizde taşıdık; kendilerine güzel güzel rızıklar verdik; yine onları, yarattıklarımızın birçoğundan cidden üstün kıldık” (Kur’an, 17/70). Âyette bahsedilen üstünlüğü kazanabilmek için, insanoğlunun akıl ve zekâsını kullanarak çok çalışması gerekmektedir. Kur’an’ın çeşitli âyetlerinde güneş, ay, yıldızlar, gök, gece ve gündüz, dağlar, vadiler, yeryüzünde bulunan varlıklar ve yeryüzünün insanların yararlanması için yaratıldığı vurgulanmakta ve insanların bunlardan en güzel şekilde faydalanmaları tavsiye edilmektedir (Yavuz 1992: 266-267).

İnsanın yeryüzünde Allah’ın halifesi (*Halifetullah*) sıfatıyla yaratılmış olması, onun ilâhî planda özel bir misyonunun olduğunu göstermekte ve bu misyonu gerçekleştirmek için de çalışması gerekmektedir. Hristiyanlıktaki “stewardship” (vekilharçlık) kavramı ile benzeşen halifetullah kavramı, insanın Allah’ın mülkünün emanetçisi olduğunu belirtmektedir (Arslan 2003: 9). “Hatırla ki Rabbin meleklerle: Ben yeryüzünde bir halife yaratacağım, dedi...” (Kur’an, 2/30) Halife, vekil ve temsilci anlamına gelmektedir, dolayısı ile Allah, iradesini temsil etmek üzere insanı yaratmış, yeryüzünde ilâhî hükümlerini gerçekleştirme görevini de ona vermiştir (Kur’an, 1993: 5, Bakara sûresi 30. ayetle ilgili açıklama). Ancak dünya aynı zamanda bir imtihan alanıdır: “O ki,

hanginizin daha güzel davranacağını sınamak için ölümü ve hayatı yaratmıştır. O, mutlak galiptir, çok bağışlayıcıdır.” (Kur’an, 67/2) Allah’ın dünyadaki emanetçisi olarak insanın davranışları o emanetin şartlarına uygun olmalıdır. İnsan, Allah’ın emanetçiliği rolünü tam olarak yerine getirebilmek için, güzel ahlâkın örneği olan Hz. Muhammed’e benzemeye çalışmalıdır (Beekun ve Badawi 2005: 133).

Dünyaya halifetullah olarak gönderilen insanın günlük yaşamının nasıl düzenlenebileceği Nebe’ suresinde belirlenmiştir: “Uykunuzu bir dinlenme kıldık. Geceyi bir örtü yaptık. Gündüzü de çalışıp kazanma zamanı kıldık.” (Kur’an, 78/9-11)

### **İslâm’da Çalışma Ahlâkı**

İslâm Çalışma Ahlâkı, çalışmaya yönelik bakış açısıdır ve insanın ihtiyaçlarını karşılama yolunda faziletli bir faaliyet ve gene insanın kişisel ve sosyal hayatı arasında bir denge kurabilmesi için gerekliliktir (Ali 1992: 507). Nasr (1985: 51-52), İslâmî bakış açısından çalışmanın ahlâkî boyutunu anlamak için, bu kavramın, İslâmî dillerin en önemlisi olan Arapça’daki karşılığına bakılması gerektiğini ve bu kelimenin en genel anlamda faaliyet kelimesinden farklı görülmediğini söylemektedir. İngilizce Arapça bir sözlüğe bakıldığında, *work* (çalışma) kelimesinin karşılığı olarak *amel* ve *sun*‘ kelimeleri verilmektedir. Buradaki *amel* kelimesi genel anlamda faaliyet, *sun*‘ kelimesi ise sanat veya zanaat olarak ilk defa yapma veya imal etme demektir. İnsanlar dünya ile ilişkili olarak iki türlü fonksiyon îfa ederler: ya o dünyada hareket ederler ya da o dünyadan elde edilen malzemelere şekil vermek suretiyle bir şeyler yaparlar. Şer’î hükümlerin insanların bütün faaliyetlerini kapsamı nedeniyle, İslâm Çalışma Ahlâkı (İÇA) da prensipte her iki kategoriye uygulanır. Belirli bir tartışma amacıyla, çalışma kelimesinin anlamı, onun sadece ekonomik ve sosyal boyutu ile sınırlanabilir. Ancak İslâm Çalışma Ahlâkını evrensel anlamda kavrayabilmek için, çalışma kelimesinin bu daha geniş ve genel anlamı göz önünde bulundurulmalıdır.

Yukarıda belirtildiği üzere, Kur’an’da (5/1) Mâide suresi “Ey iman edenler! Akitleri(n gereğini) yerine getiriniz...” diye başlamaktadır. Burada çağdaş devletlerin en önemli özelliklerinden olan sosyallik ve hukukîliğe işaret edilmektedir. Keyfiliğin, zorbalığın, fırsatçılığın yerine hak, hukuk ve kanunların hâkim olması gerektiği vurgulanmakta ve

akitlere riayet imanın gereği sayılmaktadır (Kur'an, 1993: 105, Mâide sûresi 1. ayetle ilgili açıklama). Geleneksel Müslüman bakış açısına göre bu âyette bahsi geçen akit kavramıyla, kişinin günlük namazlarından, bir kuyu kazmasına veya pazarda mal satmasına kadar geniş bir anlam kastedilmektedir. Bu âyet ile insana yüklenen ahlâkî sorumluluk çalışmaktan ibadete ve insanın tüm hayatına kadar uzanmaktadır. İslâm Çalışma Ahlâkî'nın temeli, bütün insan faaliyetlerinin ahlâkî karakterinde ve bir insanın işverene, iş arkadaşlarına ve hatta yaptığı işin kendi kabiliyetlerine göre en iyi şekilde yapılması gerekliliğine karşı olan sorumluluklarında yatmaktadır (Nasr 1985: 52).

İnsan, bunlara ilâve olarak işin doğru yapılmasından, her şeyi gören ve bilen, Allah'a karşı da sorumludur. Diğer semitik dinlerde olduğu gibi, İslâm'da da insan dünyada yaptıklarının sonuçlarından ahiret gününde sorumlu tutulacaktır. Bir hadise göre kul hakkı yemek, Allah'a şirk koşmakla bir tutulmuş ve affedilmeyecek en büyük günahlardan biri sayılmıştır. Bir anlaşmanın hükümlerini aynen yerine getirmek, işini mümkün olduğunca iyi yapmak, işi yaptıranı tatmin etmek ve aynı zamanda işi yapana da iyi ve adil bir şekilde muamele etmek geleneksel olarak Müslümanlar arasında kuvvetle önemsenmiştir (Nasr 1985: 52-53). Başka bir hadiste, işçilere kolaylıkla yapabilecekleri işler vermenin işverenin sorumluluğu olduğu söylenmiş ve işçilerin sağlıklarına zarar gelecek derecede çalıştırılmamaları gerektiği vurgulanmıştır (Mannan 1986: 116).

Weber, Protestan ahlâkının ayırıcı özelliklerinden birini sıkı çalışmaya verilen önem olarak vurgulamış olsa da, İslâm'ın çalışma ahlâkına bakışı Protestan ve Katolik bakış açısından çok fazla farklılık göstermez. Hristiyanlığa benzer olarak İslâm da çalışmayı Allah'ın rızâsını kazanmak için bir hizmet hatta bir ibadet olarak görür (Arslan 2003: 8-9). İslâm Çalışma Ahlâkının temel unsuru; bir kişinin kendisini ve ailesini geçindirmek amacıyla çalışarak başarılı olmasının, Allah'ın gözünde dinen yerine getirilmesi şart olan (vacib) emirlerin gerçekleştirilmesi kadar değerli görüldüğüdür. Ancak, İslâmiyette Protestanlıkta olduğu gibi çalışmaya sadece çalışmanın kendisi olarak bir üstünlük atfedilmemiştir. İslâm'da çalışmaya insanın ihtiyaçlarının karşılanması ve kişinin ferdi ve sosyal hayatına bir denge getirmesi bakımından önem verilmiştir (Nasr 1985: 54).

### **Kur'an'da Çalışma Ahlâkı**

İslâm Çalışma Ahlâkı, çalışmayı, kişinin kendi menfaatlerini ekonomik, sosyal ve psikolojik anlamda korumak ve geliştirmek; toplumdaki yerini güçlendirmek, toplumun refah düzeyini artırmak ve imanını kuvvetlendirmek için bir araç olarak görür. İslâmî düşüncede çalışma ve işin merkeziliğine özlü olarak değinilmiştir. “Herkesin yaptıkları işlere göre dereceleri vardır.” (Kur’an, 6/132) İnsanların amaçlarına ulaşmaları, çalışmak ve kendilerini adamakla mümkündür (Ali 2005: 52-53). “Bilsin ki insan için kendi çalışmasından başka bir şey yoktur.” (Kur’an, 53/39)

Kur’an alışverişte sahtekârlığı kesinlikle yasaklamıştır (Ali 2005: 53). “Ölçtüğünüz zaman tastamam ölçün ve doğru terazi ile tartın. Bu, hem daha iyidir hem de sonuç bakımından daha güzeldir.” (Kur’an, 17/35) “Mallarınızı aranızda haksız sebeplerle yemeyin. Kendiniz bilip dururken, insanların mallarından bir kısmını haram yollardan yemeniz için o malları hâkimlere (idarecilere veya mahkeme hâkimlerine) vermeyin.” (Kur’an, 2/188)

“Altın ve gümüşü yığıp da onları Allah yolunda harcamayanlar yok mu, işte onlara elem verici bir azabı müjdele!” (Kur’an, 9/34) âyeti altın, gümüş, nakit para veya mal biriktirip, zekât vermeyen, bunları hayırlı işlerde kullanmayanların ahirette cezalandırılacaklarını bildirmektedir (Kur’an, 1993: 191, Tevbe sûresi 34. ayetle ilgili açıklama).

Kur’an, ticareti desteklerken, faiz ve tekelciliği yasaklar (Ali 2005: 53): “... Allah, alım-satımı helâl, faizi haram kılmıştır.” (Kur’an, 2/275), “(O kullar), harcadıklarında ne israf ne de cimrilik ederler; ikisi arasında orta bir yol tutarlar.” (Kur’an, 25/67)

Nisâ suresinde dürüstlüğün ödüllendirilip doğru yoldan ayrılmanın cezalandırılacağını bildiren âyetler: “29. Ey iman edenler! Karşılıklı rızâya dayanan ticaret olması hali müstesna, mallarınızı, bâtil (haksız ve haram yollar) ile aranızda (alıp vererek) yemeyin. Ve kendinizi öldürmeyin. Şüphesiz Allah, sizi esirgeyecektir. 30. Kim düşmanlık ve haksızlık ile bunu (haram yemeyi veya öldürmeyi) yaparsa (bilsin ki) onu ateşe koyacağız; bu ise Allah’a çok kolaydır. 31. Eğer yasaklandığımız büyük günahlardan

kaçınırsanız, sizin küçük günahlarınızı örteriz ve sizi şerefli bir yere sokarız. 32. Allah'ın sizi, birbirinizden üstün kıldığı şeyleri (başkasında olup da sizde olmayanı) hasretle arzu etmeyin. Erkeklerin de kazandıklarından nasipleri var, kadınların da kazandıklarından nasipleri var. Allah'tan lütfunu isteyin; şüphesiz Allah her şeyi bilmektedir.” (Kur'an, 4/29-32)

### **Hadislerde Çalışma Ahlâkı**

Hz. Muhammed, çalışma ve işle ilgili konulara konuşmalarında geniş yer vermiştir. Mevcut uygulamalara karşı çıkan pek çok yaratıcı tavsiyelerde bulunmuştur. Aşağıda özellikle çalışma ahlâkı ile ilgili söyledikleri toplanmıştır (Ali 2005: 53-55):

**Meşrû işler bulmaya çalışmak:** Hz. Muhammed, başkalarına ve topluma fayda sağlayan işlerin yararlı işler olduğunu ve bunları yapanların ödüllendirileceğini söylemiştir. “İbadetin yetmiş yolu vardır; bunların en iyisi dürüstlikle hayatını kazanmaktır.” diyerek çalışmayı ibadetin en iyi şekli olarak yüceltmıştır. Yaptıkları işle başkalarına faydası dokunan insanları da yüceltmıştır.

**Servet kazanılmalıdır:** İslâm inanışında insanların kapasitelerinin farklı olduğu kabul edilir ve onların servet kazanmalarını mümkün kılan da bu kapasiteleri ve önlerine çıkan fırsatlardır. Ancak, aranan ekonomik faaliyetler ahlâkî ve meşrû temellere dayandırılmalıdır.

**Çalışmanın kalitesi:** İslâm öncesi Araplarda disiplinsizlik mevcuttu ve birbirlerine taahhütleri genellikle ayrıcalıklı bir grup arasında olurdu. Bir devlet adamı ve reformist olarak bunu anlayan Hz. Muhammed, Arap topluluklarını fonksiyonel toplumlar haline getirmeye çalışmıştır. Disiplin ve taahhütü vurgulayarak, sadece çalışmanın esasına dikkat çekmekle kalmayıp, iman ile çalışma arasında bir bağ kurmak suretiyle Müslüman toplumun ekonomik ve politik olarak varlığını sürdürebilecek bir yapı kazanmasını hedeflemiştir. Bu kapsamda şöyle söylediği aktarılmaktadır: “Sanatında/zanaatında mükemmel hale geleni (işini doğru ve en güzel şekilde yapanı) Allah kutsar,” “İşini nasıl yapacağını en güzel şekilde öğrenen ve bunu doğru bir şekilde uygulayanı Allah sever.”

**Ücretler:** Hz. Muhammed Müslümanlara, kendileri için çalışanların ücretlerini verirken dürüst, âdil ve çabuk olmalarını öğütlemiştir. “İşveren işçisinin ücretini işçinin teri kurumadan vermelidir,” demiş ve “işçinin ücreti onun çabasına ve harcamalarına göre olmalıdır.” diye de eklemiştir. Peygamber, bir çalışanın ücretini vermemenin ahlâksız bir davranış olduğunu, “Kendisine çalışan bir işçinin ücretini tam olarak ödemeyen”e karşı kendisinin şahitlik edeceğini söylemiştir.

**Kendine güven:** Çalışmanın en önemli fonksiyonlarından biri kendine güveni güçlendirmesidir. “İnsanın, kendi çalışmasıyla elde ettiği yiyecektekenden daha iyisi yoktur.” “İnsanın kendi çabası sonucunda elde ettiğinden daha iyi kazanç yoktur.”

**Tekelcilik:** İslâm’da tekellecilik; ıstırap, illegal kazanç ve eşitsizlik doğuran büyük bir suçtur. “Mal tedarik eden kutsanmış, tekellecilik yapan ise lânetlenmiştir.” “Malları saklayan günahkârdır.”

**Rüşvet:** Tekellecilik ve dolandırıcılık gibi rüşvet alıp vermek de İslâm’da şiddetle kınanmıştır. “Allah, rüşvet veren ve alanı lanetlemiştir.”

**Ameller ve niyetler:** Bunlar İslâm Çalışma Ahlâkını diğer inançlardaki çalışma ahlâkından ayıran unsurlardır. İslâm’daki temel kabullerden biri, çalışmanın topluma sağladığı fayda bakımından değerlendirilmesindeki kriterin ortaya çıkan sonuç değil niyet olduğudur. Başkalarına zarar verebilecek herhangi bir faaliyet, yapanlara büyük kazanç sağlasa dahi kanunsuzdur. Bununla ilgili Hz. Muhammed şöyle diyor: “Allah sizin görünüşünüze veya zenginliğinize bakmaz, O sizin niyetlerinizi ve amellerinizi değerlendirir.”

**Şeffaflık:** İş ve çalışmanın ahlâkî temellere dayanmasının esas şartı şeffaflıktır. Hz. Muhammed, bir hurma satıcısının sepetini teftiş ettiğinde, bozuk hurmaların tazelerin altına saklandığını görür ve satıcıya bozuklarla tazeleri ayırmasını söyler. “Bizi aldatan bizden değildir.” Şayet alıcılar ve satıcılar “bir şeyleri gizler ve yalan söylerlerse

yaptıkları alış verişin bereketi olmaz.” “(Yaptıklarını) açıkça ve dürüst bir şekilde deklare edenler, birbirlerini tahribata sürüklemezler”

**Açgözlülük:** İslâm’da aç gözlülüğün sosyal ve ekonomik adalet için bir tehdit olduğu düşünülür. Hz. Muhammed, Mekke’nin ileri gelenleri ile olan mücadelesinde, ısrarla onların aç gözlülüğünü tenkit ederek şöyle demiştir: “Aç gözlülüğü görün; o yaşayan fakirliktir,” “İnanan bir insanda şu iki özellik bulunmaz: aç gözlülük ve ahlâksızlık.”

**Cömertlik:** Hz. Muhammed, İslâm öncesi Arapların faziletlerinden biri olan cömertlik özelliğini kendi öğretisi ve davranışlarına uyarlamıştır. “Cömert insan, Allah’a, cennete ve insanlara çok yakın, cehennemden çok uzaktır.” “Bir kişinin sıkıntısını çözeni, Allah, hem bu dünyada hem de ahirette kutsar.”

İş faaliyeti, İslâm’da sosyal fayda sağlayan bir fonksiyon olarak görülmüştür. İslâm’ın peygamberi Hz. Muhammed de hayatının büyük bir kısmında ticaretle uğraşmıştır. Tüketim, mülkiyet, bir teşebbüsün hedefleri ve muhtelif işletmelerin hareket kodları (code of conduct) ile ilgili görüşlere, İslâm’da büyük önem atfedilmiştir (Rice 1999: 349). İş uygulamaları ile ilgili bazı İslâmî prensipler ve kaynakları Tablo-2.1’de özetlenmiştir.

Tablo – 2.1

## İslâm'da İş Uygulamaları ile İlgili Prensipler ve Kaynakları

Ahlâkî prensip	İlgili İş Uygulamaları
“Arabın Arap olmayana ve Arap olmayanın Araba üstünlüğü yoktur; teni koyu renk olanın beyaza veya beyaz olanın koyu renkliye üstünlüğü yoktur. Allah'ın nezdinde dürüstlük ve salih ameller esastır.” (Hadis)	Eşit fırsat. İşe alma ve alış verişte ayırmıcılık yapmayan davranış.
“... insanın kendi çalışmasından başka bir şey yoktur.” (Kur'an, 53/39)	Ödüller ancak çaba sarfedildikten sonra elde edilebilir.
“Allah, insanların yaptıkları işi mükemmel bir şekilde yapmalarından hoşlanır.” (Hadis)	Mükemmellik ve iş kalitesi
“Allah size, mutlaka emanetleri ehli olanlara vermenizi ve insanlar arasında hükmettiğiniz zaman adaletle hükmetmenizi emreder.” (Kur'an, 4/58)	Sorumlulukların yerine getirilmesi. İş ilişkilerinde ve iş yerinde güven.
“Ey Âdemoğulları! Her secde ettiğinizde güzel elbiselerinizi giyin; yiyin, için, fakat israf etmeyin; çünkü Allah israf edeni sevmez.” (Kur'an, 7/31)	Varlık sahibi olmak ve tüketim kabul edilir, fakat kaynaklar israf edilmemelidir.
“Göklerde ve yerde ne varsa Allah'ındır....” (Kur'an, 3/129)	Özel mülkiyette sınırsız sahiplik hakkı yoktur.
“Bunlar cimrilik eden ve insanlara da cimriliği tavsiye eden, Allah'ın kendilerine lütfundan verdiğini gizleyen kimselerdir....” (Kur'an, 4/37)	İstifçiliğin yasaklanması. Yatırımın ve varlığın dolaşımının teşviki.
“Allah yolunda harcayın. Kendi ellerinizle kendinizi tehlikeye atmayın. Her türlü hareketinizde dürüst davranın. Çünkü Allah dürüstleri sever.” (Kur'an, 2/195)	Gösterişçi tüketimin kınanması.
“Servet ve çocuklar, dünya hayatının süsüdür; ölümsüz olan iyi işler ise Rabbinin nezdinde hem sevapça daha hayırlı, hem de ümit bağlamaya daha layıktır.” (Kur'an, 18/46)	İnsanî değerler içinde, varlık sahibi olmaya çok önem verilmemektedir.
“Sizi yeryüzünün halifeleri kılan, size verdiği (nimetler) hususunda sizi denemek için kiminizi kiminizden derecelerle üstün kılan O'dur.” (Kur'an, 6/165)	Gelirlerin farklılığına izin verilmiştir.
“Rabbinin rahmetini onlar mı paylaşıyorlar? Dünya hayatında onların geçimliklerini aralarında biz paylaştırdık. Birbirlerine iş gördürmeleri için kimini ötekine derecelerle üstün kıldık. Rabbinin rahmeti onların biriktirdikleri şeylerden daha hayırlıdır.” (Kur'an, 43/32)	Yöneticiler, işgörenler, profesyoneller arasında faklılık olması kabul edilebilir.



**Tablo – 2.1 (Devam)****İslâm’da İş Uygulamaları ile İlgili Prensipler ve Kaynakları**

Ahlâkî prensip	İlgili İş Uygulamaları
“Onların mallarından sadaka al; bununla onları temizlersin, onları artırıp yüceltirsin....” (Kur’an, 9/103)	Gelirin tekrar dağıtılması. Varlık daha az varlıklı olanlarla paylaşılmalıdır.
“... Allah, alım-satımı helâl, faizi (riba) haram kılmıştır....” (Kur’an, 2/275)	Faizin yasaklanması.
“...Ölçüyü ve tartıyı eksik yapmayın...Ölçüyü ve tartıyı adaletle yapın; insanlara eşyalarını eksik vermeyin;...” (Kur’an, 11/84-85)	Ölçüm ve tartının tam yapılması.
“Aldatan bizden değildir.” (Hadis)	Bir şeyde bozukluk olduğunu bilen, söylemekle yükümlüdür.
“... Allah’tan korkun ve doğru söz söyleyin.” (Kur’an, 33/70)	Pazarlıkta, tartışmada doğruluk ve direklik.
“Kıyamet gününde dürüst tüccar, şehitlerle yan yana duracaktır.” (Hadis)	Ticaretin önemi.
“... Onların amellerinden de bir şey eksiltmedik. Herkes kazandıklarına karşı bir rehindir.” (Kur’an, 52/21)	Kişisel sorumluluğun önemi.

Kaynak: Rice 1999: 350-351.

## 2.6. SONUÇ

Ahlâk, dinle alâkalı olmakla birlikte, tamamen dine bağımlı değildir. Dindar bir insanın mutlaka ahlâklı olacağı söylenemeyeceği gibi, dinî mensubiyeti olmayan bir insanın da ahlâk seviyesinin düşük olacağına hükmedilmemelidir. İslâm dininde, temel olarak Kur’an ve sünnete dayandırılarak, ortaya konan ahlâk tanımı diğer dinlerin tanımları ile benzerlikler göstermektedir. İslâm ahlâkının farklılığı, Hz. Muhammed’in model alınmasından ve bir Arap topluluğunda doğmuş olmakla birlikte, İslâm’ın Afrika’dan Avrupa’ya, Çin’den Endonezya’ya kadar yayılmış ve yöresel geleneklere göre yorumlanmış olmasından gelmektedir.

En basit ifadesi ile toplumsal iyiliğin elde edilmesini teşvik eden İslâm ahlâkına paralel olarak, İslâm Çalışma Ahlâkı kavramı da aynı prensiplerin iş dünyasına uygulanacağını ihsas ettirir. Diğer dinlere benzer şekilde, İslâm'da da kişilerin günlük hayatlarında, aile ve sosyal ilişkilerinde olduğu gibi iş hayatında da kötülükten uzak durması tavsiye ve iyilik yapması teşvik edilir. İslâm'da ortaya konan hükümler evrensel olmakla birlikte, bunların uygulanması kişisel tercihlere, toplumsal yargılara veya dış etkenlere göre farklılık gösterebilir.

## **BÖLÜM – 3**

### **İŞE YÖNELİK TUTUMLAR**

## BÖLÜM – 3

### İŞE YÖNELİK TUTUMLAR

#### 3.1. GİRİŞ

Avrupa Birliği üyesi ülkelerin birbirlerine vize uygulamayışı bu ülkeler arasındaki vatandaş geçişini kolaylaştırmıştır; Amerika Birleşik Devletleri her yıl binlerce yeni göçmeni kabul etmektedir; iletişim ve özellikle internetteki hızlı gelişim ülkeler arasındaki sınırları nerdeyse sembolik hale getirmiştir. Farklı ülkelerde doğup büyümüş insanlar başka ülkelere gidip çalışmak suretiyle kendi kültürlerini, alışkanlıklarını ve çalışma anlayışlarını beraberinde götürmekte ve bu da o ülkelerin çalışma sistemini etkilemektedir. Hatta bu etkileşimin ortaya çıkması için artık insanların başka ülkelere göçmen olmasına bile gerek kalmamıştır. Kitle iletişim araçları ile dünyanın uzak köşelerinde bile neler olduğu kısa zamanda duyulmaktadır. Ancak bütün bu etkileşim ülkelerin kendi kültürlerini kaybettikleri anlamına gelmemekte ve hâlâ insanların yapacakları işlere yönelik tutumları farklılık göstermektedir.

Bu bölümde öncelikle çalışmaya yönelik farklı bakış açıları tartışılacak, çalışmanın anlamlılığı ile hayatın anlamlılığı arasında bağlantı kurulmaya çalışılacaktır. Ardından insanların çalışma nedenleri özetlenecek ve çalışma ile boş zaman ilişkisi incelenecektir. Bu ilişki ortaya konurken çalışma ve boş zamanın tarihsel gelişimi de anlatılacaktır. Özellikle gelişmiş toplumların problemlerinden olan işkoliklik de burada kapsanacaktır.

Bu bölümün son konusu, araştırmamız kapsamında yapılan ankette kullanılan başarı ihtiyacıdır. Bu konuda yaptığı sayısız araştırmalarla tanınan McClelland, başarı ihtiyacı kavramını “bir şeyi daha iyi, daha hızlı, daha etkin bir şekilde ve daha az çaba sarfederek yapma isteği” (1961b: A) olarak tanımlamaktadır. Bu kısımda başarı ihtiyacı yüksek olan kişilerin ortak özellikleri ve başarı ihtiyacının nereden kaynaklandığı anlatılmaya çalışılacaktır. Başarı ihtiyacının genellikle çocuklukta kazanıldığı düşünülmektedir, ancak bazı araştırmalar yetişkinlere de bunun öğretilebileceğini göstermiştir. Bu araştırmalarla ilgili bilgiler, başarı ihtiyacının öğretilmesi kısmında kapsanacaktır. McClelland ve grubunun yaptıkları bazı tarihsel araştırmalar, bazı toplumların

yaşadıkları ekonomik gelişmelerin 20-25 yıl öncesine bakıldığında günlük literatürde başarı ihtiyacı ile ilgili unsurların arttığını tespit etmişlerdir. Yüksek başarı ihtiyacının etkilerine kısa bir bakışla bu bölüm bitirilecektir.

Çalışma ile ilgili ayrıntılara geçmeden önce değer, tutum ve davranış kavramlarının kısaca tanımlanmasında fayda görülmektedir. Değer, belli bir hareket tarzının, kişisel veya toplumsal olarak başka bir hareket tarzına tercih edilir olması inancıdır (Robbins 2003: 64). Tutum, belirli bir varlığın belli bir dereceye kadar lehinde veya aleyhinde bulunularak değerlendirildiği psikolojik bir eğilimdir (Eagly ve Chaiken 1993: 1). Davranış, bireylerin anlamlı ve yorumlanabilir faaliyetleridir (Güney 2000: 49). Değerler tutumları oluşturur, tutumlar da davranışları belirler.

### **3.2. ÇALIŞMANIN ANLAMLILIĞI**

Çalışmanın doğası, anlamlılığı, yararları ve sakıncaları, şairlerden politikacılara, ekonomistlerden filozoflara kadar pek çokları tarafından tartışılmıştır. Tarih içinde Yunanlıların ve Romalıların özellikle fizikî çalışmaya hiç değer vermedikleri hatta onu sadece kölelerin yapabileceği bir şey olarak aşağıladıkları; Yahudilerin de çalışmayı, geçmiş nesillerin günahlarından dolayı herkesin yapmak zorunda olduğu şerefli bir gereklilik olarak tanımladıkları görülmektedir (Furnham 1990b: 141).

Diğer bir tartışılan konu ise hayatın anlamlılığı ile çalışmanın anlamlılığı arasındaki ilişkidir. Cherrington (1980: 267), insanların çalışmaya veya işe yaklaşımlarının, çalışmanın insanın genel değerler sistemine uygunluğuna göre değiştiğini belirtmektedir. Çalışma, bir kişi için hayatın temeli veya çok önemli bir parçası olabileceği gibi, başka bir kişi için çok anlamsız, hoşlanılmayan ve mümkün olduğunca kaçınılmaya çalışılan bir mecburiyet olabilir. Çalışmayı pek de hoş olmayan bir mecburiyet olarak gören bir kişi, genellikle işte daha az zaman ve çaba harcamak ister. Ancak çalışmanın bir kişisel tatmin aracı veya ekonomik durumun geliştirilmesi için yegâne yol (“daha çok çalışırsan daha çok kazanırsın”) olarak görüldüğü durumlarda kişinin, işe ailesine veya boş zamana ayırdığı vakitten daha fazla vakit ayırması beklenir (Khakhulina 2002: 15).

Çalışmanın anlamlılığı ile hayatın anlamlılığı arasındaki ilişki çok basite indirgenerek Tablo-3.1’de gösterilmiştir (Cherrington 1980: 286).

Tablo-3.1 ile vurgulanmak istenen temel fikir, çalışmaya yönelik inanç, tutum ve güdülenmelerin, doğrudan çalışma ile alâkalı olmayanlardan ayrılamayacağıdır (Furnham 1990b: 143). Hayat pek çok farklı nedenden dolayı anlamlı olabilir. Yoğun dînî inanca sahip insanlar için hayat bir anlam ve amaç içerebilir. İnsanların şahsî hedef ve tutkuları hayatlarına anlam kazandırabilir. Doktorluk gibi insanlara yardım sağlayan işler yapanlar, verdikleri bu hizmetin hayatlarına anlam ve tatmin kattığını hissedebilirler. Yeni bir teori geliştirmek, bilimsel bir icat yapmak, kitap yazmak veya bir sanat eseri yapmak insanlara hayatta özel bir amaçları veya görevleri olduğu hissini verebilir (Cherrington 1980: 267-268).

**Tablo – 3.1**  
Anlamlılık Matrisi

	Çalışma Anlamlıdır	Çalışma Anlamsızdır
Hayat Anlamlıdır	<p>I</p> <p>Kuvvetli çalışma ahlâkı.</p> <p>Mutlu ve verimli işgörenler.</p> <p>Çalışma temel veya çok önemli bir değerdir.</p> <p>İş gücünün %50’si</p>	<p>II</p> <p>Çalışma, hayatın anlamlılığı ile tutarlı olmayan bir vazifedir.</p> <p>Çözüm: çalışma değerlerini telkin et, işi yeniden düzenle, veya iş değiştir.</p> <p>İş gücünün %20’si</p>
Hayat Anlamsızdır	<p>III</p> <p>Çalışma değiştirilmiş çok önemli bir değerdir.</p> <p>Çalışma var olmanın nedenidir.</p> <p>Çözüm: zorunlu dinlenme, önceliklerin gözden geçirilmesi, ilgi alanlarının farklılaştırılması.</p> <p>İş gücünün %10’u</p>	<p>IV</p> <p>Çalışma ruhsuz, zihni uyuşturan bir angaryadır.</p> <p>Refah (işsizlik maaşı) çalışmaya tercih edilir.</p> <p>Çözüm: “doğru davranışlar” ve “hayata katkı”.</p> <p>İş gücünün %20’si</p>

Kaynak: Cherrington 1980: 268.

Cherrington'ın (1980: 268-270) Anlamlılık Matrisi (Tablo-3.1) ile ilgili yaptığı açıklamalar aşağıda özetlenmiştir:

Tablo-3.1'in I numaralı kutusunda yer alanlar, hem özel hem de çalışma hayatlarında anlamlılığı bulmuş olan insanlardır. Kaba bir tahmin olmakla birlikte ABD iş gücünün %50'sinin bu gruba girdiği düşünülmektedir. Güçlü çalışma değerlerine sahip olan bu işgörenlerin mutlu ve verimli olmaları beklenir. Bu kişiler işi: insanın iyi karakter özelliklerini gösteren önemli bir değer, içinde yaşadıkları toplumun daha iyiye gitmesine yardımcı olan etkili bir araç, kendilerine hemen fayda sağlayan bir araç ve yeteneklerinin ve kendine güvenlerinin bir göstergesi olarak görürler.

Bunun tam aksi, Tablo-3.1'in IV numaralı kutusunda yer alan ve hem hayatın hem de çalışmanın anlamlılığı olmadığına inananlardır. Amerikan iş gücünün %20'lik bir kesimini temsil ettiği düşünülen bu kişiler, işi bir angarya olarak görür ve mümkün olduğunca çalışmaktan kaçınmaya çalışırlar. İşsizlik maaşı, kumar veya benzeri, çalışmadan kendilerine para getirebilecek herhangi bir faaliyeti çalışmaya tercih ederler.

Tablo-3.1'in II nolu kutusunda yer alanlar, hayatın genel olarak anlamlı olduğuna inanırken, çalışmanın anlamsız olduğunu düşünürler. Amerikan iş gücünün %20'sini oluşturduğu tahmin edilen bu grup çalışmayı bir yükümlülük olarak görmektedir. Bu işgörenler halihazırda çalıştıkları veya eskiden yaptıkları bazı işlerde karşılaştıkları problemler dolayısı ile çalışmanın hayatın anlamlılığı ile tutarlı olmadığını düşünürler. Bu problemlerin çözümü nedenlerine göre değişecektir. Bazı işçiler hiç bir ilerleme imkânı olmayan işlerde çalışıyor olabilirler, bu da onları zamanla yaptıkları işle bir yere varamayacakları, dolayısı ile çalışmanın anlamsız olduğu sonucuna götürebilir. Bazı işçilere hiç kimse işin gerçek anlamlılığının nasıl bulunabileceğini göstermemiş olabilir. Bu tip işgörenlerin işleri ile olan problemlerini çözmek için yaptıkları işleri yeniden düzenlemek, farklı işler bulmak ve bu işçilerin kendi çalışma değerleri sistemine çalışma ahlâkını aşılacak gerekir.

Tablo-3.1'in III nolu kutusunda yer alanlara göre iş anlamlıdır, ancak bu genel olarak hayatın anlamlılığına dayanmadığından yüzeysel ve önemsizdir. İş gücünün yaklaşık

%10'unu oluşturan bu gruptaki insanlar çoğunlukla işkoliklerdir ve işlerine hastalıklı bir coşku ile sarılırlar. Çalışmak onlar için çok önemlidir, ancak bu yanlış yönlendirilmiş bir değerdir ve bu kişiler sadece çalışmış olmak için çalışırlar. Çalışma içsel bir zorlama haline geldiğinden, çalışmanın olumlu bir şey olduğunu düşünürler fakat bunun neden olduğunu anlayamazlar. İşe bağımlılık problemini çözmek üzere kişiler dinlenmeye zorlanabilir, önceliklerini gözden geçirmeleri sağlanabilir ve kişisel alâkaları farklılaştırılmaya çalışılabilir.

### **3.3. ÇALIŞMANIN DEĞİŞİK YÖNLERİ**

Londra'nın kazalarında klinik psikolog olarak çalışan Fagin ve Little, buldukları bölgede işsizlik üzerinde iki yıl süren incelemeler yapmışlardır. Fagin ve Little'nin incelemesindeki farklılık ve yenilik, işten çıkarılan veya kendi isteği ile ayrılan işgörenle birlikte bu kişinin ailesini de inceleme kapsamına almış olmalarıdır. Fagin ve Little iş görenler ve aileleri ile yaptıkları görüşmeler sonucunda çalışmanın yedi farklı yönü olduğunu belirlemişlerdir. Yazarların bulguları aşağıda özetlenmiştir (Fagin ve Little 1984: 27-39).

#### **3.3.1. Bir Kimlik Kaynağı Olarak Çalışma**

İnsanlar bir kimlik etiketi olarak, toplum içinde üstlendikleri roller arasında en çok yaptıkları iş veya çalışmalarını kullanmaktadırlar. Çalışmaları dolayısı ile insanlar sınıf, statü ve etkililiklerine göre kategorize edilebilir; hiyerarşiler ve gruplaşmalar ile de güven, farkedilme, ait olma ve anlaşılma istekleri tatmin edilebilir. Çalışma kimliği denebilecek olan ve kişinin yaptığı işle ilgili bu kimlik, başkalarına kendini tanıtmamanın en kolay yolu olarak görülmektedir. Böylelikle kişi kendi hakkında çok fazla bir şey söylemeden, kararı karşısındakinin aynı işi yapan insanlara karşı olan ön yargısına bırakmaktadır. Dolayısı ile marangoz, psikolog veya cellat gibi meslek ünvanları, sadece o insanların ne yaptıklarını belirtmekle kalmaz, genellikle o tip işleri yapan insanların içsel tanımlarını da verir. Tabii bu kalıplaşmış imaj, çoğu zaman kişinin kendi kendini nasıl gördüğünden çok farklıdır.



Çalışma kimliği sadece işgören ile sınırlı değildir. Özellikle sadece erkeğin çalıştığı durumlarda, işin getirdiği statü ve etkinlikte aile de kapsanır. İşgörenin çalışıyor olması sonucunda elde edilen sosyal statünün muhafaza edilmesi veya daha ileriye götürülmesi için aile baskı uygular ve işin statüsünü algılama konusunda iş gören ile aile arasında büyük farklılıklar olduğunda çatışma çıkabilir.

### **3.3.2. Çekirdek Aile Dışında İlişki Kaynağı Olarak Çalışma**

Çalışma kabul edilebilir bir uzaklaşmaya müsaade eder. Çalışma dolayısı ile yaşanan kısa ayrılıklar, aile içi ilişkilerde bir emniyet sübabı olarak rol oynayabileceği gibi kişilerarası ilişkilerin de zenginleşmesine yardım edebilir. Bunun aile üzerinde olumlu bir etkisi vardır; çeşitlilik getirir ve aile üyeleri arasında paylaşılacak konular ortaya çıkar.

### **3.3.3. Mecburî Faaliyet Kaynağı Olarak Çalışma**

İşlerinden ayrılan insanların büyük çoğunluğunun kendileri için düzenli ve bir amaca yönelik bir faaliyet oluşturmakta çok zorlandıkları görülmüştür. Bazıları bahçeleri ile ilgilenmeye başlamış, hatta bahçe işlerine, çalışırken işlerine ayırdıkları zamandan daha fazla zaman ayırmışlardır. Buna mukabil büyük çoğunluk vaktini hiç bir şey yapmadan geçirmiş, bu da kendilerine olan güvenlerini önemli derecede azaltmıştır. Bu kişiler, çalışırken işlerinin zorunlu doğasından şikâyet ederlerken, işten ayrıldıktan sonra her gün ne yapacaklarına karar vermek mecburiyetinde kaldıklarında, aslında işte olmayı ve işin doğası neyi gerektiriyorsa onu yapmayı tercih ettiklerini hissetmişlerdir.

### **3.3.4. Yetenek ve Yaratıcılığı Geliştirme Kaynağı Olarak Çalışma**

İşlerinde uzun yıllar çalışan ve o işe has yeteneklerini çok geliştiren işgörenler, hem bu yetenekleri ile gurur duymakta hem de yeni iş aramak zorunda kaldıklarında bu yetenekleri sayesinde kolaylıkla iş bulacaklarına inanmaktadırlar. Bu her zaman için gerçekçi bir yaklaşım değildir. Zira bu işgörenlerin yeteneklerinin tamamen daha önce yaptıkları işe özel olması, yeni iş aradıklarında handikap haline gelmektedir. İş verenler,

yeni alacakları işçiyi eğitmeleri gereken durumlarda genç işgörenleri tercih etmektedirler.

Bir demir ustası, Fagin ve Little'a verdiği mülâkatta, sahip olduğu yetenekleri elde etmek için uzun yıllar çalıştığını, fakat benzeri bir iş bulmasının mümkün olmayışı dolayısıyla bu yeteneklerini kaybedeceğinden duyduğu büyük üzüntüyü anlatmıştır.

### **3.3.5. Psikolojik Zamanı Düzenleme Faktörü Olarak Çalışma**

İşlerinden ayrılmış insanların, zamanı, çalıştıkları döneme göre farklı algıladıkları görülmektedir. Fagin ve Little'ın araştırmasında gözlenen kişilerin işten ayrıldıktan sonra yatakta daha fazla vakit geçirdikleri, ama uykularının çalıştıkları zamana nispetle daha kalitesiz olduğu, hem uyumakta hem de uyanmakta daha fazla zorlandıkları görülmüştür. Bu işgörenler yatakta daha fazla zaman geçirdikleri halde, kendilerini çalışmadıkları zaman zarfında çalıştıkları dönemden daha yorgun hissettiklerini belirtmişlerdir. Ayrıca bu işgörenlerin çoğu, işten ayrıldıktan sonra zamanlarını verimli bir şekilde kullanamamaktan şikâyetçi olmuşlardır. İşten ayrılan kişilerin eşlerinde de zamanın düzenlenmesi bakımından küçük farklılıklar gözlenmiş olmakla birlikte, bunlar işgörenlerin kendilerinde görülen farklılıklarla mukayese edilemeyecek kadar küçüktür.

### **3.3.6. Amacı Olduğunu Hissetme Kaynağı Olarak Çalışma**

İşten ayrılan işgörenlerle yapılan mülâkatlar, bu insanların nasıl amaçsızlaştıklarını açıkça göstermiştir. Bu kişilerin söylediklerinden bazı örnekler şu şekildedir: 'Ben bir fazlalığım'; 'Ben bir marjinalim, ben hiç kimseyim ve hiç kimse beni düşünmüyor'; 'İçimde daha uzun yıllar çalışabileceğimi hissederken, ellibeş yaşımda kırpıntı yığına atılmış durumdayım'. Bu insanlar arasındaki yaygın benzerlik, kelimeye dökmeseler de davranışları ile aktif dünyaya ait olmadıkları hissidir. Aileleri de dahil olmak üzere kendilerini diğerlerinden izole etmişlerdir.

Bütün bu söylenenler yabancılaşan bir gruba işaret etmektedir. Bu yabancılaşmış gruba dahil olanlar kendilerini güçsüz, kendisine yabancılaşmış, izole olmuş ve anlamsızlaşmış görmektedirler. Bu durum çalışmayanlar arasında çok yaygın olmakla birlikte, bazı

çalışanlarda da ortaya çıkmaktadır. Dolayısı ile yabancılaştırmanın dereceleri olduğu ve işsizlerin bu derecelendirmede en üstte yer aldıklarını söylemek yerinde olacaktır.

### **3.3.7. Gelir ve Kontrol Kaynağı Olarak Çalışma**

Elde edilen gelir biyolojik olarak hayatta kalmayı sağlasa da, düzenli kazanılan maaşın başka fonksiyonları da vardır, dolayısıyla çalışmak başka sonuçlara ulaşabilmek için gerekli olan bir araç haline gelir. Pek çokları için çalışmak, hürriyetin kaybedilmesi ve çalışma dışındaki bazı hedeflere ulaşabilmek için bazı kişisel ihtiyaçlardan vazgeçilmesi anlamına gelmektedir. Boş zaman faaliyetlerini gerçekleştirmek veya evine mobilya almak gibi hedeflere ulaşabilmek için gerekli olan araç, temel ihtiyaçları karşıladıktan sonra arta kalan fazlalık paradır. Burada kontrolün el değiştirmesi ortaya çıkmaktadır. İnsanlar, elde ettikleri gelir onlara bağımsızlık ve iş dışındaki hayatlarında geleceklerini seçebilme ve istedikleri boş zaman faaliyetlerini yapabilme özgürlüğünü verdiği müddetçe, kendilerini çalışma zamanı süresince işverenlerinin eline bırakmaya hazırdırlar.

### **3.4. ÇALIŞMA VE BOŞ ZAMAN**

Bir işgörenin günde kaç saat çalışması gerektiğinin belli olması, işgörenlerde emeklerinden ziyade zamanlarını satıyorlarmış hissini ortaya çıkarır. Dolayısıyla özellikle çalışma saatleri belli olan işlerde, iş görenlerin yeteneklerinden çok, kaç saat çalıştıkları ve saatlik ücretin ne olduğu önem kazanır. Böylelikle insanlar, boş vakitleri de dahil olmak üzere, zamanlarının değerine yoğunlaşırlar. Tabii boş vakit kavramı ancak çalışma zamanı ile yan yana olduğunda anlamlı olur. Çalışma ve boş zaman arasındaki farklılık, o zamanların içsel yapıları veya o zamanlarda yapılan faaliyetlere bağlı değildir. Bu farklılık daha çok, toplumsal kabul görmek kaydı şartıyla, insanın boş zamanında istediğini yapabileceğini hissetmesinden kaynaklanır (Bostyn ve Wight 1987: 148). Boş zamanın var olabilmesi için, kişi kendi davranışlarını kontrol edebilmeli ve belirli bir faaliyeti isteyerek yapma özgürlüğüne sahip olmalıdır (Iso-Ahola 1997: 131).

Çalışma ve boş zaman (leisure) arasındaki ilişkiye bu kısa girişten sonra, bu iki kavramın tarihsel gelişimine bakmakta fayda görülmektedir. Zira günümüzde insanların

yaptıkları işe karşı tutumları veya boş zamanlarını nasıl değerlendirdikleri, içinde yaşadıkları toplumdan elde ettikleri kültürel alt yapı ile yakından ilgilidir.

Çalışma kavramının insanların tarım yapmaya başlamalarıyla ortaya çıktığı genel kabul görse de, bazı antropologlar bu kavramın geçmişini insanların hayatlarını avcılık-toplayıcılık ile idame ettirdikleri dönemlere kadar götürmektedir. Zira çalışma, hayatın sürdürülebilmesi için gerekli olan faaliyetler olarak tanımlanırsa, avcılık-toplayıcılık da çalışma olarak kabul edilmelidir. Ancak, o zamanlar için çalışma ile boş zaman arasında bir ayırım yapmak güçtür (Veal 2004: 17). Çalışma ve boş zamanın tarihsel gelişimi, aşağıda iki başlık altında özetlenmiştir.

### 3.4.1. Çalışmanın Tarihsel Gelişimi

Güç harcanması gereken işlerin köleler tarafından yapıldığı eski Yunan toplumuna göre çalışmak lânetlenmiş bir faaliyetti ve her türlü fizikî iş angarya olarak görülmüştü. Çalışma insanın zihin yapısına zarar veren dolayısıyla elit tabakanın kaçınması gereken bir faaliyetti (Parker 1971: 34). Buradaki yegâne istisna çiftçilikti ve eski Yunanlar çalışmayı genel anlamda küçümsedikleri halde çiftçiliğe saygı duymuşlardır (Veal 2004: 18).

Yunanlara benzer şekilde Yahudiler de çalışmayı meşakkatli bir gereklilik olarak gördüler, ancak buna çalışmanın ilk günahın bir sonucu olduğunu eklediler. Çalışma, insanların dünyanın kurtuluşunda Allah'la işbirliği yaparak geçmiş nesillerin günahlarının kefareti ödemesi olarak kabul edildi. Dolayısı ile hem zihinsel hem de kol gücü ile yapılan işlere değer verilmeye başlandı. Önceleri Hristiyanlık da çalışmayı ilk günahtan dolayı bir cezalandırma olarak görmeye devam etti, ancak buna olumlu bir fonksiyon ekledi: çalışmak, bir insanın ürettiklerini, ihtiyacı olan kardeşleri ile paylaşabilmesi için bir gerekliliktir. Fakat hâlâ kol gücüne içsel bir değer atfedilmemiş, sadece saygıdeğer bir sonuca ulaşabilmek için bir araç olarak görülmüştür (Parker 1971: 34).

Katolikliğin ilk dönemlerinde, özellikle dînî ve zihinsel çalışmaya itibar kazandırılmaya çalışılmıştır. Derin tefekkür, manastır işlerinden bile yüksek kabul edilmiştir. Aziz

Thomas Aquinas meslekler ve ticareti hiyerarşik bir sıraya sokmuş, en başa tarımı, sonrasına zanaatı, en sona da alım satım (ticaret) işlerini koymuştur. O zamanlarda çalışmak doğal bir hak ve görev olarak görülmeye başlanmışsa da, dua ve Allah'ı tefekkür etmek daha üstün görülmüştür (Parker 1971: 35). Başkalarına yardım veya Allah'a hizmet etmek üzere yapıldığında çalışmanın erdemli olduğu düşünülmüş, ancak insanların hayatlarını rahip veya rahibe olarak geçirmelerinin de çok şerefli olduğu vurgulanmıştır (Veal 2004: 20).

İşi 'hayatın temeli ve anahtarı' haline getiren Protestanlık'tır. Luther'in öğretisine göre, çalışmak hâlâ düşük seviyedeki insanların yapacağı bir şeydi, ancak gücü olan herkesin çalışması gerekirdi. Allah'a hizmet etmenin en iyi yolunun, bir kişinin mesleğini en iyi şekilde yapması olduğu düşüncesiyle Luther kendini Allah'a adamak ile dünyevî işlerle uğraşmak arasındaki farklılığı ortadan kaldırmış oldu. Böylece çalışma kurtuluşa giden dînî bir yol olarak değerlendirilmiş oldu (Parker 1971: 35).

Kalvin, takdir-i ilâhi kavramı ile bu fikirleri biraz daha ileri götürdü. İnsanlığın sadece çok küçük bir kısmı sonsuz hayatı bilecekti; aylaklık ve lüks çok büyük günahlardı ve çalışmaktan hoşlanmamak seçilmemişliğin bir işareti idi. Zenginler de dahil bütün insanlar çalışmalıydı, zira Allah'ın isteği bu yönde idi. Calvin, Luther'ın aksine insanların içine doğdukları sınıfta veya meslekte kalmalarını zorunlu görmüyor, insanların kendilerine ve dolayısı ile topluma en çok kazanımı sağlayacak işleri araştırmalarını söylüyordu. Kalvinizm'den gelişmiş olan Püritenizm, tekrar erken Hristiyanlık geleneğine yönelmiştir; çalışmaya, para kazanmak veya zevk almak için değil, ihtiyacı olanlara hizmet etmek imkânı sağlaması nedeniyle değer verilmiştir. Kalvinizmin bıraktığı miras; 'dünyayı inkâr etmek fakat dünyada yaşamak' ve 'servet kazanmak için sıkı çalışmak fakat bunu kendine harcamamak' çelişkili (paradoksiyal) emirlerinden gelmektedir. Ondokuzuncu yüzyılın moda tabiri "sadece çalışmış olmak için çalış" ve aylaklık ve zevk almaktan tiksinti duymak bu mirasa dayanmaktadır (Parker 1971: 35).

İşte bu noktada Weber, Batıda modern anlamda kapitalizmin gelişmesini bu Püriten yaklaşıma dayandırmaktadır. Weber'e göre insanlar dünyada Allah'ın lütfuna mazhar

olabilmek için boş durmamalı, eğlenceyle vakit kaybetmemeli, O'nun şanına lâayık hizmet verebilmek için gün boyu çalışmalıdır. Dolayısı ile zamanın israf edilmesi en büyük günahlardan biridir (Weber 2002: 106-107).

Ondokuzuncu yüzyıl, çalışmanın dinen güdülenmesi fikirlerine bazı tepkiler de getirmiştir (Parker 1971: 36). Modern dünyanın Rönesans ile şekillenmeye başladığı söylenebilir. İtalyanlar 16. yüzyılda teknoloji ile sosyal ve ekonomik gelişmeye ve dolayısıyla çalışmaya yeni bir bakış açısı getirmişlerdir (Veal 2004: 21-22). Rönesanstan itibaren bazıları, yaratıcı çalışmanın kendi içinde hoşlanılacak tarafları olduğu görüşünü savunmuşlardır. Erken Ütopyacılar, çalışmanın insanın hayatındaki rolüne dindar olmayan bir görüş açısı getirmişlerdir. Ondokuzuncu yüzyıl sosyalistleri ve Marx ve Engels'in takipçileri, Ütopyacılığın 'idealize' edilen uygulamalarına karşı çıkmış olmakla beraber, genel anlamda benzer görüşler ortaya koymuşlardır (Parker 1971: 35-36).

Ondokuzuncu yüzyılın sonundaki sanayileşme, Avrupa ve kuzey Amerika'da çalışma ve emek gücünde büyük değişimler ortaya çıkarmıştır. Frederick W. Taylor'un araştırmalarıyla, çalışma rutinleştirilmeye ve emek gücünde uzmanlaşmaya gidilmiş, bunun sonucunda verimlilikte büyük artış elde edilmiştir. İkinci Dünya Savaşı sonrasında çalışmaya verilen önem daha da artmıştır. Yetenekli ve disiplinli bir iş gücü ile çok etkin ve müşteri odaklı sanayiler sayesinde tamamen sanayileşmiş olan Batı'da artık işgörenlerin çalışma ahlâkına ne kadar bağlı oldukları tartışılmaya başlanmıştır (Veal 2004: 26-27).

### **3.4.2. Boş Zamanın Tarihsel Gelişimi**

Boş zamanın modern medeniyetin bir ürünü olduğu düşünülür ve bu, bir bakıma doğrudur. Geçtiğimiz yüzyıl içinde, insanların haftalık çalışma süresi 70 saatten 40 saate inmiştir. Ancak daha eski tarihlere gidildiğinde, ekonomik gelişme ile ortalama bir insanın sahip olduğu boş zamanın arttığı düşüncesinin abartıldığı tespit edilmektedir. Zira orta çağa bakıldığında, her üç günde bir günün tatil olduğu görülmektedir. Dolayısı ile bir kaç yüzyıllık tarih göz önüne alındığında, insanların işte geçirdikleri zamanın

önceleri düşük olup, Sanayi Devrimi sürecinde arttığı ve şimdi de daha önceki seviyesine doğru gerilediği anlaşılmaktadır (Parker 1971: 37).

İnsanların avcılık-toplayıcılıktan, aletler, kaplar, çantalar ve elbiseler gibi şeyler üretmeye başlaması ile birlikte özellikle tarım faaliyetlerinin gelişmesi ve insanların yerleşik düzene geçmesi, modern göz tarafından anlaşılabilir bir çalışma şeklini ortaya çıkartmıştır. Toprak, mahsul, hayvancılık sorumlulukları geliştirmiş ve emeğe günlük ve sezonluk bir ritm kazandırmıştır. Toplumsal yerleşim yerlerinin büyümesi, mesleklerin ortaya çıkması sosyal yapılaşmayı beraberinde getirmiş ve şefler, savaşçılar, din adamları ve bütün bunların ailelerinden oluşan bir “boş zaman sınıfı” oluşturmuştur. Bu sınıf, kol gücüne dayanan çalışmaya katılmamakta, diğer çalışanların oluşturdukları fazlalıklardan faydalanmaktadır. Seçkinler sınıfına dahil olmak, bu insanları çalışmaktan muaf hale getirmiş ve böylelikle çalışma ile boş zaman arasındaki farklılık ortaya çıkmıştır (Veal 2004: 18).

Erken medeniyetlerden olan Yunan ve Roma şehirlerinde, modern anlamdaki boş zaman anlayışına rastlanmaktadır, fakat bu ancak elit grup için geçerlidir. Yunanlara göre boş zaman, sadece hür bir insanın yapabileceği, günümüzde ‘kültürel’ faaliyetler diyebileceğimiz aktiviteleri içerir. Politika, tartışma, felsefe, sanat, dinsel törenler ve atletik yarışmalar, sadece hür insanların yapabileceği faaliyetlerdir, zira bunlar belli bir hayat tarzının moral merkezini ifade ederler (Parker 1971: 37-38). Eski Yunan felsefecileri boş zamanı övmüş ve çalışmayı sadece vatandaş olmayanların ve kölelerin yapacağı bir faaliyet olarak aşağılamışlardır. Çalışmaya olumsuz bakış ve boş zamanın üstün tutulması Romalılar zamanında da devam etmiştir (Veal 2004: 18-19).

Sanayi öncesi toplumlarda boş zaman, sadece yorgunluğunu gidermek üzere dinlenmek veya kalıplaşmış bazı törenlere katılmamak şeklinde ortaya çıkmaktadır. Bu da bilinçli bir boş zaman veya bir seçimin sonucu değil hayatın belirlenmiş düzeninin bir parçasıdır (Parker 1971: 38). Bazı araştırmalar, 1960, 1970 ve 1980’li yıllarda bazı Batı ülkelerinde işgörenlerin daha fazla boş zamanı, daha çok çalışma ve tüketime tercih ettiklerini göstermiştir. Ancak, 20. yüzyılın başlarında ABD’de 58 saat olan haftalık çalışma süresi, 1948’de 42 saate düşmüş ve 1977’ye kadar o seviyede kalmıştır. Dolayısı

ile İkinci Dünya Savaşı'ndan sonra haftalık çalışma süresinin 40 saatte sabitlendiği söylenebilir (Veal 2004: 27).

### 3.4.3. Çalışma ve Boş Zaman İlişkisi

Çalışmaya en eski ve belki de hâlâ geçerli en temel bakış açısı, çalışmanın taşınması gereken bir yük olduğudur. Bu yükün ideal olarak gücü olan herkes tarafından paylaşılması gerektiği düşünülse de gerçekte kimler tarafından taşınacağı hemen her zaman bir problem oluşturmuştur. Tarihe bakıldığında kölelik müessesesi bunun bir örneği olarak görülebilir. Günümüzde robot kullanımının yaygınlaşması da konuya farklı bir boyut getirmektedir. İçinde yaşanılan toplumun şartları herkesin çalışması için gerekli fırsatları sağlayamayabilir. Çalışma yükünün dağıtılması probleminin çözümüne yönelik pek çok yaklaşımlar olabilir, ancak tarih içinde üç yaklaşım ön plâna çıkmıştır. Bunların birincisi ancak bolluk zamanlarında mümkün olan, çalışmama tercihinin boş zamanın yüceltilmesine dönüştürülmesidir. İkincisi, birincinin sonucu olarak ortaya çıkan kıtlık zamanlarında çalışma ahlâkına dayanarak başkalarının çalışmaya ikna edilmesidir. Üçüncüsü de, birincide belirtilen boş zaman isteğine mukabil ikincide düşünüldüğü gibi başkalarının ikna edilememesi durumunda ortaya çıkan diğerlerinin çalışmaya zorlanmasıdır (Byrne 1990: 76).

Çalışmanın varlığı veya eksikliği, boş zamanı olumlu veya olumsuz yönde etkileyebilir (Ciulla 2000: 198). Çalışma ve boş zaman arasındaki ilişkiler, bireyin hayatında ve yaşadığı toplumun yapısında olmak üzere iki seviyede ortaya çıkabilir. Birey ile toplum arasında başka seviyeler de yer almaktadır, ancak sadece bu iki seviyeyi göz önünde bulundurmak suretiyle yapılan analizler konunun anlaşılmasını kolaylaştıracaktır. Söz konusu ilişkiler basitçe Tablo-3.2'de gösterilmiştir.

Tablo-3.2'de gösterilen genel tanımlar, çalışma ve boş zaman ilişkisine, bireyleri ve üyesi buldukları toplumu kapsamak üzere en geniş şekilde bakma yollarıdır. *Kimlik*; çalışma ve boş zaman arasındaki benzer yapı, davranış veya amaç sergiledikleri durumları tanımlar. *Karşıtlık*; bir boyutun içeriğinin diğer boyutun yokluğu veya zıtlığı olarak tanımlanması anlamındadır. *Ayrılık*; iki boyut arasındaki ilişkinin veya etkilemenin en az olduğu durumu özetler (Parker 1971: 101).



**Tablo – 3.2**  
Çalışma-Boş Zaman İlişki Tipleri

Genel tanım	Birey seviyesi	Toplum seviyesi
Kimlik (Identity)	Uzanim (Extension)	Kaynaşım (Fusion)
Karşıtlık (Contrast)	Zıtlık (Opposition)	Kutupsallık (Polarity)
Ayrıklık (Separateness)	Tarafsızlık (Neutrality)	Yumuşaklık (Containment)

Kaynak: Parker 1971: 101.

Bireysel seviyede bakıldığında çalışma ve boş zaman arasında üç tür ilişkinin var olabileceğini ileri süren Parker (1971: 101-102)'a göre her insan kendi hayata bakış açısına göre bu ilişkilerden birine sahiptir. *Uzanim* yaklaşımında bireyin boş zaman faaliyetlerinin çalışma faaliyetlerine benzer olduğu ve çalışma olarak addedilen faaliyetler ile boş zamanda gerçekleştirilen faaliyetler arasında büyük farklılıklar olmadığı görülür. *Zıtlık* yaklaşımında boş zaman faaliyetleri kasıtlı olarak çalışma faaliyetlerine benzer değildir ve arada önemli farklılıklar vardır. *Tarafsızlık* yaklaşımında ise boş zaman faaliyetleri çalışma faaliyetlerinden farklıdır, ancak bu kasıtlı değildir. Birey, boş zaman ve çalışma arasındaki farklılığın farkındadır ancak birini diğerinin yokluğu ile tanımlamaz.

Bireysel seviyede çalışmanın boş zamana uzanımı (veya tam tersi), bir bütün olarak toplumsal seviyede *kaynaşım* halinde ortaya çıkar. Bireysel olarak çalışma ve boş zamanın zıtlığı, toplumsal seviyede *kutupsallık* şeklindedir. Bireysel seviyedeki tarafsızlık ise, toplumsal seviyede *yumuşaklık* ile karşılanmaktadır (Parker 1971: 102).

Parker'ın (1971: 103) yaptığı araştırmalar sonucunda ortaya koyduğu çalışma ve boş zaman arasındaki ilişkiler Tablo-3.3'te özetlenmiştir.

**Tablo – 3.3****Çalışma-Boş Zaman İlişkisi ve İlgili Değişkenler (Bireysel)**

	<i>Uzunum</i>	<i>Zıtlık</i>	<i>Tarafsızlık</i>
<i>Çalışma-boş zaman ilişki değişkeni</i>			
Çalışma ve boş zamanın içeriği Seviyelerin ayrılması Hayattaki merkez ilgi alanı Çalışmanın boş zamana etkisi	Benzer Zayıf Çalışma Belirgin	Kasıtlı olarak farklı Kuvvetli -- Belirgin	Genellikle farklı Ortalama Çalışma dışı Belirgin değil
<i>Çalışma ile ilgili değişkenler</i>			
İşte özerklik durumu Yeteneklerin kullanımı (ne dereceye kadar uzandığı) İlgililik (involvement) İş arkadaşları Çalışmanın boş zamana tecavüzü Tipik meslekler	Yüksek Tamamıyla (uzatılmış) Ahlâkî Bazı yakın arkadaşları kapsar Yüksek Sosyal yardım uzmanı	-- Düzensiz (zarar görmüş) Yabancılaştırıcı -- Düşük Uç noktadakilere (Madenciler, balıkçılar)	Düşük Hiç kullanılmaz (sıkıcı) Hesapçı Yakın arkadaşları kapsamaz Düşük Alışılmış ve kol gücü gerektirenler
<i>Çalışma ile ilgili olmayan değişkenler</i>			
Öğrenim seviyesi Boş zamanın süresi Boş zamanın temel fonksiyonu	Yüksek Kısa Kişisel gelişim	Düşük Düzensiz İyileşme	Orta Uzun Eğlence

Kaynak: Parker 1971: 103.

İnsanlar, hayatlarında sağlıklı bir denge oluşturabilmek için çalışmalarını destekleyen boş zaman faaliyetleri ile uğraşmalıdırlar. Bunların başında insanların sağlıklarını koruyabilmeleri için fiziksel egzersiz yapmaları gelir. Bunun çalışırken ve/veya boş zaman faaliyetleri ile yerine getirilmesi önemlidir. İnsanlar kendilerine anlamlı birliktelikler ve sosyal dayanışma sağlayacak bir arkadaş çevresi edinmelidir. Kişinin yaptığı iş, onun sosyal etkileşimini kısıtlıyorsa, bazı iş dışı faaliyetlerle bu açık kapatılmaya çalışılmalıdır. İnsanlar duygularını analiz etmeli ve kendileri için neyin önemli neyin önemsiz olduğu konusunda bir bakış açısı oluşturmalıdır. İnsanlar bu tür bakış açısını, iş başında bir problemle karşılaştığında değil daha çok dağlarda veya sahilde yürüyüş yapmak, kamp yapmak veya balık tutmak gibi faaliyetlerle geliştirebilir. Hayat sürekli öğrenme ve gelişmeyi gerektirir. İnsanlar çalışırken veya boş

zamanlarında öğrenme faaliyetlerine devam etmelidirler zira zihinsel farkındalıkla insanlar değişen şartlara uyum sağlayabilir, etkileşim yeteneklerini geliştirebilir ve kişisel olarak ilerlerler. Sanat faaliyetleri, kişinin hayat kalitesini artırabilir. Sanatın değerini bilmeyenler bir konser veya sergiye gitmeyi sıkıcı veya vakit israfı olarak görebilir, ancak sanatın değerini takdir edenler ise bu faaliyetleri anlamlı ve zenginleştirici bulacaktır (Cherrington 1980: 264-266).

### 3.5. İŞKOLİKLİK (ÇALIŞMA BAĞIMLILIĞI)

İşkoliklik kelimesinin İngilizcesini (*workaholism*) kendisinin bulduğunu iddia eden Wayne Oates (1971: 1), kelimeyi: “çalışma bağımlılığı, kontrol edilemeyen sürekli çalışma ihtiyacı veya mecburiyeti” olarak tanımlamaktadır. İşkolikliğin köklerinin çocukluktaki ekonomik, kültürel ve duygusal mahrumiyette yer aldığını belirten Oates; hayatın ikinci ve üçüncü on yılında ortaya çıkan kurumsal onaylanma ve takdir edilme mahrumiyeti ile akut hale geldiğini; kırklı ve erken ellili yaşlarda görülen sağlık ve kişilerarası krizler dolayısıyla daha da azdığını; kırklı ve erken ellili yaşlarda durdurulamaz veya tersine çevrilemezse geç ellili veya altmışlı yaşlarda kronik hale gelerek ölüme neden olacağını eklemektedir.

İşkoliklik terimi ve bununla ima edilen olumsuzluk alkol bağımlılığı (alkoliklik) teriminden gelmektedir. İşkolikliğı diğer bağımlılıklardan ayıran en önemli özellik, alkol veya ilaç bağımlılığı her zaman çok kötü görülürken, işkolikliğin bazı durumlarda fazilet olarak kabul edilmesidir (Machlowitz 1980: 7). Pek çok ihtiyacın cevaplanmasını sağlayan çalışma sağlıklı bir gayret olarak mütalaa edilebilir. Ancak bazı durumlarda kişiler kendilerini, sadece kendilerine değil etraflarındakilere de zarar verecek ölçüde çalışmaya adayabilirler. İşkoliklik terimi, işe karşı duyulan bu aşırı bağımlılığı anlatmak üzere kullanılmaktadır (Seybold ve Salomone 1994: 4). İşkoliklik kişinin sadece iş hayatını değil, kişisel ve toplumsal hayatını da etkiler. İşkolikliğe eğilimli kişiler sonuçta kendi fizyolojik ve psikolojik sağlıklarına zarar veren dengesiz bir hayat yaşarlar (Burwell ve Chen 2002: 227).

Machlowitz, işkolikliğin her yerde görülebileceğini, ancak özellikle ABD’lilerde yoğun olarak görüldüğünü belirtmekte, ABD’deki çalışan yetişkin nüfusun %5’inin işkolik

olduğunu tahmin etmektedir (1980: 6). İşkolikliğin artışının, mesleklerin karmaşıklığının artması, sürekli daha verimli olma baskısı ve teknolojinin artan bir şekilde kullanımı gibi çeşitli nedenleri vardır. Psikolojik olarak bakıldığında, kişilerin kendilerine olan güvenlerini geliştirmek için başarılı olmaya karşı artan bir ihtiyaç duydukları görülmektedir. Bunlara ilâve olarak da bazı işverenler tarafından işkoliklik olumlu bir özellik olarak görülmekte ve bunlar işe eleman alırken işkolikleri tercih etmektedirler (Griffiths 2005: 97). İşkoliklik ile ilgili olarak yapılan araştırmalar birbirleri ile çelişkili gözlemler ve sonuçlar ortaya koymaktadır. Bazı yazarlar kurumsal açıdan yaklaşmakta ve işkolikliğı olumlu olarak değerlendirmektedir. Diğerleri ise işkolikliğı diğer bağımlılıklara benzeterek, çalışma bağımlılarını mutsuz, saplantılı, trajik kişiler olarak göstermektedirler (Burke 2000: 54).

Kelimenin mucidi Oates, işkolik bir kişiyi şöyle tanımlamaktadır: “Çalışma ihtiyacı, kendi sağlığını, kişisel mutluluğunu, diğer insanlarla ilişkilerini ve sosyal faaliyetlerini olumsuz yönde etkileyecek derecede aşırı hale gelmiş kişi” (1971: 4). Kelimenin 1971 yılında ortaya çıkışından sonra yaygın bir şekilde kullanılmaya başlamasının nedenlerini Cherrington (1980: 254-255) şöyle sıralıyor: (i) Hayatları iş etrafında odaklanmış çok sayıda insan arasında görülmeye başlanan bir problemi doğru bir şekilde ortaya koymaktadır. (ii) Geleneksel çalışma ahlâkına karşı gittikçe artan muhalefete paralel olarak çalışmaya karşı bir negatif çağrışım taşımaktadır. (iii) Çalışmaya çok hevesli olmayan, uzun saatler çalışmayan ve iş dışında pek çok alâkaları olan insanlara bu isteklerini meşrulaştırma imkânı sağlamaktadır.

Taris, Schaufeli ve Verhoeven’e (2005: 39) göre, uzun saatler ve çok sıkı bir şekilde çalışmanın nedenleri kişiden kişiye değişmektedir: Bu istek –işkolikliğin temel nedeni olarak düşünüldüğü üzere– kişinin içinden gelebildiği gibi; malî sıkıntılar, yolunda gitmeyen bir evlilik, kurumsal kültür veya kariyerinde ilerleme isteğı gibi dışsal nedenler de olabilir. Dolayısı ile, Harpaz ve Snir’e göre, çalışma bağımlılığının doğru olarak anlaşılabilmesi için hem durumsal hem de kişisel faktörler göz önünde bulundurulmalıdır (2003: 294-295). Ayrıca, işleri gerektirdiğı için uzun saatler çalışanları işkolik olarak sınıflandırmak uygun olmadığı gibi, çalışma bağımlısı kişilerin

özel hayatlarına zarar vermek bahasına işte uzun zaman harcamalarının nedenlerinin anlaşılması çok önemlidir (Ersoy-Kart 2005: 610).

### 3.5.1. İşkolik Tipleri

İşkoliklere olumlu veya olumsuz bakan araştırmacılar, işkolik tiplerini farklı şekillerde gruplamışlardır. Buraya işkolikliği bir rahatsızlık olarak gören Wayne Oates ile işkolikleri pek de problemlili veya mutsuz olarak değerlendirmeyen Marilyn Machlowitz'in gruplamaları alınmıştır.

#### *İşkolikliğe Olumsuz Bakanların Gruplaması*

Oates, işkolikleri beş tipe ayırmaktadır. Bu beş grup ve bunların özellikleri aşağıda kısaca anlatılmaktadır (Oates 1971: 57-68):

#### *Gerçek/Tam İşkolik*

Bu grupta yer alan kadın veya erkek işkolik tam bir *profesyoneldir*. İşinde mükemmeliyet standartlarını çok ciddiye alır ve bu onun kişisel ahlâk anlayışı ile örtüşür. Sorumluluğunu aldığı bir işe mutlaka damgasını vurur. Tutkulu olmayan bir profesyonel mükemmel olmayan bir sonuç ile yetinebilecekken, işkolik mutlaka sonuca %100 derecesinde ulaşmak ister.

Tam bir *mükemmeliyetçidir*. İşini doğru bir şekilde, tam bir ustalıkla yapmak ve her seferinde elinden gelenin en iyisini ortaya koymak hususlarında kendine karşı acımasızdır.

Emrinde çalışanların yaptıkları *beceriksizliğe karşı tahammülsüzdür*. Çalışanları ile ilişkisi candan, rahat ve hatta sıcaktır, taki birisi bir hata yapana kadar. O noktadan itibaren işkolikle yaşamak çok zor hatta imkânsızdır.

Mükemmeliyetçiliği ve tahammülsüzlüğü nedeniyle iş arkadaşları ve yöneticileri tarafından hep farklı bir grupta görülür. İş arkadaşları genellikle onu izole eder, ancak

çok zor ve kirlili bir iş yapılacağında hemen onun yapmasını isterler. Yöneticiler işkoliğe karşı karışık duygular besler. Herhangi bir program uygulamaya konulacağında ona ihtiyaçları vardır, fakat aynı zamanda ondan korkarlar. Yönetimin otoritesi yukarıdan gelmektedir, ancak işkoliğin otoritesi daha kişisel, fonksiyoneldir ve kazanılmıştır.

İşkolik, çalıştığı enstitü, işletme veya örgüte kendisini *tamamıyla adar*. Çalışılan kuruma karşı hissedilen bu bağlılık, çalışma bağımlılığının temel sürükleyicisidir.

Bu tür işkolikler genellikle çok *yeteneklidir* ve çalışma hayatları boyunca pek çok pazarlanabilir beceriler elde ederler, dolayısı ile de her zaman talep edilirler. İşsel bir önceliklendirme yapamaması durumunda, kendi iş tanımında olmayan pek çok faaliyetle ilgili sorumluluk alacaktır. Mükemmeliyetçi olmasına rağmen üstüne aldığı görevlerin çokluğu nedeniyle işini düzgün bir şekilde yapamayacaktır ve bu da depresyona kadar giden rahatsızlıklara yol açacaktır.

### *Değiştirilmiş İşkolik*

Değiştirilmiş grubunda yer alan işkolik bir önceki gruptan gelir. Kendisi profesyonel olmasına rağmen, profesyonel olmayanların hayat tarzını benimsemiştir. Profesyonel kişi günün her saatinde çalışabilir, profesyonel olmayan ise yaptığı işe bağlı olarak güneşin doğuşundan batışına veya 8-5 arası çalışır. Boş zamanına kıskançlık derecesinde sahip çıkar. Şayet çalışma saatleri dışında işe gitmesi gerekirse, mutlaka fazla mesai ücreti alır. Normal çalışma gününde kendine kuramsal bir sınır koyar ve onun içinde kalır.

Bu tür işkolik beceriksizliğe karşı tahammülsüzlüğünü itiraf eder ve pişmanlık duyar. Diğer çalışanların başarısızlıklarına üzölmek veya kızmak, enerjinin boşa harcanmasıdır zira bunun kimseye bir faydası dokunmaz. Başkalarının performansından kendini sorumlu tutmak gerçekçi değildir çünkü herkes kendi değerini kendi kanıtlar.

İşkolik böyle davranmaya başladığında, iş arkadaşlarının ve yöneticilerinin onu daha çok onayladıklarını görür. Diğerleri artık onu bir tehlike olarak görmezler. Bu davranış biçimi, işkoliğin kendisine fazladan iş verildiğinde bunu başkalarına aktarması

gerektiğini ortaya koyar. Yönetim buna şaşırarak birlikte, artık bazı işleri daha az tehlikeli birine verebileceğini hisseder.

Kendisine verilen işe yukarıdaki nedenlere dayanarak hayır diyemese bile, değiştirilmiş işkolik o kadar değişmiştir ki kendisine bir maliyet getirmesine rağmen hayır diyecektir. Burada kullanabileceği argüman ilâve görevi aldığı takdirde, asıl iyi bildiği ve zevk aldığı işi lâıykıyla yapamayacağı ve firmanın da aslında o işten para kazandığıdır.

### *Durumsal İşkolik*

Henüz işe yeni başlamış, en düşük düzeyde ücret alanlar genellikle bu gruba girmektedir. Bu kişiler içsel psikolojik nedenler veya prestij için değil, mecburîyetten çok çalışırlar. İşinde ilerlemeye başladığında veya daha iyi ücret aldığı anda, rotasını değiştirebilir ve çalışmanın kendi değer sisteminde normal yerini almasını sağlayabilir. Ancak gene de işkoliklik için bir adaydır. Kurumundaki prestij sistemi, ailesinin ihtiyaçları, yaşadıkları çevre kişinin davranışlarını belirler.

İş güvenliği olmayan bir yerde işe başlayan bir kişi durumsal işkolik olabilir. Belirli dönemlerde işten adam çıkaran bir firmada yeni bir işçi olabilir. Henüz kadroya alınmamış öğretim elemanı gibi kurumda deneme sürecinde olabilir. İş güvenliği elde etmek için çok fazla çalışan bu kişi, aslında farkında olmadan kendisini işkolik olmaya hazırlamaktadır.

### *Sahte İşkolik*

Dördüncü tip işkolik, tam işkolinin pek çok özelliklerini taşır ancak bunlar görünüştedir. Bu kişi işini daha üst seviyelere çıkabilmek için yapar. Gerçek işkolikler gibi ürün veya sonuç odaklı değil, güç odaklıdır. Sosyal ilişkiler de dahil olmak üzere bütün doğru şeyleri yapar. Kurumda güç sahibi kişiler için elinden gelen her şeyi yapar ve onlardan karşılık bekler. Güç sahibi kişiler değiştiğinde hiç bir tutarsızlık veya utanma hissetmeden hemen dikkati yeni güç sahiplerine çevirir. Fırsatçıdır, ancak her zaman aynı şeyi yapacağı konusunda kendisine güvenilebilir.

Bu tür kişiler mükemmeliyetçi olmayışları ile belirlenebilirler. Pek çok başarılı başlangıç yapabilir, ancak bu güzel başlangıcın prestiji yok olmaya başladığında işi devam ettirmek zor hale gelir. Yakın zamanda başka bir projeye, hatta başka bir işe geçecektir. Sahte işkolik bir performans adamı değil, görüntü adamıdır.

#### *Gerçeklerden Kaçmak İçin İşkolik Gibi Davranan*

Bu gruba giren kişi evine gitmek yerine iş yerinde kalmayı tercih etmektedir. Bunun temel nedenlerinden birisi kötü bir evliliğdir. Eşinin anne babasının aynı evde yaşaması başka bir nedendir. Bazı durumlarda da çalışan iş yerindeki arkadaşlarını evdeki insanlara tercih edebilir. Bu kişiler tutkulu çalışmak anlamında işkolik değillerdir. Onlar için çalışmak bir kaçıştır ve bu da tutkululuktan farklıdır.

#### *İşkolikliğe Olumlu Bakanların Gruplaması*

Machlowitz işkolikleri dört gruba ayırmaktadır. Bu gruplar ve bunların özellikleri aşağıda özetlenmiştir (Machlowitz 1980: 33-35):

#### *Kendini Adamış İşkolik*

Bu tür işkolikler sabit fikirli ve tek boyutludur. İş tanımını farklı alâkalarını da kapsayacak şekilde genişletmeye çalışmazlar, zira iş dışında ilgilendikleri bir şey yoktur. Nüktedan olmadıkları gibi kabadırlar da.

#### *Bütünleşik İşkolik*

Bu gruptaki işkolikler için de iş herşeydir, ancak bu iş bazı farklı faaliyetleri de içerir. İş hedeflerinin sağladığı avantaj veya kendi karakterleri nedeniyle, iş dışı faaliyetleri de çalışmalarına dahil ederler.



### *Dağınık İşkolik*

Bu tür işkolikler, çalışırken veya iş dışında bir koltukta bir kaç karpuz taşımaya çalışırlar. Sıklıkla iş ve hatta çalışma alanı değiştirirler. Peşinden koştukları hedefler, bütünleşik işkoliklerden daha dağınıktır.

### *Yoğun İşkolik*

Bu grupta yer alan işkolikler, boş zaman faaliyetlerini de işlerine gösterdikleri ihtiras, ciddiyet ve amaca yönelme suretiyle yapmaya çalışırlar. Uğraştıkları bir hobi, başka türlü bir iş haline gelir.

### **3.5.2. İşkoliklerin Karakteristik Özellikleri**

Marilyn Machlowitz doktora çalışması kapsamında pek çok işkolikle mülakat yapmış ve daha sonra bu çalışmayı kitaplaştırmıştır. Machlowitz yaptığı görüşmeler sonucunda işkoliklerin karakteristiklerini altı gruba ayırmıştır. Bu gruplar ve özellikleri aşağıda özetlenmektedir (Machlowitz 1980: 25-32):

#### ***İşkolikler İşe Yoğun, Enerjik, Rekabetçi ve Azimlidir***

İşkoliklerin yaptıkları işe yoğunlaşabilme yetenekleri örnek alınması gereken bir özelliktir. Bunun temel nedeni işkoliklerin sevdikleri, zevk aldıkları işleri yapmalarındır. İşlerini zevk alarak yaptıkları için zihinleri yapabilecekleri başka faaliyetlere kaymamakta ve ellerindeki işe konsantre olabilmektedirler.

Hayattan zevk alırlar. Sabahları erkenden büyük bir enerji ile uyanıp güne başlarlar. Mantığa aykırı gibi görünmekle birlikte gün içinde çalışmaları onların enerji seviyesini düşürmediği gibi artırır. Enerji ve çalışma arasında adeta bir kapalı devre ilişkisi vardır. Enerjileri işlerine katkıda bulunur, işleri de enerjilerine.

Başkaları ile hararetli bir biçimde rekabet ederler, ancak en büyük rakipleri kendileridir. Kendileri için hedefler koyar ve bu hedeflere ulaşmak ve geçmek için kendi kendileri ile rekabet ederler.

Azimlidirler. Çok başarılı bir kariyeri ve finansal başarıları hedeflemişken, bu hedeflere ulaşma sürecinde sıradan işlerde yüksünmeden çalışabilirler. Azimleri sayesinde kendilerini disipline sokar ve hedefe kilitlenirler.

### ***İşkoliklerin Kendilerine Güvenleri Tam Değildir***

Kendilerine ukalalık derecesinde güvenir görünseler de gizli bir şekilde yetersiz olduklarını düşünürler. Her ne kadar hak edilmemiş ve bastırılmış da olsa, güvensizlik hissederler. Bu kadar sıkı çalışmaları, şüphelendikleri bu yetersizliği ört bas etme gayretinden gelebilir.

Kimileri işin gerektirdiği yeteneklere sahip olmadıklarını bu sebeple diğerlerinden daha çok terlemeleri gerektiğini düşünürler. Kimileri diğerleri ile aynı zekâ seviyesine sahip olmadıklarına inanır ve aradaki açığı daha uzun saatler çalışmak suretiyle kapamaya çalışırlar. Bazıları da yaptıkları işin, yapabilecekleri arasında en iyi yaptıkları değil, yegâne yapabilecekleri olduğunu düşünürler.

### ***İşkolikler Çalışmayı Boş Zamana Tercih Ederler***

Hafta sonları ve tatiller gündeme geldiğinde işkoliklerin toplumun diğer üyelerinden farklı davrandıkları görülür. İçinde buldukları durum veya karakterleri dolayısı ile geleneksel rolleri değiştirir, çalışmayı boş zamana tercih ederler.

Hayatlarını kazanmak için yaptıkları hiç bitmeyecek bir çabaya dönüşmüştür. Boş zamana ihtiyaç duymadıkları gibi, boş zamanları olduğunda ne yapacaklarını bilemezler. Boş durmaya tahammül edemez, baskı altında çalışmayı tercih ederler. Mesai günlerini hafta sonuna tercih ettikleri için hiç bir zaman “Allah’a şükür bu gün Cuma” demezler. Pazartesi günü depresif hafta sonunun bitip normal hayatın başlangıcının habercisidir.

### ***İşkolikler Her Zaman Her Yerde Çalışabilirler***

Tatillere, işlerin yavaş olduğu günlere ve hafta sonlarına önem vermezler, hatta böyle dönemlerde zaman kazandıklarını düşünürler. Telefonların çalmadığı ve etrafta başka kimsenin olmadığı ortamlarda daha çok iş yaptıklarını iddia ederler. İş yerinde olmasalar bile işle ilgili plan yapar, kafalarında problem çözmeye çalışırlar. Böylelikle evleri ve hatta tren veya uçaklar iş yerlerinin şubesi haline gelir.

### ***İşkolikler Zamanlarını En İyi Şekilde Kullanırlar***

İşkoliklerin en önemli özelliği zamana karşı davranışları ve onu kullanım şekilleridir: Sürekli zamanı fethetmeye çalışırlar. En az zamanda en çok işi yapabilmek için devamlı saatlerini kontrol ederler. Zaman kazanmak kendi başına bir hedef haline gelir ve saniyelerin dahi hesabını yaparlar.

İşkolikler için zaman öldürmek intihar etmekle eş anlamlıdır. Az uyurlar, yemeklerini hızlı yerler veya yemek esnasında iş görüşmesi yaparlar. Yapmaları gerekenleri listeler, randevu defteri tutar, hayatlarını düzenleyecek veya kolaylaştıracak elektronik aletleri kullanırlar. Asansöre binmek için sürekli düğmesine basar ancak onu bekleyecek sabırları olmadığı için merdivenden çıkmayı tercih ederler.

### ***İşkolikler İçin İş ve Keyif Arasındaki Fark Bulanıklaşmıştır***

İşkoliklerin profesyonel hayatları ile özel hayatları birbirine karışmıştır. Kimisine göre zevk için yaptığı şeyler, işi için gerekli olan şeylerdir. Kimine göre yaptığı iş aynı zamanda hobisidir. Çoğunluğu çalışırken çok mutludur ve çalışmayı başka şeylere tercih eder.

## **3.6. BAŞARI İHTİYACI**

Önceleri (1950'lerde) başarı güdüsü (*achievement motive*) olarak kullanılan terim daha sonra (1960'larda) başarı ihtiyacı (*need for achievement*) şeklinde de kullanılmaya başlanmıştır. Bu konudaki en temel araştırmalardan ve yayınlardan bazılarını yapan McClelland, ülkelerin ekonomik kalkınmaları hakkındaki *The Achieving Society*

(Başaran Toplum) isimli kitabında, ekonomistlerin ekonomik gelişmeyi sadece ekonomik boyutla açıklamaya çalıştıklarını ancak onların da bu açıklamanın psikolojik ve sosyolojik boyutlarla desteklenmesi gerektiğini itiraf ettiklerini söylemektedir (1961a: 11-19).

Bir örgütün başarısı için anahtar faktörlerden birisi, emrinde çalışanları en iyi şekilde yönlendiren ve dolayısıyla da en yüksek olumlu sonuçları ortaya çıkartan yöneticilerdir. Araştırmalar, bu yöneticileri veya küçük işletme sahiplerini başarılı olmak için güdüleyen faktörün psikologlarca “başarı ihtiyacı” diye adlandırılan, herhangi bir şeyi eskiden yapıldığından daha iyi veya daha etkin bir şekilde yapma isteği olduğunu ortaya koymaktadır (McClelland ve Burnham 1976: 100). Başarı ihtiyacı, “rekabete karşı mükemmeliyet standardı ile davranış” olarak da tanımlanmaktadır (McClelland vd. 1976: 111). Literatürde bazı tenkitlere rastlansa da, McClelland’ın öğrenilmiş veya elde edilmiş ihtiyaçlar ile ilgili araştırma ve teorisi çok önemlidir ve örgüt ve iş alanında geniş uygulanabilirliğe sahiptir (Steers, Porter ve Bigley 1996: 18-20). Bu kavram sayesinde insan davranışları yanında, insanların iş ortamına nasıl tepki verecekleri de anlaşılmaktadır. Dolayısıyla başarı ihtiyacından işlerin tasarımıyla faydalanılabilir (Steers ve Porter 1987: 60).

Pek çok durumlarda bir ülkenin hızlı bir ekonomik büyüme gerçekleştirdiği dönemin öncesine bakıldığında popüler edebiyatta başarı ihtiyacı içeren yayınların arttığı gözlenmiştir. Buna paralel olarak, büyümenin yavaşladığı dönem öncesinde de başarı ihtiyacı içerikli yazıların azaldığı görülmüştür (McClelland ve Winter 1969: 11).

Başarı ihtiyacı yüksek olan bir kişi kendine daha çok güvenmekte, dikkatlice hesaplanmış risk almaktan hoşlanmakta, etkin bir şekilde çevresini araştırmakta ve nasıl performans gösterdiğinin elle tutulur bir şekilde ölçülmesini istemektedir. Amerikan iş ve ekonomik teorisi için sürpriz olacak şekilde, bu kişiyi güdüleyen temel etken kâr elde etmek değildir. Para teşvikleri, düşük başarı ihtiyacı olan kişileri daha sıkı çalıştırmak için gereklidir. Bir şeyi başarma imkânı olması durumunda, yüksek başarı ihtiyacı olan kişi zaten sıkı çalışmaktadır. Bu kişi de para ödülü veya kâr ile ilgilenmektedir, ancak sadece işi nasıl yaptığını gösteren bir geri bildirim olarak. Gerçek bir müteşebbis için

para, göstereceği çaba için bir teşvik edici değil, başarısının bir göstergesidir (McClelland 1965: 7).

### 3.6.1. Başaranların Özellikleri

Başarı ihtiyacı yüksek olan kişilerle yüksek olmayan kişilerin bir işi yapmaya çalışırken benzer yoğunluk ve azim göstermeleri mümkündür. Ancak, burada gözden kaçırılmaması gereken, başarı ihtiyacı yüksek olanların bunu işini iyi yapmış olmanın vereceği içsel tatmin duygusu nedeniyle yaparken, başarı ihtiyacı düşük olanların ise para veya sosyal statü kazanmak gibi dışsal faktörler dolayısı ile yapıyor olmalarıdır. Başarı ihtiyacı yüksek kişiler, kendilerine seçenek verildiğinde başarı odaklı faaliyetleri seçmekte ve hatta sonuçta başarıya ulaşabilmek için ortamı da hazırlamaktadırlar. Meselâ bu tip kişiler, birlikte çalışacakları kişiyi seçerken, arkadaşlıktan ziyade adayın etkin çalışabilme yeteneğine önem vermektedirler. Başarı ihtiyacı yüksek olanlar yapılacak işlere düşük olanlara göre daha enerjik bir şekilde sarılmakta, rekabet ortamı yaratıldığında yoğunlaşmaları daha da artmaktadır. Başarı ihtiyacı yüksek grup, başarılı olduğunda bunun tadını çıkartmakta, başarısız olduğunda ise motivasyonu artmaktadır. Başarı ihtiyacı düşük kişilerde bunun tam aksi görülmekte, bunlar başarılı olduklarında motivasyonları artmakta, başarısız olduklarında ise performansları daha da düşmektedir (Weiner 1973: 427-429).

Başarı ihtiyacı yüksek kişiler üzerinde yapılan bazı laboratuvar çalışmaları, bu kişilerin genel olarak başarılı ve rasyonel müteşebbisler gibi davrandıklarını göstermiştir (McClelland ve Winter 1969: 11). Ang ve Chang (1999: 529) Singapur'da yaptıkları bir araştırmada, başarı ihtiyacı ile ilişki ihtiyacı arasında olumlu korelasyon olduğunu görmüş ve Batı'nın başarıyı kavramsallaştırmasında önemli bir etken olan bireyselliğin, Asya'da geçerli olmadığı sonucuna varmışlardır.

Yüksek başarı ihtiyacı değerine sahip kişilerin, belli durumlarda çok iyi iş çıkartmalarını sağlayan bazı karakteristikleri vardır. Müteşebbislik gerektiren işler, bu kişinin söz konusu özelliklerini veya yeteneklerini diğer işlere nispetle daha fazla kullanabileceği fırsatlar sağlar (McClelland 1962: 103-104). Bu özelliklerin bazıları aşağıda özetlenmeye çalışılmıştır.

### ***Hesaplanmış Risk Alma***

Üst yöneticilik veya müteşebbislik belirsizlik altında karar vermeyi gerektirir. Belirsizlik yoksa, yapılacak iş ne kadar karmaşık olursa olsun bilinen bir sürecin uygulanması ve bilinen ve tahmin edilebilen sonuçların elde edilmesinden ibaretse, bu durumda müteşebbislik kullanılmamaktadır. Kumar oynayanların belirsizlik altında karar verdikleri söylense de müteşebbislerin kumar oynadıkları söylenemez. Zira kumar oynayanlar hile yapmadıkları müddetçe sonuca etki edemezler, halbuki müteşebbis verdiği kararların uzun vadede başarılı olup olmasını süreç esnasında yaptıkları ile etkileyebilir. Bir uçta çok az veya hiç risk olmayan ve geleneklere veya özel bilgilere göre karar verilebilecek olaylar, diğer uçta da karar vermek için herhangi bir teâmülün veya yeterince bilginin olmadığı durumlar düşünülürse, yönetici veya müteşebbisin ortalarda bir yere düştüğü söylenebilir. Müteşebbis ortalama veya hesaplanmış riskin bulunduğu, yani hem bilginin hem de şansın gerektiği durumları tercih eder (McClelland 1961a: 210-211).

Başarı ihtiyacı yüksek olan bir kişi, ortalama zorluk seviyesinde olan işleri üstlenmekle elde etmek istediği başarı tatminine ulaşacaktır. Şayet kolay veya alışılmış bir problemle uğraşırsa, başarıya ulaşacak fakat yeterince tatmin hissetmeyecektir. Çok zor bir problemle uğraşırsa da problemin çözümünde başarıya ulaşamayacağı için hiç bir tatmin elde edemeyecektir. Bu ikisinin arasında kalmakla kişisel başarı hissini en yükseğe çıkarmaktadır (McClelland 1962: 104).

Müteşebbisler genellikle çok fazla çalışmaktan ve pek çok problemlerle uğraşmaktan şikâyet ederler. Aslında, başarı ihtiyacı yüksek olan bir müteşebbis o şikâyet ettiği problemleri sevmektedir, zira bu problemlerin üstesinden gelmek ona başarıya ulaşma tatmini vermektedir. Müteşebbis için asıl sorun, bu problemlerin onun halledemeyeceği kadar büyük hale gelmesidir ve sürekli problemleri hakkında konuşması da kısmen bu nedenledir (McClelland 1962: 105).

### ***Sorumluluk Alma***

Başarı ihtiyacı yüksek olanlar, problemlere çözüm bulmada kişisel sorumluluk almayı isterler. Bunun nedeni, sorumluluk almama durumunda elde edilecek başarılı sonuçtan yeterince kişisel başarı tatmini duyamayacak olmalarıdır. Sonucun kendi yeteneklerine ve çabalarına bağlı olmayıp şansa veya başka faktörlere bağlı olduğu durumlardan haz etmezler. Bir şeyi şans eseri olarak kazanmak, başarıya önem veren birine kendi şahsî çabasıyla kazanmanın verdiği tatmini vermez. Sorumluluk duygusunun gelişmiş olması üst düzey bir yöneticide aranan bir özelliktir. Bu kişiler zar atarak karar veremezlerse de, bir şeyleri yapmanın sorumluluğunu bir başkasına veya komiteye devretmeyi seçebilirler. Yüksek başarı ihtiyacı ile ilgili olan kendine güven burada devreye girer. Bu yönetici şayet sorumluluğu alırsa o işin bitirilebileceğini bilir ve genellikle de haklıdır zira o işin nasıl daha iyi yapılacağına çok kafa yormuştur (McClelland 1962: 104).

### ***Somut Geribildirim***

Başarı ihtiyacı yüksek olan bir kişi, yaptığı bir işte nasıl performans gösterdiğini anlamak için somut geri bildirim ister. Aksi takdirde yaptığı işten tatmin duymaz. İş dünyası da satış, maliyet, üretim ve kâr rakamları ile yeterince geri bildirim sağlar. İş adamı er ya da geç performansının nasıl olduğunu öğrenir; hatta bir pazarlamacı genellikle başarısını gün gün takip edebilir. Burada elde edilen bilgiler hep somuttur (McClelland 1962: 105).

Öğretmenlik, din adamlığı, devlet memurluğu gibi işlerde çalışanlar, işlerini nasıl yaptıklarına dair sadece genel geri bildirimler alırlar. Örneğin bir üniversite öğretim üyesi, mesleğinin oturmuş geleneklerine göre işini yaptığı duygusuyla yetinmelidir. Bu kişi hiçbir zaman bir iş adamı gibi kârlılık, pazar payı veya büyüme yüzdesi gibi somut geri bildirimler elde edemez. Psikolojik açıdan bakıldığında herkes böyle somut geri bildirim istemeyebilir. Bu tür bilgi bir yerde endişe kaynağıdır çünkü geri bildirim sadece işte gösterilen başarının değil başarısızlığın da delilidir. Sonuç olarak, başarı ihtiyacı yüksek olan bir kimse somut geri bildirimlere yöneliktir ve müteşebbislik gerektiren işlerde hem daha mutlu olur hem de daha iyi performans gösterir (McClelland 1961a: 231).

Yapılan işler sonunda elde edilen ödüller de bir nevi geri bildirim olarak kabul edilebilir. Başarı ihtiyacı yüksek olan kişiler ödülleri red etmezler, ancak onları asıl güdüleyen ödülün ziyade bir problemi çözmüş olmanın verdiği tatmindir. Bu kişiler için paranın değeri ulaşılan başarının bir ölçüğü olmasından dolayı önemlidir. Genellikle başarı ihtiyacı yüksek olan kişiler statü elde etmek, amirlerinin takdirini kazanmak ve zam almak gibi saiklerle davranışlarını değiştirmezler (Costley ve Todd 1987: 178).

### 3.6.2. Başarı İhtiyacının Kaynakları

Başarı ihtiyacının kaynaklarını anlamaya çalışırken, başarı ihtiyacının geliştirilmesinde *gerekli* olan faktörlerle, bu gelişimle *ilgili* olan faktörlerin birbirinden ayrılması önem arz etmektedir. Bazı faktörler yüksek başarı ihtiyacı ile ilgili görülebilir, ancak bunun nedeni o faktörlerin gerçek içsel faktörler olmasından değil o içsel faktörlerle ilgili olmasındandır. Bu tür faktörlerin başında ırk ve iklim gelmektedir. Irk farklılıkları göz önüne alındığında, tarihte belli bir ırkın başarı ihtiyacındaki düşüşler genetik değişimle açıklanamamaktadır. Meselâ eski Yunanların tarih boyunca çok enerjik oldukları bilinmektedir, ancak M.Ö. 550 ile 400 yılları arasında eski Yunanların başarı ihtiyacındaki büyük düşüşün bir genetik yapı değişikliği ile açıklanması mümkün değildir (McClelland 1961a: 337).

Aynı durum iklim veya çevresel faktörlerde de ortaya çıkmaktadır. 1925 ve 1950 yılları için yapılan ölçümlerde pek çok ülkenin başarı ihtiyacı değerlerinde önemli farklılıklar gözlenmiştir. Meselâ Danimarka'nın 1925 yılındaki başarı ihtiyacı değeri +0,66 iken, bu değer 1950 yılında -1,27'ye düşmüştür. Danimarka'nın başarı ihtiyacındaki bu düşüşün iklim faktörleri ile açıklanması mümkün görülmemektedir (McClelland 1961a: 339).

Çevresel teorilerin daha analitik uyarlamalarında etraftan gelen meydan okumaların insanların başarı ihtiyaçlarını artırdığı öne sürülmektedir. Bu durum, ikinci sınıf muamelesi gören veya ayrımcılığa maruz kalan insanların buna reaksiyon olarak daha çok gayret gösterdikleri şeklinde açıklanmaktadır. Ancak, meselâ Amerika Birleşik Devletleri'nde yaşayan Yahudilerin ve zencilerin durumu bunu doğrulamamaktadır. İki grup da ayrımcılığa maruz kalmış olmalarına rağmen, Yahudilerin başarı ihtiyacı



değerlerinin daha yüksek olduğu görülmektedir. Benzer şekilde, 18. yüzyılda Fransa'da yaşayan Protestanlar ile İngiltere'de yaşayan Katolikler hemen aynı ölçüde ayrımcılıkla karşı karşıya kalmalarına rağmen, Protestanlar bu duruma özellikle iş dünyasında daha güçlü bir şekilde reaksiyon vermiştir. Dolayısı ile, çevreden gelen meydan okumalar başarı güdüsünün artmasında önemli bir faktör olmakla birlikte, bunun etkisi o kişilerde zaten mevcut olan başarı ihtiyacı seviyesine göre farklılık göstermektedir. Kişinin başlangıçtaki başarı ihtiyacı yüksek ise, çevresel ayrımcılıkla karşılaşınca bu değer daha da artmakta, ancak başlangıçtaki değer çok yüksek değilse meydan okumaların etkisi çok fazla olmamaktadır (McClelland 1961a: 339-340).

Bir sonraki kısımda görüleceği gibi başarı ihtiyacının yetişkinlere öğretilmesi mümkün olmakla birlikte, bu özelliğin asıl olarak çocuklukta kazanıldığı düşünülmektedir. McClelland ve diğerlerinin yaptıkları araştırmalardan elde ettikleri veriler, başarı güdüsünün, kişilerin bağımsız gelişimlerinin önemsendiği kültür ve ailelerde daha fazla geliştiği hipotezini doğrulamıştır. Çocukların ebeveynlerine daha bağımlı olduğu ailelerde ise başarı güdüsünün düşük olduğu gözlenmiştir. Her iki ailede de sevgi ve şefkat olmakla birlikte, başarı ihtiyacı yüksek olan erkek çocuk çok fazla suçluluk duymadan ebeveynine karşılık verebilmekte ve kendisi için konan kurallara harfi harfine uymaktansa kendi başına karar alabilmektedir. Başarı ihtiyacı yüksek olan çocukların ebeveynleri, özellikle çocuklar çok küçükken otoriter davranabilmektedir, ancak öyle dahi olsa çocuğu sadece ailenin bir parçası olarak değil, kendi başına bir şahsiyet olarak görmektedirler. Başarı ihtiyacı düşük olan çocuklar genellikle kendi isteklerini ikinci plana iterek aileye öncelik vermekte, hatta kendisinin ayrı bir şahsiyeti olduğunu düşünmemektedir. Dolayısı ile bu tip çocuklar büyüdüklerinde de tek başlarına bir gruba karşı koyamamaktadırlar (McClelland vd. 1976: 328-329).

McClelland, bir ülkede başarı ile ilgili kuvvetli alanın üç önemli kaynaktan geldiğini söylemektedir: değerler, inançlar ve ideoloji. Yukarıda da bahsedildiği gibi erkek çocukları olan aileler üzerinde yapılan araştırmalar gene üç faktörün yüksek başarı ihtiyacı oluşturulmasında önemli olduğunu ortaya koymuştur: anne babanın başarı ile ilgili yüksek standartları, samimiyet ve teşvikkârlık ve baskıcı olmayan bir baba (1962: 110).

Bu araştırmalardan birinde bir grup erkek çocuktan gözleri bağlı olarak, kendi evlerinde ve anne ve babalarının önünde sol elleri ile muhtelif tipte küpleri st üste koyarak bir kule yapmaları istenmiştir. Çocuklardan ayrı bir ortamda anne babalardan çocuklarının küpleri ne kadar yükseklikte yapabileceklerini tahmin etmeleri istenmiştir. Başarı ihtiyacı değeri yüksek olan bir çocuğun ebeveyni onun diğerlerinden daha yüksek yapabileceklerini söylemiştir. Bu ailenin çocuklarından beklentisi, başarı değeri düşük olan başka bir çocuğun ailesinin beklentisinden daha fazla olmuştur. Çocukların küpleri st üste koymaya çalıştığı esnada da bu aile oğullarını daha fazla teşvik etmiş, yreklendirmiş ve ödüllendirmiştir. Aynı ocuğun babası, çocuğuna elini ne tarafa götürmesi gerektiğini, daha sıkı çalışması gerektiğini veya masayı sallamaması gerektiğini, başarı ihtiyacı düşük olan çocuğun babasından daha az söylemiştir (McClelland 1962: 110).

### **3.6.3. Başarı İhtiyacının ğretilmesi**

Paranın yüksek başarı ihtiyacı insanlar için teşvik edici değil ulaştıkları başarının bir lği olması, az gelişmiş lkelere veya ABD'nin bazı fakir bölgelerine ekonomik kalkınma için uygulanan yardım programlarının sorgulanmasını da beraberinde getirmektedir. Politika yapanlar, söz konusu bölgelerdeki ortamı değiştirmenin veya para kazanmak için fırsatlar oluşturmanın yeterli olduğunu düşünmüşlerdir. Fırsatların artırılması, bunlardan faydalanmak isteyen potansiyel mteşbbisleri harekete geçirecek, faizlerin artmasıyla yatırımcılar da bu bölgeye yönelecektir. Bu varsayım ancak hedef grubun belirli seviyede başarı ihtiyacına sahip olması durumunda geçerlidir. McClelland, ABD'nin bazı fakir bölgelerine ve gelişmekte olan lkelere uygulanan yardım programları ile ilgili yaptığı bir araştırmada başarı güdüsünün yetişkinlere de öğretilebileceği sonucuna varmıştır (McClelland 1965: 7-8). Çeşitli ülkelerde bu eğitimlere katılan yöneticilerin programı tamamladıktan sonra hızla terfi ettikleri, daha fazla para kazandıkları ve işlerini daha hızlı genişlettikleri grlmştir. Ancak, bu eğitimlere katılanların yüksek başarı ihtiyacı için uygun insanların olduğu mteşbbislik gerektiren işlerden seçildikleri gözden kaçırılmamalıdır (Steers ve Porter 1987: 61). Bu noktada vurgulanması gereken başka bir konu, diğer ihtiyaçlar gibi başarı ihtiyacının da

küçük yaşlarda öğrenildiği ve çocuğun ailesi tarafından verilen bağımsız eğitim ile yönlendirildiğidir (Steers 1984: 148).

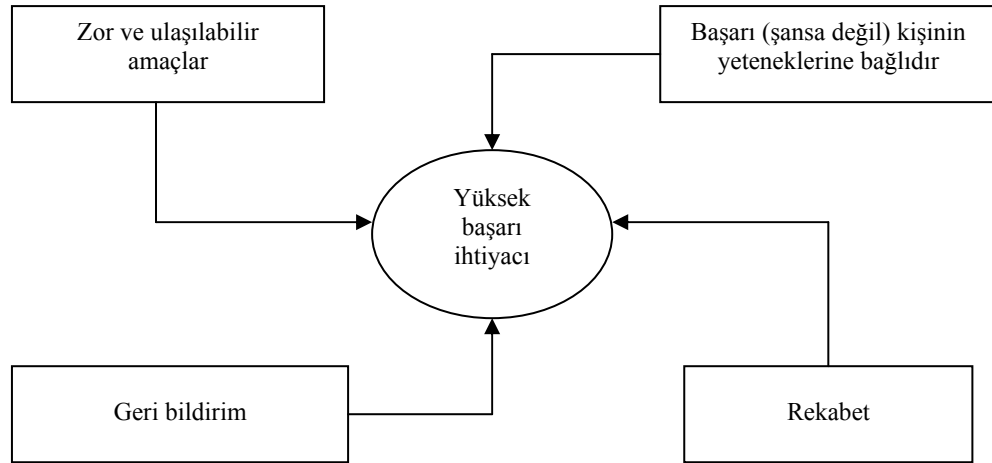
McClelland ve bir grup araştırmacı, biri ABD’de diğeri Hindistan’da olmak üzere iki eğitim projesi yürütmüşlerdir. Her iki projede de eğitim alan grup zaman içinde kontrol grubundan daha iyi performans göstermiştir (McClelland 1965: 8-16).

Bu eğitim programlarında verilen kursların hedefleri şöyle sıralanabilir (Furnham 1992: 190):

- Katılımcılara, başarı ihtiyacı yüksek insanlar gibi düşünme, konuşma ve davranmasını öğretmek,
- Katılımcıların kendileri için yüksek, fakat dikkatlice plânlanmış ve gerçekçi amaçlar belirlemesini teşvik etmek,
- Katılımcılara kendileri hakkında bilgi sağlamak,
- Katılımcıların birbirlerinin umut ve korkularından, başarı ve başarısızlıklarından öğrenerek ve duygusal bir tecrübeyi birlikte yaşayarak bir grup ruhu oluşturmalarını sağlamak.

Yukarıda sıralanan hedeflere paralel bir şekilde, Costley ve Todd (1987: 179) yüksek başarı ihtiyacını destekleyen şartları Şekil-3-1’de görüldüğü gibi grafikleştirmişlerdir.

**Şekil-3.1**  
Yüksek Başarı İhtiyacını Destekleyen Şartlar



Kaynak: Costley ve Todd 1987: 179.

McClelland ve grubunun bu tür projelerde kullanılabileceğini söyledikleri eğitim programı aşağıda özetlenmiştir (McClelland 1965: 12-22).

### ***Hedeflerin Belirlenmesi***

Davranış değişikliği, psikoterapi ve diğer psikolojik etkileme araştırmaları, insanların değişebileceklerine ve değişmeleri gerektiğine inanmalarının çok önemli olduğunu göstermiştir. Genel olarak değişimin mümkün olduğuna inandıktan sonra, bu eğitim ile kişinin gelecek iki yıl içinde gerçekleştireceği değişiklikler plânlanır. Kursun sonuna doğru her bir katılımcıdan bir doküman hazırlayarak hedeflerini, bu hedeflere nasıl ulaşmayı plânladığını, ne gibi kişisel veya başka türlü zorluklarla karşılaşabileceğini ve belirli şartlar altında kendisini nasıl hissedeceğini ayrıntılı bir şekilde ortaya koymasının istenmektedir. Bu eğitimin başarısı, önemli ölçüde kursa katılanların spesifik, gerçekçi ve pratik hedefler ortaya koymasına bağlıdır. Katılımcı, “üretimi (veya satışları) %20 artırmak istiyorum” veya “yeni bir firma kurmak istiyorum” gibi spesifik hedeflerini,

zaman içinde yeterince ilerleme kaydedip etmediğini belirleyebilmek üzere bir değerlendirme kriteri olarak kullanılabilir. İlerlemesini takip etmek üzere iki yıl boyunca her altı ayda bir rapor hazırlar. Katılımcıdan rapor istenmesinin temel nedeni, en azından iki yıl boyunca hedeflerini sürekli göz önünde bulundurmasını sağlamaktır (McClelland 1965: 12-14).

### ***Başarı Dilinin Kullanılması***

Programın temel bileşenlerinden bir diğeri başarı sendromu olarak adlandırılabilir. Bu aşamada katılımcının, yüksek başarı ihtiyacı bir kişi gibi düşünmesi, konuşması, hareket etmesi ve diğer insanları öyle algılaması sağlanmaya çalışılır. Katılımcıya başarı ihtiyacı skorunu yükseltmesinin teknikleri öğretilir. Bazı oyunlarla nasıl orta seviyede risk almakla en yüksek kârı elde edebileceği gösterilir. Böylelikle katılımcı adeta farkında olmadan kendi tecrübesiyle gördüğü veya örnek olaylarda karşılaştığı iş problemlerini başarı ihtiyacı yaklaşımına göre tekrar düşünmeye başlar. Yani başarı hedefleri koyar, bu hedeflere ulaşmak için vasıtalar arar, problemlerin üstesinden gelir, uzmanlardan yardım alır, olabilecek olağanüstü durumları önceden hesaplar. Kısaca katılımcı başarı dilini kullanmayı öğrenir (McClelland 1965: 14-16).

### ***Kavramsal Destek***

Kurs katılımcısı, kursla verilmek isteneni adeta mevcut düşünce sistemine bir ilâve olarak kabul ederse, bunun halihazırda var olan sistemle uyumlu hale gelmesi gerekmektedir. Mevcut varsayımlar şunlar olabilir: (i) Makul, mantıklı ve bilimsel olan nedir? (ii) Katılımcı nasıl bir insan olduğunu düşünmektedir? ve (iii) Hayatta önemli ve değerli olan nedir? Neyin makul olduğu sorusuna tatminkâr bir cevap verebilmek amacıyla başarı ihtiyacı ile ilgili bilimsel bilgiler katılımcıya aktarılır. Kendini tanıma konusunda katılımcının kafasında şu sorular olabilir: “Benim başarı ihtiyacı değerim yüksek mi? Değilse, yüksek olmasını istiyor muyum? Başarının gerçekten çok önemli olduğu gibi davranmama mani olacak başka özelliklerim var mı? Ben nasıl biriyim?” Katılımcının kendisinin, isteklerinin ve ne olabilmeyi bekleyebileceğinin doğru bir resmini çekebilmek üzere tek başına katılımcıyla ve grupla oturumlar düzenlenir ve elde edilen veriler kendisine geri bildirim olarak verilir (McClelland 1965: 20).

### ***Grup Desteği***

Katılımcı kendini değiştirmeye çabalarken hem duygusal hem de mantıksal olarak desteklenmelidir. Duygusal destek, eğitim süresince kabul edici ve aldatmayan bir davranış sergileyen eğitimcilerden gelir. Onların vermeye çalıştıkları mesaj: “Kim olursan ol, seni saygı göstermeye değer olarak kabul ediyoruz. Ne olmak istediğin konusunda nasıl karar verirsen ver—başarı güdüsünün senin için uygun bir şey olmadığına karar versen bile—biz seni destekleyeceğiz” şeklindedir. Diğer duygusal destek de bu heyecanlı tecrübeyi birlikte yaşadığı gruptan gelmektedir. Meselâ Hindistan’daki eğitime katılanlar Kakinada Müteşebbisler Derneği’ni kurmuşlardır (McClelland 1965: 16-20).

#### **3.6.4. Yüksek Başarı İhtiyacının Etkileri**

Yüksek başarı ihtiyacının en önemli etkisi gelişmiş ölkelerin gelişmekte olan ölkelere veya kendi ölkelerinin daha az gelişmiş bölgelerine yapacakları yardımlarda görölebilir. McClelland’ın söylediği gibi, yardım edilecek bölgelerde sadece yeni fırsatların oluşturulması yeterli değildir. Bazı fakir bölgelerde, insanların düşük başarı ihtiyacı değerleri nedeniyle kullanmadıkları pek çok fırsatlar bulunmaktadır. Yapılması gereken, sadece yeni iş imkânları yaratmakla kalmayıp, orada yaşayan insanların başarı ihtiyacı değerlerinin de yükseltilmesidir. İnsanların başarı ihtiyacını yükseltmek üzere verilecek eğitimler, onları oluşturulacak fırsatları kullanmaya istekli ve hazır hale getirecektir (1965: 178).

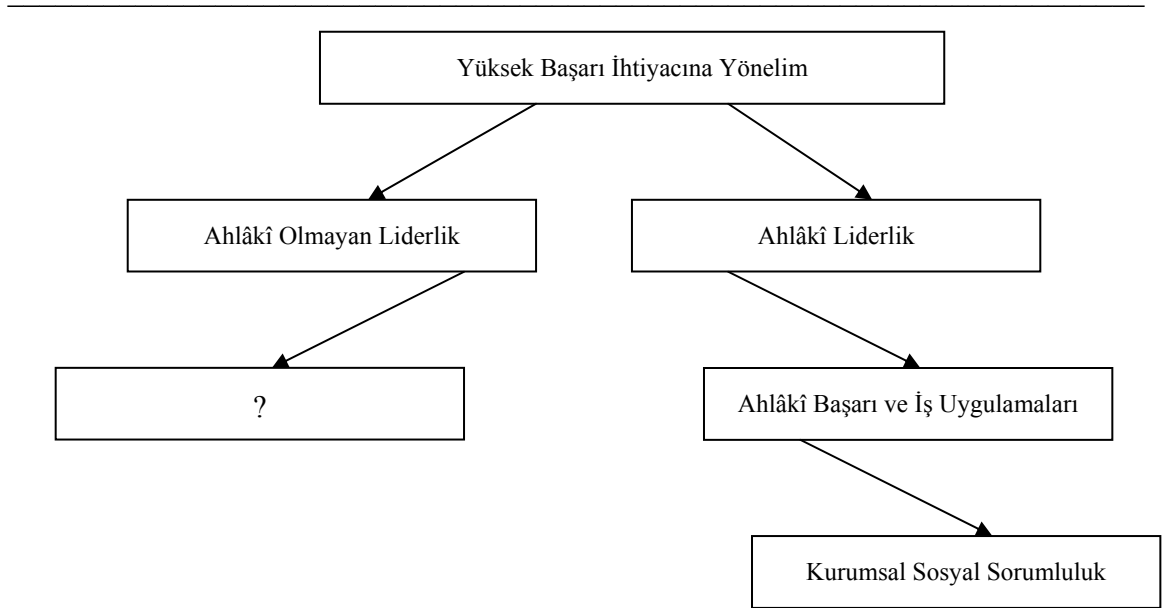
şekil-3.2’de görölebileceği gibi yüksek başarı ihtiyacı yöneticileri ahlâkî olan veya olmayan türde davranışlara yöneltebilir. Verilecek eğitimlerde bu konuya önem verilmeli ve katılımcılarda ahlâkî davranma anlayışı geliştirilmeye çalışılmalıdır.

Yüksek başarı ihtiyacına yönelim ahlâklı davranışla desteklenmediği takdirde, geçtiğimiz yıllarda özellikle ABD’de ortaya çıkan skandallarda göröldüğü üzere insanları hatalı davranışlar yapmaya yönlendirebilir. Ahlâkî davranış sergileyen yöneticiler ise hem kendileri bu şekilde başarıya ulaşabilecek hem de ahlâkî iş uygulamalarının ortaya

çıkmasını sağlayacaklardır. Bu da firmaların kurumsal sosyal sorumluluk çerçevesinde hareket etmeleri sonucunu doğuracaktır.

### Şekil – 3.2

#### Yüksek Başarı İhtiyacına Yönelimin Muhtemel Sonuçları



Kaynak: Arslan 2001a: 344.

### 3.7. SONUÇ

Tarih boyunca kültürlerin çalışmaya bakışı farklı olmuştur. Çalışma kimi kültürde sadece köleler tarafından yapılabilecek bir faaliyet olarak görülürken, kimi kültürde şerefli bir faaliyet olarak görülmüştür. Bireylerin de çalışmayı algılamaları farklıdır. Çalışma bir kişi için hayata anlam kazandıran, en azından hayatın çok önemli bir parçası iken, başkası için mümkün olduğunca kaçınılması gereken bir mecburiyettir. Kişilerin algılamalarına göre çalışma nedenleri de farklı olmaktadır. Bazıları çalışmayı bir kimlik kaynağı olarak görürken, başkaları çalışmaktan ilişki kurmak yolunda faydalanmaktadır. Yeterince disiplinli olmayan insanlar çalışmayı günlük faaliyetlerini ve zamanlarını düzenleyici bir unsur olarak görmektedir. Kimileri yetenek ve yaratıcılıklarını

geliştirmek, başkaları amaçları olduğunu hissetmek, daha başkaları da gelir ve kontrol elde etmek için çalışmaktadırlar.

Çalışanların her gün ne kadar mesai yapacaklarının genellikle belli olması, işgörenlerde emeklerinden ziyade zamanlarını satıyorlarmış hissini uyandırır ve onların zamanın değerine yoğunlaşmalarına neden olur. Bu da işgörenlerde zamanlarının ne kadarını çalışmaya ayırmaları gerektiğini, ne kadarını istedikleri gibi kullanabilecekleri sorusunu ortaya çıkarır. Bazı insanların boş zamanlarında yaptıkları faaliyetler, çalışırken yaptıklarına çok benzerken bazılarının kasıtlı olarak bunlarda farklılık aradıkları görülmektedir.

Kontrol edilemeyen sürekli çalışma ihtiyacı olarak tanımlanan işkolikliğin çocuklukta mahrumiyetlerden kaynaklanabileceği düşünülmektedir. Alkoliklik kelimesine benzetilerek türetilmiş olan işkoliklik her zaman olumsuz görülmemektedir. Hatta bazı işverenler işteki etkinliği artırmak için işkolik adayları tercih edebilmektedir. Ancak sonuçta bir bağımlılık olan işkoliklik, kişinin kendisine ve çevresine zararlı olabilmektedir.

Başarı ihtiyacı teknik bir terim olarak; bir şeyi daha iyi, daha hızlı, daha etkin bir şekilde ve daha az çaba sarfederek yapma isteği şeklinde tanımlanmaktadır. 1950'li yıllarda ülkelerin ekonomik kalkınmaları ile ilgili araştırmalar yapan McClelland bu terimi kullanmış ve ülkelerin kalkınmalarının sadece ekonomik değil psikolojik ve sosyolojik boyutlarla da açıklanması gerektiğini savunmuştur. McClelland çalışmalarına başladığında genel kaniya paralel olarak yüksek başarı ihtiyacının ancak çocukluk çağında kazanılabileceğini düşünmüşken, daha sonra yaptığı çalışmalar sonucunda yetişkinlere de yüksek başarı ihtiyacının öğretilebileceği sonucuna varmıştır.

McClelland'ın önemle vurguladığı noktalardan biri, az gelişmiş bölgelere yardım etmek istendiğinde, oralarda sadece yeni fırsatlar yaratmanın yeterli olmadığı, insanların başarı ihtiyacı alıngılamalarının da değiştirilmesi gerektiğidir. Zira başarı ihtiyacı düşük olan insanların yaşadıkları bölgelere yardım götürülerek yeni imkânlar yaratılsa bile, insanlar bu imkânlardan yeterince faydalanamayacaklardır.



Başarı ihtiyacı yüksek insanların ortak özelliklerinden bir tanesi belirli ölçüde hesaplanmış risk almalarıdır. Bu kişiler genellikle orta seviyede risk almaktadırlar. Zira düşük risk aldıklarında yeterince tatmin duymamakta, çok yüksek risk almayı da başarılı olamama ihtimalinin yüksek olması nedeniyle istememektedirler. Gene bu tatmin istekleri nedeniyle sorumluluk almaktan hoşlanmaktadırlar çünkü sorumluluk almadıkları zaman taktir edilmeyeceklerini bilmektedirler. Bu kişilerin diğer bir özellikleri de somut geri bildirim ihtiyacı duymalarıdır. Ödül kazanmak için çalışmazlar, ancak verilen ödülü bir geri bildirim olarak görür ve red etmezler.

Araştırmamızda McClelland'ın başarı ihtiyacı ölçeği kullanılmış ve ankette sorulan sorularla katılımcıların başarı ihtiyacı değerleri elde edilmeye çalışılmıştır. Bulgular bölümünde ayrıntıları görüleceği şekilde bu verilere göre ABD'de yaşayan Türklerin başarı ihtiyacı değerleri Amerika'lularla karşılaştırılmıştır.

## **BÖLÜM – 4**

### **YÖNTEM, BULGULAR VE TARTIŞMA**

## BÖLÜM – 4

### YÖNTEM, BULGULAR VE TARTIŞMA

#### 4.1. GİRİŞ

Bu araştırmanın temel amacı, Amerika Birleşik Devletleri'nde yaşayan Türkler ile Amerika'lılar arasında Protestan Çalışma Ahlakı ve İşe Yönelik Tutum değerleri açısından ne gibi farklılık veya benzerlikler olduğunu tespit etmektir. Bu amaca yönelik olarak literatürdeki eksiklikler ve daha önceki çalışmalarda ele alınmış problemler göz önünde bulundurularak üç hipotez ortaya konulmuştur.

Çalışmada Amerika'lı ve Türk çalışanların Protestan Çalışma Ahlakı (PÇA) ve İşe Yönelik Tutum değerlerini ölçmek üzere bir anket kullanılmıştır. İnternet üzerinde uygulanan ankette Mirels ve Garrett (1971)'in PÇA ve McClelland'ın (1961a) başarı ihtiyacı ölçekleri kullanılmıştır.

Araştırmaya başlandığında Amerika'da yaşayan ve çalışan Türklerin genel Amerikan nüfusu ile karşılaştırılması hedeflenmiştir. Ancak ankete cevap veren Amerika'lıların dinî inançlarının Protestan, Katolik, Yahudi ve Hiçbiri şeklinde yoğunlaşmış olması ilk grublamanın gözden geçirilmesini gerekli kılmıştır. Sonuçta Amerika'lı ve Türklerin milliyet itibarıyla karşılaştırılmasının yanında, din sorusuna Katolik, Müslüman, Protestan veya Hiçbiri diyenler arasında da ayrıca mukayeseler yapılmıştır.

Tezin, ABD'de yaşayan Türkler ve Amerika'lıların PÇA ve işe yönelik tutum değerleri bakımından karşılaştırılması amacına paralel olarak uygulanan anketten elde edilen veriler bu bölümde iki alt kısım halinde özetlenmiştir.

PÇA kısmında faktör analizi yapılarak anketten elde edilen verilere göre PÇA'nın boyutları tespit edilmiştir. Faktörlere göre ayrıntılı hesaplamalara başlamadan önce grupların ortalama PÇA değerleri hesaplanarak tablo ve grafik halinde sunulmuştur. Ardından her bir faktör için anketi cevaplayanlardan Hiçbiri, Katolik, Protestan ve Müslüman grupların PÇA değerleri ANOVA ve MANOVA analizleri yardımıyla

hesaplanarak tablolar oluşturulmuştur. Son olarak da ayrı ayrı faktörlerden elde edilen sonuçlar özet tablosunda birleştirilmiş, tezin girişinde ortaya konan hipotezlerin doğrulanıp doğrulanmadığı kontrol edilmiş ve tartışılmıştır.

İşe yönelik tutum kısmında, ankette sorulan beş soruya verilen cevaplardan elde edilen bilgilere göre grupların başarı ihtiyacı değerleri karşılaştırılmıştır. Burada da sonuçların hesaplanmasında ANOVA ve MANOVA analizlerinden faydalanılmıştır. Sonuçlar gruplara göre tablo ve grafik haline getirilmiş, ilgili hipotezin doğruluğu kontrol edilmiş ve tartışılmıştır.

## 4.2. YÖNTEM

Verilerin toplanması, analizi ve örneklem ile ilgili ayrıntılara geçmeden önce, oluşturulan hipotezlerle ilgili bilgi verilmesinde fayda görülmektedir.

### 4.2.1. Hipotezler

Çalışmanın hipotezleri oluşturulurken literatürdeki eksiklikler ve daha önceki çalışmalarda ele alınmış problemler göz önünde bulundurulmuştur. Tezin temel amaçlarından biri ABD’de yaşayan ve çalışan Türklerin Amerika’lılarla karşılaştırılmasıdır. ABD’ye göç etmiş Türklerin büyük kısmının gerek eğitim, gerekse yaptıkları işler bakımından Amerikan ortalamasının üstünde oldukları düşünülmektedir. Bu özellikleri dolayısıyla ve bundan önceki çalışmaların sonuçları da dikkate alındığında ABD’de yaşayan Türklerin PÇA’yı destekleme değerlerinin Amerika’lılardan daha yüksek çıkacağı tahmin edilmektedir. Bu durumda birinci hipotezimiz şöyle olmaktadır:

**H1:** ABD’de yaşayan Türklerin PÇA değerleri Amerika’lılardan anlamlı olarak daha yüksektir.

Weber’in orijinal tezinde Protestanların Protestan olmayanlardan daha yüksek PÇA değerine sahip oldukları ileri sürülmektedir. Arslan (2001b: 324) yaptığı literatür taramasında 42 çalışmanın bu görüşü desteklediğini, 19 çalışmanın ise aksini doğruladığını görmüştür. Ancak Arslan’ın kendi çalışmasında PÇA’nın beş boyutundan

birinde Protestan ve Katolikler arasında anlamlı bir farklılık çıkmamış, bir boyutta Protestanların diğer bir boyutta Katoliklerin PÇA değerleri anlamlı olarak yüksek çıkmış, diğer iki boyutta ise Protestanların PÇA değerleri Katoliklerin değerinden çok az yüksek çıkmıştır. Arslan'ın çalışmasında İngiltere'deki Protestanlar ile İrlanda'daki Katolikler karşılaştırıldığı halde çok büyük farklılık görülmemesi, bizim çalışmamızda da ABD'de yani aynı ülkede yaşayan grupların karşılaştırılması yapılacak olması dolayısıyla iki grubun PÇA değerleri arasında anlamlı bir farklılığın gözlenmeyeceği düşünülmektedir. Dolayısıyla ikinci hipotez şu şekilde kurulmuştur:

**H2:** Amerika'lı katılımcıların alt grupları olan Protestanlar ile Katolikler arasında PÇA açısından anlamlı bir farklılık yoktur.

McClelland ülkelerin kalkınmışlık seviyeleri ile ilgili yaptığı çalışmalarında, belirli dönemlerde ilerleme hamlesi yapan toplumların başarı ihtiyacı seviyelerinin söz konusu hamlenin 10-20 sene öncesinden itibaren yüksek olduğunu gözlemiştir. ABD, halihazırda ekonomik ve politik olarak dünyanın en gelişmiş ülkelerinden biri olduğundan, orada yaşayan göçmenleri de kapsayacak şekilde bu ülke halkının başarı ihtiyacı değerlerinin yüksek olması beklenmektedir. Hatta ABD'ye göç etmiş insanların başarı ihtiyacı değerlerinin, ne kadar iyi uyum sağlamış olsalar da kendilerini bir nevi azınlık olarak hissetmeleri ve kendi ülkelerinden ayrılıp buraya gelmiş olmanın motivasyonu ile Amerika'lılardan daha yüksek çıkacağı düşünülmektedir. Üçüncü hipotez şu şekilde kurulmuştur:

**H3:** ABD'de yaşayan Türklerin başarı ihtiyacı değerleri Amerika'lılardan anlamlı olarak daha yüksektir.

#### 4.2.2. Verilerin Toplanması

Amerika'lı hedef kitleye ulaşabilmek üzere anket Amerika Birleşik Devletleri, Kuzey Carolina eyaleti, Chapel Hill şehrinde bulunan Kuzey Carolina Üniversitesi (The University of North Carolina at Chapel Hill – UNC-CH) çalışanlarına uygulanmıştır. 1789 yılında ABD'nin ilk devlet üniversitesi olarak kurulan Kuzey Carolina Üniversitesi, köklü bir geçmişe sahiptir ve gerek öğrenci, gerekse öğretim üyeleri ve

çalışanlarının farklı alt yapılardan gelişi ile de bilinmektedir. Nitekim anket sonucunda alınan cevaplarda özellikle din kısmında çıkan farklılıklar bu düşüncemizi doğrulamıştır.

ABD’de yaşayan Türklerle ilgili bilgi toplamak üzere çeşitli derneklere ve bazı elektronik posta gruplarına mesaj gönderilmiş ve bu grup ve derneklerin üyeleri anketi doldurmaya davet edilmiştir. Türklere ulaşmanın güçlüğü göz önünde bulundurularak, söz konusu elektronik postayı alanlardan bu mesajı başkalarına da iletmeleri rica edilmiştir.

Mesaj gönderilen dernek ve elektronik posta grupları şunlardır: American Turkish Association of North Carolina (Kuzey Carolina Amerikan-Türk Derneği), Divan Cultural Center (Divan Kültür Merkezi), Jobs-For-Turks (Türkler İçin İşler) elektronik posta haberleşme grubu, TurkFinans elektronik posta haberleşme grubu, USA-Turkleri elektronik posta haberleşme grubu, NC\_Sohbet elektronik posta haberleşme grubu.

Bu grupların bir kısmı ABD dışında yaşayan Türkler tarafından da takip edildiği için, gönderilen mesajda sadece ABD’de yaşayan Türklerin anketi cevaplaması özellikle belirtilmiştir.

#### **4.2.2.1. Anket Soruları**

Ankette yer alan soruların üç kısımdan oluştuğu söylenebilir: Protestan Çalışma Ahlâkı değerlerini ölçen sorular, başarı ihtiyacını ölçen sorular ve demografik sorular.

##### ***Protestan Çalışma Ahlâkı’ını Ölçen Sorular***

Protestan Çalışma Ahlâkı değerlerini ölçen bölümde Mirels ve Garret (1971:41)’ın 19 sorudan oluşan PÇA ölçeği kullanılmıştır. Bu 19 soru, sıkı çalışma ve başarı, boş vakit, kendi başına bir sonuç olarak çalışma, para ve para biriktirmeye karşı tutumlar gibi Protestan Çalışma Ahlâkı’nın önemli boyutlarını kapsamaktadır. Yapılan güvenilirlik analizinde Cronbach alfa değeri 0,69 çıkmıştır.

Ankette yer alan PÇA ile ilgili sorular, ölçtükleri konulara göre şu şekilde sınıflanabilirler:

#### *İçsel kontrol*

- Sıfırdan başlayıp da başarılı ve zengin olanlar, doğuştan zengin olanlara göre daha ahlâkî davranırlar.
- Eğer hoşlandığım bazı dünyevî zevklerden vazgeçersem daha başarılı olurum diye sık sık düşündüğüm olur.
- Bir işte başarısız olanlar genellikle bu iş için yeterli gayret göstermemişlerdir.
- Eğer hiç acı çekmek zorunda kalmasaydık hayatın çok az anlamı olurdu.
- Sıkı çalışmaktan kaçınmak zayıf bir kişiliğin belirtisidir.

#### *Sıkı çalışma ve başarı*

- Hayatta başarılı olamayan insanlar kısaca tembel insanlardır.
- İşine çok sıkı sarılan birisinin iyi bir hayat seviyesine ulaşması daha muhtemeldir.
- Çok çalışma başarıyı çok az garanti eder (Ters ölçek).
- Hoş olmayan bir işe bile coşkuyla sarılan bir kişi hayatta başarılı olur.
- Çok sıkı çalışan insanlar başarılı olmak konusunda daha fazla şansa sahiptirler.

#### *Zaman, para ve para biriktirmeye karşı tutumlar*

- İnsanların çoğu faydasız eğlencelerle vakit geçirmektedir.
- Kolayca kazanılan para genellikle kolay harcanır (Hay'dan gelen Hu'ya gider).
- Kredi kartı dikkatsiz harcamaya giden yoldur.

#### *Boş vakte karşı negatif tutum*

- İnsanların daha az boş vakti olsaydı, toplumda daha az sorun yaşanırdı.
- İnsanlar rahatlayabilmek için daha çok boş zamana sahip olmalılar (Ters ölçek).
- Daha çok boş zamanımız olsaydı hayat daha anlamlı olurdu (Ters ölçek).

*Kendi başına bir sonuç olarak çalışma*

- Bir kimsenin işinde elinden gelenin en iyisini yapması kadar insanı mutlu eden pek az şey vardır.
- Okuldaki en güç dersler genellikle sonunda en çok işe yarayanlardır.
- Yapacak iş az olduğu zaman kendimi rahatsız hissedirim.

***Başarı İhtiyacını Ölçen Sorular***

Ayrıca beş soruluk bir grup ile de insanların başarı ihtiyacı ölçülmeye çalışılmıştır. Burada Steers ve Braunstein (1976: 254) ile Lussier'in (1996: 178-179) sorulaştırdığı McClelland'ın (1961a) ölçeği kullanılmıştır. Başarı ihtiyacını ölçen sorular şunlardır:

- Geçmiş dönemlerdeki iş başarıyı gelecekte daha yükseltmek için elimden gelen gayreti sarf ederim.
- Aşmam gereken zorlukların olması bana heyecan verir.
- Her görevi tamamladıktan sonra ne ölçüde başarılı olup ilerleme kaydettiğimi bilmek isterim.
- Gerçekçi hedefler koyup onlara başarıyla ulaşmaktan zevk alırım.
- Zor bir görevi başarıyla tamamlamanın verdiği memnuniyeti başka hiçbir şeyde bulmam.

Yukarıdaki sorular için yapılan güvenilirlik analizi sonucunda Cronbach Alfa değeri 0,71 bulunmuştur. Bu değer, araştırmalarının bir kısmında aynı soruları kullanmış olan Arslan (2001a) ve Yee Yeung ve Yeung'un (2002) hesapladıkları Cronbach Alfa değerinden (0,69) daha yüksektir.

***Demografik Sorular***

Analizlerin yapılması için gereken temel demografik veriler katılımcıların mensup oldukları din ve milliyetleri olmakla birlikte yapılabilecek başka analizlerde kullanılabileceği ve muhtelif demografik özelliklere göre ikili tablolama yapılabileceği düşüncesiyle 13 ilâve soru sorulmuş ve ayrıntılı demografik bilgi toplanmıştır. Toplanan bu bilgiler: katılımcının yaşı, cinsiyeti, medenî durumu, özellikle ABD'de yaşayanlar



arasında önemli olması dolayısıyla ırkı, eğitim durumu, yaptığı iş, kaç yıldır bu işte çalıştığı, emrinde çalışan olup olmadığı, ne sıklıkla ibadet ettiği.

Demografik sorulardan sonra katılımcılara bir teşvik aracı olarak kullanılan çekilişe katılmayı isteyip istemedikleri ve yine bir teşvik unsuru olarak araştırmanın sonuçlarını isteyip istemedikleri sorulmuştur. Bunlardan herhangi birine evet diyenlerden bir sonraki soruda elektronik posta adresleri istenmiştir.

En son olarak da katılımcılara araştırmanın konusuyla ilgili olarak söylemek istedikleri bir şey olup olmadığı sorulmuş ve istediklerini yazabilmeleri için bir alan sağlanmıştır. Ankete katılanlar arasında, kendileri de UNC-CH bünyesinde araştırma yapan öğretim üyeleri bulunmaktadır. Özellikle bu gruptaki katılımcılar ayrıntılı geri bildirimler sağlamışlardır. Bu kısımda yazılan yorumlar, mülakatlarda derinlemesine görüşmeler sonucu elde edilen verilere benzer bilgiler sağlamıştır.

### ***Cevapların Sayısal Veri Haline Dönüştürülmesi***

PÇA ve başarı ihtiyacını ölçen sorularda katılımcılara: kesinlikle katılıyorum, katılıyorum, ne katılıyorum ne katılmıyorum, katılmıyorum, kesinlikle katılmıyorum seçenekleri verilmiştir. Ankete cevap verenlerin işaretledikleri seçenekler sayısal veri olarak kaydedilirken, kesinlikle katılıyorum için 1, katılıyorum için 2, ne katılıyorum ne katılmıyorum için 3, katılmıyorum için 4, kesinlikle katılmıyorum için 5 değeri verilmiştir.

Verilerin analizi ve değerlendirilmesi sürecine geçildiğinde, yukarıdaki şekilde elde edilen verilere dayanarak yapılan PÇA ve başarı ihtiyacı hesaplamalarında küçük sonuçların daha yüksek PÇA ve başarı ihtiyacı anlamına geldiği fark edilmiştir. Bu değerlere bakarak yapılacak yorumların daha kolay anlaşılması ve karışıklığa neden verilmemesi amacıyla veriler tersine çevirilmiştir. Yani veri tabanında ilk 24 soruya verilen cevaplarda 1 yerine 5, 2 yerine 4, 3 yerine 3, 4 yerine 2 ve 5 yerine 1 konulmuştur. Rakamlar bu şekilde değiştirildikten sonra yapılan hesaplamalarda elde edilen sonuçlarda büyük olan değerler, o grupların PÇA ve başarı ihtiyacı değerlerinin de büyük olduğu anlamına gelmektedir.

#### 4.2.2.2. Anketin Yapılması Süreci

Ankete katılanlara isimleri sorulmamakla birlikte, insanlarla ilgili şahsî bilgilerin toplanması anketi uygulayabilmek için üniversitenin Kurumsal Değerlendirme Kurulu (Institutional Review Board - IRB)'undan izin alınmasını gerektirmiştir. Bu iznin alınması epey vakte mal olmuş, ancak KDK'dan faydalı geri bildirim elde edilmiş ve KDK'nın tavsiyeleri yönünde anket geliştirilmiştir.

#### *Kurumsal Değerlendirme Kurulu'ndan İzin Alınması*

Kurumsal Değerlendirme Kurulu, Amerika Birleşik Devletleri'nde Ulusal Araştırma Kanunu ile insan katılımcılar üzerinde biyomedikal veya davranışsal araştırma yapan ve bu araştırmalar için devlet yardımı alan üniversite veya diğer kurumların bünyesinde kurulması zorunlu kılınmış bir komitedir. Kurumsal Denetleme Kurulunun amacı, insanla ilgili olarak verilen araştırma tekliflerinin araştırma başlamadan önce incelenmesi suretiyle ahlâkî kurallara uygun olup olmadığının tespit edilmesidir. Kurumsal Denetleme Kurullarının yönetimi, Sağlık ve İnsanî Hizmetler Bakanlığı (Department of Health and Human Services-DHHS)'na bağlı Araştırma Risklerinden Koruma Bürosu (Office for Protection from Research Risks-OPRR) tarafından yürütülmektedir. Bunun bir istisnası olarak ilaç yapımı ile ilgili araştırmalar Federal İlaç Yönetimi (Federal Drug Administration) bürosunca yürütülmektedir. Araştırma Risklerinden Koruma Bürosu, Ulusal Sağlık Enstitüleri bünyesinde yer almaktadır. OPRR, yerel KDK'lardan gelen soruları cevaplar, KDK'ların fonksiyonlarını yerine getirebilmeleri için destek sağlar, araştırmalarla ilgili şikâyetleri alır ve inceler, gerektiğinde KDK'ların faaliyetlerini soruşturur ve kanuna uygun hareket etmeyen enstitülere tavsiyelerde bulunur. Kanuna uygun hareket etmeyen enstitüler kendilerine tahsis edilen kaynakları kaybedebilir (Sieber 1992:5).

Kuzey Carolina Üniversitesi bünyesinde ve insan katılımcılar üzerinde yapılan araştırma çalışmaları, İnsan Araştırmaları Etiği Ofisi (The Office of Human Research Ethics - <http://ohre.unc.edu/>) tarafından denetlenmektedir. Bu ofis, Kurumsal Değerlendirme Kurulları'nın çalışmalarını denetlemekte ve desteklemektedir. Ofisin ve kurulların temel görevi araştırmalara katılanların korunmasıdır.

İnsan Araştırmaları Etiği Ofisine bağlı olarak çalışan üç farklı Kurumsal Değerlendirme Kurulu bulunmaktadır: (i) Davranışsal KDK, (ii) Biomedikal KDK, ve (iii) Kamu Sağlığı-Hemşirelik KDK. Yapılacak araştırmanın tabiatına göre bu kurullardan birinden onay alınması gerekmektedir. Bizim çalışmamız için Davranışsal KDK'nın iznine müracaat edilmiştir.

İzin alma sürecine müracaatta 8-10 sayfalık bir form doldurulmakta ve çalışma hakkında çok ayrıntılı bilgi verilmektedir. Katılımcıların seçimi, ne gibi bilgiler toplanacağı, şahsî bilgi toplanıp toplanmayacağı, şayet toplanacaksa bunların nasıl korunacağı, bilgi toplama yöntemleri, toplanan verilerin nasıl analiz edileceği ve nasıl saklanacağı gibi konular bu formda anlatılmaktadır. Ayrıca kullanılacak anket, davet mektubu, elektronik posta metinleri forma eklenerek incelenmeye sunulmaktadır.

İzne müracaat edecek şahısların bir bölüm tarafından desteklenmesi gerektiğinden, bu aşamada UNC-CH Sosyoloji Bölümü'nden Doç. Dr. Charles Kurzman ile görüşülmüştür. Müracaat, Dr. Kurzman'ın yazdığı ve Sosyoloji Bölüm Başkanı'nın onayladığı bir üst yazı ile KDK'ya gönderilmiştir. KDK bir iki konuda açıklama istedikten sonra, anket başlığının ilk başta değiştirilerek daha genel hale getirilmesi, anketin sonunda gerçek başlığın katılımcılara söylenmesi tavsiyesi ile araştırmayı onaylamıştır. Bu tavsiyenin temel nedeni katılımcılarda önyargıya yol açmamaktır. Bu tavsiye uyarınca anketin başında "İş Değerleri Araştırması" genel başlığı kullanılmış, anketin sonunda ise katılımcılara çalışmanın gerçek başlığının "Amerika'lı ve Türk Çalışanların İş Değerlerinin Karşılaştırılması" olduğu bildirilmiştir.

### ***Parr Etik Merkezi'nin Desteğinin Alınması***

Üniversitenin kuralları gereği, üniversitenin bütün çalışanlarına gönderilecek elektronik postaların (mass email) bir bölüm tarafından desteklenmesi gerekmektedir. Bu desteği sağlamak üzere Parr Etik Merkezi'ne (Parr Center for Ethics, <http://parrcenter.unc.edu>) müracaat edilmiştir. Parr Etik Merkezi de çalışma ile ilgili ayrıntılı bilgi istemiş, yönetim kurulu verilen araştırma bilgilerini ve anketi inceledikten sonra çalışmayı

desteklemeye karar vermiştir. Bu süreçte Parr Etik Merkezi yönetim kurulundan anketi geliştirici yönde geri bildirimler elde edilmiştir.

Bu geri bildirimlerden önemli bir tanesi sorularda kullanılan dilin belli bir cinsiyete hitap eder olmaması gerektiğidir. Orijinal İngilizce soruların bazılarında erkek kişi zamiri veya erkeklere yönelik kelimeler (he, him, his, man vb) kullanılmıştır. Parr Etik Merkezi Başkanı, sadece erkekleri kasteden kelimelerin kullanılmamasını, cinsiyet bakımından nötr kelimelerin tercih edilmesini tavsiye etmiştir. Sorularda bu yönde değişiklikler yapılmış ve bunun ne kadar isabetli olduğu anket sonuçları alındığında kadın katılımcıların erkeklerden daha fazla olmasıyla teyid edilmiştir.

#### **4.2.2.3. Anketin İnternette Yapılması**

Diğer anket teknikleri ile karşılaştırıldığında internet anketlerinin daha hızlı veri toplama, az yanlışlı veri ve ucuzluk bakımından avantajlı olduğu görülmektedir. İnternet kullanımının zaman ve yer kısıtlarını ortadan kaldırması, özellikle örneklem kütesinin hareketli veya dağınık bir şekilde olduğu durumlarda büyük kolaylık sağlamaktadır (Şimşek, Veiga ve Lubatkin 2005:180).

Yukarıdaki faydalarına ilâve olarak internet anket metodunun kâğıt kalemle yapılan ankete veya yüz yüze görüşerek yapılan ankete tercih edilmesinin muhtelif nedenleri vardır. Bunların başında ankette yer alan bazı şahsî sorulara insanların rahat ve doğru cevap vermelerinin sağlanması gelmektedir. Bu araştırma kapsamında yapılacak analizlerde önemli yer tutan din ve dindarlık ile ilgili soruların, internet üzerinden daha kolaylıkla cevaplanacağı düşünülmektedir. Zira bu yöntemle cevap verenlerin kimlik bilgilerinin saptanması mümkün değildir. Katılımcılarla ilgili alınan yegâne bilgi email adresidir ve bu adresler anket cevapları tamamen alındıktan hemen sonra verilerden ayrılmış, başka yerde muhafaza edilmiştir.

Anketin internette yapılmasının bir diğer nedeni, ABD’de internet kullanımının yaygınlığıdır. Hedef kitlenin bir bölümünü oluşturan UNC-CH çalışanlarının sayısı 11,000 civarındadır ve bu personelin 10,000’den fazlasının internete erişim imkânlarının olduğu tahmin edilmektedir. Ayrıca Türk hedef kitleye ulaşma zorluğu da adeta internet

kullanımını mecburî hale getirmektedir. Zira ABD’de dağınık bir şekilde yaşayan Türklere ulaşabilmenin en kolay ve en ucuz yolu internettir.

Anket formalarının posta ile gönderilmesi, getirdiği malî külfetin yanında ankete katılacaklara da ayrı bir meşguliyet çıkartmaktadır. Anketi doldurmakla katılımcının sorumluluğu bitmemekte, anketin araştırmacıya geri postalanması da katılımcıya kalmaktadır. Katılımcılara anketi geri göndermek için posta masrafı ödenmiş zarflar dahi gönderilse, insanların bu zarfları postaneye götürmek zorunda olmaları caydırıcı olmaktadır. Halbuki gönderilen elektronik postada anketin linki katılımcılara verilmekte ve hemen o anda linke tıklamak sureti ile anketi tamamlama imkânı sunulmaktadır.

İnternette yapılan anket ile kaybedilen en önemli özellik, yüz yüze görüşmede elde edilebilecek derinlemesine mülakat imkânıdır. Katılımcının anketi araştırmacının yanında yapması veya soruları araştırmacının sorarak cevapları not etmesi, soruların tam istendiği gibi anlaşılması imkânını vermektedir. Ancak bütün katılımcılar anketi bu şekilde yapmadıkları takdirde soruların anlaşılması konusunda dengesizlikler ortaya çıkabilir. Yüz yüze görüşmenin avantajını bir derece de olsa internet anketine taşıyabilmek amacıyla anketin sonunda açık uçlu bir soru sorularak, katılımcıların anket veya araştırma ile ilgili söylemek istedikleri şeyleri yazmaları istenmiştir. Bu ankette katılımcılardan çok faydalı geri bildirim alınmıştır. Katılımcıların bir kısmı bu anketin çok faydalı olacağını umduklarını ve en kısa zamanda yayınlanması gerektiğini vurgularken, bazıları da bunlara ilâveten sorulmasının uygun olduğunu düşündükleri soruları ifade etmişlerdir.

İnternet anketinin bir diğer faydası da katılımcıların verdikleri cevaplara göre ankette daldanmanın mümkün olmasıdır. Örneğin sorulardan birinde katılımcıya hangi dine mensup olduğu ve devamında da kişinin dindarlık derecesi hakkında fikir edinebilmek amacıyla ibadet sıklığı sorulmaktadır. Burada Müslümanlara ne sıklıkta namaz kıldıkları, Hristiyanlara ise ne sıklıkta kiliseye gittikleri sorulmaktadır. Ayrıca din sorusunu Hiçbiri diye işaretleyen birisine bu soruların sorulmasının anlamsızlığı ortadadır. İnternet anketi bütün bu uygulamayı kolaylaştırmakta, din sorusuna farklı

cevap verenler farklı dallara yönlendirilerek ilgili soruların sorulması mümkün olmaktadır.

İnternette yapılan ankette, elde edilen cevapların analizlerin yapılacağı ortama aktarılmasında da büyük kolaylık sağlanmaktadır. Kâğıt üzerinde yapılan anketlerde olduğu gibi, verilerin bilgisayarda analiz edilmek üzere tekrar girilmesine veya optik okuyucularla taranmasına gerek kalmamaktadır. Katılımcılar anketi cevapladığında veriler doğrudan bilgisayarda tutulmakta ve analiz için kullanılacak yazılıma aktarılabilir. Böylelikle veri aktarımından doğabilecek hata oranı azaltılmaktadır.

**Tablo – 4.1**

**İnternette Gerçekleştirilecek Anketler İçin Rehber**

Aşamalar	Yapılacaklar
1. Araştırmanın Amacı	<ul style="list-style-type: none"> <li>İlgilenilen hedef kitleyi belirle</li> <li>Toplanacak verileri tanımla</li> <li>Sonuçlarda istenilen hassaslığı belirle</li> <li>Alternatif veri toplama metodlarını gözden geçir</li> </ul>
2. Hedef kitle ve örneklemin belirlenmesi	<ul style="list-style-type: none"> <li>İnternet anketinin uygulanabilirliğini ve fizibilitesini değerlendir</li> <li>Örneklem kütesinin seçim metodunu belirle</li> <li>Hedef kitlenin alternatif modellere olabilecek reaksiyonunu gözden geçir</li> </ul>
3. Uygun internet anket metodunun belirlenmesi	<ul style="list-style-type: none"> <li>Örneklemin hedef kitleyi temsilini belirle</li> <li>Örneklem boyutunu belirle</li> <li>Tek bir veya birden fazla internet anket metodun birlikte kullanımını belirle</li> </ul>
4. Anket sorularının hazırlanması ve anket yazılımının belirlenmesi	<ul style="list-style-type: none"> <li>Alternatif anket metodlarını gözden geçir</li> <li>Kullanımdan önce anket sorularını gözden geçir</li> <li>Anketi dene ve gerekli düzeltmeleri yap</li> </ul>
5. Ankete katılıma daveti başlatarak anketin test edilmesi	<ul style="list-style-type: none"> <li>Anketin açılışını önceden bildir</li> <li>En etkin davet format ve metodunu belirle</li> </ul>
6. Anketi gerçekleştirilmesi, gerekirse hatırlatma yapılması	<ul style="list-style-type: none"> <li>Ankete katılımı teşvik tekniklerini değerlendir</li> <li>Hatırlatmaların nasıl yapılacağını belirle</li> <li>Anketi gönderdikten sonra tekrar hatırlatma yap ve teşekkür et</li> </ul>
7. Anketin kapatılması ve verilerin analiz yazılımına aktarılması	<ul style="list-style-type: none"> <li>Anket yazılımının analiz yazılımına veri transferi kabiliyetini değerlendir</li> <li>Transfer edilen verinin niteliğini ve niceliğini belirle</li> <li>Değişkenlerin doğru olarak aktarıldığından emin ol</li> </ul>

Kaynak: Şimşek vd. 2005:193.

Şimşek, Veiga ve Lubatkin (2005: 189-195) kendi yaptıkları internet anketinden elde ettikleri tecrübeler sonucunda aşağıda özetlenen süreci geliştirmişler ve diğer araştırmacılara da kullanımını tavsiye etmişlerdir. Araştırmamızda Tablo-4.1’de verilen süreç takip edilmiş ve bu sürece ait çalışmalar kısaca aşağıda anlatılmıştır.

1.Birinci aşamada Protestan Çalışma Ahlâkı ve işe yönelik tutumlar ile ilgili daha önceden kullanılmış anket soruları kullanıldığından bunlarla ilgili toplanacak verilere karar verilmesine gerek kalmamıştır. Ancak demografik olarak hangi verilerin toplanması gerekliliği üzerinde durulmuş ve bu konuda UNC-CH’in Odum Enstitüsü’nün yardımına başvurulmuştur.

2.Amerikan örneklem kütlesi olarak Kuzey Carolina Üniversitesi çalışanları, Amerika’da yaşayan Türkler örneklem kütlesi olarak da iki dernek ve dört elektronik posta haberleşme grubunun üyeleri seçilmiş ve bu kütlelerin tamamına mesaj gönderilmiştir.

3.Anket metodu olarak anket sorularının internette yayınlanması seçilmiş ve katılımcılar elektronik posta ile bu sayfaya davet edilmiştir.

4.Anketin Protestan Çalışma Ahlâkı ve başarı ihtiyacı ile ilgili kısımları için, daha önceden kullanılarak denenmiş sorular seçildiğinden bunlar değiştirilmemiştir. Sadece demografik sorular pek çok örneklere bakarak geliştirilmiş ve UNC-CH Odum Enstitüsü’nden ([www.irss.unc.edu/odum](http://www.irss.unc.edu/odum)) yardım alınmıştır. ABD’de yapılan anketlerde, KDK’ların koyduğu kurallar nedeniyle anket katılımcılarına sorulacak şahsî sorulara çok önem verilmektedir. Nelerin sorulduğu, hatta sorularda kullanılan kelimelerin seçimi araştırmaların KDK’lar tarafından kabulünü etkilemektedir.

Odum Enstitüsü’nden alınan yardım, anketin geliştirilmesi ile sınırlı kalmamış, anketin yer alacağı İnternet sitesi de bu Enstitü aracılığıyla bulunmuş ve kullanılmıştır. Microsoft Word dokümanı olarak hazırlanmış olan anket, Qualtrics, Inc. adlı firmanın yazılımı ile internete uygun şekilde tekrar hazırlanmış ve firmanın internet sitesine (<https://uncodum.qualtrics.com/>) yüklenmiştir. Odum Enstitüsü, UNC-CH’den kendisine

tahsis edilen fonlarla bu firmadan internet anket hizmeti aldığından, firmaya ayrıca herhangi bir ödeme yapmak gerekmemiştir.

5.Katılımcıları ankete davet etmek üzere bir elektronik posta mesajı hazırlanmış ve KDK onayına müracaat edildiğinde bu metnin de onayı alınmıştır.

6.Söz konusu elektronik posta, UNC-CH'in çalışanlarının elektronik posta listesine ve yukarıda bahsedilen Türk dernekleri ve elektronik posta haberleşme gruplarına gönderilmiştir. Ankete katılım yüzdesini artırmak amacıyla, ABD'nin genelinde yaygın olan *Target* mağaza zincirinden üç adet 10 dolarlık hediye çeki için çekiliş yapılacağı mesajda bildirilmiştir. Amerikan hedef kitleden yeterince cevap alındığı için herhangi bir hatırlatma yapılmamış, ancak Türk toplumundan gelen cevap sayısı az olduğu için aynı mesaj gruplara küçük hatırlatma notu ile iki kere daha gönderilmiştir.

7.Her iki grup için de yeterli sayıya ulaşıldığında anket kapatılmış ve veriler anketin yer aldığı internet sitesinden indirilmiştir.

#### 4.2.2.4. Ankete Katılımı Teşvik

ABD'de pek çok firma profesyonel olarak anketler vasıtasıyla veri toplayarak araştırmacılara hizmet vermektedirler. Bu firmaların hizmetlerini kullanmak mümkün olmakla birlikte, önemli derecede kaynağa ihtiyaç duyulmaktadır. Bu firmalar potansiyel anketler için bir katılımcı havuzu tutmakta, anketleri bu listelerine göndermekte, katılımcılara belli bir ücret ödemekte ve bunu da araştırmacılara yansıtmaktadırlar. ABD'deki araştırmacıların büyük çoğunluğu devlet kurumlarının veya vakıfların ayırdıkları fonlardan faydalanarak bu maliyetleri karşılamaktadırlar.

Mevcut araştırmadaki kaynak sınırlılığı dolayısı ile anketin gönüllü katılımcılar arasında yapılması plânlanmıştır. Üniversite ortamında olmak gönüllülerin bulunmasını kolaylaştırdığı gibi, bazı istatistiksel hizmetlerin alınması bakımından da büyük kolaylık sağlamıştır. Üniversite çalışanları bu tür araştırma çalışmalarına toplumun geneline göre daha alışık oldukları için katılım yüzdesinin yüksek olması beklenmektedir. Ancak düşük katılım riskini mümkün olduğunca azaltmak ve ankete katılanların anketin



tamamını yapmalarını teşvik etmek amacıyla anketi tamamlayanlar arasında bir çekiliş yapılarak üç kişiye 10 dolar değerinde hediye çeki verileceği anketin başında belirtilmiştir. Anket sonucunda elde edilen yüksek katılımı bunun etkisi olduğu düşünülmektedir.

#### 4.2.3. Örneklem Metodu

Bilimsel araştırmanın amacı, genel olaylar, konular veya değişkenler hakkında bir şeyler öğrenmektir. *Araştırma kütlesi*, hakkında bilimsel açıklamalar yapılacak bütün birimleri ifade etmektedir. Ancak, malî, zaman ve personel kısıtları nedeniyle herhangi bir araştırma kütlesi içindeki bütün birimlerin gözlenmesi mümkün değildir. Bu noktadaki çelişki, araştırma kütlesinin tamamını gözlemlemeden, onun hakkında nasıl açıklama yapılacağıdır. Bu problemi çözmek üzere yaygın olarak kullanılan yöntem, araştırma kütlesinin bir bölümü üzerinde gözlem yapmaktır ve bu gruba da *örneklem kütlesi* denmektedir (Walizer ve Wienir 1978: 426). Araştırma kütlesine ait çeşitli ilişkilerin, örneklem kütlesinde de yer aldığı tespit edildiğinde, bu örneklem kütlesinin genel toplumu temsil ettiği söylenebilir (Rasmussen, Ostergaard ve Beckmann 2006: 123).

Örneklemenin iki ana kategorisi: i) araştırmacının bir topluluktan denek ve vakaları seçme olasılığını bildiği (olasılığa dayanan örnekleme) ve ii) araştırmacının bir topluluktan denek ve vakaları seçme olasılığını bilmediğidir (olasılığa dayanmayan örnekleme). Olasılığa dayanan örnekleme; basit olasılık örnekleme (*simple random sampling*), sınıflı olasılık örnekleme (*stratified random sampling*), sistematik örnekleme (*systematic sampling*), ve kümesel örnekleme (*cluster sampling*) olarak dört alt gruba ayrılır. Olasılığa dayanmayan örnekleme ise; uygunluk örnekleme (*convenience sampling*) ve amaçlı örnekleme (*purposive sampling*) olarak iki alt gruba ayrılır (Vogt 2007: 77-84). Martella, Nelson ve Marchand-Martella (1999: 124-125) olasılığa dayanmayan örnekleme; kota örnekleme (*quota sampling*), uygunluk örnekleme (*convenience sampling*), fırsat örnekleme (*opportunity sampling*) ve gönüllü örnekleme (*volunteer sampling*) olarak dört alt gruba ayırmaktadır.

Bu çalışmada tabakalandırılmış (Türk ve Amerikan katılımcılar) rastgele örnekleme yöntemine uygun bir örnekleme oluşturulmaya çalışılmıştır. Ankete davet edilen

örneklem kütlesi Kuzey Carolina Üniversitesi çalışanları (idari ve akademik personel) ile ABD’de yaşayan Türkler’dir.

Amerika’lı çalışanları temsilen UNC-CH’de idari görevlerde çalışan ve Üniversitede öğretim üyeliği veya araştırmacılık yapanlar seçilmiştir. Hedef kütleye ulaşmak üzere, Üniversitede etkin bir şekilde kullanılan elektronik posta dağıtım listesinden faydalanılmış ve örneklemin tamamına elektronik posta mesajı gönderilmiştir. Tezin sonunda ekler kısmında İngilizce ve Türkçe olarak yer alan bu mesajda araştırma hakkında bilgi verilmiş ve mesajın sonundaki internet sayfası linkini takip ederek ankete katılmaları istenmiştir. UNC-CH’nin Kurumsal Değerlendirme Kurulu, katılımcılar arasında herhangi bir farklı anlamaya neden olunmaması için bütün örneklem kütlesine aynı mesajın gönderilmesini istemiştir. Dolayısı ile Türk örneklem kütlesine de UNC-CH çalışanlarına gönderilen mesajın aynısı gönderilmiştir. Baştan itibaren zaten böyle plânlanan bu uygulamanın –Türkler’e de İngilizce anket gönderilmesinin– bir nedeni de Amerika’da mümkün olduğunca uzun süredir bulunan, dil öğrenmiş ve Amerikan toplumuna adapte olmuş insanlara ulaşma isteğidir.

Ankete davet mesajı, Kuzey Carolina Üniversitesi’nde çalışan yaklaşık 10,500 kişiye gönderilmiş ve 700 kişiden cevap alınmıştır. Dolayısı ile Amerikan hedef kitlesinin cevap verme oranı yaklaşık %7’dir. Sosyoloji ve İşletme bölümünde görevli bazı öğretim üyeleri bu cevap verme oranını duyduklarında bunun şaşırtıcı derecede yüksek olduğunu belirtmişlerdir. Bunun en önemli nedeninin özellikle son yıllarda ABD’de yaşanan muhasebe skandalları nedeniyle konunun insanlara cazip gelmesi olduğu düşünülmektedir. Ayrıca vaad edilen 10 dolarlık hediye çeki çekilişinin de etkili olduğuna inanılmaktadır, zira ankete katılanların %75’i bu çekilişe katılmak istediklerini belirtmişlerdir.

Yukarıda belirtildiği üzere, ABD’de yaşayan Türklere ulaşmak amacıyla çeşitli derneklere ve bazı elektronik haberleşme gruplarına mesajlar gönderilmiştir. Türk hedef kütlesine de UNC-CH çalışanlarına gönderilen mesajın aynısı gönderilmiş olmakla birlikte, mesajın başına kısa bir ilâve yapılarak bu elektronik postayı alanlardan mümkünse mesajı ABD’de yaşayan tanıdıkları diğer Türklere göndermeleri istenmiştir.

Mesaj gönderilen dernek ve elektronik posta grupları şunlardır:

- American Turkish Association of North Carolina (Kuzey Carolina Amerikan-Türk Derneği) (Yaklaşık 530 üye),
- Divan Cultural Center (Divan Kültür Merkezi) (Yaklaşık 300 üye),
- Jobs-For-Turks elektronik posta haberleşme grubu (Yaklaşık 7800 üye),
- TurkFinans elektronik posta haberleşme grubu (Yaklaşık 160 üye),
- USA-Turkleri elektronik posta haberleşme grubu (Yaklaşık 2550 üye),
- NC\_Sohbet elektronik posta haberleşme grubu (Yaklaşık 250 üye)

TurkFinans ve Jobs-For-Turks gruplarının üyelerinin yaklaşık yarısı Türkiye’de bulunmakta, dolayısı ile hedef kitleye girmemektedir. Gruplara gönderilen mesajlarda sadece ABD’de yaşayan Türklerin katılımının istendiği vurgulandığından bu grupların yarısını dikkate almak suretiyle bir cevap verme oranı hesaplanabilir. Bu kabul ile yapılan hesaplama sonucunda Türk toplumunun cevap verme oranı yaklaşık %2 çıkmaktadır.

Amerikan nüfusunun 250 milyon, ABD’de yaşayan Türk nüfusunun ise yaklaşık 150 bin civarında olduğu düşünülürse, 700 Amerika’lıya karşın 100 Türk’ün ankete katılmış olması anlamlı görünmektedir. Ancak ankete davet alanların anketi cevaplama oranlarına bakıldığında Türklerin Amerika’lılara nispetle oldukça düşük seviyede cevap verdikleri görülmektedir.

#### **4.2.4. Örneklem Kütlesinin Yapısı**

İnternette üç hafta süresince açık kalan ankete 806 kişi katılmıştır. Veriler incelendiğinde 3 kişinin ankete başladığı ancak baştan bir veya iki soruyu cevapladıktan sonra yarım bıraktığı, dolayısı ile 803 kişinin anketi tamamladığı tespit edilmiştir. Veri analizleri anketi tamamlamış olan 803 cevap üzerinden yapılmıştır. Kurumsal Değerlendirme Kurulu’nun kuralları gereğince, anket esnasında soruların cevaplanması isteğe bağlı bırakılmıştır. 32,120 mümkün cevap içinden sadece 74 tanesi cevapsız bırakılmıştır, bu da %0,2’ye tekabül etmektedir.

Örneklem kütesinin cinsiyet dağılımı ve medenî durumları Tablo-4.2’de görüldüğü gibidir.

**Tablo – 4.2**

Örneklem Kütesinin Cinsiyet Dağılımı ve Medeni Durumları

		Frekans	Yüzde
Cinsiyet	Kadın	561	69,9
	Erkek	241	30,0
	Cevapsız	1	0,1
Medenî Durumu	Bekâr	275	34,2
	Evli	467	58,3
	Boşanmış	54	6,7
	Eşi vefat etmiş	6	0,7
	Cevapsız	1	0,1

Anket esnasında katılımcılardan yaşları için belli bir grubu seçmek yerine doğrudan yazmaları istenmiştir. Daha sonra bu alınan yaş bilgileri Tablo-4.3’te görüldüğü gibi gruplanmıştır. Anketi cevaplayan en genç katılımcı 18, en yaşlı katılımcı ise 79 yaşındadır. Katılanların yaş ortalaması 39,80’dir.

**Tablo – 4.3**

Örneklem Kütesinin Yaş Dağılımı

Yaş Grubu	Frekans	Yüzde
16 – 20	39	4,9
21 – 25	85	10,6
26 – 30	135	16,9
31 – 35	98	12,2
36 – 40	70	8,7
41 – 45	71	8,8
46 – 50	95	11,8
51 – 55	108	13,4
56 – 60	65	8,1
61 ve üzeri	37	4,6

Yaşla ilgili soruya paralel olarak, ankete katılanlardan çalışma tecrübelerinin kaç yıl olduğunu doğrudan yazmaları istenmiştir. Tablo-4.4’ten görüleceği üzere ankete katılanların büyük çoğunluğu (504 kişi) sıfır ile beş yıl arasında tecrübeye sahiptir. 21 yılın üzerinde tecrübeye sahip katılımcı sayısının da 64 olması dikkat çekicidir.

**Tablo – 4.4**

## Örneklem Kütlesinin Tecrübe Dağılımı

Tecrübe (yıl)	Frekans	Yüzde
0 – 2	280	34,8
3 – 5	224	27,9
6 – 8	95	11,8
9 – 11	60	7,5
12 – 14	31	3,9
15 – 20	49	6,1
21 ve üzeri	64	8,0

Avrupa'dan göç eden insanlar tarafından kurulmuş olan ABD'de insanların etnik kökeni her zaman önemli bir konu olmuştur. Yıllar içinde Amerika kıtasının yerlilerinin nüfusunda görülen azalma ve zenci nüfus ile ilgili olarak günümüze kadar gelen problemler, etnik köken konusunun hassasiyetini daha da artırmaktadır. Bu konu ile ilgili bilgi almak üzere hazırlanan soru üzerinde çok düşünülmüş ve gene Odum Enstitüsü'nün tavsiyeleri alınarak insanları kırmayacak kelimeler seçilmeye çalışılmıştır. Ankete katılanların etnik dağılımı Tablo-4.5'te gösterilmektedir.

**Tablo – 4.5**

## Örneklem Kütlesinin Etnik Dağılımı

Etnik Köken	Frekans	Yüzde
Amerika'lı yerli	2	0,2
Afrikalı Amerika'lı	40	5,0
Asyalı	30	3,7
Hispanik	8	1,0
Beyaz	687	85,7
Çok ırklı	10	1,2
Diğer	22	2,7
Cevapsız	4	0,5

Anket, özellikle Amerikan hedef kütlesi için üniversite toplumuna gönderildiğinden katılımcıların eğitim düzeyinin yüksek çıkacağı tahmin edilmiştir. ABD'de yaşayan Türklerin de büyük bir kısmının üniversite mezunu oluşunun etkisi ile, katılımcıların büyük çoğunluğunun lisans veya lisans üstü dereceye sahip oldukları tespit edilmiştir. Katılımcıların eğitim düzeyleri Tablo-4.6'da verilmektedir.

**Tablo – 4.6**  
Örneklem Kütlesinin Eğitim Düzeyi

Eğitim düzeyi	Frekans	Yüzde
Lise mezunu veya daha az	16	1,9
Üniversiteye başlamış, bitirmemiş	126	15,7
Üniversite mezunu	145	18,1
Yüksek lisansa başlamış, bitirmemiş	122	15,2
Yüksek lisans mezunu	236	29,4
Doktora başlamış, bitirmemiş	36	4,5
Doktora mezunu	122	15,2

Demografik kısımda yer alan gene hassas sorulardan biri din sorusudur. Burada katılımcılara yedi alternatif verilerek bunlardan birini seçmeleri istenmiş, şayet bunlardan birisi kendilerine uygun değilse, “diğer” seçeneğini işaretleyerek verilen alana istediklerini yazma imkânı sağlanmıştır. 313 kişi ile Protestanlık en çok işaretlenen din olmuştur. Araştırmanın başında düşünülmemiş olmakla birlikte, 180 kişinin “Hiçbiri” seçeneğini işaretlemesi nedeniyle, Protestan, Katolik ve Müslüman yanında Hiçbiri cevapları da analizde hesaplamalara katılmıştır. Budist, Hindu, Yahudi ve Diğer cevapları analizlere katılmamıştır. Dinlere göre dağılım Tablo-4.7’de görülebilir.

**Tablo – 4.7**  
Örneklem Kütlesinin Dinlere Göre Dağılımı

Dinler	Frekans	Yüzde
Budist	9	1,1
Katolik	86	10,7
Hindu	6	0,7
Yahudi	32	4,0
Müslüman	96	12,0
Hiçbiri	180	22,4
Protestant	313	39,0
Diğer	77	9,6
Cevapsız	4	0,5

Ankete katılanların hangi dine mensup olduklarının tespit edilmesinden sonra, dinin insanların günlük yaşamlarında ne derece etkin olduğu belirlenmeye çalışılmıştır. Bu amaçla dinî mensubiyet sorusuna Müslüman veya Hiçbiri diye cevap verenlerin haricindekilere ne sıklıkta dinî törene katıldıkları sorulmuştur. Tablo-4.8, Katolik ve Protestanların ne sıklıkta kiliseye gittiklerini göstermektedir.

**Tablo – 4.8**

## Katolik ve Protestanların Kilisedeki Törenlere Katılımları

	Katolik		Protestan	
	Frekans	Yüzde	Frekans	Yüzde
Haftada birden fazla	3	3,5	47	15,0
Haftada bir	22	25,6	91	29,1
Sıklıkla ancak her hafta değil	11	12,8	51	16,3
Pek nadir	36	41,9	91	29,1
Hiçbir zaman	14	16,2	33	10,5
Toplam	86	100,0	313	100,0

Benzeri şekilde Müslümanların günlük yaşamlarında dinin yerini belirlemek amacıyla, onlara da ne sıklıkla namaz kıldıkları sorulmuştur. Müslümanların bu soruya verdikleri cevaplar Tablo-4.9’da gösterilmektedir.

**Tablo – 4.9**

## Müslümanların Namaz Kılma Oranları

	Müslüman	
	Frekans	Yüzde
Hergün	58	60,4
Haftada birden fazla	11	11,5
Haftada bir	8	8,3
Ayda 1-3 kere	2	2,1
Ayda birden az	8	8,3
Hiçbir zaman	9	9,4
Toplam	96	100,0

Üniversite camiasından yeterince Türk katılımcı bulunması mümkün olmadığından, Türklere şahsî temaslarla ulaşılmaya çalışılmış ve sonuçta 102 Türk anketi doldurmuştur. Katılımcıların milliyete göre dağılımı Tablo-4.10’da özetlenmiştir.

**Tablo – 4.10**

## Örneklem Kütlesinin Milliyete Göre Dağılımı

Milliyet	Frekans	Yüzde
Türk	102	12,7
Amerika’lı	700	87,2
Cevapsız	1	0,1

Ankette son olarak katılımcılara araştırmanın sonuçlarını isteyip istemedikleri ve yapılacak olan üç adet 10 dolarlık çekilişe katılıp katılmayacakları sorulmuştur. Çekilişe katılacak olanlardan elektronik posta adreslerini verilen alana yazmaları istenmiştir. Bu bilgiler Tablo 4.11’de bir araya toplanmıştır.

**Tablo – 4.11**

Araştırmanın Sonuçlarını ve Çekilişe Katılmayı İsteyenler

		Frekans	Yüzde
Araştırmanın sonuçlarını isteyenler	Evet	510	63,6
	Hayır	287	35,7
	Cevapsız	6	0,7
Çekilişe katılmak isteyenler	Evet	601	74,8
	Hayır	199	24,8
	Cevapsız	3	0,4

Nihayet katılımcılara anketi bitirmeden hemen önce, gerek anket gerekse araştırma ile ilgili yorum ve fikirlerini yazabilmeleri için bir alan sağlanmıştır. 613 kişinin yorumlarını yazdığı bu alan sayesinde katılımcılardan önemli ölçüde geri bildirim elde edilmiştir.

#### 4.2.5. Veri Analizi

Ankette elde edilen verilerin analizinde kolaylık sağlaması bakımından, katılımcıların Protestan Çalışma Ahlâkı’nı ölçen 19 soru için faktör analizi yapılarak beş faktör tespit edilmiştir. Daha sonra da hem PÇA hem de başarı ihtiyacı için tekli ve çoklu varyans analizleri yapılmıştır.

##### 4.2.5.1. Faktör Analizi

Amacı herhangi bir veri matrisindeki temel yapıyı bulmak olan faktör analizi (Hair vd. 1995: 366), değişkenler arasındaki korelasyonların kalıplaşmış benzerliklerini bulmak için kullanılır (Vogt 2007: 230). Faktör analizi ile, çok sayıda değişken arasındaki ilişkilerin (korelasyonların) analizini yapma problemi çözülmeye çalışılır. Bu değişkenler arasında var olan bir dizi ortak boyutların (Faktörler) tanımlanmasıyla, faktör analizinin temel iki faydası ortaya çıkar: özetleme ve verinin azaltılması. Faktör analizi sonucunda elde edilen ortak boyutlar, başlangıçtaki değişken sayısından çok daha



az olmakla birlikte verinin tamamını aynı şekilde temsil eder. Bu noktadan sonra değişkenlerle ilgili yapılması plânlanan analizler, bu faktörler için hesaplanan değerler üzerinden dolayısı ile başlangıçtakinden daha az sayıda değişkenle yapılabilir (Hair vd. 1995: 367).

Faktör analizi iki geniş gruba ayrılabilir: keşif amaçlı faktör analizi (exploratory factor analysis) ve teyid edici faktör analizi (confirmatory factor analysis). Genellikle araştırmaların başlangıç safhalarında kullanılan keşif amaçlı faktör analizi, verilerdeki korelasyon kalıplarına yoğunlaşır. Teyid edici faktör analizi ise, belirli bir korelasyon kalıbının eldeki verilere uyup uymadığı ile ilgilenir (Vogt 2007: 231). Başka bir deyişle, keşif amaçlı faktör analizinde araştırmacı, kaç tane faktör olduğunu, bu faktörler arasında korelasyon olup olmadığını belirlemeye ve bulduğu faktörleri isimlendirmeye çalışırken, teyid edici faktör analizinde kaç tane faktör olduğunu ve bunlar arasında korelasyon olup olmaması gerektiğini bilmektedir (Stevens 2001: 386).

Bu araştırmada yer alan ve Protestan Çalışma Ahlâkı'nı ölçen 19 soruya keşif amaçlı faktör analizi uygulanmış (varimax rotation ile) ve aşağıdaki beş faktör bulunmuştur.

- *Faktör 1:* Sıkı çalışma ve başarı.
- *Faktör 2:* İçsel kontrol
- *Faktör 3:* Boş vakte karşı negatif tutum
- *Faktör 4:* Zaman, para ve para biriktirmeye karşı tutumlar
- *Faktör 5:* Kendi başına bir sonuç olarak çalışma

Bu faktörlerin faktör yükleri Bulgular ve Tartışma bölümündeki Tablo-5.1'de görülebilir.

#### **4.2.5.2. Çoklu Varyans Analizi (MANOVA)**

Varyans analizi (Analysis of Variance – ANOVA), iki veya daha fazla veri setinin ortalamalarını (means) mukayese ederek aradaki farklılığın istatistikî olarak anlamlı olup olmadığını tespit eden bir yöntemdir. Burada önemli olan ortalamaların sadece birbirinden farklı olması değil, aradaki farkın şans eseri ortaya çıkmayacak kadar büyük

olup olmadığının belirlenmesidir. ANOVA'dan elde edilen değerlerin anlamlı bir farklılık olduğunu göstermesi, araştırmacıya veri setlerinin ortalamalarının arasında da anlamlı bir farklılık olduğu sonucuna varma imkânı verir. ANOVA hangi veri çiftleri arasında anlamlı bir farklılık olduğu bilgisini vermediğinden genellikle analizlerde bir başlangıç aşaması olarak kullanılır (Martella vd. 1999: 114).

Çoklu varyans analizi (Multivariate Analysis of Variance – MANOVA), iki veya daha fazla grubun, birden fazla bağımlı değişkene göre farklı olup olmadıklarının tespit edilmesi gerektiğinde kullanılır. MANOVA'dan çıkan değer anlamlı bir farklılık olduğunu gösterdiği takdirde, gruplar arasında bir veya daha fazla bağımlı değişkene göre anlamlı bir farklılık olduğu sonucuna varılabilir. Ancak ANOVA'da olduğu gibi MANOVA da grupların anlamlı bir şekilde farklılaştığı bağımlı değişkeni göstermez (Martella vd. 1999: 115).

Bu araştırmada, hangi dine mensup oldukları sorusuna Hiçbiri, Katolik, Müslüman veya Protestan diye cevap veren katılımcıların Protestan Çalışma Ahlâkı ve Başarı İhtiyacı bakımından nasıl benzerlik ve farklılıklar gösterdikleri bulunmak üzere çoklu varyans analizi yapılmıştır. Ayrıca katılımcıların her bir soruya verdikleri cevaplarda anlamlı bir farklılık olup olmadığını görmek amacıyla da tekli varyans analizleri yapılmıştır.

#### **4.2.5.3. Kullanılan Yazılım (SPSS)**

SPSS programı, 1960'lı yıllarda üç Stanford Üniversitesi yüksek lisans öğrencisi tarafından yazılmıştır. İlk olarak “Statistical Package for the Social Sciences”, daha sonraları da “Statistical Product and Service Solutions” kelimelerinin kısaltması olarak ve şimdi de sadece SPSS olarak bilinen Şikago merkezli firma, halihazırda dünyanın en büyük istatistikî yazılım firmalarından biridir. SPSS programının kullanımı, özellikle windows ile uyumlu hale geldikten sonra çok artmıştır. SPSS ile sosyal bilimlerde, iş dünyasında ve diğer bilimlerde ihtiyaç duyulan hemen her türlü istatistikî analizi yapmak mümkündür (George ve Mallery 2003: 2).

Bu araştırmada yapılan anketten elde edilen veriler SPSS (15.0) programında analiz edilmiştir. Bu program, yukarıda bahsedildiği gibi çok güçlü olmasının yanında

kullanım kolaylığı nedeniyle seçilmiştir. SPSS yazılımı, Kuzey Carolina Üniversitesi, Odum Enstitüsü laboratuvarlarında kullanıma açık olarak bulunmakta ve herhangi bir problemle karşılaşılması durumunda laboratuvarın destek personeli kullanıcılara yardım sağlamaktadır. SPSS ile elde edilen analiz sonuçları, Odum Enstitüsünde çalışan bir istatistikçi tarafından SAS programında kontrol ve teyid edilmiştir.

#### 4.2.6. Kısıtlar

Bu araştırma kapsamında yapılan ankete davet edilen örneklem kütesi Kuzey Carolina Üniversitesi çalışanları ve ABD’de yaşayan Türklerdir. Tabakalandırılmış rastgele örnekleme yönteminin kullanıldığı bu ankete cevap veren Amerika’lıların, ABD’nin geneline yayılmış bulunan üniversite camiasını temsil etmekle birlikte Amerikan toplumunun tamamını temsil ettiği söylenemez. Dolayısı ile araştırma sonucunda toplanan veriler ve bunların analiziyle elde edilen sonuçlar, ABD’nin tamamına değil, ancak benzeri üniversite çevrelerine genellenebilir.

Türk örneklem kütesinde daha geniş bir hedefe yönelinmiş, en azından belli bir coğrafi bölgeyle sınırlı kalmayıp, yerel dernekler haricinde ABD’nin muhtelif bölgelerinden Türklerin üye olduğu elektronik haberleşme gruplarına mesaj gönderilerek davet yapılmıştır. Buna rağmen, anketin sadece internette yapılmış olması, katılımcıları elektronik posta kullananlarla sınırlamıştır. Günümüzde ve özellikle de ABD’de internet kullanımı çok yaygındır, ancak gene de anketten elde edilen sonuçların, eğitim seviyesi yüksek, beyaz yakalı Türklere genellenebileceği düşünülmektedir.

Türk hedef kütleyle ulaşmak amacıyla çeşitli elektronik posta listelerine mesajlar gönderilmiş olmakla birlikte, cevap verenlerin %60’tan fazlasının günlük ibadetlerini yerine getirenlerden, dolayısıyla dindar denilebilecek insanlardan meydana gelmesi araştırmanın bir sınırlılığını oluşturmaktadır. Bu araştırmadan elde edilen sonuçların, ABD’de yaşayan bütün Türklerin özelliklerini yansıtmayıp yansıtmadığından emin olmak amacıyla, ileride farklı gruplara anket uygulayarak dindarlık derecesi bu kadar yüksek olmayan Türklerin PÇA değerlerinin ölçülmesinde fayda görülmektedir.

Anketi cevaplarırken ayrılacak sürenin uzun olmaması için, ankete alınan demografik sorular mümkün olduğunca asgaride tutulmuştur. Örneğin, katılımcılara medenî durumları sorulmuşken, çocukları olup olmadığı sorulmamıştır. Gene katılımcılara eğitim seviyeleri ve işleri sorulurken, ailelerinin eğitim durumları ve ne iş yaptıkları sorulmamıştır.

### **4.3. PROTESTAN ÇALIŞMA AHLÂKI İLE İLGİLİ BULGULAR**

Alman sosyolog Max Weber'in 1905 yılında yazdığı ve 1920 yılında revize ettiği "Protestan Ahlâkı ve Kapitalizmin Ruhu" isimli makalesi, hem kendi çağında hem de yıllar sonrasında, hatta günümüzde üzerinde en çok tartışılan yayınlardan biri olmuştur. Weber bu eseri ile modern anlamdaki Batı kapitalizminin oluşmasında sadece ekonomik güçlerin değil dinî etkenlerin de rol oynadığını ileri sürmektedir. Küreselleşme ve büyük hızla gelişen iletişim imkânları dolayısı ile farklı ülkelerin insanları birbirlerinin kültürlerini öğrenmekte ve etkilemektedir. Bu durum kütleler arasında yaklaşım sağlasa, dinler üstü hümanistik yaklaşımlar çok konuşulsa da dinî farklılıkların ortadan kalkacağına dair herhangi bir işaret görünmemektedir. Ancak farklı dinlere mensup insanların, birbirine çok benzeyen ahlâkî yaklaşımlara sahip oldukları da bir gerçektir. İşte bu durumun bir tespitini yapmak amacıyla ve ABD'de yaşayan Türkler ile Amerika'lıları karşılaştırmak üzere katılımcıların PÇA değerlerinin ölçüldüğü bir anket yapılmıştır.

#### **4.3.1. Protestan Çalışma Ahlâkı'nın Boyutları**

Anket sonucunda elde edilen veri üzerinde yapılan keşif amaçlı faktör analizinde, PÇA değerini ölçmek için kullanılan bütün soruların beş faktör altında toplandığı görülmüştür. Arslan'ın (2001b: 326) çalışması ile paralellik gösteren bu faktörler şu şekilde isimlendirilmiştir:

- Sıkı çalışma ve başarı,
- İçsel kontrol,
- Boş zamana karşı negatif tutum,
- Zaman, para ve paraya karşı tutum,
- Kendi başına bir sonuç olarak çalışma.

**Tablo – 4.12****PÇA Soruları İçin Döndürülmüş Faktör Matrisi (Rotated Component Matrix)**

Sorular	Faktörler				
	1	2	3	4	5
Çok sıkı çalışan insanlar başarılı olmak konusunda daha fazla şansa sahiptirler.	<b>0,784</b>	0,093	-0,094	0,129	-0,057
İşine çok sıkı sarılan birisinin iyi bir hayat seviyesine ulaşması daha muhtemeldir.	<b>0,778</b>	0,114	-0,091	0,070	0,083
Çok çalışma başarıyı çok az garanti eder (Ters ölçek).	<b>-0,610</b>	-0,048	0,087	0,312	-0,159
Hayatta başarılı olamayan insanlar kısaca tembel insanlardır.	<b>0,486</b>	0,471	-0,126	0,169	-0,016
Hoş olmayan bir işe bile coşkuyla sarılan bir kişi hayatta başarılı olur.	<b>0,482</b>	0,050	0,141	0,249	0,267
Eğer hoşlandığım bazı dünyevi zevklerden vazgeçersem daha başarılı olurum diye sık sık düşündüğüm olur.	-0,127	<b>0,634</b>	-0,153	0,053	-0,050
Bir işte başarısız olanlar genellikle bu iş için yeterli gayret göstermemişlerdir.	0,458	<b>0,580</b>	-0,111	0,086	-0,041
Sıfırdan başlayıp da başarılı ve zengin olanlar, doğuştan zengin olanlara göre daha ahlâkî davranırlar.	0,194	<b>0,501</b>	0,066	0,190	0,121
Eğer hiç acı çekmek zorunda kalmasaydık hayatın çok az anlamı olurdu.	0,067	<b>0,495</b>	-0,044	0,187	0,218
Sıkı çalışmaktan kaçınmak zayıf bir kişiliğin belirtisidir.	0,182	<b>0,491</b>	-0,060	0,154	0,277
Daha çok boş zamanımız olsaydı hayat daha anlamlı olurdu (Ters ölçek).	-0,054	0,016	<b>0,852</b>	0,004	0,009
İnsanlar rahatlayabilmek için daha çok boş zamana sahip olmalılar (Ters ölçek).	-0,073	-0,127	<b>0,822</b>	0,037	-0,083
İnsanların daha az boş vakti olsaydı, toplumda daha az sorun yaşanırdı.	0,096	0,275	<b>-0,562</b>	0,430	-0,043
Kredi kartı dikkatsiz harcamaya giden yoldur.	-0,070	0,207	0,202	<b>0,592</b>	-0,37
Kolayca kazanılan para genellikle kolay harcanır (Hay'dan gelen Hu'ya gider).	0,132	0,197	-0,130	<b>0,563</b>	0,171
İnsanların çoğu faydasız eğlencelerle vakit geçirmektedir.	0,144	0,222	-0,369	<b>0,534</b>	-0,036
Okuldaki en güç dersler genellikle sonunda en çok işe yarayanlardır.	0,012	0,124	0,091	0,051	<b>0,748</b>
Yapacak iş az olduğu zaman kendimi rahatsız hissederim.	0,059	0,333	-0,123	-0,210	<b>0,546</b>
Bir kimsenin işinde elinden gelenin en iyisini yapması kadar insanı mutlu eden pek az şey vardır.	0,243	-0,128	-0,143	0,380	<b>0,519</b>
Döndürme yöntemi: Kaiser normalleştirilmesi ile Varimax, KMO örneklem yeterliliği: 0,826 Bartlett küresellik testi: 2815,505, Anlamlılık: 0,000					

Jones (1997: 763) PÇA'nın boyutlarını sıkı çalışma, zamanın kullanımı, para biriktirme ve yenilik ve dürüstlük olarak sıralamaktadır. Furnham (1990a: 391-394) yedi farklı PÇA ölçeğini karşılaştırdığı çalışmasında bütün soruların beş faktör altında toplandığını, bu çalışmada da kullanılan Mirels ve Garrett'in sorularının ise şu üç faktörde yoğunlaştığını görmüştür: sıkı çalışmaya inanç, boş zamanın rolü ve dindarlık

(ascetisism). Aynı şekilde, Mirels ve Garrett'in geliştirdiği PÇA ölçeğinin faktör yapısını incelemek üzere Taiwan Ulusal Üniversitesi'nde bir araştırma yapan Tang (1993: 110) dört faktör bulmuştur: sıkı çalışma, içsel dürtü, dindarlık ve boş zamana karşı tutum. Mirels ve Garrett'in ölçeğini kullanmak yerine kendileri daha kapsamlı bir çalışma değerleri ölçeği geliştiren Wollack ve diğerleri (1971: 332) yedi boyut ortaya koymuşlardır: işinden gurur duymak, işe bağlılık, işte kendini meşgul tutma, para kazanmaya karşı tutum, işin sosyal statüsü, işte yükselme isteği ve kendini çalışmak zorunda hissetme.

Protestan Çalışma Ahlâkı'nın diğer dinler için de geçerli olduğunu, dolayısıyla bu kavramın sadece Çalışma Ahlâkı şeklinde isimlendirilmesi gerektiğini söyleyen Blau ve Ryan (1997: 436), yaptıkları araştırma sonucunda çalışma ahlâkı için dört boyut bulmuşlardır (444): sıkı çalışma, boş zamana karşı negatif tutum, bağımsızlık ve dindarlık.

Bütün bu araştırmalara bakıldığında, Çalışma Değerleri Anketimizde ortaya çıkan ve faktör yükleri Tablo-4.12'de verilen PÇA boyutlarının literatür ile paralellik gösterdiği söylenebilir.

**Tablo – 4.13**

PÇA Faktörleri Eigen ve Açıklanan Varyans Değerleri

	Eigen değerleri	Açıklanan Varyans %	Toplam Yüzde
Faktör 1 – Sıkı çalışma ve başarı	4,204	22,126	22,126
Faktör 2 – İçsel kontrol	1,787	9,403	31,529
Faktör 3 – Boş vakte karşı negatif tutum	1,542	8,117	39,646
Faktör 4 – Zaman, para ve para biriktirmeye karşı tutum	1,173	6,174	45,820
Faktör 5 – Kendi başına bir sonuç olarak çalışma	1,000	5,229	51,049

Bulunan beş faktörün Eigen değerleri 1,000 ve üzerinde çıkmıştır. Tablo 4.13'te gösterildiği gibi faktörlerin Eigen ve açıklanan varyans değerleri sırasıyla: sıkı çalışma ve başarı için 4,204 ve %22,126; içsel kontrol için 1,787 ve %9,403; boş zamana karşı negatif tutum için 1,542 ve %8,117; zaman, para ve para biriktirmeye karşı tutum için

1,173 ve %6,174; ve kendi başına bir sonuç olarak çalışma için 1,000 ve %5,229'dur. Bu beş faktör varyansın %51'ini açıklamaktadır.

Yukarıdaki Eigen değerlerine göre sıralanan bu faktörlerin altında yer alan sorular şunlardır:

#### *Sıkı çalışma ve başarı*

- Hayatta başarılı olamayan insanlar kısaca tembel insanlardır.
- İşine çok sıkı sarılan birisinin iyi bir hayat seviyesine ulaşması daha muhtemeldir.
- Çok çalışma başarıyı çok az garanti eder (Ters ölçek).
- Hoş olmayan bir işe bile coşkuyla sarılan bir kişi hayatta başarılı olur.
- Çok sıkı çalışan insanlar başarılı olmak konusunda daha fazla şansa sahiptirler.

#### *İçsel kontrol*

- Sıfırdan başlayıp da başarılı ve zengin olanlar, doğuştan zengin olanlara göre daha ahlâkî davranırlar.
- Eğer hoşlandığım bazı dünyevî zevklerden vazgeçersem daha başarılı olurum diye sık sık düşündüğüm olur.
- Bir işte başarısız olanlar genellikle bu iş için yeterli gayreti göstermemişlerdir.
- Eğer hiç acı çekmek zorunda kalmasaydık hayatın çok az anlamı olurdu.
- Sıkı çalışmaktan kaçınmak zayıf bir kişiliğin belirtisidir.

#### *Boş vakte karşı negatif tutum*

- İnsanların daha az boş vakti olsaydı, toplumda daha az sorun yaşanırdı.
- İnsanlar rahatlayabilmek için daha çok boş zamana sahip olmalılar (Ters ölçek).
- Daha çok boş zamanımız olsaydı hayat daha anlamlı olurdu (Ters ölçek).

#### *Zaman, para ve para biriktirmeye karşı tutumlar*

- İnsanların çoğu faydasız eğlencelerle vakit geçirmektedir.
- Kolayca kazanılan para genellikle kolay harcanır (Hay'dan gelen Hu'ya gider).
- Kredi kartı dikkatsiz harcamaya giden yoldur.

*Kendi başına bir sonuç olarak çalışma*

- Bir kimsenin işinde elinden gelenin en iyisini yapması kadar insanı mutlu eden pek az şey vardır.
- Okuldaki en güç dersler genellikle sonunda en çok işe yarayanlardır.
- Yapacak iş az olduğu zaman kendimi rahatsız hissederim.

Bu çalışmada bulunan faktör yükleri Arslan'ın (2001b: 327) çalışması ile karşılaştırıldığında faktörlerin Eigen değerlerine göre farklı şekilde sıralandığı görülmektedir. Söz konusu çalışmada “kendi başına bir sonuç olarak” çalışma faktörünün Eigen değeri en yüksek çıkmış, diğer faktörler ise “para ve zaman tasarrufu, içsel kontrol, sıkı çalışma başarı getirir ve boş zamana karşı negatif tutum” şeklinde sıralanmıştır. Çalışmamızda uygulanan anketin, demografik sorular haricindeki ilk 24 sorusu için alfa katsayısı %72 olarak hesaplanmıştır.

Faktör analizinin ardından elde edilen faktörlere göre her bir alt grup için tekli ve çoklu varyans analizlerine geçilmeden önce, genel olarak grupların PÇA değerlerinin hesaplanmasında yarar görülmektedir. Bu hesaplama yapılırken, analizde kullanılan SPSS programı ile anketi cevaplayan her bir katılımcının PÇA değerini ölçmede kullanılan 19 soruya verdikleri cevaplar yeni bir değişkende toplanmıştır. Daha sonra da katılımcıların işaretledikleri din seçeneğine göre gruplar halinde verdikleri cevaplar toplanarak alt gruplar için PÇA toplam değerleri elde edilmiştir. Son olarak da PÇA ortalama değerini hesaplamak üzere her bir alt gruptan cevap veren sayısı belirlenmiş (N) ve PÇA toplam değeri bu sayıya bölünmüştür.

**Tablo – 4.14**

Grupların Ortalama PÇA Değerleri

	Amerika'lı			Türk
	Hiçbiri	Katolik	Protestan	Müslüman
PÇA Toplam Değer	10.011,00	5.021,00	18.717,00	6.265,00
Cevap veren (N)	180,00	86,00	313,00	96,00
PÇA Ortalama Değer	55,62	58,38	59,80	65,26

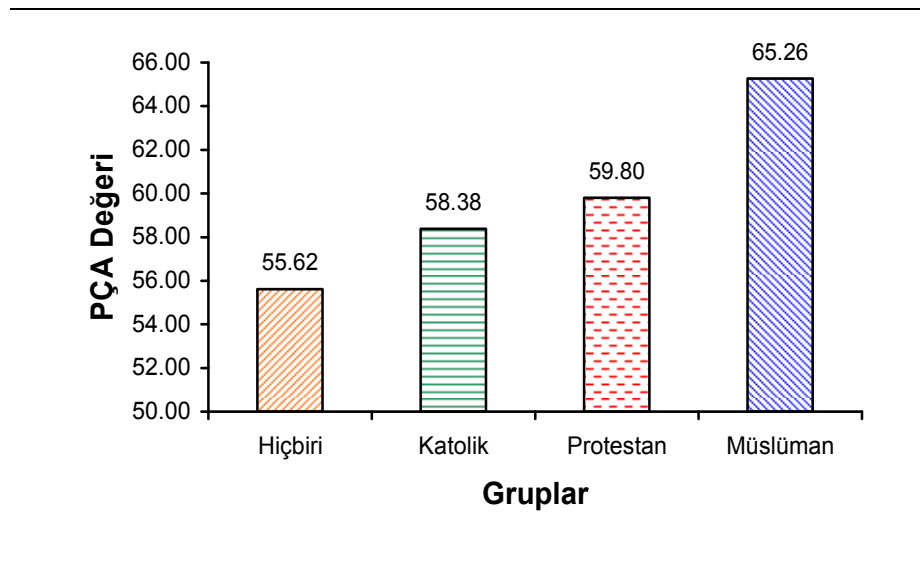


Tablo-4.14'te görülebileceği gibi ABD'de yaşayan ve çalışan Türk'lerin PÇA değerleri 65,26 ile en yüksek çıkmıştır. Bunu 59,80 ile ABD'li Protestanlar, 58,38 ile ABD'li Katolikler ve 55,62 ile de din seçeneğini Hiçbiri diye işaretleyen ABD'liler takip etmiştir.

Bir sonraki alt bölümde ayrıntıları ile görüleceği gibi bu genel eğilim, faktör analizinden elde edilen PÇA boyutları altında incelenen sorulara verilen cevaplarda da devam etmiştir. Türk Müslüman grubun sorulara verdikleri cevaplardan elde edilen PÇA değerleri beş soru hariç bütün sorularda diğer üç gruptan yüksek çıkmıştır. Türk Müslüman grubu Protestan grup takip etmiş, ondan sonra da Katolik grup gelmiştir. Protestan grubun PÇA ortalamaları Katolik gruptan daha yüksek görülmele birlikte tekli varyans analizleri bu iki grup arasında anlamlı bir farklılık olmadığını ortaya koymaktadır. Din sorusuna Hiçbiri diye cevap veren grubun PÇA değerleri diğer grupların gerisinde çıkmıştır ve münferit sorular için yapılan tekli varyans analizleri bu farklılıkların anlamlı olduğunu göstermiştir. Grupların PÇA değerleri ortalamaları Şekil-4.1'de grafik olarak verilmektedir.

**Şekil – 4.1**

Grupların Ortalama PÇA Değerleri



### 4.3.2. PÇA'nın Boyutlarına Göre Yapılan Karşılaştırmalar (ANOVA ve MANOVA)

Keşif amaçlı faktör analizinden elde edilen faktörlere göre yapılan tekli ve çoklu varyans analizlerinden elde edilen değerler, faktörlere göre sırasıyla aşağıda tablolara aktarılmıştır. Her bir tabloda MANOVA analizi sonucunda bulunan varyans değerleri, farklı gruplarda yer alan katılımcıların sorulara verdikleri cevapların ortalamalarını göstermektedir. ANOVA değerleri de her bir soruda hangi gruplar arasındaki farklılığın anlamlı olduğunu ortaya koymaktadır.

#### *Faktör – 1: Sıkı Çalışma ve Başarı*

PÇA'nın Sıkı Çalışma ve Başarı boyutu altında yer alan sorulara bakıldığında, Türk Müslüman katılımcıların üç soruya verdikleri cevaplarla PÇA'yı Protestan, Katolik çalışanlardan ve din sorusuna Hiçbiri diye cevap verenlerden daha çok destekledikleri görülmektedir. Bir soruda Protestan katılımcıların PÇA değeri diğer gruplardan yüksek çıkmış, bir soruda ise gruplar arasında anlamlı bir farklılık olmadığı gözlenmiştir. Bu boyutta yer alan sorulara grupların verdikleri cevapların varyansları ve hangi grupların değerlerindeki farklılıkların anlamlı olduğu Tablo-4.15'te gösterilmektedir.

*“Çok sıkı çalışan insanlar başarılı olmak konusunda daha fazla şansa sahiptirler”* sorusuna verilen cevaplarda Türk Müslüman grubun 4,29 ortalama ile PÇA'yı diğer gruplardan daha fazla desteklediği görülmektedir. Yapılan tekli varyans analizi de bu farklılığın anlamlı olduğunu göstermiştir. Aynı soruya ABD'li Protestan grubun verdiği cevapların ortalaması 3,85 iken Katolik grubun ortalaması 3,83'tür. Birbirine çok yakın olan bu cevaplar dolayısıyla, Protestan ve Katolik gruplar arasında anlamlı bir farklılık bulunmamaktadır. Gerek Türk Müslümanların gerekse ABD'li Protestan ve Katoliklerin PÇA değerleri, ortalaması 3,50 olan Hiçbiri grubundan yüksektir ve ANOVA analizi de bu farklılıkların anlamlı olduğunu göstermiştir.

**Tablo – 4.15**

Sıkı Çalışma ve Başarı Faktörü için ANOVA ve MANOVA Değerleri

PÇA Karakteristiği	Çoklu Varyans Değerleri				Tekli Varyans Değeri *
	Amerika'lı			Türk	
	Hiçbiri	Katolik	Protestan	Müslüman	
Çok sıkı çalışan insanlar başarılı olmak konusunda daha fazla şansa sahiptirler.	3,50	3,83	3,85	<b>4,29</b>	0,000 KH, PH, MH, MK, MP
İşine çok sıkı sarılan birisinin iyi bir hayat seviyesine ulaşması daha muhtemeldir.	3,45	3,63	3,68	<b>3,88</b>	0,000 MK, MH, MP, PH
Çok çalışma başarıyı çok az garanti eder (Ters ölçek).	3,30	3,51	<b>3,63</b>	3,61	0,001 MH, PH
Hayatta başarılı olamayan insanlar kısaca tembel insanlardır.	2,13	2,34	2,38	<b>2,85</b>	0,000 MH, MK, PH, MP
Hoş olmayan bir işe bile coşkuyla sarılan bir kişi hayatta başarılı olur.	3,58	3,79	3,72	3,64	0,390 Anlamli farklılık yok
* Grupların baş harfleri tekli varyans analizine göre aralarında anlamlı farklılık olan grupları göstermektedir. Örneğin, MP: Müslüman grubun PÇA değeri Protestan grubun PÇA değerinden anlamlı olarak daha yüksektir.					
Yapılan Test	Değer	Yaklaşık F Hip.	F'nin anlamlılığı		
Pillais	0,135	3,097	0,000		
Hotelling	0,869	3,182	0,000		
Wilks	0,147	3,258	0,000		
Roys	0,112	12,514	0,000		
Ortalamaların farklılığı 0,05 seviyesinde anlamlıdır.					

Türk Müslüman grup, 3,88 ortalama ile “işine çok sıkı sarılan birisinin iyi bir hayat seviyesine ulaşması daha muhtemeldir” sorusunda da diğer gruplardan daha yüksek bir PÇA değeri ortaya koymuştur ve bu farklılık bütün gruplar için anlamlıdır. Protestan grubun bu soru için PÇA değeri 3,68 ile, 3,63 ortalamalı Katolik gruptan çok az yüksektir ancak bu farklılık istatistikî olarak anlamlı değildir. Hiçbiri grubunun ortalaması 3,45'tir. ANOVA analizine göre, Müslüman ve Protestan gruplarının Hiçbiri grubunda farklılığı anlamlı olmakla birlikte Katolik grubun farklılığı anlamlı değildir.

“Çok çalışma başarıyı çok az garanti eder” sorusuna verilen cevapların ortalamasında, 3,63 ile Protestan grubun PÇA değeri en yüksek çıkmıştır. Bu değer ile Müslüman grubun 3,61 ve Katolik grubun 3,51 değerleri arasındaki farklılık anlamlı değildir. Protestan grubunun ortalamasınının 3,30'luk Hiçbiri grubunun ortalamasından farklılığı

anlamlıdır. Aynı şekilde Müslüman grubunun da Hiçbiri grubundan farklılığı anlamlıdır, ancak Katolik ve Hiçbiri grubu arasında anlamlı bir farklılık yoktur.

Sıkı çalışma ve başarı boyutunun dördüncü elemanı olan “*Hayatta başarılı olamayan insanlar kısaca tembel insanlardır*” sorusunda Müslüman grubun ortalaması 2,85’tir ve bu değer diğer tüm gruplardan farklılığı istatistikî olarak anlamlıdır. Aynı soruda Protestan ve Katolik grubun ortalamaları sırası ile 2,38 ve 2,34’tür. Bu iki grup arasındaki farklılık anlamlı değildir. Protestan grubun ortalamasının 2,13 ortalamalı Hiçbiri grubundan farklılığı anlamlı olmakla birlikte Katolik ve Hiçbiri grupları arasında anlamlı bir farklılık yoktur.

Bu boyutun son elemanı olan “*hoş olmayan bir işe bile coşkuyla sarılan bir kişi hayatta başarılı olur*” sorusunda Katolikler 3,79, Protestanlar 3,72, Müslümanlar 3,64 ve Hiçbiri grubu 3,58 ortalama PÇA değerleri oluşturmuşlardır. ANOVA analizinde bu soruya verilen cevaplar arasında anlamlı bir farklılığın olmadığı sonucu elde edilmiştir.

### ***Faktör – 2: İçsel Kontrol***

PÇA’nın İçsel Kontrol boyutunda yer alan bütün sorulara verilen cevaplarda Türk Müslüman grubun diğer gruplardan daha yüksek derecede PÇA’yı desteklediği görülmüştür. Müslüman grubun Hiçbiri grubundan farklılığının her bir soru için anlamlı olduğu görülmekle birlikte diğer gruplarla olan farklılığının bazı sorularda anlamlı bazılarında ise anlamlı olmadığı gözlenmiştir. İçsel kontrol boyutunda yer alan sorulara verilen cevapların varyansları ve hangi grupların değerlerindeki farklılıkların anlamlı olduğu Tablo-4.16’da verilmektedir.

Bu boyutun ilk elemanı olan “*eğer hoşlandığım bazı dünyevi zevklerden vazgeçersem daha başarılı olurum diye sık sık düşündüğüm olur*” sorusunda en yüksek PÇA desteğini 3,36 ortalama ile Türk Müslüman grup göstermiştir. Hiçbiri grubu, ankette en düşük değerleri göstermediği iki sorudan biri olan bu soruda 2,84 ortalama ile 2,83 ortalamalı Katolik ve 2,81 ortalamalı Protestan gruptan yüksek bir değer elde etmiştir, ancak bu farklılık anlamlı değildir. Türk Müslüman grubun PÇA değerlerinin diğer tüm grupların değerlerinden farklılığı anlamlıdır.

**Tablo – 4.16****İçsel Kontrol Faktörü için ANOVA ve MANOVA Değerleri**

PÇA Karakteristiği	Çoklu Varyans Değerleri				Tekli Varyans Değeri *
	Amerika'lı			Türk	
	Hiçbiri	Katolik	Protestan	Müslüman	
Eğer hoşlandığım bazı dünyevi zevklerden vazgeçersem daha başarılı olurum diye sık sık düşündüğüm olur.	2,84	2,83	2,81	<b>3,36</b>	0,000 MK, MH, MP
Bir işte başarısız olanlar genellikle bu iş için yeterli gayret göstermemişlerdir.	2,63	2,81	2,79	<b>3,40</b>	0,000 MK, MH, MP
Sıfırdan başlayıp da başarılı ve zengin olanlar, doğuştan zengin olanlara göre daha ahlâkî davranırlar.	2,83	2,94	2,92	<b>3,19</b>	0,002 MH, MP
Eğer hiç acı çekmek zorunda kalmasaydık hayatın çok az anlamı olurdu.	3,06	3,33	3,33	<b>3,64</b>	0,000 MK, MH, MP, PH
Sıkı çalışmaktan kaçınmak zayıf bir kişiliğin belirtisidir.	3,02	3,08	3,21	<b>3,32</b>	0,043 MH, PH
* Grupların baş harfleri tekli varyans analizine göre aralarında anlamlı farklılık olan grupları göstermektedir. Örneğin, MP: Müslüman grubun PÇA değeri Protestan grubun PÇA değerinden anlamlı olarak daha yüksektir.					
Yapılan Test	Değer	Yaklaşık F Hip.	F'nin anlamlılığı		
Pillais	0,130	2,977	0,000		
Hotelling	0,874	3,036	0,000		
Wilks	0,139	3,086	0,000		
Roys	0,097	10,859	0,000		
Ortalamaların farklılığı 0,05 seviyesinde anlamlıdır.					

“Bir işte başarısız olanlar genellikle bu iş için yeterli gayreti göstermemişlerdir” sorusunda, Türk Müslüman grup 3,40 ortalama ile en yüksek PÇA desteğini göstermiştir ve bu grubun diğer üç gruptan farklılığı anlamlıdır. Katolik grubun PÇA ortalaması 2,81, Protestan grubun 2,79 ve Hiçbiri grubunun ise 2,63'tür. Bu grupların değerleri arasındaki küçük farklılıklar istatistikî bakımdan anlamlı değildir.

Türk Müslüman grubun 3,19 ortalama sağladığı “sıfırdan başlayıp da başarılı ve zengin olanlar, doğuştan zengin olanlara göre daha ahlâkî davranırlar” sorusunda Katolikler 2,94, Protestanlar 2,92 ve Hiçbiri grubu 2,83 ortalama elde etmiştir. Müslüman grup ile Protestan ve Hiçbiri grupları arasındaki farklılık anlamlı olmakla birlikte, Müslüman ve Katolik grup arasındaki farklılık anlamlı değildir. Katolik, Protestan ve Hiçbiri grupları arasında da anlamlı bir farklılık yoktur.

“Eğer hiç acı çekmek zorunda kalmasaydık hayatın çok az anlamı olurdu” sorusunda en yüksek PÇA desteğini gösteren Türk Müslüman grubun ortalaması 3,64 olarak hesaplanmıştır. Bunu 3,33 ile Protestan ve Katolik grupları takip etmiş, 3,06 ile de en düşük destek Hiçbiri grubunda gözlenmiştir. Müslüman grubun diğer üç gruptan farklılığı anlamlıdır. Protestan grup ile Katolik grup ve Katolik grup ile Hiçbiri grubu arasında anlamlı bir farklılık yok iken, Protestan grubu ile Hiçbiri grubu arasındaki farklılık anlamlıdır.

Bu boyutun son elemanı olan “Sıkı çalışmaktan kaçınmak zayıf bir kişiliğin belirtisidir” sorusuna verilen cevaplar birbirine oldukça yakındır. 3,64 ortalama ile en yüksek PÇA desteğini gösteren Türk Müslüman grubun bu değeri sadece 3,06’lık Hiçbiri grubunun değerinden anlamlı bir farklılık göstermektedir. Protestan grubunun 3,21’lik ortalaması ile Katolik grubun 3,08’lik ortalaması arasında anlamlı bir farklılık yoktur. Protestan grubun Hiçbiri grubundan farklılığı anlamlı, Katolik grubun ise Hiçbiri grubundan farklılığı anlamlı değildir.

### ***Faktör – 3: Boş Zamana Karşı Negatif Tutum***

Bu boyutta yer alan sorulara verilen cevaplarla Türk Müslüman grubun PÇA’yı en fazla destekleyen grup olduğu görülmüştür. ANOVA analizi de Türk Müslüman grubun diğer üç gruptan farklılığının bütün sorular için anlamlı olduğunu göstermiştir. Bu boyutun altında yer alan sorulara verilen cevapların rakamsal ayrıntıları ve ortaya çıkan farkların anlamlılıkları Tablo-4.17’de verilmektedir.

Bu boyutun ilk elemanı “daha çok boş zamanımız olsaydı hayat daha anlamlı olurdu” sorusunda ters ölçek kullanılmıştır. Yanlış anlamaya neden olmamak için ters ölçekle toplanan veriler tersine çevirilerek yüksek ortalamanın PÇA’yı daha fazla desteklemek anlamına gelmesi sağlanmıştır. Bu soruda PÇA’yı en fazla destekleyen Türk Müslüman grubun ortalaması 3,13’tür ve bu değer diğer gruplardan farklılığı anlamlıdır. Protestan grubun ortalaması 2,68, Katolik grubun ortalaması 2,56’dır ve bu iki grup arasında anlamlı bir farklılık yoktur. Ortlaması 2,39 olan Hiçbiri grubu ile Protestan grup arasında anlamlı bir farklılık varken Katolik grupla anlamlı farklılık yoktur.

**Tablo – 4.17**

Boş Zamana Karşı Negatif Tutum Faktörü ANOVA ve MANOVA Değerleri

PÇA Karakteristiği	Çoklu Varyans Değerleri				Tekli Varyans Değeri *
	Amerika'lı			Türk	
	Hiçbiri	Katolik	Protestan	Müslüman	
Daha çok boş zamanımız olsaydı hayat daha anlamlı olurdu.	2,39	2,56	2,68	<b>3,13</b>	0,000 MK, MH, MP, PH
İnsanlar rahatlayabilmek için daha çok boş zamana sahip olmalılar.	2,01	2,16	2,26	<b>2,64</b>	0,000 MK, MH, MP, PH
İnsanların daha az boş vakti olsaydı, toplumda daha az sorun yaşanırdı.	1,73	1,93	2,12	<b>2,98</b>	0,000 MK, MH, MP, PH
* Grupların baş harfleri tekli varyans analizine göre aralarında anlamlı farklılık olan grupları göstermektedir. Örneğin, MP: Müslüman grubun PÇA değeri Protestan grubun PÇA değerinden anlamlı olarak daha yüksektir.					
Yapılan Test	Değer	Yaklaşık F Hip.	F'nin anlamlılığı		
Pillais	0,181	7,192	0,000		
Hotelling	0,821	7,630	0,000		
Wilks	0,217	8,065	0,000		
Roys	0,208	23,326	0,000		
Ortalamaların farklılığı 0,05 seviyesinde anlamlıdır.					

Ters ölçek kullanılan başka bir soru “*insanlar rahatlayabilmek için daha çok boş zamana sahip olmalılar*”dır. Bu soruya verilen cevaplarda da Türk Müslüman grubun 2,64 ortalama ile PÇA’yı en fazla destekleyen grup olduğu gözlenmiştir. Bu ortalama değerinin, diğer üç grubun ortalamalarından olan farklılığı anlamlıdır. 2,26’lık Protestan grubun ortalaması ile 2,16’lık Katolik grubun ortalaması arasında anlamlı bir farklılık yoktur. Protestan grubun, 2,01 ortalama ile Hiçbiri grubundan farklılığı anlamlıdır, ancak Katolik grup ile Hiçbiri grubu arasındaki anlamlılık farklı değildir.

İlk sorudakine benzer ilişkiler “*insanların daha az boş vakti olsaydı, toplumda daha az sorun yaşanırdı*” sorusunda da gözlenmiştir. PÇA’yı en fazla destekleyen, 2,98 ortalama ile Türk Müslüman grubudur ve bu grubun diğerlerinden farklılığı anlamlıdır. Müslüman grubu 2,12 ortalama ile Protestan ve 1,93 ortalama ile Katolik grup takip etmiştir. Bu iki grup arasındaki farklılık anlamlı değildir. Katolik grup ile onu 1,73 ortalama ile takip eden Hiçbiri grubu arasındaki farklılık anlamlı olmamakla birlikte, Protestan ve Hiçbiri grubu arasındaki farklılık anlamlıdır.

**Faktör – 4: Zaman ve Para Biriktirmeye Karşı Tutum**

PÇA'nın dördüncü boyutunun değerlendirilmesinde kullanılan üç sorunun ikisinde Türk Müslüman grubun PÇA'yı en fazla desteklediği gözlenmiş ve bu grubun diğer gruplardan farklılığının anlamlı olduğu ANOVA analizi ile tespit edilmiştir. Grupların diğer soruya verdikleri cevaplar arasında istatistikî olarak anlamlı bir farklılık bulunmamaktadır. Bu boyutta yer alan sorulara verilen cevapların varyansları ve hangi grupların değerlerindeki farklılıkların anlamlı olduğu Tablo-4.18'de gösterilmektedir.

**Tablo – 4.18**

Zaman, Para ve Para Biriktirmeye Karşı Tutum Faktörü ANOVA ve MANOVA Değerleri

PÇA Karakteristiği	Çoklu Varyans Değerleri				Tekli Varyans Değeri *
	Amerika'lı			Türk	
	Hiçbiri	Katolik	Protestan	Müslüman	
Kredi kartı dikkatsiz harcamaya giden yoldur.	3,02	3,16	3,09	3,11	0,334 Anlamlı farklılık yok
Kolayca kazanılan para genellikle kolay harcanır (Hay'dan gelen Hu'ya gider).	3,28	3,41	3,59	<b>4,28</b>	0,000 MK, MH, MP, PH
İnsanların çoğu faydasız eğlencelerle vakit geçirmektedir.	2,66	2,84	2,95	<b>3,57</b>	0,000 MK, MH, MP, PH
* Grupların baş harfleri tekli varyans analizine göre aralarında anlamlı farklılık olan grupları göstermektedir. Örneğin, MP: Müslüman grubun PÇA değeri Protestan grubun PÇA değerinden anlamlı olarak daha yüksektir.					
Yapılan Test	Değer	Yaklaşık F Hip.	F'nin anlamlılığı		
Pillais	0,165	6,552	0,000		
Hotelling	0,837	6,864	0,000		
Wilks	0,192	7,170	0,000		
Roys	0,177	19,966	0,000		
Ortalamaların farklılığı 0,05 seviyesinde anlamlıdır.					

“Kredi kartı dikkatsiz harcamaya giden yoldur” sorusuna verilen cevaplarda Katolik grubun ortalaması 3,16, Müslüman grubun 3,11, Protestan grubun 3,09 ve Hiçbiri grubunun 3,02'dir. ANOVA analizi bu değerler arasında istatistikî olarak anlamlı bir farklılığın olmadığını göstermiştir. Bu soruya cevap verirken grupların nötr kaldığı ve çoğunlukla ne katılıyorum ne katılmıyorum seçeneğini işaretledikleri söylenebilir.



Bu boyutun ikinci elemanı olan “*Kolayca kazanılan para genellikle kolay harcanır (Hay’dan gelen Hu’ya gider)*” sorusuna Türk Müslüman grubun verdiği cevapların ortalaması 4,28’dir. Verilen cevaplar arasındaki ortalamaların en yükseği olan bu değer diğer tüm gruplardan farklılığı anlamlıdır. 3,59’luk Protestan grubun ortalaması ile 3,41’lik Katolik grubun ortalaması arasında anlamlı bir farklılık yoktur. Protestan grubun ortalaması ile 3,28’lik Hiçbiri grubunun ortalamasının farklılığı anlamlıdır. Katolik grup ile Hiçbiri grubu arasındaki farklılık ise anlamlı değildir.

Bu boyutun son elemanı olan “*insanların çoğu faydasız eğlencelerle vakit geçirmektedir*” sorusuna verilen cevaplarda gene Türk Müslüman grubun 3,57 ortalama ile PÇA’yı en fazla destekleyen grup olduğu gözlenmiştir. 2,95 ortalama ile Müslüman grubu takip eden Protestan grup ile 2,84 ortalama ile Katolik grup arasında anlamlı bir farklılık yoktur. Hiçbiri grubunun ortalaması 2,66’dır. Protestan grubunun ortalamasının Hiçbiri grubunun ortalamasından farklılığı anlamlı iken Katolik grubun Hiçbiri grubundan farklılığı anlamlı değildir.

#### ***Faktör – 5: Kendi Başına Bir Sonuç Olarak Çalışma***

PÇA’nın son boyutu olan Kendi Başına Bir Sonuç Olarak Çalışma altında üç soru yer almıştır. Bu sorulardan birinde gruplar arasında anlamlı bir farklılık bulunmamaktadır. Diğer iki sorudan birinde Türk Müslüman grubun diğerinde ise Protestan grubun PÇA’yı daha fazla desteklediği gözlenmiştir. Ancak, sadece Hiçbiri grubundan farklılığın anlamlı olduğu diğer gruplarla anlamlı bir farklılığın olmadığı tespit edilmiştir. Bu boyutta yer alan sorulara verilen cevapların varyansları ve hangi grupların değerlerindeki farklılıkların anlamlı oldukları Tablo-4.19’da gösterilmektedir.

“*Okuldaki en güç dersler genellikle sonunda en çok işe yarayanlardır*” sorusuna verilen cevapların ortalamaları Protestanlar için 3,50, Hiçbiri grubu için 3,46, Katolikler için 3,34 ve Müslümanlar için 3,20’dir. Hiçbiri grubunun en düşük sıralamada olmadığı iki sorudan biri olan bu soruda da gruplar arasında anlamlı bir farklılık bulunmamaktadır.

**Tablo – 4.19**

Kendi Başına Bir Sonuç Olarak Çalışma Faktörü ANOVA ve MANOVA Değerleri

PÇA Karakteristiği	Çoklu Varyans Değerleri				Tekli Varyans Değeri *
	Amerika'lı			Türk	
	Hiçbiri	Katolik	Protestan	Müslüman	
Okuldaki en güç dersler genellikle sonunda en çok işe yarayanlardır.	3,46	3,34	3,50	3,20	0,173 Anlamlı farklılık yok
Yapacak iş az olduğu zaman kendimi rahatsız hissederim.	3,22	3,41	3,44	<b>3,65</b>	0,032 MH, PH
Bir kimsenin işinde elinden gelenin en iyisini yapması kadar insanı mutlu eden pek az şey vardır.	3,59	3,72	<b>3,92</b>	3,84	0,001 MH, PH
* Grupların baş harfleri tekli varyans analizine göre aralarında anlamlı farklılık olan grupları göstermektedir. Örneğin, MP: Müslüman grubun PÇA değeri Protestan grubun PÇA değerinden anlamlı olarak daha yüksektir.					
Yapılan Test	Değer	Yaklaşık F Hip.	F'nin anlamlılığı		
Pillais	0,065	2,488	0,000		
Hotelling	0,936	2,491	0,000		
Wilks	0,067	2,492	0,000		
Roy's	0,038	4,217	0,000		
Ortalamaların farklılığı 0,05 seviyesinde anlamlıdır.					

Bu boyutun ikinci elemanı olan “*yapacak iş az olduğu zaman kendimi rahatsız hissederim*” sorusuna verdikleri cevapların ortalaması 3,65 olan Müslümanların, PÇA’yı en fazla destekledikleri gözlenmiştir. Protestanların ortalaması 3,44, Katoliklerin 3,41 ve Hiçbiri grubunun 3,22’dir. Müslümanlarla Hiçbiri grubu arasındaki farklılık anlamlı, Protestan ve Katolik grupları ile arasındaki farklılık anlamlı değildir. Protestanlarla Katolikler arasındaki farklılık anlamlı değilken, Hiçbiri grubu ile olan farklılık anlamlıdır. Ayrıca Katolik ve Hiçbiri grupları arasındaki farklılık da anlamlı değildir.

Kendi başına bir sonuç olarak çalışma boyutunun son elemanı olan “*bir kimsenin işinde elinden gelenin en iyisini yapması kadar insanı mutlu eden pek az şey vardır*” sorusunda Protestan grubun 3,92 ortalama ile PÇA’yı en fazla desteklediği gözlenmiştir. Protestan grup ile ortalaması 3,84 olan Müslüman grup ve ortalaması 3,72 olan Katolik grup arasında anlamlı bir farklılık yoktur. Protestan ve Müslüman gruplar ile ortalaması 3,59 olan Hiçbiri grubu arasındaki farklılık ise istatistikî olarak anlamlıdır.

### ***PÇA'nın Faktör Toplamlarına Göre Karşılaştırılması***

Anketin PÇA sorularına verilen cevaplar yukarıda faktör analizinden elde edilen boyutlara göre bir araya toplanmış ancak her bir sorunun cevabı ayrıntılı olarak incelenmiş ve dinlere göre sınıflanmış gruplar birbirleri ile mukayese edilmiştir. Bu analize ilâve olarak her bir boyut için grupların ortalama PÇA değerlerinin karşılaştırılmasında fayda görülmektedir. Yukarıdaki beş tablodan elde edilen boyutlara ait toplam PÇA değerleri Tablo-4.20'de verilmektedir.

**Tablo – 4.20**

#### **PÇA Boyutlarına Göre Toplam Ortalamalar**

PÇA Boyutu	Toplam Çoklu Varyans Değerleri			
	Amerika'lı			Türk
	Hiçbiri	Katolik	Protestan	Müslüman
F1: Sıkı çalışma ve başarı	15,96	17,10	17,26	<b>18,27</b>
F2: İçsel kontrol	14,38	14,99	15,06	<b>16,91</b>
F3: Boş zamana karşı negatif tutum	6,13	6,65	7,06	<b>8,75</b>
F4: Zaman, para ve para biriktirmeye karşı tutum	8,96	9,41	9,63	<b>10,96</b>
F5: Kendi başına bir sonuç olarak çalışma	10,27	10,47	<b>10,86</b>	10,69

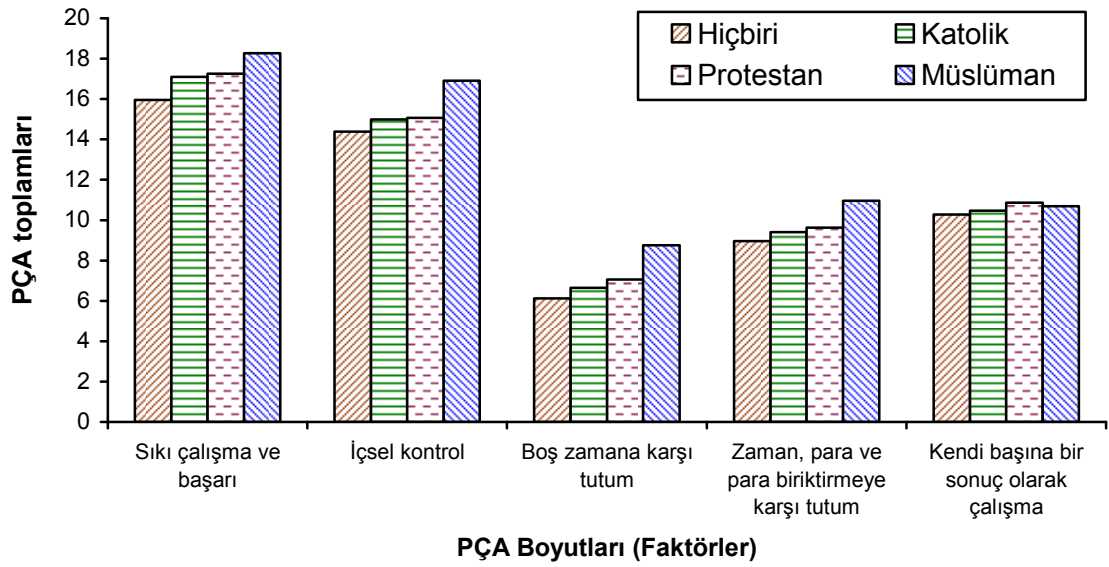
Yukarıda ayrıntılı olarak anlatılan PÇA boyutlarının ve onların altında yer alan soruların bir özeti olarak değerlendirilebilecek Tablo-4.20'den de görüleceği gibi Müslüman grup PÇA boyutlarının dördünde diğer gruplardan daha yüksek ortalamalar elde etmiştir.

Şekil-4.2'de de görüleceği gibi; sıkı çalışma ve başarı, içsel kontrol, boş vakte karşı negatif tutum ve zaman, para ve para biriktirmeye karşı tutumlar boyutlarında Müslüman grubun PÇA'yı en fazla, Hiçbiri grubunun da en az desteklediği gözlenmektedir. Yine bu dört boyut için Protestan grubun Katolik gruba oranla PÇA'yı daha fazla desteklediği ancak aradaki farkın çok büyük olmadığı görülmektedir. Ayrıntılı analiz kısmında da bu iki grup arasındaki farklılıkların her bir soruda istatistikî olarak anlamlı olmadığı tespit edilmiştir. Kendi başına bir sonuç olarak çalışma boyutunda elde edilen ortalamaların toplamalarına bakıldığında Protestan grubun PÇA'yı

en fazla desteklediği onu Müslüman ve Katolik grubun takip ettiği ve gene Hiçbiri grubunun en az desteklediği gözlenmektedir. Grupların bu boyut için toplam ortalama değerleri, birbirlerine diğer boyutlardaki değerlerden daha yakındır.

Şekil – 4.2

PÇA Boyutlarına Göre Toplam Ortalamalar



### *PÇA Sonuçlarının Özeti ve Değerlendirilmesi*

Yukarıda her bir faktör için ayrıntılı olarak verilen sonuçlar, Tablo-4.21’de özetlenmiştir.

**Tablo – 4.21****PÇA Değerlerinin Özeti**

<b>PÇA Boyutu</b>	<b>Bulgular</b>
<b>Sıkı çalışma ve başarı</b> $M_{PÇA} > P_{PÇA}$ $M_{PÇA} > K_{PÇA}$ $M_{PÇA} > H_{PÇA}$ $P_{PÇA} \geq K_{PÇA}$ $P_{PÇA} > H_{PÇA}$ $K_{PÇA} > H_{PÇA}$	<p><i>Müslüman-Protestan:</i> Üç soruda Müslümanların puanları Protestanlardan anlamlı olarak yüksektir. İki soruda Protestanların puanları yüksek olmakla birlikte, anlamlı değildir.</p> <p><i>Müslüman-Katolik:</i> Müslümanların puanları dört soruda Katoliklerden yüksektir ve bunun üçündeki farklılık anlamlıdır. Bir soruda Katoliklerin puanı yüksektir, ancak buradaki farklılık anlamlı değildir.</p> <p><i>Müslüman-Hiçbiri:</i> Müslümanların puanları bütün sorularda Hiçbiri grubundan yüksektir ve bu farklılıklar dört soru için anlamlıdır.</p> <p><i>Protestan-Katolik:</i> Dört soruda Protestanların bir soruda Katoliklerin puanı daha yüksek olmakla birlikte, farklılıklar anlamlı değildir.</p> <p><i>Protestan-Hiçbiri:</i> Bütün sorularda Protestanların puanları Hiçbiri grubundan büyüktür ve soruların dördündeki farklılık anlamlıdır.</p> <p><i>Katolik-Hiçbiri:</i> Bütün sorularda Katoliklerin puanları Hiçbiri grubundan yüksek olmakla birlikte, bu farklılıkların biri anlamlıdır.</p>
<b>İşsel kontrol</b> $M_{PÇA} > P_{PÇA}$ $M_{PÇA} > K_{PÇA}$ $M_{PÇA} > H_{PÇA}$ $P_{PÇA} \leq K_{PÇA}$ $P_{PÇA} > H_{PÇA}$ $K_{PÇA} \geq H_{PÇA}$	<p><i>Müslüman-Protestan:</i> Beş soruda da Müslümanların puanları Protestanlardan yüksektir ve dördündeki farklılık anlamlıdır.</p> <p><i>Müslüman-Katolik:</i> Bütün sorularda Müslümanların puanları Katoliklerden yüksektir ve üçündeki farklılık anlamlıdır.</p> <p><i>Müslüman-Hiçbiri:</i> Bütün sorularda Müslümanların puanları Hiçbiri grubundan anlamlı olarak yüksektir.</p> <p><i>Protestan-Katolik:</i> Üç soruda Katoliklerin puanları Protestanlardan yüksek, bir soruda aynı, bir soruda ise Protestanların puanı daha yüksektir, ancak farklılıkların hiç biri anlamlı değildir.</p> <p><i>Protestan-Hiçbiri:</i> Dört soruda Protestanların puanları Hiçbiri grubundan yüksektir ve bunların ikisi anlamlıdır. Bir soruda Hiçbiri grubu yüksek olmakla birlikte, buradaki farklılık anlamlı değildir.</p> <p><i>Katolik-Hiçbiri:</i> Dört soruda Katolik, bir soruda ise Hiçbiri grubunun puanları yüksektir, ancak hiç birindeki farklılık anlamlı değildir.</p>
<b>Boş zamana karşı negatif tutum</b> $M_{PÇA} > P_{PÇA}$ $M_{PÇA} > K_{PÇA}$ $M_{PÇA} > H_{PÇA}$ $P_{PÇA} \geq K_{PÇA}$ $P_{PÇA} > H_{PÇA}$ $K_{PÇA} \geq H_{PÇA}$	<p><i>Müslüman-Protestan:</i> Üç soruda da Müslümanların puanları Protestanlardan anlamlı olarak yüksektir.</p> <p><i>Müslüman-Katolik:</i> Bütün sorularda Müslümanların puanları Katoliklerden anlamlı olarak yüksektir.</p> <p><i>Müslüman-Hiçbiri:</i> Bütün sorularda Müslüman grubun puanları Hiçbiri grubunun puanlarından anlamlı olarak yüksektir.</p> <p><i>Protestan-Katolik:</i> Üç soruda da Protestanların puanları Katoliklerden büyüktür, ancak bu farklılıklar anlamlı değildir.</p> <p><i>Protestan-Hiçbiri:</i> Bütün sorularda Protestan grubun puanları Hiçbiri grubundan anlamlı olarak yüksektir.</p> <p><i>Katolik-Hiçbiri:</i> Katolik grubun puanları, üç soruda da Hiçbiri grubundan yüksek olmakla birlikte, bu farklılık anlamlı değildir.</p>

**Tablo – 4.21 (Devam)****PÇA Değerlerinin Özeti**

PÇA Boyutu	Bulgular
<b>Zaman, para ve para biriktirmeye karşı tutum</b> $M_{PÇA} > P_{PÇA}$ $M_{PÇA} > K_{PÇA}$ $M_{PÇA} > H_{PÇA}$ $P_{PÇA} \geq K_{PÇA}$ $P_{PÇA} > H_{PÇA}$ $K_{PÇA} \geq H_{PÇA}$	<p><i>Müslüman-Protestan:</i> Bütün sorularda Müslümanların puanları Protestanlardan yüksektir, bunların ikisindeki farklılık anlamlıdır.</p> <p><i>Müslüman-Katolik:</i> Soruların ikisinde Müslümanların puanları anlamlı olarak Katoliklerden yüksektir. Bir soruda Katoliklerin puanı yüksek olmakla birlikte buradaki farklılık anlamlı değildir.</p> <p><i>Müslüman-Hiçbiri:</i> Üç soruda da Müslüman grubun puanları Hiçbiri grubundan yüksektir, bunların ikisindeki farklılık anlamlıdır.</p> <p><i>Protestan-Katolik:</i> İki soruda Protestanların, bir soruda Katoliklerin puanları yüksektir, ancak farklılıklar anlamlı değildir.</p> <p><i>Protestan-Hiçbiri:</i> Bütün sorularda Protestan grubun puanları Hiçbiri grubundan yüksektir, bunların ikisindeki farklılık anlamlıdır.</p> <p><i>Katolik-Hiçbiri:</i> Üç soruda da Katolik grubun puanları Hiçbiri grubundan büyüktür, ancak farklılık anlamlı değildir.</p>
<b>Kendi başına bir sonuç olarak çalışma</b> $M_{PÇA} \leq P_{PÇA}$ $M_{PÇA} \geq K_{PÇA}$ $M_{PÇA} > H_{PÇA}$ $P_{PÇA} \geq K_{PÇA}$ $P_{PÇA} > H_{PÇA}$ $K_{PÇA} \geq H_{PÇA}$	<p><i>Müslüman-Protestan:</i> Üç sorunun birinde Müslümanların, ikisinde Protestanların puanları yüksektir, ancak farklılıklar anlamlı değildir.</p> <p><i>Müslüman-Katolik:</i> İki soruda Müslümanların, bir soruda Katoliklerin puanları yüksek olmakla birlikte farklılıklar anlamlı değildir.</p> <p><i>Müslüman-Hiçbiri:</i> İki soruda Müslüman grubun puanları anlamlı olarak Hiçbiri grubundan yüksektir. Bir soruda Hiçbiri grubunun puanı yüksektir, ancak bu sorudaki farklılık anlamlı değildir.</p> <p><i>Protestan-Katolik:</i> Bütün sorularda Protestanların puanları Katoliklerden yüksektir, ancak farklılık anlamlı değildir.</p> <p><i>Protestan-Hiçbiri:</i> Üç soruda da Protestan grubun puanları Hiçbiri grubundan yüksektir ve iki sorudaki farklılık anlamlıdır.</p> <p><i>Katolik-Hiçbiri:</i> İki soruda Katolik, bir soruda Hiçbiri grubunun puanları yüksektir, ancak farklılıklar anlamlı değildir.</p>
<p>Not: Büyüktür (&gt;) ve küçüktür işaretleri (&lt;) aralarında anlamlı farklılık olan grupları göstermek üzere kullanılmıştır. Büyük-eşit (<math>\geq</math>) ve küçük-eşit (<math>\leq</math>) işaretleri aralarında anlamlı farklılık olmayan grupları, hangisinin PÇA ortalamasının az da olsa daha büyük olduğunu göstermek üzere kullanılmıştır.</p>	

Tablo-4.14 ve Şekil-4.1’de gösterildiği üzere, grupların elde ettikleri toplam PÇA değerlerine göre yapılan Müslüman, Protestan, Katolik, Hiçbiri sıralaması, PÇA’nın boyutlarına göre ayrıntılı olarak yapılan ve Tablo-4.21’de özetlenen hesaplamalarla desteklenmiştir. ABD’de yaşayan Müslüman Türklerin PÇA değerleri, kendi başına bir sonuç olarak çalışma boyutu hariç, PÇA’nın bütün boyutları için Protestan, Katolik ve Hiçbiri gruplarından yüksek çıkmıştır. Kendi başına bir sonuç olarak çalışma boyutunda da Müslümanların PÇA değerleri Hiçbiri grubundan yüksek, Protestan ve Katolik grupları ile eşit çıkmıştır. Bu sonuçlara bakıldığında, “HI: ABD’de yaşayan Türklerin

*PÇA değerleri Amerika’lılardan anlamlı olarak yüksektir.*” hipotezi doğrulanmaktadır. Dolayısı ile Türklerin PÇA’yı diğer gruplardan daha fazla desteklediği söylenebilir.

Yukarıdaki sonuç Arslan’ın (2001b), İngiliz Protestan, İrlandalı Katolik ve Türk Müslüman yöneticilerin PÇA değerlerini karşılaştırmak üzere yaptığı araştırmanın sonucu ile benzeşmektedir. Arslan’ın çalışmasında anket Türkiye’de yaşayan ve Nakşibendî ve Nur cemaatlerine mensup yöneticilere uygulanmıştır. Bizim çalışmamızda böyle özel bir grup seçilmiş olmamakla birlikte, ankete katılanların %60’ı, “Ne sıklıkla namaz kılarıyorsunuz?” sorusuna her gün diye cevap vermiştir. Haftada bir kereden fazla cevabı verenler de eklendiğinde bu oran %72’ye çıkmaktadır. Belli bir cemaate mensup olmanın bazı dinamikleri birlikte getirdiği bilirse de bu iki grubun benzer bir şekilde dinî inançları kuvvetli insanlardan oluştuğu düşünülmektedir. Dolayısıyla bizim çalışmamızın sonuçları, Arslan’ın 2001 yılında yaptığı çalışmanın sonuçlarını desteklemiştir. İslâmî bir hayat tarzının, kumar oynamak ve içki içmek gibi bazı boş zaman faaliyetlerini yasaklamakla, tüketiciliği caydırarak işe yönelik davranışı teşvik etmesinin (Arslan 2000b: 389), Müslüman grubun PÇA değerlerinin daha yüksek çıkmasının nedenlerinden olduğu düşünülmektedir.

Furnham ve Muhiudeen (1984), Mirels ve Garrett’in Protestan Ahlâkı ölçeğini kullanarak yaptıkları çalışmada İngiliz ve Malezyalı iki grubu karşılaştırmışlar ve sonuçta farklı kültürler arasında PÇA bakımından farklılık olduğunu, İngiltere’de PÇA’ya destek azalırken, Malezya’da bu desteğin arttığını ifade etmişlerdir. Benzer şekilde Niles (1994 ve 1999), Avustralya’lı ve Sri Lanka’lı grupları karşılaştırmış ve iki grubun da çalışmanın anlamını benzer şekilde algıladıklarını, ancak Sri Lanka’lıların PÇA’nın boyutlarından biri olan sıkı çalışmayı Avustralya’lılardan daha fazla desteklediklerini bulmuştur. Bizim araştırmamızda incelenen gruplar farklı olmakla birlikte, büyük çoğunluğu Protestan olan ABD’de Müslüman Türk grubun PÇA değerlerinin diğer gruplardan yüksek çıkması nedeni ile bahsedilen iki çalışmanın sonuçlarını desteklediği söylenebilir. Furnham ve Muhiudeen ile Niles’in bulguları ışığında değerlendirildiğinde, araştırmamızdan elde edilen sonuçlar ABD’de yaşayan Türkler’in her ne kadar Amerikan toplumuna uyum sağlamış olsalar da kendilerine has Müslüman Türk kültür değerlerini muhafaza ettiklerini göstermektedir.

Chusmir ve Koberg (1988), ABD'nin Denver, Colorado şehrinde 222 çalışan yetişkin arasında yaptıkları bir araştırmada, PÇA'nın dindarlıkla ilişkili olduğunu ve Protestanların, Protestan olmayanlardan daha yüksek PÇA değerine sahip olduklarını gözlemişlerdir. Bizim çalışmamıza katılan Katoliklerin %30'u, Protestanların ise %45'i haftada en az bir kere kiliseye gitmektedirler. Bu rakamlara bakıldığında, ankete katılan Müslümanların, Katolik ve Protestanlardan daha dindar olduklarını söylemek mümkündür. Müslüman katılımcıların PÇA değerlerinin diğerlerinden yüksek çıkmış olması nedeniyle, çalışmamızın sonuçlarının, Chusmir ve Koberg'in bulgularının ilk kısmını, yani PÇA'nın dindarlıkla ilişkili olduğunu desteklediği; ancak ikinci kısmını, yani Protestanların PÇA değerlerinin daha yüksek olduğunu desteklemediği söylenebilir. Burada gözden kaçırılmaması gereken bir husus, Chusmir ve Koberg'in çalışmasına katılan Müslüman sayısının azlığıdır.

Ankete katılan Müslümanların diğer gruplarla karşılaştırılmasında ilginç bir durum kendi başına bir sonuç olarak çalışma boyutunda ortaya çıkmıştır. Diğer dört boyutta Müslümanların PÇA değerleri Hiçbiri, Katolik ve Protestan gruplarından yüksek çıkarken bu boyutta öyle olmamıştır. İki soruda Protestanların, bir soruda Müslümanların PÇA değeri yüksek çıkmış ve bunların sadece Hiçbiri grubundan farklılığının anlamlı olduğu görülmüştür. Nasr (1994: 38-39), İslâm'da çalışmanın kişinin ihtiyaçlarını karşılamak ve kişisel ve toplumsal hayatında denge kurabilmek amacıyla faziletli bir faaliyet olarak kabul edildiğini, ancak Protestanlıkta görüldüğü gibi işe kendi başına bir sonuç olarak bir fazilet atfedilmediğini ifade etmektedir. Çalışmamızın sonuçlarının, diğer boyutlarda Müslümanların anlamlı olarak diğer gruplardan yüksek PÇA değerleri elde ederken bu boyutta aynı farklılığın görülmemesi ile Nasr'ın bu ifadelerinin desteklendiği düşünülmektedir.

İkinci hipotezin test edilmesi için Protestan ve Katolik gruplara bakıldığında, Protestanların PÇA değerlerinin dört boyutta Katoliklerden yüksek olduğu, Katoliklerin PÇA değerinin ise diğer boyutta Protestanlardan yüksek olduğu görülmektedir. Ancak, bu farklılıkların hiç biri anlamlı değildir. İçsel kontrol boyutunun altında yer alan soruların üçünde Katolik grubun PÇA değeri Protestan gruptan yüksek olmasına



rağmen, diğer iki sorudan birinde puanlar eşit ve diğerinde de Protestan grubun PÇA değeri ile Katolik grubun PÇA değeri arasındaki fark Protestan grubun lehine baştaki üç sorudan daha yüksek olduğundan bu boyut için Protestan grubun toplam puanı gene de Katolik gruptan daha yüksektir. Sonuç olarak, Protestan grubun genel PÇA değeri, Katolik grubun PÇA değerinden çok az bir farkla yüksektir, ancak bu farklılık anlamlı değildir, dolayısıyla “H2: Amerika’lı katılımcıların alt grupları olan Protestanlar ile Katolikler arasında PÇA açısından anlamlı bir farklılık yoktur.” hipotezi doğrulanmıştır.

Bu sonuç, Max Weber’in yirminci yüzyılın başında ortaya koyduğu Protestanların çalışma ahlâkının Katoliklerden daha yüksek olduğu iddiasının doğruluğunu kaybettiğini göstermektedir. Benzer bir çalışma olan Arslan’ın (2001b) araştırması ile mukayese edildiğinde, orada elde edilen sonuçların gene bu çalışma ile desteklendiği görülmektedir. İki çalışma arasında, grupların PÇA’nın boyutlarının altındaki bazı sorularda elde ettikleri puanlarda önemli bir farklılık ortaya çıkmıştır. Arslan’ın çalışmasında, kendi başına bir sonuç olarak çalışma ve zaman ve paraya karşı tutum boyutlarının altında yer alan iki soruda Protestanların PÇA değerleri Katoliklerden; sıkı çalışma başarı getirir boyutunun altındaki iki soruda da Katoliklerin PÇA değerleri Protestanlardan anlamlı olarak yüksek çıkmıştır. Bizim çalışmamızda ise, hiç bir soruda bir grubun diğer gruptan farklılığı anlamlı derecede yüksek değildir.

Bu farklılık iki şekilde yorumlanabilir. Weber’in yirminci yüzyılın başında iddia ettiği, Protestanlar ile Katolikler arasında çalışma ahlâkındaki Protestanların lehine farklılık tedricen ortadan kalkmaktadır. Beş yıl farkla yapılan bu iki çalışmada elde edilen sonuçlar bu çıkarımı doğrular görünmektedir. Nitekim, Huntington, *Biz Kimiz?* (2004: 81-106) isimli kitabında Katolikliğin Amerikanlaştırılması, hatta Katolikler tarafından pek hoşlanılmasa da Katolikliğin Protestanlaştırılması kavramlarından bahsetmektedir. Huntington’a göre Katoliklerin tutum, uygulama, organizasyon ve davranışları değişmekte ve Amerikan, daha doğrusu Protestan ortama uyum sağlamakta, bunun sonucunda da Roma Katolik Kilisesi, Amerikan Katolik Kilisesi haline gelmektedir. Bu değişimde Katoliklerin içinde yaşadıkları topluma uyum sağlama isteklerinin yanında, bazı yüksek derecedeki Katolik din adamlarının, Katolik vatandaşlara alenen Protestan

ahlâkını benimsemelerini tavsiye etmelerinin de büyük etkisi olmuştur. Ayrıca zaman içinde Katoliklerin dindarlık seviyesi azalmaya başlamıştır. Örneğin 1952 yılında Katoliklerin %83'ü dinin hayatlarında çok önemli olduğunu söylerken, bu oran 1987 yılında %54'e düşmüştür.

Diğer bir yorum da, değişik yerlerde yaşayan insanların, içinde buldukları ortamın şartlarından etkilenerek çalışmaya karşı olan tutumlarının değişebileceğidir. İnsanlar yaşadıkları ülkenin sosyal, politik ve ekonomik şartlarından etkilenmekte ve davranışlarını şartlara uygun şekilde geliştirmektedirler. Örneğin Çin, Hong-Kong ve Tayvan'da yaşayan insanlar aynı millete mensup oldukları halde elde ettikleri ekonomik başarılar çok farklıdır. ABD'nin bir ergitme potası (*melting pot*) olduğu görüşü, insanların kendilerine has değerlerini tamamen kaybetmediklerinin anlaşılması nedeniyle eskisi kadar kabul görmemekle birlikte, Amerikan kültürünün ve yaşam tarzının, özellikle televizyonun etkisi ile orada yaşayanları etkilediği muhakkaktır. Bu çalışmanın bir benzerinin, büyük çoğunluğu Katolik olan Meksika'da yapılması durumunda, Katoliklerin PÇA değerlerinin Amerika'dakinden farklı çıkacağı düşünülmektedir.

Araştırmamızda, başta plânlanmamış olmakla birlikte ortaya çıkan önemli bir sonuç da, anketteki din seçeneğini Hiçbiri diye işaretleyenlerin çokluğu (180 kişi) ve bu kişilerin PÇA değerlerinin diğer gruplardan düşük çıkmış olmasıdır. PÇA ile ilgili 19 sorunun 18'inde Müslümanların PÇA değeri Hiçbiri grubundan yüksek çıkmıştır ve bu farklılıkların 16'sı anlamlıdır. Sadece bir soruda Hiçbiri grubunun PÇA değeri yüksek çıkmıştır ve bunda da farklılık anlamlı değildir. Protestanlarla Hiçbiri grubu karşılaştırıldığında, Protestanların PÇA değerlerinin 18 soruda Hiçbiri grubundan yüksek olduğu ve bunların 13'ünde farklılığın anlamlı olduğu, bir soruda Hiçbiri grubunun PÇA değerinin yüksek olmakla birlikte bu farklılığın anlamlı olmadığı görülmektedir. Katolik grupla Hiçbiri grubu arasındaki farklılık diğerleri kadar büyük değildir. 17 soruda Katolik grubun PÇA değerleri daha yüksektir ancak bunların sadece birindeki anlamlılık farklıdır. İki soruda Hiçbiri grubunun PÇA değerleri yüksek çıkmıştır ancak bu farklılıklar da anlamlı değildir.

Ankete katılanların namaz kılma ve kiliseye gitme sıklıklarına bakıldığında dindarlık olarak Müslüman, Protestan ve Katolik şeklinde sıralandıkları görülmektedir. Bu üç grubun PÇA değerlerinin Hiçbiri grubundan yüksekliğinin derecesi de adeta dindarlıklarına göre sıralanmıştır. Müslüman grubun PÇA değeri ile Hiçbiri grubunun PÇA değeri arasındaki farklılık, Protestan ve Hiçbiri grubu arasındaki farklılıktan büyüktür. Bu durum, daha dindar olan insanların PÇA'yı daha fazla destekledikleri şeklinde yorumlanabilir. Dinin hayatlarındaki önemi gittikçe azalan ABD'de yaşayan Katoliklerin PÇA değerlerinin, Hiçbiri grubuna çok yakın çıkmış olması da bu yorumu desteklemektedir.

Modern toplumda iş ahlâkını somut bir şekilde bulmak kolay değildir. Özellikle büyük ölçekli firmalar, firma çalışanlarının uyması gereken Ahlâk Kodlarını hazırlasa da, bu dokümanlar işlerin ahlâk prensiplerine uygun olarak yapılması için yeterli olamamaktadır. Genel olarak ahlâka olan etkileri ile dinler bu işlevi yerine getirmekte ve dolaylı olarak iş ahlâkının toplumda yer etmesine yardımcı olmaktadır. İş dünyasına girmeden önce yaşadığı ortamda helâl, haram, doğruluk, dürüstlük, başkasının hakkını yememek, bilerek kötülük yapmamak gibi kavramları öğrenen bir kişi, bu değerleri iş hayatına da taşımaktadır. Dolayısı ile dinler, kişilerin iş dünyasına da uyguladıkları değerlerini formüle etmelerine yardımcı olmaktadır. Herhangi bir dinî sisteme tabi olmayan kişiler ise bu formülüzasyondan mahrum kalmaktadır.

#### 4.4. İŞE YÖNELİK TUTUM BULGULARI

Araştırmamızın işe yönelik tutumlar kısmında, anket katılımcılarının başarı ihtiyacı ölçülmeye çalışılmış, Steers ve Braunstein (1976: 254) ile Lussier'in (1996: 178-179) sorulaştırdığı McClelland'ın (1961b) ölçeğinden faydalanılmıştır. Burada amaç, ABD'de yaşayan Türkler'in Amerikan toplumunun geneli ile ne gibi benzerlikler ve farklılıklar gösterdiğini tespit etmektir. Ayrıca, değişik dinî gruplara mensup ABD'lilerin arasındaki benzerlik ve farklılıklar da karşılaştırılmış, ayrıntılar Tablo-4.22'de verilmiştir.

Başarı ihtiyacı analizi kısmının ilk elemanı olan “geçmiş dönemlerdeki iş başarıyı gelecekte daha yükseltmek için elimden gelen gayreti sarf ederim” sorusuna verilen

cevaplarda Protestan grubun ortalaması 4,13, Katolik grubun ortalaması ise 4,12'dir. Aralarında anlamlı bir farklılık olmayan bu iki grubun söz konusu soru için başarı ihtiyacını en fazla destekledikleri söylenebilir. Bu iki grubu 3,91 ortalama ile Hiçbiri ve 3,69 ortalama ile Müslüman grubu takip etmiştir. Protestan ve Katolik gruplar ile diğer iki grup arasındaki farklılık anlamlı olduğu gibi, başarı ihtiyacını daha yüksek derecede destekleyen Hiçbiri grubu ile Müslüman grup arasındaki farklılık da anlamlıdır.

**Tablo – 4.22**

**Başarı İhtiyacı için ANOVA ve MANOVA Değerleri**

Başarı İhtiyacı Karakteristiği	Çoklu Varyans Değerleri				Tekli Varyans Değerleri *
	Amerika'lı			Türk	
	Hiçbiri	Katolik	Protestan	Müslüman	
Geçmiş dönemlerdeki iş başarımları gelecekte daha yükseltmek için elimden gelen gayreti sarf ederim.	3,91	4,12	<b>4,13</b>	3,69	0,000 KM, KH, HM, PM, PH
Aşamam gereken zorlukların olması bana heyecan verir.	3,99	3,96	4,05	4,08	0,436 Anlamlı farklılık yok
Her görevi tamamladıktan sonra ne ölçüde başarılı olup ilerleme kaydettiğimi bilmek isterim.	4,07	4,10	4,17	<b>4,29</b>	0,058 MK, MH, MP
Gerçekçi hedefler koyup onlara başarıyla ulaşmaktan zevk alırım.	4,03	4,25	<b>4,29</b>	4,27	0,000 KH, MH, PH
Zor bir görevi başarıyla tamamlamanın verdiği memnuniyeti başka hiçbir şeyde bulamam.	4,38	4,54	4,47	<b>4,59</b>	0,028 KH, MH, MP
TOPLAM	20,38 (20,37)	20,97 (20,85)	<b>21,11</b> <b>(21,12)</b>	20,92 (20,90)	**
* Grupların baş harfleri tekli varyans analizine göre aralarında anlamlı farklılık olan grupları göstermektedir. Örneğin, MP: Müslüman grubun başarı ihtiyacı değeri Protestan grubun başarı ihtiyacı değerinden anlamlı olarak daha yüksektir.					
** Toplam kısmındaki ilk değerler bu tablodaki sorulara verilen cevapların toplanmasıyla, parantezdeki değerler ise verilerin tamamından SPSS yazılımı ile hesaplanan değerlerdir.					
Yapılan Test	Değer	Yaklaşık F Hip.	F'nin anlamlılığı		
Pillais	0,143	3,302	0,000		
Hotelling	0,863	3,347	0,000		
Wilks	0,152	3,380	0,000		
Roys	0,085	9,586	0,000		
Ortalamaların farklılığı 0,05 seviyesinde anlamlıdır.					

“Aşamam gereken zorlukların olması bana heyecan verir” sorusuna verilen cevaplar, Müslüman grup 4,08, Protestan grup 4,05, Hiçbiri grubu 3,99 ve Katolik grup 3,96

şeklinde sıralanmıştır. Ancak ANOVA analizinde elde edilen sonuç, gruplar arasındaki farklılıkların istatistikî bakımdan anlamlı olmadığını göstermiştir.

Müslüman grubun 4,29 ile “*Her görevi tamamladıktan sonra ne ölçüde başarılı olup ilerleme kaydettiğimi bilmek isterim*” sorusunda en yüksek ortalamayı elde ettiği gözlenmiştir. Bunu 4,17 ile Protestan, 4,10 ile Katolik ve 4,07 ile Hiçbiri grubu takip etmiştir. Müslüman grup ile diğer üç grup arasındaki farklılık anlamlı olmakla birlikte, bu üç grubun arasındaki farklılıklar istatistikî olarak anlamlı değildir.

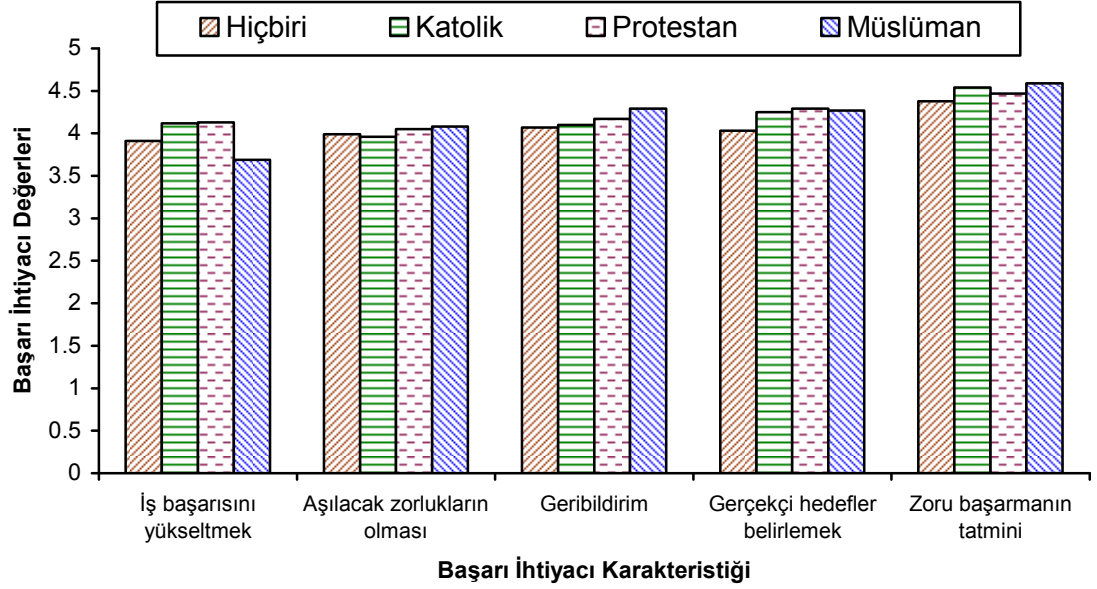
“*Gerçekçi hedefler koyup onlara başarıyla ulaşmaktan zevk alırım*” sorusuna verilen cevaplardaki en yüksek ortalamalar 4,29 ile Protestan, 4,27 ile Müslüman ve 4,25 ile Katolik grubun değerleridir. Bu üç grup arasında anlamlı bir farklılık yoktur, ancak üç grubun da ortalamasının, 4,03 değerindeki Hiçbiri grubunun ortalamasından farklılığı anlamlıdır.

Başarı ihtiyacı ölçümünün son elemanı olan “*Zor bir görevi başarıyla tamamlamanın verdiği memnuniyeti başka hiçbir yerde bulamam*” sorusunun cevaplarındaki en yüksek ortalamalar 4,59 ile Müslüman ve 4,54 ile Katolik gruplara aittir ve bu iki grup arasında anlamlı bir farklılık yoktur. Ortalaması 4,47 olan Protestan grup ile Katolik grup arasında anlamlı farklılık bulunmama ile birlikte, Müslümanların Protestanlardan farklılığı anlamlıdır. Hiçbiri grubunun ortalaması 4,38’dir ve Protestan grupla aralarında anlamlı bir farklılık yoktur. Müslüman ve Katolik grupların ise Hiçbiri grubundan farklılıkları anlamlıdır.

Grupların başarı ihtiyacı sorularından aldıkları puanlar, Şekil-4.3’te grafik olarak gösterilmektedir.

Şekil – 4.3

Başarı İhtiyacı Değerlerinin Gruplara Göre Ortalamaları



### *Başarı İhtiyacı Sonuçlarının Değerlendirilmesi*

Grupların başarı ihtiyacı için elde ettikleri değerler birbirlerine çok yakın çıkmış, bu da hipotez hakkında karar verilmesini zorlaştırmıştır. “Aşmam gereken zorlukların olması bana heyecan verir” sorusunda en yüksek puanı Müslüman grup almış olmasına rağmen, ANOVA analizi bu sorudaki farklılıkların istatistikî olarak anlamlı olmadığını göstermiştir.

Geriye kalan dört soru için Müslüman ve Protestan grup göz önüne alındığında, iki soruda Müslümanlar, diğer iki soruda da Protestanlar daha yüksek puanlar almışlardır. Müslümanların yüksek puan aldığı iki sorudaki farklılık anlamlı olmakla birlikte, Protestanların daha yüksek puan aldığı iki sorudan sadece birisindeki farklılık anlamlıdır. Bütün sorulardan alınan toplam puana bakıldığında Protestan grubunun puanının daha yüksek olduğu görülmektedir. Bunun nedeni, Protestanların daha yüksek puan aldıkları “geçmiş dönemlerdeki başarıyı gelecekte daha yükseltmek için elimden gelen gayreti sarf ederim” sorusunda ortaya çıkan büyük puan farkıdır. Ancak bu bir

sorudaki fark nedeniyle Protestanların bütün başarı ihtiyacı için en yüksek değeri almış olarak değerlendirilmesi doğru bulunmamaktadır. Zira Müslüman grubun başarı ihtiyacı değerleri iki soruda anlamlı olarak yüksek iken, Protestanların sadece bir soruda anlamlı olarak yüksektir.

Müslüman ve Katolik grupların puanları karşılaştırıldığında da benzeri bir durum görülmektedir. Dört sorunun üçünde Müslümanlar, birinde ise Katolikler daha yüksek puan almışlardır. Protestan grupla büyük farkta olduğu gibi, Katolik grubun aynı soruda aldığı puan Müslüman grubun puanından anlamlı şekilde yüksek olmuş ve bu Katoliklerin toplam puanını Müslümanlardan yüksek hale getirmiştir. Diğer üç soruda Müslümanların puanları Katoliklerden yüksektir ve bu farklılıkların biri istatistikî olarak anlamlıdır. Başarı ihtiyacı karakteristiklerinin ortalamalarını ayrı ayrı hesaplayıp toplamlarını almak yerine, doğrudan verilerden gruplara göre toplamlar alındığında Müslüman grubun toplam değeri (20,90), Katolik grubun toplam değerinden (20,85) büyük çıkmaktadır. Dolayısı ile doğrudan verilerin tamamından başarı ihtiyacı değeri hesaplandığında Müslüman Türklerin, başarı ihtiyacı karakteristiklerine göre elde edilen ortalamalar toplandığında ise Katoliklerin başarı ihtiyacı değerinin daha yüksek olduğu görülmektedir.

Karşılaştırmanın en kolayı Hiçbiri grubuyla yapılabilmektedir. Zira dört sorunun üçünde Müslüman Türk grubun puanları, Hiçbiri grubunun puanlarından anlamlı olarak yüksektir. Sadece bir soruda Hiçbiri grubunun puanı Müslüman gruptan anlamlı olarak yüksektir. Dolayısı ile Müslüman grubun başarı ihtiyacı değerlerinin Hiçbiri grubundan yüksek olduğu söylenebilir.

Yukarıdaki münferit sorular ile hipotezin doğrulanıp doğrulanmadığı kolaylıkla anlaşılamadığından, verilerin tümünde SPSS yazılımı yardımı ile Türk ve Amerika'luların başarı ihtiyacı değerleri, dinî alt gruplara ayırmadan ayrıca hesaplanmıştır. Amerikan ve Türklerin başarı ihtiyacı değerleri ayrı ayrı hesaplandıktan sonra ortalamaları alınmış ve Amerika'lular için 20,86, Türkler için 20,85 değerleri bulunmuştur. Bu sonuçlar da göz önüne alındığında, "*H3: ABD'de yaşayan Türklerin*

*başarı ihtiyacı değerleri Amerika'lılardan anlamlı olarak daha yüksektir.*” hipotezinin doğrulanamadığı söylenebilir.

Arslan (2001a: 344-345), Türk, İrlandalı ve İngiliz yöneticilerin liderliğin boyutları olarak başarı veya güce yönelimlerini ölçtüğü çalışmasında, Türk ve İrlandalı yöneticilerin başarı ihtiyacını İngilizlerinkinden yüksek bulmuş ve bunu Türkiye ile İrlanda'daki hızlı ekonomik büyümeye dayandırmıştır. Hatta iş ahlâkı açısından bakıldığında, yüksek başarı ihtiyacının kısa vadeli kazanç ve fırsatçılığı teşvik edebileceğini dolayısıyla böyle toplumlarda ahlâklı liderliğin önem kazandığını ifade etmiştir. Arslan'ın bulguları ile karşılaştırıldığında, bu çalışmada ABD'de yaşayan Türklerin başarı ihtiyacı değerlerinin Amerika'lılarla aynı çıkması, Türklerin bu hızlı kalkınma psikolojisinden uzaklaşarak Amerikan toplumuna uyum sağladıklarını göstermektedir.

McClelland'ın (1961b: 100) 1950 yılı için yaptığı araştırmada, Türkiye yüksek başarı ihtiyacı sıralamasında en üstte çıkarken ABD sıralamanın sonunda, İngiltere ise başarı ihtiyacı düşük olan grupta yer almıştır. Karakitapoğlu Aygün, Arslan ve Güney (2007), Türk ve Amerika'lı üniversite öğrencilerinin işe yönelik değerlerini karşılaştırdıkları çalışma sonucunda elde ettikleri bulguların, literatüre paralel olarak, farklı kültürlerde başarı ve sıkı çalışmanın değişik şekillerde algılanabileceğini söylemişlerdir. Örneğin Amerikan kültüründe bir hedefi başarmak veya sıkı çalışmaktan tatmin olmak kendi başına bir sonuç gibi görülürken, toplumcu (kollektivist) Türk kültüründe bunlar insanların kendi menfaatleri veya bir gruba bağlılık için gerekli araçlar şeklinde algılanabilirler. Yazarlar gerek kendi bulgularına ve gerekse literatür araştırmasına dayandırarak sonuçta, çalışma değerlerinin toplum ve kültürlere göre farklılaştığını ifade etmişlerdir. Bizim araştırmamızda da ABD'de yaşayan Müslüman Türklerin başarı ihtiyacı değerleri ile Amerika'lıların (Protestan, Katolik ve Hiçbiri) başarı ihtiyacı değerleri arasında anlamlı bir farklılık çıkmaması bu görüşü desteklemektedir.

Buna paralel olarak, PÇA ile ilgili bulguların açıklanmasında ifade edildiği gibi insanların sahip oldukları değerler, yaşadıkları toplumun sosyal, politik ve ekonomik şartlarından etkilenebilmekte ve o şartlara uyum sağlayabilmektedir. ABD'de yaşayan



Türklerin PÇA değerleri Amerika'lılardan yüksek çıkarken, başarı ihtiyacı değerlerinin aynı veya çok benzer çıkması, Türklerin, Müslüman-Türk kimlikleri ile ülkelerinden getirdikleri içsel değerleri muhafaza etmekle birlikte, yaşadıkları toplumun bireyleri olarak algılanmalarını kolaylaştıracak olan dışsal bir değerde buldukları topluma uyum sağladıklarını göstermektedir. ABD'ye göç eden Türklerin diğer bazı göçmenler kadar birbirlerine bağlı olmamalarının, bu uyumun nedenlerinden biri olduğu düşünülmektedir. Örneğin Çinli veya Koreli göçmenler evlerini birbirlerine yakın yerlerde seçerken, Türklerin genellikle daha dağınık oldukları gözlenmektedir. Tabii bu gözlemin doğrulanabilmesi için, farklı milletlere mensup olup ABD'ye göç etmiş gruplar üzerinde benzeri çalışmaların yapılması gerekmektedir.

#### 4.5. SONUÇ

Bu çalışmanın amacı ABD'ye yerleşmiş Türklerin, Amerikan toplumuna ne derece uyum sağladıklarını, Türk ve/veya Müslüman kimlikleri ile yaşadıkları topluma ne gibi kazanımlar sağladıklarını tespit etmektir. Bu amaçla, ABD'de yaşayan Türklerin Protestan Çalışma Ahlâkı ve Başarı İhtiyacı değerleri ölçülerek Amerikan toplumu ile karşılaştırılmaya çalışılmıştır. Bu hedefe ulaşmak üzere yukarıda sözünü ettiğimiz temel ve geçerliliği bu alanda genel kabul görmüş kaynaklara dayanılarak tarafımızdan hazırlanan anket internette yapılmış ve elde edilen veriler SPSS yazılımı kullanılarak analiz edilmiştir.

Çalışmanın başlangıcında sadece Türklerin ve genel olarak Amerika'lıların karşılaştırılması plânlanırken, Amerika'lı katılımcıların din sorusuna verdikleri cevapların Protestan, Katolik ve Hiçbiri alt gruplarında yoğunlaşmış olması nedeniyle karşılaştırmalar Türk Müslümanlar ile Amerika'lı Protestan, Katolik ve Hiçbiri grupları arasında yapılmıştır.

Türk Müslüman ve Amerika'lı Protestan, Katolik ve Hiçbiri gruplarının PÇA'nın boyutları ve başarı ihtiyacının karakteristikleri ile ilgili olarak verdikleri cevaplar ve elde ettikleri puanlar yukarıda ayrıntılı olarak verilmiştir. Elde edilen sonuçlar literatür ile ilişkilendirilmiş ve yorumlanmıştır. Sonuçların yorumlanmasına tezin Sonuç Bölümünde devam edilecektir.

**SONUÇ**

## SONUÇ

Geçtiğimiz yıllarda, özellikle ABD iş dünyasında ortaya çıkan skandallar, sadece büyük çaplı uluslararası firmaların iflas edip kapanmasına değil, emekliliklerini bu firmalardan alacakları maaşlara bağlamış olan insanların da büyük güçlüklerle karşılaşmalarına neden olmuştur. Bu tablo, ahlâklı olmanın iş dünyasında da ne kadar önemli olduğunu gündeme getirmiş ve *İş Ahlâkı*, *Protestan Çalışma Ahlâkı*, *Çalışma Ahlâkı*, *Kurumsal Sosyal Sorumluluk* gibi kavramlar çokça duyulur olmuştur.

ABD’de iş ahlâkı konusu üzerinde çalışırken, her yıl binlerce yeni göçmenin iş gücüne katılması dolayısıyla, farklı kültürlerin bu ülkeye etkisini değerlendirmek kaçınılmaz olmaktadır. Türkiye’den de ABD’ye gerek eğitim almak, gerekse yerleşmek ve çalışmak üzere çok sayıda insan gitmektedir. Araştırmamızın amacı; ABD’ye göçmüş Türklerin iş değerleri bakımından Amerika’lı çalışanlarla mukayese edilmesidir.

Bu amaca yönelik olarak sorduğumuz sorulardan ilki, Max Weber’in yirminci yüzyılın başında ortaya attığı; Protestan toplumların, Protestan olmayan toplumlardan farklı bir çalışma ahlâkına sahip oldukları ve bunun Batı’nın kalkınmasında rol oynayan etkenlerden biri olduğu iddiasının hâlâ doğruluğunu koruyup korumadığıdır. Weber’in iddiasını değerlendirmek ve Türklerin Amerikan toplumuna etkilerini tespit etmek üzere, ABD’ye göçmüş Türklerin PÇA değerleri hesaplanarak Amerika’lılarla karşılaştırılmıştır. Karşılaştırma yapılırken sadece Türklerle sınırlı kalmamış ve dinî mensubiyet sorusunu Protestan, Katolik veya Hiçbiri diye cevaplayan grupların PÇA değerleri de karşılaştırılmıştır.

Diğer bir sorumuz da ABD’ye göçmüş Türklerin, işle ilgili tutumlar bakımından Amerikan toplumunu nasıl etkiledikleri veya kendilerinin içinde yaşadıkları toplumdan nasıl etkilendikleridir. Bu karşılaştırma için, McClelland’ın başarı ihtiyacı kavramından faydalanılmış ve Türkler ile Amerika’lıların başarı ihtiyacı değerleri ölçülerek mukayese edilmiştir.

Yukarıda bahsedilen soruları cevaplamak ve amaçlara ulaşmak için gerekli olan verileri toplamak üzere, ABD’de yaşayan Türk ve Amerika’lı çalışanlara bir anket uygulanmıştır. Ekler bölümünde Türkçe ve İngilizce’leri verilen anket ile katılımcıların PÇA (19 soru) ve başarı ihtiyacı (5 soru) değerleri ölçülmüş, ayrıca bazı demografik (13 soru) bilgiler de toplanmıştır. Anketin internette uygulandığı bu çalışmada, tabakalandırılmış (Türk ve Amerikan katılımcılar) rastgele örnekleme yöntemine uygun bir örneklem oluşturulmaya çalışılmıştır. Anketin internette yapılmasının temel nedeni, veri toplamanın hızlı ve ucuz olmasıdır. Ayrıca, Türk hedef kütlenin ABD’nin muhtelif bölgelerine yayılmış olması internet anketini zorunlu hale getirmiştir. Ankete katılımı artırmak amacıyla, anket linkinin gönderildiği elektronik postanın içeriğinde ve anketin ilk sayfasında katılımcılar arasında çekiliş yapılarak üç adet 10 dolarlık hediye çeki verileceği bildirilmiş ve anket kapatıldıktan sonra bu çekiliş gerçekleştirilerek hediye çekleri kazananlara gönderilmiştir.

Ankete davet edilen örneklem kütesi Kuzey Carolina Üniversitesi çalışanları (idari ve akademik personel) ile ABD’de yaşayan ve çalışan Türklere dir. Amerika’lılara ulaşmak için üniversitenin personel elektronik posta dağıtım listesinden, Türklere ulaşmak için de çeşitli dernek ve grupların elektronik posta dağıtım listelerinden faydalanılmıştır. Anketin üniversite çalışanlarına uygulanabilmesi için, Kuzey Carolina Üniversitesi Kurumsal Denetleme Kurulu’nun izni ve Parr Etik Merkezi’nin desteği alınmıştır.

Ankete katılan 803 kişinin 700’ü Amerika’lı, 102’si Türk’tür. Bir kişi bununla ilgili soruyu cevaplamamıştır. Katılımcıların %70’i kadın, %30’u erkek; %58’i evli, %34’ü bekâr, %8’i boşanmış veya eşini kaybetmiştir. Dininiz nedir sorusunu cevaplayanların %39’u Protestan, %22’si Hiçbiri, %12’si Müslüman, %11’i Katolik, %4’ü Yahudi, geri kalan %12’si de Budist, Hindu ve Diğer seçeneklerini işaretlemiştir. 180 kişinin bu soruyu Hiçbiri diye cevaplamış olması dikkat çekicidir. Uygulanan anketin, demografik sorular hariç ilk 24 sorusu için yapılan güvenilirlik analizinde Cronbach alfa katsayısı 0,72 olarak hesaplanmış ve sonuçların güvenilir olduğu tespit edilmiştir.

Veriler elde edildikten sonra çalışmanın analiz kısmına geçilmiş ve ilk olarak, PÇA’nın boyutlarını tespit etmek amacıyla, PÇA’yı ölçen 19 soru için faktör analizi yapılmıştır.

Faktör analizi sonucunda, daha önce yapılmış çalışmalara benzer olarak şu beş boyut bulunmuştur: (1) Sıkı çalışma ve başarı, (2) İçsel kontrol, (3) Boş vakte karşı negatif tutum, (4) Zaman, para ve para biriktirmeye karşı tutumlar, (5) Kendi başına bir sonuç olarak çalışma. Faktör analizinin ardından hem PÇA hem de başarı ihtiyacı verileri için tekli (ANOVA) ve çoklu (MANOVA) varyans analizleri yapılarak farklı dinî grupların verdikleri cevaplar karşılaştırılmıştır.

### ***Protestan Çalışma Ahlâkı***

PÇA'nın ilk boyutu olan *sıkı çalışma ve başarı* kısmında yer alan beş soruya bakıldığında, bir soruda gruplar arasında anlamlı bir farklılık olmadığı, bir soruda Katolik, Protestan ve Müslüman gruplar arasında anlamlı farklılık olmadığı ancak Protestan ve Müslüman grubun PÇA değerinin Hiçbiri grubundan anlamlı olarak yüksek olduğu, diğer üç soruda ise Müslüman grubun PÇA değerinin anlamlı olarak diğer gruplardan yüksek olduğu gözlenmiştir. Bu veriler, ABD'ye göç etmiş Türklerin, sıkı çalışmanın ödüllendirileceğine ve başarı getireceğine, tembelliğin de sonuçlarına katlanılması gerekeceğine olan inanç veya düşüncelerini göstermektedir. Kur'an'da çeşitli âyetlerde çalışmanın faziletlerinden bahsedilmesi, hadislerde de çalışmanın adeta ibadete eşdeğer tutulması Müslümanların cevaplarını açıklayabilir.

*İçsel kontrol* boyutunun altında yer alan beş sorunun tamamında Müslümanların PÇA değerleri diğer gruplardan yüksek çıkmıştır. Müslümanların PÇA değerinin diğer gruplardan yüksekliği Katolikler için üç soruda, Protestanlar için dört soruda ve Hiçbiri grubu için beş soruda anlamlıdır. Burada elde edilen veriler, dünyevî zevklerden vazgeçmek veya acı çekmek zorunda kalınmasa hayatın çok az anlamlı olacağı gibi Katolikliğe has diye düşünülen değerlerin, Müslümanların değer siteminde de yer aldığı ve Müslümanlarca içselleştirildiğini göstermektedir.

*Boş zamana karşı negatif tutum* boyutunu oluşturan üç soruya verilen cevapların tamamında Müslümanların PÇA değerleri diğer grupların değerlerinden anlamlı olarak yüksektir. Dindarlığın belli bir ölçüye bakarak belirlenebileceği düşünülmesine de, ankete katılan Müslümanların %60'ının "Ne sıklıkla namaz kılarıyorsunuz?" sorusuna her gün, %12'sinin de haftada birden fazla diye cevap verdiği göz önüne alındığında, ankete

katılan Müslüman Türklerin en az %70'inin “dindar” oldukları söylenebilir. İslâmiyette de yer alan boş zamana negatif bakış, Müslümanların bu boyutta yer alan sorulara verdikleri cevaplara dayanak gösterilebilir.

*Zaman, para ve para biriktirmeye karşı tutumlar* boyutunda yer alan üç sorudan birinde gruplar arasında anlamlı bir farklılık çıkmamış, diğer iki soruda ise Müslümanların PÇA değerleri diğer üç gruptan anlamlı olarak yüksek çıkmıştır. İslâmiyetin her konuda israfı men etmesi, faizi yasaklaması, kişinin kendisinin ve ailesinin geçimini alın teri ile kazanmasını yüceltmesi ve helâl-haram kavramlarının önemini vurgulamasının ankete katılan Müslümanların bu sorulara verdikleri cevapları etkiledikleri düşünülmektedir.

PÇA'nın son boyutu olan *kendi başına bir sonuç olarak çalışma* altında yer alan üç sorunun birinde gruplar arasında anlamlı bir farklılık çıkmamıştır. Diğer iki sorudan birinde Müslüman diğerinde Protestan grubun PÇA değeri en yüksek çıkmıştır, ancak iki soruda da Katolik, Protestan ve Müslüman gruplar arasındaki farklılıklar anlamlı değildir. Aynı iki soruda Müslüman ve Protestan grupların PÇA değerlerinin Hiçbiri grubundan farklılığı anlamlıdır.

Asıl değerlendirme PÇA'nın boyutlarına göre yapılmakla birlikte, verilerin tamamından ortalama PÇA değerleri hesaplandığında grupların Müslüman (65,26), Protestan (59,80), Katolik (58,38) ve Hiçbiri (55,62) şeklinde sıralandıkları görülmektedir. Bu hesaplamaların ayrıntıları Tablo-5.3'te, grafiksel gösterimi de Şekil-5.1'de verilmiştir. PÇA boyutları ile ilgili ayrıntılı değerlendirmeye ve ortalama hesaplarına bakıldığında, “*H1: ABD'de yaşayan Türklerin PÇA değerleri Amerika'lılardan anlamlı olarak yüksektir.*” hipotezinin doğrulandığı söylenebilir.

Bu sonuç, Arslan'ın 2001 yılında İngiliz Protestan, İrlandalı Katolik ve Türk Müslüman yöneticilerin PÇA değerlerini karşılaştırdığı ve Türk yöneticilerin PÇA'yı İngiliz ve İrlandalı yöneticilerden daha fazla desteklediğini bulduğu araştırmanın sonucu ile benzeşmektedir. Arslan, anketi Türkiye'de yaşayan Nakşibendi ve Nur cemaatine mensup kişilere uygulamış, bizim çalışmamızda ise böyle özel bir grup seçilmemiştir. Ancak iki grubun karşılaştırılabilir olduğu düşünülmektedir, zira bizim çalışmamızda

ankete katılanların %72'si, "Ne sıklıkta namaz kılarıyorsunuz?" sorusuna her gün veya haftada birden fazla cevabını vermiştir. Belli bir cemaate mensup olmanın bazı dinamikleri birlikte getirdiği bilirse de bu iki grubun benzer şekilde dinî inançları kuvvetli insanlardan oluştuğu düşünülmektedir. Netice itibarıyla, bizim çalışmamızın sonuçları, Arslan'ın 2001 yılında yaptığı çalışmanın sonuçlarını desteklemiştir.

Chusmir ve Koberg, 1981 yılında ABD'de çalışan yetişkinler arasında yaptıkları bir araştırmada, PÇA'nın dindarlıkla ilişkili olduğunu ve Protestanların, Protestan olmayanlardan daha yüksek PÇA değerine sahip olduklarını gözlemişlerdir. Bizim anketimize katılan Katoliklerin %30'u, Protestanların ise %45'i haftada en az bir kere kiliseye gitmektedirler. Bu rakamlara bakıldığında ankete katılan Müslümanların, Katolik ve Protestanlardan daha dindar olduklarını söylemek mümkündür. Müslüman katılımcıların PÇA değerlerinin diğerlerinden yüksek çıkmış olmasından dolayı, çalışmamızın sonuçlarının, Chusmir ve Koberg'in bulgularından PÇA'nın dindarlıkla ilişkili olduğunu desteklediği, ancak Protestanların PÇA değerlerinin daha yüksek olduğunu desteklemediği söylenebilir. Burada gözden kaçırılmaması gereken bir husus, Chusmir ve Koberg'in çalışmasına katılan Müslüman sayısının azlığıdır.

Farklı kültürlerin PÇA'yı algılamaları ile ilgili çeşitli çalışmalar yapılmıştır. Örneğin Furnham ve Muhiudeen, 1984 yılında Mirels ve Garrett'in Protestan Ahlâkı ölçeğini kullanarak yaptıkları araştırmada, İngiliz ve Malezyalı iki grubu karşılaştırmış ve farklı kültürler arasında PÇA bakımından da farklılık olduğunu, İngiltere'de PÇA'ya destek azalırken, Malezya'da bu desteğin arttığını ifade etmişlerdir. Benzer şekilde Niles 1994 ve 1999 yıllarında Avustralyalı ve Sri Lankalı grupları karşılaştırmış, grupların çalışmanın anlamını benzer şekilde algıladıklarını, ancak Sri Lankalıların PÇA'nın boyutlarından biri olan sıkı çalışmayı Avustralyalılardan daha fazla desteklediklerini bulmuştur. Bizim araştırmamızın sonuçlarının, incelenen gruplar diğer iki araştırmadaki gruplardan farklı olmakla birlikte, büyük çoğunluğu Protestan olan ABD'de Müslüman Türk grubun PÇA'ya desteğinin diğer gruplardan yüksek çıkması nedeniyle bahsedilen iki çalışmanın sonuçlarını desteklediği söylenebilir. Furnham ve Muhiudeen ile Niles'in bulguları ışığında değerlendirildiğinde, araştırmamızdan elde edilen sonuçlar ABD'de

yaşayan Türklerin her ne kadar Amerikan toplumuna uyum sağlamış olsalar da kendilerine has Müslüman Türk kültür değerlerini muhafaza ettiklerini göstermektedir.

Ankete katılan Müslüman Türklerin PÇA değerlerinin Katolik, Protestan ve Hiçbiri gruplarından yüksek çıkması çeşitli nedenlere dayandırılabilir. Bunlardan bir tanesi katılımcıların inanç sistemleri ve dindarlık dereceleridir. Ahlâklı olmak tamamen dine bağlı olmamakla birlikte, dindarlığın ahlâklılığa olumlu etkisi bulunmaktadır. Diğer dinlere benzer şekilde, İslâm'da da kişilerin günlük hayatlarında, aile ve sosyal ilişkilerinde olduğu gibi iş hayatında da kötülükten uzak durması tavsiye ve iyilik yapması teşvik edilir. Kur'an'da ve hadislerde sadece çalışmanın önemi belirtilmekle kalınmamış, bunun başkalarının haklarını gözeterek ve dürüstlikle yapılması gerektiği de vurgulanmıştır.

Ankete katılan Türkler belli bir cemaat içinden seçilmemiştir. Bu kişiler, arada bir de olsa camiye gitmekle veya kültür merkezlerinin düzenledikleri faaliyetlere katılmakla bir destek sisteminin varlığını hissedebilirler. Bu kişiler kendilerini her hafta aynı kiliseye giden Hristiyanlar gibi aynı cemaatin üyesi olarak görmeyebilir. Ancak gene de çalışkanlık, doğruluk, dürüstlük, başkalarının haklarına saygı göstermek gibi değerlerin özendirildiği bu ortamlar kişilerin davranışlarına olumlu yönde etki edebilmektedir.

Türklerin PÇA değerlerinin yüksek çıkması kültürel farklılıkla da açıklanabilir. İnsanların içinde yaşadıkları toplumdan etkilenmeleri kaçınılmaz bir gerçektir. ABD'de özellikle televizyon, ortalama Amerika'lı üzerinde önemli etkileyici rol oynamakta ve insanları benzer normlar geliştirmeye yöneltmektedir. Türklerin henüz bu kalıba girmemiş olmalarının bir nedeni, ortalama Amerika'lıdan daha yüksek bir eğitim ve kültür seviyesine sahip olmalarıdır. Ayrıca Türklerin büyük çoğunluğunun birinci veya en fazla ikinci kuşak göçmen oldukları düşünülmektedir. Halbuki diğer dinî gruplara mensup insanlar uzun yıllardır ABD'de yaşamakta olduklarından baskın toplum değerlerinden daha fazla etkilenmişlerdir. Bu bağlamda, göçmen grupların kuşak farklılıklarını da göz önünde bulunduran benzeri bir çalışmanın yapılması faydalı olacaktır.



PÇA'nın bütün boyutlarında Müslümanların PÇA değerleri diğer gruplardan hep anlamlı olarak yüksek çıkarken, kendi başına bir sonuç olarak çalışma boyutunda Protestan ve Katolik gruplarla anlamlı bir farklılığın ortaya çıkmayışı ilgi çekicidir. Seyyed Hossein Nasr'ın söylediği gibi, İslâm'da çalışmanın bir kişinin hayatiyetini sürdürebilmek ve gerek kişisel gerekse toplum hayatında bir denge kurabilmek için gerekli olduğu vurgulansa da, çalışmaya kendi başına bir sonuç olarak fazilet atfedilmemesinin, ankette bu sonucu doğurduğu düşünülmektedir.

Protestan ve Katolik grupların PÇA değerlerinin karşılaştırılması için de PÇA'nın boyutlarına sırası ile bakılmıştır. *Sıkı çalışma ve başarı* boyutunun altında yer alan beş sorunun dördünde Protestanların, birinde ise Katoliklerin PÇA değeri yüksek çıkmıştır, ancak bu farklılıkların hiçbiri istatistikî olarak anlamlı değildir. İkinci boyut olan, *içsel kontrol* sorularına bakıldığında bu sefer de Katolik grubun lehine benzeri bir durum görülmektedir. Beş sorunun üçünde Katoliklerin, birinde Protestanların PÇA değeri yüksek, diğer soruda grupların PÇA değerleri eşit çıkmıştır. Hiçbir sorudaki farklılık anlamlı değildir. *Boş zamana karşı negatif tutum* boyutunda yer alan üç soruda da Protestanların PÇA değerleri Katoliklerden yüksek olmakla birlikte farklılıklar anlamlı değildir. *Zaman, para ve para biriktirmeye karşı tutum* boyutunun iki sorusunda Protestanların, bir sorusunda ise Katoliklerin PÇA değerleri yüksektir, ancak farklılıklar gene anlamlı değildir. Son boyut olan *kendi başına bir sonuç olarak çalışma* altında yer alan sorularda Protestanların PÇA değerleri Katoliklerden yüksek olmakla birlikte farklılıklar anlamlı değildir.

Katolik ve Protestan gruplar için PÇA'nın boyutlarına bakıldığında iki grup arasında anlamlı bir farklılık görünmemektedir. Verilerin tamamından hesaplanan Ortalama PÇA değerleri (Katolikler 58,38; Protestanlar 59,80) de birbirine çok yakın olduğundan “H2: Amerika'lı katılımcıların alt grupları olan Protestanlar ve Katolikler arasında PÇA açısından anlamlı bir farklılık yoktur.” hipotezinin doğrulandığı söylenebilir.

Bu sonuç, Max Weber'in yirminci yüzyılın başında ortaya koyduğu Protestanların çalışma ahlâkının Katoliklerden daha yüksek olduğu iddiasının geçerliliğini kaybettiğini göstermektedir. Benzer bir çalışma olan Arslan'ın 2001 yılında yaptığı araştırma ile

karşılaştırıldığında, bu çalışmada elde edilen sonuçların Arslan'ın sonuçlarını desteklediği görülmektedir. İki çalışma arasında, grupların PÇA'nın boyutlarının altındaki bazı sorularda elde ettikleri puanlarda bazı önemli farklılıklar ortaya çıkmıştır. Arslan'ın çalışmasında, kendi başına bir sonuç olarak çalışma ve zaman ve paraya karşı tutum boyutlarının altında yer alan iki soruda Protestanların PÇA değerleri Katoliklerden; sıkı çalışma başarı getirir boyutunda yer alan iki soruda da Katoliklerin PÇA değerleri Protestanlardan anlamlı olarak yüksek çıkmıştır. Bizim çalışmamızda ise hiç bir soruda bir grubun diğer gruptan farklılığı anlamlı değildir.

İki araştırma arasındaki bu farklılık iki şekilde yorumlanabilir. Weber'in yirminci yüzyılın başında iddia ettiği, Protestanlar ile Katolikler arasında çalışma ahlâkındaki Protestanların lehine farklılık tedricen ortadan kalkmaktadır. Beş yıl farkla yapılan bu iki çalışmanın sonuçları, bu çıkarımı doğrular görünmektedir. Bu değişimin, ABD'de yaşayan Katoliklerin, büyük çoğunluğu Protestan olan bu ülkenin baskın değerlerine uyum sağlamalarından olduğu düşünülmektedir. Nitekim Samuel Huntington, 2004 yılında yazdığı "Biz Kimiz?" isimli kitabında Katolikliğin Amerikanlaştırılması, hatta Protestanlaştırılması kavramlarından bahsetmektedir. Huntington'a göre Katoliklerin tutum, uygulama, organizasyon ve davranışları değişmekte ve Amerikan, daha doğrusu Protestan ortama uyum sağlamakta, bunun sonucunda da Roma Katolik Kilisesi, Amerikan Katolik Kilisesi haline gelmektedir. Bu değişimde Katoliklerin içinde yaşadıkları topluma uyum sağlama istekleri ve bazı yüksek derecedeki Katolik din adamlarının, Katolik vatandaşlara mütevazilik, tutumluluk ve müteşebbislik gibi değerleri içeren Protestan Ahlâkını benimsemelerini tavsiye etmelerinin büyük etkisi olmuştur. Ayrıca zaman içinde Katoliklerin dindarlık seviyesi azalmaya başlamıştır. Örneğin 1952 yılında Katoliklerin %83'ü dinin hayatlarında çok önemli olduğunu söylerken, bu oran 1987 yılında %54'e düşmüştür.

Diğer bir yorum da, insanların içinde yaşadıkları ortamın şartlarından etkilenerek çalışmaya karşı olan tutumlarının değişebileceğidir. İnsanlar yaşadıkları ülkenin sosyal, politik ve ekonomik şartlarından etkilenmekte ve davranışlarını şartlara uygun şekilde geliştirmektedirler. Örneğin Çin, Hong-Kong ve Tayvan'da yaşayan insanlar aynı millete mensup oldukları halde elde ettikleri ekonomik başarılar çok farklıdır. ABD'nin

bir ergitme potası (melting pot) olduğu görüşü, insanların göç ettikleri ülkelerinden getirdikleri kendilerine has değerleri tamamen kaybetmediklerinin anlaşılması nedeniyle eskisi kadar kabul görmemekle birlikte, Amerikan kültürünün ve yaşam tarzının, özellikle televizyonun etkisiyle orada yaşayanları etkilediği bir gerçektir. Bu çalışmanın bir benzerinin, büyük çoğunluğu Katolik olan Meksika'da yapılması durumunda, Katoliklerin PÇA değerlerinin ABD'dekinden farklı çıkacağı düşünülmektedir.

Araştırmamızda, başta plânlanmamış olmakla birlikte ortaya çıkan önemli bir sonuç da, anketteki din seçeneğini Hiçbiri diye işaretleyenlerin çokluğu (180 kişi) ve bu kişilerin PÇA değerlerinin diğer gruplardan düşük çıkmış olmasıdır. PÇA ile ilgili 19 sorunun 18'inde Müslümanların PÇA değeri Hiçbiri grubundan yüksek çıkmıştır ve bu farklılıkların 16'sı anlamlıdır. Sadece bir soruda Hiçbiri grubunun PÇA değeri yüksek çıkmıştır ve bunda da anlamlılık farklı değildir. Protestanlarla Hiçbiri grubu karşılaştırıldığında, Protestanların PÇA değerlerinin 18 soruda Hiçbiri grubundan yüksek olduğu ve bunların 13'ünde farklılığın anlamlı olduğu, bir soruda Hiçbiri grubunun PÇA değerinin yüksek olmakla birlikte bu farklılığın anlamlı olmadığı görülmektedir. Katolik grupla Hiçbiri grubu arasındaki farklılık diğerleri kadar büyük değildir. 17 soruda Katolik grubun PÇA değerleri daha yüksektir ancak bunların sadece birindeki anlamlılık farklıdır. İki soruda Hiçbiri grubunun PÇA değerleri yüksek çıkmıştır ancak bu farklılıklar da anlamlı değildir.

Ankete katılanların namaz kılma ve kiliseye gitme sıklıklarına bakıldığında dindarlık olarak Müslüman, Protestan ve Katolik şeklinde sıralandıkları görülmektedir. Bu üç grubun PÇA değerlerinin Hiçbiri grubundan yüksekliğinin derecesi de dindarlıklarına göre sıralanmıştır. Müslüman grubun PÇA değeri ile Hiçbiri grubunun PÇA değeri arasındaki farklılık, Protestan ve Hiçbiri grubu arasındaki farklılıktan büyüktür. Bu durum, daha dindar olan insanların PÇA'yı daha fazla destekledikleri şeklinde yorumlanabilir. Dinin hayatlarındaki önemi gittikçe azalan ABD'de yaşayan Katoliklerin PÇA değerlerinin Hiçbiri grubuna çok yakın çıkmış olması da bu yorumu desteklemektedir.

Özellikle büyük ölçekli firmalar, firma çalışanlarının uyması gereken Ahlâk Kodları hazırlasa da, modern toplumda iş ahlâkını somut bir şekilde bulmak kolay değildir. Genel olarak ahlâka olan etkileri ile dinler bu işlevi yerine getirmekte ve dolaylı olarak iş ahlâkının toplumda yer etmesine yardımcı olmaktadır. İş dünyasına girmeden önce yaşadığı ortamda helâl, haram, doğruluk, dürüstlük, başkasının hakkını yememek, bilerek kötülük yapmamak gibi kavramları öğrenen bir kişi, bu değerleri iş hayatına da taşımaktadır. Dolayısı ile dinler, kişilerin iş dünyasına da uyguladıkları değerlerini formüle etmelerine yardımcı olmaktadır. Herhangi bir dinî sisteme tâbî olmayan kişiler ise bu formülleştirmeden mahrum kalmaktadır.

### ***İşe Yönelik Tutumlar***

Ankete katılanların işe yönelik tutumlarını karşılaştırmak amacıyla McClelland'ın başarı ihtiyacı değeri ölçeğinden faydalanılmıştır. “Geçmiş dönemlerdeki iş başarıyı gelecekte daha yükseltmek için elimden gelen gayreti sarf ederim” karakteristiğinde Protestan ve Katolik gruplar birbirlerine çok yakın olarak en yüksek başarı ihtiyacı değerini alırken, onları Hiçbiri grubu takip etmiş en düşük puanı ise Müslüman grup almıştır. Üç grubun da Müslüman gruptan farklılığı anlamlıdır.

“Aşmam gereken zorlukların olması bana heyecan verir” karakteristiğinde Müslüman grup en yüksek başarı ihtiyacı değerini almış olmakla birlikte diğer grupların da değerleri buna çok yakındır ve gruplar arasında anlamlı farklılık yoktur.

“Her görevi tamamladıktan sonra ne ölçüde başarılı olup ilerleme kaydettiğimi bilmek isterim” karakteristiğinde Protestan grubun başarı ihtiyacı değeri diğerlerinden az farkla yüksek olmakla birlikte, Müslüman ve Katolik gruplar arasındaki farklılık anlamlı değildir. Bu üç grubun Hiçbiri grubundan farklılığı ise anlamlıdır.

“Zor bir görevi başarıyla tamamlamanın verdiği memnuniyeti başka hiçbir şeyde bulmam” karakteristiğinde en yüksek başarı ihtiyacı değerini Müslüman grup elde etmiştir. Müslüman grubun Protestan ve Hiçbiri grubundan farklılığı anlamlı iken, Katolik gruptan farklılığı anlamlı değildir.

Başarı ihtiyacının yukarıda verilen karakteristiklerine bakıldığında gruplar arasında anlamlı bir farklılık görünmemektedir. Hipotezin doğruluğuna farklı bir açıdan da bakabilmek amacıyla, Türk ve Amerika'luların başarı ihtiyacı değerleri, dinî alt gruplara ayırmadan ayrıca hesaplanarak ortalamaları alınmış ve Amerika'lular için 20,86, Türkler için 20,85 değerleri bulunmuştur. Bu sonuçlar da göz önüne alındığında, "*H3: ABD'de yaşayan Türklerin başarı ihtiyacı değerleri Amerika'lılardan anlamlı olarak daha yüksektir.*" hipotezinin doğrulanamadığı söylenebilir.

Amerika'ya göç etmiş Türklerin PÇA değerleri Amerika'lılardan yüksek çıkarken, başarı ihtiyacı değerlerinin aynı çıkması negatif algılanmamalıdır. Türkiye'de gerek McClelland tarafından 1950'lerde, gerekse başka araştırmacılar tarafından daha yakın zamanlarda yapılan başarı ihtiyacı ölçümlerinde bu değerlerin bazı Batı ülkelerinden yüksek çıkması, Türkiye'nin hızlı bir kalkınma sürecinde olmasına dayandırılmaktadır. ABD'de yaşayan Türklerde başarı ihtiyacının aynı derecede yüksek çıkması, bu kişilerin Amerikan toplumuna uyum sağladıklarını göstermektedir. Gelişmişlik seviyesi dolayısıyla belirli bir doyumluğa erişmiş Amerikan toplumunun bir üyesi olan Türklerin, içinde yaşadıkları toplumun genel karakterine paralel başarı ihtiyacı değerine sahip olmaları normaldir.

Başarı ihtiyacının yüksek olmasının nedenlerinden biri de insanların içinde yaşadıkları toplumlarda ikinci sınıf vatandaş muamelesi görmesinden ileri gelmektedir. Farklı kültürlerden gelen insanların bu tür muameleye gösterdikleri reaksiyon değişse de genellikle baskı gören insanlar başarılı olmak için kamçılanmaktadır. ABD'de yaşayan Türklerin başarı ihtiyacının Amerikan toplumu ile aynı çıkması, Türklerin kendilerini bir azınlık olarak veya dışlanmış, baskı altında hissetmediklerini göstermektedir.

ABD'de yaşayan Türklerin başarı ihtiyacı değerlerinin Amerika'lular ile aynı olması negatif alınmamakla birlikte göz ardı da edilmemelidir. Zira insanları yaptıkları işlerde başarılı olmaya götüren etmenlerden biri başarı ihtiyacıdır. McClelland, tarihî belgelere dayandırarak yaptığı araştırmalarla, ekonomik olarak gerileyen ülkelerin, bu gerilemenin başlamasından 20-25 sene öncesinde başarı ihtiyacı değerlerinin düştüğünü göstermiştir. Bu tür bir gerilemeyi ABD'de yaşayan Türklerin tecrübe etmemesi için, gerek

halihazırda iş gücünde yer alan yetişkinlerin veya bu kişilerin çocuklarının başarı ihtiyacını artıracak eğitimler düzenlenebilir. Örneğin, bu ihtiyacı gören “Young Guru Academy” isimli, kâr amacı gütmeyen uluslararası bir sivil toplum örgütü, üniversite, lise, hatta orta okul öğrencilerine yönelik Türkiye ve ABD ayaklı eğitim programlarını bir kaç senedir devam ettirmektedir.

### ***Bitirirken***

Özetlenecek olursa, bu çalışmada ABD’de yaşayan Türklerin ve Amerika’lıların işe yönelik değerleri arasında fark olup olmadığının tespiti amaçlanmıştır. Bu amaçla 100 Türk ve 700 Amerika’lıya internet üzerinden anket uygulanmak suretiyle katılanların Protestan Çalışma Ahlâkı ve başarı ihtiyacı değerleri ölçülmeye çalışılmıştır. Anketten elde edilen veriler üzerinde yapılan faktör ve MANOVA analizleri sonucunda, ABD’de yaşayan Türk çalışanların, PÇA’yı Amerika’lılardan daha fazla destekledikleri ortaya çıkmıştır. Anketin Amerika’lı katılımcıları dinî olarak Protestan, Katolik ve Hiçbiri şeklinde gruplanmıştır. Amerika’lılar kendi içlerinde karşılaştırıldığında; Protestan ve Katoliklerin, PÇA’yı Hiçbiri grubundan daha fazla destekledikleri ancak bu iki grup arasında anlamlı bir farklılık olmadığı tespit edilmiştir. Anketin başarı ihtiyacı ile ilgili sorularına uygulanan MANOVA analizi sonucunda, ABD’de yaşayan Türklerle Amerika’lılar arasında anlamlı bir farklılığın olmadığı görülmüştür.

ABD’de yaşayan ve çalışan Türklerin PÇA değerleri Amerika’lılardan yüksek çıkarken, başarı ihtiyacı değerlerinin aynı çıkması, büyük çoğunluğunun birinci kuşak göçmen oldukları düşünülen Türklerin yaşadıkları ortama büyük ölçüde uyum sağladıkları, ancak Müslüman Türk değerlerini de muhafaza ettikleri şeklinde yorumlanabilir.

PÇA’nın farklı kültürler tarafından nasıl algılandığını inceleyen gerek bizim çalışmamız, gerekse daha önce yapılmış kültürlerarası çalışmalardan elde edilen sonuçlar, PÇA’yı oluşturan değerlerin sadece belli bir dine mensup insanlara mahsus olmadığını, farklı dinlere inananlar tarafından da benimsendiğini göstermektedir. Bu da neredeyse bir aşırıdır Protestan Çalışma Ahlâkı şeklinde kullanılan bu kavramın artık sadece Çalışma Ahlâkı olarak kullanılmasının daha doğru olacağını düşündürmektedir.

Amerika Birleşik Devletleri, Afrika'dan Avrupa'ya, Uzak Doğu'dan Güney Amerika'ya kadar dünyanın pek çok ülkesinden göç almaktadır. Bu çalışmada ABD'ye göç etmiş Türkler, Amerikan toplumu ile PÇA ve başarı ihtiyacı bakımından karşılaştırılmıştır. Türklerin Amerikan toplumuna uyumunun ve olumlu veya olumsuz etkilerinin daha iyi anlaşılabilmesi için, ileride yapılacak çalışmalarda, ABD'ye göç etmiş Türklerin başka göçmen gruplarla da karşılaştırılmasının faydalı olacağı düşünülmektedir.

## **KAYNAKLAR**



## KAYNAKLAR

- ABENG, Tanri. (1997). Business Ethics in Islamic Context: Perspectives of a Muslim Business Leader [İslâm Bağlamında İş Ahlâkı: Müslüman bir Liderin Bakış Açısı]. *Business Ethics Quarterly*, **7**, no. 3, 47-57.
- ADAMS, E. M. (1992). Autonomy of Ethics [Etiğin Anatomisi]. Lawrence C. BECKER (Ed.) ve Charlotte B. BECKER (Yrd. Ed.), *Encyclopedia of Ethics* [Ahlâk Ansiklopedisi] (cilt I, 69-70). New York: Garland Publishing, Inc.
- AKARSU, B. (1984). *Felsefe Terimleri Sözlüğü*, Ankara: Savaş Yayınları.
- ALI, Abbas. (1988). Scaling an Islamic Work Ethic [İslâm Çalışma Ahlâkının Ölçeklendirilmesi]. *The Journal of Social Psychology*, **128**, no. 5, 575-583.
- ALI, Abbas. (1992). The Islamic Work Ethic in Arabia [Arap Yarımadasında İslâm Çalışma Ahlâkı]. *The Journal of Psychology*, **126**, no. 5, 507-519.
- ALI, Abbas. (2005). *Islamic Perspectives on Management and Organization* [Yönetim ve Organizasyonda İslâmî Bakış Açısı]. Northampton, MA: Edward Elgar.
- ANG, Rebecca P. ve CHANG, Weining C. (1999). Impact of Domain-Specific Locus of Control on Need for Achievement and Affiliation [Etki Alanı Belirli İçsel Kontrolün Başarı ve İlişki İhtiyacı Üzerindeki Etkisi]. *The Journal of Social Psychology*, **139**, no. 4, 527-529.
- APPLEBAUM, Herbert. (1998). *The American Work Ethic and the Changing Work Force: An Historical Perspective* [Amerikan Çalışma Ahlâkı ve Değişen İş Gücü: Tarihsel Bakış]. Westport, Connecticut: Greenwood Press.
- ARSLAN, Mahmut. (2000a). A Cross-Cultural Comparison of British and Turkish Managers in terms of Protestant Work Ethic Characteristics [İngiliz ve Türk

Yöneticilerin Protestan Çalışma Ahlâkı Karakteristikleri Bakımından Kültürler Arası Karşılaştırılması]. *Business Ethics: A European Review*, **9**, no. 1, 13-19.

ARSLAN, Mahmut. (2000b). A Weberian Approach to Turkish Entrepreneurship [Türk Girişimciliğine Weber Tarzı Bir Yaklaşım]. *H.Ü. İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, **18**, no. 2, 377-391.

ARSLAN, Mahmut. (2001a). A Cross-Cultural Comparison of Achievement and Power Orientation as Leadership Dimensions in Three European Countries: Britain, Ireland and Turkey [Üç Avrupa Ülkesi: İngiltere, İrlanda ve Türkiye’de Başarı ve Güç Eğilimlerinin Liderlik Boyutları Olarak Kültürler Arası Karşılaştırılması]. *Business Ethics: A European Review*, **10**, no. 4, Ekim, 340-345.

ARSLAN, Mahmut. (2001b). The Work Ethic Values of Protestant British, Catholic Irish and Muslim Turkish Managers [Protestan İngiliz, Katolik Hollandalı ve Müslüman Türk Yöneticilerin Çalışma Ahlâkı Değerleri]. *Journal of Business Ethics*, **31**, 321-339.

ARSLAN, Mahmut. (2003). Türkiye’de İslâm ve Çalışma Ahlâkı Değerleri. *Değerler Eğitimi Dergisi*, 1, Ayrı basım.

ARSLAN, Mahmut. (2005). *İş ve Meslek Ahlakı*, Ankara: Siyasal Kitabevi.

ARSLAN, Mahmut. (2007a). Max Weber’in Protestan Çalışma Ahlâkı Tezi ve Diğer Dinlerle Karşılaştırılması. Recep KAYMAKCAN ve Mevlüt UYANIK (Ed.), *Teorik ve Pratik Yönleriyle Ahlâk* (447-495). İstanbul: Değerler Eğitim Merkezi Yayınları.

ARSLAN, Mahmut. (2007b). Türkiye’de İslâm ve İş Ahlâkı. Recep KAYMAKCAN ve Mevlüt UYANIK (Ed.), *Teorik ve Pratik Yönleriyle Ahlâk* (409-445). İstanbul: Değerler Eğitim Merkezi Yayınları.

- ARSLAN, Mahmut ve CHAPMAN, Malcom. (2001). Work Ethic Values of Practising Catholic Irish and Protestant British Managers [Dindar Katolik İrlandalı ve Protestan İngiliz Yöneticilerin Çalışma Ahlâkı Değerleri]. *Irish Journal of Management*, **22**, no. 2, 83-104.
- AYDIN, Mustafa. (2007). İslâm Bağlamında Ahlâk. Recep KAYMAKCAN ve Mevlüt UYANIK (Ed.), *Teorik ve Pratik Yönleriyle Ahlâk* (69-93). İstanbul: Değerler Eğitim Merkezi Yayınları.
- AYVERDİ, İlhan. (2005). *Kubbealtı Lugatı: Misalli Büyük Türkçe Sözlük*, İstanbul: Kubbealtı Neşriyatı, cilt I, II, III.
- BEAUCHAMP, Tom L. ve BOWIE, Norman E. (Ed.). (2004). *Ethical Theory and Business*, yedinci baskı, Upper Saddle River, NJ: Pearson Prentice Hall.
- BEEKUN, R. I. ve BADAWI, J. A. (2005). Balancing Ethical Responsibility among Multiple Organizational Stakeholders: The Islamic Perspective [Örgütsel Paydaşlar Arasında Ahlâkî Sorumluluğun Paylaşılması: İslâmî Bakış Açısı]. *Journal of Business Ethics*, **60**, 131-145.
- Benetech internet sitesi, [www.benetech.org](http://www.benetech.org).
- BÎKUN, Refik İsa. (2004). *İş Ahlâkı* (Çev. Ahmet Yaşar). İstanbul: İktisadî Girişim ve İş Ahlâkı Derneği Yayınları: 3, İş Ahlâkı Kitapları: 1.
- BLAU, Gary ve RYAN, Jack. (1997). On Measuring Work Ethic: A Neglected Work Commitment Facet [Çalışma Ahlâkının Ölçümü Üzerine: İş Taahhüdünün İhmal Edilmiş Bir Yüzü]. *Journal of Vocational Behavior*, **51**, 435-448.
- BLOOD, Milton. (1969). Work Values and Job Satisfaction [Çalışma Değerleri ve İş Tatmini]. *Journal of Applied Psychology*, **53**, no. 6, 456-459.

BLOWFIELD, Michael. (2007). Reasons to be Cheerful? What We Know about CSR's Impact [Neşeli Olmak İçin Nedenler? KSS'nin Etkileri Hakkında Bildiklerimiz]. *Third World Quarterly*, **28**, no. 4, 683-695.

Bookshare projesi internet sitesi, [www.bookshare.org](http://www.bookshare.org).

BOSTYN, Anne-Marie ve WIGHT, Daniel. (1987). Inside a Community: Values Associated with Money and Time [Bir Toplumun İçinde: Para ve Zamanla İlgili Değerler]. FINEMAN, Stephan (Ed.), *Unemployment: Personal and Social Consequences* [İşsizlik: Kişisel ve Toplumsal Sonuçlar] (138-154). London: Tavistock Publications.

British Petroleum firması internet sitesi, [www.bp.com](http://www.bp.com).

BUCHHOLZ, R. (1978). An Empirical Study of Contemporary Beliefs About Work in American Society [Amerikan Toplumundaki Çağdaş Çalışma İnançları Hakkında Ampirik Bir Çalışma]. *Journal of Applied Psychology*, **63**, 219-227.

BURKE, Ronald J. (2000). Workaholism in Organizations: The Role of Personal Beliefs and Fears [Örgütlerde İşkoliklik: Kişisel İnanç ve Korkuların Rolü]. *Anxiety, Stress, and Coping*, **13**, 53-64.

BURWELL, Rebecca ve CHEN, Charles P. (2002). Applying REBT to Workaholic Clients [REBT'in İşkolik Hastalara Uygulanması]. *Counselling Psychology Quarterly*, **15**, no. 3, 219-228.

BYRNE, Edmund F. (1990) *Work, Inc.: A Philosophical Inquiry* [İş A.Ş.: Filozofik Bir Sorgulama]. Philadelphia: Temple University Press.

CARNEY, Frederick S. (1983). Some Aspects of Islamic Ethics [İslâm Ahlâkının Bazı Yönleri]. *The Journal of Religion*, **63**, no. 2, 159-174.

- CARROLL, Archie B. (1991). The Pyramid of Corporate Social Responsibility: Toward the Moral Management of Organizational Stakeholders [Kurumsal Sosyal Sorumluluk Piramidi: Örgütsel Etkileşenlerin Ahlâklık Yönetimine Doğru]. *Business Horizons*, Temmuz-Ağustos, 39-48.
- CARSON, Thomas. (1993). Friedman's Theory of Corporate Social Responsibility [Friedman'ın Kurumsal Sosyal Sorumluluk Teorisi]. *Business and Professional Ethics Journal*, **12**, no. 1, 3-33. Erişim: 10.08.2007, Intalex, <http://poiesis.nlx.xom>.
- CHERRINGTON, David J. (1980). *The Work Ethic: Working Values and Values That Work* [Çalışma Ahlâkı: Çalışma Değerleri ve İşe Yarayan Değerler]. New York: AMACOM.
- CHUSMIR, Leonard H. ve KOBERG, Christine S. (1988) Religion and Attitudes Toward Work: A New Look at an Old Question [Din ve Çalışmaya Yönelik Tutumlar: Eski Bir Soruya Yeni Bir Bakış]. *Journal of Organizational Behavior*, **9**, no. 3, Temmuz, 251-262.
- CIULLA, Joanne B. (2000). *The Working Life: The Promise and Betrayal of Modern Work* [Çalışma Hayatı: Modern Çalışmanın Vaatleri ve İhanetleri]. New York: Times Books.
- CLARKE, Oliver. (1983). The Work Ethic: An International Perspective [Çalışma Ahlâkı: Uluslararası Bakış]. Jack BARBASH ve diğerleri (Ed.) *The Work Ethic-A Critical Analysis* [Çalışma Ahlâkı-Bir Kritik Analiz]. (121-150). Madison: Industrial Relations Research Association Series.
- COLSON, C. ve ECKERD, J. (1991). *Why America Doesn't Work* [Amerika Neden Çalışmıyor?]. Dallas, TX: Word Publishing.

- Corporate Social Responsibility: The WBCSD's Journey* [Kurumsal Sosyal Sorumluluk: WBCSD'nin Yolculuğu]. Erişim: 5.08.2007, [www.wbcd.org](http://www.wbcd.org)
- COSTLEY, Dan L. ve TODD, Ralph. (1987). *Human Relations in Organizations* [Örgütlerde İnsan İlişkileri]. St. Paul, MN: West Publishing Company, 3. baskı.
- CROWTHER, David ve RAYMAN-BACCHUS, Elz. (2004). The Future of Corporate Social Responsibility [Kurumsal Sosyal Sorumluluğun Geleceği]. D. Crowther ve E. Rayman-Bacchus. (Ed.), *Perspectives on Corporate Social Responsibility*, [Kurumsal Sosyal Sorumluluk Üzerine Görüşler] (229-249). Burlington, VT: Ashgate.
- DE GEORGE, Richard T. (1999). *Business Ethics* [İş Ahlâkı]. New Jersey: Prentice Hall, 5. baskı.
- DESJARDINS, J. R. ve MCCALL, J. J. (Ed.). (2005). *Contemporary Issues in Business Ethics* [İş Ahlâkında Güncel Konular]. Belmont, California: Wadsworth/Thomson Learning, 5. baskı.
- EAGLY, Alice H ve CHAIKEN, Shelly. (1993). *The Psychology of Attitudes* [Tutum Psikolojisi]. New York: Harcourt Brace Jovanovich College Publishers.
- EPSTEIN, Edwin E. (2007). The Good Compant: Rhetoric or Rality? Corporate Social Responsibility and Business Ethics Redux [İyi Firma: Retorik mi Gerçek mi? Kurumsal Sosyal Sorumluluk ve İş Ahlâkının Geri Dönüşü]. *American Business Law Journal*, **44**, no. 2, 207-222.
- ERNST, Carl W. (2003). *Following Muhammad: Rethinking Islam in the Contemporary World* [Hz. Muhammed'in Yolunda: Günümüz Dünyasında İslâmiyeti Yeniden Düşünmek]. Chapel Hill, NC: The University of North Carolina Press.

- ERSOY-KART, Müge. (2005). Reliability and Validity of the Workaholism Battery (Work-BAT): Turkish Form [İşkoliklik Ölçeğinin Güvenilirliği ve Geçerliliği: Türk Formu]. *Social Behavior and Personality*, **33**, no. 6, 609-618.
- FAGEN, Leonard ve LITTLE, Martin. (1984). *The Forsaken Families: The Effects of Unemployment on Family Life* [Terkedilmiş Aileler: İşsizliğin Aile Hayatı Üzerindeki Etkileri]. New York: Penguin Books.
- FINEMAN, Stephen (Ed.). (1987). *Unemployment: Personal and Social Consequences* [İşsizlik: Kişisel ve Toplumsal Sonuçlar]. London: Tavistock Publications.
- FRIEDMAN, Milton. (2002). *Capitalism and Freedom* [Kapitalizm ve Bağımsızlık]. Chicago: The University of Chicago Press.
- FRIEDMAN, Milton. (2004). The Social Responsibility of Business Is to Increase Its Profits [İşletmenin Sosyal Sorumluluğu Kârını Artırmaktır]. Tom L. Beauchamp ve Norman E. Bowie (Ed.), *Ethical Theory and Business* [Ahlâk Teorisi ve İşletme] (50-55). Upper Saddle River, NJ: Pearson Prentice Hall, 7. baskı. (İlk defa *New York Times Magazine* dergisinde 13 Eylül 1970'de yayınlanmıştır.)
- Forest Stewardship Council (Orman İdare Konseyi) internet sitesi, [www.fsc.org](http://www.fsc.org).
- FURNHAM, Adrian. (1990a). A Content, Correlation, and Factor Analytic Study of Seven Questionnaire Measures of the Protestant Work Ethic [Protestan Çalışma Ahlâkını Ölçen Yedi Anket İçin İçerik, Korelasyon ve Faktör Analizi Çalışması]. *Human Relations*, **43**, no. 4, 383-399.
- FURNHAM, Adrian. (1990b). *The Protestant Work Ethic: The Psychology of Work-Related Beliefs and Behaviours* [Protestan Çalışma Ahlâkı: Çalışma ile İlgili İnanç ve Davranışların Psikolojisi]. New York: Routledge.

- FURNHAM, Adrian. (1992). *Personality at Work: The Role of Individual Differences in the Workplace* [Çalışmada Kişilik: Çalışma Ortamında Kişisel Farklılıkların Rolü]. New York: Routledge.
- FURNHAM, Adrian ve KORITSAS, Eva. (1990). The Protestant Work Ethic and Vocational Preference [Protestan Çalışma Ahlâkı ve Meslek Seçimi]. *Journal of Organizational Behavior*, **11**, no. 1, 43-55.
- FURNHAM, Adrian ve MUHIUDEEN, Clare. (1984). The Protestant Work Ethic in Britain and Malaysia [İngiltere ve Malezya'da Protestan Çalışma Ahlâkı]. *The Journal of Social Psychology*, **122**, 157-161.
- GEORGE, Darren ve MALLERY, Paul. (2003). *SPSS for Windows Step by Step: A Simple Guide and Reference* [Adım Adım Windows Ortamında SPSS: Temel Rehber]. Boston: Pearson Education, Inc.
- GOLDSTEIN, Bernice ve EICHORN, Robert L. (1961). The Changing Protestant Ethic: Rural Patterns in Health, Work, and Leisure [Değişen Protestan Ahlâkı: Sağlık, Çalışma ve Boş Zamanda Kırsal Modeller]. *American Sociological Review*, **26**, no. 4, 557-565.
- GRIFFITHS, Mark. (2005). Editorial: Workaholism is Still a Useful Construct [Editörden: İşkoliklik Hala Kullanışlı Bir Kavramdır]. *Addiction Research and Theory*, **13**, no. 2, 97-100.
- GUTMAN, Huck. (2002). Dishonesty, Greed and Hypocrisy in Corporate America [Amerikan Firmalarında Sahtekârlık, Açgözlülük ve İkiyüzlülük]. *Statesman*, 14 Temmuz 2002. Erişim: 8.09.2007, <http://www.commondreams.org/views02/0712-02.htm>.
- GÜNEY, Salih. (2000). *Yönetim ve Organizasyon El Kitabı*. Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.



- GÜRSOY, Kenan. (2006). *Bir Felsefe Geleneğimiz Var mı?* İstanbul: Etkileşim Yayınları.
- HAIR, Joseph F. ve diğerleri. (1995). *Multivariate Data Analysis: with Readings*, [Çoklu Veri Analizi: Okumalarla]. Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.
- HALLAQ, Wael B. (2005). *The Origins and Evolution of Islamic Law* [İslâm Hukûğunun Kaynakları ve Evrimi]. Cambridge: University Press.
- HAMMOND, Phillip E. ve WILLIAMS, Kirk R. (1976) The Protestant Ethic Thesis: A Social-Psychological Assessment [Protestan Ahlâkı Tezi: Bir Sosyal-Psikolojik Değerlendirme]. *Social Forces*, **54**, no. 3, 579-589.
- HARPAZ, Itzhak ve SNIR, Raphael. (2003). Workaholism: Its Definition and Nature [İşkoliklik: Tanımı ve Doğası]. *Human Relations*, **56**, no. 3, 291-319.
- HAWKINS, David E. (2006). *Corporate Social Responsibility: Balancing Tomorrow's Sustainability and Today's Profitability* [Kurumsal Sosyal Sorumluluk: Yarının Sürdürülebilirliği ile Bugünün Kârlılığının Dengelenmesi]. New York: Palgrave MacMillan.
- HO, R. (1984). Development of an Australian Work Ethic Scale [Avustralya Çalışma Ahlâkı Ölçeğinin Geliştirilmesi]. *Australian Psychologist*, **19**, 321-332.
- HOLME, Richard ve WATTS, Phil. (2000). *Corporate Social Responsibility: Making Good Business Sense* [Kurumsal Sosyal Sorumluluk: İşletmecilik Açısından Mantıklıdır]. World Business Council for Sustainable Development, Ocak 2000. Erişim: 8.08.2007, [www.wbcsd.org](http://www.wbcsd.org).

- HOPKINS, Michael. (2007). *Corporate Social Responsibility and International Development: Is Business the Solution?* [Kurumsal Sosyal Sorumluluk ve Uluslararası Gelişme: İşletme Çözüm müdür?]. Sterling, VA: Earthscan.
- HUNTINGTON, Samuel P. (2004). *Who Are We? The Challenges to America's National Identity* [Biz Kimiz? Amerika'nın Ulusal Kimliği Problemi]. New York: Simon & Schuster.
- ISO-AHOLA, Seppo E. (1997). A Psychological Analysis of Leisure and Health [Boş Zaman ve Sağlığın Psikolojik Analizi]. John T. HAWORTH (Ed.), *Work, Leisure and Well-Being* [Çalışma, Boş Zaman ve Refah] (131-144). New York: Routledge.
- IZUTSU, Toshihiko. (2002). *Ethico Religious Concepts in the Qur'an* [Kur'an'daki Ahlâkî-Dinî Kavramlar]. Montreal: McGill-Queen's University Press.
- JAIN, Sugan C., SEN, Dilip Kumar, KHAN, Muinuddin ve BALA, Swapan Kumar. (2007). An Analytical Study on Social Responsibility Performance Evaluation as an Accounting Measure of Management Efficiency [Yönetim Etkinliğinin Bir Muhasebe Ölçümü Olarak Sosyal Sorumluluk Performansı Değerlendirmesi Üzerine Analitik Bir Çalışma]. *AI&Soc*, **21**, 251-266.
- JONES, Harold B. (1997). The Protestant Ethic: Weber's Model and the Empirical Literature [Protestan Ahlâkı: Weber'in Modeli ve Ampirik Literatür]. *Human Relations*, **50**, no. 7, 757-778.
- KARAKİTAPOĞLU AYGÜN, Zahide, ARSLAN, Mahmut ve GÜNEY, Salih. (2007). Work Values of Turkish and American University Students [Türk ve Amerika'lı Üniversite Öğrencilerinin İş Değerleri]. *Journal of Business Ethics*, Erişim: 10.10.2007, [www.springerlink.com](http://www.springerlink.com).

- KHAKHULINA, Luidmila. (2001). How People Feel About Work [İnsanların İş Hakkında Hissettikleri]. *Sociological Research*, **40**, no. 4, July-August, 13-26.
- KILIÇ, Recep. (2007). İslam Kelam Düşüncesinde Ahlâk Anlayışı. Recep KAYMAKCAN ve Mevlüt UYANIK (Ed.). *Teorik ve Pratik Yönleriyle Ahlâk* (161-188). İstanbul: Değerler Eğitim Merkezi Yayınları.
- KOTLER, Philip ve LEE, Nancy. (2005). *Corporate Social Responsibility: Doing the Most Good for Your Company and Your Cause* [Kurumsal Sosyal Sorumluluk: Firmanız ve Amacınız için En İyisini Yapmak]. Hoboken, N.J.: Willey.
- Kur'an-ı Kerîm ve Açıklamalı Meâli*. (1993). Ankara: Türkiye Diyanet Vakfı Yayınları/86.
- LANK, Alden G. (1990). Building the Ethical Corporation: Luxury or Necessity? [Ahlâklı Firmanın İnşa Edilmesi: Lüks mü Gereklik mi?]. *European Business Journal*. **2**, no. 3, 50-57.
- LUSSIER, Robert N. (1996). *Human Relations in Organizations: A Skill Building Approach* [Örgütlerde İnsan İlişkileri: Bir Yetenek Tesisi Yaklaşımı]. Chicago: Irwin, 3. baskı.
- MACHLOWITZ, Marilyn. (1980). *Workaholics: Living with Them, Working with Them* [İşkolikler: Birlikte Yaşamak ve Birlikte Çalışmak]. Reading, MA: Addison-Wesley Publishing Company.
- MANNAN, Muhammad Abdul. (1986). *Islamic Economics: Theory and Practice* [İslâm Ekonomisi: Teori ve Uygulama], Cambridge: The Islamic Academy, Hodder and Stoughton.
- MARTELLA, Ronald C., NELSON, Ronald ve MARCHAND-MARTELLA, Nancy E. (1999). *Research Methods: Learning to Become a Critical Research Consumer*

[Araştırma Metotları: Eleştirel Araştırma Tüketicisi Olmayı Öğrenmek]. Boston: Allyn and Bacon.

MATTEN, Dirk. (2006). Why Do Companies Engage in Corporate Social Responsibility? Background, Reasons and Basic Concepts [Firmalar Neden Kurumsal Sosyal Sorumluluk ile İlgilenirler? Altyapı, Nedenler ve Temel Kavramlar]. Judith HENNIGFELD, Manfred POHL ve Nick TOLHURST (Ed.). *The ICCA Handbook on Corporate Social Responsibility* [ICCA'nın Kurumsal Sosyal Sorumluluk El Kitabı] (3-46). Hoboken, NJ: John Wiley & Sons, Inc.

MAY, Steve, CHENEY, George ve ROPER, Julite. (2007). *The Debate Over Corporate Social Responsibility* [Kurumsal Sosyal Sorumluluk Üzerine Tartışma]. New York: Oxford University Press.

McCLELLAND, David C. (1961a). *The Achieving Society* [Başaran Toplum]. New York: The Free Press.

McCLELLAND, David C. (1961b). *The Achieving Society* [Başaran Toplum]. With a New Introduction, New York: Irvington Publishers, Inc., 1976 (Bu baskıya yeni bir Giriş bölümü eklenmiştir).

McCLELLAND, David C. (1962). Business Drive and National Achievement [İşletme Mekanizması ve Ulusal Başarı]. *Harvard Business Review*, **40**, no. 4, Temmuz/Ağustos, 99-112.

McCLELLAND, David C. (1965). Achievement Motivation Can Be Developed [Başarı Güdüsü Geliştirilebilir]. *Harvard Business Review*, **43**, no. 6, Kasım/Aralık, 6-178, 11 sayfa.

McCLELLAND, David C., ATKINSON, John W., CLARK, Russel A. ve LOWELL, Edgar L. (1976). *The Achievement Motive* [Başarı Güdüsü]. New York: Irvington Publishers, Inc.

- McCLELLAND, David C. ve BURNHAM, David H. (1976). Power Is the Great Motivator [Güç Büyük Güdüleyicidir]. *Harvard Business Review*, **54**, no. 2, Mart/Nisan, 100-110.
- McCLELLAND, David C. ve STEELE, Robert S. (Ed.). (1973). *Human Motivation: A Book of Readings* [İnsanın Güdülenmesi: Okumalar Kitabı]. Morristown, NJ: General Learning Press.
- McCLELLAND, David C. ve WINTER, David G. (1969). *Motivating Economic Achievement* [Ekonomik Başarıyı Motive Etmek]. New York: The Free Press.
- MIRELS, H. L. ve GARRETT, J. B. (1971). The Protestant Ethic as a Personality Variable [Bir Şahsiyet Değişkeni Olarak Protestan Ahlâkı]. *Journal of Consulting and Clinical Psychology*, **36**, no. 1, 40-44.
- MURATA, S. ve CHITTICK, W. C. (1994). *The Vision of Islam* [İslâm'ın Görüşü]. St. Paul, MN: Paragon House.
- NAQVI, Syed Nawab Haider. (2003). *Perspectives on Morality and Human Well-Being: A Contribution to Islamic Economics* [Erdem ve İnsanın Refahı ile İlgili Görüşler: İslâm Ekonomisine Bir Katkı]. Markfield, Leicester: The Islamic Foundation.
- NASR, Seyyed Hossein. (1985). Islamic Work Ethics [İslâm Çalışma Ahlâkı]. J. Pelikan, J. Kitagawa and S.H. Nasr (Ed.). *Comparative Work Ethics: Judeo-Christian, Islamic, and Eastern* [Mukayeseli Çalışma Ahlâkı: Yahudi-Hristiyan, İslâmî ve Doğu]. (49-62). Washington, DC: Library of Congress, Occasional Papers of the Council of Scholars, No. 4.
- NASR, Seyyed Hossein. (1994). *Traditional Islam in the Modern World* [Modern Dünyada Geleneksel İslâm]. New York: Kegan Paul International.

- NILES, F. Sushila. (1994). The Work Ethic in Australia and Sri Lanka [Avustralya ve Srilanka'da Çalışma Ahlâkı]. *The Journal of Socail Psychology*, **134**, no. 1, 55-59.
- NILES, F. Sushila. (1999). Toward a Cross-Cultural Understanding of Work-Related Beliefs [İşle İlgili İnançlar İçin Kültürlerarası Anlayışa Doğru]. *Human Relations*, **52**, no. 7, 855-867.
- NORUSIS, Marija J. (2005). *SPSS 13.0 Guide to Data Analysis* [Veri Analizi için SPSS 13.0 Rehberi]. Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall.
- OATES, Wayne E. (1971). *Confessions of a Workaholic: The Facts About Work Addiction* [Bir İşkoliğin İtirafları: Çalışma Bağımlılığı Hakkındaki Gerçekler]. New York: The World Publishing Company.
- Odum Institute for Research in Social Science (University of North Carolina at Chapel Hill) internet sitesi, [www.irss.unc.edu/odum](http://www.irss.unc.edu/odum).
- Office of Human Research Ethics (University of North Carolina at Chapel Hill) internet sayfası, <http://ohre.unc.edu/>
- Overview of Business Ethics: Executive Summary* [İş Ahlâkına Genel Bakış: Yönetici Özeti] Business for Social Responsibility, <http://www.bsr.org/CSRResources/IssueBriefDetail.cfm?DocumentID=48815>
- PARKER, Stanley. (1971). *The Future of Work and Leisure* [Çalışma ve Boş Zamanın Geleceği]. New York: Praeger Publishers.
- Parr Center for Ethics internet sitesi, <http://parrcenter.unc.edu>.
- PAZARLI, Osman. (1980). *İslâmda Ahlâk*, İstanbul: Remzi Kitabevi.

- PERRINI, Francesco, POGUTZ, Stefano ve TENCATI, Antonio. (2006). *Developing Corporate Social Responsibility: A European Perspective* [Kurumsal Sosyal Sorumluluğun Geliştirilmesi: Avrupalı Yaklaşımı]. Northampton, MA: Edward Elgar.
- PERRY, Tekla S. (2006). Doing Well by Doing Good [İyilik Yaparak İyi Kazanmak]. *IEEE Spectrum*, **43**, no. 12, 1 Aralık 2006. Erişim: 20.07.2007, Factiva.
- PETERS John. (2007). Social Responsibility is Free – How Good Capitalism can Co-exist with Corporate Social Responsibility [Sosyal Sorumluluk Ücretsizdir—İyi Kapitalizmin Kurumsal Sosyal Sorumluluk İle Nasıl Birlikte Yaşayabileceği]. D. Crowther ve E. Rayman-Bacchus (Ed.), *Perspectives on Corporate Social Responsibility* [Kurumsal Sosyal Sorumluluğa Bakış Açıları] (205-216). Burlington, VT: Ashgate.
- PETRICK, J. A. ve QUINN, J. F. (2001). Nature and Value of Management Ethics [Yönetim Ahlâkının Doğası ve Değerleri]. Alan MALACHOWSKI (Ed.) *Business Ethics: Critical Perspectives on Business and Management* [İş Ahlâkı: İş ve Yönetimde Kritik Bakış Açıları] (55-75). Methodological Issues [Metodolojik Konular]. New York: Routledge, (c. I).
- RADIGAN, Joseph. (2002). Closing the Books on Arthur Andersen [Arthur Andersen Defterinin Kapatılması]. *CFO Magazine*. (30 Ağustos 2002). Erişim: 8.09.2007, <http://www.cfo.com/article.cfm/3006242?f=search>.
- RASMUSSEN, Erik S., OSTERGAARD, Per ve Suzanne C. BECKMANN, Suzanne C. (2006). *Essentials of Social Science Research Methodology* [Sosyal Bilimler Araştırma Metodolojisinin Gereklere]. Odense M: University Press of Southern Denmark.

- RAY, John J. (1982). The Protestant Ethic in Australia [Avustralya'da Protestan Ahlâkı]. *The Journal of Social Psychology*, **116**, 127-138.
- RAYMOND, Diane C. (1992). Work [Çalışma]. Lawrence C. BECKER (Ed.) ve Charlotte B. BECKER (Yrd. Ed.). *Encyclopedia of Ethics* [Ahlâk Ansiklopedisi] (1336-1337). New York: Garland Publishing, Inc., (c. II).
- REINHART, A. Kevin. (2005). Origins of Islamic Ethics: Foundations and Constructions [İslâm Ahlâkının Kaynakları: Temeller ve Yapılar]. William SCHWEIKER (Ed.). *The Blackwell Companion to Religious Ethics* [Dinî Ahlâk için Blackwell Kılavuzu] (244-253). Malden MA: Balckwell Publishing.
- RICE, Gillian. (1999). Islamic Ethics and the Implications for Business [İslâm Ahlâkı ve İş Dünyasına Etkileri]. *Journal of Business Ethics*, **18**, 345-358.
- ROBBINS, Stephen P. (2003). *Organizational Behavior* [Örgütsel Davranış]. New Jersey: Prenhall.
- ROSE, Michael. (1985). *Re-Working the Work Ethic: Economic Values and Socio-Cultural Politics* [Çalışma Ahlâkı Üzerinde Yeniden Çalışma: Ekonomik Değerler ve Sosyo-Kültürel Politika]. London: Batsford Academic and Educational.
- SENSER, Robert A. (2007). Corporate Social Responsibility: A Fledgling Movement Faces a Crucial Test [Kurumsal Sosyal Sorumluluk: Acemi Bir Hareketin Önemli Bir Deneyle Karşılaşması]. *Dissent*, **54**, no. 1, Kış, 77-82.
- SEYBOLD, Karen C. ve SALOMONE, Paul R. (1994). Understanding Workaholism: A Review of Causes and Counseling Approaches [İşkolikliği Anlamak: Sebep ve Danışmanlık Yaklaşımlarının Değerlendirilmesi]. *Journal of Counseling & Development*, **73**, September/October, 4-9.



- SIEBER, Joan E. (1992). *Planning Ethically Responsible Research: A Guide for Students and Internal Review Boards* [Ahlâkî Olarak Sorumlu Araştırmanın Planlanması: Öğrenciler ve Kurumsal Denetleme Kurulları İçin Rehber]. Applied Social Research Methods Series, cilt 31, Newbury Park, California: Sage Publications.
- SIEGEL, Irving H. (1983). Work Ethic and Productivity [Çalışma Ahlâkı ve Verimlilik]. Jack BARBASH ve diğerleri (Ed.), *The Work Ethic-A Critical Analysis* [Çalışma Ahlâkı-Bir Kritik Analiz] (27-42). Madison: Industrial Relations Research Association Series.
- SIMS, Ronald R. (2003). *Ethics and Corporate Social Responsibility: Why Giants Fall* [Ahlâk ve Kurumsal Sosyal Sorumluluk: Büyükler Neden Düşer]. Westport, Connecticut: Praeger Publishers.
- SNOEYENBOS, M., ALMEDER, R. ve HUMBER, J. (Ed.). (2001). *Business Ethics*, [İş Ahlâkı]. New York: Prometheus Books, 3. baskı.
- STEERS, Richard M. (1984). *Introduction to Organizational Behavior* [Örgütsel Davranışa Giriş]. Glenview, Illinois: Scott, Foresman and Company, ikinci baskı.
- STEERS, Richard M. ve BRAUNSTEIN, Daniel N. (1976). A Behaviourally-Based Measure of Manifest Needs in Work Settings [Çalışma Ortamındaki Aşikâr İhtiyaçların Davranışsal Ölçümü]. *Journal of Vocational Behaviour*, **9**, 251-266.
- STEERS, Richard M. ve PORTER, Lyman W. (1987). *Motivation and Work Behavior*, New York: McGraw-Hill Book Company.
- STEERS, Richard M., PORTER, Lyman W. ve BIGLEY, Gregory A. (1996). *Motivation and Leadership at Work* [İşte Motivasyon ve Liderlik]. New York: McGraw-Hill Companies, Inc.

- STENBERG, Elaine. (2000). *Just Business: Business Ethics in Action* [Adil İş: Uygulamada İş Ahlâkı], New York: Oxford University Press, 2. baskı.
- STEVENS, James. (2001). *Applied Multivariate Statistics for the Social Sciences* [Sosyal Bilimler İçin uygulamalı Çoklu İstatistik]. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates, Publishers.
- ŞİMŞEK, Zeki, VEIGA, John F. ve LUBATKIN, Michael H. (2005). Challenges and Guidelines for Conducting İnternet-Based Surveys in Strategic Management Research [Stratejik Yönetim Araştırmasında İnternet Anketi Yapmanın Zorlukları ve Yolları]. David J. KETCHEN ve Donald D. BERGH (Ed.). *Research Methodology in Strategy Management* [Strateji Yönetiminde Araştırma Metodolojisi] (179-196). Amsterdam: Elsevier, (c. 2).
- TANG, Thomas Li-Ping. (1993). A Factor Analytic Study of the Protestant Work Ethic [Protestan Çalışma Ahlâkı İçin Bir Faktör Analizi Çalışması]. *The Journal of Social Psychology*, **133**, no. 1, 109-111.
- TARIS, Toon W., SCHAUFELI, Wilmar B. ve VERHOEVEN, Lotus C. (2005). Workaholism in the Netherlands: Measurement and Implications for Job Strain and Work-Nonwork Conflict [Hollanda'da İşkoliklik: İş Gerginliği ve Çalışma-Çalışmama İçin Ölçüm ve Uygulamalar]. *Applied Psychology: An International Review*, **54**, no. 1, 37-60.
- Unilever firması internet sitesi, [www.unilever.com](http://www.unilever.com).
- VEAL, A. J. (2004). A Brief History of Work and Its Relationship to Leisure [Çalışma ve Çalışma Boş Zaman İlişkisinin Kısa Tarihi]. John T. HAWORTH ve A. J. VEAL (Ed.) *Work and Leisure* [Çalışma ve Boş Zaman] (15-33). New York: Routledge.

- VOGT, W. Paul. (2007). *Quantitative Research Methods for Professionals* [Profesyoneller İçin Kantitatif Araştırma Metotları]. Boston: Pearson Education, Inc.
- WALIZER, Michael H. ve Paul L. WIENIR, Paul L. (1978). *Research Methods and Analysis: Searching for Relationships* [Araştırma Metotları ve Analiz: İlişki Taramaları]. New York: Harper & Row, Publishers.
- WATTS, Phil ve HOLME, Richard. (1999) *Corporate Social Responsibility: Meeting Changing Expectatitions* [Kurumsal Sosyal Sorumluluk: Değişen Beklentilerin Karşılanması]. World Business Council for Sustainable Development, 1 Mart 1999, Erişim: 8.08.2007, [www.wbcsd.org](http://www.wbcsd.org).
- WEBER, Max. (1997). *Protestan Ahlakı ve Kapitalizmin Ruhü*. (Çev. Zeynep ARUOBA). İstanbul: Hil Yayınları. (Orijinal 1905'te yayınlanmıştır.)
- WEBER, Max. (2001). *The Protestant Ethic and the Spirit of Capitalism* [Protestan Ahlâkı ve Kapitalizmin Ruhü]. (Çev. Stephen KALBERG). Chicago: Fitzroy Dearborn Publishers. (Orijinal 1905'te yayınlanmıştır.)
- WEBER, Max. (2002). *The Protestant Ethic and the "Spirit" of Capitalism and Other Writings* [Protestan Ahlâkı ve Kapitalizmin "Ruhu" ve Diğer Yazılar]. (Çev. Peter BAEHR ve Gordon C. WELLS). New York: Penguin Books.
- WEINER, Bernard. (1973). Thoughts and Actions Associated with Achievement Motivation [Başarı Güdüsü İle İlgili Düşünceler ve Hareketler]. David C. McCLELLAND ve Robert S. STEELE (Ed.). *Human Motivation: A Book of Readings* [İnsan Mativasyonu: Okumalar Kitabı]. (426-437). Morristown, NJ: General Learning Press.

WOLLACK, Stephen, GOODALE, J. G., WIJTING, J. P. ve SMITH, P. C. (1971). Development of the Survey of Work Values [İş Değerleri Anketinin Geliştirilmesi]. *Journal of Applied Psychology*, **55**, no. 4, 331-338.

World Business Council for Sustainable Development (Sürdürülebilir Gelişme Dünya İş Konseyi) internet sitesi, [www.wbcsd.org](http://www.wbcsd.org).

YAVUZ, Yunus Vehbi. (1992). *Çalışma Hayatı ve İslâm*, İstanbul: Tuğra Neşriyat.

YEE YUNG, Nancy Tsui ve YEUNG, Alexander Seeshing. (2002). Teacher Motivation, Stress and Satisfaction: Do Teachers in a Secondary and a Tertiary Institution Differ? [Öğretmen Motivasyonu, Gerilim ve Tatmin: İkincil ve Üçüncül Enstitülerdeki Öğretmenler Farklı mıdır?]. 3 Aralık 2002 tarihinde *International Conference AARE 2002* konferansında sunulmuş tebliğ. Erişim: 10/10/2007 <http://www.aare.edu.au/02pap/yeu02281.htm>.

## **EKLER**

**EK – 1: ANKET (TÜRKÇE)**

Sayın katılımcı,

Bu anket, Hacettepe Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Bölümü doktora öğrencisi olan Y. Fahir Zülfiyar'ın "İş Değerleri Araştırması" konulu tez araştırmasında kullanılmak üzere hazırlanmıştır.

Ankete vereceğiniz cevaplar gizli tutulacak ve başka herhangi bir amaçla kullanılmayacaktır. Anketten elde edilecek sonuçlar hakkında bilgi almak ve/veya anketi tamamlayanlar arasında yapılacak olan üç adet 10 dolarlık Target firması hediye çeki çekilişine katılmak isterseniz, lütfen anketin sonunda elektronik posta adresinizi yazınız.

Lütfen en uygun bulduğunuz seçeneği işaretleyiniz.

Anketi doldurmaya zaman ayırdığınız için teşekkür ederiz.

1. İnsanların çoğu faydasız eğlencelerle çok vakit geçirmektedir.

Kesinlikle katılıyorum  Katılıyorum  Ne katılıyorum ne katılmıyorum  Katılmıyorum  Kesinlikle katılmıyorum

2. İnsanların daha az boş vakti olsaydı, toplumda daha az sorunlar yaşanırdı.

Kesinlikle katılıyorum  Katılıyorum  Ne katılıyorum ne katılmıyorum  Katılmıyorum  Kesinlikle katılmıyorum

3. Kolayca kazanılan para genellikle kolay harcanır. (Hay'dan gelen Hu'ya gider.)

Kesinlikle katılıyorum  Katılıyorum  Ne katılıyorum ne katılmıyorum  Katılmıyorum  Kesinlikle katılmıyorum

4. Bir kimsenin işinde elinden gelenin en iyisini yapması kadar insanı mutlu eden pek az şey vardır.

Kesinlikle katılıyorum  Katılıyorum  Ne katılıyorum ne katılmıyorum  Katılmıyorum  Kesinlikle katılmıyorum

5. Okuldaki en güç dersler genellikle sonunda en çok işe yarayanlardır.

Kesinlikle katılıyorum  Katılıyorum  Ne katılıyorum ne katılmıyorum  Katılmıyorum  Kesinlikle katılmıyorum

6. Hayatta başarılı olamayan insanlar kısaca tembel insanlardır.

Kesinlikle katılıyorum  Katılıyorum  Ne katılıyorum ne katılmıyorum  Katılmıyorum  Kesinlikle katılmıyorum

7. Sıfırdan başlayıp da başarılı ve zengin olanlar doğuştan zengin olanlara göre daha ahlâkî davranırlar.

Kesinlikle katılıyorum  Katılıyorum  Ne katılıyorum ne katılmıyorum  Katılmıyorum  Kesinlikle katılmıyorum

8. Eğer hoşlandığım bazı dünyevî zevklerden vazgeçersem daha başarılı olurum diye sık sık düşündüğüm olur.

- Kesinlikle katılıyorum  Katılıyorum  Ne katılıyorum ne katılmıyorum  Katılmıyorum  Kesinlikle katılmıyorum

9. İnsanlar rahatlayabilmek için daha çok boş zamana sahip olmalılar.

- Kesinlikle katılıyorum  Katılıyorum  Ne katılıyorum ne katılmıyorum  Katılmıyorum  Kesinlikle katılmıyorum

10. Çok sıkı çalışan insanlar başarılı olmak konusunda daha fazla şansa sahiptirler.

- Kesinlikle katılıyorum  Katılıyorum  Ne katılıyorum ne katılmıyorum  Katılmıyorum  Kesinlikle katılmıyorum

11. Bir işte başarısız olanlar genellikle bu iş için yeterli gayret göstermemişlerdir.

- Kesinlikle katılıyorum  Katılıyorum  Ne katılıyorum ne katılmıyorum  Katılmıyorum  Kesinlikle katılmıyorum

12. Eğer hiç acı çekmek zorunda kalmasaydık hayatın çok az anlamı olurdu.

- Kesinlikle katılıyorum  Katılıyorum  Ne katılıyorum ne katılmıyorum  Katılmıyorum  Kesinlikle katılmıyorum

13. Çok çalışma başarıyı çok az garanti eder

- Kesinlikle katılıyorum  Katılıyorum  Ne katılıyorum ne katılmıyorum  Katılmıyorum  Kesinlikle katılmıyorum

14. Kredi kartı dikkatsiz harcamaya giden yoldur.

- Kesinlikle katılıyorum  Katılıyorum  Ne katılıyorum ne katılmıyorum  Katılmıyorum  Kesinlikle katılmıyorum

15. Daha çok boş zamanımız olsaydı hayat daha anlamlı olurdu.

- Kesinlikle katılıyorum  Katılıyorum  Ne katılıyorum ne katılmıyorum  Katılmıyorum  Kesinlikle katılmıyorum

16. Hoş olmayan bir işe bile coşkuyla sarılan bir kişi hayatta başarılı olur.

- Kesinlikle katılıyorum  Katılıyorum  Ne katılıyorum ne katılmıyorum  Katılmıyorum  Kesinlikle katılmıyorum

17. İşine çok sıkı sarılan birisinin iyi bir hayat seviyesine ulaşması daha muhtemeldir.

- Kesinlikle katılıyorum  Katılıyorum  Ne katılıyorum ne katılmıyorum  Katılmıyorum  Kesinlikle katılmıyorum



18. Yapacak iş az olduğu zaman kendimi rahatsız hissederim.

- Kesinlikle katılıyorum  Katılıyorum  Ne katılıyorum ne katılmıyorum  Katılmıyorum  Kesinlikle katılmıyorum

19. Sıkı çalışmaktan kaçınmak zayıf bir kişiliğin belirtisidir.

- Kesinlikle katılıyorum  Katılıyorum  Ne katılıyorum ne katılmıyorum  Katılmıyorum  Kesinlikle katılmıyorum

20. Geçmiş dönemlerdeki iş başarıımı gelecekte daha yükseltmek için elinden gelen gayreti sarf ederim.

- Kesinlikle katılıyorum  Katılıyorum  Ne katılıyorum ne katılmıyorum  Katılmıyorum  Kesinlikle katılmıyorum

21. Aşmam gereken zorlukların olması bana heyecan verir.

- Kesinlikle katılıyorum  Katılıyorum  Ne katılıyorum ne katılmıyorum  Katılmıyorum  Kesinlikle katılmıyorum

22. Her görevi tamamladıktan sonra ne ölçüde başarılı olup ilerleme kaydettiğimi bilmek isterim.

- Kesinlikle katılıyorum  Katılıyorum  Ne katılıyorum ne katılmıyorum  Katılmıyorum  Kesinlikle katılmıyorum

23. Gerçekçi hedefler koyup onlara başarıyla ulaşmaktan zevk alırım.

- Kesinlikle katılıyorum  Katılıyorum  Ne katılıyorum ne katılmıyorum  Katılmıyorum  Kesinlikle katılmıyorum

24. Zor bir görevi başarıyla tamamlamanın verdiği memnuniyeti başka hiçbir şeyde bulamam.

- Kesinlikle katılıyorum  Katılıyorum  Ne katılıyorum ne katılmıyorum  Katılmıyorum  Kesinlikle katılmıyorum

25. Dindar bir insan olduğumu düşünürüm.

- Kesinlikle katılıyorum  Katılıyorum  Ne katılıyorum ne katılmıyorum  Katılmıyorum  Kesinlikle katılmıyorum

26. Kaç yaşındasınız?

27. Cinsiyetiniz nedir?

- Kadın  Erkek

28. Medeni durumunuz nedir?

- Bekâr       Evli       Boşanmış       Eşi vefat emiş

29. Aşağıdakilerden hangisi sizi en iyi tarif eder?

- Amerikan yerlisi       Afrikalı Amerikan  
 Diğer .....  
 Beyaz  
 Asyalı       Hispanik       Karışık  
.....

30. Okulda en son bitirdiğiniz derece/yıl nedir?

- Sekizinci sınıf veya daha az       Liseye başlamış       Lise mezunu       Üniversiteye başlamış       Üniversite mezunu  
 Yüksek lisansa başlamış       Yüksek lisans mezunu       Doktora başlamış       Doktora mezunu

31. Ne tip bir iş yapıyorsunuz?

32. Şu andaki işinizde kaç yıldır çalışıyorsunuz?

33. Size bağlı çalışan var mı?

- Evet       Hayır

34. Dininiz nedir?

- Budist       Katolik       Hindu       Yahudi       Müslüman  
 Hiçbiri       Protestan       Diğer  
.....

*Müslüman seçtiyseniz lütfen 37. soruya geçiniz.*

*Hiçbiri seçtiyseniz lütfen 38. soruya geçiniz.*

*Budist, Katolik, Hindu, Yahudi, Protestan ,veya Diğer seçtiyseniz lütfen 36. soruya geçiniz.*

*(Bu atlamalar internet anketinde verilen cevaba göre otomatik olarak yapılmıştır.)*

35. Ne sıklıkta dini törene katılırsınız?

- Haftada birden fazla       Haftada bir       Sıklıkla ancak her hafta değil       Pek nadir       Hiçbir zaman

36. Ne sıklıkta namaz kılarıyorsunuz?

- Hergün       Haftada birden fazla       Haftada bir       Ayda 1-3 kere       Ayda birden az  
 Hiçbir zaman

37. Türk müsünüz?

- Evet       Hayır

38. Bu çalışmanın sonuçlarından haberdar olmak ister misiniz?

- Evet       Hayır

39. Üç adet 10 dolarlık hediye çeki çekilişine katılmak ister misiniz?

- Evet       Hayır

40. Elektronik posta adresiniz

(Bundan önceki iki sorudan birine evet cevabı verdiyseniz, lütfen elektronik posta adresinizi yazınız)

41. Bu çalışmanın konusu ile ilgili olarak bizimle paylaşmak istediğiniz tavsiye ve düşüncelerinizi aşağıya yazabilirsiniz.

Bu çalışmanın gerçek konusu “Amerika’lı ve Türk çalışanların iş değerlerinin karşılaştırılması”dır. Bu başlık katılımcılarda ön yargı oluşturmamak amacıyla anketin başında değiştirilmiştir.

Anketimize katıldığınız için teşekkür ederiz!

**EK – 2: ANKET (İNGİLİZCE)**

Dear participant,

This survey has been prepared to use in a graduate study in “Research on Work Values” of Yavuz Fahir Zulfikar at Hacettepe University.

Your responses to this survey will be kept under strict confidence and will not be used in any other studies or projects. If you would like to get the results of this study and/or participate in a drawing for three \$10.00 gift certificates from Target, please provide your email address at the end of the survey.

Please check the appropriate radio button in the questions below.

Thank you very much for sparing time to fill out this survey.

1. Most people spend too much time in unprofitable amusements.

Strongly agree     Agree     Neither agree nor disagree     Disagree     Strongly disagree

2. Our society would have fewer problems if people had less leisure time.

Strongly agree     Agree     Neither agree nor disagree     Disagree     Strongly disagree

3. Money acquired easily (e.g., through gambling or speculation) is usually spent unwisely.

Strongly agree     Agree     Neither agree nor disagree     Disagree     Strongly disagree

4. There are few satisfactions equal to the realizations that one has done his/her best at a job.

Strongly agree     Agree     Neither agree nor disagree     Disagree     Strongly disagree

5. The most difficult college courses usually turn out to be the most rewarding.

Strongly agree     Agree     Neither agree nor disagree     Disagree     Strongly disagree

6. Most people who don't succeed in life are just plain lazy.

Strongly agree     Agree     Neither agree nor disagree     Disagree     Strongly disagree

7. The self-made person is likely to be more ethical than the person born to wealth.

- Strongly agree     Agree     Neither agree nor disagree     Disagree     Strongly disagree

8. I often feel I would be more successful if I sacrificed certain pleasures.

- Strongly agree     Agree     Neither agree nor disagree     Disagree     Strongly disagree

9. People should have more leisure time to spend in relaxation.

- Strongly agree     Agree     Neither agree nor disagree     Disagree     Strongly disagree

10. Any one who is able and willing to work hard has a good chance of succeeding.

- Strongly agree     Agree     Neither agree nor disagree     Disagree     Strongly disagree

11. People who fail at a job have usually not tried hard enough.

- Strongly agree     Agree     Neither agree nor disagree     Disagree     Strongly disagree

12. Life would have very little meaning if we never had to suffer.

- Strongly agree     Agree     Neither agree nor disagree     Disagree     Strongly disagree

13. Hard work offers little guarantee of success.

- Strongly agree     Agree     Neither agree nor disagree     Disagree     Strongly disagree

14. The credit card is a ticket to careless spending.

- Strongly agree     Agree     Neither agree nor disagree     Disagree     Strongly disagree

15. Life would be more meaningful if we had more leisure time.

- Strongly agree     Agree     Neither agree nor disagree     Disagree     Strongly disagree

16. A person who can approach an unpleasant task with enthusiasm is the person who gets ahead.

- Strongly agree     Agree     Neither agree nor disagree     Disagree     Strongly disagree

17. If one works hard enough he/she is likely to achieve a good life for himself/herself.

- Strongly agree     Agree     Neither agree nor disagree     Disagree     Strongly disagree

18. I feel uneasy when there is little work for me to do.

- Strongly agree     Agree     Neither agree nor disagree     Disagree     Strongly disagree

19. A distaste for hard work usually reflects a weakness of character.

- Strongly agree     Agree     Neither agree nor disagree     Disagree     Strongly disagree

20. I try very hard to improve on my past performance at work.

- Strongly agree     Agree     Neither agree nor disagree     Disagree     Strongly disagree

21. I enjoy a difficult challenge.

- Strongly agree     Agree     Neither agree nor disagree     Disagree     Strongly disagree

22. I want to know how I am progressing as I complete tasks.

- Strongly agree     Agree     Neither agree nor disagree     Disagree     Strongly disagree

23. I enjoy setting and achieving realistic goals.

- Strongly agree     Agree     Neither agree nor disagree     Disagree     Strongly disagree

24. I enjoy the satisfaction of completing a difficult task.

- Strongly agree     Agree     Neither agree nor disagree     Disagree     Strongly disagree

25. I consider myself as a religious person.

- Strongly agree     Agree     Neither agree nor disagree     Disagree     Strongly disagree

26. What is your age?

27. What is your gender?

- Female       Male

28. What is your marital status?

- Single       Married       Divorced       Widowed

29. Which of the following best describe you?

- American Indian  
 Other .....
- African American  
 White
- Asian
- Hispanic
- Multiracial .....

30. What is the highest grade or year in school you have completed?

- 8<sup>th</sup> grade or less  
 Some graduate study
- Some high school  
 Graduate degree
- High school graduate  
 Postgraduate study
- Some college  
 Postgraduate degree
- College graduate

31. What type of work do you do?

32. For how many years have you been working in your current position?

33. Do you supervise any employees?

- Yes       No

34. What is your religious affiliation?

- Buddhist       Catholic       Hindu       Jewish       Muslim
- None       Protestant       Other .....

*Answer: Muslim -- please skip to 37. Answer: None -- please skip to 38. Answer: Buddhist, Catholic, Hindu, Jewish, Protestant, Other -- please continue to 36 and than skip to 38. These are handled automatically on the web survey.*



35. How often do you attend religious services?

- More than once a week     Once a week     Often but not every week     Rarely     Never

36. How often do you perform prayer?

- Everyday     More than once a week     About once a week     1-3 times a month     Less than once a month  
 Never

37. Are you of Turkish origin?

- Yes     No

38. Would you like to get the results of this study?

- Yes     No

39. Would you like to participate in a drawing for three \$10.00 gift card from Target?

- Yes     No

40. Email address

(If you responded yes to the previous question, please provide your email address)

41. Please tell us anything else that you feel is important and related to the topics of this survey.

The original title of this study, “Comparison of work values of American and Turkish workers”, was altered to minimize bias and we hope this does not upset you.

Thank you for participating in our survey!

**EK – 3: ANKETE DAVET MESAJI (TÜRKÇE)**

### Ankete Davet Elektronik Posta Metni

Kimden: Yavuz Fahir Zülfikar  
Kime: UNC-CH Çalışanları

Konu: İş Değerleri Araştırması

Merhabalar,

Bu araştırmada katılımcıların iş değerleri üzerinde yoğunlaşarak çeşitli gelenekler arasındaki farklılık ve benzerlikler tespit edilmeye çalışılmaktadır. Bu çalışmaya katılmak için, lütfen metnin sonunda verilen linki takip ederek internette yayınlanmış olan anketi cevaplayınız. Ankete katılım isteğinize bağlıdır ve soruların cevaplanması 5-8 dakika sürmektedir.

Anketi tamamlayan katılımcılar arasında bir çekiliş yapılarak kazanan üç kişiye Target mağazasından 10 dolarlık hediye çeki verilecektir. Çekilişe katılmak isterseniz lütfen anketin sonunda elektronik posta adresinizi veriniz. Kişisel gizliliğinizi korumak amacıyla, anketler tamamlandığında elektronik posta adresleri anket verilerinden ayrılacak ve çekiliş yapıldıktan sonra silinecektir.

Araştırma, elde edilecek yeni bilgiler vasıtası ile topluma faydalı olmak amacıyla yapılmaktadır, bu çalışmada yer almanıza rağmen araştırma sonuçlarından doğrudan fayda sağlayamayabilirsiniz. Araştırma hakkında ilâve bilgi edinmek isterseniz, Y. Fahir Zülfikar ile [zulfikar@email.unc.edu](mailto:zulfikar@email.unc.edu) elektronik posta adresinden temas edebilirsiniz. Hacettepe Üniversitesi'nde doktora öğrencisiyim ve Kuzey Carolina Üniversitesi'nde çalışmaktayım.

İnsan gönüllüleri üzerinde yapılan bütün araştırmalar, sizin haklarınızı ve rahatınızı korumak amacıyla çalışan bir komite tarafından kontrol edilmektedir. Bu araştırmanın bir katılımcısı olarak haklarınızla ilgili sorunuz varsa, isterseniz isminizi vermeden, Kurumsal Denetleme Kurulu ile 919-966-3113 nolu telefondan veya [IRB\\_subjects@unc.edu](mailto:IRB_subjects@unc.edu) elektronik posta adresinden temas kurabilirsiniz.

Aşağıdaki linke tıklamanız ankete katılmayı kabul ettiğiniz göstermektedir.

[http://uncodum.qualtrics.com/SE?SID=SV\\_1S2FEaQMtvzLbRW&SVID=Prod](http://uncodum.qualtrics.com/SE?SID=SV_1S2FEaQMtvzLbRW&SVID=Prod)

Katılımınız için teşekkür ederiz.

IRB#: 07-0162

20 Şubat 2007 tarihinde Davranışsal Kurumsal Denetleme Kurulu'na onaylanmıştır.

Bu elektronik posta Kuzey Carolina Üniversitesi Parr Etik Merkezi'nce desteklenmiştir.

**EK – 4: ANKETE DAVET MESAJI (İNGİLİZCE)**

### **Email to Invite People to Take the Survey**

From: Yavuz Fahir Zulfikar

To: UNC Staff list serve

Subject: Research on work Values

Hello,

We are conducting a study focused on work values of people and are trying to see the differences and similarities among various traditions. To participate in the study you would complete a web survey—link provided at the end of this email. This voluntary survey may take about 5-8 minutes. Your responses will be kept confidential. You may withdraw at any time and may choose not to answer any questions.

To show our appreciation, we will do a drawing among the participants who completed the survey for three \$10.00 Target gift cards. If you would like to participate in the drawing, please provide your email address at the end of the survey. To protect your privacy, we will separate the email addresses from the rest of the data and delete them once the drawing has been done.

Research is designed to benefit society by gaining new knowledge. You may not benefit personally from being in this research study. If you need additional information on this research, please contact Y. Fahir Zulfikar at [zulfikar@email.unc.edu](mailto:zulfikar@email.unc.edu). I am a graduate student at Hacettepe University, Turkey and an employee at University of North Carolina at Chapel Hill.

All research on human volunteers is reviewed by a committee that works to protect your rights and welfare. If you have questions or concerns about your rights as a research subject you may contact, anonymously if you wish, the Institutional Review Board at 919-966-3113 or by email to [IRB\\_subjects@unc.edu](mailto:IRB_subjects@unc.edu).

Clicking on this link connotes your consent to be a participant in this study.

[http://uncodum.qualtrics.com/SE?SID=SV\\_1S2FEaQMtvzLbRW&SVID=Prod](http://uncodum.qualtrics.com/SE?SID=SV_1S2FEaQMtvzLbRW&SVID=Prod)

Thank you very much for your participation.

IRB#: 07-0162

Approved on February 20, 2007 by the UNC-CH, Behavioral Institutional Review Board.

This email is sponsored by UNC at Chapel Hill, Parr Center for Ethics.

**EK – 5: KURUMSAL DENETLEME KURUMU ANKET ONAY  
MEKTUBU**



THE UNIVERSITY  
of NORTH CAROLINA  
at CHAPEL HILL

OFFICE OF HUMAN RESEARCH ETHICS  
Medical School Building 52  
Mason Farm Road  
CB #7097

**TO:** Yavuz Zulfikar  
Disbursement Services  
CB:1220 104 Airport Drive , Chapel Hill , 27599-1220 , US

**FROM:** Behavioral IRB

Authorized signature on behalf of IRB

**APPROVAL DATE:** 2/20/2007

**EXPIRATION DATE OF APPROVAL:** 2/19/2008

**RE:** Notice of IRB Approval by Expedited Review (under 45 CFR 46.110)

**Submission Type:** Initial

**Expedited Category:** 7.Survey/group chars

**Study #:** 07-0162

**Other #:** Sociology

**Study Title:** Comparison of Work Values of American and Turkish Immigrant Workers

This submission has been approved by the above IRB for the period indicated. It has been determined that the risk involved in this research is no more than minimal.

Federal regulations require that all research be reviewed at least annually. It is the Principal Investigator's responsibility to submit for renewal and obtain approval before the expiration date. You may not continue any research activity beyond the expiration date without IRB approval. Failure to receive approval for continuation before the expiration date will result in automatic termination of the approval for this study on the expiration date.

When applicable, enclosed are stamped copies of approved consent documents and other recruitment materials. The expectation is that you will copy these for use with subjects.

You are required to obtain IRB approval for any changes to any aspect of this study before they can be implemented (use the modification form at [ohre.unc.edu/forms](http://ohre.unc.edu/forms)). Should any adverse event or unanticipated problem involving risks to subjects or others occur it must be reported immediately to the IRB using the adverse event form at the same web site.

**Study Description:**

**Purpose:** To discover the similarities or differences between Protestant Americans and Muslim Turkish American immigrants on the basis of their Protestant Work Ethic (PWE) values.

**Participants:** UNC-Chapel Hill staff, and also Turkish American immigrants known to the PI.

**Procedures:** Administer online survey.

**Details:**

This research meets criteria for a waiver of written (signed) consent according to 45 CFR 46.117(c)(2).

Call the IRB at 966-3113 if you have any questions. You can now access IRB status information at <https://my.research.unc.edu/>.

This study was reviewed in accordance with federal regulations governing human subjects research, including those found at 45 CFR 46 (Common Rule), 45 CFR 164 (HIPAA), and 21 CFR 50 & 56 (FDA), where applicable.

The University of North Carolina at Chapel Hill holds a Federal Wide Assurance approved by the Office for Human Research Protections, Department of Health and Human Services (FWA # 4801).



\*\*\*\*\*  
Stuart Rennie, Ph.D.  
Office of Human Research Ethics  
Co-Chair, Behavioral Institutional Review Board  
CB# 7097, Medical School, Bldg 52  
University of North Carolina at Chapel Hill  
Chapel Hill, NC 27599-7097  
aa-irb-chair@unc.edu  
phone 919-962-7760; fax 919-843-5576  
\*\*\*\*\*

CC:  
Charles Kurzman, Sociology, CB:3210 227 Hamilton Hall, Faculty Advisor  
Charles Kurzman, (Sociology), Non-IRB Review Contact



## ÖZGEÇMİŞ

### Kişisel Bilgiler

Adı Soyadı: Yavuz Fahir Zülfikar  
Doğum Yeri ve Tarihi: Bilecik, 11 Temmuz 1964

### Eğitim Durumu

Lisans Öğrenimi: Yıldız Teknik Üniversitesi, Mühendislik Fakültesi,  
İstanbul, Elektrik Mühendisi, 1985

Yüksek Lisans Öğrenimi: - Thunderbird School of Global Management, Phoenix,  
ABD Uluslararası İşletme Yönetimi Yüksek Lisans, 1995  
- Hacettepe Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara  
İşletme Yüksek Lisans, 1992

Bildiği Yabancı Diller: İngilizce

### İş Deneyimi

Çalıştığı Kurumlar: - University of North Carolina at Chapel Hill,  
Disbursement Services, Müşteri Hizmetleri Yöneticisi,  
2001-...  
- Savunma Sanayii Müsteşarlığı, Şube Müdürü, 1989-2001  
- Akfen Mühendislik AŞ, Elektrik Mühendisi, 1988-1989  
- Askerlik Hizmeti, 1986-1988  
- Eltem Elektrik AŞ, Elektrik Mühendisi, 1985-1986

### İletişim

E-posta Adresi: yfzulfikar@yahoo.com

Tarih: 27 Kasım 2007