



T.C.
KARAMANOĞLU MEHMETBEY ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

**SOSYAL PAZARLAMA BAĞLAMINDA ENNEAGRAM MODELİ İLE
BAĞIŞÇI TİPOLOJİLERİNİN BELİRLENMESİ**

YÜKSEK LİSANS TEZİ
Enes KAZANCI

İşletme Ana Bilim Dalı

Tez Danışmanı: Doç. Dr. Murat ÖZ

2024

ÖZET

Toplumsal sorunlara çözüm bulmak amacıyla kurulan topluluklar faaliyetlerini yürütebilmek için finansal kaynağa ve insan kaynağına ihtiyaç duymaktadır. Bu organizasyonlar finansal kaynaklarının çoğunu bağışlardan, insan kaynaklarının önemli bir kısmını ise gönüllüler aracılığıyla sağlamaktadır. Toplumsal sorunların kolektif irade ile çözülebileceği gerçeğinden hareketle bu organizasyonlar bağışçı ve gönüllü kazanımlarının arttırılmasına ihtiyaç duymaktadırlar. Bu noktada yapılan taleplerin ve kampanyaların hedeflenen kitlelerde davranış değişikliği oluşturabilmesi için birçok bilim alanından yararlanılması gerekmektedir. Psikoloji, sosyoloji ve eğitim bilimleri toplumsal konularda öne çıkmaktadır. Ayrıca insanların istenilen davranışı sergilemesi için yönlendirilmesinde ve ikna edilmesinde pazarlama bilimi stratejik olarak katkı sağlayabilmektedir. Hedeflenen kitlelerde ihtiyaç duyulan davranışın gerçekleştirilmesinde fayda algısının ve zihinsel konumlandırmanın sağlanmasında pazarlama stratejileri etkili olmaktadır. Özellikle hedeflenen kitlelerin segmentlere ayrılarak kişilere özgü stratejilerin oluşturulmasında pazarlama bilimi etkin rol oynamaktadır. Bu çalışma toplumsal fayda için ortaya çıkan bir pazarlama disiplini olan sosyal pazarlama temelinde Enneagram modeli aracılığıyla bağışçı ve gönüllü profillerinin oluşturulması amacıyla yapılmıştır. Araştırma evrenini Türkiye’de bağış yapan ve/veya gönüllü olan 18 yaş üzerindeki kişiler oluşturmaktadır. Örneklem yöntemi olarak amaçlı örneklem tercih edilmiştir. Bu doğrultuda 268’i erkek ve 267’si kadın olmak üzere toplamda 535 kişiye ulaşılmıştır. Araştırma online anket olarak yapılmıştır. Anket formunda kişilik tiplerinin belirlenmesi amacıyla Enneagram Türkiye Kişilik Envanteri (ETKE), içsel motivasyonların tespiti için Empati, Özgecilik, Dini Değerlere Yönelik Tutum, Materyal Değerlere Yönelik Tutum ve Psikolojik Fayda Ölçekleri, bağış davranışlarının belirlenmesi amacıyla oluşturulan sorular ve demografik özelliklere ilişkin ifadeler yer almaktadır. Veriler SPSS 29 paket programı ile analiz edilmiştir. Analiz sonuçlarına göre Enneagram kişilik tipleri demografik özelliklere, içsel motivasyonlar ve bağış davranışlarına göre anlamlı olarak farklılaştığı tespit edilmiştir. Ayrıca yapılan diğer demografik/dışsal motivasyonların da bağış davranışları ve içsel motivasyonlara göre anlamlı olarak farklılaştığı bulunmuştur. Araştırma bulguları ve literatür dikkate alınarak Enneagram kişilik tiplerinin bağışçı ve gönüllü profillerine yönelik öne çıkan özellikler değerlendirilmiş ve öneriler sunulmuştur.

Anahtar Kelimeler: Sosyal Pazarlama, Enneagram, Kişilik, Bağış Davranışları, Bağışçı Tipolojileri

ABSTRACT

DETERMINING DONOR TYPOLOGIES WITH THE ENNEAGRAM MODEL IN THE CONTEXT OF SOCIAL MARKETING

Communities established to address social issues require financial and human resources to operate. These organizations primarily obtain their financial resources from donations, while a significant portion of human resources comes from volunteers. Acknowledging that social problems can be solved through collective will, these organizations need to enhance their donor and volunteer acquisitions. To effect behavior change in targeted groups through requests and campaigns, insights from various scientific fields must be utilized. Psychology, sociology, and educational sciences are particularly relevant. Additionally, marketing science can strategically aid in guiding and persuading individuals to exhibit desired behaviors. Effective marketing strategies contribute to the perception of benefits and mental positioning necessary for achieving targeted behaviors. Especially, segmenting target groups to develop personalized strategies is crucial in marketing science. This study aims to create profiles of donors and volunteers based on the Enneagram model within the framework of social marketing, a discipline focused on societal benefit. The research population consists of individuals aged 18 and over in Turkey who donate or volunteer. A purposive sampling method was used, resulting in a total of 535 participants (268 men and 267 women). The study was conducted through an online survey, which included the Enneagram Turkey Personality Inventory (ETKE) for personality typologies, scales to identify intrinsic motivations (Empathy, Altruism, Attitudes Towards Religious Values, Material Values, and Psychological Benefit), questions regarding donation behaviors, and demographic information. Data were analyzed using SPSS 29 software. The analysis revealed significant differences in Enneagram personality types based on demographic characteristics, intrinsic motivations, and donation behaviors. Furthermore, other demographic/external motivations also showed significant differences concerning donation behaviors and intrinsic motivations. Based on research findings and literature, prominent characteristics of Enneagram personality typologies related to donor and volunteer profiles were evaluated, and recommendations were provided.

Keywords: Social Marketing, Enneagram, Personality, Donation Behaviours, Donor Typologies

İÇİNDEKİLER

ÖZET.....	I
ABSTRACT.....	II
İÇİNDEKİLER.....	III
TABLolar LİSTESİ.....	IX
ŞEKİLLER LİSTESİ.....	XIII
KISALTMALAR.....	XIV
ÖNSÖZ.....	XV
GİRİŞ.....	XVI

I. BÖLÜM

SOSYAL PAZARLAMA VE BAĞIŞ DAVRANIŞI

I.1. Sosyal Pazarlama Amaç ve Kapsamı.....	1
I.2. Pazarlama ve Sosyal Pazarlama İlişkisi.....	2
I.3. Sosyal Pazarlama ve Kalıcı Davranış Değişimi	3
I.3.1. Kalıcı Davranış-Alışkanlık Kavramı.....	3
I.3.2. Alışkanlıkların Kimyası ve İnsan Hayatına Etkisi Etkisi.....	3
I.3.3. Alışkanlıkların Yaşam ile İlişkisi.....	5
I.3.4. Sosyal Pazarlama Süreci	6
I.3.4.1. Birinci Adım.....	7
I.3.4.2. İkinci Adım.....	7
I.3.4.3. Üçüncü Adım.....	7
I.3.4.4. Dördüncü Adım.....	9
I.3.4.5. Beşinci Adım.....	10
I.3.4.6. Altı Adım.....	11
I.3.4.7. Yedinci Adım.....	11
I.3.4.7.1. Ürün.....	11
I.3.4.7.2. Fiyat.....	12
I.3.4.7.3. Dağıtım Kanalı/Yer.....	13
I.3.4.7.4. Tutundurma/Tanıtım.....	14
I.3.4.8. Sekizinci Adım.....	15
I.3.4.9. Dokuzuncu Adım.....	16
I.3.4.10. Onuncu Adım.....	16
I.4. Bağış ve Bağışçı Kavramı.....	16
I.5. Bağış Yapmayı Etkileyen Faktörler/Motivasyonlar.....	17

I.5.1. İçsel Motivasyonlar.....	18
I.5.1.1. Empati.....	19
I.5.1.2. Özgecılık.....	21
I.5.1.3. Psikolojik Fayda.....	22
I.5.1.4. Materyalizm.....	23
I.5.1.5. Dini Değerler.....	23
I.5.1.6. Kişilik.....	25
I.5.1.7. Kişisel Faydalar.....	27
I.5.1.8. Sosyal Adalet.....	28
I.5.2. Dışsal Motivasyonlar.....	28
I.5.2.1. Cinsiyet.....	28
I.5.2.2. Yaş.....	29
I.5.2.3. Eğitim.....	30
I.5.2.4. Gelir Durumu.....	30
I.5.2.5. Medeni Durum.....	31
I.5.2.6. Çocuk Sahipliği Durumu.....	32
I.5.2.7. Sosyal Etki.....	32
I.5.3. Organizasyon Etkisi.....	33
I.5.3.1. Kurum İmajı.....	33
I.5.3.2. Bağış İstenme Şekli.....	34
I.5.3.3. Güven.....	35
I.5.3.4. Faaliyetlerde Etkinlik.....	36
I.6. Bağış Biçimleri.....	37
I.6.1. Doğrudan Bağış.....	37
I.6.2. Dolaylı Bağış.....	37
I.6.3. Gönüllülük Faaliyetlerine Katılım.....	38
I.7. Bağış Artırmada Kullanılabilecek Stratejiler ve Kuramlar.....	39

II. BÖLÜM

KİŞİLİK VE ENNEAGRAM MODELİ

II.1. Kişilik.....	42
II.2. Kişilik Kuramları.....	44
II.2.1. Tarihçe ve Gelişimi.....	44
II.2.2. Bilişsel Yaklaşım.....	45
II.2.2.1. Duyum ve Algı.....	45

II.2.2.2. Bellek.....	47
II.2.2.3. İşlevselcilik.....	47
II.2.2.4. Zihinsel Şemalar.....	48
II.2.2.5. Kaygı.....	49
II.2.2.6. Engellenme Duygusu.....	49
II.2.2.7. Bilişsel Gelişim.....	40
II.2.3. Davranışsal Yaklaşım.....	50
II.2.3.1. Klasik Koşullanma.....	51
II.2.3.2. Edimsel Koşullanma.....	53
II.2.4. Sosyal Öğrenme/Sosyal Bilişsel Kuram.....	54
II.2.5. Biyolojik (Kalıtımsal) Yaklaşım.....	54
II.2.5.1. Hıltlar Teorisi (Ahlât-ı Erbaa).....	56
II.2.5.2. İçer dönük-Dışa dönük Kişilik.....	57
II.2.5. Ayırıcı Özellik Yaklaşımı	58
II.2.5.1. Beş Faktör Kişilik Kuramı.....	59
II.2.5.2. 16 Faktör Kişilik Modeli.....	59
II.2.5.3. Henry Murray Öğrenilmiş İhtiyaçlar Kuramı.....	60
II.2.6. Psikanalitik Yaklaşım.....	60
II.2.6.1. Savunma Mekanizmaları.....	62
II.2.6.2. Psikoseksüel Gelişim Modeli.....	63
II.2.7. Psikanalitik Sonrası Diğer Kuramlar: Yeni-Freud'cular.....	65
II.2.7.1. Carl Jung ve Ortak Bilinçaltı Kuramı.....	65
II.2.7.2. Alfred Adler ve Üstünlük Çabası Kuramı.....	66
II.2.7.3. Erik Erikson Psikososyal Gelişim Kuramı.....	66
II.2.8. İnsancıl Yaklaşım.....	70
II.2.8.1. Abraham Maslow.....	70
II.2.8.2. Carl Rogers.....	72
II.3.1. Enneagram'ın Tanımı ve Tarihçesi.....	73
II.3.2. Enneagram Modeli Yapısal Boyutları.....	74
II.3.2.1 Kişilik Merkezleri.....	75
II.3.2.2. Stres ve Rahat Durumlar.....	77
II.3.2.3. Kanat Etkisi	77
II.3.2.4. Sağlıklı- Sağlıksız Seviyeler	78
II.3.2.5. Enneagram Modelinde Kişiliklerin Temel Dinamikleri.....	79

II.4. Enneagram Kişilik Profilleri.....	82
II.4.1. Tipoloji 1: Mükemmeliyetçi-Reformcu.....	82
II.4.2. Tipoloji 2: Yardımsever-Sitemkâr Verici.....	88
II.4.3. Tipoloji 3: Başaran.....	92
II.4.4. Tipoloji 4: Bireyci-Traji Romantik.....	97
II.4.5. Tipoloji 5: Araştırmacı.....	103
II.4.6. Tipoloji 6: Sadık-Sorgulayıcı.....	108
II.4.7. Tipoloji 7: Hevesli-Ehl-i Keyf.....	115
II.4.8. Tipoloji 8: Meydan Okuyan.....	122
II.4.9. Tipoloji 9: Barışçı.....	129

III.BÖLÜM

ENNEAGRAM MODELİ İLE BAĞIŞÇI TİPOLOJİLERİNİN BELİRLENMESİ

III.1. Araştırmanın Amacı ve Önemi.....	137
III.2. Araştırmanın Kapsamı ve Sınırlılıkları.....	138
III.3. Araştırma Metodolojisi.....	138
III.3.1. Araştırma Evreni ve Örneklemi	138
III.3.2. Araştırma Hipotezleri.....	139
III.3.3. Araştırma Modeli.....	139
III.3.4. Anket Formunun Oluşturulması ve Verilerin Toplanması.....	139
III. 3.4.1. Demografik Özellikler Bilgi Formu.....	141
III. 3.4.2. Enneagram Türkiye Kişilik Envanteri (ETKE).....	141
III. 3.4.3. İçsel Motivasyonlara Ait Diğer Ölçekler.....	141
III.3.5. Verilerin Çözümlemesi ve Yorumlanması.....	142

IV. BÖLÜM BULGULAR

IV.1. Katılımcılara Ait Bulgular.....	143
IV.2. Enneagram Kişilik Tiplerine Ait Bulgular.....	146
IV.3. Dışsal Motivasyonlara Ait Bulgular.....	164
IV.3.1.Cinsiyet.....	164
IV.3.2. Yaş.....	172
IV.3.3. Eğitim.....	180
IV.3.4. Medeni Durum.....	182
IV.3.5. Çalışma ve Sektör Durumu.....	187
IV.3.6. Çocuk Sahipliği Durumu.....	189

IV.3.7. Kişisel Gelir.....	199
IV.4. İçsel Motivasyonlara Ait Bulgular.....	208

V. BÖLÜM

TARTIŞMA, SONUÇ VE ÖNERİLER

V.1. Tartışma ve Değerlendirmeler.....	212
V.1.1. Enneagram Kişilik Tipolojilerine Ait Değerlendirmeler.....	212
V.1.1.1. Enneagram Kişilik Tipleri ile Demografik Özellikler Arasındaki İlişkiye Ait Değerlendirmeler.....	213
V.1.1.2. Enneagram Kişilik Tipleri ve İçsel Motivasyonlar İlişkisine Ait Değerlendirmeler.....	213
V.1.1.3. Enneagram Kişilik Tipleri ile Bağış Davranışları İlişkisine Ait Değerlendirmeler.....	218
V.1.2. Dışsal (Demografik) Motivasyonlara Ait Değerlendirmeler.....	220
V.1.2.1. Cinsiyet Değişkenine Ait Değerlendirmeler.....	220
V.1.2.2. Eğitim Durumu Değişkenine Göre Değerlendirmeler.....	222
V.1.2.3. Kişisel Gelir Durumu Değişkenine Göre Değerlendirmeler.....	224
V.1.2.4. Medeni Durum ve Çocuk Sahipliği Durumuna Göre Değerlendirmeler.....	225
V.1.2.5. Çalışma ve Sektör Durumuna Göre Değerlendirmeler.....	227
V.1.3. İçsel Motivasyonlara Ait Değerlendirmeler.....	228
V.2. Sonuç.....	230
V.3. Öneriler.....	235
V.3.1. Enneagram Bağışçı Tipolojileri İçin Öneriler.....	235
V.3.1.1. Tipoloji 1: Mükemmeliyetçi-Reformcu (Dışa dönük Kişilik)	235
V.3.1.2. Tipoloji 2: Yardımsever-Sitemkâr Verici (Dışa dönük Kişilik)	236
V.3.1.3. Tipoloji 3: Başaran (Dışa dönük Kişilik).....	237
V.3.1.4. Tipoloji 4: Bireyci-Traji Romantik (İçe dönük Kişilik).....	238
V.3.1.5. Tipoloji 5: Araştırmacı (İçe dönük Kişilik).....	239
V.3.1.6. Tipoloji 6: Sadık-Sorgulayıcı (İçe dönük Kişilik).....	239
V.3.1.7. Tipoloji 7: Hevesli-Ehl-i Keyf (Dışa dönük Kişilik).....	240
V.3.1.8. Tipoloji 8: Meydan Okuyan (Dışa dönük Kişilik).....	241
V.3.1.9. Tipoloji 9: Barışçı (İçe dönük Kişilik).....	242
V.3.2. Genel Bağışçı Profilleri İçin Öneriler.....	243

V.3.3. Gelecek Çalışmalar İçin Öneriler.....	245
KAYNAKÇA.....	247
EKLER.....	255



TABLÖLAR LİSTESİ

Tablo 1.1. Bağış Davranışı Segmentleri.....	9
Tablo 2.1. Psikoseksüel Gelişim Dönemleri.....	64
Tablo 2.2. Erikson'un Gelişim Dönemleri.....	68
Tablo 3.1. Araştırmada Kullanılan Ölçekler.....	140
Tablo 3.2. Ölçeklerin Basıklık ve Çarpıklık Değerleri.....	142
Tablo 4.1. Katılımcılara Ait Betimsel Bulgular.....	143
Tablo 4.2. Enneagram Kişilik Tiplerinin Cinsiyete Göre İncelenmesine Yönelik Ki Kare Testi Sonuçları.....	146
Tablo 4.3. Enneagram Kişilik Tiplerinin Yaş Durumuna Göre İncelenmesine Yönelik Ki Kare Testi Sonuçları.....	147
Tablo 4.4. Enneagram Kişilik Tiplerinin Eğitim Durumuna Göre İncelenmesine Yönelik Ki Kare Testi Sonuçları.....	147
Tablo 4.5. Enneagram Kişilik Tiplerinin Çalışma Durumuna Göre İncelenmesine Yönelik Ki Kare Testi Sonuçları.....	148
Tablo 4.6. Enneagram Kişilik Tiplerinin Çalışma Sektör Durumuna Göre İncelenmesine Yönelik Ki Kare Testi Sonuçları.....	148
Tablo 4.7. Enneagram Kişilik Tiplerinin Kişisel Gelir Durumuna Göre İncelenmesine Yönelik Ki Kare Testi Sonuçları.....	149
Tablo 4.8. Enneagram Kişilik Tiplerinin Ev Durumuna Göre İncelenmesine Yönelik Ki Kare Testi Sonuçları.....	149
Tablo 4.9. Enneagram Kişilik Tiplerinin Medeni Durumuna Göre İncelenmesine Yönelik Ki Kare Testi Sonuçları.....	150
Tablo 4.10. Enneagram Kişilik Tiplerinin Çocuk Sahipliği Durumuna Göre İncelenmesine Yönelik Ki Kare Testi Sonuçları.....	150
Tablo 4.11. Empati Ölçeği Puanlarının Enneagram Kişilik Tiplerine Göre İncelenmesine Yönelik Kruskal Wallis H Testi Sonuçları.....	151
Tablo 4.12. Özgeciliğe Yönelik Tutum Ölçeği Puanlarının Enneagram Kişilik Tiplerine Göre İncelenmesine Yönelik Kruskal Wallis H Testi Sonuçları.....	152
Tablo 4.13. Psikolojik Fayda Ölçeği Puanlarının Enneagram Kişilik Tiplerine Göre İncelenmesine Yönelik Kruskal Wallis H Testi Sonuçları.....	152
Tablo 4.14. Materyal Değerlere Yönelik Tutum Ölçeği Puanlarının Enneagram Kişilik Tiplerine Göre İncelenmesine Yönelik Kruskal Wallis H Testi Sonuçları.....	153

Tablo 4.15. Dini Değerlere Yönelik Tutum Ölçeği İçsel Dini Değerler Alt Boyutu Puanlarının Enneagram Kişilik Tiplerine Göre İncelenmesine Yönelik Kruskal Wallis H Testi Sonuçları.....	154
Tablo 4.16. Dini Değerlere Yönelik Tutum Ölçeği Kişilerarası Dini Değerler Alt Boyutu Puanlarının Enneagram Kişilik Tiplerine Göre İncelenmesine Yönelik Kruskal Wallis H Testi Sonuçları.....	155
Tablo 4.17. Enneagram Kişilik Tiplerinin Bağış Miktarı Durumlarına Yönelik Ki Kare Testi Sonuçları.....	156
Tablo 4.18. Enneagram Kişilik Tiplerinin Bağış Sıklığı Durumlarına Yönelik Ki Kare Testi Sonuçları.....	156
Tablo 4.19. Enneagram Kişilik Tiplerinin Gönüllü Hizmet Süresi Durumlarına Yönelik Ki Kare Testi Sonuçları.....	157
Tablo 4.20. Enneagram Kişilik Tiplerinin Kurum Tercihi Durumlarına Yönelik Ki Kare Testi Sonuçları.....	158
Tablo 4.21. Enneagram Kişilik Tiplerinin Bağış Konusu Durumlarına Yönelik Ki Kare Testi Sonuçları.....	159
Tablo 4.22. Enneagram Kişilik Tiplerinin Bağış Araçları Durumlarına Yönelik Ki Kare Testi Sonuçları.....	160
Tablo 4.23. Bağış Dönemi Tercihi Durumunun Enneagram Kişilik Tiplerine Göre İncelenmesine Yönelik Kruskal Wallis H Testi Sonuçları.....	161
Tablo 3.24. Bağış Şekli Tercihi Durumlarının Enneagram Kişilik Tiplerine Göre İncelenmesine Yönelik Kruskal Wallis H Testi Sonuçları.....	162
Tablo 4.25. Cinsiyetin Yaş Durumuna Göre İncelenmesine Yönelik Ki Kare Testi Sonuçları.....	164
Tablo 4.26. Cinsiyetin Medeni Duruma Göre İncelenmesine Yönelik Ki Kare Testi Sonuçları.....	164
Tablo 4.27. Cinsiyetin Kişisel Gelir Durumuna Göre İncelenmesine Yönelik Ki Kare Testi Sonuçları.....	165
Tablo 4.28. Cinsiyetin Çocuk Sahipliği Durumuna Göre İncelenmesine Yönelik Ki Kare Testi Sonuçları.....	166
Tablo 4.29. Cinsiyetin Bağış Miktarı Durumuna Göre İncelenmesine Yönelik Ki Kare Testi Sonuçları.....	166
Tablo 4.30. Cinsiyetin Bağış Sıklığı Durumuna Göre İncelenmesine Yönelik Ki Kare Testi Sonuçları.....	167

Tablo 4.31. Cinsiyetin Gönüllü Hizmet Sağlama Süresi Durumuna Göre İncelenmesine Yönelik Ki Kare Testi Sonuçları.....	168
Tablo 3.32. Bağış Şekli Tercihinin Cinsiyete Göre İncelenmesine Yönelik T Testi Sonuçları.....	168
Tablo 4.33. Cinsiyetin Kurum Tercihleri Durumuna Göre İncelenmesine Yönelik Ki Kare Testi Sonuçları.....	169
Tablo 4.34. Cinsiyetin Bağış Konusu Durumuna Göre İncelenmesine Yönelik Ki Kare Testi Sonuçları.....	170
Tablo 4.35. İçsel Motivasyonların Cinsiyete Göre İncelenmesine Yönelik T Testi Sonuçları.....	171
Tablo 4.36. Yaşın Bağış Miktarı Durumuna Göre İncelenmesine Yönelik Ki Kare Testi Sonuçları.....	172
Tablo 4.37. Yaşın Bağış Sıklığı Durumuna Göre İncelenmesine Yönelik Ki Kare Testi Sonuçları.....	173
Tablo 4.38. Yaşın Bağış Konusu Durumuna Göre İncelenmesine Yönelik Ki Kare Testi Sonuçları.....	173
Tablo 4.39. Bağış Dönemi Durumunun Yaşa Göre İncelenmesine Yönelik Anova ve Post Hoc Testi Sonuçları.....	174
Tablo 4.40. Bağış Şekli Durumunun Yaşa Göre İncelenmesine Yönelik Anova ve Post Hoc Testi Sonuçları.....	176
Tablo 4.41. İçsel Motivasyon Puanlarının Yaş Durumuna Göre Değerlendirilmesine Yönelik Anova ve Post Hoc Testi Sonuçları.....	177
Tablo 4.42. Eğitim Durumunun Bağış Aracı Durumuna Göre İncelenmesine Yönelik Ki Kare Testi Sonuçları.....	179
Tablo 4.43. İçsel Motivasyon Puanlarının Eğitim Durumuna Göre Değerlendirilmesine Yönelik Kruskal Wallis Testi Sonuçları.....	181
Tablo 4.44. Bağış Şeklinin Medeni Duruma Göre İncelenmesine Yönelik Kruskal Wallis H Testi Sonuçları.....	182
Tablo 4.45. Bağış Döneminin Medeni Duruma Göre İncelenmesine Yönelik Kruskal Wallis H Testi Sonuçları.....	183
Tablo 4.46. Medeni Durumun Bağış Konusuna Göre İncelenmesine Yönelik Ki Kare Testi Sonuçları.....	184
Tablo 4.47. İçsel Motivasyon Durumlarının Medeni Duruma Göre İncelenmesine Yönelik Kruskal Wallis H Testi Sonuçları.....	185

Tablo 4.48. Cinsiyetin Çalışma Durumuna Göre İncelenmesine Ki Kare Testi Sonuçları.....	187
Tablo 4.49. Bağış Şeklinin Çalışma Durumuna Göre İncelenmesine Yönelik Anova ve Post Hoc Testi Sonuçları.....	187
Tablo 4.50. Bağış Şeklinin Çalışma Sektör Durumuna Göre İncelenmesine Yönelik Kruskal Wallis H Testi Sonuçları.....	189
Tablo 4.51. Bağış Dönemi Durumunun Çocuk Sahipliği Durumuna Göre İncelenmesine Yönelik Anova ve Post Hoc Testi Analizi Sonuçları.....	190
Tablo 4.52. Bağış Şekli Durumunun Çocuk Sahipliği Durumuna Göre İncelenmesine Yönelik Anova ve Post Hoc Testi Analizi Sonuçları.....	191
Tablo 4.53. Çocuk Sahipliği Durumunun Bağış Miktarı Durumuna Göre İncelenmesine Yönelik Ki Kare Testi Sonuçları.....	194
Tablo 4.54. Çocuk Sahipliği Durumunun Bağış Konusu Durumuna Göre İncelenmesine Yönelik Ki Kare Testi Sonuçları.....	195
Tablo 4.55. Çocuk Sahipliği Durumunun Bağış Aracı Durumuna Göre İncelenmesine Yönelik Ki Kare Testi Sonuçları.....	196
Tablo 4.56. İçsel Motivasyonların Çocuk Sahipliği Durumuna Göre İncelenmesine Yönelik Anova ve Post Hoc Testi Analizi Sonuçları.....	197
Tablo 4.57. Bağış Miktarı Durumunun Kişisel Gelire Göre İncelenmesine Yönelik Ki Kare Testi Sonuçları.....	200
Tablo 4.58. Kişisel Gelirin Gönüllü Hizmet Sağlama Süresi Durumuna Göre İncelenmesine Yönelik Ki Kare Testi Sonuçları.....	201
Tablo 4.59. Kişisel Gelirin Kurum Tercihi Durumuna Göre İncelenmesine Yönelik Ki Kare Testi Sonuçları.....	202
Tablo 4.60. Kişisel Gelirin Bağış Konusu Durumuna Göre İncelenmesine Yönelik Ki Kare Testi Sonuçları.....	203
Tablo 4.61. İçsel Motivasyonların Kişisel Gelire Göre İncelenmesine Yönelik Anova ve Post Hoc Analizi Sonuçları.....	204
Tablo 4.62. Kişisel Gelirin Yaş Durumuna Göre İncelenmesine Yönelik Ki Kare Testi Sonuçları.....	207
Tablo 4.63. İçsel Motivasyonlar Puanları Arasındaki İlişkinin İncelenmesine Yönelik Spearman Korelasyon Analizi Sonuçları.....	208
Tablo 4.64. İçsel Motivasyon Puanları ve Bağış Şekli Durumları Arasındaki İlişkinin İncelenmesine Yönelik Spearman Korelasyon Analizi Sonuçları.....	209

ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil 1: Eysenck' in Kişilik Şeması.....	57
Şekil 2: Maslow'un İhtiyaçlar Hiyerarşisi.....	71
Şekil 3: Enneagram Modeli ve Tipolojiler.....	75
Şekil 4: Enneagram Merkezleri.....	76
Şekil 5: Stres-Çöküş Yönü.....	77
Şekil 6: Rahatlama-Gelişim Yönü.....	77
Şekil 7: Kanat Tipler.....	78
Şekil 8: Erdemler.....	80
Şekil 9: Tutkular.....	80
Şekil 10: Benlik Takılmaları.....	81
Şekil 11: Üst Fikirler.....	81
Şekil 12: Dikkat Noktaları.....	81
Şekil 13: Savunma Mekanizmaları.....	82
Şekil 14: Tipoloji 1 Rahat ve Stres Yönleri.....	85
Şekil 15: Tipoloji 2 Rahat ve Stres Yönleri.....	90
Şekil 16: Tipoloji 3 Rahat ve Stres Yönleri.....	94
Şekil 17: Tipoloji 4 Rahat ve Stres Yönleri.....	100
Şekil 18: Tipoloji 5 Rahat ve Stres Yönleri.....	106
Şekil 19: Tipoloji 6 Rahat ve Stres Yönleri.....	111
Şekil 20: Tipoloji 7 Rahat ve Stres Yönleri.....	118
Şekil 21: Tipoloji 8 Rahat ve Stres Yönleri.....	125
Şekil 22: Tipoloji 9 Rahat ve Stres Yönleri.....	133

KISALTMALAR

SPSS: Sosyal Araştırmalar İçin İstatistiksel Program Paketi

ev.: Çeviren

STK: Sivil Toplum Kuruluşu

Y: Çift Yumurta (ikizi)

TY: Tek Yumurta (ikizi)

İHH: İnsan Hak ve Hürriyetleri ve İnsani Yardım Vakfı

Vb.: Ve benzeri

Vd.: Ve diğeri



ÖNSÖZ

Bağış, kişinin kendi sahip olduğu her türlü maddi ve manevi değerın bir başkası için menfaat gözetmeksizin kullanımını ifade eder. İnsanın bağış olarak verdiği değerler içerisinde ise diğer bağışlara göre daha etkili olarak öne çıkanlar vardır. Bunlar; insanların faydalanacağı bir ilmin paylaşılması, karakterli bir çocuk yetiştirmek ve insanların faydasına sunulmuş kurumlar ve yapılar inşa etmektir. Bu çalışmanın, toplumun değerlerinin yaşatılması için faaliyet gösteren kurumlara ve insanlara fayda getirmesini ümit ediyoruz. Bu çalışmanın ortaya çıkmasında birçok kişinin ve kurumun desteğı olmuştur. Özellikle araştırma yapılırken değerli vakitlerini bize ayıran 535 katılımcıya teşekkürü bir borç bilirim.

İnsanın hayatında bakış açısını değıştiren ve gelişiminde önemli olan dönemleri olmuştur. Benim için yüksek lisans sürecim olan üç yıllık zaman bu dönemlerden birisi olmuştur. Bu süreçte maddi ve manevi olarak benim en büyük destekçim olan aileme; pazarlama ilmini öğrenmeye vesile olan, Karaman’da bulunduğum sürede maddi ve manevi desteklerini benden esirgemeyen, öğüt ve nasihatlerde bulunan, değerli hocam Doç. Dr. Murat ÖZ’ e; Karaman’da bulunduğum sürede beraber bir çok proje ve faaliyette yer aldığım, maddi ve manevi birçok destek gördüğüm BİLGEDER yönetim kuruluna ve lider arkadaşlara; Karaman’da bu değerli kurumlarla ve insanlarla tanışmama vesile olan ve hayatımda her zaman desteğini yanımda hissettiğim Halil KAFALI ağabeyime; yüksek lisans ders dönemim sonrasında katıldığım eğitim programında tanıştığım ve kişisel farkındalığımda bir dönüm noktası olan, bu çalışmanın ortaya çıkmasında ilham olan, Enneagram eğitimi başta olmak üzere bir çok değerli bilgiyi edinmeye vesile olan ve geliştirdiğı ölçeğı bu çalışmamda istifadeye sunan Doç. Dr. Turgay ŞİRİN hocama, kişilik konusunda farkındalığımlı artıran, araştırma sürecinde ve analizlerinde kıymetli vaktini ayırıp değerli görüşlerini ve tavsiyelerini benimle paylaşan Doç. Dr. Mustafa OTRAR hocama; özellikle araştırma sürecinde anket çalışmasının tamamlanmasında büyük destekleri olan Türk Kızılay ve İHH şubelerine ve gönüllülerine, Karaman’da bana bir kardeş olan Ayhan ÇATAV’ a ve Pursaklar ilçe milli eğitim müdürü Mustafa KILIÇGİL’ e; tezimin tamamlanma aşamalarında bana önemli destekler veren kardeşim Ayşegül’e ve maddi ve manevi destek ve tavsiyelerini sunan dayım Uğur POLAT’ a ve adını burada zikredemediğim herkese teşekkürlerimi ve şükranlarımı sunuyorum.

Bu çalışmayı yüksek lisans ders dönemimin sonunda kaybettiğim canım anneme ithaf ediyorum...

“Ben yürürüm ilden ile, dost sorarım dilden dile; gurbette hâlim kim bile, gel gör beni aşk neyledi”

Yunus Emre

GİRİŞ

Teknolojinin gelişmesi ile değişen ve dönüşen dünya, insan refahını artırıcı faaliyetlerin yanı sıra bir takım toplumsal sorunları da beraberinde getirmiştir. Toplumun genelini ilgilendiren bu sorunlar, yine toplumun ortak bir bilinçle hareket etmesiyle çözülebilecektir. İnsanların sergiledikleri bireysel çabalar, kalıcı çözümler için yeterli değildir. Ancak kişilerin elindeki imkânları (zaman, yetenek, para gibi) bir organizasyonda birleştirmeleri değişim ve dönüşüm noktasında daha etkili olmaktadır.

Kamu organizasyonları, büyüklükleri ve yapıları gereği toplumsal sorunlara hızlı cevap verme konusunda yetersiz kalabilmektedir. Bu hususta sivil toplum kuruluşları nispeten daha küçük ve esnek olmaları nedeniyle daha hızlı tepki verebilmektedir. Bu yapıların içerisinde yer alan kişiler, toplum düzenine bireysel düze katkı sunarak, toplumsal güveni ve ilişkileri güçlendirmektedirler (Kılıçalp, 2013). Toplumsal fayda için ortaya çıkan bu organizasyonların en önemli sorunlarından birisi kaynakların yetersiz olmasıdır. Bunun temel nedenlerinden birisi sivil toplum kuruluşu sayısının artması sonucu rekabetin artmasıdır. Kuruluşların faaliyetlerinden birisi olan bağış toplama etkinliklerinde iki önemli husus öne çıkmaktadır. Bunlar, yeni ve daha çok bağışçı kazanarak, onların bağış eylemlerinin devamlılığını sağlamaktır. Bu amaçları onları, potansiyel bağışçıların kazanımını artırabilecek öngörülebilir bağışçı profillerinin oluşturulmasına yönlendirmiştir (Bekkers ve Wiepking, 2011b).

Yardım kuruluşlarının toplumsal fayda için bulunduğu faaliyetlerde kullandıkları mâli kaynakların önemli bir kısmı bireysel bağışlardan oluşmaktadır. Yapılan çalışmalar pazarlama bilimi stratejilerinin bağış toplama faaliyetlerindeki pozitif etkisini kanıtlayıcı niteliktedir. Pazarlama araçlarının sosyal fayda amacıyla davranış değişikliği oluşturmak için kullanılması düşüncesi ortaya bir pazarlama disiplini olan sosyal pazarlamayı çıkarmıştır. Bu yapılan çalışmalar pazarlama araçlarının kullanılmasının bağış kaynaklarını oldukça artırdığını göstermektedir (Harvey, 1990; Sargeant ve Edwin, 2001).

Bağış toplayan kurumların en çok zorlandığı konulardan birisi bağışçılar açısından bir fayda duygusu oluşturacak olan ürünün tanımlanmasıdır (Harvey, 1990). Sosyal ürünün oluşturulması ve potansiyel bağışçılar açısından fayda algısı oluşturması için birçok değişkenin bir arada değerlendirilmesi oldukça önemlidir. Bunların içinde demografik ve psikografik değişkenlerin öne çıktığı görülmektedir. Bir pazarlama aracı olan segmentasyon ise hedef kitle profilinde stratejik öneme sahip özelliklerin belirlenerek homojen gruplara ayrılmasını

sağlamaktadır. Bu şekildeki gruplara farklılaştırılmış ve kişiselleştirilmiş stratejiler geliştirmek verimliliği artırmaktadır.

Bir psikografik değişken olan kişilik, bireyi diğer insanlardan ayırıcı özelliği bulunan bir iç düzendir. Farklı kişiliğe sahip insanların dışsal uyarıcılara karşı algısal dikkatleri de farklı olmaktadır. Bilişsel olarak ihtiyaç duyulan bilginin türü ve işlenme şekli kişiliklere göre değişiklik oluşturmaktadır. Bu nedenle tek tip mesajlar herkeste farklı algılara yol açabilmektedir. Bu değişkenler tanımlanarak ve dikkate alınarak oluşturulan kişiselleştirilmiş mesajlar kişilerin algılarına hitap etmekte ve dikkatlerini çekebilmektedir.

Bağış toplama faaliyetlerinde bağışçıların davranışlarını etkileyen değişkenlerin birlikte değerlendirilmesi, bağış taleplerine olan uyumu artırmaktadır. Bağışçıların davranışsal ve demografik değişkenleri profillerinin oluşturulmasında genel bir bilgi vermekteyken, psikografik değişkenler ise ayrıntılı bir tanımlamaya olanak sağlamaktadır.

Bu çalışmanın birinci bölümünde sosyal pazarlama ve süreçleri, bağış ve bağışçı davranışlarının tanımlanması, bağış motivasyonları ve bağış davranışına uyumu artıracak stratejiler yer almaktadır. İkinci bölümünde psikografik bir değişken olan kişiliğin tanımı yapılmakla beraber öne çıkan kişilik teorilerinin ve yapılan nicel çalışmada kullanılan Enneagram Modeli ayrıntılı olarak tanımlanmaktadır. Çalışmanın üçüncü ve dördüncü bölümünde Enneagram modeli ve diğer bağış değişkenleri ile bağışçı profillerinin oluşturulmasını içeren, Türkiye’de gerçekleştirilen nicel bir araştırmaya yer verilmiştir. Son bölümde ise sonuçlar değerlendirilmiş ve sonuçlar ışığında öneriler sunulmuştur.

I. BÖLÜM

SOSYAL PAZARLAMA VE BAĞIŞ DAVRANIŞI

I.1 Sosyal Pazarlama, Amaç ve Kapsamı

İnsanlar hayatlarını devam ettirebilmek için çeşitli ihtiyaçlarını karşılamak zorundadır. Bu ihtiyaçların temin edilmesi sosyal açıdan toplumun huzuru ile doğru orantılıdır. İnsanların ihtiyaçları ve bunların karşılanma şekilleri kişilerin demografik ve coğrafi durumlarına göre değişim göstermektedir. İhtiyaçların karşılanması noktasında ortaya çıkan sorunlar, toplum için problem anlamına gelmektedir. Toplumsal sorunların çözümünde ise bireysel çabalar yetersiz kalabilmektedir. Bu nedenle toplumlar ortak bilinçle probleme yönelik davranışlarını düzenleyerek etkin çözümler üretebilmektedir. Fakat ortak bilincin ve ortak hareket mekanizmasının profesyonel anlamda yürütülmesi gerekmektedir. İnsanların bilinçlenmesi ve istenilen çözümlerin bulunmasında yönelik davranışların benimsenmesi için pazarlama bilimi altında yer alan “Sosyal Pazarlama” disiplini ortaya çıkmıştır (Marangoz ve Arıkan, 2018).

Sosyal pazarlama kavramının fikir olarak doğuşu 20. yy.’ın ortalarında olurken (Marangoz ve Arıkan, 2018) kavram olarak ise tam ortaya çıkışı 20 yıl sonra olmuştur (İlter ve Bayraktaroğlu, 2007:119). Sosyal pazarlama kavramı olarak, toplumsal fayda sağlamak amacıyla oluşturulan fikir ve düşüncelerin, toplumdaki bireyler tarafından benimsenmesi ve bireylerin bunları sosyal yaşantısına yansıtarak kalıcı bir davranışa dönüştürmesi için pazarlama biliminin ilke ve stratejilerinden faydalanılmasıdır. Anlam itibarıyla benzerlikler içeren, aynı amaca hizmet eden, farklı özelliklerin ön plana çıktığı tanımlamalar da yapılmıştır. Sosyal pazarlamanın bir kâr amacı güdülmeyen tamamen toplumsal fayda gözetilerek yapılması, davranış değişikliğinin bir zorlama olmaksızın bireylerin bilinçlendirilerek kendi istekleriyle katılım sağlaması (Rad ve Karataş, 2013:23) ve bu hareketleri meydana getirilmesi için öne çıkan organizasyonların devlet kurumları ve kâr amacı gütmeyen özel kuruluşların olduğu şeklinde tanımlamalar bulunmaktadır (Coşkun, 2012:227).

Sosyal pazarlama canlıların bulunduğu her alanda çıkan problemlerin ve aksaklıkların çözümü için faaliyet yürütmeyi amaç edinmiştir. Toplumlarda sosyal düzenin sağlanmasında rol alan otoritelerin, sosyal manada refahın artması için bu hareketin içinde yer alması gerekmektedir. Toplumlarda çıkan sorunların çözülebilmesi insanların ortak irade ile hareket etmelerine bağlıdır. Ancak insanların geleneksel davranışlarının değişimi kolay olmamaktadır. Bu nedenle stratejik ve profesyonel süreçler izlenilmesi gerekmektedir (Kotler ve Lee, 2020:2-78).

Sosyal pazarlama ilk zamanlarda daha çok insan sağlığı ve insanların çocuk sahibi olma süreçlerinin planlamasına yönelik çalışmalar sürdürölmüştür. Buna karşılık 21. yy.'da ise kapsamını çevre, hayvan ve insanların mali refahının artırılması yönünde çalışmalar ile genişletmiştir. Sosyal pazarlamanın iki temel amacı bulunmaktadır. Birincisi toplumsal fayda için insan davranışına etki etmek ve değıştirmek, ikincisi ise bu değışimin pazarlama süreçlerinin kullanılarak yapılmasıdır. Kâr amaçlı yapılan pazarlamaya göre bu sürecin daha zor olacağı belirtilmektedir. Çünkü insanların zamanla hayatlarına yerleşmiş olan sosyal alışkanlıklarının değışimi zor olmaktadır. Bu alışkanlıkların değışimi için sosyal pazarlama birtakım yollar izlemektedir. Bunlardan öne çıkanlar, alışlagelen davranışların oluşumunda stratejik rol alan tetikleyicilerin kullanımı ve hedef kitlenin özelliklerine göre davranış modellerinin ve kuramların uygulanmasıdır. (Kotler ve Lee, 2020:2-78)

Sosyal pazarlama, biçimsel olarak geleneksel pazarlama stratejilerini kullanmaktadır. Ancak ideolojik olarak farklılıklar bulunmaktadır. Kâr amacı gütmemesi en temel farklılıktır. Geleneksel pazarlamada ürün somut bir meta olmaktadır sosyal pazarlamada ise ürün bir fikir veya düşüncedir. Bu nedenle maliyet unsurları bu fikrin insanlara benimsetilmesi için bireylerin bilişsel yönleri ve zamanları gibi soyut durumlarıdır (İlter ve Bayraktaroğlu, 2007).

1.2. Pazarlama ve Sosyal Pazarlama İlişkisi

Sosyal pazarlama faaliyetleri STK ve devlet kurumları tarafından kâr amacı olmaksızın yürütölmektedir (Coşkun, 2012). Diğer yandan kâr amacı güden işletmelerin de bir takım sosyal sorumluluk alanında çalışmalar yaptığını söylemek mümkündür. Ancak genellikle tüketicilerin tercihlerini etkilemek için stratejik bir araç olarak kullanıldığı ve kar elde etmek esas hedef olduğu için sosyal pazarlamanın genel amaçlarına uymayan bir durum söz konusudur (Mert, 2012:127). Toplumların ahlakının en büyük etkileyicilerinden birisi olan ticari işletmelerin en azından kendi faaliyet gösterdiği alanda sosyal fayda gözeterek, toplum değerlerini ve geleceğini düşünerek bilinçli bir şekilde faaliyet göstermeleriyle sosyal yaşama önemli katkılar sunabilirler (Torlak, 2016:88-89).

STK'lar bu faaliyetlerini yürütebilmesi için bağışlara ihtiyaç duymaktadır (Uslu ve Marangoz, 2008:117). Yapılan pazarlama çalışmalarında bir markanın kullanıcı tabanının çoğu, o markayı seyrek tercih edenlerdir. Markanın gelirinin çoğunu bu kitleler oluşturur. Markalar ne kadar çok kişiye ulaşırlarsa büyümeleri de o kadar kolay olacaktır. Düzenli olarak sektörde sık tüketim yapanlar birden çok markalara yönelebilirler (Aksoy, 2017:88). STK'ların toplum faydasına yönelik kampanyaların reklam ve tutundurma faaliyetlerinin geniş kapsamlı ve verimli olması sosyal olarak yaşanan problemin çözümü noktasında daha etkili olabilecektir.

Seyrek bağış yapanlar veya hiç bağış yapmamış insanları bu davranışlara yöneltmek kolay olmayacaktır. Bu yüzden hedeflenen bireylerin iyi tanınıp, onların değerlerine yönelik çalışmalar yürütülmelidir. İstenilen başarıya ulaşılması için yapılmak istenenin geçmişten günümüze kadar ki uygulanan teknik bilgilerin ortaya konması, stratejilerin ve yöntemlerin belirlenerek uygulanması önemlidir (Uslu ve Marangoz, 2008:117).

I.3. Sosyal Pazarlama ve Kalıcı Davranış Değişimi

I.3.1. Kalıcı Davranış-Alışkanlık Kavramı

Alışkanlıklar insanları hem ruhen hem bedenen etkileyen davranışlardır. Kavram olarak tanımlanacak olursa; insanların kasıtlı ya da kasıtsız olarak tekrar yoluyla kazandıkları ve sonrasında pasif bir süreçle neredeyse düşünülmeden sergiledikleri davranışların bütünüdür. Tanımdan anlaşılacağı gibi alışkanlıkların temel özelliklerinden birisi tekrarlardan meydana gelmesidir (Çevik, 2021: 178). ABD’li filozof William James’e göre alışkanlıklar bilinçli ve bilinç dışı varlıklarda farklı şekilde meydana gelmektedir. İnsan gibi bilinçli varlıkların alışkanlıklarının eğitim ile oluştuğunu belirtirken bitki ve hayvan gibi bilinç dışı varlıkların alışkanlıklarının içgüdüsel olduğunu belirtmiştir. Anlam olarak birbirine karıştırılan bir terim olan içgüdü ile alışkanlığın en temel farkı ise alışkanlığın sonradan kazanılmış içgüdüün ise doğuştan var olmasıdır. İçgüdü alışkanlığa göre daha kuvvetli ve daha baskın bir duygu içermektedir (Kala, 2014: 126-127).

I.3.2. Alışkanlıkların Kimyası ve İnsan Hayatına Etkisi

Alışkanlık, kazanılmış ve rutin hale gelmiş davranışlardır. İnsanın alışkanlık oluşturma süreci beynin enerji tasarrufu yapma işlevinin bir parçasıdır. Kişinin üretkenliğinin artırılması için belli bir enerjiye ihtiyaç duyan beyin, mevcut işlerinden bazılarını belli bir periyotta bir akış ve ahenk oluşturacak şekilde uygulayarak enerji tasarrufu yapmasını sağlar. (Duhigg, 2012: 19) Alışkanlıklar birçok bilimin inceleme alanına girmekle beraber eğitimin rolünü ön plana çıkarmaktadır. Bireyler hedonik duygular elde ettiği davranışları alışkanlık haline getirme eğilimindedirler. Bir eylemin alışkanlığa dönüşmesinin temel şartları, fayda sağlayıcı olması ve tekrarlarla pekiştirilmesidir. Aynı davranışın belli şartlar altında istikrarlı tekrarı sonucunda kendisi ile davranış arasında bağ kuran insan, bu şartlar bir araya geldiğinde aynı davranışı sergilemek için harekete geçmektedir. Davranışın basitliği ve sonucunda ödüllendirilmesi o davranışın alışkanlık haline gelmesinde etkili olmaktadır (Orhan, 2017:302-313).

Alışkanlık kazanma süreci temelde üç stratejik unsur ile meydana gelmektedir. Bunlardan birisi davranışın meydana gelmesini etkileyen tetikleyicilerdir. Tetikleyiciler bir nesne, insan, ortam, eylem ve zaman olabilir. Buradaki amaç bu tetikleyiciler birleşimiyle davranışı ateşlemektir. Bir diğer unsur rutinlerdir. Bir davranışın devamlı olarak tekrarlanması alışkanlık kazanımını destekler. Bu rutinlerin başlarda ufak ve kolay olması başarı duygusunu artıracığı için yararlı olacaktır. Burada birden fazla davranış aynı anda alışkanlığa dönüştürülmeye çalışılırsa olası başarısızlık durumu özgüven eksikliğine yol açarak vazgeçmeye neden olabilir. Tek bir davranış üstüne gidilmesi daha doğru olacaktır. Son olarak bir ödül mekanizmasına bağlamak gerekir. Buradaki ödülün kişi açısından o davranışı yapmaya teşvik edici olmasına dikkat edilmelidir. Burada geçici değil bir yaşam anlamı ve amacı haline gelecek içsel bir ödül olması alışkanlığın daha kalıcı olmasına katkı sağlayacaktır. Bir alışkanlığın terki ise yerine alternatif iyi bir davranışın konması ile gerçekleşebilir. Burada daha çok psikolojik etkiler üzerinden ilerlemek doğru olacaktır. Davranışın bırakılmasında etkili olacak bazı stratejiler şunlardır; bırakılmak istenen davranışın bize vereceği zarar üzerine düşünmek, bunları bir kağıda yazıp yüzleşmek ve gündemde tutmak, tetikleyici çevresel faktörlerden uzak durmak, düzensiz bir şekilde az da olsa fire vermeden davranışı sergilememek ve yakınında bulunan insanlara bu davranışını bıraktığını söylemekte etkili olacaktır. Alışkanlık kazanmanın ya da bırakmanın motive duygular ve iradeyle güçlü bir bağı vardır. Kişinin bunlardan yoksun olması bu davranışların istenilen yönde gelişmesini etkileyecektir (Orhan, 2017:302-313).

Kant' a göre alışkanlıklar önceki davranışlar tarafından belirlenmiştir. Diğer bir değişle davranış kalıbı olan alışkanlıkların özgür iradenin dışında kalan mekanik bir yapıda olduğunu belirtmiştir. Ancak Fransız filozof Felix Ravaisson, alışkanlıkta oluşturulması gereken yeni davranışın alışkanlık haline gelebilmesi için sürekliliğinin ve tekrarının olmasının şart olduğunu belirtmektedir. Mekanik yapılarda bir anda ve istenildiği zaman bir çıktı alınırken alışkanlıklar, irade, bilinç ve insanın ruh ve beden bütünlüğü ile oluşur (Kala, 2014: 124-125).

Alışkanlıklar canlıların varoluşsal fonksiyonları olan içgüdüleri de içinde barındırır. Bitki ve hayvan gibi canlıların fizyolojik içgüdülerini kendisinde barındıran insanın farkı ise aklıdır. Alışkanlıklar içgüdülerin de ilerisinde üst bir edimdir. Bileşiminde irade vardır. İrade, alışkanlığın bir anlamda yakıtıdır. İnsanın arzusu hem alışkanlığı başlatan tetikleyicisi hem de sürekliliğin sağlanmasını sağlayan bir rol üstlenmektedir (Kala, 2014: 127-131). Alışkanlıkların oluşması temelde iki türlü ödüllendirme dinamiğine sahiptir. Bu dinamikler insanın ya fiziki yapısı olan bedeni ya da ruhen oluşacak bir iç tatmini içindir (Çevik, 2021: 175).

Felix Ravaisson'un alışkanlığın çift yasasına göre duyularımız yoluyla algıladığımız ve tekrara maruz kalan duyular zamanla hissizleşir ve etkisi sona erer. Ancak fiili olarak ortaya konulan davranışlar, tekrar yoluyla bilinç ile bağlantı kurarak benimsenir. Böylelikle davranışın ortaya çıkması daha kolay ve basit bir hal alır (Kala, 2014: 136-137).

Alışkanlık edinimi, bilinçli bir süreçle gerçekleştirilen çaba ile ortaya çıkmaktadır. Alışkanlık değişimi ise yeni bir alışkanlığın kazanımından daha zor bir süreçtir. Çünkü halihazırda olan bir alışkanlığı yok edip yerine gelecek yeni alışkanlığın yer edinmesinin sağlanması daha çok çaba gerektiren bilinçli bir sürece gereksinim duymaktadır (Kala, 2014: 140).

I.3.3. Alışkanlıkların Yaşam ile İlişkisi

İnsanlar hayatları boyunca birçok durumla karşı karşıya kalırlar ve bu durumlar karşısında bir tercih yaparak davranış sergilerler. İnsan beyni, bu durumlar karşısındaki davranışını önceki davranışlarından yola çıkarak ortaya koyar. Bu davranışlar zaman içerisinde alışkanlığa dönüşerek insanın hayatının genel şeklini oluşturur. İnsanların hayatlarında belli zaman ve şartlarda ortaya konulan davranışlar beyin tarafından alışkanlığa dönüştürülür. İlk davranışa kıyasla alışkanlık kazanımından sonra daha az çaba ve enerji ile davranış sergilenebilmektedir (Çevik, 2021: 180-181).

İskoç filozof Thomas Reid alışkanlığın insanlar için hayati bir öneme sahip olduğunu belirtmiştir. Eğer insanlar alışkanlık edinmezler ise tıpkı hayvanlar ve bebekler gibi hayati fonksiyonları olan temel içgüdüleri ile hayatlarına devam ederler. Yaşamın kalitesi ile alışkanlıkların kalitesi doğru orantılıdır. Alışkanlıklar insan beynine enerji tasarrufu sağlayarak iş yükünü hafifletir. Böylelikle insanlar zihinsel aktivitelerde daha verimli olabilmektedir (Kala, 2014: 124-127).

İbn Sina'ya göre insan yaşamında maddi ve manevi olmak üzere iki türlü zevk vardır. Maddi zevkler, anlık ve geçici mutluluğu getirirken ruha yönelik zevkler ise sonsuz bir mutluluk getirmektedir. Maddi mutluluğu araç, manevi mutluluğu ise asıl amaç olarak değerlendirmiştir. Alışkanlığın sonsuz mutluluğu kazanmadaki rolü ise maddi ve geçici faydalar sağlayan zevklerin kontrol altına alınarak araç olarak kullanılmasını sağlamaktır. Buradaki kontrol, maddi zevklerden tamamen yoksun olma durumu değildir. Ahlaki olgunluğa sahip insan bu iki zevk arasındaki dengeyi sağlayabilen ve amaçlarına uygun bir şekilde yaşayandır. İnsanın doğru yaşamasını sağlayan edininim olan ahlak, bir karakter inşası olup, bu inşanın ancak alışkanlıklar ile mümkün olabileceğini belirtir. Ravaisson, insanların çevreleri tarafından iyi ya da kötü bir konumlandırmanın yapılmasının o bireyin alışkanlıkları üzerinden olduğunu öne sürmektedir (Kala, 2014: 132-139). Testinin içindekinin dışarıya sızması metaforunda olduğu

gibi insanın alışkanlıkları iç dünyasına tutulmuş bir ayna görevi görür. Bir insan kendisi hakkında bir tanımlama yaptığında sözlerinin doğruluğu ancak davranışlarına yansıdığında görülebilir. Kendisi hakkında etkileşimde bulunduğu insanlara farklı argümanlar sunsa da alışkanlıkları onun gerçek kişiliğini ortaya koymaktadır (Çevik, 2021: 181).

İnsanlar kötü alışkanlıklara karşı irade ile mücadele etmediğinde bu alışkanlığı bağımlılık düzeyine kadar ilerleyebilir. Giderek kendisiyle özdeşleştirdiği alışkanlığı, onun hayatının vazgeçilmez bir parçası olur. O parçaya herhangi bir müdahaleyi kabul etmek istemez. Bu doğrultuda bağımlı hale gelen ilgili alışkanlık uğruna, ondan daha ağır basan bir durum olmadığı sürece yapılacak fedakarlıkların sınırı yoktur. Yaşamayı gereken ahlaki değerlere uygun yaşamayan ve aksi yönde alışkanlık edinimine sahip insanlar, artık davranışlarının doğru olduğuna inanmaya başlar ve değerlerini bu bağımlı olduğu davranışlar çerçevesinde oluşturur (Çevik, 2021: 189). Çünkü insan kendi davranışlarında, sözlerinde ve inançlarında bir tutarlılık oluşturma içgüdüsüne sahip bir varlıktır. Ortaya koyduğu söz ve davranışlar doğru olmasa dahi kendi içinde bir mantık çerçevesinde devam edebilecektir (Cialdini, 2019: 155).

Alışkanlık kazanımına etki eden bir husus da hatırlatıcı ve tetikleyici roldeki çevresel unsurlardır. Fark edildiğinde akla davranışın geleceği çevresel unsurların göz önünde tutulması alışkanlığın kazanımında etkili olacaktır. Kişinin sık vakit geçirdiği kişiler, ortamlar ve araçlar o insanın alışkanlıklarını etkilemektedir (Orhan, 2017:302-313).

1.3.4. Sosyal Pazarlama Süreci

Sosyal pazarlamada da geleneksel pazarlama da olduğu gibi süreçler mevcuttur. Bu süreçlerin kalıpları aynıdır. Fakat içerik olarak sosyal pazarlamanın amaçlarına uygun şekilde bir uyarlama yapılmaktadır. Sosyal pazarlamanın hedefi iyi bir davranışın kazanımıdır. Bununla birlikte sosyal sorun oluşturan kötü davranışların ya da alışkanlıkların bırakılması da amaçları arasında yer alabilir. Sosyal pazarlamanın uygulanma evreleri ve bunun sonuçlanması kâr amaçlı pazarlamaya göre daha uzundur (Coşkun, 2012:229).

Kotler ve Lee (2020) on adımdan oluşan bir yol haritası hazırlamış ve bu sürecin planlı ve stratejik bir şekilde nasıl yönetileceğini tanımlamışlardır. Bu adımlar şöyle sıralanmaktadır:

Birinci adım, sosyal konunun amacının ve odağının tanımlanması; ikinci adım, durum analizi; üçüncü adım, öncelikli hedef kitle seçimi; dördüncü adım, değişmesi istenen davranış hedefi ve amacının belirlenmesi; beşinci adım, belirlenen kitlenin bu davranışının değişimini etkileyen faktörler; altıncı adım, konumlandırma ve 4P karmasının sosyal pazarlama stratejisine uygun planlanması; sekizinci adım, kontrol planı, dokuzuncu adım maliyetlerin ve finansman kaynaklarının belirlenmesi; onuncu adım ise uygulama planı ve yönetimdir. Bu on adım

istenilen hedefe ulaşmak için kolaylık sağlamak, kaynakları verimli kullanmak gibi avantajlar sağlanmaktadır. Bu adımların vakit alacağı gerekçesiyle uygulamaması ya da birkaç tanesinin uygulanması sosyal pazarlama sürecinin başarısız sonuçlanmasına neden olabilir (Kotler ve Lee, 2020:41-42; Kotler ve Lee, 2010:303). Kotler ve Lee'nin hazırladığı bu yol haritasında yer alan adımların kapsamını literatürde yer alan diğer bilgilerle beraber aşağıda başlıklar halinde sunulmuştur.

I.3.4.1. Birinci Adım: Sosyal Konuyu, Arka Planı, Amacı ve Odağı Tanımlama

Bu adımda sosyal problem tüm detaylarıyla ortaya konulur. Sorunun nerden kaynaklandığı belirlenir. Ardından bu sorunun çözümü için yapılacak projenin sonucunda ulaşacağı hedefin ne olduğu, bunun neden hedeflediği, sorunun çözümüne yardımcı olacak kitlenin güçlü ve net bir şekilde belirlenmesi gerekir (Kotler ve Lee, 2020:41-42; Kotler ve Lee, 2010:303). Burada konacak hedeflerin açık, ulaşılabilir ve ölçülebilir olması da önemlidir (Uslu ve Marangoz, 2008:118).

I.3.4.2. İkinci Adım: Durum Analizi

Gerçekleştirilmesi hedeflenen projenin ve uygulayıcıların bu bölümde kendi kaynaklarını analiz etmesi gerekmektedir. *SWOT Analizi* olarak bilinen analizin bu aşamada uygulanması, genel olarak uygulayıcıların ve projenin avantajlarının ve dezavantajlarının tespitinde yardımcı olacaktır. İçerik olarak, uygulayıcıların bu projenin uygulamasında kendi bünyesinde güçlü ve zayıf özelliklerini inceleyip sonuçlar çıkarması gerekir. Bu durumda avantajlı yönleri daha da artırmak ve eksik unsurların kendi üzerindeki etkisini azaltmayı hedefler. Son olarak daha önce bu konuda yapılmış çalışmaların analiz edilmesi ve uygulanabilirlik noktasında işe yarayacak başarılı ve başarısız olduğu noktaların tespit edilerek rapor haline getirilmesi organizasyon stratejilerini güçlendirmede katkı sağlayacaktır (Kotler ve Lee, 2020:35; Kotler ve Lee, 2010:308).

I.3.4.3. Üçüncü Adım: Hedef Kitlenin Profili

İlgili aşamada hedeflenen kitlelerin proje için stratejik özellikleri belirlenir. Bu özellikler göz önünde bulundurularak pazar bölümlendirmesi yapılır. Burada belirlenen segmentlerde yer alacak bireylerin homojen bir yapıda olması amaçlanır. Yapılan bu işlem ilerideki davranışların benimsenmesi ve konumlandırma adımları için temel olacaktır. Bu yüzden hedef kitlenin nitelikleri üzerinde inceleme ve değerlendirmelerin detaylı bir şekilde yapılması ve ilgili özelliklerin içinden stratejik olanların öne çıkarılması oldukça önemlidir

(Kotler ve Lee, 2020:36; Kotler ve Lee, 2010:309). Aynı zamanda yaşanan problemin durumuna göre de bölümlendirme yapılabilir. Sorunun ortaya çıktığı coğrafya ya da maruz kalanların etkilenme oranlarına göre bölümlendirme yapmak bu duruma örnek olarak verilebilir. İlgili bölümlendirmelerde öne çıkan segmentasyon değişkenleri, *demografik değişkenler*, *coğrafi değişkenler*, *psikografik değişkenler* ve *davranışsal değişkenler* olarak sıralanabilir. (Rad ve Karataş, 2013:26). Bu bölümlendirmeler yeni bir alt pazar oluşturmaktadır. Bu nedenle hepsine aynı stratejilerle yaklaşmak başarısızlığa neden olabilecektir. Dolayısıyla bölümlenen pazarların stratejik özellikleri dikkate alınarak bir pazarlama planlanması yapılmalıdır (Cengiz, 2010:398). Hedef kitleyi, sosyal problemten etkilenenler ve bu etkilenen bireylere destek olmayı isteyenler de oluşturabilir (Bayraktaroğlu ve İlter, 2007:122). Bu organizasyonların kendilerini destekleyecek bağışçılar için yapacakları segmentasyon, genel iletişim araçlarının özelleştirilmesini ve sadâkat sağlanmasını etkili hâle getirmeyi amaçlar (Sargeant ve Ewing, 2001).

Müşteri profillerinin oluşturulmasında kullanılan önemli bir analiz RFM analizidir. Analiz, ismini İngilizce 'de recency, frequency ve monetary kelimelerinin birleşiminden almaktadır. Recency, müşterinin en son alışverişinin üzerinden geçen zamanı belirtir. Frequency, hangi sıklıkla alışveriş yapıldığını ve Monetary ise toplam harcama miktarını temsil eder. Bu üç değer toplamıyla elde edilen puanlara göre müşteriler segmente ayrılmaktadır (Şentürk ve Alp, 4:2023; Verhaert ve Poel, 2011). Miktar olarak cömert bağışta bulunan bağışçılar, yardım kuruluşu faaliyetleri için önemli bir yere sahiptir. Özellikle bu kişilerin özelliklerinin belirlenmesi ve farklılaştırma stratejileri uygulanmak üzere segment oluşturulması faydalı olacaktır. Bağış düzeyine ek olarak kişilerin bağış sıklığı ve en son bağış tarihi yakınlığının belirlenmesi sonucu bir segment oluşturulması, bağış toplama maliyetlerinin azalmasını sağlayacaktır (Sargeant ve Ewing, 2001).

Bağışçı segmentasyonu oluşturmaya yönelik yapılan bir araştırmada bağışçıları, yöneticiler, düşük katılımcılar, kuşkucular, koruyucular, haçlılar olarak beş segmente ayırmışlardır. Yöneticiler, bağış toplayan kuruluşların daha çok yönetsel etkinlik düzeyine odaklanan kişilerden oluşmaktadır. Bu kişiler orta gelirli, orta yaşlarda ve daha çok kadınlardan oluşmaktadır. Temel motivasyon olarak iyi hissetme duygusunu belirten kişiler en yüksek gönüllülük düzeyine sahiptirler. Düşük katılımcılar, çocuk ve psikolojik rehabilitasyon hizmetlerini daha önemli bulmaktadırlar. Yaşları en genç olmakla birlikte en düşük gelirli ve en yüksek özgeci motivasyona sahip bireylerdir. Diğer bir segment olan kuşkucular ise kampanyanın yoğunluğu, önerilen bağış gibi durumlara düşük önem verenlerden oluşmaktadır. Ayrıca bağış kontrolü, politik tartışmalardan uzak durma konularına da yüksek önem verdikleri

tespit edilmiştir. Kuşkucular, önemli sağlık problemleri araştırmalarına ilgili olan, orta yaşlı ve yüksek eğitilmiş, en yüksek gelir ve statüye sahip olanlardır. Ayrıca gelirlerine oranla en düşük bağış yaparlar ve sadâkat konusunda zorlayıcı bir kişilik profiline sahiplerdir. Koruyucular, insan hizmetlerine olan çeşitli faaliyetlere ilgi gösteren kişileri temsil etmektedirler. Önemine göre çocuk hizmetleri öne çıkarken bunu sırasıyla yaşlı hizmetleri ve yoksullara yardım takip etmektedir. En yaşlı ve daha çok erkeklerden oluşan koruyucular, yüksek eğitim ve yüksek gelire sahip en yüksek bağış miktarında bulunan kişilerden oluşmaktadır. Son olarak Haçlılar, yaşlı ve düşük gelirli olan bu grup, gelirlerine oranla en yüksek bağış düzeyine sahiptirler. Özgeciliği ve psikolojik olarak iyi hissetme motivasyonu, bağış yapmalarında önemli ölçüde etkilidir (Harvey, 1990).

Bağış Davranışları Segment Tanımları:

Tablo 1.1: Bağış Davranış Segmentleri

Kim	Demografik ya da psikolojik özellikler
Nerede	Bağışta bulunulması muhtemel ortamlar
Ne zaman	Bağış yapılan zamanlar
Nasıl	Bağış yapılma şekli (Spontane ya da planlı gibi)
Ne kadar	Yapılan bağışın türü ve miktarı
Kime veya Neye	Desteklemek istediği yararlanıcı ya da proje
Bağlam	Bağışçıların diğerlerinden ayrılan özel ayrıntılı durumları

Kaynak: Sargeant ve Shang, 2010

I.3.4.4. Dördüncü Adım: Pazarlama Amaç ve Hedefleri

Sosyal pazarlama, bireylerin sadece olumlu bir davranışı gerçekleştirmesini kapsamaz. Bireyin kötü bir davranışı bırakmasını, reddetmesini ya da yerine daha iyi bir davranışı getirerek farklı bir seçime yönelmesini isteyebilir. Buna ek olarak sosyal pazarlama bir davranışta sürekliliği sağlamayı hedefleyebilir. Bireyin istenmeyen davranışı göstermesi ya da istenilen davranışı sergilememesi onun benimsediği değerlerin ve bilgisinin eksik ya da yanlış olmasından kaynaklanabilir. Bu aşamada hedef kitlenin zaaflarının ve mevcut davranışa karşı alternatiflerinin belirlenmesi gerekecektir. Sosyal konunun, hedef kitle tarafından algılanan bilginin eksikliği ya da yanlışlığı tespit edilerek, bunların yerine istenilen davranışları benimsetmede kolaylık sağlayacak doğru ve tamamlayıcı bilgilerin tanımlaması yapılır. Diğer

bir husus ise eksik bilgiden kaynaklanabilecek yanlış inançların oluşmasıdır. Bu durumda da doğru ve bilgilendirici mesajlar oluşturulmalıdır (Kotler ve Lee, 2020:36). Ayrıca belirlenen hedeflerin gerçekçi ve nicel olarak belirlenmesi de oldukça önemlidir (Kotler ve Lee, 2010:311). Bu aşamayı benimsetilmesi istenen davranışın daha faydalı olacağının hedef kitleye aktarılmasında kullanılacak doğru mesajların oluşturulması olarak özetlemek mümkündür (Rad ve Karataş, 2013:24).

I.3.4.5. Beşinci Adım: *Davranışın Benimsenmesini Etkileyen Faktörler*

Amaçlar belirlendikten sonra hedef kitlenin davranışlarını sergilerken etkilendiği yakın ya da uzak çevresinin tespit edilmesi gerekmektedir (Kotler ve Lee, 2010:313). Sosyal pazarlama çoğunlukla kişilerin hedonik duygularıyla sergilediği davranışları değiştirmeye çalıştığı için hedeflerine ulaşması oldukça zordur. Çünkü kişinin bu davranışları değiştirmesi için ona istenilen davranışın daha çok haz vereceği ve fayda sağlayacağı düşüncesinin yerleştirilmesi gerekmektedir. Sosyal pazarlama kâr amacı gütmeyen için ticari pazarlamada olduğu gibi bir rekabet ortamı bulunmamaktadır. Buradaki rakipler kişinin etkilendiği kişiler, kuruluşlar ve duygular olabilmektedir. Toplumda kitleleri etkileyici rol üstlenen öncüler, sosyal oluşumlar, kişinin alışkanlıkları ve aldığı hazlar duruma göre rakip kabul edilebilmektedir (İlter ve Bayraktaroğlu, 2007:54-55).

Hedef kitlede bu faktörlerin belirlenebilmesi için bir pazarlama süreci olan pazar araştırmasının yapılması gerekmektedir. Ancak burada bulunan bazı dezavantajlar, edinilen bilginin kullanımı konusunda verimliliğini düşürebilmektedir. Sosyal pazarlama genellikle kâr amacı gütmeyen kurum ve kuruluşlar tarafından yapıldığı için bu hususlara yönelik yeterli bütçe ayrılmaması bir dezavantaj oluşturmaktadır. Başka bir dezavantaj ise bu konuda yapılan araştırmaların yetersiz olmasıdır. Ayrıca konunun sosyal içerikli ya da mahrem olması nedeniyle doğru cevaplara ulaşmada zorluk yaşanması da dezavantajlar arasında yer almaktadır. İnsanlar bu konularda kendi durumunu objektif bir şekilde değerlendirmek yerine olmasını istediği hallerini ifade edebilmektedirler. (Cengiz, 2010:396; Bayraktaroğlu ve İlter, 2007:122-126). Bu durum insanların bilinçdışı halleri ile alakalı sorular yöneltilerek yapılan araştırmalarda görülmektedir. İnsanların zihinlerinden geçenler ile söyledikleri arasında bir tutarsızlık olabilmektedir (Zaltman ve Zaltman, 2021:29).

Kişinin eğitim seviyesi, kültür, sahip olduğu değerler (Bayraktaroğlu ve İlter, 2007:122), ailesi, dini ve sosyal medya gibi faktörler bireyin davranışlarını önemli ölçüde etkilemektedir (Kotler ve Lee, 2010:313). Bununla birlikte kişinin, tecrübeleri ve edindiği bilgiler sonucu oluşan tutumları, bir fikrin kendisi için yararlı mı ya da zararlı mı olduğunu algılamasında

belirleyici olmaktadır. Kişinin bu algısı ve davranışları genel itibariyle bir uyum içerisinde. Burada kişinin davranış sergilemeden önceki düşüncesi doğru bir şekilde belirlenebilirse göstereceği davranış büyük oranda istenilen şekilde olacaktır (Ceylan ve Aydın, 2012:176-177). Burada hedef kitlenin davranış değiştirmeye meyilli olması, inanç ve değerleri ile karşı karşıya gelinmemesi işleri kolaylaştıracaktır (Kurtoğlu, 2007:130).

I.3.4.6. Altıncı Adım: Konumlandırma

Bir pazarlama stratejisi olan konumlandırma, tüketici zihninde marka ile ilgili algının nasıl yer edeceğini belirlemeye çalışır (Torlak ve Altunışık, 2012: 204). Konumlandırmanın ticari amacı, rakip işletmeye göre farklı, olumlu ve öne çıkan bir imajın tüketici zihninde oluşturulmasıdır (Altunışık vd., 2017:235). Diğer bir ifadeyle bireye sunulanın, rakibinin vaat ettiklerinden daha faydalı olduğu düşüncesinin kişinin zihnine yerleştirilmesidir (Odabaşı ve Barış, 2013:67). Sosyal pazarlamada konumlandırma ise değiştirilmek istenilen davranışa göre benimsenmesi istenilen davranışın hedef kitlenin algıladığı ve zihninde yer edindiği konumu ifade etmektedir (Kotler ve Lee, 2020:37). Burada yapılacak konumlandırma için uygun mesaj ifadeleri ortaya konulur. Bu ifadelerin bir önceki adımlarda hedeflenen kitle hakkında öne çıkan ve stratejik öneme sahip olan bilgiler ışığında oluşturulması hedef kitlenin zihninde güçlü bir konumlandırmaya sahip olunmasını kolaylaştıracaktır (Kotler ve Lee, 2010:37).

I.3.4.7. Yedinci Adım: Pazarlama Karmasının Belirlenmesi

Pazarlama karması, işletmelerin hedef kitleye sunulacak ürünü, bu ürünün fiyatlandırmasını, hedef kitleye ulaştırırken kullanacağı kanalları ve tanıtımındaki iletişim araçlarının ve yönteminin belirlenmesi sürecidir (Coşkun, 2012:232-235). İlgili süreçte kullanılan stratejiler ürün, fiyat, dağıtım ve tutundurma (4P) olarak sıralanmaktadır. Bu stratejilerin belirtilen sırayla uygulanması önemlidir (Kotler ve Lee, 2020:38).

I.3.4.7.1. Ürün

Sosyal pazarlamada benimsetilmek istenen düşünce ve davranışlar sosyal ürün olarak tanımlanmaktadır (Sezer, 1999:57-59). Bu ürün hedef kitlenin davranış değişimi sonucu algılayacağı faydadır. Bu noktada karşımıza görünen ürün ve genişletilmiş ürün kavramları çıkmaktadır. Görünen ürün, ürünün niteliklerini belirtir. Genişletilmiş ürün ise ürünü kullanmaya yardımcı olacak ek ürün ve hizmet gibi unsurları kapsar (Kotler ve Lee, 2010:315). Burada rakip olarak tanımlanan değişmesi istenilen davranışlar da bir ürün olacağı için karşı ürünün oluşturulmasında bu faktör göz önünde bulundurulmalıdır (Kurtoğlu, 2007:130).

Sunulacak ürün soyut bir fikir olabileceği gibi davranışın ortaya çıkmasına yardımcı olabilecek somut bir ürün de olabilir (Coşkun, 2012:232-235). Bu süreçte uygulayıcıların zorlanacağı birkaç durum olabilir. Ürün bir davranış değişikliği olacağı için uzun dönemlerde etkisini gösterebilir. Bu durumda kontrol zorlaşabilir ve tam olarak kontrol altına alınamazsa ürün faydasını göstermeyebilir. Diğer bir zorluk ise tek bir ürünün herkese hitap etmemesinden kaynaklanmaktadır. Çünkü hedef kitle için oluşturulan her bir segment için ürün tasarımı yapmak gerekecektir (Cengiz, 2010:399-405).

Bağış toplama faaliyetlerini gerçekleştirmek amacıyla oluşturulacak ürünün boyutları için on madde önerilmiştir. Bu faktörler; yönetim faaliyetleri, amaç/sebep, önleyici ve kolaylaştırıcı unsurlar, oluşan hasarları onarıcı unsurlar, etkili kampanya stratejisi, bağışçının yapılan faaliyetler üzerindeki kontrol etkisi, bağış miktarı, temel yaşamsal ihtiyaçların karşılanması, faaliyetlerin halk üzerindeki etkilerine yönelik politik tartışmalar ve hizmet araştırmasıdır (Harvey, 1990).

Kişilerin elde edecekleri fayda, ürün tercihlerini etkilemektedir. Bağış bağlamında elde edilecek faydalar birkaç başlık altında toplanabilir. Bunlar duygusal fayda, ailevi fayda, görülen fayda, pratik fayda ve manevi faydadır. İlgili hususlar aşağıda kısaca açıklanmıştır.

Duygusal Fayda: Bağış davranışı bireyin içsel huzurunu attırır ve pozitif enerjisini yükseltir. Ayrıca doğru davranışı yapmanın getirmiş olduğu duygular ve özsaygısı yükselir. Bu durum da kişilerin bağış yapma olasılıklarını artırır.

Ailevi Fayda: Bağışçılar kendisinin ya da yakınlarının gelecekte yararlanabilecekleri konularda bağış yapabilir veya ölen bir sevdiği için de bağışta bulunabilirler.

Görülen Fayda: Bireyler bağışlarının etkisini görebileceği kuruluşlara bağış yapma eğilimindedirler.

Pratik Fayda: Bağışçılar bağış yapacağı organizasyonun kendilerine kazandıracağı birtakım haklar ve yararlar için bağış yapılabilirler.

Manevi Fayda: Kişilerin kendilerini tanımladıkları değerlere uygun düşen ve beklentilerini karşılayacak nitelikteki kuruluşlara yardım edebilirler.

İnsanların fayda algısı seçimlerinin sonucunda ortaya çıkacak fırsat maliyetlerini de değerlendirmelerine yol açar. Bu yüzden yapacakları bağış miktarının alternatif maliyetini kendilerinin kolaylıkla vazgeçebileceği bir ürüne karşı konumlandırma yapılırsa bağış talebine uyum artacaktır. Örneğin talep edilen bağış miktarının aylık sigara maliyetinin yarısı kadar olduğu belirtilebilir (Sargeant ve Shang, 2010).

1.3.4.7.2. Fiyat

Fiyat, ürüne sahip olmak isteyen bireyin karşılığında ödemeyi kabul ettiği bedeldir (İlter ve Bayraktaroğlu, 2007:56-60). Sosyal pazarlamada ürün somut ve soyut olabilmektedir. Burada fiyat, somut ürünlerin maddi karşılığı olabilir. Buna karşılık soyut ürünler için kişinin ortaya koyacağı irade, gayret, ayırdığı vakit ve psikolojik unsurlar da ödenilen bedeller arasındadır (Kotler ve Lee, 2010:317). Hedef daha çok kişiye ulaşmaktır. Bu nedenle öncelikle hedef kitlenin davranış değişikliği için algıladığı fazla maliyetleri belirlemek gerekir (Kotler ve Lee, 2020:39; İlter ve Bayraktaroğlu, 2007:56-60). Pazarlamacılar bireylerin üründen elde ettiği ya da algıladığı faydayı dikkate alarak doğru orantılı bir fiyatlandırma yapmaya uğraşır (Kurtoğlu, 2007:232-235). Ortaya çıkacak maliyetlerin azaltılması, sergilenmesi istenen davranışın benimsenmesi için motive edici avantajların belirtilmesi veya rakip davranışlardan uzaklaşılması için kullanılacak engelleyici unsurların açıklanmasıyla mümkün olabilir (Kotler ve Lee, 2010:317).

1.3.4.7.3. Dağıtım Kanalı/Yer

Dağıtım kanalı, bir ürünün tüketiciler tarafından satın almak istenildiğinde kişinin ürüne ulaşmasını sağlayan araç ya da yerdir. Sosyal pazarlamada yer, davranışın sergileneceği, somut ürünü veya bir hizmeti alacağı mekân ve zaman olarak ifade edilebilir (Kotler ve Lee, 2020:39).

Buradaki kritik nokta, hedeflenen kitlenin sunulan ürüne en kolay ulaşımının sağlanmasıdır. Bunu yaparken bireylerin pozitif duygularını artıracak düzenlemeler yapmaktır (Kotler ve Lee, 2010:318). Hedef kitlelerde oluşturulan bölümlendirmelerdeki bireylere sunulan sosyal ürüne göre bir dağıtım kanalı belirlenmesi verimi artırmak açısından önemlidir. Hedef kitlenin davranışlarına yön veren faktörlerin etki düzeylerine göre hangi kitlesel dağıtım kanalının kullanılacağı belirlenebilir (Ceylan ve Aydın, 2012:173-174).

Pazarlama karmaşasının mükemmelliğinin yetersiz kaldığı durumlar da vardır. Hedef kitle ile temasta bulunacak görevlinin tecrübesizliği ya da etkinliği, bütün uğraşları bir çırpıda hedef kitle açısından etkisiz kılabilir. Sosyal ürünün dağıtımında ürünü tüketecek olan bireylere ulaştırılan dağıtım kanalının yanlışlığı ve eksiklikleri organizasyonun başarısız olmasına sebep olabilir (Cengiz, 2010:399-405).

Sosyal pazarlama hizmet ağırlıklı bir organizasyon içermektedir. Bu nedenle hizmetlerin hedeflenen kitleye iletileceği yer ve zamanın doğru seçilmelidir. Verilecek hizmetlerin tekrar verilmek üzere stoklanması gibi bir durum söz konusu değildir. Bu yüzden o anda kullanılması gerekmektedir. Dolayısıyla hedef kitlenin verilen hizmeti alabileceği en

verimli koşulları sağlayacak mekân ve vakit seçilmelidir (Cengiz, 2010:399-405; İlter ve Bayraktaroğlu, 2007:56-60).

I.3.4.7.4. Tutundurma/Tanıtım

Tutundurma, ürünün satın alınması için tüketiciye yapılan istek artırıcı ve tanıtıcı mesajların stratejik ve planlı bir şekilde iletilmesidir (Cılızoğlu, Dondurucu ve Çetinkaya, 2020:283). Sosyal pazarlamada ise tutundurma hedef kitleye etki eden özellikler dikkate alınarak, sosyal ürünün öne çıkarılacak niteliklerinin ve faydalarının, belirgin ve kabul edilebilirliği artırıcı şekilde iletilmesi sürecidir (Cengiz, 2010:404-405). Sosyal pazarlama, dikkat çekici bir şekilde tanıtım etkinliklerini oluşturmaya çalışmaktadır. Doğru kitleye, uygun mesajın, doğru iletişim kanalıyla aktarılması, verimlilik ve etkinlik için stratejik bir öneme sahiptir. Bu adımın temel noktası hedef kitlenin tanınmasıdır. Hedef kitlenin sosyal ürünü benimsemesindeki kolaylaştırıcı ve zorlayıcı yönler belirlenirse ihtiyaca uygun bir şekilde tanıtım faaliyeti gerçekleştirilebilir. Bu sürecin etkili ve başarılı olabilmesi için bir dizi işlemlerin dikkate alınarak uygulanması gerekmektedir. Bunlar; iletilecek stratejik mesajın belirlenmesi, mesaj ileticiler, etki artırıcı unsurlar ve iletişim kanalıdır. Stratejik mesajlar hedef kitleye; sosyal ürünü, dağıtım kanallarını, fiyatı ve vaat edilen faydanın elde edileceğinin bilgisini içermelidir. Mesaj ileticiler, kitlenin üzerindeki etki sahipleridir (Kotler ve Lee, 2020:40). Yapılan bir araştırmada bir sosyal pazarlama organizasyonun tanıtım çalışmalarında toplumda öne çıkan, takip edilen ve toplum üzerinde etki sahibi olan öncü kişilerin diğer iletişim araçlarına göre etkili olduğu görülmüştür (Özgen ve Bahadır, 2019). İletişim araçları arasında geleneksel ve modern iletişim araçları bulunmaktadır (Kotler ve Lee, 2010:319-320). Bu hususta sosyal reklam kavramı dikkat çekmektedir. Sosyal reklamın amacı, sosyal problemin giderilmesi noktasında kişileri bilinçlendirmek ve bu problemlere sahip olan kişiler için toplumda farkındalık sağlamaktır. 21. yy.'da kitlesel iletişim araçları arasında sosyal medya büyük avantajlar sunmaktadır. Bu avantajlar, bölümlere ayrılan kitlelere mesajların iletilmesi ve geri dönüşlerin rahatlıkla gözlemlenebildiği çift taraflı iletişim sağlamasıdır (Marangoz ve Arıkan, 2018:156)

Rogers, bir yeniliğin kitleler tarafından benimsenmesinin belli bir süreçte gerçekleştiğini ileri sürmüştür. Ayrıca bu sürecin daha hızlı ve etkin olmasında etkili olan faktörlerin olduğunu belirtmiştir. Yeniliğin etki alanı ve derecesi hedef kitle tarafından nasıl anlaşıldığına bağlıdır. Başlıca etki faktörleri; yeniliğin alternatifine göre daha faydalı olacağı düşüncesi, kişinin inancı, tecrübeleriyle tutarlı olması, deneyim ve erişim kolaylığı ile elde edilecek faydanın gözlemlenebilir olmasıdır (Rogers, 2002:990). İletişim kanalı vasıtasıyla

hedef kitleye ulaştırılan mesajların bireyler tarafından nasıl algılandığı, verdiğı tepkilerin ne kadar ölçülebildiğı buradaki başarıyı etkileyecektir (Yurdakul ve Öksüz: 2008:211-213).

İhtiyaç Algısı

Bağışçıların karar süreçleri dört adımdan oluşmaktadır. Bunlar, ihtiyacın algılanması, motivasyon, davranış ve sonuçtur. Bir ihtiyaç durumunun tanıtımında temel olarak vurgulanması gereken birtakım konular önerilmektedir. Acil ya da acil olmayan yardım, düzenli ya da düzensiz yardım kriterleri karar sürecinde etkili olan ve belirtilmesi gereken konulardır.

Bağış karar sürecinin ilk tetikleyicisi potansiyel bağışçının ihtiyaç durumunu algılamasıdır. Bu ihtiyaç algısı kişinin bizzat sosyal hayatında maruz kaldığı bir durum olması ya da ihtiyaç durumu hakkında verilen betimsel bilgilerle oluşturulabilir. İhtiyaç algısı kişiseldir ve bireyin normallik algısıyla ilişkilidir. Kişi kendi standartlarına göre ihtiyaç durumunu değerlendirmektedir. Böylece standartlarının altında kalan durumlar için ihtiyaç durumu hissedebilmektedir. İhtiyaç algısındaki önemli bir faktör bu durumu aktaran kişi ya da kurumun o bireyin nezdindeki konumudur. İtibar sahibi kurumlardan gelen ihtiyaç taleplerinin ihtiyaç algısını artırdığı gözlemlenmiştir. İhtiyaç algısındaki etkili olan bir diğerk faktör ise ihtiyacın ortaya çıkış nedenidir. İhtiyaç sahibi kişinin bu duruma gelmesine yol açan faktörlerin, dışsal kontrol edilemeyen bir nedene dayanması, kendi iradi tercihlerinden dolayı ortaya çıkmasına göre daha etkili olmaktadır (Bendapudi ve Singh ve Bendapudi, 1996).

I.3.4.8. Sekizinci Adım: İzleme ve Değerlendirme Planı

Buraya kadar tamamlanan adımlarda sarf edilen çabanın, hedeflenen amaca ne kadar ulaştığının hangi aşamalarda ve ölçüm yöntemleriyle değerlendirileceğı belirlenir. Ölçümü gereken organize değerleri ise girdiler, çıktılar, sonuçlar ve etki ölçümüdür. Burada ölçüm standartları belirlenir (Kotler ve Lee, 2010:321; Kotler ve Lee, 2020:40). Organizasyon değerlendiricilerinin ise bu standartlara göre sapmaları ve organizasyon faaliyetlerine etki eden en önemli unsurları belirtmeleri gerekmektedir (Cengiz, 2010:405-408). İlgili sürecin amacı, belirli zamanlarda yapılan bu ölçümler sonucu plan ve stratejilerde revize işleminin gerekliliğini açıklamaktadır (Kotler ve Lee, 2010:321). İzleme ve değerlendirme kavramları arasındaki farklılık, izlemenin faaliyet halindeyken değerlendirmenin ise tüm faaliyetlerin sonucunda yapılmasıdır. Esasen izleme, uygulamada bir sorun olup olmadığını kontrol amacı ile belli vakitlerde gerçekleştirilmektedir (Kotler ve Lee, 2020:40).

Bağış toplama etkinliklerinde başlangıçta belirlenen hedef kitle ve hedeflenen bağış miktarları daha sonra bağış talebine verilen yanıtlara göre değerlendirilir. Hedeflenen ve gerçekleşen arasındaki farklar analiz edilerek sonraki kampanya süreci için revize edilir (Sargeant ve Ewing, 2001).

I.3.4.9. Dokuzuncu Adım: *Finans ve Bütçe*

Bu aşamada, hayata geçirilecek olan sosyal pazarlama faaliyetinin tüm adımlarında ortaya çıkan maliyetlerin bir bütçelemesi yapılarak sunulması gerekir. Uygulamada çıkabilecek olası aksilikler ve finansman kaynaklarına duyulan güven, bütçelemenin kritik ve göz önünde bulundurulması gereken faktörleridir. Değerlendirme sonucunda çıkan bedellerin mevcut kaynakları aşması durumunda ek finansman arayışına girilebilir veya ulaşılması istenen sonuçların bir kısmından vazgeçilebilir. Bu gibi durumlarda şartların gerekliliklerine göre bir yol haritası belirlenir. (Kotler ve Lee, 2010:322)

I.3.4.10. Onuncu Adım: *Uygulama Planı ve Yönetim*

Son aşamada uygulamanın fizibilitesi sunulur. Bu adım sosyal pazarlama uygulamasının faaliyette bulunduğu süre içinde görevlerin dağılımı ve zamanlamasının oluşturulmasını içerir. Bir manada tüm planın bir ön izlemesidir. Projenin tüm hatlarını içeren bir fotoğraf ortaya gibidir. Uygulama süresince belirli algoritmalar yerleştirilerek eylem planı ortaya çıkartılır. Sonuçta aşamalı olarak oluşturulan sistem, ne yapıldığının bilincinde sağlam adımlarla sosyal pazarlama sürecinin uygulanmasına yardımcı olmaktadır. Bu model dışında uygulanabilecek çeşitli modeller de mevcuttur (Kotler ve Lee, 2020:41-42).

I.4. Bağış ve Bağışçı Kavramı

Bağış, toplum yararı için doğrudan ya da dolaylı olarak kurumlar aracılığıyla gönüllü olarak verilen, maddi veya zaman ve yetenek gibi maddi olmayan değerlerin bütünüdür. Bir başka tanıma göre ise kişinin bencil ya da özgeci motivasyonlarla yapabildiği, sonucunda psikolojik bir fayda ortaya çıkan yardım davranışlarıdır. İlgili literatürde bağış kavramıyla eş ve yakın anlamlı olarak; hediye vermek, hayırseverlik, prososyal davranış, yardımcı olmak ve özgecilik gibi kavramlar da kullanılmaktadır. Diğer dillerdeki kullanımı incelendiğinde İngilizce 'de charity, Arapça 'da ise sadaka kavramı karşımıza çıkmaktadır. Maddi bağışlar nakdi ve ayni olarak ikiye ayrılmaktadır. Ayni yardımlar ihtiyaç duyulan malzemeler, ürünler

olarak tanımlanmaktadır. İçerik olarak maddi bağışların gıda, giyim, barınma, sağlık ve eğitim gibi temel türleri bulunmaktadır (kızılay.org.tr). Maddi olmayan kaynaklar ise kişilerin zamanlarını kabiliyetlerine göre gönüllü olarak sarf etmesidir. Bağışın temelinde güven duygusuna dayanan karşılıklı bir alışveriş vardır. Kapsam olarak bağış, kişinin toplumsal yapıda bakmakla yükümlü olduğu ailesi dışındaki bireyler için verilen yardımları içermektedir (Tiltay, 2014: 4-7; Göktaş, 2014: 4-5; 48; Kılıçalp, 2013:13-18).

Bağış, içten gelerek yapılan bir davranıştır ve temelinde toplumsal sorunun çözülmesi yer alır. Bu faaliyette bulunan bireyler ise bağışçı olarak tanımlanır (Göktaş, 2014: 5). Bağışçı kavramıyla eş anlamlı olarak kullanılan bir kavram ise hayırseverliktir. Bu kavram İngilizce’de philanthropy olarak ifade edilmektedir. Hayırseverliğin bağışçıdan temel farkı bağış davranışının daha profesyonel bir süreç içinde gerçekleşmesi ve sorunların köküne inerek kalkınmayı sağlamasıdır. (Tiltay, 2014:5; Kılıçalp, 2013:13-18). 21. yy.’a kadar geçen süreç incelendiğinde insanlar, kuruluşlar ve devletler sosyal yardım sorumluluğunu üstlenmiş durumdadırlar. Toplumda kamu, özel ve sivil toplum sektörleri toplumsal yararlar noktasında etkileşim halindedir. Temel ilke, iyilik ve yardımın karşılık beklemeden yapılmasıdır. Bu ilkenin benimsenmesinde kültürün, değerlerin ve dinin etkisi bulunmaktadır. Geleneksel bağışçılık bireysel ihtiyaçlara çözüm noktasında etkili olabilmektedir. Fakat kitlesel bir dönüşüme stratejik olarak destek sağlamamaktadır. Bireylerin sistematik olmayan şekilde bu etkiler altında yaptığı iyilikler bireysel bağışçılık olarak adlandırılmaktadır. Kişinin yardım etme ihtiyacı hissettiği toplumsal bir sorun için daha planlı ve sistemli hareket ederek, yaşanan sorunun temellerine varan bir inceleme yoluyla kalıcı değişimler meydana getirmek için sivil toplum kuruluşları üzerinden destek vermelerine stratejik bağışçılık denmektedir. (degisimicinbagis.org; Kılıçalp, 2013:13-18). Kâr amacı gütmeyen yapılan bu bağışların yanı sıra işletmelerin STK işbirliği ile yaptıkları bağışlar için kurumsal filantropi kavramı kullanılmaktadır. İşletmelerin bu davranışları akıllara, bağışın asıl amacı dışında bir pazarlama stratejisi olarak çıkar sağlamaları yönünde yaptıkları gibi bir şüpheyi de beraberinde getirmektedir (tusev.org.tr).

1.5. Bağış Yapmayı Etkileyen Faktörler/Motivasyonlar

Bağış toplama faaliyetleri için kullanılan pazarlama stratejilerinin etkili olabilmesi için hedef kitlenin öne çıkan özellikleri göz önüne alınmalı ve segmentlere ayrılmalıdır. Pazarlamacılar, bağışçıları uygun segmentlere ayırabilmek ve her bölüm için etkili yaklaşımlar oluşturabilmek amacıyla kişilerin demografik ve psikografik özelliklerine odaklanmışlardır

Demografik özellikler bağışçıların genel olarak bağış yapma eğilimlerini belirlemede etkilidir. Psikografik özellikler ise hedeflenen kitle için ayrıntılı bilgiler sunulmasında ve daha net tanımlama için faydalı olmaktadır. Yapılan bir araştırma cömert ve sık bağış yapanların özelliklerinin nadir ve hiç bağış yapmayanlardan anlamlı bir şekilde farklılaştığını bulmuşlardır (O'Reilly, Ayer, Pegorara , Leonard ve Rundle, 2012; Todd ve Lawson, 1999).

Bağış sosyal bir davranıştır. Bu davranışın gerçekleşmesinde bağış yapanlar ve kabul edenler arasında güven esaslı bir ilişki mevcuttur. Bağışta bulunma nedenlerini inceleyen uzmanlar, kişilerin kendi görünüşlerini toplumda daha iyi bir yerde konumlandırmak veya başkalarına fayda sağlamak gibi temel nedenler ile bağış yaptıkları belirtmektedirler. Bu konu hakkındaki yapılan çalışmalarda, araştırmacılar ve psikologlar kişinin bu davranışlarını tetikleyen farklı nedenler üzerinde durmuşlardır. İnsanların bağışta bulunmalarına etki eden faktörlerin ele alındığı çalışmalar iki ana grupta toplanabilmektedir. Bunlar içsel ve dışsal motivasyonlardır. İçsel motivasyonlar; empati, özgecilik, dini değerler, kaybedilenin hatırlanması, sosyal adalet, kişilik ve materyalizm vb. olarak sıralanabilir. Dışsal Motivasyonlar ise kişinin cinsiyeti, yaşı, eğitim seviyesi, gelir düzeyi, medeni durumu, mesleği, etnik kökeni, çocuk sahibi olup olmaması, sosyal etki gibi faktörlerdir. Bu motivasyonlar genel olarak bağışta bulunmayı etkilerken organizasyonlara bağlı faktörler de bulunmaktadır. STK'lara yönelik olan bu faktör, bireyin ilgili kuruluşlara karşı tutumu, yapılan tanıtıcı faaliyetler, aktiflik düzeyi, kuruluşun dışarıdan algılanan görünüşü ve duyulan güven gibi etmenlerden oluşmaktadır (Göktaş, 2014:11-44; Yapraklı ve Ünal, 2016: 232; Tiltay, 2014: 11-12;39; Sargeant, Ford ve West, 2006).

Pazarlama stratejileri bir çok sektörde olduğu gibi üçüncü sektör olan sivil toplum kuruluşlarında da kullanılmaktadır. Yapılan pazarlama araştırmalarının çoğu, bireysel bağış sürecini, bağış pazarının bölümlendirilmesini ve bağış motivasyonları ile bağış yapma davranışların arasındaki ilişkileri incelemiştir (Tiltay, 2014:10).

1.5.1. İçsel Motivasyonlar

Bağış davranışına etki eden içsel faktörler genel olarak kişinin zihinsel ve duygusal süreçleriyle ilgilidir. İçsel motivasyonlar kişinin niyetinin içeriğine göre bencil ya da özgeci olabilmektedir. Bu motivasyonlar genel hatlarıyla empati, özgecilik, dini değerler, psikolojik fayda, kişilik, prestij sağlama şeklinde ortaya çıkmaktadır (Tiltay, 2014:11)

Bekkers ve Wiepking (2011) literatürdeki çalışmaları inceleyerek içsel motivasyon olarak nitelendirilebilecek sekiz faktör/motivasyon ileri sürülmüştür. Bağış davranışına etki

eden bu motivasyonlar, ihtiyaç farkındalığı, bağışçıya yapılan talep, fayda ve maliyetler, özgecilik, psikolojik etmenler, değerler, yapılan bağışın etkinliği ve prestij elde etmek olarak açıklanmıştır.

I.5.1.1. Empati

Bir yardımseverlik davranışının gerçekleşmesinde en etkili motivasyonlardan birisi empatidir. Empati bazı insanlarda davranışlarındaki etki yönünden yoğunluğu nedeniyle kişisel özellikler arasında da sayılmıştır. Çok sayıda çalışma özgecilik empati ilişkisini açıklamıştır. Empati genel bir tanım ile karşısındaki kişinin içinde bulunduğu durumu anlamaktır. Burada empatinin yapısal boyutlarının olması oldukça önemlidir. İlgili yapısal boyutlar bilişsel ve duygusal empati olarak iki ayrı empati türünü ortaya çıkarmıştır. Bilişsel boyut daha çok karşısındakinin bakış açısını görebilme anlamına gelen “perspektif alma”, duygusal boyut ise duygularını hissetme ve tepkide bulunma anlamındaki “empatik ilgi” olarak ifade edilmektedir (Bekkers, 2010; Takada ve Levine, 2007; Webb, Green ve Brashear, 2000).

Modern psikoloji tarihinde bir ekol olan işlevselciler, kişinin duygularının, çevrelerine uyum sağlamak için onların davranışlarını düzenlediğini iddia ederler (Paramita, Septianto ve Tjiptono, 2020). Kişinin empati özelliği bilişsel bir süreç sonucunda ortaya çıkıyorsa kişisel bir sıkıntıya neden olur ve kişi bu sorunu gidermeye ya da probleminden kaçmaya çalışır. Burada odak nokta karşısındaki insanın durumu değildir. Kendi içinde oluşan psikolojik bir baskı ve sıkıntı halidir. Kişinin bu iç durumu sonucu ortaya çıkan yardım davranışı aslında kendi psikolojik sıkıntısını gidermek içidir. Bu yüzden bu yardım davranışının çıkış noktası bencil bir motivasyona dayanmaktadır. Kişi burada bilişsel bir bakış açısıyla karşısındakini değerlendirmektedir. Duygusal bir süreç olarak çıkan empati ise empatik endişe olarak adlandırılmaktadır. Burada odak nokta karşısındaki kişinin içerisinde bulunduğu sıkıntıyı hafifletmektir. Diğer bir ifadeyle yapılan yardım davranışı saf bir özgecilikle kendi kişisel duygularından bağımsız şekilde ortaya çıkmaktadır. Kişi bu iki yapısal boyut aracılığıyla da yardım davranışı sergileyebilmektedir. Kişinin empatisi bencil bir kişisel sıkıntı içeriyorsa kişi bu sıkıntıyı hafifletmek için kaçış yolları arayabilir. Yapılan araştırmalar empatinin bağış davranışların etkilendiğini göstermektedir. Ancak empatik endişe ve kişisel sıkıntı oluşturan empati sonucu yapılan bağış miktarında farklılıklar ortaya çıkmaktadır. Kişinin empatisi bilişsel bir süreç olduğunda ortaya çıkan kişisel sıkıntı, kişinin kendisi odaklı olduğu için küçük bir bağış bile o kişinin negatif duygularının dağılmasını sağlayabilmektedir. Bu durumda kişisel sıkıntı içinde olan bağışçılar, yüz yüze ve bireysel bağış taleplerinde kurumların bağış taleplerine oranla bağış yapmaları daha olasıdır. Öte yandan empatik endişe ve bağış miktarı

arasından yapılan çalışmalarda ise pozitif ilişki bulunmuştur (Verhaert ve Poel, 2011:5-11; Cialdini, Schaller, Houlihan, Arps, Fultz ve Beaman, 1987, Tiltay, 2104: 14,15; Verhaert ve Poel, 2011; Webb, Green ve Brashear, 2000; Bendapudi vd.,1996).

Verhaert ve Poel (2010) bir hayır kurumunun bağışçı verileri üzerinde yaptığı bir araştırmada empatik endişe ile bağış yapma eğilimi arasında pozitif bir ilişki tespit edilmiştir. Ancak kişisel sıkıntının bağış olasılığını artırmasıyla ilgili bir bulguya rastlanmaktadır. Dolayısıyla empatik endişe bağış kararlarında daha baskın bir motivasyondur. Bununla birlikte empatik endişenin tek bir kuruma yapılan bağışın zaman aralığını artırdığı ve dolayısıyla bağış yapma olasılığını da azalttığı bulgusuna ulaşılmıştır. Kişisel sıkıntı sonucu ise tek bir kuruma yapılan bağış miktarı azalmaktadır ve bağış yapma olasılığı artmaktadır. Burada sonuçlar çelişkili gibi görünebilir. Bu çelişkiye araştırmanın birçok kuruma bağış yapan kişilerle yapılan ikinci bölümündeki çalışma açıklık getirmektedir. Bu çalışmada birçok yardım kuruluşuna yardım yapan empatik endişeye sahip bireylerin genel bağış düzeyi ölçülerek güçlü ve pozitif bir ilişki ortaya çıkmıştır. Diğer bir ifadeyle bu bireyler birçok kategoriye ve farklı hayır kurumlarına karşı duyarlıdır. Bu durum onların tek bir hayır kurumuna olan bağışlarının sıklığını ve miktarını azaltmaktadır. Ancak genel olarak bağışlarını artırmaktadır (Verhaert ve Poel, 2011: 14-20).

Bir başka araştırmada yardım etme konusunda kişilerin empati boyutunun bencil bir yönünün olduğunu ortaya koymuştur. Bir deney ortamında oluşturulan senaryoda deneklere karşılarında acı çeken bir kişinin görüntüleri izletilmiştir. Bunun sonucunda yüksek empati ve yüksek üzüntü bildiren denekler, bağışla bu ruh halinin düzelebileceği bilgisine sahip olduklarında empati düzeyi düşük kişilere göre daha fazla bağış yapmışlardır. Bağış dışında başka bir etkiyle (ruh hallerini düzelten plasebo ilaç) kişisel sıkıntılarının hafifleyeceği söylenen bu deneklerin ise bağış davranışının azaldığı tespit edilmiştir. Bu sonuç araştırmacıların oluşturdukları Negatif Durum Rahatlama Modelini desteklemiştir (Cialdini vd., 1987).

İnsanların yaşadıkları olaylar ve çevresinde gördüğü durumlar onların empati düzeylerini etkilemektedir. Kişiler bir yardım ihtiyacı bilgisine daha önce o konudaki bir mağduriyete maruz kalmışlarsa daha duyarlı davrandıkları görülmüştür. Örneğin akrabası bir hastalığa yakalanmış kişiler daha sonra bu konuda gelecek bir bağış talebine olumlu yanıt verme ihtimalleri daha yüksektir. İlgili durum toplumda yaygın olarak görülen ihtiyaç durumlarında çalışma yapan STK'ların daha çok bağışçı ve gönüllü kitlesine sahip olması durumunu açıklayabilmektedir. Bu konuda yardım kuruluşları, ihtiyaç sahibi olan kişiler

hakkında potansiyel bağışçılara verecekleri bilgiler bağış miktarını artırabilmektedir. Kişilerin empati duygularını canlandırmak için kendilerini ihtiyaç sahibi olanın kendisiymiş gibi düşüncelerini sağlayacak mesaj, kişilerin bu sıkıntılara odaklanarak negatif duygulara kapılmalarına ve bağışlar üzerinde negatif bir etkiye neden olabilir. Bu mesajın yerine kişinin belirtilen durumdaki muhtaç insanın nasıl bir duygu içinde olduğunu düşüncelerini istemek daha pozitif bir etki oluşturabilir. Ayrıca bireylerin kendileriyle ortak özelliğe sahip ve kendilerine benzeyen insanların ihtiyaç durumlarında daha fazla kişisel sıkıntı meydana getirdiği görülmüştür. Bu kişisel sıkıntı, benzer özelliklerin benzer sonuçlar ortaya çıkarabileceği inancından kaynaklanabilir. Yardım kuruluşları bağışçı ve yararlanıcı kişiler arasındaki ortak değerleri ve özellikleri ön plana çıkararak uyumu artırabilir. (Bekkers ve Wiepking, 2011a; Sargeant vd., 2006; Bendapudi vd.,1996; Sargeant ve Shang, 2010).

I.5.1.2. Özgecilik

Özgecilik, kişinin kendisi dışındaki insanların yararı için herhangi bir çıkar gözetmeksizin yaptığı yardım demektir. Bir davranışın özgeci olabilmesi için saf bir şekilde karşındakine fayda sağlaması gerekir. Kendisinin de bir fayda sağladığı durumlar bu kavramın kapsamına girmemektedir. Türkçe’ de özgecilik ile eş anlamlı olarak kullanılan diğer kâmlar kavramı da bulunmaktadır. Bu iki kavramın yanı sıra, İslam dininde önemli bir kavram olarak öne çıkan ve daha çok dini literatürde kullanılan isâr kavramı karşımıza çıkmaktadır. İsar anlam olarak, kişinin kendisinin de ihtiyacı olmasına rağmen elindeki varlığını diğer ihtiyacı olana vermesidir. Bu davranış özgeciliğin en üst seviyesi olarak nitelendirilmektedir (Başerler ve Kısaç, 2017:583; Düzgüner, 2019:353-360).

Özgeciliğin bağış davranışının önemli bir belirleyicisi olduğuna dair çok sayıda çalışma vardır (Ranganathan ve Henley, 2008). Özgecilikle ilgili yapılan çalışmalarda çeşitli demografik özelliklerin ilişkisi ölçülmüş ve birçok farklı sonuç ortaya çıkmıştır. Cinsiyet faktörüyle ele alındığında kadınların erkeklere göre daha özgeci olduğu belirlenirken bazı çalışmalarda ise ilişki bulunmamıştır. Yaşın ve arkadaş sayısının özgecilik üzerinde etkileri olduğu da yapılan araştırmaların sonucunda ortaya çıkmıştır. Yaş ve arkadaş sayısı yükseldikçe özgecilik de artmaktadır.

Başerler ve Kısaç (2017)’ın Erzurum’da yaptığı çalışmada özgeciliğin psikolojik iyi oluş ile pozitif ilişkisi olduğu bulunmuştur. Aynı çalışmada özgecilik düzeyi yüksek olan bireylerin düşük olanlara göre psikolojik iyi oluşlarının daha yüksek olduğu tespit edilmiştir. Özgeciliğin dindarlıkla da pozitif ilişkisi olduğu yapılan çalışmalarda rastlanılan bir diğer önemli bulgudur.

Dindar olan bireyler dindar olmayanlara göre daha özgeci olmaktadır (Ranganathan ve Henley, 2008).

I.5.1.3. Psikolojik Fayda

Bağış davranışı ile psikolojik fayda arasında birçok güçlü bağ vardır (Başerer ve Kısaç, 2017:587; Bekkers ve Wiepking, 2011a; Todd ve Lawson, 1999). Yapılan çalışmalar özgeci motivasyonlarla bağış yapan kişilerin beyindeki ödül merkezinin uyarıldığını belirlemiştir. Bağış yaparken ortaya çıkan etkileşim sonucu kişide oluşan iç iyilik hali sıcaklık etkisi olarak nitelendirilmiştir. Kişilerin hissettikleri bu iç iyilik hali bağış yapmalarında etkili olmaktadır (Sargeant ve Shang, 2010). Kişilerin bağış davranışları sonucunda psikolojik olarak daha iyi hissetmeleri, suçluluk duygularının azalması, toplumsal normlara ve kendilik algılarıyla uyumlu davranmaları sonucu oluşan iyilik halinden kaynaklanabilmektedir. Araştırmalarda bu durumları destekleyen sonuçlara ulaşılmıştır. Yapılan bir çalışmada bağış davranışının birisine zarar veren kişilerin düşen kendilik imajlarını tekrar yükseltebileceği ortaya çıkmıştır (Bekkers ve Wiepking, 2011a; Sargeant ve Shang, 2010).

Toplum tarafından olumlu olarak kabul edilen bağış davranışında bulunmamak kişinin huzursuz olmasına ve suçluluk hissetmesine neden olabilir. Özellikle bağışçıların ortalama bağış tutarlarındaki meydana gelen bir düşüş ya da taahhüt edilen bir bağışın yapılmaması durumu psikolojik olarak olumsuz duygulara yol açabilir. Benzer şekilde suçluluk duygusuna kapılanların bağış yapmaya daha eğilimli olacağı yapılan bir araştırmada ortaya çıkmıştır (Bekkers ve Wiepking, 2011a; Bekkers ve Wiepking, 2011b).

Bağışçıların doğrudan yaptıkları bağışlarda karşılarındaki insanların mutluluğunu görmeleri önemli bir iç motivasyon oluşturmaktadır. Bağışçılar yaptıkları bağışların etkisine tanık olmaları onlarda bir etki bırakır. Bağışçılar yapacakları bağışın ihtiyacın karşılanmasına etkisinin belirsiz ya da etkisiz olacağını algıladıkları zaman bağış konusunda isteksiz davranabilirler. Bu durum kişilerin bağış yaparken daha çok yerel ve sonuçlarını gözlemleyebildiği faaliyetlere yönelmesine neden olabilir. Büyük çapta ihtiyaç duyulan konuları, daha küçük ve yapılan bağışın etkili olabileceği bölümlere ayırarak talepte bulunmak bu konu bağlamında yararlı olabilir. Ayrıca kişilerin yaptıkları bağışları sonrasında elde ettikleri psikolojik fayda, yardım edilen kişinin kendine yakınlığı ölçüsünde artmaktadır (Bekkers, 2010; Bendapudi vd.,1996).

I.5.1.4. Materyalizm

Materyalizm, kişilerin maddi varlıklara ve onları elde etmeye olan arzusu olarak tanımlanabilir. Bir başka tanıma göre ise tüketim yoluyla gerçekleştirilen mutluluk arayışıdır. Materyalist kişilerin profillerinin ortak özellikleri; kendi varlığını tanımlamada dışsal kaynakları kullanmaları, statü ve güç unsuru varlıkları etraftan toplamaya ve biriktirmeye çalışmaları olarak ifade edilebilir. Materyalist kişiler bu topladığı maddelerle insanların ilgisini çekmeye ve etkilemeye çalışırlar. Materyalizm bu noktada kişinin saygınlığını ve imajını yükseltecek bağış davranışlarını sergileyebilmeye de yönlendirebilmektedir (Bennett, 2003). Genel olarak materyalizm kişinin yakın ve uzak çevresine olan yardımcı olma duygularıyla negatif yönlü bir ilişkiye sahiptir (O'Reilly vd., 2012). Yaş değişkeniyle beraber ele alındığında güncel zamanda gençlerin materyalist güdülerle daha çok tüketim eğiliminde oldukları görülmektedir. Bu ise bağış davranışlarına olan ilginin kendilerinden önceki nesillere göre azaldığını göstermektedir (Sargeant ve Ewing, 2001).

Yapılan çalışmalarda kişilerin fonksiyonel olarak kaliteli ve ihtiyacı olan ürünleri aldıktan sonra daha az işlevsel ya da zaruri olmayan ürünler almalarına kıyasla bağış yapma olasılığının arttığı bulunmuştur (Bekkers ve Wiepking, 2011a). Materyalizmin maddeci yaklaşımına ek olarak insanların değerlerine de önem vermesi gerektiğini savunan bir kavram ise post-materyalizmdir. Araştırmalar eğitim düzeyinin artışıyla artabilen post materyalistik değerler ile bağış yapma ve gönüllülük faaliyetlerine katılım arasında pozitif bir ilişki tespit edilmiştir (Bekkers, 2010).

I.5.1.5. Dini Değerler

Birçok dinde insanlar arasında bir ilişki olan yardım etme davranışına önem verildiği görülür. Bunun bir sonucu olarak dindar insanların daha çok bağış yapması olası bir durumdur. Bağış davranışlarını etkileyen faktörler arasında din ilk sıralarda yer almaktadır. Aynı zamanda çalışmalarda ahlaki değerler ve suçluluk gibi duyguların da bağış yapma eğilimiyle ilişkili olduğu ortaya çıkmıştır. Araştırmalarda dini sorumluluklarına ve ibadetlerine önem gösteren bireylerin gönüllü faaliyetlere katılımının diğerlerine göre daha fazla olduğu ve özgecilik düzeylerinin yüksek olduğu tespit edilmiştir. Birçok çalışma kiliseye katılım sıklığının bağış yapma sıklığını ve bağış miktarını artırdığını bulmuştur. Amerika'da bir üniversitede gerçekleştirilen araştırma, yüksek dindarlığın yardımseverlik ve yardım kuruluşlarına olan ilgiyi ve katılımı artırdığını göstermiştir. Yapılan çalışmalarda dindarlığın hayırseverlik eğilimini doğrudan, yardım kurumlarına olan tutumları ise dolaylı yoldan etkilediği sonucuna

ulaşılmıştır. Yardım kuruluşlarının ileteceği mesajlar ve yürüteceği bağış taleplerinde dini değerlerine ve dini tutumlarına dikkat eden bireylere öncelik vermeleri önemli olacaktır (Ranganathan ve Henley, 2008; Bekkers, 2010; Bekkers ve Wiepking, 2011b).

İnsanlar dünyayı kişisel değerleri ve kendi görüşleri çerçevesinde şekillendirmek ister. Bu yüzden kişiler kendi değerleriyle ve görüşüyle uyumlu konulara yönelirler ve kendi görüş ve düşünceleriyle tutarlı organizasyonlara bağış yapma eğilimindedirler. Yapılan bir çalışma kendi hayat amacı ile yardım kuruluşunun amaçları örtüşen kişilerin bu kuruluşlara bağış yapma yönelimini arttırdığı bulunmuştur (Bekkers ve Wiepking, 2011a). Başka bir araştırmada sıklıkla bağış yapan bireylerin bir inanca bağlı oldukları ve manevi konulara daha çok değer verdikleri sonucuna ulaşılmıştır. Bu tür bağışçılar toplumdaki yanlışları düzeltmeye ve adaleti sağlamaya daha istekli kişilerdir (Todd ve Lawson, 1999).

İslam dininde yardım faaliyetleri oldukça önemlidir. Yardım konusunda karşımıza Kur'an-ı Kerim'de yer alan sadaka kavramı çıkmaktadır. Sadaka Arapça'da doğruluk manasına gelen sıdk (s-d-k) kavramından türemiştir. Bu kavram hem zorunlu olarak zenginlerin mallarının bir kısmını vermesini hem de gönüllü olarak kişinin sahip olduğu varlıkları insanların faydasına kullanmasını ifade etmektedir. İslam inancına göre tüm bu verilen gönüllü bağışların karşılığı Allah tarafından verilecektir. Bu durum bireyleri bağış yapma konusunda teşvik edici niteliktedir. Kur'an'da birçok ayet sadakanın kişilerin psikolojik olarak korku ve üzüntüden kurtulmasına faydalı olacağını bildirmektedir. Ayrıca İslam peygamberi Hz. Muhammed, birçok hadisinde sadakanın ömrü uzatacağına, malları çoğaltacağına dair teşvikleri dile getirmektedir. Bu noktada sadaka kelime itibariyle de kişinin inancının bir nevi bir göstergesi ve ispatı olabilmektedir. Sadakanın bir diğer önemli faydası ise bireyin kişilik olarak olgunlaşmasına katkı sağladığıyla ilgilidir. İnananları devamlı aktif olarak faydalı işler yapmaya teşvik eden İslam, bu noktada Allah'ın kişiye verdiği tüm varlığı kullanabilmesine fırsat verir. Bu noktada kişi yardım davranışlarını kendisi yerine getirir. Bunu gönüllü hizmetlerle, maddi varlıklarla, güzel duygularının, bilgi ve tecrübelerin paylaşımıyla ve sahip olduğu diğer özellikleri başkalarının yararı için kullanarak yapabilir. Böylece yardım davranışını sergileyebilir, iyiliğin bütün insanlar arasında yayılmasına imkân verir ve bu davranışları teşvik edebilir (Merter, 2023:266-267; Adıgüzel, 2014:75-86; Öztürk, 2001:460-463). İslam medeniyeti, sadakanın hem doğrudan hem de dolaylı yoldan verilmesi hususunda birçok imkân sunmuş ve bu amaç doğrultusunda faaliyet gösteren vakıflar kurmuştur. Yardımların sistematik bir şekilde toplumun faydasına sunulmasına aracılık yapmıştır. Hz. Muhammed, yardımlaşmanın ve dayanışmanın toplumun tabanına yayılması noktasında

“Yarım Hurma Bile Olsa” yardım davranışında bulunmayı tavsiye etmiştir (www.islamveihsan.com; Nevevi, 2016:25). Modern bağış stratejilerinde bağış davranışının tabana yayılmasına katkı sağlayan Cialdini ve Schroeder (1976) tarafından yapılan deneysel bir çalışma olan “Bir Kuruş Bile Katkı Sağlar” stratejisi ise İslam dininin bu anlayışını 20.yy da bile deneysel bir çalışmada bağış sıklığını artırdığını göstermiştir.

I.5.1.6. Kişilik

Kişilik, bireyin doğuştan gelen ve hayatına devam ettiği süreçte kazandığı özelliklerin bütünüdür. Kapsam olarak kişilik, bireyin iç ve dış dünyasının etkisiyle oluşur ve onu diğer bireylerden ayırır. Kişilik aynı zamanda bazı temel özellikler olarak toplumda homojen gruplar şeklinde de değerlendirilebilmektedir (Odabaşı ve Barış, 2013:190; Keskin, 2019: 24).

Kişiliğin yapısal boyutu ele alındığında karşımıza birkaç temel özellik çıkmaktadır. *Kişilik bireyi, diğer bireylerden ayırır; tutarlıdır* (Özdemir vd., 2012: 567), *sürekli ve değişkendir*. Özellikle çelişki içerdiği düşünülen bu yapısı aslında kişiliğin bir yanının statik diğer tarafın ise dinamik olmasından kaynaklanır. Çevresel şartlara göre kendini yenileyebilen bir özeliği vardır. Buna karşılık doğuştan gelen ve çocukluktan itibaren kalıplaşmış bir tarafı da mevcuttur. Bu yüzden pazarlamacılar arasında kişiliğin tüketici davranışlarının bir belirleyicisi olması konusu sürekli tartışılmaktadır. Kişiliğimizin ana temellerinden olan karakter ve mizaç kavramı bu çelişkiyi açıklama konusunda yardımcı olabilmektedir. Karakter, kişinin daha çok ahlaki boyutunu ele alır. Ayrıca kişinin mizacı ve çevresi de karakter gelişiminde etkilidir. Buna karşılık mizaç, kişinin diğerlerinden ayırt edilmesine yardımcı olur, doğuştan gelir ve sonradan değiştirilmesi neredeyse imkansızdır. Bununla birlikte mizaç, belli başlı noktalarda toplumda genel geçer özelliklerle bir sınıflandırma imkânı sunan özelliklerimizdir. Kişilik bu noktada bir tüketicinin gerçekleştirileceği davranışın karar verme sürecinde ihtiyacı olan bilginin türü ve bu bilgilerin kişi açısından nasıl yorumlandığı gibi durumları etkilemektedir (Odabaşı ve Barış, 2013:191-198).

Bağışçıların kişiliğiyle alakalı araştırmalarda kişiliğin etkisi henüz net bir şekilde tespit edilememiştir. Araştırmacılar kişiliğin farklı boyutlarında yer alan bazı özelliklerin bağış davranışları üzerinde etki edeceğini ileri sürmektedir. Buradaki net olmayan durum kişilik ve bağış hakkında yapılan çalışmaların yetersizliğinden kaynaklanmaktadır. Geleneksel pazarlama da tüketici davranışlarının kişilikle ilişkisi araştırılmıştır (O'Reilly vd., 2012). Kişiliğin farklı boyutlarındaki özelliklerle bağış davranışları arasındaki ilişki yapılan çalışmalara da yansımıştır. Dışa dönük ve aktif kişilerin, bağış yapma eğilimlerinin ve bağış miktarlarının

daha yüksek olacağı bulunmuştur (Cialdini ve Schroeder, 1976). Çalışmalar soğukkanlı olan, rasyonel, mantık düşünce odaklı olan kişiliğe sahip olanların bağış yapma ve gönüllü faaliyetlere katılımıyla ilgili negatif bir ilişkinin varlığından bahsetmiştir (Bekkers ve Wiepking, 2011a; Todd ve Lawson, 1999). Öte yandan otoriter kişiliğe sahip olanlar eşitlikçi kişiliğe sahip olanlara göre kendilerine benzer özellikleri olan yararlanıcıların durumlarına karşı daha çok kişisel sıkıntı duyarlar. Ayrıca kendilerine benzemeyen grupların ihtiyaçlarını görmek onlar için bir sıkıntı oluşturmaz (Bendapudi vd.,1996).

Bireylerin kişisel değerleri onların bağış yaptıkları kurumların faaliyet alanlarına göre tercihlerini etkilemektedir. Bireyler kendi değerleriyle örtüşen kuruluşlara yardım yapma eğilimindedir. Bu onların içlerinde yaşadıkları değerleri ifade etme fırsatı sunmaktadır. Yapılan bir çalışma gönüllü faaliyetler için katılım sağlayan bireylerin kişisel değerlerindeki farklılıklarının organizasyon seçimini etkilediğini göstermiştir. Sağlık gönüllüleri öz saygıyı ön plana çıkarmıştır. Ancak heyecan verici bir yaşam, eşitlik ve güzel bir dünya gibi konularda düşük değer bildirmişlerdir. Eğitim gönüllüleri, başarı ve huzur duygularına önem verirken sanat ve kültür gönüllüleri özgürlük ve güzel bir dünya değerlerine yüksek önem vermişlerdir. Bu konuda kuruluşlar kendi değerlerini oluştururken ya da bağış hedef kitlelerini tanımlarken ve iletişim kurarken değerlerin karşılıklı uyumunu öne çıkarabilirler.

Bireyci kişiliğe sahip olanlar, özgürlük ve kendi gelişimlerine düşkünlerdir. Bu kişiler toplumun genel durumuna karşıt bir görüşü benimserler ve toplumsal normlara aykırı davranış sergileme potansiyelleri yüksektir. Bu görüşe sahip olmaları onları, kişisel özgürlüğü ve toplumda değişim ve dönüşümü vurgulayan, misyon edinen ve bu konularda çalışma yapan kuruluşlara katılmaya yönlendirebilir (Bennett, 2003).

Beş faktör kişilik analizinin kullanıldığı bir çalışmada gönüllülük faaliyetlerine katılım incelendiğinde gönüllülerin duygusal empati ve bağlılık derecelerinin yüksek olduğu görülmektedir. Bu bağlılığın en büyük etkileyicilerinden birisi ise uyumluluk özelliğidir. Uyumluluğun düşük olduğu katılımcılar ise daha çok karşıt görüş bildiren organizasyonları desteklemektedirler. Diğer bulgularda ise kişilik özelliklerinin bağış davranışlarıyla olan ilişkisine sosyodemografik niteliklerin aracılık ettiği bulunmuştur. Nevrotiklik düzeyi düşük olan duygusal kararlı ve açıklık özelliği yüksek kişilerin gönüllü faaliyetlere katılımına eğitim aracılık etmektedir. Ayrıca gönüllü katılıma kişiliğin etkisinde bir diğer aracı değişkenin ise bireysel dini davranışlar olduğu bulunmuştur. Açıklık, dışa dönüklük, perspektif alma ve duygusal kararlılık genel itibarıyla gönüllülük eğilimini artıran kişilik özellikleridir. Gönüllü

faaliyetlere katılımın fırsat maliyeti yüksek kişiler için bu kişilik özellikleri, katılımın fayda algısını artırarak gönüllüğü pozitif etkileyebilir (Bekkers, 2005).

I.5.1.7. Kişisel Faydalar

İnsanlar her zaman saf özgeci bir motivasyonla bağış yapmamaktadır. Yaptıkları bağışları kendi kişisel menfaatleri de yönlendirebilmektedir. Bağışçılar kendi yaşamlarında bir takım sosyal faydalar elde etmek adına yardım kuruluşlarının faaliyetlerinde yer alabilir ve bağış yapabilirler. Kişiler bu anlamda gelecekte kendilerinin de yararlanabileceği (örneğin sağlık yardımları gibi) konularda bağış yapabilirler (Sargeant ve Woodliffe, 2007; Bekkers ve Wiepking, 2011a; Sargeant vd., 2006; Sargeant ve Shang, 2010).

Yapılan çok sayıdaki araştırmanın sonucuna göre kişiler her zaman gerçekten isteyerek bağış yapmazlar. Kişilerin özgeci niyetlerle yapmadığı bağışların arkasında prestij endişeleri ve olumsuz etiketlenmemek olduğu görülmektedir. Konuyla ilgili bir deney yapılmıştır. Bu deneyde bireye kendinden önceki kişinin yüksek bağış yaptığı bilgisi senaryolaştırılarak bağışçıyla paylaşılmıştır. Burada kişilerin bağış davranışının ardındaki motivasyonlar belirlenmeye çalışılmıştır. Bir bağışçının özgeci motivasyonla bağış yapması durumunda diğer kişilerin bağış bilgisinin o kişinin bağışında bir değişikliğe neden olmayacağı öngörülmüştür. Buradan hareketle kişilere bağış yapma teklifinden önce ve sonra olmak üzere iki senaryoda bir önceki bağışçının yüksek bir miktarda bağış yaptığı bilgisi verilmiştir. Kişilerin bu bilgiyi bağış talebinden önce alması bağış davranışını olumsuz etkilerken bağış talebini kabul ettikten sonra alması ise bağış miktarının yükselmesine yol açmıştır. Bu sonuç kişilerin kişisel imajlarının bağış davranışlarına etki ettiği şeklinde yorumlanmıştır (Klinowski, 2021). Yaş değişkeniyle ele alındığında kişinin saygınlığını artırma düşüncesi ile bağış yapma motivasyonu arasında bir negatif ilişkili bulunmuştur. İnsanlar hayatlarının farklı dönemlerinde bağış yapma konusunda farklı motivasyonlara sahip olabilmektedir (Sargeant ve Woodliffe, 2007).

Kişilerin ailelerinin finansal durumları da bağışa etkilemektedir. Özellikle vergi oranlarının bağışa olan etkisi incelenmiştir (Bekkers ve Wiepking, 2011a). Vergi oranlarının azalması bağış miktarlarının artışına neden olabilmektedir. Ayrıcı ailelerin ebeveyn-çocuk ilişkilerinde miras bırakma oranları ve bağış miktarları incelendiğinde, çocuklarının gelirleri yüksek olan kişiler daha çok miktarda bağış yapmakta ve bıraktıkları miras miktarı azalmaktadır (Sargeant ve Woodliffe, 2007; Wiepking ve Bekkers, 2012; Bekkers ve Wiepking, 2011b).

Bağış davranışından önce veya sonra bir hediye almak çeşitli araştırmalarda bağış yapmayı pozitif ya da negatif yönde etkilemektedir. Burada pozitif etkisi olsa bile uzun vadede

yaptığı bağışları sonucunda kayda değer faydalardan yararlanan bağışçılar iç motivasyonlardan uzaklaşabilirler. Böylelikle bağış davranışı karşılıklı bir alışverişe dönüşebilir. Bu duruma ek olarak kişiler geçmişte kendilerine bir şekilde yararı dokunan organizasyonlara karşılıklılık etkisi sonucunda minnettar kalarak bağışta bulunabilir (Bekkers ve Wiepking, 2011a., Sargeant ve Shang, 2010).

Araştırmalar kişisel olarak gurur duygusunun prososyal davranışları etkilediğini bulmuştur. Öz kimlikleri hakkında olumlu hisler uyandıran bu duygu kişilerin bağış yapma olasılığını artırmaktadır. Gurur duygusunun bağış davranışına etkisine aracılık eden motivasyon ise kişinin bir statü ve konum elde etme ve tanınma ihtiyacıdır. Bir çalışmada gururun bağış yapma olasılığını etkilediği tespit edilmesine karşılık, bağış miktarını artırmadığı bulunmuştur (Paramita, 2020; Sargeant ve Shang, 2010).

I.5.1.8. Sosyal Adalet

Sosyal adalet teorisini merkeze alarak ortaya atılan bir görüşte kişilerin haksızlığa uğramaları sonucunda mağdur olmaları onların içindeki adil dünya inancını harekete geçirir ve mağduriyetlerini gidermeye çalışırlar. Dolayısıyla bağışçılar açısından ihtiyacın kaynağı oldukça önemlidir. Diğer bir ifadeyle ihtiyaca kişinin kendisinden mi yoksa kontrol edemediği dış faktörlerin mi neden olduğu önemlidir. Bağışçılar, yaşanan durumun sebebinin kendisinden kaynaklanmayan ihtiyaç sahiplerine daha çok yardım ettikleri görülmüştür. Örneğin kötü alışkanlıkları neticesinde hastalanan bir kişiye yardım etmek ile kendi davranışlarından bağımsız olarak bir sağlık problemi ya da doğal afete maruz kalan kişilere yardım etmek gibi. Ayrıca ihtiyaç süresinin belirli bir zamanla sınırlı olduğu ve az rastlanan durumlarda bağışın artacağı görülmüştür (Sargeant ve Woodliffe, 2007; Sargeant ve Shang, 2010).

I.5.2. Dışsal Motivasyonlar

I.5.2.1. Cinsiyet

Bağış davranışlarının cinsiyete göre farklılaşması konusu sık araştırılan bir konu olmaktadır. Kadınlar erkeklere göre daha fazla bağış yapma ve gönüllü faaliyetlere katılma eğilimindedirler (Lee ve Chang, 2007). Yapılan çalışmalar sonucunda kadınların erkeklerden daha sık bağış yaptığı, ancak bağış miktarlarının cinsiyet açısından farklılaşmadığı tespit edilmiştir. Kadınlar daha çok tek seferlik bağışlara yönelmekte ve bağışları akıl odaklı değil kalp odaklı yapmaktadırlar. Ayrıca kadınlar, bağışların nasıl kullanılacağına dair bilgi sahibi olmak istemekte ve bağışlarının kullanım şekillerini kendileri belirlemek isteyebilmektedirler.

Demografik değişkenlerin ele alındığı çalışmalarda birçok farklı sonuç ortaya çıkmaktadır. Bu alışmalar birbiriyle çelişiyor gibi görünse de aslında bu durum kişilerin birçok değişkenin etkiletişimi sonucu bağış yaptığının göstergesidir. Diğer durumlar kontrol edildiğinde cinsiyete göre oluşan farklılıklarda azalma görülmektedir. (Sargeant ve Woodliffe, 2007; Cialdini vd., 1987; Wiepking ve Bekkers, 2012; Sargeant ve Ewing, 2001).

ABD’de bir çalışmada kadınların erkeklere göre dini konularda daha fazla bağış yaptığı bulunmuştur. Bu durumun tam ters çıktığı araştırmalar da bulunmaktadır. Ayrıca başka bir araştırma yoksul ve muhtaçlara kadınların daha fazla bağış yaptığını ortaya koymuştur. Kadınların kişisel özellikleri ve empati eğilimlerinin fazla olması bağış davranışlarının yüksek olmasına aracılık ettiği bir diğer bulgudur. Kadınların bağış miktarının erkeklere göre az olması, gelir ve eğitim seviyesi gibi değişkenlerle beraber değerlendirildiğinde anlamsızlaştığı görülmüştür. Bağış sıklıklarındaki yükseklik ise sosyal çevrelerinin genişliği nedeniyle daha fazla bağış talebine maruz kalmalarıyla da açıklanabilir. Kadınların aynı zamanda bulundukları sosyal çevredeki sergilenmesi arzu edilen uygun davranışların ne olduğunu kestirebilme sezgileri daha kuvvetlidir. Böylece bağış davranışının uygun bir sosyal davranış olması, kadınların daha fazla bağış yapmalarıyla ilgili görülmektedir (Wiepking ve Bekkers, 2012).

I.5.2.2. Yaş

Yaş faktörü, kişilerin bağış davranışı olasılığı ve bağış miktarına etki eden bir değişkendir. Bağış davranışını da kapsayan prososyal faaliyetler yaşın artışıyla beraber artmaktadır. Daha yaşlı bireyler gençlere göre daha fazla bağış yapma potansiyeline sahiptirler. Yaşın bağış davranışlarıyla olan pozitif ilişkisini yansıtan bağış eğrisi, yaş arttıkça artan ve 50-64 yaş arasında zirveye ulaşan, 65 yaşından sonra düşüşe geçen bir yapıya sahiptir. Yaşın ve diğer bağış değişkenlerinin birlikte ele alındığı çalışmalarda yaşın doğrudan bağış yapma ile ilgili anlamlı bir ilişkisi bulunamamıştır. Burada dikkat edilmesi gereken nokta yaş ile korelasyon içinde olan diğer değişkenlerin de göz önünde bulundurularak değerlendirilmesidir. Örneğin dindarlık ve gelir durumu gibi değişkenler yaş ile ele alındığında farklı sonuçların ortaya çıkması muhtemeldir (Bekkers, 2010, Lee ve Chang, 2007; Sargeant ve Ewing, 2001; Bekkers ve Wiepking, 2011b; Sargeant ve Shang, 2010).

Yaş ile ilişkili başka bir konu ise kişilerin yaşam dönemleridir. Her yaşam dönemi kendine göre birtakım konular etrafında şekillenmektedir. Hastalıklar, çevrede yaşanan olaylar ve kişiler gibi durumlar kişilerin bağış konularına olan duyarlılığını da artırmaktadır. Yaşın artışı ile insanların lme yaklaşması olgusu da bağış ile ilişkiler bağlamında etkili olabilmektedir. Bir alışma, kişilere ölümün hatırlatılmasıyla bağış davranışlarına olan eğilimin

arttığını ortaya koymuştur. Kişilerin ölümü hatırlamasıyla birlikte bağış yapmaları onların psikolojik olarak iyi hissetmelerini sağlamaktadır (Bekkers ve Wiepking, 2011b).

Kişilerin yaşam dönemlerine göre bağış yaptıkları kurumun türü de değişmektedir. Yapılan bir çalışma 18-24 arası yaştaki gençlerin yaşlılarla ilgili çalışma yapan kurumlara daha az katılım gösterdiğini ancak üçüncü dünya ülkelerine ve çevresel konulara daha çok ilgi duyduklarını ortaya koymuştur (Bennett, 2003).

I.5.2.3. Eğitim

Yardım etme davranışı eğitim düzeyi ile doğru orantılıdır (Sargeant ve Shang, 2010). Ayrıca yüksek eğitimli olmak kişisel gelire oranla daha fazla bağış yapma eğilimi ile ilişkilidir. Bazı çalışmalarda eğitim durumu kontrol edildiğinde bilişsel yeteneklerin yüksekliği ile yapılan bağışlar arasında pozitif ilişkiler ortaya çıkmıştır (Bekkers ve Wiepking, 2011b). Yüksek eğitimli bireyler yaşadıkları dünya konjonktürüne daha hâkim ve bu konuda daha fazla bilgi sahibidirler. Böylece bu kişiler de toplumsal sorunlar ve ihtiyaçlar konularında bilgi seviyeleri yüksek olmakta ve duyarlılıkları artmaktadır. Bunun sonucunda bağış yapmaları ve gönüllü organizasyonlara katılım sağlamaları daha olasıdır. (Bekkers, 2010).

I.5.2.4. Gelir Durumu

Birçok çalışmada gelir ile bağış miktarı arasında pozitif ilişkiler bulunmuştur. Gelir arttıkça yapılan bağış miktarı da artmaktadır. Ancak gönüllü faaliyetlere katılım zaman açısından bir fırsat maliyeti oluşturduğu için yüksek gelirli kişilerde daha az ortaya çıkmaktadır. Bekkers (2005) yaptığı bir çalışma da yüksek gelirin gönüllü katılımı etkilemediğini belirtmiş ve bu durumu STK'ların mobilizasyon stratejilerinin etkisiyle açıklamıştır (Verhaert ve Poel, 2011, Bekkers, 2010, Lee ve Chang, 2007, Wiepking ve Bekkers, 2012; Todd ve Lawson, 1999; Sargeant ve Shang, 2010).

İnsanların gelir seviyeleri ile bağış sıklıkları arasında farklılıklar bulunmaktadır. Kişilerin gelirlerindeki artış oranı bağışlarındaki artışa daha az yansımaktadır. Aynı zamanda yüksek ve düşük gelir seviyesindeki aileler orta gelirli ailelere göre gelirlerine oranla daha çok bağış yapmaktadır. Başka çalışmalarda ise yüksek gelirli aileler düşük gelirli ailelere göre gelirlerine oranla daha az bağış yapmakta oldukları ortaya çıkmıştır. İngiltere'de yüksek gelir sahibi insanların eğitim, kültür, sanat, çevre ve kalkınma konularında bağış yapma eğiliminin fazla olduğu bulunmuştur. Daha düşük gelire sahip olanlar ise hayvanlar ve uluslararası yardım kuruluşlarına yardım etme eğilimine sahiplerdir (Wiepking ve Bekkers, 2012; 48).

Bireylerin gelir durumlarının artışının bağış miktarını artırmasının yanı sıra başka faktörlerde mevcuttur. Kişilerin kendi finansal durum algıları da bağış üzerinde etkilidir. Öznel finansal algının, nesnel finansal durumlardan bağımsız olarak bağış yapma ile pozitif ilişki içerisinde olduğu yapılan çalışmalarla ortaya konulmuştur. Finansal durumunun iyi olduğunu algılayan kişilerin daha çok bağış yaptığı görülmüştür. Bir diğer etken ise kişilerin değerleridir. İnsanların değerleri, daha büyük bir finansal kaynağa sahip olmanın dış dünyaya karşı bir sorumluluk duygusu hissetmelerine sebep olabilir. Ayrıca kişiler gelecekte kendilerinin ve çocuklarının finansal durumlarının iyi olacağını algıladıklarında da daha cömert olmaktadır (Wiepking ve Bekkers, 2012; Sargeant ve Ewing, 2001).

Düşük ve yüksek gelirli kişilerin yaptıkları bağışlarda kısa ve uzun vadeli etki düşüncesinin de bağış miktarı ve konusu hakkında etki gösterdiği düşünülmektedir. Düşük gelirli kişilerin, yoksul insanlar için verilebilecek küçük bir bağışın bile etkili olacağı mesajları içeren taleplere karşı duyarlı olacağı ve bağış yapma olasılıklarında artış görüleceği belirtilmektedir. Yüksek gelirli kişiler ise ihtiyacın kökünden ve sürdürülebilir bir amaçla bağış yapmaktadırlar (Sargeant ve Ewing, 2001). Bir araştırma da yüksek gelirli kişilerin daha çok üçüncü dünya ülkelerine ve çevre konularında yüksek oranda bağış yapma potansiyeli olduğu çıkarken, evsizlik ve çocuk konuları için düşük bir eğilime sahip oldukları görülmüştür. Düşük gelirli kişilerin tercihi ise tam zıttı olarak değerlendirilmiştir (Bennett, 2003).

1.5.2.5. Medeni Durum

Yapılan bir çalışmada evli bireylerin bekarlara göre gönüllü faaliyetlere daha fazla katıldığı bulunmuştur. Çok sayıda araştırma evlenme ile bağış yapma olasılığı arasında pozitif ilişkiyi ortaya koymuştur (Wiepking ve Bekkers, 2012; Sargeant ve Shang, 2010). Bir kişinin evli olması ve aile sorumluluğunu üstlenmesi o kişinin sorumluluk duygusunu artıracaktır. Böylece diğer kişilerin ihtiyaçlarına karşı daha duyarlı olmaktadır (Lee ve Chang, 2007). Evli çiftlerin bağış kararlarında kişisel veya birlikte alınan kararlar birbirinden farklı olmaktadır. Evde bağış kararını kadınların verdiği çiftlerin erkeklerin karar verdiği çiftlere göre eğitim ve sağlık konularında daha fazla bağış yaptığı bulunmuştur. Aynı zamanda kişilerin evlendikten sonra dini ve akademik organizasyonlara bağış yapmaları arasında da pozitif ilişki ortaya çıkmıştır. Evli çiftlerin hane gelirine olan erişimleri bağış kararına etki etmektedir. Erkek ve kadının eşit bir şekilde ortak bir hesapla iş gördüğü hanelerde büyük bağış kararları birlikte verilmekteyken, küçük ve plansız gelişen bağışlara ise ayrı ayrı karar vermekte oldukları bulunmuştur. ABD’de yapılan bir çalışmada bekar ve evli kadınlar ile evli erkeklerin, bekar

erkeklerden; İngiltere’de yapılan bir çalışmada ise bekar kadınların bekar erkeklere göre daha fazla bağış yaptığı bulunmuştur. İsviçre’de Zürih Üniversitesi’nde yapılan bir araştırmada evli öğrencilerin bekar öğrencilere göre daha fazla bağış yaptığı görülmüştür (Wiepking ve Bekkers, 2012).

I.5.2.6. Çocuk Sahipliği Durumu

Bağış ile çocuk sahibi olma değişkeninin ölçüldüğü çalışmalarda, çocuk sahibi olanların bağış yapma olasılıkları ve bağış miktarları arasında pozitif ilişki bulunmuştur. Ancak gelire oranla yapılan bağış miktarı düzeyi çocuklu ailelere nispeten çocuksuz ailelerde daha yüksektir (Sargeant ve Shang, 2010). Hanedeki birey sayısının artması dini bağışlarla pozitif ilişkili, seküler bağışlarla ise ilişkisiz bulunduğu çalışmalar mevcuttur. Ayrıca çocuk sahibi olan bireylerin, çocuklarla ilgili çalışma yapan kuruluşlara bağış yapma ile pozitif eğilim sahibi olduğu bulunmuştur. Çocukların yaşlarıyla ve sayısı ile alakalı yapılan çalışmalarda ise Endonezya’da 14 yaş altı çocuk sayısının bağış eğilimi ve miktarıyla negatif ilişkili olduğunu, Tayvan’da yapılan çalışmada ise hanedeki kişi sayısının bağış miktarını azalttığı bulunmuştur (Wiepking ve Bekkers, 2012).

Çocuk sahibi olmak kişilerde diğer insanların ihtiyaçlarına olan farkındalığı artırır. Empatik endişesi ve dindarlık seviyesi daha yüksek olan insanların daha çok çocuk sahibi olma eğilimine sahip oldukları gözlemlenmiştir. Kadınların çocuk sahibi olmalarıyla empatik endişeleri arasında bir bağ bulunmaktadır. Bunun sonucunda kadınların erkeklere göre daha çok prososyal davranışlar sergilemesi durumunun da etkisi olabilmektedir (Wiepking ve Bekkers, 2012).

I.5.2.7. Sosyal Etki

İnsanlar çevrelerinden ve diğer insanların davranışlarından etkilenirler. Aynı zamanda etrafındaki kişilerin onayını almak ya da bulunduğu toplumdaki normlara uymak konusunda da bir eğilime sahiplerdir. Bağış yapma konusunda da bu faktörlerin yadsınamaz etkileri mevcuttur. Yapılan çalışmalarda kişilerin, diğer insanların bağış yaptıklarını bilmesinin bu davranışı olağan bir davranış olarak görmelerini, bağış yapılan kuruma güvenmelerini ve yüksek derecede uyum göstermelerine neden olduğu bulunmuştur. Yine kişiler yapılan bağış talebinin dost, akraba gibi kendisine yakın kişilerden gelmesi durumunda daha cömert bağış yaptıkları görülmüştür. Kişilerin bağış ve gönüllülük faaliyetlerine katılması, çevresinde davranışlarını takdir edecek ya da kınayacak kişilerin görmesi durumunda artmaktadır. Bu sosyal bağlantı güçlü ve kişiye yakınsa etki artmakta, daha uzak ya da daha sonra görmeyeceği kişilerse azalmaktadır. Kişilerin yaptıkları bağış miktarlarının diğer bağışlara oranla büyüklüğü hakkında bir geri bildirimin ve diğer insanlar tarafından bağışlarının bilinmesinin pozitif etkisi

de yapılan çalışmalarda ortaya koyulmuştur (Sargeant ve Woodliffe, 2007; Klinowski, 2021; Bekkers ve Wiepking, 2011a; Bekkers, 2010; Paramita, 2020).

İnsanlar zorunlu ya da gönüllü olarak birtakım topluluklarda yer almaktadırlar. Bu topluluklarla aidiyet kurmak ise kişisel bir ihtiyaçtır. Yapılan bir araştırmada kişinin yer aldığı siyasi veya sanatsal topluluklarla yaptığı bağış sıklığı arasında bir ilişki bulunmuştur. Kişiler topluluğun bir bireyi olarak aidiyet duygularının etkisiyle bağış yapmaktadırlar. Ancak yardım kuruluşları kampanyalarında belli bir topluluğu öne çıkardığında bağışçılarda bir dış motivasyon koşullanması oluşturabilmektedir. İçsel motivasyonlar yerine bu şekilde koşullanan kişiler, topluluklarından ayrılmaları sonucunda bağış davranışlarına da son verebilirler. İçinde bulunulan bir sosyal topluluğun büyüklüğü ile yapılan bağış oranlarının düştüğü görülmüştür. Bu durum kişilerin daha az sosyal baskı hissetmesiyle de açıklanabilir (Sargeant ve Woodliffe, 2007, Bekkers ve Wiepking, 2011a).

Bağışçılar kendisi dışındaki aktörlerin yapmış olduğu bağışlardan etkilenip bağış miktarlarını değiştirebilirler. Kişilerin, devlet ya da cömert bağışçıların bir konuda yardım yaptıklarını bilgisinin bağışlarda düşüşe yol açtığı birçok çalışmada görülmüştür. Bu etkiye dışlama etkisi (Crowding Out) denmektedir (Bekkers ve Wiepking, 2011a).

I.5.3. Organizasyon Etkisi

I.5.3.1. Kurum İmajı

Sivil toplum kuruluşları misyonları ve faaliyetleriyle bir marka kişiliği oluşturmaktadır. Bu kişiliklerinin bağışçılar nezdindeki konumları onların bağış toplama etkinliklerinde doğrudan etkili olmaktadır. Bağışçı için STK'nın imajı konusunda bir eksiklik ya da olumsuzluk söz konusu ise bağış talepleri ve iletişim girişimleri başarısız olabilir. Bağış talebinde bulunan kuruluşun bağışçılar nezdinde bir takım usulsüz ve illegal durumlarla ilişkili bir algıya sahip olması da bağış oranlarını düşürmektedir (Sargeant ve Woodliffe, 2007; Bekkers, 2010). Yapılan araştırmalarda eski ve köklü yardım kuruluşlarının daha çok bağış ve gönüllü kitlesine sahip olduğu belirlenmiştir. Ancak burada kuruluşun faaliyet gösterdiği alana ve ülkelere göre organizasyon yaşının da etkisi değişebilmektedir. ABD'de kültür, sanat ve bilimsel çalışmalar alanında çalışma yapan organizasyonlarda organizasyon yaşının önemli olduğu görülürken, bilimsel ve yüksek öğretim kurumlarını destekleyen organizasyonlarla yapılan bir başka çalışmada negatif etki bulunmuştur. Singapur ve Norveç'te yapılan çalışmalarda ise organizasyon yaşının pozitif etkisi görülmüştür (Bekkers ve Wiepking, 2011a).

Yardım kuruluşlarının yüz yüze yaptıkları bağış taleplerinde bağış toplayıcı görevlinin cinsiyeti ve görüntüsü birincil değerlendirme unsuru olmaktadır, kitle iletişim araçları

üzerinde yapılan bağış taleplerinde kurumların imajı daha etkili olmaktadır (Bendapudi vd.,1996).

I.5.3.2. Bağış İstenme Şekli

Bağışçılar tarafından yapılan bağışların çoğu bir talebe karşılık yapılmaktadır (Bekkers, 2010; Sargeant ve Shang, 2010). Yapılan incelemeler, talebin bağış yapma olasılığını artırdığını göstermektedir. Ancak bu diğer etkenler göz önüne alınmadan sadece talep etmenin verimli olacağı sonucunu ortaya çıkarmaz (Bekkers ve Wiepking, 2011b). Bu durumda sık talepler bağışçı yorgunluğu oluşturabilir. Talep etme sıklığı konuya ve diğer etkenlere göre artırılabilir ya da daha uzun vadeli katılım sağlanabilmesi adına azaltılabilir. Sık talepler otomatik olarak bir reddetme tutumuna yol açabilir. Talep şekli kitlesel olabildiği gibi kişisel de olabilmektedir. Her iletişim aracında benzer yöntemlerle bağış talep etmek aynı etkiyi oluşturmayabilir (Bekkers, 2010; Bekkers ve Wiepking, 2011a). Bağış talebinde bulunurken istenilen tutarın büyüklüğü bağış davranışının etkileyicisidir (Ranganathan ve Henley, 2008). “Her kuruş yardımcı olur” mesajıyla yapılan bağış talepleri yüz yüze iletişim şeklinde artışa neden olurken, kişisel olmayan iletişim şekillerinde daha az etkilidir.

Bağış taleplerinde kişilere özel mesajlar ve talebin net bir şekilde ortaya konulması önemlidir. Belirsiz ve net olmayan mesajlar talebe olan uyumu azaltmaktadır (Sargeant ve Ewing, 2001). Bağışçılara kendi tercihlerini yapabilecekleri bağış miktarı ya da bağış türü sunmanın (5 TL, 20 TL, 50 TL gibi) bağışçıların davranışlarını olumlu bir şekilde etkilediği görülmüştür. Ayrıca yapılacak olan bağışın miktarsal olarak hangi ihtiyacı gidereceğini açıklamakta belirsizliğin giderilmesinde de etkili olabilmektedir. İlk bağış talebinin küçük miktarlar mı yoksa büyük miktarlar mı olması gerektiği konusunda farklı stratejiler ortaya atılmıştır. Bir kısım araştırmacılar yüksek bir miktarla başlayıp bu miktarın reddedilmesi sonucunda daha düşük bir teklifin karşılıklı bir taviz olarak algılanacağını ve bağış davranışını etkileyeceğini öne sürmüşlerdir. Diğer araştırmacılar ise başlangıç olarak nihai bağış talebinden daha düşük tutarlar talep ederek bir sonraki taleplerin de olumlu karşılanmasını sağlayacağını savunurlar. Yeni bağışçı elde etme sürecinde ise küçük taleplerle başlayarak kademeli bir artış daha işe yarar olacaktır (Sargeant ve Woodliffe, 2007; Sargeant ve Shang, 2010).

Bağış iletişiminde sıcaklık ve samimiyet önem arz etmektedir. Kişilerin duyguları bağış davranışının en önemli etkileyicilerindendir. Bireyler mevcut ruh hallerine göre tutarlı davranma eğilimindedirler. Bağış talebinden önce bağışçılara nasılsınız diye sorulması ve cevap olarak iyi bir ruh halinde olduğunu belirten bağışçıların bu durumlarına uygun olarak hareket etmesi ve bağış talebine olumlu bir karşılıklıta bulunması yüksek ihtimaldir (Sargeant ve Woodliffe, 2007).

Talep eden kişinin profili de bağış etkileyen unsurlardandır. Bağış talebinde bulunan kişinin cinsiyeti ya da yakınlık derecesinin etkisi çalışmaların bulguları arasındadır. Bir diğer önemli husus ise bağışçı algısıdır. Bağışçının benlik algısı ve STK'nın imajı arasındaki uyum ve ihtiyaç sahibinin nasıl betimlendiği bağışçı algısının etkileyicilerindendir. Olumlu içeriklerle yapılan bağış talepleri bağışçıya kendini kötü duygular hissetmesine yol açan içeriklerden daha etkili olmaktadır (Sargeant ve Woodliffe, 2007; 19).

Geçmiş bağış davranışının gelecek bağış davranışını etkileyeceği birçok çalışmada ortaya konmuştur. Bağışçının önceki davranışları sonraki davranışlarına referans olmaktadır (Sargeant ve Woodliffe, 2007). Kuruluşların bağışçıları bir önceki bağış davranışlarının toplumda olumlu kabul gören cömert ve yardımsever gibi sıfatlarla etiketlenmesi gelecek bağışlar için katkı sağlamaktadır. Bağışçılar etiketlemeyi yapan kuruluşun toplumda güçlü bir imaja sahip olması durumunda daha değerli bulmaktadırlar. Böylece benlik algıları bu etiketlemeler doğrultusunda pekişen kişiler, sürdürülebilir bağış davranışı için motive olmaktadır (Bekkers ve Wiepking, 2011a; Bendapudi vd.,1996).

Kişilerin özgürlüklerinin kısıtlanmasını hissetmesi durumu psikolojik bir direnç oluşturabilir. Buna direnç teorisi denmektedir. Kişilere yapılan güçlü bağış talepleri onların kaynaklarını özgür harcayabilme iradelerinin kendilerinden alınması gibi bir tehdit hissetmelerine sebep olabilir. Örneğin bağış talebinde bulunulduğunda kullanılan ihtiyaçlı bir kişinin fotoğrafını görmek kişilerde bir baskı oluşturabilir. Ancak nispeten acil ihtiyaçları giderilmiş bir kişinin fotoğrafının görülmesi durumunda kişinin üzerinde oluşan zorunluluk baskısı azalabilir ve yardım talebine uyumu artabilir (Bendapudi vd.,1996; Sargeant ve Shang, 2010).

1.5.3.3. Güven

Güven kişilerin beklentilerinin karşılanacağı inancına dayanmaktadır. Güven, müşteri ilişkilerini ve dolayısıyla sadakatini etkileyen önemli bir unsurdur. Birçok çalışma güvenin, bireylerin ilişkide bulunacağı organizasyon seçiminde etkili olduğunu ortaya koymuştur. Halihazırda kurulmuş olan bir ilişkide ise bağlılığı artırdığı görülmüştür. Kâr amacı gütmeyen kuruluşlarda ise bağışçılar, yaptıkları bağışların belirtilen ihtiyaçlar için kullanılacağına güvenmek zorunda kalmaktadırlar. Bu noktada katılımın ve sürdürülebilir bir bağlılık ilişkisinin kurulması ile güven duygusu doğrudan ilişkilidir. Yapılan odak grup çalışmaları bağışçıların, bağışlarının ilgili organizasyonlar tarafında verimli bir şekilde kullanılacağını görmesinin güven duygusu üzerinde etkili olacağını göstermektedir. Bu bulgular iletişimin ve organizasyonel verimliliğin, bağış davranışlarını yönlendiren güvenin temel dinamiklerini oluşturduğunu göstermektedir (Sargeant vd., 2006). Kişilerin kurumlarda bizzat gönüllü olarak

rol almaları, o kuruma olana güveninin artmasını sağlamaktadır. Güvenin sağlanması da gelecekte gönüllü faaliyetlere katılımı ve bağış davranışlarını artırabilmektedir (Bekkers, 2010).

Teorik bulgular, güvenin göstergelerini beş davranışta açıklamaktadır. Bunlar, iletişim açıklığı, ilişki yatırımı, etki kabulü, kontrol azaltma ve fırsatçılıktan kaçınmadır. Bağışçı ilişkileri açısından değerlendirilecek olursa, etki kabulü, kuruluşun ve bağışçının birbirleri üzerindeki etkilerini kabul derecesidir. Bağışçıların, ilgili kurumun kurumsal politikalarına etki edebileceğini düşünmesi de güveni sağlayacaktır. Bağışçılar, kuruluşların fonlarını doğru yerlere kullandığını bildiği ve güvendiği kuruluşlara daha yüksek miktarda bağışta bulunmaktadırlar (Sargeant ve Lee, 2004).

Sargeant ve Lee (2004) yaptıkları bir çalışmada güvenin bağış davranışını doğrudan mı yoksa dolaylı olarak mı etkilediğini test etmişlerdir. Bir model geliştiren araştırmacılar, güveni bağlılığın etkileyicisi olduğunu, bağlılığında bağış davranışını etkilediğini bulmuşlardır. Güven, bağlılığında olduğu ilişkilerde bağış davranışını etkilemektedir. Bu konuda yapılan önerilerde, kuruluşların ilişki yatırımı ve karşılıklı etki konularında gönüllü faaliyetlere katılımının teşvik edilmesi; iletişim kabulünde, bağışçıların iletişim tercihlerini dikkate alma; fırsatçılıktan sakınmada ise farklı birçok bağış türünün sunumu ve düzenli bir bağış programına katılımları önemli olacaktır. Yapılan çalışma bulgularında ise fırsatçılıktan kaçınma ve iletişim kabulü bağlılığa en önemli etki eden faktörler olmuştur (Sargeant ve Lee, 2004).

1.5.3.4. Faaliyetlerde Etkinlik

Bağışçıların bağış yapacakları kurumlarda dikkat ettikleri en önemli hususlar; verimli kaynak kullanımı, yaptığı çalışmalarda etkinlik durumu ve bilinirlik düzeyidir. Faaliyetlerin etkinliğin yapılması, planlanan işlerin ne kadarının tamamlandığıyla ilgili bir durumken, etkililik yani verimlilik ise kaynak kullanımının yönetim ve bağış toplama giderleri ile ihtiyaç sahibine yardım için kullanılma oranına göre değerlendirilmesidir. Yapılan çalışmalar kurum imajının oluşumda etkili olan organizasyon performansının ve bağışların etkin kullanımının bağış oranlarını artırdığını ortaya koymuştur (Webb vd., 2000; Bendapudi vd.,1996). Araştırmalar pahalı bağış toplama araçlarının kullanılmasının bağışları azaltacağını ortaya koymaktadır. Güvendiği bir hayır kurumuyla ilişkide olan bağışçılar yardım harcamaları dışındaki maliyetlerin daha düşük olması gerektiğine inanırlar (Sargeant vd., 2006). Bağışçılar yönetim giderleri ve yardım faaliyetlerine sarf edilen finansal kaynakların oranlarına da dikkat etmektedirler. Yönetim masrafları için oranın %20, farklı çalışmalarda ise ideal oranın %40 olabileceği ve geriye kalanın yardım faaliyetlerinde kullanımının olumlu olarak algılandığı ve

bağışlarını artırmalarını sağladığı bulunmuştur. Yönetim şeklinin ve yöneticilerinin kötü ve başarısız algılanması da bağışları olumsuz etkilemektedir. Yardım kuruluşlarının algılanan profesyonellik düzeyinin bağış davranışlarına yansımaları ise ülkelere göre değişiklik göstermektedir. ABD’de algılanan profesyonellik, bağış davranışına pozitif etki ederken, İngiltere’de ise durum tam tersidir (Sargeant ve Woodliffe, 2007).

STK’ların algılanan kalitesi ve bağışçılara sağladıkları hizmet ve olanaklardan memnuniyetin, gelecek bağışlar üzerinde olumlu etki oluşturduğu yapılan bir çalışmada ortaya koyulmuştur (Sargeant ve Woodliffe, 2007).

I.6. Bağış Biçimleri

I.6.1. Doğrudan Bağış

Kişiler maddi değerlerini ya da zamanları ve yetenekleri gibi soyut değerlerini doğrudan ya da çeşitli kurumlarla dolaylı olarak bağışlayabilmektedirler. Bireysel olarak doğrudan yapılan bağışlar gayri resmi olmakla birlikte yardımcı olunan kişiyle daha yakından kurulan etkileşim sonucu daha çok tercih edilmektedir. Bu durum ihtiyacın bizzat görülmesi gibi avantajlar sağlar. Türkiye’de yapılan bir çalışmada bağışların çoğunlukla doğrudan yapıldığı bulunmuştur.

Bağışçıların doğrudan bağışları tercih etmesinin en büyük nedenlerinden birisi bağış miktarlarının küçük olmasıdır. Türkiye’de gerçekleştirilen çalışmada kişilerin önceliklerinin en yakınlarına ve doğrudan bağış şeklinde olduğu görülmüştür. Doğrudan bağışın diğer etkileyicileri ise imaj gibi bencil motivasyonlar olabilmektedir. Aynı zamanda bağış yapanlar, yaptıkları kişinin ihtiyaçlarını bizzat görmeyen ve yaptığı bağışın yararlanıcıya etkisini görmek istemektedirler. Bireysel bağışın tercih edilmesine yol açan diğer bir durum ise yardım kuruluşlarına olan güvenin ve organizasyonlar hakkındaki bilginin bağışçılar nezdinde oluşan eksikliği de olabilmektedir (Tiltay, 2014:40-50).

I.6.2. Dolaylı Bağış

İnsanların dolaylı olarak kurumlar aracılığıyla bağış yapma motivasyonları, onların bağış kaynaklarını daha etkin bir şekilde değerlendireceği algısıyla oluşabilmektedir. Dolaylı bağışlar farklı amaçlar etrafında da şekillenebilmektedir. Özellikle işletmeler özgeci bir amaç yerine daha çok tüketicilerde olumlu bir imaj konumlandırması yapmak için sosyal sorumluluk projeleri düzenleyebilmektedirler. Yardım kuruluşları dolaylı bağışlarını ve kaynaklarını artırmak için işletmelerle iletişim kurmaktadır. Bu etkileşim, iş adamlarının kâr odaklı yönetim ve pazarlama perspektiflerinin kâr amacı gütmeyen kuruluşlarının yönetim

stratejilerini etkilemiştir. Bu sürecin gelişmesiyle birlikte yardım kuruluşları çeşitli pazarlama stratejileriyle bağış toplamaya yönelmişlerdir. Sosyal pazarlama gibi disiplinler bu konuda organizasyonlara katkı sağlamıştır (Tiltay, 2014:43-49) Geleneksel bağış toplama, yeni dönemde stratejik yani dolaylı bağışlara yönelimi artırmaktadır.

I.6.3. Gönüllülük Faaliyetlerine Katılım

Zaman ve yeteneklerini toplumsal bir fayda için karşılık beklemeden kullanan kişilere gönüllü denmektedir. Maddi bağışlarda olduğu gibi gönüllü faaliyetlere katılım üzerinde etkili olan birçok değişken bulunmaktadır. Bu konudaki literatürde bireylerin dindarlığı ve eğitim düzeyi gönüllülük faaliyetlerine katılım üzerinde pozitif bir etki sahibi olduğu görülmektedir. Yapılan çalışmalar kadınlar, genç insanlar, evli bireyler, kendilerini daha dışa dönük ve empatik endişesi yüksek ve uyumlu kişilerin gönüllü faaliyetlere katılım niyetlerinin daha yüksek olduğunu göstermektedir. Bu sonuç, bu şekildeki demografik yapıya sahip kişilerin daha çok gönüllülük talebiyle karşılaşmaları durumuyla da açıklanabilir. Yapılan talepler ise STK faaliyetlerine yönelik farkındalığı artırmaktadır. Bu bulguların yanı sıra şehirleşmenin ve gelirin artmasının gönüllülük faaliyetlerine katılıma olumsuz etkisi söz konusudur. İnsanlar kendilerine gelen gönüllülük taleplerinde faaliyetin az bir zaman alacağını bilmesi ve kendisine yakın olan bir kişiden gelmesi durumunda daha olumlu bir karşılık verme eğilimi göstermektedir. Önceden katılınan gönüllü faaliyetler sonraki gönüllü faaliyetler üzerinde etkili olmaktadır (Bekkers, 2010, Lee ve Chang, 2007). Gençlik yıllarında gönüllü faaliyetlere katılım daha sonraki yaşam dönemlerinde yapılacak bağış davranışlarıyla ilişkilidir. Ayrıca ebeveynlerin gönüllü faaliyetlere katılımı çocukların bu kültürle büyümesine ve gönüllü olarak hayırsever davranışlarda bulunmalarına katkı sağlamaktadır (Bekkers ve Wiepking, 2011b).

Bir araştırma kapsamında “bir dakika bile yardımcı olur” şeklinde düzenlenen ifadeyle yapılan gönüllü hizmet katılım deneyinde, “bir kuruş bile yeter” stratejisiyle istenilen maddi bağışa oranla bu talebe uyum sağlayanların oranının daha düşük olduğu bulunmuştur. Bu sonuçtan kişiler nezdinde gönüllü hizmetlerde bulunmanın bağış yapmaya oranla algısal olarak daha zor geldiği çıkarımına varılmıştır. Yine empati duygusunun bir boyutu olan perspektif alma özelliği yüksek olan kişiler, düşük olan kişilere göre gönüllü hizmet talebine daha çok uyum göstermişlerdir. Kişilerin, karşısındakinin perspektifini almasının kişisel bir sıkıntı doğurduğu ve sorumluluk duygusunu artırdığı için küçük bir katılımın bile bu durumu düzeltebileceği düşünülmektedir. “Bir Dakika Bile Yardımcı Olur” stratejisi algılanan yükü hafifleteceği için yararlı olabilecektir (Takada ve Levine, 2007).

Bireylerin gönüllü katılımının dışsal motivasyonları olduğu gibi içsel motivasyonları da vardır. Bu motivasyonlar, hayatlarında bir anlam duygusunu elde etmek, kendi değerlerini ve benliklerini gerçekleştirmek, insanların gelişimine katkıda bulunmak ve istihdam edilme gibidir. Bir psikografik değişken olarak kişilik bağlamında ele alındığında, dışa dönük, barışçıl ve empati özelliklerini kendilerinde barındıran kişilikler gönüllülük ile daha ilgilidirler. Ayrıca politik ve post materyalist değerlere önem veren kişilerin de gönüllü organizasyonlara katılım düzeyi yüksektir (Bekkers, 2005).

1.7. Bağış Artırmada Kullanılabilecek Stratejiler ve Kuramlar

Hedef Belirleme Kuramı: Kazanılması istenen alışkanlığın hedefler konarak benimsenmesidir. Burada stratejik öneme sahip olan konu, hedeflerin nasıl olması gerektiğidir. Hedeflerin ölçülebilir ve sonucu hissedilen birimlerle belirlenmesi gerekir. Bir araştırma sonucunda, sonucu belli olmayan hedeflerin belli olanlara göre daha etkili olduğu görülmüştür (Kotler ve Lee, 2020:78). Örneğin, bir kişiye düzenli bağış yapabilirsin demek yerine bir yıl boyunca her ay 50 TL bağış yapabilirsin demek daha etkili olacaktır.

Kendini Algılama: Bu kuram, kişinin bilinçlenmesinin istendiği konuya ne kadar çok maruz kalırsa o kadar fazla kendisinde aidiyet oluşup benimsemesinin daha kolay olacağını savunur. Bir davranışı ne kadar çok sergileme fırsatı oluşturulursa bu konuyu kendi içinde konumlandırması ve davranışı devam ettirmesi güçlenecektir (Kotler ve Lee, 2020:79) Örneğin, parasal olarak tek sefer bağışta bulunan bir kişinin organizasyona gönüllü olarak katılmasını sağlamak yardım davranışının benimsenmesini sağlayacaktır.

Değişim Kuramı: Kişi yapacağı eylemi şu anki pozisyonuyla kıyaslar. Ve kendisi için daha faydalı olanı seçer. Bu yüzden benimsenmesi istenen davranışın sonucunun, bireyin şu anda sergilemiş olduğu davranıştan kendisi için daha çok yarar getireceğini algılaması gerekmektedir (Kotler ve Lee, 2020:175). Örneğin, dini motivasyonlar ile bağış yapan birisinin devamlı yardımda bulunmasının karşılığında daha fazla sevap kazanacağına inanması gibi değerlendirilebilir

Ekolojik Model: Bireyler iç ve dış faktörlerden etkilenecek davranış sergilerler. Bunlar dışarda ilişkide bulunduğumuz insanlar, kurumlar ve ortamlar olabileceği gibi kişisel özelliklerimizde olabilir. Burada yapılması gereken, bu etki faktörlerinden hangisinin kişi

üzerinde daha etkili olduğunun tespit edilerek bu kanal üzerinden kişiyi etkilemenin gerekliliğini savunur (Kotler ve Lee, 2020:84). Örneğin, kişinin duygusal bir yapıda olmasının bilinmesi üzerine duygusal içerikli bir video ile istenilen mesajı sunmak gibi.

Gerilla Uygulamaları: Sosyal pazarlama faaliyetlerinde bulunan organizasyonların ticari bir gelir elde etme amacı olmadığı için kısıtlı bütçeleri bulunmaktadır (İlter ve Bayraktaroğlu, 2020:58). Gerilla uygulamaları pazarlamada, rekabet koşullarında yüksek maliyetli tanıtım faaliyetlerini karşılayamayan işletmelerin, hedef kitlelere iletmek istediği konuyu spesifik, şaşırtıcı ve daha az maliyetli bir şekilde ilemesidir. Görselliğin ön plana çıktığı gerilla uygulamalarında yüksek hayal gücü ürünleri meydana çıkmaktadır. Bir STK'nın marketteki alışveriş arabalarının içine gıda ihtiyacı olan muhtaç bir çocuğun yardım isteme görselinin koyulması, gerilla uygulamasının sosyal pazarlama çalışmalarında kullanılmasına bir örnek olabilir (Kaleli, 2018:324-332).

Az Katkıların Kabul Edilmesi (Bir Kuruş Bile Yardımcı Olur): Yapılan bir araştırma bağış toplama faaliyetinde incelenen insanlara yapılan küçük katkıların bile kabul edildiğine dair bir mesajın verilmesi, bireyler tarafından talep edilen davranışın kabul edilebilirliğini ve toplam bağış tutarını çok azaltmadan bağış sıklığını artırdığını gözlemlemiştir (Cialdini ve Schroeder, 1976:603). Verilen bu mesaj, bağışçı algısında bağış yapmanın yükünü azaltır, talebin reddedilmesini zorlaştır ve uyumu kolaylaştırır (Takada ve Levine, 2007).

Kapı Arasına Ayak Koyma: Bu strateji büyük bir bağış talebinden önce küçük bir taleple bağışçıyla etkileşime girilmesinin ileride yapılacak bağış talebine katılım olasılığını olumlu etkide bulunacağını savunur. Bağışçıların geçmiş davranışlarıyla tutarlı davranmaları ve bağıştan sonra oluşan hayırsever kişi imajını sürdürmesi beklenir. Bu stratejinin, yapılan organizasyonun yaygınlığı ve kuruluşun büyüklüğüne göre etkisi değişebilir. Yaygın bir konuda yapılan talep diğer insanların çoğunlukçu bir katılım gösterdiği algısını oluşturabilir ve kişileri daha spesifik alanlara yönlendirebilir. Bu stratejinin nispeten daha küçük organizasyonlarda ve yaygın olmayan yardım konularında uygulanması daha etkili olacaktır (Bekkers ve Wiepking, 2011a; Bendapudi vd.,1996).

Kapıyı Çarpma Etkisi: Bu etki büyük bir bağış talebinin reddedilmesi ve ardından daha küçük bir talebin ise karşılıklı bir taviz verme olarak algılanarak bağış yapmayı olası kılacağını savunur. Bu stratejinin etkisi daha çok büyük yardım kuruluşlarında görülmektedir.

Çünkü verilen taviz daha büyük ve itibarlı bir kuruluş tarafından yapıldığında daha fedakâr gözükürken küçük kuruluşların tavizi ise geri adım atma olarak değerlendirebilir ve bağışçı gözündeki değerini düşürebilir (Bekkers ve Wiepking, 2011a; Bendapudi vd.,1996).

Model Etkisi: İnsanların yaşamlarının erken dönemlerinde yetiştikleri ailenin yardım kültürünün ve toplumdaki rol modellerin, kişinin gelecekteki yardım davranışları üzerinde büyük etkisi vardır. Bu rol modellerin yaptığı davranışlar, zamanla toplumsal normların temelini atılmasını sağlamaktadır. Böylece bu davranışlar toplumda popüler hale gelir ve kişiyi yardım davranışına teşvik eder (Sargeant ve Woodliffe, 2007; Sargeant ve Ewing, 2001; Bendapudi vd.,1996). Çalışmalar, iyi bir aile ortamında büyüyen, yüksek eğitilmiş ve dini değerlere önem veren ebeveynlerin olduğu evlerdeki çocukların ileri yaşlarda daha yüksek miktarda bağış yaptıklarını ortaya koymuştur. Ayrıca ebeveynlerinin bağış yapması ile çocuklarının bağış davranışlarının anlamlı olarak ilişkili olduğu da yapılan bir araştırmada bulunmuştur. Ebeveynlerin, çocuklarının prososyal davranışları benimsemesi yönündeki teşvikleri bu davranışların karakterize edilmesinde etkili olabilmektedir (Bekkers ve Wiepking, 2011b).

II. BÖLÜM

KİŞİLİK VE ENNEAGRAM MODELİ

II.1. Kişilik

İnsan, varlığı itibarıyla çok boyutlu bir yapıdan oluşmaktadır. İnsanın bu boyutlarının birbiriyle ilişkisi ve kendi dışındaki sosyal çevreyle olan ilişkisi sonucu birtakım tutum ve davranışlar ortaya çıkmaktadır (Özdemir, Özdemir, Kadak ve Nasıroğlu, 2012:567; Kaya, 1997:194). Tarih boyunca insan davranışlarına nedensellik açısından açıklama getirmeye çalışan birçok psikoloji akımı ve bilim adamı olmuştur. İnceleme konusu olan bu davranışlarla ilgili kavramsallaştırma sürecinde çok tartışılan bir kavram ise kişilik olmuştur. Bu kavramın içeriği ve kapsamı sürekli tartışılmıştır. Tartışmanın asıl nedeni ise yine insanın çok boyutlu yapısıyla ilgilidir. İnsanı tanımlamaya çalışan bilim insanları, odaklandığı insan boyutunu merkeze alarak bir tanımlama getirmiş ve diğer tanımlamaları eleştirmiştir. Ancak tüm bu yaklaşımlar bilim dünyasına insanı anlamada çok zengin bir bakış açısı kazandırmaktadır. İnsanların farklı yapıları ile çeşitli durumlardaki tutum ve davranışlarını anlamak adına bu yaklaşımlar oldukça önemlidir (Burger, 2021:22-25).

Kişilik, en basit tanımıyla bireyin doğuştan getirdiği özellikler ile daha sonraki yaşamında dış çevreyle kurduğu ilişki sonucu ortaya çıkan özellikler toplamıdır (Burger, 2021: 23). Bu özelliklerin ortaya çıkışı karmaşık ve dinamik bir süreç içermektedir. En temel olarak kişiliğin boyutları ele alındığında, zihinsel, sosyal, fiziksel, duygusal ve ahlaki yönleri öne çıkmaktadır (Özdemir vd., 2012:567). Bir süreç boyutuyla ele alındığında ise kişilik, diğer kişilerden bireyin ayırt edilebildiği, tutarlı, devamlılık gösteren, belli bir örüntü sistemine sahip özellikler bütünüdür. (Cüceloğlu, 2022:402; Kaya, 1997:194)

Kişilik ile sık olarak konuşulan kavramlardan bazıları ise mizaç ve karakter kavramlarıdır. Bu iki kavram kişilik çatısı altında yer almakla beraber kişilik yapısını oluşturan en temel iki faktördür. Mizaç, kişinin kalıtsal olarak daha doğarken beraberinde getirdiği eğilimler ve özellikler olarak tanımlanmaktadır. Karakter ise çevresel etkileşim sonucu oluşan ahlaki değerlerinin yer aldığı bölümüdür. (Kaya, 1997:194). Kişinin doğuştan gelen özellikleri ve becerileri onun potansiyeline işaret ederken dış dünya deneyimleri ve çevresel etkenler ise bu potansiyelin ortaya çıktığı ortam olarak kişilik üzerinde etkili olmaktadır (Özdemir vd., 2012:567)

Mizaç kavramı insanın dünyadaki yaşamıyla kurduğu temasta genel davranış eğilimlerini ifade etmektedir. Yani nasıl davranacağı sorusunun cevabıdır. Temelde mizaç boyutları üçe ayrılmıştır ve bu boyutlar kendi içinde yoğunluğuna göre sınıflandırılmıştır. Bu

boyutlar duygusallık, etkinlik ve sosyallik boyutlarıdır. Duygusallık, kişinin karşılaştığı durumlarda vereceği tepkinin duygusal boyuttaki yoğunluğunu temsil eder. Öfke, üzüntü, korku gibi duyguları yaşama derecesi çocuğun mizacı hakkında bilgi vermektedir. Etkinlik, kişinin fiziksel aktivite derecesini belirlerken sosyallik ise diğer canlılarla kurduğu ilişkinin derecesini ifade etmektedir. Bu özellikler kişideki durumuna göre tepkiler oluşturmakta ve diğer insanlarda kişiye karşı bu özelliklerini dikkate alarak davranmaktadırlar. Mizaç, daha çocukluk zamanında dahî gözle görülebilmekle beraber hayat boyu devamlılık göstermektedir (Burger, 2021:252-356). Mizaç özellikleri olarak çok temel ayrımlar yapılmakla birlikte çok detaylı sistemler de ortaya çıkmıştır. Bu özellikler konusunda araştırmalar yapan Alman psikolog Hans Eysenck, kişiliğin biyolojik yönü olan mizaç özelliklerini, içe dönük-dışa dönük ve oturmuş-uçarı olarak ele almıştır. Carl Rogers ise kişinin doğuştan mutluluk ve kendini gerçekleştirme ihtiyacıyla doğduğunu ve sevgi duygusuyla yetişen bir insanın olumlu bir benlik algısına sahip olacağı görüşünü ileri sürmektedir (Cüceloğlu, 2022:419-423).

Bireyin doğumundan sonraki ilk yılları kişiliği açısından büyük önem arz etmektedir. Kişinin kendisini ayrı bir birey olarak algıladığı ve benlik oluşumunun temeli olan çocukluk döneminde, kişinin mizaç özelliklerine ek olarak çevresel faktörler önemli bir rol oynamaktadır. Özellikle anne-baba tutumlarının büyük etki sahibi olduğu bu dönemlerde ebeveynlerin birtakım tutumları yetişkin çağındaki kişiliğinin şekillenmesinde rol oynamaktadır. Baskıcı veya aşırı koruyucu yetiştirme tarzını benimseyen ebeveynler, çocuğun düşük bir benlik algısı hissetmesine yol açabilecek olup içe dönük, kendine güvensiz bir kişilik tipi ya da aşırı asi bir kişilik geliştirmesine yol açabilmektedir. Bu tip ailelerdeki çocuklar otoriteye bağımlı hale gelebilmekte, kendi fikir dünyası ve becerilerinin gelişimi engellenmektedir. Sorumluluk duygusu gelişmeyen bu kişiler ise günlük yaşamda bir birey olarak yaşamakta zorlanmaktadırlar (Kaya, 1997:195-197). Bu ebeveyn tipinin yanı sıra çocuklarıyla olumlu ve destekleyici rol üstlenen demokratik ebeveynler, çocuklarını belli sınırlar çerçevesinde özgür bırakıp kendi fikirlerini oluşturmaları, kendi sorumluluklarını yerine getirme davranışının pekiştirilmesini sağlayarak sağlıklı bir kişilik geliştirmesine yardımcı olmaktadır (Özdemir vd., 2012:569).

Özetle kişilik hem kalıtsal hem de çevresel etkenlerin etkileşimiyle oluşmaktadır. Mizaç, kişinin potansiyel eğilimlerini temsil ederken bu eğilimlerin bütüncül ve istikrarlı özelliklere bürünmesi ise çevresel etkenler aracılığı ile olmaktadır. Bu etkenler arasında yaşadığı coğrafik koşullar, sosyal çevresi ve aldığı eğitimler de sayılabilir (Bayar, 2019:54). Mizaç, kişi için bir başlangıç ve temel özelliktir ancak çok farklı etkileşimlerle benzer mizaçlı kişiler farklı kişilik yapılarına da sahip olabilirler (Burger, 2021:352).

II.2. Kişilik Kuramları

İnsanın farklı boyutlarıyla kişilik yapısını açıklamaya çalışan birçok yaklaşım mevcuttur. Bunlardan en temel olanları ele alınıp, kişilik hakkında eklektik bir bakış açısı sunulmaya çalışılacaktır.

II. 2.1. Tarihçe ve Gelişimi

İnsanı anlamaya yönelik modern bilimsel çabaların tarihsel gelişimi 17. yy.' a kadar dayanmaktadır. O zamanlar oldukça popüler hale gelen evrendeki her şeyi gözlem ve ölçmeye dayandırma fikri, doğadaki fizik kanunlarının makinelere indirgenerek hayatı bir makine gibi öngörülebilir hale getirme inancına evrilmekteydi. Bu inancın pekişmesini sağlayan ilk icat saat olmuştur. Saatin işleyişi gibi, evreninde işleyişini belli kanunlar ve nedenselliklerle açıklamaya çalışan insanlar, evrene büyük bir makine gözüyle bakarak “mekanik ruh” kavramını ortaya atmışlardır. Tüm bu düşünceler nihai olarak insanın doğasını anlama çabasına da sığmamıştı. Evrenin işleyişinin bir saat gibi olduğu, belli sonuçların belli olaylar neticesinde ortaya çıktığı yani determinizm fikri acaba insan içinde geçerli miydi? İnsanlarda bir makine değil miydi? gibi soruları ortaya çıkarmıştır (Schultz ve Shchultz, 2023:61-67).

17. yy.'da başlayan fikirler 19. yy.' a kadar ki süreçte gelişti ve insanların da bir makine gibi işlediği fikri gittikçe yerleşti. Makine yapısının insan doğasına uyarlanması düşüncesini ilk ortaya atan Descartes'in (1596-1650) modern psikoloji biliminin temelini bu fikirler ile attığı düşünülmektedir. Bu düşüncenin temel varsayımını, insan bedeninin de evrendeki varlıklar gibi bir maddeden meydana gelmesi ve maddelerin ortak yasaları olan fizik kanunların insan bedenine uygulanabilirliği fikrini oluşturmaktaydı. Descartes, insanın yalnızca bedenden ibaret olmadığını ve maddesel boyuttan uzak bir ruha sahip olduğunu, beden ile ruhun insan fizyolojisi içerisinde etkileşime girdiği fikrini savunmaktaydı. Descartes'in ölümünden sonraki yıllarda ortaya çıkan Empirizm düşüncesi ise tarihte insanı anlamada önemli bir gelişme kaydedilmesine sebep olmuştur. İnsanın zihin yapısıyla ilgilenen akım, insanın dış dünyayı algılama konusuna yoğunlaşmıştır. Bu akımda, zihin dünyasının, insanın deneyimleri sonucu edindiği duyuşal verilerin toplamı olduğu düşünülmekteydi. İnsanın gelişimi, duyumlar yoluyla elde edilen zihinsel edinimler ve bu edinimlerin zihinde farklı kombinasyonlar oluşturması sonucunda yeni ve gelişmiş bir algılama sunmasına bağlanmaktaydı. Böylelikle bireyin dış dünyayı algılayışının özneliliği üzerinde durulmuştur. Bu düşüncenin temel dayanağı yine insanın makine olarak tasviri ve doğuştan insanların boş bir levha olarak doğduğu, daha sonraki deneyimlerinin birbiriyle etkileşimi ve çağrışımıyla gelişim gösterdiği fikriydi (Schultz ve Shchultz, 2023:69-89)

Psikoloji biliminin metodolojik olarak ortaya çıkışı Wilhelm Wundt ile olmuştur. Wundt, bir gerçeği tanımlamanın onu oluşturan tüm parçalarını tanımlamakla mümkün olabileceği düşüncesiyle hareket etmiştir. Zihinsel süreçleri yapısalcı bir metot ile elemanlarına ayırmıştır. Ulaştığı noktada insanların zihinsel sürecini şöyle açıklamıştır; insanın zihninin öncelikle dış dünya uyarıcılarını algıladığını ve geçmiş tecrübelerine göre bir zihinsel konumlandırmada bulunduğunu ve sonuç olarak bir tepkide bulunma isteğiyle kaslar yoluyla hareket etme şeklinde bir sürecin işlediğini kaydetmiştir. Bu süreçte yeni deneyimlerin önceki edinimlerle oluşturduğu sentezin yeni ve farklı bir şey oluşturduğunu ifade etmiştir. Ve tüm bu gelişmeler yapısalcı düşüncenin çıkışına bir zemin oluşturmuştur (Schultz ve Shchultz, 2023:131-147)

II.2.2. Bilişsel Yaklaşım

Bilişsel yaklaşım, kişilerin varlık alemini algılayışını, olayları değerlendirirken ki zihinsel süreçlerini, beklentilerini, düşünce sistemlerini ve bunların insan davranışındaki rollerini konu edinmiştir. Bu yaklaşım kişiliğin oluşumunu bilişsel süreçlere atfetmektedir. (Hazar, 2006:133) Yaklaşımın temellerinin atılmasından olgunlaşma sürecine kadar birçok bilim insanı farklı bakış açılarıyla zenginleştirmiş ve geliştirmiştir. Bu bilim insanlarında öne çıkanlardan biri Edward Brandford Titchener (1867-1927)'dir. Titchener'in araştırmaları, insan zihni ile yapılan çalışmaların temelini oluşturan niteliktedir. Wundt'un bir takipçisi olarak nitelendirilen Titchener, onun yaklaşımında değişiklikler yaparak yeni bir bakış açısı geliştirmiştir. Titchener, insanı tanıma ile alakalı yapılacak çalışmaların esas amacının zihin ve onun elemanlarının tanımlanmasının olması gerektiğine inanmıştır. Böylece *Yapısalcılığın* temellerini atmıştır. Yapısalcılık düşüncesi, bilincin süreçlerini ve yapısını tanımlayarak, bu yapının tâbi olduğu kuralları belirlemek olarak tanımlanabilir. Titchener bilincin üç temel varlığa sahip olduğunu ileri sürmüştür. Bunlar duyumlar, imgeler ve duygulardır (Schultz ve Shchultz, 2023:175-185).

II.2.2.1. Duyum ve Algı

Kişi duyumları vasıtasıyla çevresiyle etkileşime girmektedir. Bu duyumların bir bütün halinde anlamsal bir zemine yerleştirilmesi işlemine ise algı denmektedir. Duyum ve algı, insan zihninde neredeyse eş zamanlı denilebilecek kadar yakın sürelerde gerçekleşmektedir. Kişinin duyu organları vasıtasıyla algılandığı her veri ortaya bir varsayım çıkarır. Sonrasında ulaşılan verilerin öncekilerle etkileşimi sonucu ilk varsayım güçlenir ya da yerini sıranabilir başka yeni

varsayımlara bırakabilir. Kişinin bu zihinsel süreci önceki yaşantısından etkilenir ve oldukça öznel bir zaman dilimini kapsar (Cüceloğlu, 2022:94-96).

Bilişsel yaklaşımın metotları nesnel ve öznel olmak üzere ikiye ayrılır. Kişinin zihinsel süreçlerinin davranışlarına yansıyan kısmının gözlemlenmesi nesnel ve iç gözlem yoluyla öznel olarak gerçekleşebilmektedir (Schultz ve Shchultz, 2023:294). Bilişsel yaklaşıma göre duyguların temelinde insanların dış dünyayı algılayışı yer almaktadır. Cüceloğlu (2022) insanların toplumsal ilişkilerinin temelinde inançların, değerlerin ve bunların sonucu ortaya çıkan duygu ve heyecanların olduğunu ifade eder (Cüceloğlu, 2022:259).

Titchener, dış dünyanın fiziki boyuttaki açıklamalarının zihinsel süreçlerde ancak sinir sisteminde karşılık bulduğu kadarıyla açıklanabileceğini belirtmiştir. Bu yüzden kişinin zihinsel süreçlerinin incelenmesi gerektiğini savunur (Schultz ve Shchultz, 2023:197). Titchener' in bu görüşü algı kavramının tanımıyla da tutarlıdır. Kişinin algısını oluşturan birçok etken bulunmaktadır. Bunlar; geçmiş yaşantısı, yaşadığı koşullar, tüm duyu organlarından gelen verilerin oluşturduğu fizyolojik etkileşimler, durumdan beklentileri, inanç sistemi, ilgileri ve ihtiyaçları olarak sıralanabilir. Kişi dış dünyayı bu etkenler çerçevesinde tanımlar ve anlamlandırır. Bu durumlardan etkilenen zihin, yarım gördüğü bir şeyi otomatik tamamlama, fiziksel yakınlığı bulunan varlıkları gruplama, birbirine benzeyenleri sınıflandırma gibi işlemlerle duysal verileri sınıflandırabilmektedir. Buradan çıkarımla her bir bireyin eşsiz ve öznel bir algı mekanizması olduğu söylenebilmektedir. Bu özneliğinin farkında olmayan insanlar ise kendi algı yöntemlerini her zaman doğru kabul edip, diğer insanlarınkini eleştirebilmektedir. Bu ise toplumsal ilişkileri zedeleyerek kişilik gelişiminin kısır kaldığı bir ortam oluşturmaktadır (Cüceloğlu,2022:116-134).

Yapısalcı düşünceye yöneltilen en çarpıcı eleştiri, zihinsel süreçlerin incelenmesinde kullandığı iç gözlem metodu ile ilgilidir. Immanuel Kant, yapısalcı düşüncenin ortaya çıkmasından önce insan fizyolojisinde açığa çıkan duygu ve düşünceler incelendiğinde elde edilen verilerin değiştiğini belirtmektedir. Diğer bir ifadeyle duygu ve düşünceler ilk hallerini korumamakta ve değişmektedir. Pozitivizm kurucusu Auguste Comte, insan zihnine yönelik araştırmaların insan zihniyle yapılmasından kaynaklanan problemlerin olduğunu belirtmiştir. Çünkü zihin yapısının ikiye bölünmekte ve gözlemleyen kısmının işlevi durmaktadır. Deneyim sırasında incelemek için dikkat edilmesi sonucu, mevcut duygu durumu ve düşüncenin şiddetleri azalabilir ya da tamamen ortadan kaybolabilir (Schultz ve Shchultz, 2023:199).

II.2.2.2. Bellek

Zihinsel yapıyla ilgili bir diğer önemli kavram ise bellektir. Bellek, kısa süreli ve uzun süreli olarak iki bölüme ayrılmaktadır. Bu belleğin işlem süreci ise kodlama, depolama ve ara-bul-geriye getir olarak üç aşamadan oluşmaktadır. İnsanlar günlük hayatlarında birçok veriye maruz kalmaktadır. Bu veriler dikkat süzgecinden geçmektedir. Ardından seçilen veriler kısa süreli belleğe aktarılmaktadır. İlgili veriler özelliklerine göre geri çağırma aşamasında ulaşılabilecek uygunlukta kodlanır. Kısa süreli bellek toplamda 7+2 (dokuz) bölüm kapasitesiyle çalışır. Örneğin bir öğrenme sürecinde bellek, bir cümlemin kelimelerini bu bölümlere yerleştirir ve bir paket gibi işleme alır. Kapasiteyi aşan durumlarda ise öğrenme güçleşir. Bu durumda bellek, bölümlere daha fazla kelime sığdırmaya çalışır. Kapasite kişiden kişiye farklılık gösterebilir. Bu yüzden bilişsel öğrenmenin kolay gerçekleşebilmesi için kısa cümlelerle yazmak ve konuşmak önemlidir. Kısa süreli bellekte işlenen bilgiler uzun süreli belleğe aktarılmaktadır. Uzun süreli bellek, protein sentezinden oluşan kimyasal bir yapıyla oluşmaktadır. Uzun süreli belleğe geçişteki en iyi yöntemlerden birisi kodlama yöntemidir. Bu kodlama ise bilginin kişi açısından anlamsal bir bağlam içinde öğrenilmesiyle gerçekleşir. Bilginin ayrıntılı kodlanması ara-bul-getir sürecinde ona ulaşımını kolaylaştırmaktadır. Aşırı duygu durumları ise sistemin işleyişinde deformeler meydana getirmektedir. İnsan dış kaynaktan gelen bilgileri duygularına göre algılamaktadır. Ayrıca insan, karşılaştığı verileri anlama ve bir yargı oluşturma sürecinde daha önceden edindiği bilgileri kullanmakta ve mevcut durumu yorumlamaktadır. Bu yüzden insan zihninin kişilik gelişimindeki etkisi, bulunduğu çevre ve kendisine ulaşan dış veriler etrafında şekillenmektedir (Cüceloğlu, 2022:166-195).

II.2.2.3. İşlevselcilik

Yapısalcı düşünce zihinsel süreçleri incelemiştir. 20. yy.'ın başlarında ise, zihnin işlevini ve çevresine uyum sağlamasını konu edinen İşlevselci düşünce ortaya çıkmıştır. Yapısalcıların tespitleri, yalnızca durumu açıklamış ve herkes için geçerli olacak görüşler sunmuşlardır. Buna karşılık; işlevselciler bu yapının meydana getirdiği sonuçları incelemişlerdir. Bu teorinin temelinde, zihinsel süreçlerin kişisel farklılıkları yer almaktadır. İşlevselciliğin, ilk etkilerine Evrim Teorisinin ileri sürüldüğü zamanlarda rastlanmaktadır. Psikologlar, kişisel farklılıkları ölçmek için birtakım araçlar geliştirmişlerdir. Bu girişimlerden öne çıkanlardan birisi Galton' un uyguladığı zekâ testleridir. Bu testler vasıtasıyla soy arıtımını gerçekleştirerek insan neslinin iyi bir duruma getirilmesini amaçlamıştır. Evrim teorisinde olduğu gibi insanlar suni bir seçi yoluyla yetenekli ve zekâsı yüksek kişilerin eşleştirilmesi ve daha zeki nesillerin meydana getirilmesi hedeflenmiştir. Galton' un bir diğer çalışması ise insanların zihninde oluşan

çağrışımların nedenlerini belirlemektir. Yaptığı çalışmalar sonucunda bir bireyin zihin çağrışımlarının %40'ının çocukluk ve ergenlik devirlerinde oluştuğu sonucunu bulmuştur (Schultz ve Shchultz, 2023:208-240).

İşlevselcilik o zamanki Amerikan kültürünün de etkisiyle gelişimine devam etmiştir. ABD'nin en ünlü psikologları arasında yer alan William James (1842-1910) bilincin işlevini bireyin yaşamında bulunduğu ortam ve karşılaştığı durumlara uyum sağlamada yardımcı bir rol üstlendiği şeklinde açıklamıştır. Fiziksel ihtiyaçların ve isteklerin zihnin işlevi üzerinde etkisini dile getiren James, insan zihninin işlevini gerçekleştirdiği faaliyetleri, sinir sisteminde meydana getirdiği değişimlerle ilişkilendirmiştir. Böylelikle kişinin alışkanlıklar edinerek bir sonraki benzer davranışı daha kolay yerine getirebileceğini söylemiştir. William James'in bir başka çarpıcı görüşü ise insanın zihinsel edinimlerinin sürekli olmasıyla ilgilidir. Bu süreklilik nedeniyle insan zihni sürekli değişim içindedir. Fizyolojik ihtiyaçlar ve dış etkenler insanların varlık alemini algılayışını sürekli değiştirmektedir (Schultz ve Shchultz, 2023:264,267).

Bilişsel süreçlerin davranışlar üzerindeki etkisi inkâr edilemez düzeydedir. Ancak ortaya çıkış şekilleri farklı süreçlerde olabilmektedir. James'in heyecan teorisi, davranışın zihinsel algılamaların bir sonucu değil, algıların davranışın bir sonucu olduğunu ileri sürer (Schultz ve Shchultz, 2023:273). Leon Festinger ise bilişsel kavramını, bilme, algılama ve düşünme olarak tanımlamıştır. Bu düşüncesinin ana temelini kişinin davranışları ve bilişsel süreçlerinin, kişinin genel yapısını dengelemeye ve hayatını daha sürdürülebilir kılmaya çalışması oluşturmaktadır. Kişi kendi iç alanında inşa ettiği kişilik yapısıyla dış dünyasında bir çelişki oluştuğu zamanlarda kaygı yaşamaktadır. Kişi bu durumda ya düşünce yapısında ya da karşılaştığı durumda bir değişiklik yaparak ortadaki çelişkiyi düzelterip gerginliğini azaltma yoluna gitmektedir (Cüceloğlu, 2022:254).

II.2.2.4. Zihinsel Şemalar

Bilişsel Yaklaşım boyut kazandıran bilim adamlarından birisi de George Kelly'dir. Kelly, *Kişisel Yapılar* adını verdiği modelde bireylerin zihin dünyalarında yer alan bazı şemaların olduğundan bahsetmiş ve bu şemaların farklılığını vurgulamıştır. Ayrıca bu zihinsel şemaların kişilerin hayatlarındaki belirsizlikleri giderme ihtiyacından kaynaklandığını da belirtmiştir. İnsanlar, karşılaştığı durumlara bir açıklama getirmek ve yaşayabilecekleri olaylara yönelik belirsizliği azaltmak isterler. İlgili şemalar dış dünyayı anlamlandırmak için kolaylıklar sunar. Kişisel deneyimler, sonradan karşılaşılan olaylar için kullanılabilecek kalıplaşmış yapılar oluşturur. İnsanlar çevrelerini ve kendilerini de bu şemalar sayesinde algılar. Bir insanın soğuk ya da sıcakkanlı olması, sakin veya hareketli olması yine kişisel şemaların yapısına göre

algılanmaktadır. Kelly, insanların empati kurabilmesinin diğer insanların zihinsel şemalarının bilinmesine bağlı olduğunu söylemektedir. Sağlıklı bir ilişki için kişinin kendi şemalarının da farkındalığına ihtiyacı vardır. Bir insanın davranışlarını düzenleyen değerler sistemi, o kişinin bilişsel şemalarıyla doğrudan ilişkilidir. İnanç ve insani değerleri zihinsel şemasına kendi kimlik algısı olarak ekleyenlerin, diğerlerine karakterleri daha sağlam şekilde gelişmektedir. Kendilik şemasında yer alan sıfatlar, o kişide bir seçici algılama oluşturmaktadır. Özetle kişinin zihinsel şemaları kendi kişilik algısına ve hareket tarzına etki eden bir yapı niteliğindedir (Burger,2021:607-619).

II.2.2.5. Kaygı

İnsanlar bir durumla ilk defa karşılaştıklarında kaygılanırlar. Bunun ortaya çıkış sebeplerinden birisi bu duruma ait bir şemanın daha önce oluşmamış olmasıdır. Bir başka neden ise kişinin bulunduğu kültürel ortamda kendisinden beklenen ile mevcut kişiliği arasında fark olmasıdır (Burger, 2021:614-626). Kaygı, kişinin karşılaştığı durumlarda yetersiz benlik algısıyla veya bulunduğu ortamdan dolayı kaynaklanan bir duygudur. Bu duygunun oluşum şekli kişinin içe dönük ya da dışa dönük kişilik yapısıyla da ilişkilidir. Eğer kişi dışa dönük bir kişiliğe sahipse, kendisi dışındakilerin yorumları onun kaygılanmasına neden olabilir. İçe dönük kişiliğe sahip bireyler ise kendi duygu ve düşünceleri nedeniyle kaygılanırlar. Kişi, davranışları, yaşam koşulları ve düşünceleri arasında çelişki olmasını istemez. Çelişkilerin olduğu durumlarda ise seçenekler arasından tercih yapar. Bu tercihler onun kişiliğini geliştirir. İnsan, çelişkiler sonucunda, karşılaştığı kaygıyı gidermek için bazı seçeneklere sahiptir. Kişinin çevreye veya duruma uyum sağlamak adına kullanabileceği savunma mekanizmaları da bunlardan biridir (Cüceloğlu, 2022:295-299).

II.2.2.6. Engellenme Duygusu

Bazı insanlar özgürlüğüne düşkündür. Bu özelliklerinden dolayı diğerlerinin davranışlarının ve karşılaştığı durumların kendi özgürlüklerini kısıtlayacağını düşünürler. Bu duyguya psikolojide engellenme denilmektedir. Kaynağına göre engellenme üçe ayrılmaktadır. Birincisi, kontrol edilemeyen durumların oluşturduğu *nesnel engellenmedir*. İkincisi, içinde yaşanılan toplumda yer alan norm ve geleneklerin, yapmak istenilen davranışı kısıtlaması sonucu ortaya çıkan *sosyal engellenme* olarak ifade edilir. Sonuncusu ise kişinin gerçekçi olmayan yüksek beklentilerine karşılık bulamaması sonucu oluşan *kişiden kaynaklı engellenmedir*. (Cüceloğlu, 2022:278-279) Bu engellenme duyguları saldırganlık davranışının ortaya çıkma olasılığını yükseltmektedir. Kişinin engellenme duygusu, gücünün yetmediği

durumlarda *yer değiştirme* davranışına dönüşebilir. Bu yer değiştirme kişinin gucunun yetebileceği kendisinden daha zayıf olanlara karşı saldırganlık olarak ortaya çıkabilir. Engellenme duygusu kişinin değiştirme gucunun bulunduğu durumlarda düzeltme adına çaba göstererek ya da mevcut bilişsel algısını değiştirerek giderilebilir. Bu engellenme halinde, kişi, olumsuz duygu durumundan beslenmesi ya da harekete geçmek istememesi durumunda süreci devam ettirir. Kişinin engellenme duygusu farklı şekillerde ortaya çıkar. Bu duygu, psikolojik ve fizyolojik okuntuye sebebiyet verecek bağımlılıklar veya ideolojik gruplara katılım yoluyla kendini gösterebilir. Bireyin bu tür olumsuz duygu durumlarında kalmasının temel nedeni ise olaylara bakış açısı, algılayışı ve değerlendirmeleridir. Bu noktada kişi kendi bilişsel süreçlerini duzenleyemezse bilişsel bir terapi almalıdır (Cüceloğlu, 2022:314- 318; Burger, 2021:664-674).

II.2.2.7. Bilişsel Gelişim

İnsanın gelişimi boyunca bazı dönemlerden geçer. Jean Piaget bireyin bilişsel gelişimini, Duyusal-Hareketsel Dönem (0-2 yaş), İşlem ncesi Dönem (2-7 yaş), Somut İşlem Dönemi (7-12 yaş), Soyut-Formel İşlemsel Dönem (12 yaş ve üstü) olmak üzere dörde ayırmıştır. Piaget, her çocuğun bu evreleri sırasıyla atlamadan geçirdiğini ileri sürmektedir. Kişi ilk iki yıl çevresini somut olarak algılamaya çalışır. Algıladığı varlıkların devamlı var olduğu bilgisi bu evrede kişinin zihnine yerleşmektedir. Daha sonraki aşamada ocuk, varlıkları sınıflandırmaya çalışır ve onları kelimelerle ifade etmeye çalışır. Piaget, kişinin bilişsel gelişiminin kişinin çevresiyle etkileşimi sonucunda ortaya çıktığını belirtmiştir. Bu etkileşim sinir sistemindeki gelişmeye bağlıdır. Somut işlem dönemindeki ocuk, kendi bakış açısının ötesine geçerek diğer insanların gözünden de olayları değerlendirebilmeyi öğrenir. Boylce sosyal gelişimi bir seviye ileri geçer. Soyut işlem döneminde ise ocuk, akıl ve mantık yürütmeyi öğrenir. Olayları tümevarımsal olarak irdelemeye başlar. Benlik algılamalarını ve ahlaki gelişim de bu evrede olmaktadır (Cüceloğlu, 2022:349-357; zdemir vd., 2012:574).

Bilişsel yaklaşım özetle, kişinin yaşantısında karşılaştığı durumlarda en uygun davranışı sergileyebilmesi konusunda zihnin rolunu ön plana çıkartmıştır (Schultz ve Shchultz, 2023:283). Bu süreçte ortaya çıkan birtakım kişisel farklılıklar mevcuttur. Maruz kalınan bilgilerin zihinsel süreçlerde işlenmesi esnasındaki farklılıklardan kaynaklandığını ne sürmektedir (Burger, 2021:606).

II.2.3. Davranışsal Yaklaşım

Davranışsal kişilik kuramının tarihine bakıldığında ilk etkilerinin 20. yy. başlarında ortaya çıktığı görülür. Bu etkiler İşlevselcilik, Pozitivizm ve hayvan psikolojisine yönelik

yapılan çalışmaları yer almaktadır (Schultz ve Shchultz, 2023:373). John B. Watson (1878-1958), bu etkiler doğrultusunda kişilik çalışmalarının gözlemlenebilecek nitelikte bir bilim metodolojisine sahip olması gerektiğini belirtmiştir. Bu yüzden insanın zihinsel süreçleri yerine gözlemlenebilir davranışlarına odaklanması gerektiğini savunmuştur. Davranışsal yaklaşımın kapsamını ise insanın tüm içsel süreçlerinin dışavurumu olan eylemleri üzerinden anlam kazanacağını ileri sürmüştür (Burger, 2021:511). Davranışçılar, hayvan davranışlarının çevre tarafından koşullanmasını konu edinen çalışmaları referans almışlardır. Bu çalışmalar doğrultusunda insanın davranışları ve kişiliğinin de çevresel etkiler etrafında açıklanabileceğini iddia etmişlerdir. Watson, bu yaklaşımı davranış bilimi olarak açıklamıştır. Davranış bilimi, uyarıcı-tepki yoluyla şekillenen insan faaliyetlerini, hayvan psikoloji ilkelerinden yola çıkarak açıklamaya çalışmıştır. Davranışçıların genel görüşü, kişiliğin, insanın çevresiyle olan etkileşimi sonucu ortaya çıktığı yönündedir. Davranışçı yaklaşımın konusu genel olarak insanın verdiği tepkilerin öncesindeki uyarıcıların belirlenmesi ve öngörülmesidir (Schultz ve Shchultz, 2023:372; Hazar, 2006:132). John B. Watson, kişiliğin, insanların geçmiş tecrübelerinde uyarıcılara verdiği tepkiler sonucunda edindiği alışkanlıkların ürünü olduğunu belirtmiştir (Burger, 2021:511).

Edward Lee Thorndike (1874-1949), öğrenmenin, koşulların ve tepkilerin arasındaki kurulan bağlantılar olduğu fikrini öne sürmüştür. Ayrıca Yapısalcı düşünce yaklaşımıyla davranışların en küçük ve basit parçalara ayrılması gerektiğini belirtmiştir. Thorndike'nin, davranışı oluşturan basit uyarı-tepki bağlantıları düşüncesi *Bağlantıcılık Yaklaşımını* ortaya çıkartmıştır. En ufak birimlerin kendi aralarındaki birleşiminin daha karmaşık davranışları oluşturduğunu iddia etmiştir. Thorndike' nin davranışçı yaklaşıma önemli katkılarından birisi de ortaya attığı *etki ve alıştırma yasalarıdır*. Bir davranış sonucu oluşan hoşnutluk ya da hoşnutsuzluk duygusu, o davranışla bağlantılı hale gelir. Böylece sonraki benzer durumlarda bu davranışların sergilenmesi ihtimali, bu deneyimin oluşturduğu duyguya göre artar ya da azalır. Bu olaya *etki yasası* adını vermiştir. Benzer bir yasa olarak *alıştırma yasası* ise, bir duruma karşı verilen tepkinin sıklığıyla ilgilidir. Alıştırma yasasına göre tepki ne kadar sık kullanılıyorsa bağlantı o kadar güçlü olmaktadır. Böylece o duruma verilecek tepki çağrışmaktadır. Tam tersi durum ise çağrışımın azalmasına neden olmaktadır (Schultz ve Shchultz, 2023:385-388)

II.2.3.1. Klasik Koşullanma

Davranışsal Yaklaşımı'nın temelini oluşturan hayvan psikolojisi ve öğrenmesinin bilinen ilk modern zaman çalışmalarından birisi de Rus fizyolog İvan Pavlov'a (1849-1936)

aittir. Pavlov'un çalışmalarında davranışçılığa ilham olan önemli kavramlar ortaya çıkmıştır. Bunlardan *klasik koşullanma*, *pekiştirme* ve *sönme*, *genelleme* ve *ayırt etmedir* (Cüceloğlu, 2022:138-142). İvan Pavlov'un hayvanlar üzerinde yaptığı çalışmalardan en ünlüsü, bir köpek üzerinde yaptığı araştırmadır. Pavlov, bu çalışmada bir köpeğin yiyecek ile doğal fizyolojik süreç olarak ortaya çıkan salgı tepkisi arasındaki bağlantıyı deneysel olarak gözlemlemiştir. Pavlov, köpeğin ete olan bu doğal tepkisine doğal/koşulsuz tepki adını vermiştir. İlginç olan ise deneyin devamıdır. Köpeğin doğal tepkisi ile suni bir aktivitenin koşullanarak çağrışım yoluyla tepkinin oluşturulmasıdır. Bu nedenle köpeğe eti göstermeden önce bir zili çalmış ve ardından eti vermiştir. Bu olayı sıklıkla tekrarlamıştır. Bunun sonucunda köpek eti görmese de zile karşı salya tepkisi vermeye başlamıştır. Pavlov zile olan bu tepkiye *klasik koşullanma/koşullu tepki* adını vermiştir (Burger, 2021:517). Bu çalışmalarını dayandırdığı kavram ise kendisinden 300 yıl önce yaşayan Descartes'in sinir refleksi kavramı olmuştur. Sinir refleksi, herhangi bir uyarıcının insanların sinir sistemindeki bir noktayı uyarmasıyla merkezi sinir sistemine ulaşmasıdır. Bu durum sinir ağlarında yeni bir akım oluşturarak bir tepkiye neden olmaktadır. (Schultz ve Shchultz, 2023:394-397).

Watson, öğrenme olayına büyük önem atfedilen davranışsal yaklaşımın öncüsü olmuştur. Bu yaklaşımda insanların doğuştan gelen yeteneklerinin olmadığını, bunların çocukluk yıllarındaki koşullanmalar vasıtasıyla kazanıldığı fikrini savunmaktadır. Aynı zamanda kişilerin korku ve kaygı duygularının da çocukluk yıllarındaki olaylara bağlı olarak geliştiğini öne sürmektedir. Çocuğun gelişiminde çevresel koşulların etkisine büyük önem atfedilirken biyolojik olarak gelen özelliklerinin etkisi ise göz ardı edilmiştir. Watson, insanlarda korku, öfke ve sevgi olmak üzere üç temel duygunun olduğunu belirtmiştir. Bu duygulardan korkunun, yüksek ses ve çevre desteğinin eksikliğinden, öfkenin hareket kısıtlamalarından, sevginin ise tenin okşanması gibi durumların nedeni olarak ortaya çıktığını ifade etmektedir. (Schultz ve Shchultz, 2023:438-445). Klasik koşullamayla bağlantılı olarak ortaya çıkan diğer iki önemli kavram ise *pekiştirme* ve *sönmedir*. Doğal uyarıcının koşullu uyarıcıyla beraber verilmesi ve tekrarlanması pekiştirmeye neden olmaktadır. Buna karşılık koşullu uyarıcının doğal uyarıcıdan bağımsız verilmeye devam etmesi ise belirli bir süre sonra tepkinin azalmasına ve sönmesine neden olmaktadır. Koşullu uyarıcı, uyarılan duyu organının sinir sisteminde karşılığı olan alanda bir akım oluşturmaktadır. Bu alanın uyarılmasına neden olan aynı türden benzer uyarıcılar bir *genellemeye* sebep olur. Bu duruma olarak farklı seslerin kulak tarafından ses genellemesine tabi tutularak o sese karşı aynı tepkinin verilmesi örnek olarak verilebilir. Bu genellemede farklı bir sesin ardından doğal uyarıcı verilmediği takdirde ise *ayırt etme* davranışı ortaya çıkar. Bu sürecin sonunda ses genellemesi yerine, sesin tonuna

ve ortaya çıkardığı melodiye göre ayırt edilerek tepkiler ortaya çıkmaktadır (Cüceloğlu, 2022:141-142).

II.2.3.2. Edimsel Koşullanma

Burrhus Frederick Skinner (1904-1990) davranışçı yaklaşımın tarihindeki önemli kişilerden birisidir. Skinner, John B Watson'dan sonra davranışsal yaklaşımda koşullanma ve öğrenme konularında önemli çalışmalar yapmış ve geliştirmiştir. Skinner'ın en önemli katkısı olarak *Edimsel Koşullanma* kavramı söylenebilir. Bu kavrama bağlı olarak üzerinde durduğu *cezalandırma-ödüllendirme, pekiştirme-söndürme* kavramları davranışçı yaklaşımda önemli bir yerdedir (Burger, 2021:513-522). Skinner, insanların davranışlarını açıklamada içsel sürecin bir etkisinin olmadığını savunmuştur. Bu bakış açısı, içsel süreçlerin reddedilmesi değil yalnızca bilimsel olarak davranışın açıklanmasında kullanılamayacağının ifadesidir. Bu yüzden onun bu davranışçılık anlayışına “boş organizma” denilmiştir (Schultz ve Shchultz, 2023:487-488).

Skinner, klasik koşullanmanın insan yaşamındaki davranışları açıklamasını yetersiz olduğunu ileri sürmüştür. Klasik koşullanmanın uyarıcıya verilen tepkiden ibaret olduğunu, edimsel koşullanmanın ise daha çok aktivasyon içerdiğini ve davranışsal yaklaşımın amaçlarına daha yakın olduğunu belirtmiştir (Schultz ve Shchultz, 2023:491). Bir davranışın sonucunda ortaya çıkan ödül ya da ceza durumlarının, ilgili eylemin tekrar etme sıklığını etkilemesi durumu edimsel koşullanma olarak ifade edilir. Bir davranışın ödüllendirilmesi ilgili davranışta pekiştirme sağlayacaktır. Bu durum davranışın sergilenmesini artırmaktadır. Pekiştirme unsurunun ortadan kalkması veya davranışın cezalandırılması davranışta sönmeye neden olabilir ve sıklığı azaltabilir. Fakat cezalandırma, ödüllendirmeye göre insan davranışlarına daha az katkıda bulunmaktadır. Ödüllendirmede yeni ve istenen davranış pekiştirilerek öğretilirken cezalandırma ise yalnızca istenmeyen davranışın sönmelerini sağlar ve yeni bir davranış ortaya çıkarmaz (Burger, 2021: 520,522). Cezalandırmanın davranış değişiminde kullanılabilmesi için birkaç hususa dikkat edilmesi gerekir. Cezadan önce uyarılar yapılmalı, cezalandırılan davranıştan sonra hangi davranışın istendiği belirtilmeli, cezalandırmanın niçin ve hangi davranış sebebiyle verildiği iyi açıklanmalıdır. Ayrıca ceza tutarlı bir şekilde davranış ortaya çıktığında verilmelidir (Cüceloğlu, 2022:159). Skinner, olumlu pekiştirme ile toplumun tüm yönleriyle kontrol edilip dönüştürülebileceğine inanmıştır. Fakat bu fikir hayalden öteye geçememiştir. Ancak olumlu pekiştirme ile davranışın dönüştürülmesi müstakil grup ve durumlarda oldukça başarılı olmaktadır (Schultz ve Shchultz, 2023:499).

II.2.4. Sosyal Öğrenme/Sosyal Bilişsel Kuram

İnsanlar bu hayatı yalnızca kendi deneyimleri çerçevesinde yaşamaz. Başka insanların tecrübelerinden de yararlanabilmektedir. Sosyal Öğrenme/Sosyal Bilişsel Kuram, kendilerini radikal ve katı davranışçılardan farklı gören ancak kendilerini davranışçı olarak tanımlayanların geliştirdiği bir kuramdır. Öncüleri Albert Bandura (1925-2021) ve Julian Rotter'dir (1916-2014). Sosyal bilişsel kuramcılar her davranışın, kişinin kendi deneyimleri sonucu pekiştirmelerle öğrenildiği fikrinin eksik olduğunu belirtmişlerdir. Çünkü kişiler bir davranışı deneyimlemeden de öğrenebilmektedir. Sosyal Bilişsel Kuram tam bu noktada *dolaylı pekiştirme* kavramını geliştirmiştir. Dolaylı pekiştirme kişinin çevresinde rol model olarak görüp değer atfettiği kişiler vasıtasıyla gerçekleşmektedir. Bu kişiler davranışlarda önemli bir etkiye sahiptir (Schultz ve Shchultz, 2023:505). Bandura, kişinin davranışları sonucu pekiştirme durumunun doğasının oldukça yavaş olduğunu, insanın öğrenme sürecinin ise oldukça hızlı olduğunu belirtmiştir. Davranışların ortaya çıkış süreci bir model olarak ele alındığında klasik davranışçı yaklaşım uyarı-tepki mekanizmasının tek seçenek olduğunu savunur. Sosyal Bilişsel Kuram'ın katı davranışçılardan ayrıldığı nokta ise uyarı- tepki sürecine ara değişkenlerin eklenmesi olmuştur. Aracı değişkenleri bilişsel süreçler olarak ele alan bu yaklaşım, davranışçıların daha karma bir anlayışa sahip olmalarını sağlamıştır. Skinner gibi davranışçılara göre davranış değişimi yalnızca pekiştireçlerin yönetilmesiyle mümkünken, Bandura'ya göre toplumda öne çıkan kişilerin yönetilmesiyle de sağlanmaktadır. İnsanlar daha çok kendine yaş ve cinsiyet yönüyle benzeyenlerden etkilenirken, toplumda belli statüye sahip olması da etken rol oynamaktadır. Sonuç olarak insan, sadece yaşadıklarıyla değil gördükleri vasıtasıyla da davranışlarını düzenlemektedir (Burger, 2021:534-537; Schultz ve Shchultz, 2023:505-506).

İnsanlar hayatlarında, zihinsel, fiziksel ve duygusal olarak dengeli bir kişilik oluşturmak ister. Bu süreçlerin sentezi sonucu insanlar hayatlarında belli tutumlara sahip olur. Bu süreçler arasında oluşan tutarlılığın bozulması sonucunda huzursuzluk ve gerginlik oluşmaktadır. Bu süreçlerin birbirini etkilediği görüşü ise yapılan araştırmalarda ortaya çıkmıştır. Diğer bir ifadeyle bir tutum, davranışsal olarak değiştirildiğinde diğer boyutlar da zamanla ona eşlik etmektedir (Cüceloğlu, 2022:520-521).

II.2.5. Biyolojik (Kalıtsal) Yaklaşım

Kişilikte biyolojik yaklaşım, bireyin doğarken getirdiği kalıtsal ve fiziksel özellikler gibi belli kişilik özelliklerini de beraberinde getirdiği görüşüne dayanır (Burger, 2021: 341-343; Hazar, 132; Cüceloğlu, 2022:83-84). Kişinin kalıtsal (doğuştan gelen) özellikleri kişiliğinin

temel davranış eğilimlerini oluşturmaktadır. Aynı zamanda kişinin potansiyel yeteneklerini ve davranışlarının sınırlarını da oluşturmaktadır. İnsanların nasıl iş yaptığı sorusunun cevabı kalıtsal özelliklerini temsil eden mizacın tanımını verir. Mizaç, Arapça m-z-c kökünden türeyen ve karışım manasına da gelen, kişinin biyolojik olarak belli unsurların karışımından meydana gelmesini temsil eden bir kavramdır (Özdiç, 2021:124). Daha bebeklik döneminde fark edilen kişiliğin bu boyutu, genel olarak değişmeyen ve her insanda farklı oranlarda oluşan özelliklerdir (Cüceloğlu, 2022:84; Burger, 2021:352; Ergün, 2020:27). Kişilik ve mizaç ilişkisinin konu edinildiği görüşlere bakıldığında bu ilişkinin fiziksel ve metafiziksel boyutlarına rastlanır. İnsanın davranış eğilimleri ile ahlaki boyutunun ilişkisine değinen Gazzâli, insanların temel davranış eğilimleri, güzel fiiller ile ortaya çıkarsa bu kişinin ahlaki olarak iyi bir durumda olacağını belirtmiştir. Fakat kötü fiillere bürünerek ortaya çıktığında ise insanın ruhunu yani ahlakını kötü etkileyeceğini ileri sürmüştür (Ergün, 2020:31). Fiziksel bir bakış açısıyla incelendiğinde ise bireyin doğuştan gelen mizaç özellikleri, çevresel etkiler yoluyla kişilik özelliklerinin oluşumunu sağlamaktadır. Kişinin mizacı, dış çevrenin ona nasıl yaklaşacağının bir belirleyicisi ve ilişki durumunun temel etkileyicisi olmaktadır (Burger, 2021:356).

Kişiliğin biyolojik (kalıtsal) boyutuyla ilgili birçok çalışma yapılmıştır. Bu araştırmalardan en popülerleri ikiz çalışmalarıdır. Tek yumurta ve çift yumurta ikizleri üzerinde yapılan bu araştırmalar ile kişiliğin kalıtsal yönüne dair bir fikir elde etmek istenmiştir. Araştırma sonuçları TY ikizlerinin ÇY ikizlerinden daha yüksek bir benzerlik gösterdiği bulunmuştur. Bu çalışmalardan sonuçla kalıtımın kişilik üzerindeki etkisinin %40-%50 civarında olduğu tespit edilmiştir (Burger, 2021: 387-390). Diğer çalışmalar ise kişinin farklı kalıtsal özelliklerini, sinir sistemi, beyin ve hormonlar gibi fizyolojik süreçler bağlamında incelemişlerdir. Örnek olarak, kadın ve erkeklerin temel davranış farklılığıyla alakalı vücutlarında baskın olan androjen ve östrojen hormonlarına atıf yapılmaktadır. Her iki cinsiyette de bulunan hormonlardan erkeklerde androjen, kadınlarda ise östrojen hormonu baskın bulunmaktadır (Cüceloğlu, 2022:79-83). Beyin üzerinde yapılan çalışmalarda ise sağ ve sol yarımküredeki etkinlik durumu ölçülmeye çalışılmış, sol yarım kürede yüksek etkinlik olumlu duygu durumunu, sağ yarım küredeki ise olumsuz duygu durumlarının kişi üzerinde etkili olacağı gözlemlenmiştir. İlginç olan sonuç ise hiçbir durum yaşanmazken bile kişilerde bu etkinliğin sürdüğünün ortaya çıkmasıdır. Bir görüşe göre sol yarım küre etkinliği fazla olan insanlarda hissedilen güzel duygulara neden olan duruma doğru yönelim meydana gelmektedir. Fakat sağ yarım kürede oluşan etkinliğin baskınlığında duyguya neden olan durumdan kaçınma meydana gelmektedir (Burger, 2021:373-375).

II.2.5.1. Hıtlar Teorisi (Ahlât-ı Erbaa)

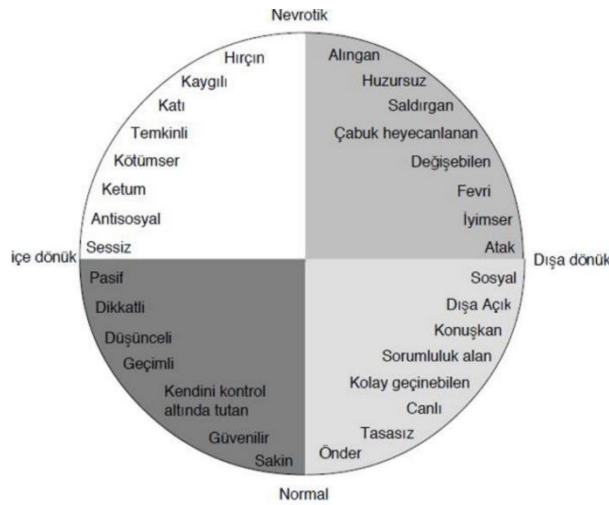
İnsanın mizacıyla alakalı çok farklı teoriler geliştirilmiştir. Bunlardan birisi de tıp ilminde yaygın olarak kullanılmış olan Hıtlar Teorisine dayanmaktadır. İlk ortaya çıkışı Hipokrat (M.Ö. 460-370) ile olan teori, evrendeki maddelerin ana unsurlarının su, hava, toprak ve ateşten oluştuğu görüşünün insan vücudu içinde geçerli olduğunu belirtir. İnsanın yapısının da bu maddelerin temsil ettiği sıvıların karışımıyla meydana geldiğini ileri sürmüştür. Bu maddeler, balgam (su), kan (hava), safra (ateş) ve kara safradır (toprak). Balgam suyu; soğuk ve yaş, kan havayı; sıcak ve yaş, safra ateşi; sıcak ve kuruyu, son olarak kara safra ise toprağı, soğuk ve kuru bir tabiatı temsil eder. Bu teori hastalıkların tedavisi için kullanılan, insanın fizyolojik ve biyolojik yönünü ele almıştır. Galen ise ilgili teorinin insan tutum ve davranış eğilimleri için bir fikir verebileceği görüşünü ileri sürmüştür. Mizacın kelime manası itibarıyla m-z-c kökünden türemiş, karışım manasına gelen bir isim olması da bu teorinin içeriğine uygun bir kavramsal zemin sunmaktadır. Galen' e göre bu sıvılar insanlarda farklı oranlarda bulunmaktadır. Bu sıvıların oranlarına göre bir potansiyel oluşturmakta ve insanın fiillerine etki edebilmektedir. Bu teoriyi temel alan İslam bilginlerinden Ebu Bekr er-Razi'ye göre ise kâinatta basit yapıda bulunan bu elementlerin birleşimiyle varlıkların oluşmaktadır. Er-Razi bu elementlerin en önemli temsili özellikleri olarak yaşlığı, kuruluğı, sıcaklığı ve soğukluğı ele almıştır. Bu doğrultuda belirtilen sıvılar, oranlı bir şekilde olduğunda varlıklar dengeli/mutedil, eksik ya da fazla bulunduğunda ise bir dengesizliğin ortaya çıkacağı görüşünü ileri sürmüştür. (Özdiñç, 2021:124-125) Bu karışımların farklı oranları sonucu kişide belirli davranışlara yönelme eğilimi ortaya çıkmaktadır. Ayrıca kişinin yeteneğinin olduğu iş alanının belirlenmesinde de bu karışım etkin rol oynamaktadır. Kişi o işe yatkınlıkla dünyaya gelmektedir. İşin gerekliliklerini potansiyel olarak kendisinde barındırdığı için uygun becerileri geliştirmek kolay olmaktadır. Bu açıdan bakıldığında ise toplumsal refaha ve başarıya ancak farklı özelliklere sahip insanların bir araya gelerek, rollerine uygun işleri yapması sonucu ulaşılabilir. Her mizaç yapısının olumlu yönde bir potansiyelin yanı sıra olumsuz bazı kişilik özelliklerine de yatkınlık barındırmaktadır (Kızıleniş ve Aykıt, 2020:519). İnsanlar gibi mevsimlere, yiyeceklerle, coğrafi bölgelerin yapısına da bu dört unsur atfedilmekte ve insanın mizacı üzerindeki etkisi incelenmektedir. İbn-i Sina kişinin mizacının değişiminin ise mizacı oluşturan sıvının tersi özelliklerinin yer aldığı coğrafi bölgede yaşaması ve yiyecekler tüketmesiyle mümkün olabileceğini ileri sürmüştür. Buradaki değişim ise insanın huy olarak iyi-kötü derecesindeki değişimi ifade etmektedir. İnsanın bedeni yönündeki dengesizlikler hastalık olarak ortaya çıkmaktadır. Buna karşılık mizacındaki aşağı yukarı değişimler ise sağlık seviyesine göre dinamik bir yapıyı temsil etmektedir. Diğer bir ifadeyle insanın doğasında

meyil olarak bulunan kötü bir huyun zıddı olan iyiliğe erişmesi insanın çabasıyla mümkün olabilmektedir (Bayır, 2022:447-449).

II.2.5.2. İçe Dönük-Dışa Dönük Kişilik

Biyolojik yaklaşımla ilgili bir başka öne çıkan kuram ise Hans J. Eysenck' in (1916-1997) kişilik kuramıdır. Eysenck, kişiliğin biyolojik özellikleri olarak *içe dönüklüğü* ve *dışa dönüklüğü* ileri sürmüştür. Buna ise *nevrotik (dengesiz)* ve *dengeli* kişilik boyutlarını da ekleyerek Şekil 1'deki çeşitli özellikleri içinde barındıran şemayı oluşturmuştur. Eysenck, süper ayırıcı özellik olarak tanımlanan bu özelliklere son olarak *psikotikliği* eklemiş ve üç ana boyut çerçevesinde tüm kişilik özelliklerinin açıklanabileceğini ileri sürmüştür (Burger, 2021:345-346). Yapılan araştırmalar sonucu bu özelliklerin kalıtımla ilişkisine dair bulgular elde edilmiştir (Cüceloğlu, 2022:88). Kısaca içe dönük ve dışa dönük kişilikler ile ilgili çıkarımların temelinde fizyolojik süreçler yer almaktadır. Kişilik özelliklerini sinir sistemindeki farklılıklara dayandıran Eysenck' e göre, dışa dönük kişilerin beyinlerindeki uyarılma düzeyi azdır. Bu nedenle kendisini uyaracak sosyal davranışlarda bulunarak dış çevreyle daha çok etkileşime girmektedir. İçe dönüklerde ise tam tersi bir durum mevcuttur. Bu kişilerin beyinlerinin uyarılma düzeyi ortalamanın üzerindedir. Bu nedenle bu kişiliğe sahip olan insanlar dış çevreden gelen uyarıcılardan uzak durur, daha pasif ortamlara ve faaliyetlere yönelirler. Bir başka deyişle dışsal uyarıcılara hassas olan içe dönükler küçük bir etkinliğe bile hassasiyet gösterirken dışa dönükler ise daha büyük etkinlik peşine düşerek kendilerini dengelemek istemektedirler (Burger, 2021: 346; Ünüvar, Sarı ve Dağhan, 2021: 31-32).

Şekil 1: Eysenck' in Kişilik Şeması



Kaynak: Karabacak (2010)

Eysenck kişilik kuramının nevrotiklik boyutu ise kişinin aşırıya kaçan yönlerini temsil etmektedir. Bu kişilerin diğerlerine göre duygu durumları daha hassastır ve duyguları beklenmedik şekilde çok çabuk değişebilmektedir. Kuramın son boyutunu oluşturan psikotiklik ise bencil ve kendisi dışındaki insanlara ve olaylara karşı duyarsız olan, empati özelliğinden uzak bir kişilik profilini temsil etmektedir (Burger, 2021: 347).

Biyolojik yaklaşım özetlenecek olursa; insan, birtakım temel kişilik özellikleriyle birlikte dünyaya gelmektedir. Bu temel özellikler kişinin davranışlarının başlıca eğilimini belirlemektedir. Fakat bireyin kişiliğinin belirleyicisi değildir. Kişilik özellikleri, bireyin bu kalıtsal özellikleri ve dış dünya ile girdiği etkileşim sonucunda ortaya çıkan tutarlı ve kalıcı niteliklerdir. İnsanın sağlıklı gelişimi, mizaç özellikleri dikkate alınarak oluşturulan çevresel faktörlerle daha net anlaşılabilir (Cüceloğlu, 2022: 90; Burger, 2021:356).

II.2.5. Ayırıcı Özellik Yaklaşımı

Ayırıcı özellik yaklaşımı, kişiliğin daha çok durağan sabit yönüyle ilgilenmiş ve temel özellikler çerçevesinde insanın kişiliği hakkında çıkarımlar yapmayı amaçlamıştır. Bu görüş her insanda belli başlı özelliklerin bulunduğunu ve bu özelliklerin bir karışımı sonucu davranışların meydana geldiğini savunmuştur. Adından da anlaşılacağı üzere kişi, kendinde bulunan özellikler itibarıyla diğer insanlardan ayrılmaktadır ve her insanın özgün bir kişilik yapısı vardır. Özellikçi kuramcılar kişiliğin oluşumunda çevresel koşullara çok önem vermemişlerdir. Yapısalcı bir bakış açısına sahip olan kuram, daha çok kalıp bir anlayışla kişinin davranışlarını kestirmeyi amaçlamıştır (Çiçek ve Arslan, 2020:140).

Yaklaşımın önemli temsilcileri arasında yer alan Gordon Allport (1897-1967) ilk ayırıcı özellik çalışmalarını 1921 yılında yürütmeye başlamıştır. Amerikalı psikolog, kişiliğin ayırıcı özellik boyutunun farklılığının sinir sistemi yapısından kaynaklandığını ileri sürmüştür. Ancak çalışmalarının sınırlılığının farkında olan Allport' un genel görüşü, kişiliğin hem durağan hem de değişken bir tarafının olduğudur. Allport, ayırıcı özelliklerin tek başına davranışı açıklamada yeterli olmayacağını da vurgulamıştır. Bir insanın kişiliğinin, öne çıkan 5-10 özelliğinin birleşiminden meydana geldiğini, bu özelliklerin sayı ve baskınlıklarına göre her insanda benzersiz bir oluşum ortaya çıkardığını ileri sürmüştür (Burger, 2021:239-240). Yaklaşım, temelde zıt sıfatlar halindeki özellik çiftleriyle oluşturulmuş testlerle kişiliğin ölçülmesi metodunu benimsemiştir. Oldukça fazla olan bu özellikler havuzunda belli özellikler arasındaki korelasyon sonucu kümeler oluşturularak, özellikler genel temel özelliklere indirgenmiştir. Özellik yaklaşımı olarak değerlendirebilecek birçok model mevcuttur. Biyolojik yaklaşımda

belirtilen Hans Eysenck' in içe dönüklük-dışa dönüklük modeli ve Rotter' in içten denetimli-dıştan denetimli gibi insanları temel özelliklerle sınıflandıran bu modeller, öne çıkan birkaçını teşkil etmektedir. Rotter, kişinin içten denetimlilik derecesinin arttıkça çevresini kontrol altında tutup yönlendirebileceği inancında olduğunu, dıştan denetimlilik derecesi fazla olanın ise çevresi üzerinde etkili olamayacağına inandığını belirtir (Cüceloğlu,2022:413-419).

II. 2.5.1.1. Beş Faktör Kişilik Kuramı

Bu yaklaşımın belki de en popüler ve hâlâ geçerliliğini koruyan modeli, Büyük Beşli olarak da bilinen Beş Faktör Kişilik Kuramı'dır. Birçok bilim insanının katkısıyla gelişen kişilik modeli, insanı beş kişilik özelliğinin zıttı olan sıfatlarla beraber kişideki bulunma derecesine göre kişiliği hakkında bilgi vermeyi amaçlar. Yukarıda belirtildiği üzere çok fazla olan bu özellik havuzu faktör analizleri sonucunda bu hali almıştır. Ortaya çıkan nihai gruplamalara farklı isimler verilmiş olsa da genel itibariyle görüş birliği bulunan özellikler; *Nevrotiklik, Dışa Dönüklük, Açıklık, Uyumluluk ve Öz disiplindir*. Model, farklı kültürel ve demografik özelliklere sahip kişiler üzerinde uygulanması sonucu genellenebilirlik özelliğini kazanmıştır (Çiçek ve Arslan, 2020:140; Burger, 2021:251-253).

Kısaca açıklanacak olursa, nevrotiklik derecesi yüksek olan kişiler daha kaygılı, stresli, duygularında aşırı insanlarken düşük olanlar daha sakin ve aşırı duygusal hallerden uzak kişilerdir. Dışa dönük kişiler daha sosyal, ilişkilere önem veren ve hareketli bir yapıya sahipken içe dönükler, insanlardan daha uzak, çekingen, soyutlanmış kişiliğe sahip insanlardan oluşturmaktadır. Açıklık boyutunda yüksek derecedeki insanlar, meraklı, kişisel gelişime açık, daha esnek ve şekil alabilen, kendisini yenileyebilen dinamik yapıdaki insanları temsil etmektedir. Buna karşılık düşük derecedeki insanlar, yeni deneyimlere ve yeniliklere kapalı, katı, alışkanlıkları dışına çıkmayan durağan bir kişilik yapısındadır. Uyumlu insanlar toplumcu, yardımsever, bulunduğu ortamda güven bağları ile hareket eden kişileri, uyumsuz insanlar ise şüpheli, ben merkezci ve çıkar odaklı yaşayan rekabetçi insanları kapsar. Son olarak öz disiplin boyutunda derece olarak yüksek olanlar sistematik ve planlı hareket eden, kendini kontrol edebilen, istikrarlı, irade sahibi çalışkan insanlarken, derecesi düşük olanlar ise dikkatsiz, sebatlı, sorumluluk sahibi olmayan uçarlı insanlardır (Çiçek ve Arslan, 2020:140-142; Burger, 2021:253-255).

II.2.5.2. 16 Faktör Kişilik Modeli

Ayırıcı özellik yaklaşımında bir diğer öncü isim İngiliz psikolog Raymond Cattell'dir. 21. yy.'da hala gerçekliğini koruyan 16 Faktörlü Kişilik Testinin sahibidir. Bu özellikler,

sıcaklık, mantıklı düşünme, duygusal kararlılık, üstünlük, neşelilik, kural bilinci, sosyal cesaret, hassaslık, tedbirlilik, dalgınlık, hususiyet, endişe duygusu, değişikliğe açıklık, kendine yetme, mükemmeliyetçilik ve gerginliktir. Kişiler bu özelliklerin zıttı olan niteliklerle arasındaki aralıkta yer alan bir noktada bulunmaktadır (Burger, 2021: 252).

II.2.5.3. Henry Murray Öğrenilmiş İhtiyaçlar Kuramı

İnsanın kişilik özelliklerini temel gereksinimleri üzerinden değerlendiren Henry Murray (1893-1988), yaptığı çalışmayla psikanalitik ve ayırıcı özellikler yaklaşımının bir sentezini ortaya koymuştur. Kişinin içinde bir takım temel gereksinimleri olduğunu ve karşılaştığı durumlarda bunlarda baskın olanın o an ki davranışı etkilediğini ileri sürmüştür. Kişinin gereksinimleri potansiyel olarak bulunmakta ve uygun olan bir durum ile karşılaşıldığında aktif hale gelmektedir. Bu gereksinimler genel anlamda; alçalmak, başarı, yakın ilişki, saldırganlık, bağımsız olmak, suçtan kaçınmak, karşıt hareket (yenilgiyi kabul etmemek), savunma, saygı gösterme, üstünlük, sergileme (ilgi çekmek), zarardan kaçınmak, kaçınma (zayıflıktan kaçınma), düzen, oyun (eğlenmek), reddetmek (ilgisiz kalmak), duygululuk (duygusal izlenim), cinsellik, yardım istemek, anlayış (kavrayış) olarak ifade edilmiştir (Burger, 2021:244-245). Bu test kişilerin bilinçdışı süreçlerinde kişilik üzerinde etkili olacağı anlamına gelmektedir (Hazar, 2006:134).

Özellikçi yaklaşıma eleştiriler ise üç başlıkta toplanabilir. Bu eleştiriler özelliklerin gelişim süreçlerinden bahsedilmemesi, özelliklerin kendi arasındaki ilişki ve sosyal durumlara göre değişkenliğinin nasıl olduğu konularının özellikçi yaklaşımda yer almaması olarak sıralanabilir. Kişinin mevcut hali hakkında bilgi vermeyi amaçlayan, bu duruma nereden geldiği, nereye doğru bir gelişim gösterdiği konularını ele almayan yaklaşıma yöneltilen eleştirilerin temelinde, dinamik insan yapısının durağan bir ifadeyle tam olarak açıklanmayacağı görüşü yer almaktadır (Cüceloğlu, 2022:417).

II.2.6. Psikanalitik Yaklaşım

Psikanalitik yaklaşımını ortaya atan Sigmund Freud (1856-1939) psikoloji ve kişilik kuramları tarihinde görüşleriyle öne çıkmış ve dikkatleri üzerine çekmiş bir nörologdur. Psikanalitik yaklaşım, içerisinde birçok model barındırmaktadır. Bu modeller psikoloji tarihinde birçok kuram ile kıyaslamıştır (Burger, 2021:72-73).

Freud'un ilk çalışmaları iç gözlem metodu ile olmuştur. Bu metotla bilinçaltını keşfetmiş ve psikanalitik yaklaşımın çerçevesini bilinçaltı üzerinde kurmuştur. Freud'un insana dair görüşlerini genel itibarıyla kendi iç dünyası ve yaşadığı dönemdeki dış deneyimleri

oluşturmuştur. Modeller çerçevesinde psikanalitik yaklaşım ele alındığında bunlar, *topografik model, yapısal model, psikoseksüel gelişim modeli ve savunma mekanizmaları* ortaya çıkmaktadır (Burger, 2021:77-90; Cüceloğlu, 2022:403-410).

Topografik Model insanın kişiliğini üç boyutta incelenmektedir. Bu boyutlar *bilinç, bilinç öncesi ve bilinçaltıdır*. *Bilinç*, ânı değerlendirirken kullanılan düşüncelerden oluşmaktadır. *Bilinç öncesi* ise o an kullanılmayan ancak zihinsel bir istekle bilinç düzeyine getirilebilen bir havuzu oluşturmaktadır. *Bilinçaltı* ise Freud’a göre insanın bilerek ve isteyerek bilinç düzeyine getiremeyeceği daha çok örtük bir kısmı temsil etmektedir. Ancak bu kısmın davranışlardaki etkisini oldukça önemli kabul etmektedir. Tam bu noktada psikanalitik yaklaşım, insanın davranışlarında ve sözlerinde bilinçaltının derinliklerindeki çeşitli istekler, ihtiyaçlar ve insanın üzerinde etkili olan diğer unsurları anlamaya çalışmaktadır. (Cüceloğlu, 2022:306; Burger, 2021:77)

Yapısal Modeli de üç unsur etrafında oluşturan Freud, *id, ego ve süperegö* kavramlarını geliştirmiştir. *İd*, kişinin dürtüsel ve kural tanımaz yanını oluşturmaktadır. Kişi zevk ve hazlarını anlık tatmin etmek ister. Bu sınırsız istekler ise kişinin *ego* denilen yönüyle baskılanmaya çalışılır. *Ego*, *id*’in isteklerini uygun koşullarda yerine getirmek ister. *İd*, toplumsal normlar ve ahlaki değerleri umursamazken modelin üçüncü dinamiği ise bu değerler çerçevesinde insanın hareket etmesini talep eder. İnsanın vicdani yönü de denilebilen *süperegö*, davranışları değerlerin terazisinde tartarak yargılarını oluşturur. Kişi bu üçlü dengede *ego*, *id* ve *süperegö*yu dikkate alarak orta bir yol bulmaya çalışır (Hazar, 2006:130).

Freud insanın davranışlarının kaynağını iki güdüye bağlamıştır. Bunlardan birisi *cinsellik dürtüsü (Libido)* diğeri ise *ölüm veya saldırganlık dürtüsü (Thanatos)*’dür. *Cinsellik dürtüsü* genel olarak kişiye haz veren faaliyetlerin arkasındaki dürtü olarak değerlendirilebilir. *Saldırganlık dürtüsü* ise kişinin ölme isteğiyle ilişkili olarak ortaya çıkmaktadır. Kişi kendine zarar vermek istemeyeceği için yön değiştirerek başkasına saldırganlık olarak gösterir. Freud, insanın yaşamında yapacağı işler için bir enerjisi olduğunu ve psikolojik olarak bu güdülerini *egosu* vasıtasıyla bastırmaya çalıştığında enerji kaybettiğini ileri sürer. Psikanalitik yaklaşımdaki psikoterapi ise bu güdülerin serbest bırakılmasını ve yaşamlarında enerji kaybının azaltılmasını hedeflemektedir (Burger, 2021:80-81).

Yapısal modelde belirtildiği üzere insanda bulunan bu üç boyutlu kişilik yapısı devamlı etkileşim halindedir. Birbirine baskın olmak isteyen bu yapıların arasındaki dengeyi sağlamaya çalışan *ego*, kendi üzerinde bir tehlike hissettiğinde bir kriz biçimi olarak kaygı yaşar. Bu kaygılar ise insanın iç dünyasında bilinç durumuna çıkaramayacak şekilde sıkıntılı durumlar yaşadığını gösterir. Kaygılar, çıkış noktasına göre nesnel, nörotik ve ahlaki olarak

sınıflandırılmaktadır. Nesnel kaygı günlük yaşamdaki gerçek kaygıları oluşturur. Nörotik kaygı, sınırsız ve hazcı olarak eylemlerini sürdürmek isteyen insanın cezalandırılma kaygısını ifade ederken, belli ahlaki değerleri benimseyen insanların bu değerlere aykırı hareket emesi sonucunda ahlaki kaygı oluşmaktadır. (Shultz ve Shultz, 2022: 610; Burger, 2021: 81-82)

II.2.6.1. Savunma Mekanizmaları

Yapısal modelde id ve süperegö arasında dengeyi sağlamaya çalışan egonun üzerinde baskı oluştuğunda ortaya çıkan kaygı durumlarında dengeyi huzuru sağlamak adına belli başlı stratejiler geliştirir. Freud stratejilere *savunma mekanizmaları* adını vermiştir. Bu savunma mekanizmalarını sağlıklı insanlar bile zaman zaman kullanmaktadırlar. Ancak bu mekanizmaların devamlı kullanılması sağlıksız bir insan profiline işaret etmektedir (Cüceloğlu, 2022:299). Belli başlı savunma mekanizmaları şu şekildedir; (Shultz ve Shultz, 2023: 611; Burger, 2021: 82-85; Cüceloğlu, 2022 300-302)

Bastırma: Kişiyi kaygılandıran olay veya düşüncelerin bilinç durumundan bilinçaltına atmasıdır. Psikanalitik yaklaşımın genel mantığının temelini oluşturur. Kişi içgüdüsel olarak ortaya çıkan duygularını doğru ortamda gideremediğinde, kaygı yaşamamak için bilinçaltına atar. İnsanın bir gün öleceğini bilmesine rağmen hiç ölmeyecek gibi yaşaması bu duruma örnek olarak verilebilir.

Yüceltme: İd 'in sınırsız isteklerinin toplumsal olarak kabul edilebilir bir alanda ortaya çıkmasıdır. Burada içgüdü'nün giderilmesi nedeniyle fiziksel olarak bir başarı görülebilir. Bu duruma kişinin saldırgan dürtülerinin topluma polis ya da asker olarak kabul edilen hatta övülen mesleklerde kullanılması ya da kişilerin teşhircilik güdülerini sanat adı altında sergilemeleri de örnek gösterilebilir.

Yer Değiştirme: İnsanda kaygıya neden olan durum ya da kişi, gücünün yetmeyeceği ya da kontrolünün dışındaki bir konumdaysa, içinde yaşadığı ve bilinç düzeyine çıkarmak istediği duyguyu, gücünün yeteceğine ve kontrol edebileceğine yöneltir. Patrona kızan kocanın sinirini karısına yöneltmesi, kocasına kızan kadının öfkesini çocuklarına yönlendirmesi bu duruma örnek verilebilir.

İnkâr: Kişi inanmak istemediği bir olayı inkâr ederek kendini rahatlatma yoluna gidebilir. Ancak bu mekanizmanın sık kullanılması kişiyi gerçeklerden uzaklaştırır. Yanlış bir davranış sergilemesi sonucu ortaya çıkacak kötü histen kurtulmak isteyen birinin bu davranışı yapmadığını iddia etmesi örnek verilebilir.

Mantığa bürüme: Kişi yaptığı ya da karşılaştığı uygun olmayan bir davranışı kabul edilebilir bir hale getirmek için hafifletici kılıflar bulabilir. Böylece ilgili açıklamaya mantıklı

bir açıklama getirir. Yaptığı bir hatayı “Zaten herkes yapıyor” diyerek normalleştirmek bu nevi bir davranıştır.

Yansıtma: Kendisinde bulunun olumsuz kişilik özelliklerini ya da içinde yaşadığı bir güdüyü başkasında görmesidir. Zamanını verimsiz kullanan bir insanın, diğer bir kişiye boş işlerle vaktini harcadığını söylemesi bu duruma örnek olacak niteliktedir.

Karşıt Tepki Geliştirme: Dışa vurulduğunda kabul edilemeyecek kadar sıkıntılı olan düşüncelerin, tam zıttını sergileyerek veya söylemler geliştirerek olumsuz düşüncelerin suçluluğundan kurtulmaya çalışılmasıdır. Komşunun küçük çocuğunun masumca verdiği bir zarara sinirlenilmesine rağmen bu durum göz ardı edilerek ona karşı sevgi gösterisinde bulunmak bir karşıt tepkidir.

Gerileme: Bireylerin kaygı yaşadıkları dönemde bu kaygıdan kurtulmak için daha rahat ve huzurlu olduğu çocukluk dönemlerine geri dönüp o dönemin çocuksu hareketlerini sergilemesidir.

Özdeşim: Kişi kendinde gördüğü zayıf ve eksik yanları o konuda daha iyi durumda olan kişiyle özdeşleşerek ortadan kaldırmaya çalışır. Buradaki amaç kaygıyı ortadan kaldırmaktır. Kendini o kişi gibi görerek olmak istediği kişinin hareketlerini taklit eder. Kendini güzel bulmayan bir kızın güzel olarak gördüğü birinin giyim tarzına özenmesi ve o şekilde giyinmesi bu kapsama girmektedir.

Hayal Dünyasına Kaçma: Mevcut durumunu veya konumunu beğenmeyen kişi, sıkıntısız ve istediği gibi şekillendireceği hayal dünyasına kaçarak, hoşnutsuzluklarından kurtulmaya çalışır. Yaptığı işi beğenmeyen birisinin kendisine yakıştırdığı başka bir mesleği yaptığını hayal ederek kaygıdan kurtulmaya çalışması bu duruma örnektir.

II. 2.6.2. Psikoseksüel Gelişim Modeli

Psikoseksüel Gelişim modeli ise, insanın gelişimini belli dönemlere ayırır ve bu dönemlerin kişilik gelişimine etkisini açıklar. Beş aşamadan oluşur. Bu dönemlerde bireyin herhangi bir travma veya takılma yaşanması, onun ileriki yaşlarında kişiliğinde görülebilir özelliklere dönüşür (Özdemir vd., 2012:571) Dönemler sırasıyla;

Tablo 2.1: Psikoseksüel Gelişim Dönemleri

Yaş Aralığı	Dönem	Açıklama
0-2 yaş	Oral Dönem	Temel uyarılan organ ağızdır. Çocuk bu dönemde anne memesi ile beslenmektedir. İlgili dönemdeki yoksunluk ya da aşırılık takılmaya neden olabilir. Bu takılma sonucu kişilerde, ellerini ağızına sık götürme, alkol, uyuşturucu, yemek yeme bağımlılığı ve saldırgan davranışlar görülebilir. Kişi ağızdan tatmin olmaya eğilimlidir.
2-3 yaş	Anal Dönem	Çocukların tuvalet eğitimi bu dönemde başlar. Temelde uyarılan organ anüstür. İlgili dönemdeki takılmalar sıkı ya da gevşek bir tuvalet eğitimi sonucunda meydana gelmektedir. Sıkı bir tuvalet eğitimi bireyin titiz, tutumlu, kontrollü olmasını sağlar. Fakat gevşek tuvalet eğitimi ise kişinin vurdumduymaz, rahat, savurgan bir karakter kazanmasına yol açabilir.
4-5 yaş	Fallik Dönem	Fallik Dönemde cinsel organ uyarılmanın merkezini oluşturur. Freud çocukların bu dönemde karşı cinsten olan anne ya da babasına bir cinsel istek duyduğunu ve hemcinsi olan ebeveynini kışkırttığını ileri sürer. Ancak kendi gelişimi açısından hemcinsi olan ebeveynine ihtiyaç duyan çocukta bir iç çelişki gelişir. Bu durum sonucunda kız çocuklarında eletra kompleksi, erkek çocuklarında ise ödip kompleksi oluşur. Bu çelişki karşıt tepki geliştirme yoluyla çocuğun hemcinsi olan ebeveyni ile özdeşleşmesiyle son bulur. Üst benin gelişimi bu evrede ortaya çıkar. Çocuk özdeşleştiği ebeveynini örnek almaya ve sosyal hayatı öğrenmeye başlar.
6-12 yaş	Örtük Dönem	Bu dönem genital dönem öncesi son aşamadır ve çocuğun cinsel dürtüleri yok gibidir. Genelde çocuklar hemcinsleriyle sosyalleşirler.
13-18 yaş	Genital Dönem	Ergenlik çağı olarak da değerlendirilebilir. Genital dönem karşı cinse ilginin arttığı dönem olmaktadır. Bu ilginin seviyesi ve davranışsal olarak ortaya çıkışı kişinin ortamı, aldığı eğitimi ve onun id, ego ve süpereo dengesindeki duruma göre değişmektedir.

Kaynak: Cüceloğlu, 2022, Burger, 2021

Kişilerin bu dönemleri sırasıyla yaşaması öngörülür. Bu dönemlerin herhangi birinde hatta konu olan organ ile yaşanan durum arasında bir saplantı olursa bu durum, kişinin diğer

dönemlerinde baskın bir özellik olarak ortaya çıkabilir. Bu duruma *fiksasyon* denmektedir (Cüceloğlu, 2022: 409).

Freud, kişinin bastırıldığı güdüler veya duyguların genelde başka bir kılıf altında yaşamına dahil olduğunu öne sürmektedir. Bu davranışlara simgesel davranış adı verilmektedir. Kişi sıkıntılı güdülerini ve düşüncelerini bazı simgeler yoluyla ortaya çıkarır. Doğrudan olmasa da dolaylı bir dışavurum olarak simgesel davranışlar rüyada da ortaya çıkar. Rüya yorumları psikanalizde önemli bir yere sahiptir. Rüya yorumlamalarında belli güdü ve duyguların rüyada ortaya çıkan simgesel temsilleri aracılığıyla kişinin durumunun tespiti yapılmaktadır. Kişi sevmediği bir kişiye doğrudan bunu ifade edemese bile dolaylı yoldan onun sevdiği konulara düşmanlık besleyerek bu duyguya ifade fırsatı oluşturur. Psikanalitik kuramda kısaca, kişinin yaptığı hiçbir eylem basit ve yalnızca o an karar verilmiş bir hareket değildir. Bilinçaltının derinliklerinde yatan içgüdüler, duygular ve geçmiş yaşantılardan izler taşıyabilmektedir (Burger; 2021:90-94).

II. 2.7. Psikanalitik Sonrası Diğer Kuramlar: Yeni-Freud'cular

Freud kişilik üzerine geliştirdiği modeller ve çalışmalarıyla kişilik tarihinde önemli bir yer edinmiştir. Ancak birçok konuda da eleştirilmiştir. Psikanalitik yaklaşımın üyeleri olan birçok bilim insanı kendi kuramlarını oluşturmuşlardır. Geliştirilen bu kuramlar, temelde psikanalitik yaklaşımın ifadelerini kabul etse de önemli noktalarda görüş ayrılıkları bulunmaktadır (Burger, 2021:148). Özellikle Freud'un öğrencisi Jung ve Adler cinsellik dürtüsünün davranışlar üzerindeki etkilerinin abartıldığını belirtmişlerdir (Ceylan, 2006:61). Freud'a gelen diğer temel eleştiriler ise kişiliğin gelişiminin büyük bir bölümünün yaşamın ilk 5-6 yıla atfedilmesi, toplumsal etkilere yer verilmemesi ve insana yönelik tek boyutlu kötümser bir bakış açısına sahip olmasıyla ilgilidir (Burger, 2021:149-151). Bu eleştiriler sonucu ortaya çıkan kuramlar ise Psikanalitiği tamamen ortadan kaldıracak nitelikte değil, onu geliştiren görüşlerdir. Bu yüzden ilgili görüşler zamanla Yeni-Freud'cu kuramlar adını almıştır (Burger, 2021:148).

II.2.7.1. Carl Jung ve Ortak Bilinçaltı Kuramı

Carl Jung (1875-1961), insan bilincinin derinliklerinde ben ötesi bir boyutun varlığını ifade eden ilk bilim insanlarından (Özdoğan, 2008:93). Freud'un, cinselliğin davranış üzerindeki etkisi görüşünün abartıldığı kadar olmadığını düşünmüş (Hazar, 2006:131) ve insanın yaşam amaçları doğrultusunda harekete geçtiğini öne sürmüştür. Bilinçaltını kabul etmiş ve beraber bunun iki boyutunun olduğunu söylemiştir. Bunlar kişinin öz bilinçaltı ve tüm

insanlarda geçmişten gelen ortak bilinçaltıdır (Cüceloğlu, 2022:412). Arketipler olarak adlandırdığı bu ortak bilinçaltı, insanda doğuştan var olmaktadır. Bunlardan birkaçı, anne, baba, bilge adam, tanrı, ölüm, anima, amimusdur. Anima, erkeğin içindeki dişillik yönü, animus ise kadının içindeki erillik yönüdür. Kişi içinde yer alan karşı cinse ait parça onun aradığı eşi ifade etmektedir. Bu onun ruhunun bir yansımasıdır. Jung, insanın kötü olan yüzünü ise gölge kavramıyla ifade etmiştir. Jung özgeçmişinde insanın aşkın bir tarafının yüce bir irade ile irtibatına, “Baştan beri içimde, benden daha yüce bir iradenin emirlerine uyduğuna dair sarsılmaz bir inanç vardı” şeklindeki ifadesiyle dikkat çekmiştir (Burger, 2021:157-158). Freud’un insan kişiliğine bakışı, yaşamın ilk evrelerinin etkisinde bilinçdışına bağlı, durağan ve kötümserken, Jung’un yaklaşımı insanın gelişim potansiyelinin varlığına işaret eden daha iyimser bir görüştür. (Merter, 2023:35).

Jung, psişe adını verdiği üç boyutlu bir kişilik yaklaşımı benimsemiştir. Bunlar kişisel bilinçaltı, ortak bilinçaltı ve bilinçtir. İnsanın belli bir güdüden değil, genel olarak hayat amacı için bir yaşam enerjisinin olduğunu ifade etmiştir. Eysenck gibi Jung’da temelde kişilik tipolojilerini içe dönük ve dışa dönük olarak değerlendirmiştir. Ancak bunu geliştirmiş ve duygu, sezgi, düşünme, duyu işlevleri ile bir sentez geliştirip sekiz ana tipolojide insan kişiliğini sınıflandırmıştır. Bu kişilik tiplerini ölçümlemek için sık kullanılan ölçek Myers-Briggs ölçeğidir. Genelde meslek danışmanlarının kullandığı ölçek, kişilik tiplerinin çalışacağı uygun işleri ve ortamları hakkında bilgi vermektedir. Genel manada dışa dönükler, insanlarla iç içe olacakları bir iş ortamında rahat ederken içe dönükler ise bu kadar sosyal bir ortamdan hoşlanmayacaktır. İşlevsel olarak duygu yoğun insanlar, hizmet sektörlerinde, duyu baskın insanlar somut ve ayrıntı gereken görevlerde, sezgi yoğun insanlar sürekli yenilik ve farklılık olan alanlarda, düşünme baskın insanlar ise mantıksal ve sorun çözümü istenen işlerde başarılı olabilir (Burger, 2021:190-193; Ceylan, 2013:62).

II.2.7.2. Alfred Adler ve Üstünlük Çabası Kuramı

Alfred Adler (1870-1937), insanların temel güdüsünün üstünlük kurma olduğunu öne sürmüştür. Freud’dan temel olarak farklılaştığı nokta, insanın küçüklükte başkalarından daha güçsüz konumdayken oluşan aşağı kalma duygusunu yaşam boyunca düzeltmeye çalışması ve üstünlük sağlamaya uğraşmasıdır. Aşağılık kompleksi kavramını üreten Adler, kişiyi yaşam boyu etkileyen en güçlü güdünün üstünlük çabası olduğunu ifade etmiştir (Cüceloğlu, 2022:413; Hazar, 2006:131)

Adler, Freud’la yaşadığı ciddi görüş ayrılıkları sebebiyle psikanalitik grubundan ilk ayrılan isim olmuştur. Kendi oluşumunu ve dergisini kuran Adler buna *bireysel psikoloji* adını

vermiştir. Adler, insanın doğumundan itibaren bir aşağılık duygusuna sahip olduğunu söyler. Bu aşağılık duygusu kişiyi güdüleyerek yaşamında karşılaştığı zorluklara karşı bir üstünlük çabası ortaya çıkarır. Bu çaba ancak kişinin kendisinin ve toplumun yararına olduğunda doyuma ulaşmaktadır. Fakat toplumda aykırı kişiler bu üstünlüğü diğerlerine karşı kendi çıkarları için kullanmak istemektedirler. Bu aşağılık duygusu, insanı güdüleyip hareket geçirmektedir. Buna karşılık bazı insanlar bu duygunun esiri olup aşağılık kompleksine kapılarak hareketsiz ve gagesiz kalabilmektedir (Burger, 2021:152-153).

Adler, kişinin davranışlarının üstünlük güdüsüne ek olarak çevresel koşullarla ilişkisine de yer vermiştir (Özdemir vd., 2012:584). Kişiliği, bireyin toplumla olan ilişkisine karşı bir ifade şekli olarak görür ve karşılaştığı durumları değerlendirmesine göre iyimser-kötümser, saldırgan-savunmacı olarak ayırır (Hazar, 2006:131; Ceylan, 2013:62). Kişilik gelişiminde çocukluk döneminin etkisi konusunda Freud’la görüş birliği içinde olan Adler, bu süreçte ebeveynin etkisine dikkat çekmiştir. Çocuğuna davranışı bakımından ebeveyn tiplerini ikiye ayırmıştır. Birinci tip ebeveyn, çocuklarını şımartan korumacı tutum sergileyenler; ikinci tip ebeveynler ise çocuklarına gerekli ilgiyi göstermeyen ihmalcı davrananlardır. Birinci tip ebeveynin bu tutumla yetiştirdiği çocuk, anne-babaya bağımlı, kendi kararlarını vermekte zorlanan, başına gelen zorluklarla mücadele edemeyen ve bunun sonucunda aşağılık duygusuna kapılan kişiler olmaktadır. Öte yandan ikinci tip ebeveynler ise çocuklarına gerekli olan ilgiyi göstermezler ve onların gelişimlerine karşı ihmalkâr davranırlar. Bunun sonucunda insan ilişkileri zayıf, güven duygusu gelişmemiş şüpheli kişiliğe sahip bireyler ortaya çıkmaktadır (Burger, 2021:153).

II.2.7.3. Erik Erikson Psikososyal Gelişim Kuramı

Freud’un benlik (ego) tasviri, alt ve üst benlik taleplerinin etkisinde oldukça bağımlı ve arabulucu konumundadır. Ancak Erik Erikson (1902-1994) insanın benliğini daha özgür ve tutarlı bir kimlik oluşturan konumda değerlendirmiştir. Kimlik, insanın kendisini yalnızca geçmişle değil aynı zamanda gelecekle olan irtibatını da bütünsellik boyutunda değerlendirmesidir. Erikson kişilik gelişiminin yaşam boyu devam ettiğini ve belli evrelerin bu gelişimde kritik olduğunu öne sürmüştür. Bu dönemleri 8’e ayırmıştır. Bütün dönemler kendi içinde bir bütünlük oluşturmakta ve bir önceki dönem bir sonraki döneme geçişi sağlamaktadır. Kademeli bir gelişim süreci öngörmüş ve bu süreçteki her basamağı bunalımlar olarak nitelendirmiştir. Bu kriz ve sıkıntı sürecinde kişi gelişir ve bir sonraki dönemi sırtlayabilecek olgunluğa erişir. Erikson kimlik bunalımı kavramını oluşturmuştur. Bu kavram, kişinin

kimliğini nitelendirmede zorluk yaşadığı ve yaşamın amacı ile ilgili net bir görüşe sahip olmadığı zamanlardaki oluşan sıkıntı halidir (Burger, 2021:163-164).

Erikson'un kişilik gelişim evreleri iki seçenekli yollar olarak düşünülebilir. Kişi her döneminde bir yola girmek durumundadır. Bu dönemler ve yollar Tablo 3'te gösterilmiştir.

Tablo 2.2: Erikson'un Gelişim Dönemleri

Aşama	Dönem	1.yol	2.yol
1.Aşama	Bebeklik (0-2 yaş)	Temel Güven	Güvensizlik
2. Aşama	Yürümeye Başlama (2-3yaş)	Bağımsızlık	Utanç ve Şüphe
3. Aşama	Erken Çocukluk (3-5 yaş)	Girişim	Suçluluk
4. Aşama	İlkokul Çağı (5-12 yaş)	Başarı	Aşağılık Duygusu
5. Aşama	Ergenlik (12-18 yaş)	Benlik tanımlanması	Rol Belirsizliği
6. Aşama	Genç Yetişkinlik (18-25 yaş)	Yakınlık Kurma	Soyutlanma
7. Aşama	Yetişkinlik (25-65 yaş)	Üretkenlik/Diğerkâmlık	Verimsizlik/ Durgunluk
8. Aşama	Yaşlılık (65 ve yaşam sonları)	Bütüncül Benlik	Umutsuzluk

Kaynak: Cüceloğlu, 2022; Burger, 2021; Merter, 2023

Bu aşamalar şu şekilde açıklanabilir: (Burger, 2021:165-170; Cüceloğlu, 2022:358-368; Özdemir vd., 2021:572-585

- Birinci aşama olan bebeklik döneminde, çocuğun annesi ile olan ilişkisindeki sevgi ve ilgi sonucu güven duygusu inşa edilmektedir. Buradaki ihtiyaç, güven durumu bakıcı rolünü üstlenen kişinin bebeğin gereksinimlerini karşılamadaki yeterlilik düzeyinden emin olması ile ilişkilidir. Buna karşın annesinden bu gereken ve sevgiyi göremeyen

çocuklarda güvensizlik duygusu ortaya çıkar ve kişi kendine ve diğer insanlara karşı güvensiz bir tutum sergiler. Sağlıklı sosyal ilişkiler geliştiremeyen çocukların bu durumu zihinsel gelişiminin de aksamasına yol açar.

- İkinci aşama olan yürümeye başlama evresinde, çocuk diğer varlıklardan kendini ayırmaya başlar ve özgürlük sınırlarını keşfeder. Bağımsız bir kişiliğe karşın, korumacı ebeveynlerin kısıtlayıcı davranışları sonucunda çocuk utanç ve şüphe duyguları geliştirir.
- Üçüncü aşama olan erken çocukluk döneminde çocuk dil ve hareket becerilerini geliştirir. Bununla birlikte sosyal beceriler edinir ve diğer insanlarla olan ilişkilerini düzenler. Bu aşamada sosyal ilişkilerde karşılaştığı sorunlarla başa çıkması öğretilmelidir. Çocuk bu evrede ya girişimci özelliğini edinir ya da sorunlar karşında suçluluk duyar.
- Dördüncü aşamada ilkokul çağına gelen çocuk, okuldaki süreçler ve girdiği ilişkilerde rekabet ve başarıma duygularıyla tanışır. Kişi akranlarıyla kendisini kıyaslar. Çocuğun öğrenme ve yetenek gelişimi için gerekli koşullar sağlandığında başarılı olursa kendine olan inancı artar. Buna karşılık gerekli koşullar sağlanmadığında ve gelişim sağlanmadığında ise aşğılık duygusu geliştirirler.
- Beşinci aşama olan ergenlik çağında kişi kimlik arayışına girer. Bu evre kişinin toplumla çatıştığı ve dengeyi sağlamakta zorlandığı evredir. Kişi kendisini tanımlayacak bir gruba ait olmak ister. Bu gruplar kendisine zarar verebilecek ya da yarar sağlayabilecek nitelikte olabilmektedir. Bu aşamada kişi, fizyolojik değişimi sonucunda gelen güdüler ile toplumun kabul edeceği davranış ve tutumları geliştirme arasında bir çatışma yaşayabilir. Soyut düşüncenin gelişmesiyle beraber mevcut inançlarını ve yaşamını sorgular. Bu çatışmayı, örnek alıp özdeşleşebileceği bir kimliğe sahip olarak çözmek ister (Ceylan, 2013:59-60). Bir kimlikle özdeşleşme süreci dört boyutta gelişir. Bu gelişim, dağınıklık, körü körüne bağlılık, askıya almak (kriz) ve özdeşleşme şeklindedir. Birey bu dönemde sağlıklı bir kimlik kazanmasına rağmen rol krizine girebilir.
- Altıncı evrede kişi duygusal olarak olgunlaşmasını bir ilişkili ile tamamlamak ister. Karşı cins ile gerçekleşen bu birliktelik sonucu kişi, yakınlık kurma özelliğini geliştirir. Bu evrede yakınlığın gerçekleşmemesi durumunda kişi duygusal olgunlaşma açısından zarar görebilir ve soyutlanma yaşayabilir.
- Yedinci evre olan yetişkinlik çağında kişi, kendisi dışındaki yaşam için bir şeyler yapmaya başlar. Çocuk yetiştirme, gençlere yol gösterme, insanlara yardım etme, farklı

alanlarda üretim faaliyetlerinde bulunmak bu çağın gereksinimlerindendir. Bu evrede üretim yapamayanlar bir verimsizlik ve durgunluk hissiyle karşı karşıya kalır.

- Son aşama olan yaşlılık döneminde ise kişi kendi benliğini daha kutsal bir anlamla bütünleştirmek ister. Bunun sonucunda ortaya çıkan bilgelik hali ise huzuru ve diğer insanlarla olan iletişimde olumlu bir gelişme sağlar (Merter, 2023:39.) Tam tersi durumda ise benliğini bağdaştıramayanlar umutsuzluk ve çöküntü içinde yok olacağı düşüncesiyle acı çeker. Kupler-Ross'un çalışmaları ölümden sonra bir yaşamın olduğu inancının, kişinin ölüme olan bakışını olumlu yönde değiştirdiğini göstermiştir.

II.2.8.İnsancıl Yaklaşım

İnsan kişiliğine dair ortaya çıkmış iki temel güç olan Psikanalitik ve davranışçı yaklaşımları insanı daha çok edilgen ve iradesizliğe yakın şekilde tanımlamıştır. İnsanın diğer varlıklardan ayrılan üstünlüğüne ve özgür iradesine yer verilmemiştir Avrupa'da doğan varoluşçu felsefenin de etkileriyle 1960'lı yıllarda Amerika'da üçüncü güç olarak hümanistik yaklaşım ortaya çıkmıştır. Bu yaklaşım insanın bu bahsedilmeyen yönünü açıklamaya çalışmıştır. Bu yaklaşımın ilk etkilerini Psikanalize karşı çıkan Yeni-Freudcu kuramlarda da görmek mümkündür. Yaklaşım, insanın hayatında yaptığı eylemlerdeki kişisel sorumluluğuna ve kendi kişisel gelişimine yön verebilme yetilerine dikkat çekmiştir. İnsancıl yaklaşımın insanlığa vermek istediği mesaj, kişinin bulunduğu ânı tercihleriyle oluşturduğu ve yapmak istediklerini yapabilme gücüne sahip olduğudur. Yaklaşım, insanın geçmişinin esiri olmadığını belirtir. Ayrıca kişinin geçmiş ya da gelecek üzerine çok fazla zaman kaybetmek yerine, mevcut zamanını değerlendirmesinin en iyi yaşam tarzı olacağını ifade eder (Burger, 2021:416-420; Shultz ve Shultz, 2023:668-670).

Yaklaşımın gelişiminde büyük rol sahibi olan iki bilim insanı Abraham Maslow (1908-1970) ve Carl Rogers (1902-1987)'dir. Maslow bu yaklaşımın babası olarak anılmaktadır. İki bilim insanı da İnsanın yalnızca temel ihtiyaçlarını gidermeye çalışan bir varlık olmadığını, kendi kişisel gelişimini ilerletmeye ihtiyacı olduğunu anlam olarak benzeyen kavramlarla açıklamışlardır. Maslow insanın bu gelişimine *kendini gerçekleştirme* derken, Rogers *potansiyelini tam kullanma* ifadesini kullanmıştır (Burger, 2021:421).

II.2.8.1. Abraham Maslow (1908-1970)

Maslow, kendi kişisel misyonunu “*Freud sanki psikoloji ilminin yarısını anlatmıştı. Bize ise sağlıklı diğer yarısı ile bu ilmi tamamlamak düşünüyor*” diyerek ifade etmiştir (Merter, 2023: 56). Maslow, insanın kendinde potansiyel niteliklerini tam anlamda kullanarak, kendini

gerçekleştirmeye doğru bir iç yönelim faaliyeti sergilediği görüşünü ileri sürmüştür. Maslow, bu süreci belli temel ihtiyaçların giderilerek diğer aşamaya geçilen bir piramide benzetmiştir (Shultz ve Shultz, 2023:672-673).

Şekil 2: Maslow'un İhtiyaçlar Hiyerarşisi



Kaynak: Shultz ve Shultz, 2023

Evrensel olduğu savunulan modelde alttan başlanarak her basamaktaki gereksinimlerin giderilmesi sonucu sonraki basamağa geçilmektedir. Ayrıca kendini gerçekleştiren insanlar dengeli bir kişiliğe sahip olmaktadır. Ancak Maslow bu kademeye ulaşan insanların nüfusun %1'ini oluşturduğunu belirtmektedir. Bu insanların bazı üstün özelliklere sahip olduğunu ileri sürmüştür. Bunlar, sadelik ve doğallık, sorumluluk, konformist yaşamdan uzak bir hayat tarzı, tüm insanlara karşı sevgi ve hoşgörü, gerçekçi algılayış ve üretkenlik gibi özelliklerdir. Kendini gerçekleştirme yolunun temelleri ise ailede atılmaktadır. Anne-baba sevgisini ve güven duygusunu çocuklukta alamayan bireylerin bu yolu ilerleme konusunda zorlanabileceği ifade edilmiştir. Maslow kendini gerçekleştirenlerin hayata bakışı ve ruh hali ile alakalı önemli tespitler yapmıştır. Bu insanların hayatı daha olumlu yönleriyle değerlendirirler, etrafındaki güzellikleri hayranlıkla seyrederek ve farklı tatlar almaktan zevk alırlar. Bu durum zirve deneyimler olarak adlandırılır. İnsanın tecrübe edindiği sırada zaman ve mekân algısını unutturan deneyimleri sık ve yoğun bir şekilde yaşamaktadırlar. İnsanlara diğerkâm, sevgi ve empati duygularıyla yaklaşırlar. Nicel olarak bilimsel araştırma şartlarını taşımayan bu tespitler insanın aşkın yönünü ifade etmek içindir. Maslow bu araştırmaların bilimsel olarak doğrulanacağını düşünmektedir (Shultz ve Shultz, 2023:673-676). Bu ifadelerden de

anlaşılabileceği üzere Maslow, bu keşifleri sezgisel olarak gerçekleştirmiştir. Kendini gerçekleştiren insanın aslında ek bir kazanım elde etmediğine, zaten mevcutta bulunan ancak kaybedilmiş olan değerleri elde ettiğini ifade etmiştir. Bu insanlar hayatlarına daha geniş ufuklardan bakabilen ve yaşadığı zorlukları kendi kişisel gelişimine basamak yapabilen insanlardır. Bencillikten sıyrılmış özgeci bir motivasyona sahiptir. Ancak tüm bu idealize edilmiş insan kişiliğine ulaşamadığında ise kişide kaygılar ve içsel bunalımlar ortaya çıkar. İnsanların bu ihtiyacını zaruri gören Maslow, kişinin güneşe ve minerallere gereksinimi olduğu kadar değerlere ve hayatını anlamlı kılacak bir felsefeye de sahip olması gerektiğini ileri sürmüştür (Merter, 2023: 60-64). Kendini gerçekleştiren insanlar, hatalarını ve iyi yönlerini olduğu gibi kabul ederler. Toplumsal geleneklerden bağımsız olarak hayatı değerlendirebilmektedirler. Maslow bu durumu küçük bir çocuğun gönlünce dünyayı keşfetmesine ve hayretle gözlemlemesine benzetmiştir. Bu kişiler az ancak kaliteli dostluklar edinirler. Bu insanlar, dünyayı iyi bir yere dönüştürmeye çalışan reformcu profildeki insanlardır. Sanata ve felsefeye yatkındırlar. Korku ve kaygılardan uzak, evrenle bir bütünleşme duygusu yaşamaktadırlar (Burger, 2021: 437-439, Özdoğan, 2008;83).

II.2.8.2. Carl Rogers (1902-1987)

Maslow gibi Rogers’da durağan bir insan yaklaşımdan ziyade, insanı daha dinamik ve bir akış içerisinde değerlendirmiştir. İyi bir hayat ulaşılan bir nokta gibi varış değil, bir ilerleyiş yönüdür. Rogers, Maslow’un kendini gerçekleştirme kavramına benzer olarak “potansiyelini tam kullanan kişi” kavramını ileri sürmüştür. Bu kişilerin hayata belirli yaşam kalıplarıyla yaklaşmak yerine, bir akış halinde onu bir yerlere ulaştırdığına inanırlar. Özgeci bir motivasyona sahip olan bu kişiler toplum tarafından kendilerine biçilen rolü ve yaşam tarzını olduğu gibi kabul etmezler. Ayrıca kararlarını toplum onayına göre değil kendi ilgilerine, değerlerine ve ihtiyaçlarına göre verirler. Rogers’ın Freud’a paralel olan görüşü ise insanların kaygıları ve buna karşın geliştirdiği savunmadır. İnsanlar bir kendilik algısı geliştirirler ve bu algısına zıt bir bilgiyle karşılaştığında kaygı duyarlar. Bu kaygı eğer kişiyi zorlayacak nitelikteyse birey bunu bilinçaltında tutar. Ardından bunun bilince ulaşp tekrar kaygı oluşturmaması için savunma mekanizmaları geliştirir. Bu algıya *bilinçaltı kaygı* denmektedir. Savunma mekanizmalarının kişi için kısa vadede yararlı görünmesine karşın, uzun vadede bireyin gerçeklikten uzak mutsuz bir yaşam sürmesine neden olabilmektedir. Kendilik algısı ve zıt olan bilgi arasındaki çelişkinin sınırlarını çok zorlaması durumunda savunma sistemi çöker ve aşırı bir kaygı durumu ortaya çıkar. Rogers bu duruma *düzensizlik* adını vermiştir (Burger, 2021: 424-427).

Rogers, kişinin yaşamda davranışları için onu motive eden en güçlü güdünün kendi potansiyelini tam kullanma olduğunu belirtmiştir. Bu eğilim doğuştan gelmektedir ve daha sonra teşvik edilebilmekte ya da üstü örtülebilmektedir. Rogers, ebeveyn tutumlarının çocuğun benliğini geliştirmedeki rolüne dikkat çekmiştir. Bununla birlikte potansiyelini üst seviyede kullanacak kişilerin çocuklukta koşulsuz sevgi ile büyütülmesinin önemli olduğunu ifade etmiştir. Eğer ebeveynler çocuklarını yalnızca belli şartları sağladıkları zaman sevgilerini gösterirlerse kişi bu davranışlar sonucunda kendini değerli hissedeceği için reddedilme korkusuyla birçok davranışı deneyimlemekten uzak durur. Bu durum benliğinin bir bütün olarak gelişmesini engeller. Koşulsuz sevgi ise kişinin fiillerinden bağımsız olarak, sevgi ve saygı duyulacak değerli bir kişi olarak görülmesi halidir. Çocukluğunda koşulsuz sevgi gören ve kendi potansiyelini gerçekleştiren bireyler ise daha esnek davranırlar. Farklı davranışları deneyimlemekten çekinmezler. (Shultz ve Shultz, 2023:680-681; Hazar, 2006:134).

İnsancıl yaklaşım, kişinin yaşamını anlamlandırma ve aşkın bir boyutla irtibatının kurulmasıyla huzura kavuşacağı görüşünü savunur. Bireyin bu anlamı ve irtibatı yakaladığı andaki tecrübelerle *en uygun deneyimler* adını vermiştir. Bu deneyimlerde kişi oldukça yüksek bir tatmin duygusu yaşar ve sonuca değil sürece odaklanır. Bu üst deneyimler yaşanırken kişi, zaman ve mekân algısında farklı bir boyuta geçer. Bu geçişlere *akış* adı verilmiştir (Burger, 2021:440-441).

Toplumdaki insanlar hayatlarındaki anlamsızlık duygularında boşa yaşıyormuş hissine kapılır. Bu hissi gidermek için bazı insanlar maddi değerlere yönelirken, kimi insanlar bu boşluğu gizemli gördükleri yeni inançlarla gidermeye çalışırlar. Ancak insancıl yaklaşım, bu sıkıntı halinin ancak kişisel sorumluluk olarak çözülebileceğini ileri sürer. İnsanların, sorumluluk duygusuyla çalışarak bir şeyleri başardığında yaşadığı haz, bir sonraki çalışmalarını için enerji açığa çıkarmaktadır. İnsanlar huzuru, daha çok konfor alanlarında aramaktayken, araştırmalar, kişiye huzur getirecek üst deneyimlerin (her ne kadar konfor alanlarında benzer kısa süreli hisler yaşansa da) çalışarak elde edileceğini göstermiştir (Burger, 2021:442-443).

II.3.1. Enneagram'ın Tanımı ve Tarihçesi

Kadim bir Sufi öğretisinden temel alan Enneagram, insanı tanımada sözlü olarak kullanılan Doğu öğretilerinin Batıya taşınmasıyla oluşturulmuş bir modeldir. Bu sözlü gelenek, insanın potansiyelinin keşfinin üst bir bilinç seviyesine ulaşması ile gerçekleşeceğini kabul eden bir öğretilerdir. Kişilik yaklaşımlarıyla kıyaslandığında birçoğunun bu modelde eklektik bir yaklaşımla işlendiği görülmektedir. Bununla birlikte insancıl yaklaşım ve ayırt edici özellik yaklaşımının bu öğretilerde öne çıktığı görülmektedir (Palmer, 2014:7-21).

Enneagram, etimolojik olarak Yunanca “dokuz” manasına gelen “ennea” ve “noktalar” manasına gelen “grammos” kelimelerinden türemiştir (Daniels ve Price, 2022:26; Palmer, 2014:25; Şirin, 2020:1377). Bu öğretinin amacı insanın kendi kişiliğini, davranışlarını ve yaşamında aradığı manayı bulmak için yol göstermektedir. İnsanın kişiliğine, günlük yaşantısı ve çevresi büyük oranda etkiler. Kişinin yetişkinlik çağına gelene kadar özünün (kendi doğasının) üzerine birçok yapı inşa edilir. Bu süreçte insan kaybolan özünü aramaktadır. Bu model insanın kendi özüne olan yolculuğunda yaşamın bireyin üzerinde oluşturduğu tahribatın etkilerinden kurtularak ilerlemesine yardımcı olmayı ve potansiyelini keşfetmesini amaçlamaktadır (Riso ve Hudson, 2021:18) Enneagram modeli kişinin duygu, düşünce, davranış ve motivasyonları hakkında bilgiler vermektedir. Ayrıca kişinin bilinçsiz bir şekilde oluşturulan ve gerçek benliğinin üzerini örten alışkanlıklarından, tepkilerinden ve tutumlarından kurtularak kendi doğasına dönmesine ve potansiyelini keşfetmesine yardımcı olmaktadır (Şirin, 2020:1278).

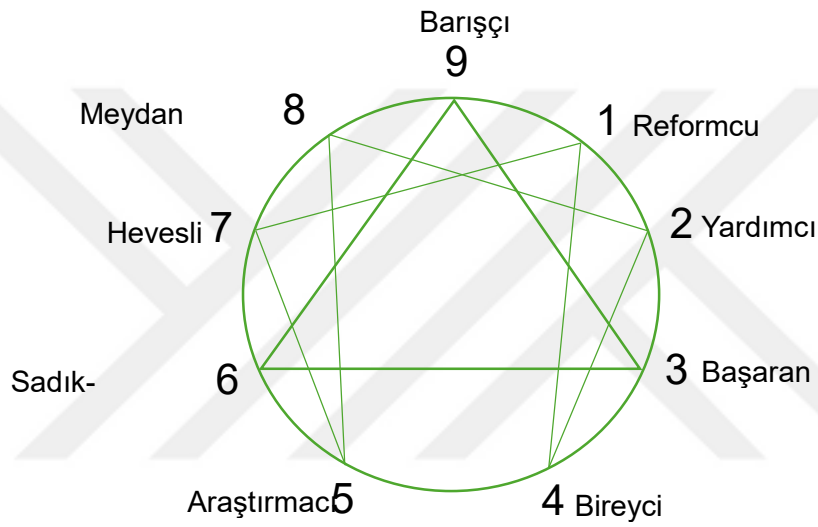
Enneagram kavramını ileri süren, Doğunun insan tanımak için kullandığı bu sözlü geleneği Batıya taşıyan kişi George Ivanovich Gurdjieff (1866-1949) olmuştur. Bir gezgin olan Gurdjieff’in bu öğretiyi 19. yy.’ın sonlarında İslam coğrafyalarına yaptığı seyahatlerde İslam tasavvuf adamlarıyla yaptığı görüşmeler sonucu edinmiştir. Bu öğretinin modern bilimler ve psikolojiyle sentezini yapan ve gelişimini sürdürüp son halini almasında büyük katkı sağlayan psikologlar ise Oscar Ichazo ve Claudio Naranjo olmuştur (Merter, 2023:72; Şirin, 2020:1379)

II.3.2. Enneagram Modeli Yapısal Boyutları

Modern batı bilimleri, inceledikleri konuları öngörülebilir hale getirmek ve neden-sonuç ilişkisi içinde açıklanabilir bir yapıya dönüştürme eğilimindedir. Kişilik çalışmalarında da bu görülmektedir. Ancak Enneagram Model’inin mantığı bu bakış açısıyla uyuşmamaktadır. Tamamen dinamik ve akışkan bir yapıya sahip olan bu model, insanları belli sıfatlar çerçevesinde şekillendirmemektedir. İnsan oldukça karmaşık bir yapıya sahiptir. Enneagram modeli bu karmaşıklığı eklektik bir bakış açısıyla sunmaktadır. Modelin amacı, kişinin kendi değişken durumlarında ortaya çıkan yönleriyle beraber, kişiliğin sağlıklı ve sağlıklı olmayan yönlerine de ışık tutan, yeteneklerini kullanabilecekleri alanlar hakkında bilgi veren, zayıf ve güçlü özelliklerini tanıyıp özüne olan ilerleyişini üst bilince taşıyacak yolu göstermektir. Model dokuz noktada yer alan farklı kişilik tiplerini temsil eder ve bir yıldızı anımsatır. İnsanları, biri ana ve baskın kişilik olmak üzere stresli ve rahat hissedilen zamanlarda ortaya çıkan kişilikle birlikte üç boyutta ele alır (Palmer, 2014:22-25). Bununla birlikte ilişkili diğer kişilik noktaları ise ana merkez kişiliğin iki yanında bulunur. Bir ana tip ve ilişkili dört tipin belli özellikleri

olmak üzere bütüncül ve dinamik bir kişilik tanımlaması yapılmaktadır (Daniels ve Price, 2022:29). Dokuz kişilik tipi numaralar aracılığıyla adlandırılmış ve temel baskın özellikleriyle de ifade edilmiştir. Dokuz tipoloji, insan merkezlerinin ifadesi olarak üçerli gruplara ayrılmaktadır. Bunlar hissetme (duygusal), düşünme (zihinsel) ve içgüdüsel (fiziksel) olarak üç ana merkezde temsil edilmektedir. Her tipoloji kendi içinde sağlıklı-averaj-sağlıksız özelliklerini barındırmaktadır (Riso ve Hudson, 2021:29). Aşağıdaki şekilde bu tipolojilerin model üzerindeki konumları ve isimleri gösterilmektedir.

Şekil 3: Enneagram Modeli ve Tipolojiler



Kaynak: Riso ve Hudson, 2021

II.3.2.1. Kişilik Merkezleri

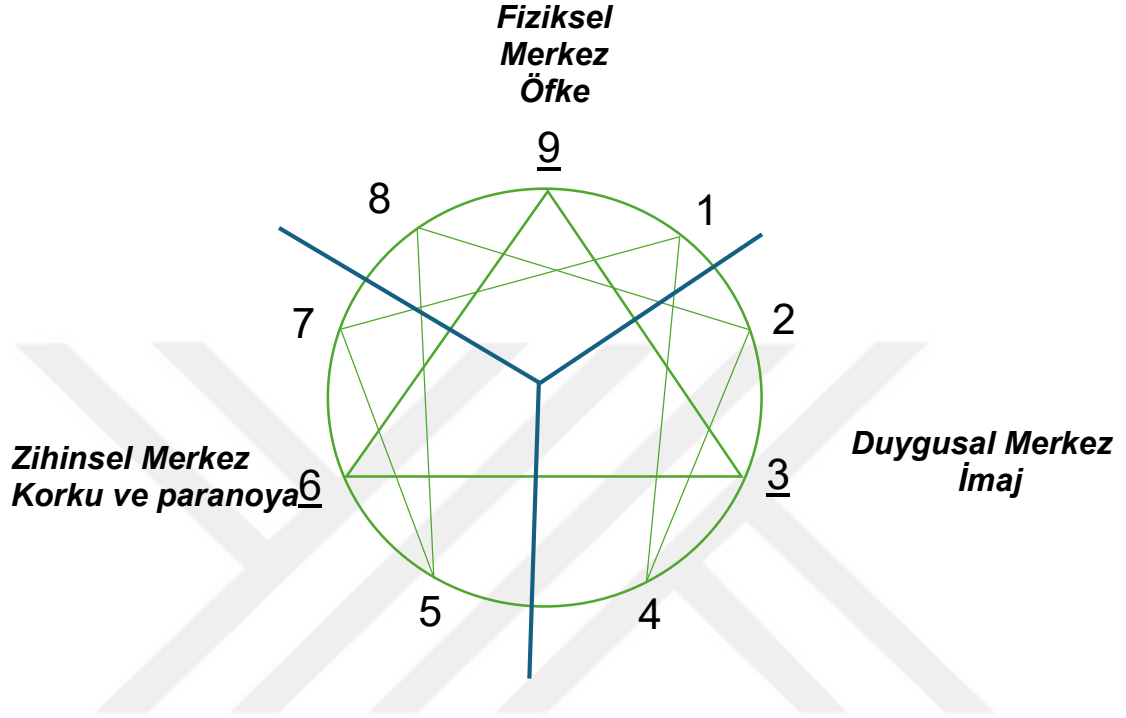
Enneagram modeli zihinsel (düşünme), duygusal (hissetme) ve fiziksel (içgüdü) olmak üzere üç merkezden oluşur. Bunlar kişiliğin merkezlerini temsil etmektedir. Her merkezdeki tipolojilerden birisi onun özelliğini fazlaca kullanır. Buna karşılık diğer biri az ve bir diğeri ise o merkezin özelliğinden uzaktır. Bu uzak olan tipoloji o merkezin temel tipolojisidir ve modelin iç üçgeninin uçlarında bulunurlar (Riso ve Hudson, 2021:29)

3-6-9 iç üçgeni oluşturan temel tipolojilerin iki yanındakiler ise, bu temel tipolojilerin çeşitlenmesidir.

8,9,1 tipolojileri fiziksel (içgüdü) merkezinde yer alırlar. Bu merkez aynı zamanda karın merkezi olarak da adlandırılmaktadır. Buradaki tipolojilerin fiziksel (içgüdüsel) enerjileri baskındır. Ancak ana tipolojisi olan 9 numaradakiler kendilerini bu enerjiden huzur ve

bağımsızlık arayışları için uzaklaştırmışlardır. İki yanında bulunan tipolojilerle ortak özellikleri öfkeye olan meyilleri ve kişisel önceliklerini unutmalarıdır.

Şekil 4: Enneagram Merkezleri



Kaynak: Riso ve Hudson, 2021

2,3,4 tipolojileri, duygusal (hissetme) merkezinde yer alırlar. Bir diğer adıyla kalp merkezi olarak bilinmektedir. Bu merkezdekiler daha çok duygu yoğun bir yaşayışa sahiptirler. Ayrıca kendi benliklerini ön plana çıkarma eğiliminde ve değer arayışı içindedirler. Ancak ana tipoloji olan 3 numaralar hislerinden oldukça uzaklaşmışlardır. Bu kişiler işlerine odaklanır odaklanmış ve yaptıkları işlerle değer görme arayışındadır. Yanlarında bulunan tipolojilerle beraber paylaştığı dikkat noktaları ise öne çıkma ve imajlarıdır.

5,6,7 tipolojiler, zihinsel (düşünme) merkezine ait tipolojilerdir. Bu merkez kafa merkezi olarak nitelendirilebilir. Düşüncelerine odaklanan bir yapıyla burada bulunan tipolojiler, fikirler ve soyut kavramlarla ilgilenen kişiliklerdir. Ana tipoloji olan 6'da çok düşünmesine rağmen bir iç kılavuzdan kopuk vaziyette kaygılı ve kontrolsüz bir düşünce yapısına sahiptirler. Yakınlarındaki tipolojilerle korku ve paranoya hislerini paylaşırlar. (Riso ve Hudson, 2021:29-31; Palmer, 2014: 63)

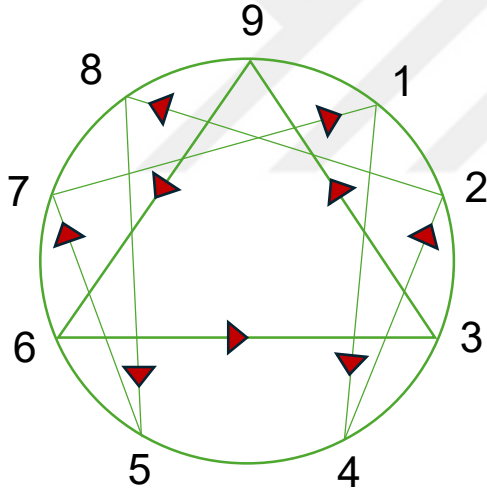
John B. Watson, insanlarda üç temel duygunun olduğunu belirtmektedir. Bunların, korku, öfke ve sevgi olduğunu ileri sürmektedir. Bu duygulardan korkunun, yüksek ses ve çevre

desteğinin eksikliğinden, öfkenin hareket kısıtlamalarından, sevginin ise tenin okşanması gibi durumların nedeni olarak ortaya çıktığını ifade etmektedir (Schultz ve Shchultz, 2023:438-445).

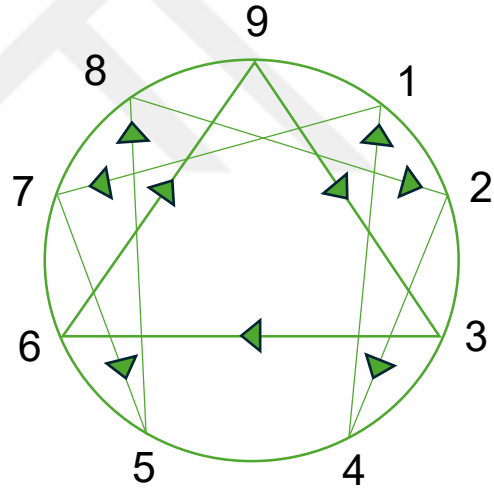
II.3.2.2. Stres ve Rahat Durumlar

Dinamik bir sistem olan Enneagram, kişiliğe belli bir özellik üzerinden etiketleme yapmamaktadır. Psikolojik ruh haline göre esnek bir şekilde farklı özelliklere bürünen kişiliği, bu durumlarla beraber ele almıştır. Modelde yer alan noktaların birbiriyle olan ilişkisi incelendiğinde, kişiler stresli olduğu zamanlarda kendi ana tipolojisinden çöküş yönlerine, kendilerini rahat hissettiklerinde gelişim yönlerine doğru hareket etmektedirler. Bu üç noktanın karışımı olan kişilikler stres durumlarında ve rahat durumlarda hangi tipolojinin özelliklerini aldığı aşağıdaki şekillerde ok aracılığıyla gösterilmektedir. Temel kişilik tipolojisinden çıkan okun diğer ucundaki kişilik stres ve rahat durumlarındaki kişilik yapısını göstermektedir (Palmer, 2014:22; Şirin, 2020:1380; Daniels ve Price, 2022:30)

Şekil 5: Stres-Çöküş Yönü



Şekil 6: Rahatlama-Gelişim Yönü



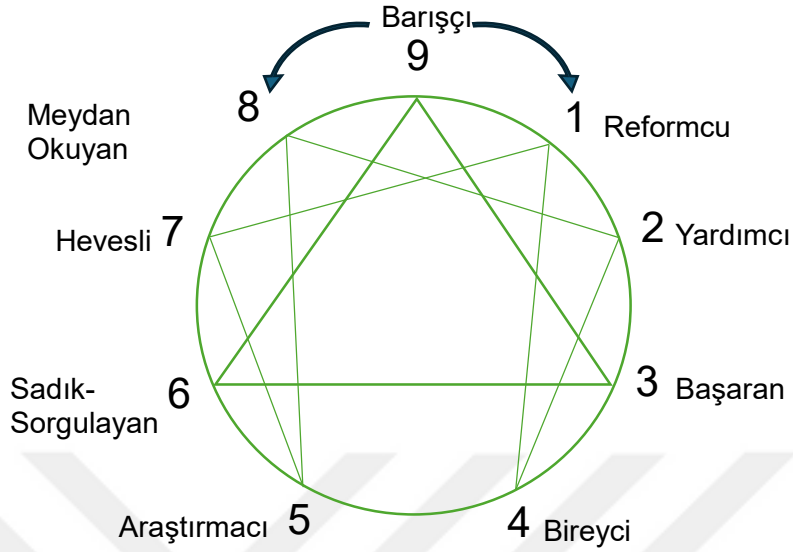
Kaynak: Palmer, 2014

II.3.2.3. Kanat Etkisi

Kanatlar, ana kişilik tipolojisinin iki yanında bulunan tipolojilerdir. Bu kanatların her ikisi ya da birisi kişilik üzerinde etkili olabilmektedir. Buradan hareketle sistemin ne kadar dinamik ve farklı kişilik tipolojilerini ortaya koyduğu sonucuna ulaşılabilmektedir. Kişilikler, çemberin şekli esas alındığında yanındaki tipolojilerle arasındaki alandaki bir noktada farklılaşmaktadır. Kişinin ana tipolojisi ve yanında yer alan kanattaki tipoloji üzerindeki çizgide, kanata yaklaştığı ölçüde kanat etkisi artmaktadır. Kişi bir kanadın etkisini yoğun hissetse de diğer kanadının özelliklerine de sahip olabilir. Örneğin ana tipolojisi 9 olan birey, yanındaki 1 numaralı tipoloji

ile arasındaki alanda bir yerde bulunuyorsa bu kişiliğe 1 kanatlı 9 denmektedir. Ayrıca kanat 8'in özellikleri de bu kişilikte görülebilmektedir (Riso ve Hudson, 2021:32-33).

Şekil 7: Kanat Tipler



II.3.2.4. Sağlıklı- Sağlıksız Seviyeler

Kişilik tipolojilerinin derinlemesine bir şekilde ruh halindeki değişimleri ifade eden temelde üç seviye vardır. Bunlar sağlıklı-averaj-sağlıksız seviyeleridir. Kişi kendi tipolojisindeki iyi ve zirve özellikleri sağlıklı bir ruh halinde gösterir. Bu durumdan aşağıya düştükçe önce averaj sonra da sağlıksız seviyelere düşmektedir. Sağlıksız seviyelerde, sinir sistemindeki sorunlu durumların görülmektedir. Kişi, gelişim yönündeki tipolojiden devam ederek her tipolojinin sağlıklı seviyelerini edinebilir. Gelişim yönü 1-7-5-8-2-4-1 buna karşılık çöküş yönü ise 1-4-2-8-5-7-1 şeklinde gerçekleşmektedir. Kişi bu yönleri ve kendisindeki sağlıklı- sağlıksız seviyenin özelliklerinin farkında olarak gelişimini sürdürebilir ve önlemini alabilir (Riso ve Hudson, 2021:35). Bu seviyeler şu şekilde açıklanabilir; (Riso ve Hudson, 2021:163-167; Erkan, 2020: 96-99)

- Sağlıklı Seviyeler:

Kişi özüyle olan irtibatını kurma konusunda ilerler. Korkularının ve kaygılarının farkında olur ve kendi yapay kişiliğinden kurtulup özüne geçme aşamasındadır. Kişi ikili ilişkilerde iyidir, hareket halinde ve fonksiyonel davranır, dengeli bir kişiliğe sahiptir. Bu seviyenin zirvesine ulaşması, öze olan yolculuğun sonunu ifade eder. Ancak bu durum özüyle yeni bir başlangıç anlamına gelmektedir. Bu seviyeden aşağıya doğru düştükçe, korkuları ve buna bağlı olarak savunma mekanizmaları devreye girer. Kişi çevresine karşı direnç gösterir,

iradesi zayıflar ve sonunda topluma uygun kişilik özelliklerine bürünmeye başlar. Sonuç olarak averaj seviyelerine geriler.

- **Averaj-Ortalama Seviyeler:**

Kişinin bu seviyeleri düşüşten önceki son zamanlarıdır. Bu seviyelerde kişi tutkularını elde etmek için çaba harcar. Egosu yükselmeye başlayan kişide savunma mekanizmaları artış gösterir. Averaj seviyelerinde düşüş, kendi istek ve ihtiyaçlarını elde etmek için çevresine talimatlar vermesi ve yönlendirmeler yapmasıyla başlar. Bu durum özünden uzaklaştığını ve yoksunluk-yetersizlik hissini bastırmaya çalıştığını göstermektedir. Kişi empatiden uzaktır ve yalnızca kendi isteklerine odaklanır. Bu nedenle birey isteklerine uygun davranmayan kişilerle tartışır ve ortamlarda çatışmalar çıkartır. Kişinin aslında bu huzursuzluğu, korkularıyla yüzleşmesi sonucu kendi egosunu korumaya çalışmasıdır. Kişilerarası ilişkileri zarar görmeye başlar ve hoşgöründen uzaklaşır.

- **Sağlıksız Seviyeler:**

Bu seviyelerde ego zirveye ulaşır ve savunma mekanizmaları işlevini yitirir. Bunun sonucunda duygusal, zihinsel ve davranışsal çelişkiler yaşanır ve bir kaos ortaya çıkar. Kişi artık kontrolünü kaybetmeye başlamıştır. Sağlıksız seviyelerden aşağı doğru düştükçe bu sağlıksız ruh hali patolojik bir duruma dönüşür. Kişi gerçeklikle olan bağını yitirir, kişilerarası ilişkilerde yanlış anlamalar, paranoya durumları ortaya çıkar. Kendi hayali dünyasında yaşayan birey, bu seviyede dibi gördüğünde kendisine ve etrafına fiziki olarak zarar vermeye başlar. Kişiliklerin özgürleşebilmesi için benliklerinden kurtulması ve ilahi varlık ile temas kurması gerekmektedir. Sağlıklı seviyenin zirvesi bu hali temsil etmektedir. Kişi buradan yavaş yavaş koptuğunda benliği belirginleşir ve egosu artmaya başlar. Özünden kopuşun getirdiği boşluğu tutkularıyla ve insanları bu amaçla kontrol altına almaya çalışmakla doldurur. Ancak kişi sağlıklı seviyelere doğru ilerledikçe benliğinin yaşamı çarpık olarak gösteren süzgeçten kurtulmaya ve doğasına dönmeye başlar. (Riso ve Hudson, 2021:167-169)

II.3.2.5. Enneagram Modelinde Kişiliklerin Temel Dinamikleri

Tutkular ve Erdemler

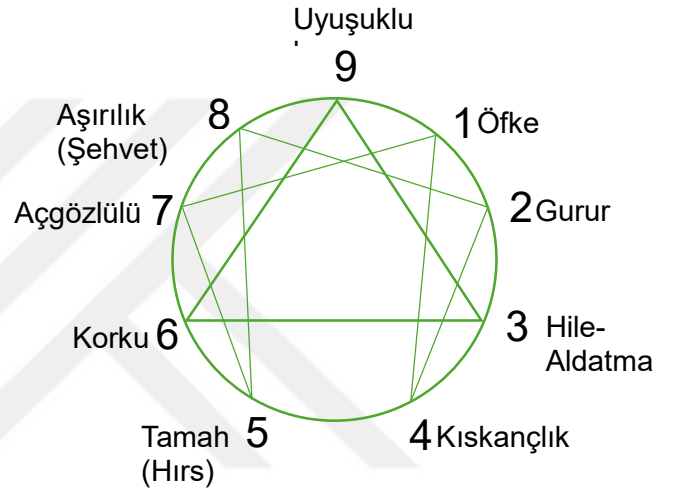
Tutkular, çocukluğun erken dönemlerinde aile içinde yaşanan sıkıntıların üstesinden gelebilmenin bir ifade şeklidir. Tutkular ve erdemler kişinin kalbinin (duygusal merkezinin) ifadeleridir. Özün kaybolan nitelikleri olan erdemler, benliğin tercihlerinden uzak olarak hayata yansıyan tepkilerdir (Palmer, 2014:42-72). Tutkular kişinin özüne ulaşması yolunda kazanacağı

erdemlerin düşmanıdır. Ayrıca kişinin özünden uzaklaştıkça yerini doldurmaya ve dengesizliğini gidermeye çalıştığı özellikleridir. Kişi doğal gerçekliğinin boşluğunu yapay bir özelliklerle doldurmaya ve kaygısını gidermeye çalışır. Kişi erdemin yerini alan tutkuyla mücadele ettikçe doğasına dönmeye ve içten gelen bir istekle erdemleri ve hayatında yer vermeye başlar. Tutkusunu kontrol eden bir kişi erdemini bulmaya doğru ilerlemektedir. Tutkular dini inançlarda da büyük günahlar olarak sayılan, bireyi sağlıklı bir kişiliğe doğru yönlendiren özelliklerdir (Riso ve Hudson, 2021:42-43; Merter, 2023:73) Kişilik tipolojilerinin erdemleri ve ona karşı olan tutkuları aşağıdaki şekillerdeki gibidir.

Şekil 8: Erdemler



Şekil 9: Tutkular

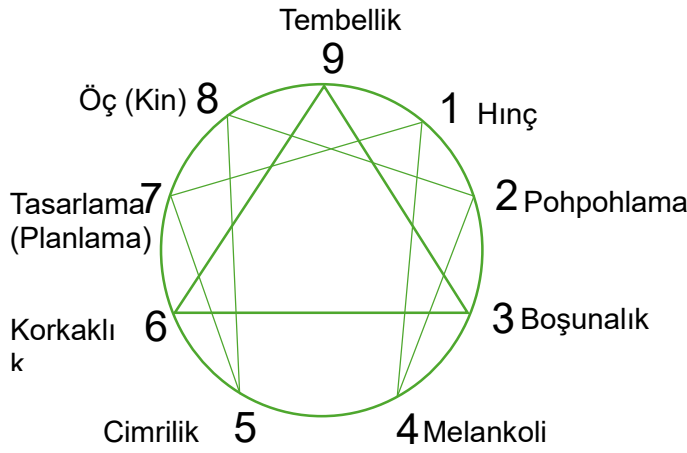


Kaynak: Palmer, 2014

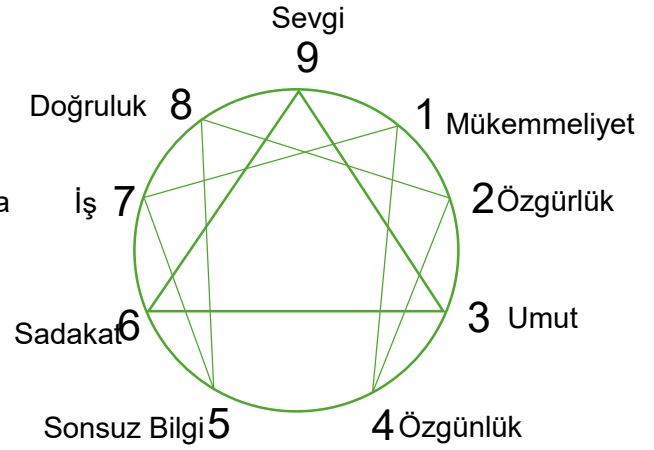
Benlik Takılması ve Üst Fikir

Benlik takımları kişinin zihninde oluşan saplantılardır. Bunun tersi olarak üst fikirlerin varlığı da kişide doğal bir eğilimdir. Bu şemalar Oscar Ichazo tarafından oluşturulmuştur. Kişinin üst fikirleri esasen kaybolan özün bir niteliğidir. Kişi özünden uzaklaştıkça benlik takımlarına saplanır. Kişi bu saplantılardan kurtulduğu ölçüde üst fikrine yaklaşır ve düşünceler olmadan bir farkına varma haline doğru yönelir. Var oluşun birliğinin hissedildiği üst fikir anları, kişi uyanık olduğunda ve saf bir zihinde ortaya çıkar. Kişi özüyle olan bağlarını kopardıkça dengeyi sağlamak için benlik takımlarına tutunur (Palmer, 2014: 69-70; Riso ve Hudson, 2021:43).

Şekil 10: Benlik Takımları



Şekil 11: Üst Fikirler



Kaynak: Palmer, 2014

Dikkatin Odak Noktaları

TİP 1: Konuları ve olayları o an doğru ve yanlış nedir açısından değerlendirir

TİP 2: Dikkati kendi üstünde toplamak ister

TİP 3: Yaptığı işlerle özdeşleşerek bu işler üzerinden dikkat çekmek ister.

TİP 4: Ulaşılabilir durumlara ve nesnelere ilgi azalır, ulaşılamaz olan değerlidir.

TİP 5: Algısı başkalarının kendisinden beklentilerine odaklanır ve özel yaşamını korumak ister

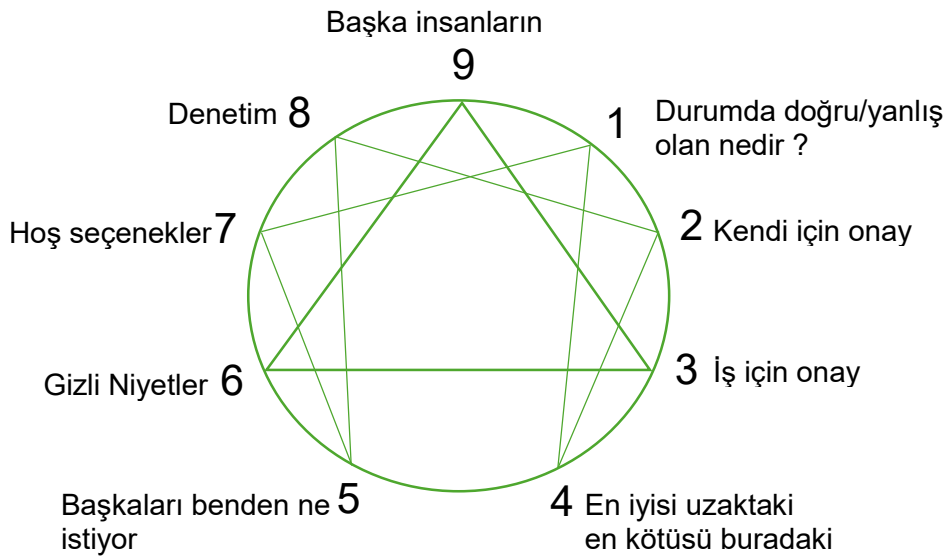
TİP 6: Çevredeki ipuçlarından kişilerin açığa vurmadığı niyetlerini okumaya odaklanır.

TİP 7: Acı veren durumlardan, olaylardan ve nesnelerden uzaklaşma, zihindeki hoş seçeneklere odaklanma ve iyimser gelecek planları yapma eğilimindedir.

TİP 8: Otoritesine tehdit olabilecek belirtileri görmeye odaklanır

TİP 9: Başkalarının gündemleri ve bakış açılarını tespit etmeye odaklanır.

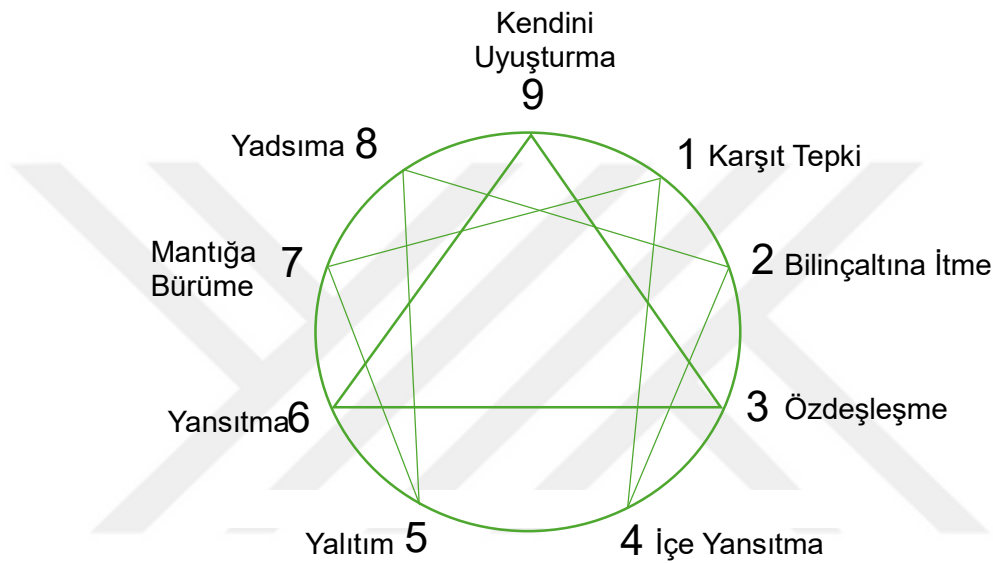
Şekil 12: Dikkat Noktaları



Savunma mekanizmaları

Kişilerin sağlık seviyeleri düştükçe düşünce, duygu ve davranış arasındaki çelişkiler ortaya çıkar. Bu çelişkiler kişi de kaygı ve iç çatışmaya neden olur. Bunu giderebilmek ve mutlu olmak için özünden kopmuş bir şekilde süren yaşamını psikolojik savunma mekanizmalarıyla dengelemeye çalışır. Bu savunma mekanizmaları bir nevi uyuşturucu görevi üstlenir. Böylece kişiyi gerçeklikten uzaklaştırır ve insanın doğasıyla arasına perdeler çeker (Palmer, 2014:31)

Şekil 13: Savunma Mekanizmaları



Kaynak: Palmer, 2014

II.4. Enneagram Kişilik Profilleri

II.4.1. Tipoloji 1: Mükemmeliyetçi-Reformcu

Anahtar Özellikler

İlkeli, gerçekçi, planlı, ahlaklı, sorumluluk sahibi, kuralcı, yargılayan, eleştirel, reformist, kategorik ve metotlu, detaycı, idealist olarak sıralanabilir. (Şirin, 2020; Yılmaz vd., 2014)

Genel Durumları

Tipoloji 1'dekiler insanlardan sevgi ve saygı görebilmek için sorumluluk sahibi olmaları ve doğru davranışları sergilemesi gerektiğine inanmışlardır. Özde yitirdikleri, her şeyin kusursuzluk içinde var olduğu gerçeğinin yerini, hatalarla kabul edilmeyeceği ve kusursuz olmak için hatasız bir şekilde davranmak gerektiği düşüncesine bırakmıştır. Birler öfkelerini

hemen göstermezler ve zamana yayarlar. Ancak bu öfke birikmesi, içleme davranışı ve küskün bir tavırla ortaya çıkar. Sorumluluk sahibi, örnek kişi ve işleri sürekli doğru bir şekilde yapma istekleri, onların yapmaktan zevk alacağı işleri ikinci plana atmalarına neden olmuştur. Bu tipolojideki kişilerin algısal dikkatleri, doğru ve yanlış olanı ayırt etmeye odaklanmıştır. Etrafındaki kişileri iyi gözlemler ve kendi davranışlarıyla kıyaslarlar. Başkalarının kendine yönelttiği eleştiriler de odak noktalarından biridir (Daniels ve Price, 2022: 39).

Birlerin yaptığı işlerin sonunda hep daha mükemmel olabilirdi düşüncesi kafalarında belirlemektedir. Bir konuda haklı olduğunu kesin bildiklerinde bu gücü en etkin bir şekilde kullanırlar. Kendilerini bir davaya adayabilirler ve diğer insanların kendi menfaatleri için gösterdikleri performansı onlar kolaylıkla sergileyebilirler. Birlerin mükemmeliyet duyguları temiz bir mekânda, konuşurken kurulan düzgün bir cümlede ya da işlerin düzenli ilerlediği bir zamanda artabilir. Birler, mükemmellik arayışı ve çabası içerisindeyken karar alma ya da işi bitirme konusunda detaylarla uğraşır ve kendilerini yavaşlatabilirler. Yayılmış ve birikmiş tüm öfkeleri kendilerinin kesin haklı olduğu bir durumda açığa çıkabilir. Kendilerinin ne arzuladığı konusunda net bir fikri olmayan birler, ne yapılması gerektiği konusunda ise keskin fikirlere sahiptirler. Temelde yayılmış öfkelerinin ardında giderilmemiş arzu ve ihtiyaçları yer almaktadır. Bu nedenle kendi içlerinde de yer alan ve kabul etmekte zorlandığı arzularını başkalarının rahatça yapmaları onları rahatsız eder. İşlerini hata payı olmadan kusursuz planlamaları sonucu, yaptığı işlerdeki kusurlar işi iyi yapamadığını düşündürür (Palmer, 2014: 98-108).

Birler sevgiyi yaptıkları iyi bir davranışın ardından gelebileceğine inanmışlardır. Etrafındaki insanların onları kusurlarıyla kabul etmeyeceğini ve hata yaptıklarında sevmeyeceklerini düşünürler. Bu algıları onları, yakın ilişkilerinde yanlışını gördükleri kişi hakkında tekrar olumlu düşüncelere yönelmekte zorlayabilir. Karşısındaki insanlar hatalarını kabul ettiklerinde ise yargılamayı bırakır ve ılımlı olurlar. Otorite ilişkilerinde ise doğru ve yetkin kabul ettikleri kişilerin yönlendirmelerini rahat bir şekilde yerine getirirler. Yetkin olduğuna inanmadığı kişilerin isteklerini yerine getirmede zorlanırlar. İltifat etmede zorlanan birler, bir davranış ayrıntılı bir şekilde irdeler ve ancak kusurlar giderilirse iltifat edebilirler. Birlerin çok iyi bir kıyaslama kabiliyetleri vardır. Kendi davranışlarını sahip olduğu değerler ile kıyaslar ve daha sonra davranış sergilerler. Ancak bu özellik kendilerini başkalarının başarılarıyla ve yüksek pozisyonlarıyla da kıyaslamaya yol açabilir (Palmer, 2014:111-120).

Tutkusu: Öfke- İçerleme

Hayata bakış açıları gerçekçilikten ve kusurdan uzak, idealize edilmiş olan birler, bu durumun hayatta mümkün olmayacağını farkındalığından (dinginlik ve bilgelik erdeminden) uzaklaştığında öfke meydana gelir. Ancak kontrolden çıkmak isteyecekleri bir durum olmadığı için öfke içlerinde birikir ve içerlemeci bir tutum sergilerler. Gerçekliğin kabulüne karşı olan bu direnç, birlerde hoşnutsuzluk oluşturur. Birler bu durumda kendilerini normal ve işleri düzeltmeye çalışan biri olarak görebilirler.

Erdemi: Dinginlik

Birler ânı yaşamaya başladıklarında ve her şeyi olduğu gibi kabul ettiklerinde dinginlik hâlinde olurlar. Kendini ve çevrelerini olduğu gibi kabul ederler ve idealize edilmiş beklentiler ve düşüncelere girmezler. Yeniliğe ve yaşamın getirdiklerine daha kabul edici bakarlar. Böylece hayata daha dengeli bakan birler, başkalarına da daha rahat yol gösterebilirler.

Benlik Takılması: Yargılama

Özlerinin temas halinde olduğu ilahi düzen ve kusursuzluktan kopan birler, dünyayı düzeni bozuk ve düzeltilmesi gereken bir yer olarak görürler. Bu duygu onları mutlak kusursuzluk arayışına yöneltir ve bütün kusurları bulmaya çalışırlar. Ancak bulamadıklarında eleştiriler ve yargılama, çevrelerine ve kendi benliğine yönelir. Bu noktada kendi benliği, yargılayan ve yargılanan olmak üzere ikiye bölünür.

Üst Zihin Düzeyi: Kusursuzluk

Kişi özülle irtibatı kurduğunda her şeyin kontrolünün ve planının ilahi güç tarafından yapıldığı inancına ulaşır. Yaşanılan ânın gerçekliği kavrandığında ise ilahi planın kusursuz bir şekilde işlediği, her şeyin bulunduğu yerde kalması gerektiği ve düzeltilecek bir durumun olmadığı fark edilir. İşlerin bir bilgelikle gerçekleştiğini hissederler. Burada kusursuz bir plan düşüncesi ile kastedilen, kişinin hiçbir şey yapmaması değildir. Tam tersine birey erdemli bir şekilde hayatı yaşamalı, insanlara merhamet göstermeli ve yardıma ihtiyacı olanlara destek olmalıdır (Riso ve Hudson, 2021:20-73).

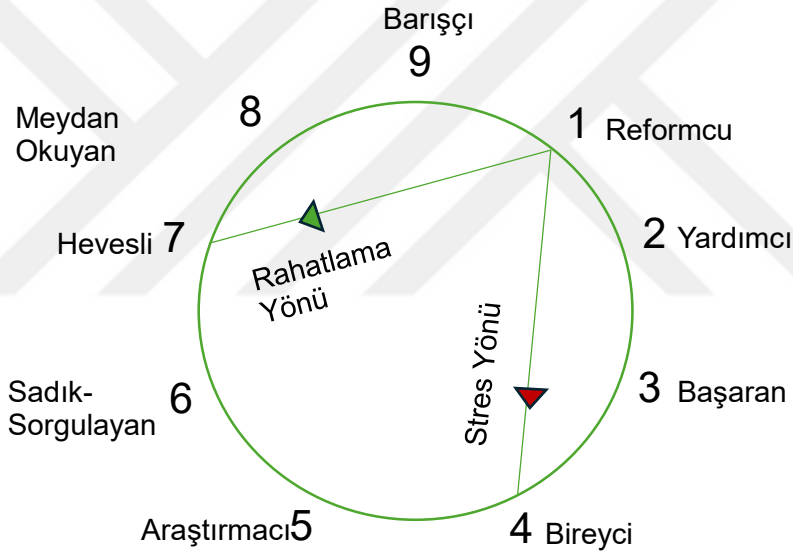
Rahat ve Stres Durumları

Birler ahlaki kuralların dışına çıkılması, olayların kontrolünü sağlayamamaları, kişilerin sorumsuz davranışları, sürekli eleştiren iç sesleri, kendi ideallerinin yok sayılması ve mükemmeli yakalayamama durumlarında strese girerler (Daniels ve Price, 2022:40). Bu durumda Tipoloji 4'e yönelirler ve olumsuz özelliklerini sergilerler. İnsanların, kendi düşüncelerini ve ideallerini anlamadıklarını düşünürler. Bunun sonucunda kendilerini soyutlarlar. Boşa uğraştıklarını, etrafını düzeltme çabalarının sonuçsuz kaldığını görerek

ümitsiz ve melankolik bir ruh haline girerler. Bunun sonucunda kendilerini ve başkalarını eleştirmeye yönelirler. Özeleştirici kişilerin kendine zarar verebileceği boyuta ulaşabilir.

Birler hayatlarının sistematik ve sorunsuz gittiklerini gördüklerinde ve olayların kendi kontrolünde olduğunu hissettiklerinde rahatlarlar. Rahat durumlarında Tipoloji 7'nin olumlu özelliklerini sergilerler. Olayları daha gerçekçi değerlendirir ve olduğu gibi kabullenirler. Dünyayı tek başlarına daha düzgün bir duruma getiremeyeceklerini anlarlar. Aradıkları kusursuzluğun zaten var olduğunu gözlemlerler ve hayretle etrafındaki güzellikleri keşfederler. Daha esnek ve rahat olurlar, mizahi yönleri ortaya çıkar. Olayları geniş açılardan değerlendirirler ve kurallar konusunda daha ılımlı olurlar. Yeniliğe açık, üretken ve daha pozitiflerdir. (Yılmaz vd., 2014:403-404; Riso ve Hudson, 2021:139-141).

Şekil 14: Tipoloji 1 Rahat ve Stres Yönleri



Kaynak: Riso ve Hudson, 2021

Kanat Etkisi

Tipoloji 9 kanatlı birler, değişime karşı daha mesafelidirler. Ayrıca yaşanan olumsuzluklar sonucu öfkelerini hemen dışa vurmaz ve zamana yayarlar. Bu insanlar daha sakin bir yapıdadır ve çevresiyle uyumludur. Fakat genel olarak insanlara mesafeli davranırlar.

Tipoloji 2 kanatlı birler, duygularına ve ikili ilişkilerine önem veren bir yapıdadırlar. Paylaşımcılık konusunda samimidirler ve doğruluk arayışı içindedirler. Ayrıca affedici bir yapıdadırlar. İstenmeyen durumlarda daha alıngan ve öfkeli olabilirler (Yılmaz vd., 2014:403-404).

Aile Öyküsü

Birler kendilerini koruyan ebeveynlerden oldukça uzaktır. Bu kişi genelde babadır. Kendilerine yol gösteren birinin olmamasının eksikliği ve yeterince desteklenmediği duygusu, onları kendi kurallarını ve standartlarını herkesten daha iyi bir pozisyona getirme çabasına yöneltmiştir (Riso ve Hudson, 2021:141). Birler çocuklukların da çok şiddetli eleştirilere maruz kaldığının farkındadırlar. Bu yüzden hatalardan ve eleştirilerden kaçınmak için bulunduğu sosyal ortamlarda daima doğru davranışları sergileme çabasındadırlar. Ayrıca çocuk yaşta yetişkinlerin aldığı sorumlulukların onlara yüklenmesi ve ailedeki diğer sorumluluk bilinci yerleşmemiş kişilere 2.ebeveyn olmaları da çocukluk örüntülerinde yer alabilmektedir. (Palmer, 2014:97).

Aradığı Ortam Özellikleri

Birler, sistemli ve organize olunmuş, kurallar ve sorumlulukların net olarak ortaya konulduğu ortamları tercih ederler. Birler din görevlisi, öğretmen, araştırmacı, muhasebeci, vizyoner bir planlamacı, örgütün yapılandırılması gibi işlerde başarılı olabilirler. Ayrıca bu tipolojilerdekiler inançlarında radikal bir eğilim gösterdikleri gibi farklı ideolojik yapılarda da ön sıralarda koyu taraftar olabilirler. Kuralların titizlikle işletildiği askerlik ve hâkimlik meslekleri onlar için uygundur. Bir konuyu anlatmak, insanlara yol göstermede ve danışmanlık yapmada iyidirler (Palmer, 2014:120-121).

Sağlıklı Seviyeler

Sağlıklı birler, inançları ve ahlâki değerleri yüksek insanlardır. Hayatlarını anlamlı kılacak bir anlayış içerisindedirler. Doğruyu ve yanlış ayırt etme konusunda başarılıdırlar. Mâkul, ideal ve örnek insan profili sergilerler. Her şeyi olağan varlığı içinde kabul ederler. Zayıflıklara ve kusurlara daha pozitif yaklaşır insanlara yol gösterirler. Hayatta büyük bir misyonları vardır ve buna göre vizyoner olarak geleceğe bakarlar. Anın gerekenlerini yerine getirirler ve insanları motive ederler.

Averaj Seviyeler

Averaj seviyelerinde birler, gerçeği kabullenmekte zorlanırlar ve yanlış işleyişten kendilerini sorumlu tutarlar. Daha eleştirel bir tutum içinde ve idealist nitelikte yaklaşımlar benimserler. Her şeyi kendilerinin belirlediği standartlarda olması için uğraşırlar. Bu durum onları işkolik yapar. Katılaştıran ve kalıplaştıran iç dünyasından uzaklaşmak, onlarda kontrolü kaybetme hissi uyandırır. Etrafindakiler de kendisi gibi kurallar ve standartlar seviyesinde iş yapmadığında kızarlar, eleştirirler, onlara karşı negatif duygular barındırmaya başlarlar.

Sağlıksız Seviyeler

Sağlıksız seviyelerdeki birler, tek doğru yolun kendilerinin benimsediği yol olduğu görüşüyle hareket ederler. Diğerlerini eksik ve hatalı, kendilerini en doğru ise kabul ederler. Kendi doğruluklarını başkalarının yanlışları üzerinden gösterirler. Olaylara keskin bir yargı ile yaklaşırlar. Zevkleri tatmak onlara yasak gibi gelir. Daha rahat ve zevk alınan işler yapmak suçluluk duygusu oluşturur. Üst benlikleri ile dürtüleri arasında bir çatışma vardır. Kendilerine zarar verecek durumlara gelene kadar kendilerini suçlayabilirler (Riso ve Hudson, 2021:137-139).

Güçlü Yanları ve Dikkat Etmesi Gereken Konular

Birler pratik ve hayata dönük çok iyi uygulayıcılardır. Ve öğrenecekleri bilgileri hayata geçirmek isterler. Pratik hayatta uygulamaya dönük bir anlayışla araştırma yaparlar ve bilgi edinirler. İş ve hareket odaklı bir yaşama sahiptirler (Riso ve Hudson, 2021:292-293). İdealist ve sorumluluk sahibi, kendilerini idare edebilen ve kontrol sahibi olmaları öne çıkan güçlü yanlarıdır. Aldığı sorumlulukları verimli bir şekilde yerine getirmeye çalışırlar. Yalnızca kendi görüşleri olan yolun tek doğru yol olmayacağını bilmeleri ve diğer insanların da kişisel farklılıkları dolayısıyla çeşitli fikirlere sahip olabileceğini anlamaları önemli bir gelişim farkındalığıdır. Hep ciddi olmak yerine biraz rahatlamak ve kendi zevk alacağı faaliyetlerde bulunmak gelişimleri için yararlı olmaktadır. Yüksek standartların gelişimlerinin önünde bir engel olacağının bilincinde olmaları gerekmektedir. Ayrıca aceleci bir tavırla hemen mükemmeli yakalama arzularının farkında olmaları dikkat etmeleri gereken bir başka konudur. Hayatın yanlışsız olmayacağı ve her şeyi düzeltmeyecekleri gerçekliğini anlamaları da dikkat etmeleri gereken farklı bir noktadır (Daniels ve Price, 2022: 40).

Arzu ve isteklere yönelmek, onların kölesi olmak ve kontrolü kaybetmek anlamına gelmez. Eleştiri hayatta var olan bir gerçektir. Ancak bunun yapıcı ve olumlu bir zeminde oluşması için karşıdaki kişi ile empati kurulmalıdır. Karşısındakinin düşüncelerini ve hissettiklerini bildiğini göstermek, olaylara onun perspektifinden bakarak eleştiri getirmek, karşı tarafta olumsuz bir duyguya sebep olmayacaktır. Mükemmelin, doğru ve yanlışların dengesiyle ortaya çıktığını, yanlışların aslında nihai doğruya ulaşmada bir yapıtaş olduğu fikrini benimsemeleri onlar için oldukça yararlıdır. (Palmer, 2014:109-110).

Birlerin, öfkelerinin ve eleştirilerinin altında yatan gerçekliğin, giderilmemiş ihtiyaçlardan kaynaklandığını fark etmeleri gerekmektedir. Ufak bir hatadan dolayı işleri baştan yapmak, kendi öz eleştirilerini bastırmak için eleştirilerini başkalarına yansıtmak, siyah ya da

beyaz netliğinde hayata bakmak dikkat etmeleri ve dengelemeleri gereken konulardır (Palmer, 2014: 127-128).

II.4.2. Tipoloji 2: Yardımsever- Sitemkâr Verici

Anahtar Özellikler

Dışa dönük, iletişimci, sempatik, duygularını yoğun yaşayan, ısrarcı, öne çıkan, yardımsever, merhametli, gururlu, empati sahibi şeklinde sıralanabilir (Şirin, 2020; Yılmaz vd., 2014)

Genel Durumları

İkiler, kendisi dışındakileri güçlü gördüğü ve reddedici algıladığı için buna karşı bir savunma mekanizması geliştirmişlerdir. Reddedilmemek için kendilerini hiçe sayıp, başkalarına hizmet ederek istenilen kişi olmak ve kabul görmek isterler. Bunun temelinde kendini değersiz ve küçük görme durumu yer alır. Bu boşluğunu insanlara hizmet edip memnun etmeye çalışarak doldurmaya uğraşırlar (Riso ve Hudson, 2021:337).

Sevgi duygusuna kişinin iç dünyasında hissetmesi gerekirken bunu eylemlere bağlarlar. Sevdiğini göstermek için insanlara yardım etmesi gerektiğini düşünürler. Fiziksel dünyası ile duygusal dünyası arasındaki ilişki böyle olunca kişiler, duygularını eyleme dökerek yaşamayı tercih ederler. Duygusal dünyası ile davranışları arasında bir karmaşa yaşayan ikiler, yaşadıkları duygusal zorlukları yemek yiyerek ve ilaç kullanarak gidermeye çalışırlar. Sonuç olarak bedenlerini yıpratırlar. Duyguları ve davranışları arasındaki sorunu gidermek için zihinsel yönlerini ve düşünce yapılarını geliştirmeleri onlar için daha doğrudur. Böylece duygularını ve davranışlarını ayırt edebilirler (Riso ve Hudson 276-278).

İkiler, insanlarla kurdukları bağlarda kendilerinin istenilen kişi olmasını isterler. Ancak öncelikle kendi ihtiyaçları ve başkalarının ihtiyaçları arasında denge kurabilirler. Taleplerinin doğrudan reddedileceği düşündükleri için onları dolaylı yoldan ifade etmeye çalışırlar. Yaptıkları fedakârlıkların karşılığını görmek isterler. Bu karşılığı alamadığında ise sitemkâr bir tavır içerisinde olurlar. Değer duygularını başkalarının onayına bağladıkları için onay almadıklarında ve takdir görmediklerinde değersiz hissederler.

Bu tipolojideki kişilerin temel korkuları, sevilmemek ve istenmemektir. Buna karşılık oldukları gibi kabul edilerek sevilme istemeleri temel arzularıdır. Güçlü kişilerle bağlı olmak onların sağlam bir duruş sergilemelerini sağlar. Kişiler, ilişkilerinde ve insanların hayatındaki

yerini oldukça büyük görürler. Bunun sonucunda kendileri olmadığında onların bir hiç olacağı düşüncesine kapılırlar. Bu ise kişinin gurur ve kibir hissini pekiştirir (Riso ve Hudson: 2021:85).

Kişi dikkatini onay almaya verir. Bu nedenle karşısındakilerin istekleri ile kendi istekleri çelişebilir düşüncesiyle hareket eder. Bunun sonucunda kendi isteklerini ikinci plana atarak güven duygusunu karşısındakinin ihtiyaçlarını gidererek sağlamayı öğrenir. İkiler bu güveni garanti altına aldıklarında artık karşısındakinin istekleri onlara, bağımsızlıklarını yitirdiği inancına yol açar. Kişiler için yaptıklarını samimiyetsizlik olarak değerlendirip tutarsız bir benlik algısına kapılırlar

İkilerin algısal dikkatleri, karşısındaki kişilerin duygu durumlarıdır. Empati yeteneği gelişen bu tipolojideki bireyler, karşısındaki kişilerin arzu ettiği durumu sezip ona bürünebilirler. Güvensizlik durumu yaşadıklarında ise başkalarının yaşamlarıyla kendilerini özdeşleştirme eğilimindedirler (Palmer: 2014: 136-155).

Tutkusu: Kibir-Kendini Beğenmişlik

Özünden uzaklaşan ikiler, gurur-kibir duygusuyla kendini beğenmişliğe doğru ilerler. İnsanlara yaptığı iyilikleri, kendilerini ön plana çıkartmak ve yardımsever görünmek için yapar. Bu gurur duygusunun sonucunda, kişinin dışarıdan yardıma muhtaç olmadığı algısı oluşur. İnsanların onlarsız yapamayacakları duygusu ikilerin zihinlerine yerleşir.

Erdemi: Alçakgönüllülük

İkiler, özüne yaklaştıkça kendi kimliği için başkalarının yorumlarına ihtiyaç duymaz. Başka insanların yaptığı fedakârlıkları görmesi ya da görmemesi onun davranışlarında bir değişikliğe yol açmaz. Kendi benliğini aradan çıkartarak, kişileri bir menfaat elde etme duygusu olmadan, koşulsuz ve karşılıksız sever. Yaptıklarından bir teşekkür beklentisi içerisinde olmazlar. İhtiyaç duyulan konularda yardım ederler.

Benlik Takılması: Pohpohlama

İkiler, beğenilmek, kabul görmek ve kendi ihtiyaçlarının giderilmesi için başkalarını överler. Amaçları, kendilerine ihtiyaç duyulmasını isteme ve karşı tarafın övgüsünü kazanmaktır. Kişilerin kendilerine muhtaç olduklarını bilmek ve bunu duymak arka plandaki kibir duygularını beslemektedir.

Üst Zihin Düzeyi: Özgürlük

İkiler, benlik takılmasında yaşadığı insanların ona muhtaç olduğu ve bütün işleri kendi yaptığı fikrinin gerçeği yansıtmadığını fark eder. Her şeyin ilahi bir güç tarafından oluşturulduğunun farkına varır. Bunu bilmek kişiye özgürlük kazandırır. Kişi, ilahi güç ile bu hayatta var olduğunu anlar. Ayrıca diğer insanların onu iyi biri olarak değerlendirilmesi ve

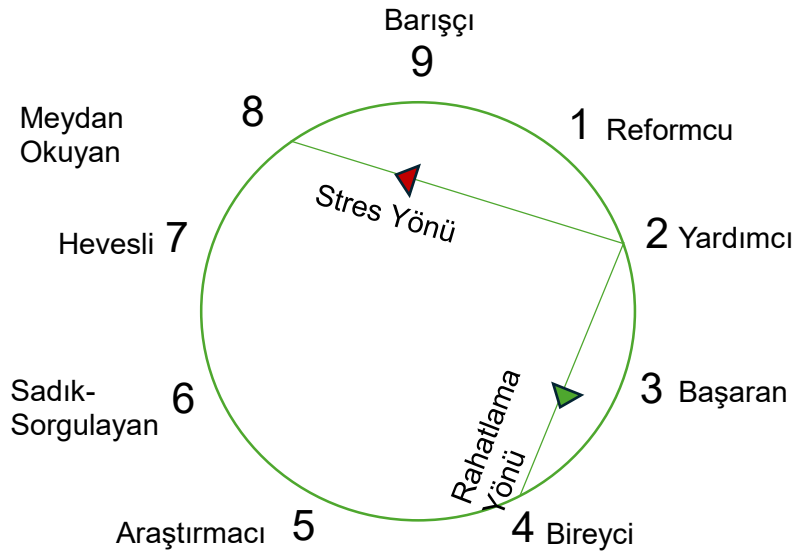
onlara yardım etmesi egosunun beslenmesini engeller. Gerçek bir özgürlükle kendi benliğinden kurtularak, insanlara gerçek sevgiyle yaklaşır (Riso ve Hudson, 2021:46-48).

Rahat ve Stres Durumları

İkiler istedikleri karşılanmadığında, sevilmediklerini ve değer bulamadıklarını hissettiklerinde ve fedakârlıklarının karşılığını alamadığı düşündüklerinde stres yaşarlar. Bu durumda Tipoloji 8' in olumsuz özelliklerini gösterirler. Kırıcı, sitemkâr ve taleplerinde ısrarcı olurlar. Sinirleri gerilir, tehdit içeren konuşmalar gerçekleştirirler ve öç alma duygusuna kapılırlar. İnsanları kendine bağımlı hâle getirerek kontrolü ele almak isterler.

İlişkilerinde beklediği sevgiyi ve ilgiyi gören, istekleri gerçekleşen ikiler rahatlar. Bu durumda Tipoloji 4'ün olumlu özelliklerini göstermeye başlarlar. Duygularını anlamsal bir zemine yerleştirirler ve bu anlamı sanatsal işlerde estetik bir biçimde böylece gösterirler. Güzel duyguları insanlar ve nesneler üzerinden elde etme arayışı azalır kendi başlarına da hayattan zevk alabilme özelliği ortaya çıkar. Kendilerini beğendirmeye çalışmak yerine kendi özleriyle irtibata geçip olduğu gibi görünmeye başlarlar. (Riso ve Hudson, 2021:83-84; Yılmaz, Genç, Ünal ve Aydemir, 2014:405).

Şekil 15: Tipoloji 2 Rahat ve Stres Yönleri



Kaynak: Riso ve Hudson, 2021

Kanat Etkisi

Tipoloji 1 kanatlı ikiler, titiz, dikkatli ve duygularını ifade konusunda daha kontrollüdür. Bu kişiler ahlâki kurallara uyan, idealist ve daha eleştirel yapıda olabilmektedirler.

Tipoloji 3 kanatlı ikiler, başarı odaklıdır. Duygularını hemen açığa vurmak yerine siyasi taktikler geliştirebilirler. İlişkilerinde baskın ve lider konumunda bulunurlar (Yılmaz vd., 405:2014).

Aile Öyküsü

Birey, çocukluk örüntüsünde aile içindeki durumları kontrol eden kişi tarafında (büyük ihtimalle baba rolündeki ebeveyn) dışlandığını hissederek. Bu nedenle ailedeki yerini ve sevgiyi yapacağı hizmetle kazanmaya çalışır. Ailede kardeşlerine bakan, onların ihtiyaçlarını gideren bir durum çocukluk örüntülerinde rastlanabilmektedir (Riso ve Hudson, 2021:84-85).

İkiler küçüklük yıllarında başkalarının ihtiyaçlarını gidererek sevgi elde etmişlerdir. Bu şekilde başkalarının his ve ihtiyaçlarını kolayca anlayabilecekleri bir özellik geliştirmişlerdir. Bu özellikler sayesinde talep edilen istekleri karşılamaya yönelirler. İnsanlardan onay alacak şekilde davranışlarını düzenleyen ikiler, onaylanmayacaklarını düşündükleri özelliklerini gizleme eğilimindedirler. Çocukluktan gelen güven ve korunma alışkanlığı onları güçlü olanların yanında yer almaya yöneltir. Dışlanmaktan korkan ikiler, kendilerini öne çıkartmak için mücadele verme güdüsüyle hareket edebilirler (Palmer, 2014:162-163).

Aradığı Ortam Özellikleri

İkiler güçlü bir lidere yardımcı olduğu ve onlarla irtibat kurabileceği ortamları hoş karşılar. Bu nedenle bir ortama girdiğinde öncelikle orasının en güçlü insanını görmeye çalışır. Gönüllü toplumsal hizmetler, liderin yardımcısı, sekreter, insan hakları savunucusu, hizmet sektörleri ikilerin arandığı alanlardır. Monoton ve yaptıkları işlerde onaylanma ihtiyaçlarını gideremedikleri ortamlarda bulunmazlar.

Sağlıklı Seviyeler

Sağlıklı ikiler, empati duyguları gelişmiş ve çıkar gözetmeden insanlara beslediği şefkat ve yardımseverlikle bütünleşmiştir. Aradıkları sevgiyi işlerinde bulurlar. Bu nedenle insanlara koşulsuz bir sevgi ile yaklaşırlar.

Averaj Seviyeler

İkiler, sağlık seviyeleri düştükçe insanları yönlendirmeye, onların işlerine izinsiz karışmaya başlarlar. Kısaca onlar üzerlerinde otorite kurmaya çalışırlar.

Sağlıksız Seviyeler

Sağlıksız seviyelerde ikiler, insanları manipüle ederek yönlendirirler. Bu seviyeler ileri bir düzeyde ise en son kendini kurban gibi hissederek. Bunun sonucunda psikolojik nitelikteki

bedensel rahatsızlıklarla kendi haklılığını ispatlamaya çalışır. Yaptığı fedakârlıklar sonucunda vefasızlıkla karşılık verildiğini hisseder. Bunun sonucunda kendini sürekli hasta hisseder ve mağdur rolüne bürünür (Riso ve Hudson, 2021:81-82).

Güçlü Yanları ve Dikkat Etmesi Gereken Konular

Kendi gereksinimlerinin farkındadırlar, ihtiyacı olduğu kadarını alırlar ve fazlasını talep etmezler. Bu durum onlara alçakgönüllülük özelliğinin kapısını açmaktadır. Kendi ihtiyaçlarının farkında olmanın ve bunları ifade etmenin bencillik değil, tam tersi yardım ettiği olduğu kişilere olan desteğin kendisine de fayda sağlayacağını bilmeleri gerekir. İkiler diğer insanları harekete geçirme ve kişisel dönüşümleri için yardımcı olma konusunda çok yeteneklidirler. İnsanları motive eder ve kendilerini iyi hissetmelerini sağlayabilirler. İkiler bir durum anında ilk aklına gelen duygusal tepkisini sorgulamalıdır. Daha derin bir şekilde değerlendirmeleri ve gerçekliği öne çıkarmaları daha yararlıdır. İnsanları abartılı övgülerle kendine çekmeye çalışmamak ve sevgi duygusunu onaylanma ihtiyacından ayırması gelişimi için katkı sağlamaktadır (Palmer, 2014:162-165).

İkiler herkese nasibi olan şeyin eşit bir şekilde geldiğine inanarak, kendilerinin yokluğunda insanların zorluk çekeceği duygusunun onları gurura sevk etmesinin engelleyebilir. Ayrıca öfke anlarında bu öfkenin ihtiyaçlarının karşılanmaması sonucu mu oluştuğuna dikkat etmeleri oldukça önemlidir. Yardımseverlik adı altında insanları yönlendirmemeli ve onların hayatına müdahale etmemeleri gerekmektedir (Daniels ve Price, 2021: 43-45).

II.4.3. Tipoloji 3: Başaran

Anahtar Özellikler

Pratik, çalışkan, kurnaz, politik, motivatör, faydacı, prestij peşinde koşan, imaja dikkat eden, manipülatif, ikna kabiliyeti olan, bireyci, hırslı şeklinde sıralanabilir (Şirin, 2020; Yılmaz vd., 2014).

Genel Durumları

Üçler özde ilahi bir düzen ile her şeyin sistematik bir şekilde var olduğu inancından uzaklaşmışlardır. Bu inançtan kopmaları onları yaptığı işlerle değerli olacaklarına inanmalarına yol açmıştır. Bu inanç sonucu algısal dikkatleri işleri pratik yoldan yapmaya, hedeflere ve başarılarla odaklanmıştır. Sürekli meşgul ve rekabet halindedirler. Meşguliyetlerinin azalması

onlarda gölgede kalma hissi oluşturur. Hedeflerine ulaşmada bir engel konulması onları öfkeliendirir (Daniels ve Price, 2022: 48).

Deęersizlik ve küçük dūřūrölme kaygısıyla yaşayan üçler, yaptıkları işlerde başkalarının onaylarını ararlar. Baęlanma temelli grup üyesi olan üçler, kendisine ilgi gösterenlere ve onayına ihtiyaç duyduklarına bağlanırlar. Sıradan insan olmaktan ve geride kalmaktan hoşnut olmazlar ve sürekli önde olmak isterler. İnsanlardan onları diğer kişilerden ayrı ve üstün tutmalarını beklerler. Oldukları ortamlarda ideal ve popüler insan olmaları rekabete neden olur. Bunun sonucunda insanları otomatik olarak kendilerine rakip yaparlar. Duygularından kopuk iletişimleri onları yalnızlaştırabilir (Riso ve Hudson, 2021:92-94).

Üçler bir kazanç elde edeceğini dūřündüęü işler için çaba gösterirler ve o konuda uzman olmak isterler. Yapacağı her işi öncelikle kendisine olan faydasına göre değerlendirirler. Üçler çok iyi sunum yaparlar. İstenilen mesajın yerine ulaşması için o işin niteliklerine bürünürler. Bir iş yaparken kendi kimliklerini bir kenara bırakıp işin kimliği ile özdeşleşirler. Bu özdeşleşme konusundaki gelişmiş özellikleri onları, sosyal yaşamda da bulunduğu grubun en önem verilen güçlü profiliyle özdeşleşmeye ve onun gibi davranmaya sürükler (Palmer, 2014:175-176).

Kendilerini diğer insanlardan yetenekli ve üstün hisseden üçler, kibir duygusunun esiri olabilirler. Dūřük nitelikli, yarım kalmış ve fayda gelmeyeceğini dūřündüęü şeylerden uzaklaşırlar. Başarısızlık durumlarında gelecek vadeden bir konuya bakış açılarını yöneltirlerse başarısızlığın verdiği sıkıntıdan hemen kurtulabilirler. Bu onların içindeki umut duygusuyla alakalıdır. Aile gibi yakın ilişki gerektiren konularla özdeşleştiklerinde iyi bir aile ortamı kurabilirler. Ancak bir işle özdeşleştiklerinde ise duygular ve aile konusu ikinci plana atılır (Palmer, 2014:178-182).

Üçler birden fazla işi aynı anda yürütebilen çok yönlü insanlardır. Tam bir proje insanı olan üçlerin dış dünya algıları, projenin gelişimi için kullanılabilir nesnelere odaklanmıştır. İnsanların sahip olduğu maddi-manevi nitelikleri çok iyi bilirler ve onlardan nasıl yararlanabileceklerini dūřünürler. Başarı yakaladığı işlerde daha da büyümeyi ve işi geliştirmeyi isterler. O yüzden projelerde aranan tiplerdir. Para ve şöhrete zaafıları olması onları, uygun getiri sağlandığı sürece duygusal açıdan sevip sevmediğine bakmaksızın, bir işi yapmasını sağlar. Yaptığı işlerle özdeşleşmeleri sonucu, işin çıktılarına gelen eleştirileri kişiliklerine yüklerler (Palmer, 2014:188-190).

Tutkusu: Aldatma

Özünden uzaklaşan üçler, doğruluk erdemini kaybeder ve aldatma özelliklerini ortaya çıkartır. Bulunduğu ortama göre uygun karaktere bürünürler ve özdeşleşirler. Özleriyle irtibatı koparıp gelişen şartlara göre role bürünen kendi gerçekliğinden uzak bir kişilik tipidir.

Erdemi: Doğruluk

Üçler, başarılı olmak ve değerlerinden vazgeçmenin ilişkisiz durumlar olduğunun farkına varırlar. Bunun sonucunda her şeyi bütün gerçekliğiyle olduğu gibi kabul edilir gördüğünde aldatmanın gereksizliğini fark ederler (Riso ve Hudson, 2021: 49-50). Bireyler kendi gerçek duyguları ile ortamda istenilen kişiliği ayırt eder ve kendileriyle yüzleşirler. Kendilerinin özü ile irtibatının, düalist (ikili) bir benlikten kurtularak doğruluk erdemiyle gerçekleştirebileceğini anlarlar (Palmer, 2014:196).

Benlik Takılması: Boşunalık-Kibir

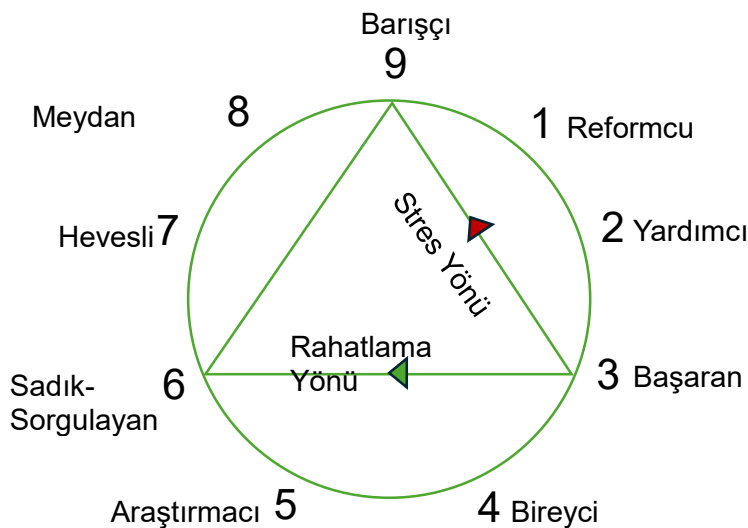
Üçler kaybettikleri özlerinin yerine koydukları rollerini daha değerli kılmak için çabalarlar. Özlerine ulaşmak için verilecek çabayı vakit kaybı görürler. Bunun yerine yapay kişiliğini ön plana çıkarırlar. Dolu bir özgeçmiş sahibi olmak, iyi statü sahibi olmak kaybolan özünü bulmaktan daha cazip hâle gelir. Böylece roller içinde kaybolurlar ve “boşuna” çalışırlar.

Üst Zihin Düzeyi: Umut

Üçler kendilerini, yaptığı işlerin sonucunda bir şeylerin varoluşunun nedeni olarak görmektedirler. Bu başarı duygusu sonucu kişide kibir oluşur. Özleriyle irtibat kuran üçler, var oluş alemini kendi yaptıkları müstakil işler sonucu değil de ilahi kanunların dinamizmiyle bir uyum içinde oluşup geliştiğini görürler. Bu, üçlerin içinde bir umut duygusu oluşturur. Bu fikir bitmek bilmeyen proje düşüncelerinin durdurulması için ona yardımcı olur (Riso ve Hudson, 2021: 49-51).

Rahat ve Stres Durumları

Şekil 16: Tipoloji 3 Rahat ve Stres Yönleri



Üçler hırsla çabaladıkları işlerden istedikleri şekilde başarılı bir sonuç alamadığında ve diğer insanlardan geri kaldığını düşündüklerinde strese girerler. Bu durum onlarda çökme yönünde Tipoloji 9'un olumsuz özelliklerini sergilemesine yol açar. Bir tükenmişlik ve yetersizlik duygusuna bürünür ve iç dünyalarına çekilirler. Uğruna çabaladığı imajı için artık en ufak bir çaba bile göstermek istemezler. Kendilerini pasif bir konuma alırlar ve çatışmalardan kaçınırlar.

Üçler yaptıklarıyla arzu ettikleri başarıya ulaştıklarında, çevresinde popüler biri olduklarında ve istedikleri statüye sahip olduklarında rahatlarlar. Bu durum onları gelişme yönünde Tipoloji 6'nın olumlu özelliklerini sergilemeye sevk eder. Benmerkezcilikten sıyrılarak daha diğerkâm ve iş birliğine yatkın bir tutum sergilerler. Belli bir davanın sadık savunucusu ve takipçisi olurlar. Kendilerini ulvi bir amaca hizmet etmeye yönlendirecek değer duygusuna ulaşırlar. Pragmatiklikten sadâkate bir geçiş yaşanır. Sorumluluk sahibi, planlı ve çevresine duyarlı birisi olurlar (Yılmaz vd., 2014:406; Riso ve Hudson, 2021: 90-91).

Kanat Etkisi

Tipoloji 2 kanatlı üçler, duygularına önem veren yardımsever insanlardır. Bireyselliğin aksine daha sosyaldirler.

Tipoloji 4 kanatlı üçlerin, sanatsal algıları daha gelişmiştir. Daha içe dönük bir profildirler. Romantiklerdir ve anlam arayışları vardır (Yılmaz vd., 2014:406).

Aile Öyküsü

Üçler anne veya anne rolündeki kişi bağılıdır. Küçüklükten gelen yaptıkları işler ve başarılarından dolayı sevileceği inancına sahiplerdir. Üçler annelerini memnun edebilmek için bulunduğu ortama uyum sağlamaya alışmışlardır. Yapacağı başarılı işlerle ailesinin onurunu kurtaracağını düşünürler ve bu yüzden başarı peşinde koşarlar. Ayrıca ailenin yıldızı olmak isterler (Riso ve Hudson, 2021:91-92).

Aradığı Ortam Özellikleri

Üçler bulunduğu sosyal çevrenin ideal niteliklerini sağlayabilirler. İlerleme ve gelişim imkânı sunan iş ortamların onların dikkatini çeker. Başarılı olup, ilgiyi üzerine çekebilecekleri ortamlarda olmayı tercih ederler. Üçler meslek olarak, müdür, satış-pazarlama uzmanı, reklamcı ve imaj danışmanlığını tercih edebilirler. Ayrıca siyasi ve diplomatik alanlarda da iyilerdir (Palmer, 2021:186-187).

Sağlıklı Seviyeler

Özleriyle irtibat kuran sağlıklı üçler kendilerinin değerini yaptıkları işlerden elde ettiği başarılarla ölçmezler. Çevrelerinde oldukça yetenekli ve popülerdirler. İletişim becerileri yüksek olan üçler, alçakgönüllü ve insanlara karşı zarif bir tavır sergilerler. Yapay bir kişilikten uzaktırlar, samimidirler ve güvenilirlerdir. Sunum yetenekleri oldukça iyidir ve tam bir motivasyon konuşmacısı olabilmektedirler.

Averaj Seviyeler

Özünden uzaklaşmaya başlayan üçler, benmerkezci ve narsist duygulara kapılır. Hırslı ve rekabet ön planda bir şekilde hayatı elde etmeye çalışırlar. Kendilerini diğer insanların başarılarıyla kıyaslar ve en iyisi olmak için mücadele ederler. Özden kopuşun kendisinde hissettirdiği yetersizlik duygularını, materyalist değerlerle doldurmaya çalışırlar. Başarı, prestij ve kariyer amaç haline gelir. İçten hesapçı ve faydacı bir tutum sergileyerek bulundukları ortamlarda istenilen ve değer verilen profili oynarlar. Duygusal merkezli tipolojilerin ortak hissi olan öne çıkma isteğiyle, yaptıklarını, başarılarını ve becerilerini oldukça abartılı bir şekilde anlatırlar ve kendilerini çok güzel pazarlarlar.

Sağlıksız Seviyeler

Başarısızlıktan, diğer insanlar tarafından küçük görülmekten kaygı duyan üçler, bütün çabalarını üstünlük elde etmeye yöneltirler. Kendi içindeki kargaşa onları bunalıma sürükler. Ayrıca değerleri yok sayan bir anlayışla saldırgan ve sahtekâr bir tutum sergilerler. İnsanları kandırma, hile ve açgözlülük özellikleri ön plana çıkar. Diğerlerinin başarılarını kıskanırlar ve oldukça hasetçilerdir. İçten içe kızarlar ve diğerlerinin başarılarını kabullenemezler. Sahte kimliklerinin farkında olduğunu bildikleri kişilere karşı bir intikam arayışına girerler. Başarı elde etmek için her yola başvuruabilirler. Onlara yenilgilerini hatırlatan her şeyi yok etmek isterler (Riso ve Hudson, 2021: 88-90).

Güçlü Yanları ve Dikkat Etmesi Gereken Konular

Üçler yaptıkları işi büyük bir istekle yaparlar. Liderlik konularında iyidirler. Dış görünüşlerine önem verirler ve temsil kabiliyetleri yüksektir. İşlerini verimli bir şekilde yaparlar ve insanları çok iyi motive ederler. Üçlerin var oluşun doğal bir düzen ile gerçekleştiğini yalnızca kendi çabalarına bağlı olmadığını kabullenmeleri gerekir. Yaptığı işlerle kendilerini özdeşleştirmekten değerlendirmekten vazgeçmeli ve gerçek kimlikleriyle sevgi görebileceklerine inanmaları gerekmektedir. Kişilerin duygu içeren davranışlarına tahammülsüzlük, fizyolojik durumlarını dikkate almadan kendilerini yıpratmak derecede çok çalışmak, gelişimlerini olumsuz bir şekilde engelleyebilir. Başkalarının beklentileri ve ortamın

gerektirdiği şartlara bürünmek yerine, gerçek kimliklerini yapılandırmaları ve üzerinde düşünmeleri iyi bir gelişim yolu olabilir (Daniels ve Price, 2022: 48-50).

Duygularını arka planda bıraktıklarının ve başarı için makine gibi hareket ettiklerinin farkında olmaları gerekmektedir. Çünkü duygularını hissetmeye de ihtiyaçları vardır. Başarılarını düşünüp kendilerini yapılan eleştirileri ciddiye almadıklarını ve dışarıdakilerden kendilerini üstün gördüklerini fark etmeleri, sağlıklı sosyal yaşamları ve gelişimleri için oldukça önemlidir (Palmer, 2014:199-200).

Üçler birçok konuda becerikli ve profesyonel bir şekilde davranan insanlardır. İşe ve sonuca (üretmeye) odaklıdırlar. Ancak duygularından kopuk, fiziksel ve zihinsel yönleri baskın bireylerdir. Yaptığı işlere duyguları karıştığında işi yapamayacaklarını düşünürler. Bu nedenle soğukkanlı bir tavır benimserler. Sağlıklı kişiliklerinden uzaklaştıkları zamanlarda kendilerinde ortaya çıkan bir takım bilinçdışı baskılanmış kıskançlık ve öfke gibi duygular, onların faaliyetlerini oldukça etkiler. Duyguların tanımlanması ve iyi bir erdemle ortaya çıkması gerekir. Kendi kişiliğini dengelemede duygularından kaçmamak ve onların doğru bir şekilde ortaya çıkmasını sağlamak uzun vadede sağlıklı ve dengeli bir kişiliğin oluşumunu sağlar (Riso ve Hudson, 2021:279-280).

II.4.4. Tipoloji 4: Bireyci- Traji Romantik

Anahtar Özellikler

Bireysel, estetik bakış açısına sahip, duygularını yaşayan, melankolik, merhametli, tasarımcı, sanatçı, sıra dışı-özgün, romantik, içe dönük olarak sıralanabilir (Şirin, 2020; Yılmaz vd., 2014).

Genel Durumları

Temel korkuları kimliksiz olmak olan dörtler, kendi anlamını bulmak isterler. İstedikleri şeyleri elde etmiş kişilere benzemeye çalışırlar. Bu özelliklere sahip nitelikli birisini örnek alma ondan takdir görme arayışları vardır. Duygularının anlamını iç dünyalarında ararken hayal dünyasında kaybolma ihtimalleri de vardır. Dörtler ebeveynlerine sorumluluklarını yerine getirmediği için öfkeli dirler. Bu nedenle onlara karşı negatif duygular beslerler. Ancak bunu açığa çıkarmanın yanlış bir davranış olacağını düşündükleri için bastırma yoluna giderler. Bu duruma ek olarak yetişkinlik çağında çevrelerinde de onları hayal kırıklığına uğratan insanlara karşı duydukları öfkeyi takıntı hâline getirirler (Riso ve Hudson, 2021:99-100).

Dörtler, varoluşsal olarak bir bağdan koptuğunu hatırlarlar. Bu yüzden dörtler hayatlarında kendilerini tanımlayacak olan bağlantıyı bulmak isterler. Bu kopuştan dolayı dram duygu durumu içerisindeyler. Bu bağı bulmak ve kendi kimliğini tanımlamak için dış dünyaya yönelirler. Bu doğrultuda idealize edilmiş ortamı ve insan ilişkilerini aralar. Bu bir aşk olabileceği gibi duygularını yansıtan estetik ve sanatsal bir ortam da olabilir. Aradığı bu imkânlarla sahip olan kişilere karşı bir kıskançlık durumu da ortaya çıkmaktadır. Bu arayışı, dörtlerin algısal dikkatlerini geçmiş ve geleceğin olumlu taraflarına yöneltmiştir. Eksikliğini çektiği anlamı arayan dörtler, geçmişinde hissettikleri kopuş duygusuna karşı uyarılmış durumdadır. Terk edilmek, reddedilmek, önemsenmemek onlar için çok kötüdür. Kimlik arayışları onları farklı kimlikleri deneme yoluna götürmüş, bunun sonucu olarak farklı biri olduğu inancına kapılmışlardır. Bu yüzden sıradan ve derinliği olmayan yüzeysel olaylar, ortamlar ve insanlardan kaçınırlar (Daniels ve Price, 2022:52).

Dörtler geçmişlerinde bir hataya takılmış vaziyette pişmanlıkla kendilerini kınarlar. Bu durum onlarda depresyona yol açar. Bunun sonucunda hareketsiz bir vaziyette yataktan çıkmadan zihinlerinde o yanlışları tekrar tekrar düşünürler. Bu durumda dörtler ya aksiyona geçip savaşırlar ya da bu duruma teslim olurlar. Depresyonun yanı sıra terk edilmişlik duygusunun ardından bir melankoliden beslenme de ortaya çıkar. Sevgi kaynağından kopuş olarak nitelendirdikleri duygu, terk edilme sonucu melankolik bir duyguya ihtiyacı ortaya çıkarmıştır. Böylece kendisinden uzakta bulunana karşı bir çekim, elde edilmesi kolay olana karşı bir reddediş durumu vardır. Dörtler bir şeyi elde ettiği anda gözünde sıradanlaşır ve kendinde eksik olana yönelir. Elinde olanın eksikleri, bitmiş ve ait olmayan bir şeyin olumlu yönleri onların dikkatlerini çekmektedir. Bu yüzden anı değerlendirmeyi ve kıymetini bilmeyi başaramayabilirler. Tüm bu duygu durumları sonucu acı çekenlere karşı bir merhamet ve yardımcı olma isteği ortaya çıkar (Palmer, 2014:204-207).

Dörtler hayatlarındaki eksikliklere takılı kalırlar. Bu nedenle idealize ettiği ve kendisinde olmak istediği şeyleri başkalarında gördüğünde engellenmiş hissine kapılarak öfkelenirler. Genelde öfke, bu eksikliğin sebebi olarak görülen ebeveynlere yöneltilir. Değersizlik hissinin temelleri küçüklükte atılır ve insanların onu olduğu gibi kabul etmeyeceği inancını besler. Böylece kendilerini kıyasıya eleştirirler ve hareketsiz kalırlar. Pişmanlıkla elden gidenin peşinden yas tutarlar ve yitirdiklerine takılı kalırlar. Sıradan duygular yaşamak yerine herkesten farklı sanatçı kimlikleriyle melankoli yaşamayı tercih ederler. Kişiler yaşamlarının olumsuzluklarına odaklanmış olan öfke dolu iç dünyalarını iğneleyici ve yaralayıcı bir mizah anlayışıyla dışa vururlar. Dörtler ikili ilişkilerinde yakınlaşma konularında sorun yaşayabilirler. Onlara yaklaşıldığında eksik yanlar öne çıkar, uzaklaşıldığında ise olumlu yanlar onların

dikkatini çeker. Bu yüzden yakın ve uzak arasında bir dengede ilişkilerini sürdürebilirler. İş ve otorite ilişkilerinde dörtler seçilmiş ve özel kişi konumunda olmak isterler. Herkes için geçerli olan kuralların onları bağlamadığına inanırlar. İdealize edilmiş bir bakış açısı otorite ilişkilerine de yansır. Orta yöneticileri umursamazlar. Fakat en tepedeki yöneticiye bağlanır ve saygı duyarlar. Dörtler kendilerini değersiz ve kusurlu görürler. Bu nedenle önemli biri olmak için çabalarlar ve özel bir ilgi onları mutlu eder. (Palmer, 2014:209-222).

Dörtler aradıkları eksikliğin kendi özleriyle temasla bulacaklarını ve genelde bu teması ise sanatsal faaliyetler esnasında hissettiklerini belirtirler. Aslında uzak kaldıkları sonsuz destek kaynaklarını ararlar. Ancak bunun yerine dünyada çocukluk dönemlerindeki destekten ve bakımdan yoksunluk duygusuna takılmışlardır. Asıl bulmak istedikleri destek ilahi destektir (Palmer, 2014:235).

Tutkusu: Kıskançlık

Dengeli ve sakinlik erdemini kaybeden dörtler kıskanç olurlar ve olaylara farklı tepkiler verirler. Erdemlerini yitirdikten sonra bir iç eksiklik inancına takılırlar. Genellikle çocukluk dönemleriyle alakalı yoksunluktan şikayetçidirler. Diğer insanların ebeveynleri tarafından daha iyi yetiştirildiklerini düşünürler. Buna karşılık kendilerinin kötü yetiştirildiğinden şikayetçidirler. Başka insanların hayatlarıyla kendilerini sürekli kıyaslarlar. Onlara göre diğer insanların hayatlarının her alanında işleri yolundadır ve huzurludurlar. Kıskançlık duygusu tam bu noktada kişinin sahip olmak istediği niteliklerin başkalarında olduğunu gördüğü zaman ortaya çıkmıştır. Kişi huzursuzluğu kökten çözme yoluna gitmek yerine kendisini başkasıyla kıyaslayarak eksik noktalarına takılırlar. Bir kimlik oluşturma arayışı içinde olan dörtler, bir yere ait olmadığı hissine kapılarak kendi değerlerinden ve insanlardan uzaklaşmaya (özüne yabancılaşmaya) başlar.

Erdemi: Sakinlik ve Denge

Dörtler genelde mevcut olan kusurlara odaklanmışlardır. Bu erdemin ortaya çıkmasıyla kişi geçmişte ve gelecekte sahip olduklarının ve şu anda elinde olmayanın çekici geldiğinin farkına varır. Kişinin dengesi (huzuru) kendi elindekilere şükretmesi ile sağlanır. Elde edilmesi zor olanın çekiciliğine kapılıp yaşadığı olumsuzluklarda duygusal sarsıntı yaşamak yerine her deneyimine olumlu bir bakış açısıyla yaklaştığında duyguların olumsuz etkisini azaltır. Anı kabul edip hayatı yaşamaya başlar.

Benlik Takılması: Melankoli

Kişi mağduriyetleri ve yetersizlikleri üzerinde takılı kaldığında ortaya dramatize edilmiş duygular çıkar. Dörtler, çevresindekilerin onları ihmali üzerine melankolik bir tavır içindedir.

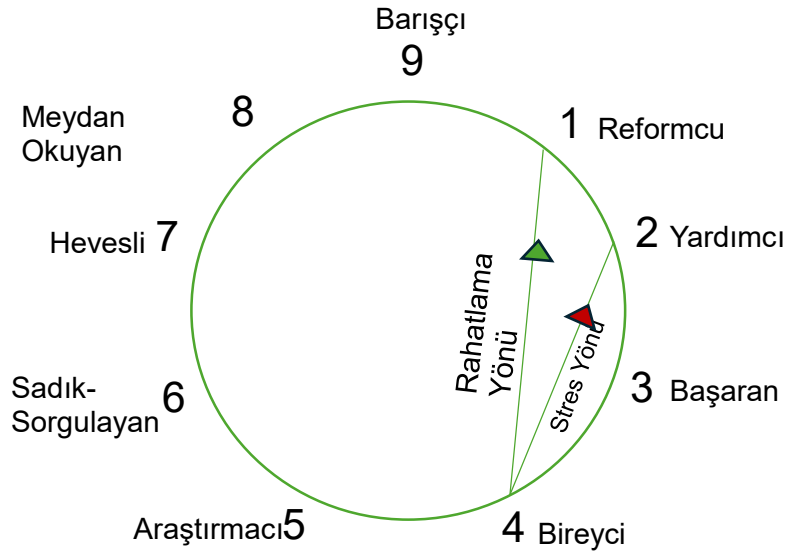
Yaşanılanlara takılmışlardır ve sürekli kurban psikolojisi içindedirler. Ayrıca bu psikolojiyle bu anları kendi zihninde sürekli tazeler ve besler. Hayal dünyasında kurgulanan bu olumsuzluklara odaklanmış senaryolar ile geçmişe saplanır ve özünden uzaklaşarak yalnızca kendini düşünen birine dönüşür.

Üst Zihin Düzeyi: Bağlantı-Kutsal Köken

Dörtlerin melankolik duyguları onların içindeki bir kopma hissinden kaynaklanır. Küçüklükte ebeveynlerinin sevgisinden yoksun kalınması burada benzer bir duyguya yol açsa da duygunun asıl kaynağı özünden kopmasıyla oluşmuştur. Bu özünden kopma duygusuyla kişi dengesini sağlayabilmek için kendini ait hissedeceği bir kimlik oluşturmak ister. Bunun sonucunda yapay kimlikler ortaya çıkabilmektedir. Kişi herkesten farklı bir kimlik sahibi olmayı göstermek için çabalar. Birey yoğun duygusal olaylar yaşadığı zamanlarda gerçek özüyle irtibat kurma olanağı elde eder. Varlığını ve kimliğini ait olduğu ilahi güce dayandırdığında içindeki eksiklik ve kopuş hissi kendini huzura bırakır (Palmer, 2014:235-236; Riso ve Hudson, 2021:52-54).

Rahat ve Stres Durumları

Şekil 17: Tipoloji 4 Rahat ve Stres Yönleri



Kaynak: Riso ve Hudson, 2021

Dörtler yalnız kalamadığında, sıradan olduğu hissettirildiğinde, duyguları diğerleri tarafından yok sayıldığında, eleştirildiklerinde stres yaşarlar. Bunun sonucunda Tipoloji 2'ye doğru hareket ederler ve olumsuz özelliklerini sergilemeye başlarlar. Kabul edilme ve

onaylanma ihtiyaçlarına takılabılırlar. Daha dışa dönük olurlarken duyguları içinde yaşamak yerine dış dünya ile kendilerini tatmin etmeye çalışırlar. Duygusal açıdan coşkulu olurlar. Ancak içerleyen bir tutuma sahip bir profil sergilerler. Sağlıksız seviyelere düştüklerinde ise kendilerine bakacak bakıcı birini ararlar. Ebeveyn, arkadaş ya da eşine bağımlı olurlar.

evresi tarafından farklı bir insan olduğu fark edildiğinde, kendi içinde anlamlandırdığı duygularını ifade edebileceği bir durum ortaya çıktığında güven ihtiyaı giderildiğinde rahatlarlar. Rahat durumlarında Tipoloji 1'in özelliklerini sergileyen dörtler sınırları belirsiz duygusal ve özgün dünyalarını daha disiplinle ve planlı bir şekilde ürüne dönüştürebilirler. Sanatçı potansiyelleri daha dengeli bir şekilde ortaya çıkabilmektedir. Dramatik duygularından aksiyon alabilen, işe yönelen bir kişiliğe yönelirler. Dış dünyanın gerçeklerini kabul ederek sıradan işlerde çalışmak istemeyen farklı insan tavırlarından kurtulurlar. Öznel duygular yerini nesnel kurallara bırakır. (Erkan, 2020: 106; Yılmaz vd., 2014:407; Riso ve Hudson, 2021:97).

Kanat Etkisi

Kanat 3 olan dörtler, duyguları daha kontrollü yaşarlar. Ayrıca daha sosyal, dışa dönük, başarı odaklı ve alışkanlardır. Sosyal konumlarına ve imajlarına önem verirler.

Kanat 5 olan dörtler, sosyallikten ve insanlardan uzak, daha içe kapanık ve mantık ağırlıklı insanlardır. Soyut konulara özellikle de felsefeye daha ilgilidirler (Yılmaz vd., 2014:407).

Aile  yk s 

Dörtler ebeveynlerinin ikisinden de uzaktırlar. Dörtler, kendilerini terk edilmiş ve iyi yetiştirilmemiş hissederler. Bunun sonucunda kendi iç dünyalarına yönelmiş ve kimliklerini oluştırmaya başlamışlardır. Ailesinde kendisini büyüten kişiyle olan tutarsız ilişki sonucunda da bu terk edilmiş hissi uyanabilir. Kendisine karşı bazen iyi bazen kötü, bir an yanında bir anda gitmiş şeklindeki git gel durumları, terk edilmiş duygusunu oluşturmuştur. Bunun yanı sıra boşanmış ebeveynlere ve kederli bir aile tablosu da aile öykülerinde rastlanabilir Palmer, 2014:208; Riso ve Hudson, 2021:98).

Aradığı Ortam  zellikleri

Sıradan işlerin yapıldığı ortamlar dörtlerin ilgisini ekmez. Farklı ve çok fazla kişinin yapmadığı işlerde yer alırlar. Sanat, antikacılık, i tasarımcı gibi işlerde yer alabilirler. Aynı zamanda da toplumda feminist, hayvan ve evre hakları aktivisti gibi rolleri üstlenebilirler.

Düşünce ve duygularında üst düzey yaşanan haller onları metafizik, din ve sanat gibi konulara yöneltmiştir (Palmer, 2014:230).

Sağlıklı Seviyeler

Varlıklarını bütünsel bir anlam zeminine dayandırdıklarında insanlarla iyi ilişkiler kurabilirler. Ayrıca duyarlı ve merhametli insanlardır. Empati ve sezgisel yönü gelişmiş dörtler diğer insanların duygularını kolayca anlayabilirler. Sıradan mizaha karşılık ciddi bir tavırla ortaya çıkan iğneleyici bir tarzları vardır. Duygularını ve varlık alemini sanatsal bir ürünle ortaya koyarlar. Dış dünyanın güzelliklerini keşfetmeye odaklanırlar ve duygularını estetik bir biçimde ifade ederler.

Averaj Seviyeler

Averaj seviye de dörtler iç duygularının yoğunluklarını ortamlarına da yansıtırlar. Ortamın konseptini sanatsal duygularla düzenlerler. İlgi duydukları şeye karşı içinde itici ve çekici bulmaya yönelik iki kutup vardır. İlgi duydukları şeyden bir anda nefret edebilirler. Diğer insanlardan farklı olduğu inancı yerleşir. Nefslerine düşkünlükleri artar. Hayalci ve kuruntuludurlar. Ayrıca kendilerini küçük görme ve başkalarını kıskanma eğilimindedirler. İmkânı zor şeyleri elde etmeye yönelirler ve olumsuz düşüncelerle sürekli mücadele ederler. Durumları gitgide kötüleşir ve pasif bir insana dönüşürler.

Sağlıksız Seviyeler

Kişilerin imkânsız beklentilerinin gerçekleşmemesi ve oluşturdukları imajların ilgi görmemesinden dolayı içleri başkalarına karşı öfke ile dolmuştur. Onlara göre insanlar tarafından yarı yolda bırakılmış ihanete uğramışlardır. Şikayetçidirler ve aynı zamanda içe kapanık bir tavırla kendilerini insanlardan soyutlarlar. Anlam duygularını yitirirler ve etrafa nefret saçarlar. Kendilerini sürekli eleştirir ve fiziksel olarak zarar verecek nitelikteki maddelerin kullanımına yönelebilirler (Erkan, 2020:105-106; Riso ve Hudson, 2021: 94-95).

Güçlü Yanları ve Dikkat Etmesi Gereken Konular

Dörtler, duyguların anlamına odaklanırlar. Dörtlerin güçlü özellikleri, karşısındaki insanın duygularını çok iyi analiz edebilme becerisini kazandırmıştır. Özellikle kendisi gibi dram içerikli duygu durumlarına karşı daha hassas olurlar. Kendi nefsinin farkındadırlar ve romantik bir kişiliğe sahiptirler. Derin duygusal yaşantısı olan dörtler, estetik ve sanat konularında iyidirler. Dörtlerinin kişisel gelişimi anın ve tüm varlık aleminin bir bütünlük içerisinde olduğunu kavramalarıyla başlar. Sıra dışı işler yerine normal günlük görevler üstlenebilmeleri ve eksikliklere değil de olumlu durumlara algılarını yönlendirmeleri

gelişimleri için oldukça önemlidir. Duygu ve düşünce yoğunluğuna kapılmaları sonucunda tepkisel bir hareket tarzı benimserler. Dörtler duygularını, düşünceleri vasıtasıyla hareketlendirmeye çalışırlar. Romantizm ve kurgulanmış süslü düşüncelere olan eğilimler bu güdü ile oluşur. Dörtler eksik olan pratik yönlerini güçlendirip aktif tuttuklarında gelişimlerinde ilerleme sağlarlar. Bu hareketler tüm değişken duygularına rağmen tutarlı olmalı ve nesnel dünyadan uzaklaşmadan gerçekleştirilmelidir (Riso ve Hudson, 2021:281; Daniels ve Price, 2022:53).

Dörtlerin gelişimini etkileyen iki önemli takılma mevcuttur. Terk edileceği ve yetersizlik hisleri gelişimlerini durdurup, pasif kalmalarına yol açabilmektedir. Dörtlerin çocukluk zamanlarındaki yetiştirilme ve bakımlarının ihmal edilmesi onlarda engellenmiş hissi oluşturur. Bilinçaltında bağlandıkları kişilerin kendilerine bakmasını ve onları himaye altına almasını isterler. Ancak yetişkinlik çağında bu beklentilerinin karşılanmaması onları tekrar hayal kırıklığına uğratar ve engellenme duygusuna kapılmalarına yol açar. Dörtlerin dikkat etmeleri ve geliştirmeleri gereken en önemli konulardan birisi de harekete geçmek için uygun ortam ve duygu durumudur. Bu konuda mükemmeliyeti arayan dörtler harekete geçmek için zorlanırlar. Çünkü her zaman bir eksiklik olacaktır. Bu duyguyu fark edip küçük adımlarla bile olsa pratik olarak eyleme geçmeleri ve bir şeyler üretmeleri onları sağlıklı seviyelere doğru çıkarır. Sürekli şikâyet ve olumsuz konuşmak gelişimlerine katkı sağlamaz. Harekete geçmek yerine hayatı hayallerinde yaşamaya çalıştıklarının farkında olmaları önemlidir. Yaşadıkları acıları başkalarına yükleme, ağır öz eleştiri, melankoliden beslenme, terk edileceğini ya da reddedileceğini anladığında karşıdakinin kusurlarını anlatma gibi eğilimlerine dikkat etmeleri gerekmektedir. Dörtler kendilerini eleştirmek yerine kendileriyle barışma ve kendilerine inanmalılar. Ayrıca insanlara karşılıksız olarak yardım etmelidirler. Böylece gelişimlerine olumlu katkıda bulunabilirler (Riso ve Hudson, 2021: 336-358; Palmer, 2014:240).

II.4.5. Tipoloji 5: Araştırmacı

Anahtar Özellikler

Akılcı, içe dönük, objektif, araştırmacı, soğuk, mesafeli, soyutlayan, sorgulayan, kavramsallaştıran, entelektüel, analizci, biriktiren olarak sıralanabilir (Şirin, 2020; Yılmaz vd., 2014).

Genel Durumları

Beşler ihtiyaç duydukları bilginin herkesin yaşamlarında var olduğu inancından uzaklaşmışlardır. Bunun sonucunda hayatın insana verdiklerinin oldukça sınırlı olduğunu ve çok fedakârlık yapmaları gerektiği düşüncesine kapılırlar. Bunun sonucunda yapmaları

beklenen işler ve taleplerden kaçınırlar. Ayrıca ilişki kurmaktan uzak dururlar arzularını sınırlarlar. İhtiyaç duyduğu bilgileri toplar, fakat paylaşmak istemezler. Bunun sonucunda beşlerin algısal dikkatleri, insanların ondan taleplerine ve analiz yapacağı verilere kaymıştır. Beşlerin temel korkuları bir konuda yetersiz olmaktır. Ayrıca enerjileriyle duygularını bastırıp objektif bir şekilde bilgi edinmeye ve yetkinlik kazanmaya harcarlar. Bilgi edinimi noktasında mükemmeliyetçi olurlar ve konuya tüm detaylarıyla hâkim olmak isterler. Özel alanları korunmadığında strese girerler ve birilerinin ona bağımlı olması onları bunaltabilir (Daniels ve Price, 2022:56-57).

Beşler fiziksel ihtiyaç ve isteklerden uzak, oldukça sade bir yaşam tercih ederler. Hayal dünyalarında dolaşmaktan oldukça keyif alırlar. Beşlerin zihinsel olarak ilgi duyduğu konuların başında insan davranışlarını anlamlandırmak, tümevarım yoluyla kuramlar ve kavramlar oluşturmak vardır. Duygularından soyutlanarak objektif düşünebilirler. Belirsiz ve beklenmedik durumlardan hoşlanmazlar. Ayrıca yetersizlik korkusu onları hazırlıksız bir durumda anlık tepki vermeye iter ve kaygılanmalarına neden olur. Sosyalleşmelerinin belli bir gündem ve zaman çerçevesinde olmasını isterler. Daha önceden belli olan gündeme hazırlıklı giderler. Ancak beklenmedik bir durumla karşılaştıklarında ya da gündem dışı bir muhabbete geçildiğinde uzaklaşmak ve gözlem yapmak isterler (Palmer, 2014:243-252)

Beşler düşünceleriyle özdeşleşirler. Kişilik sağlıkları düştükçe hisleri ve düşünceleri birbirine karışır. Olacakları tahmin edebileceklerini düşünen beşler ilişkileri gereksiz bulur ve gerçeklikten uzaklaşarak oyunlara dalarlar. Duygularını daha fazla zihinsel etkinlikte bulunabilmek adına enerji vermesi için kullanan beşler, değerlerine ve insan ilişkilerine yabancılaşırlar. Düşüncenin ve duygunun işlevlerindeki bozukluk fiziksel durumlarına da yansır. İnsanlardan uzaklaşan yalnız ve aykırı tip olurlar. Şizoid kişilik bozukluğu beşlerde yaygın görülebilir. Ancak sağlıklı beşler, fiziksel dünyalarına önem verip yeni hayatlar inşa ederler. Bu hayatlarında aktif rol alırlar. Böylece düşünceleriyle özdeşleşmek yerine gözlem yaparak duygularından ayırmaya başlarlar (Riso ve Hudson, 2021:282-330).

İş ve otorite ilişkileri açısından beşler değerlendirildiğinde ise başkaları uğruna zaman ve enerji kaynaklarını sarf etmeyi istemedikleri görülür. Makam ve para peşinden koşmazlar. Beşler, çalışma koşullarını kendileri belirlerse otoriteye karşı verimli olabilirler. Kurumun stratejik kararlar almasında, yol haritasını çizmesinde ve vizyonunu belirlemesinde oldukça yeteneklidirler ve iyi bir danışman olabilirler (Palmer, 2014:260-263).

Tutkusu: Hırs-Açgözlülük

Zihinsel merkezli olanların ortak sorunu güvendir. Beşler kendilerini destekleyenden uzak kaldığını ve bu evrende korumasız olduğuna inanırlar. Bu nedenle ayakta durmak için bir şeyler biriktirir. Genel olarak maddiyat yerine bilgi birikimine önem verirler. Bilgi edinerek kaybettiği güveni ve desteği sağlarlar. Bu dünyada ayakta kalabilmek için bir güç elde etmeye çalışırlar. Daha fazla kitap alırlar, bildiklerini paylaşmazlar ve arşivlemeye yönelirler. İnsanlara ve dünyaya olan ihtiyaçları en aza indirecek şekilde hayatlarını düzenlerler.

Erdemi: Bağımsızlık

Beşler, insanların genelde arzularını elde etme olayını abarttıklarını düşünürler. Maddi dünyaya olan bağımlılıklarını en aza indirmeye çalışırlar. Ayrıca birisine ihtiyaç duymak istemez ve insanların ona ihtiyaç duymasından kaçınır. Böylece kendilerine yapay bir bağımsızlık oluştururlar. Varlıkların kaynağı duygular, düşünceler ve fikirler değildir. Bağımsızlık, kişinin kimliğini düşüncelerine bağlanmadan var olmayı hissetmesi, duygularını tanıması ve yaşayıp kabul etmesidir.

Benlik Takılması: Cimrilik

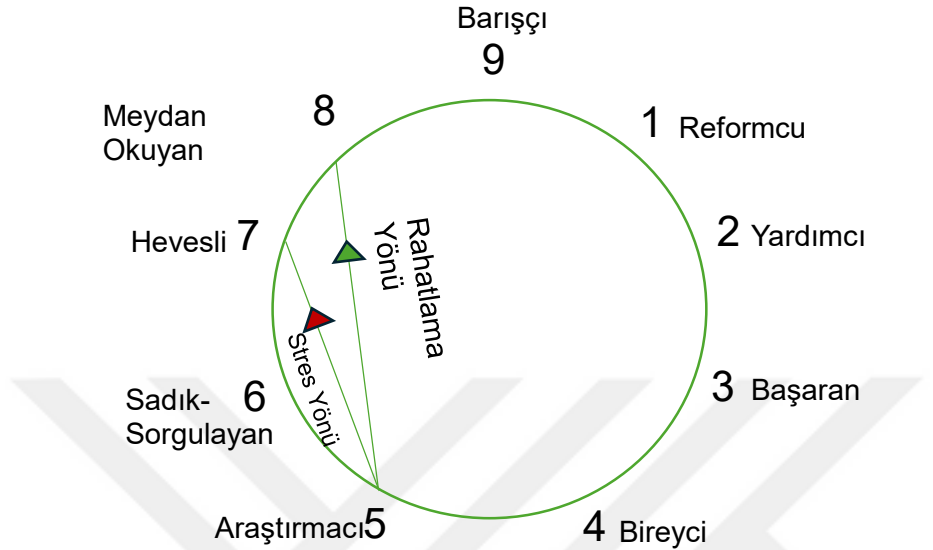
Varlığını bedenlerinden çok zihnine atfetmiş beşler, onları tehdit edebilecek durumlara karşı önlem almak isterler. Bu nedenle zihinsel faaliyetlerine ağırlık vererek, bilgi birikimi yaparlar. Ancak bu bilginin yalnızca kendilerine yeteceğine inanırlar. Sürekli bilgi depolayan ve yetersiz hisseden bir beş, yaşamayı unuttur. Güven ve desteğini bilgiye dayandırdıkları için bunu paylaşma konusunda oldukça isteksizdir.

Üst Zihin Düzeyi: Sonsuz Bilgi

Kişi özüyle irtibat kurduğunda, gerçek bilginin bir konu hakkındaki tüm bilgilerin kavramsal ve metodolojik bir çerçeve de elde edilemeyeceğini anlar. Kişi aslında her şeyin bir bütün ve ilişkili içinde sürekli değişen varlık sahnesindeki görünüşlerinin olduğu gerçeğinin farkına varır. Asıl bilginin bir zaman, mekâna, materyale ya da zihinsel süreçlere bağlı olmadığını sonsuzluktan geldiğini kavrar (Palmer, 2014:270-271; Riso ve Hudson: 55-58).

Rahat ve Stres Durumları

Şekil 18: Tipoloji 5 Rahat ve Stres Yönleri



Kaynak: Riso ve Hudson, 2021

Beşler kendi oluşturdukları yaşam alanlarına müdahale edildiğinde, sosyalleşmeye zorlandıklarında, insanlar içinde öne çıktıklarında ve yalnızlığı yaşayamadıklarında strese girerler. Bu durumda Tipoloji 7'ye yönelirler. Kontrolsüz uçarı davranışlar sergilerler. Eğlenceye dalarlar ve çok düşünmeden güdülerıyla hareket etmeye başlarlar. Bu süreç ilerledikçe düşünce ve davranış dengesini kaybederler.

Bir konuda uzmanlaşıp söz sahibi olduklarında ve çevreleri tarafından uzmanlıkları tanındığında rahatlarlar. Böylece Tipoloji 8'e yönelirler. Dışa dönük, sosyal bir hayat yaşarlar. İyi bir yönetici olup insanları yönetebilirler. Öne çıkıp sorumluluk alırlar ve fikirlerini doğrudan dile getirirler. En çok bilen kendisi olmadığının farkındadırlar ve kendi bilgilerini başkalarının iyiliği için kullanabilirler (Riso ve Hudson, 2021:103; Yılmaz vd., 2014:104).

Kanat Etkisi

Kanat Tipoloji 4 olan beşler, duygusal yönleri gelişmiş ve empati kurabilen kişilerdir. Soyut ve teorik özellikleriyle beraber sanatsal yönleri de mevcuttur. Diğer bir ifadeyle entelektüellerdir.

Kanat Tipoloji 6 olan beşler, daha çok sorgulayan ama daha düzenli ve sorumluluk sahibi insanlardır. İlişkilerinde daha uyumlu ve bağlıdırlar.

Aile Öyküsü

Beşlerde iki çeşit aile öyküsüne rastlanır. Birincisinde ebeveynleri ile çelişkili bir ilişkileri olduğu görülür. Kendilerini reddedilmiş ve terkedilmiş hissederler. Daha sık rastlanan öyküde ise kişisel alanına sıklıkla müdahale edildiği ve kişisel taleplerin çok olduğu görülür. Örneğin kalabalık bir evde büyüyen beşler, kendilerini kalabalıktan ve müdahaleden uzak tutma arayışına girmişlerdir. Bunun sonucunda kişi sosyal ortamlardan çok hoşlanmayan, yalnızlığı seven bir kişilik geliştirmiştir (Palmer, 2014:246-247; Riso ve Hudson, 2021:104).

Aradığı Ortam Özellikleri

Beşler kütüphane insanlarıdır. Araştırılmamış ya da az sayıda üst düzey insanın ilgilendiği konularda çalışmayı ve uzman olmayı tercih ederler. Rekabetin ve insan ilişkilerinin yüksek olduğu ortam ve işlerde bulunmak istemezler. Bu ortamlara satış, pazarlama ve siyaset örnek olarak verilebilir (Palmer, 2014:272).

Sağlıklı Seviyeler

Sağlıklı beşler, öğrenmeyi, keşfetmeyi ve uzmanlaşmayı severler. Sezgi ve analiz özellikleri gelişmiştir. Ayrıca çok iyi gözlemcidirler. Hayal gücü gelişmiştir. Derinlemesine kavrayabilen ve bütünü gören bir yetenekleri vardır. Zihinsel süreçler olmadan da ilahi bilgiyle temas kurabilirler. Sağlıklı seviyelerde duygularını tanıyan ve yaşayan beşler, insanlara karşı daha şefkatlidirler.

Averaj Seviyeler

Yoğun ve derin çalışmalara dalan beşler zamanlama ve planlama konusunda başarısızdır. Bir alana yoğunlaşıp, hayatın diğer alanlarında pasif kalırlar. Araştırmaları sonucu kavramlar, modeller ve teoriler geliştirirler. Çok ayrıntıcı oldukları için çok şüphecidirler. Ayrıca bütünü kavrayamazlar. Nesnel gerçekler yerini kendi yorumlarına ve görüşlerine bırakabilir. Kendi görüşlerinin aksini ileri sürenlere karşı öfkelenebilirler. Sezgisel ve öznel fikirler birbirine karışarak ifade edilebilir. Başkalarının onu anlayabilecek kapasite de olmadığını düşünürler.

Sağlıksız Seviyeler

Gitgide kendilerini soyutlarlar ve depresyona girerler. Garip bir ruh haline bürünen sağlıksız beşler, zihinlerinde gezip duran sıra dışı düşüncelere takılır ve bu durum onları korkutur. Bir hiçlik (nihilizm) ruh hali, varoluşsal bir sancı ve zihinsel çarpıklıklar onların akıl hastalığını etkiler (Riso ve Hudson, 2021: 101-102).

Güçlü Yanları ve Dikkat Etmesi Gereken Konular

Beşler genelde okumayı ve araştırmayı seven eğitilmiş ve kültürlü insanlardır. Herkesin panik olduğu bir durum karşısında onlar soğukkanlılığını korurlar. İlişkilerinde seviyeli, saygılı ve nezaket sahibidirler. Sade bir yaşam tarzını benimsemişlerdir. Beşler bir işle uğraştığında enerjisinin tamamen bitmediğini anlamalıdır. Sahip oldukları enerji her gün yenilenmektedir. Dış gereksinimleri asgari düzeye indirip, hayattan uzaklaşmaları gelişimlerini etkileyen bir faktördür. Analiz yapmak ve üretmek iyi bir özelliktir. Ancak aşırısının zarar vereceğini bilmeleri gerekir. Diğer insanlarla olan ilişkileri ve paylaştıkları duygular gelişimlerinde etkilidir. Bu fırsatlardan yararlanmamak gelişimlerinin eksik kalmasına neden olabilir (Daniels ve Price, 2022:57). Bir girişim başarısızlıkla sonuçlanabilir. Bu durum kişinin denemekten vazgeçmesine neden olmamalıdır. Birey hayat işleyişinde olağandışı ve beklenmedik durumlarla karşılaşabileceğinin farkında olmalıdır. Bu gibi durumlara karşılaştığında ise hoşgörü ile yaklaşmalıdır. Beşler, başkalarının taleplerinin onlara zorla dayatıldığı algısını, özel biri oldukları ve koşulsuz kabul edilmeleri gerektiği düşüncesini, duygularından kaçma ve ruhsal bağımsızlık konularında dikkat etmelidirler (Palmer, 2014:274-276).

Birçok seçenek arasında seçim güçlüğü yaşanan durumlarda başkalarıyla görüş alışverişi yapılması seçimlerini kolaylaştırır ve insan ilişkilerindeki karşılıklı güven duygusunu pekiştirir. Birçok ilgi çekici konu ve iş dikkatlerini çekebilir. Ancak bunları birincil olarak yapmaları gerekenlerin önüne geçirmemelidirler. Ayrıca kararlı bir şekilde asli işlerini yürütmeleri gerekmektedir. Beşler için insanlarla özelini paylaşmak ve onlara güvenmek oldukça zordur. Çatışma yaşamak istememeleri de insanlarla bağ kurmalarını engeller. Ancak samimi olarak güvenebilecekleri ve tartışmalar yaşasalar da devam edebilecekleri dostluklar kurmaları önerilir. Kendi fikir ve zihin dünyasının çok gelişmiş olduğunu düşünen beşler, insanların düşüncelerini küçümsediklerini ve onlara yukardan baktıklarını fark etmelidirler. Kendileri kadar zeki olmasalar da her insan ve düşüncesinin değerli olduğunu unutmamalıdır (Riso ve Hudson, 359-360).

II.4.6. Tipoloji 6: Sadık-Sorgulayıcı

Anahtar Özellikler

Sadık, kaygılı, biriktiren, şüpheli, sorumluluk sahibi, paranoid, güvensiz, fikirlerini belli etmeyen, karamsar, ihtimalleri hesaplayan, fedakâr, tehlikeleri ve yanlışları gören, kararsız olarak sıralanabilir. (Şirin,2020; Yılmaz vd., 2014)

Genel Durumları

Altılar yaşamlarının erken dönemlerinde kendini destekleyen otoriteye olan inançlarını kaybederler. Yetişkin yaşlarında ise kendi üzerinde otorite kuran insanlara karşı hem şüpheli hem de sadık bir tavır içindedirler. Güvensizlik duyguları kendi kararları ve eylemlerine de yansır. Düşünce merkezinden kopuk altıların, düşünce ve davranışları birbirine karışmıştır. Bir düşünce sonucu harekete geçeceği sırada aklına diğer insanların farklı görüşleri gelir. Bunun sonucunda davranışı zorlaşır. Bunun nedeni ise küçüklükten gelen kendinden daha güçlü insanların yaptığı müdahaleleriyle mücadele edebilmek için ürettiği savunma mekanizmalarıdır. Bu davranış, onların otoriteye karşı gelme ve cezalandırılma tecrübelerinden kaynaklanmaktadır. Altılar insan ilişkilerinde karşılarındakilerin düşüncelerini sezebildiklerine inanırlar. İnsanların benimsediği yapmacık tavırları ve gerçekliği yansıtmayan kimlikleri fark ettiklerini söylerler. Güveni kazanılana kadar ihtiyatlı ve mesafelidirler. İnsanların zayıflıklarını fark ederler ve yaptıkları siyaset oyunlarını anlarlar. İnsanların belli söz ve davranışlarını kafalarında şüphe simgesi olarak kodlarlar. Bu durum davranışları gördüklerinde, karşılarındaki kişilerin niyetleriyle ilgili bir önyargılı davranmalarına neden olabilir (Palmer, 2014:277-279).

Bağlanma temelli grup içinde yer alan altılar, güvenliklerini belli gruplara, kişilere, inançlara ve durumlara bağlamışlardır. Düşünce merkezinin kopuk tipolojisi olan altılarda kişiliğin sağlık seviyesi düştükçe düşünce, duygu ve davranış uyumu bozulur. Çarpık düşünceler, duyguları ve davranışları da olumsuz etkilemeye başlar. Altılar iç kılavuzlarının eksikliğini dışarıdan gelen yönlendirmelere bağlanarak çözmeye çalışır. Fakat bu kısa vadeli olmaktadır. Güven duyduğu durumlarda alışkanlıklarını değiştirmekte oldukça zorlanırlar. Altılar diğer insanların onlara karşı niyetlerini bilmek isterler. Endişe anlarında ve yardıma ihtiyaç duyduklarında, otoritenin onları desteklemesini ve onaylamasını isterler (Riso ve Hudson, 2021:111-335). Altılar kendi içlerinde fobi tip ve fobi karşıtı tip olmak üzere ikiye ayrılırlar. Fobi tip kaygılı görünmek istemeyen kaçamak tavırlı insanlardır. Fobi karşıtı tip ise bizzat korkunun ve tehdidin üzerine yürüyen, korkularıyla yüzleşen insanlardır. Olayların hep kötü olabilecek durumlarını hayal ederler ve pozitif olasılıkları düşünmeyi aşırı iyimser bir tavır olarak algırlar (Palmer, 2014: 277-291).

Özünde var olan, kendisine ve diğer insanlara olan güvenini kaybeden altılar, her şeyi potansiyel bir tehlike olarak değerlendirirler. Bu tehlikelere karşı bir savunma mekanizması olarak şüphelilik ve her an hazır olma davranışları gelişmiştir. Bir otorite arayışı ve ona sığınma eğilimleri vardır. Algısal dikkatlerini yapılanların ardında gizli niyetler aramaya ve tehlikeleri önceden sezmeye yöneltmişlerdir. Durumlara kendi mantıklarıyla anlamlar yükleyen altılar, belli analizleri sonucunda insanların yaptıkları davranışlarda başka sebepler bulmaya çalışırlar.

Kendilerini ait olduğunu hissettiği bir inanca ya da sevdiklerine adanarak güven ve emniyet duygusu elde etmeye çalışırlar. Tehlike ve risk sezdiği durumlarda kontrolün kendisinde olmaması ve çaresiz kalması altıların sıkıntı yaşamalarına neden olur. İnsanların onların görüşlerine zıt olan düşünceleri ve şüphe duydukları şeyler zihinlerinde saplantı haline gelir. Kendisinden bir beklentide bulunulması sonucu duyduğu baskı ve birilerinin denetimi altında olma durumu onları öfkelenendirir (Daniels ve Price, 2022:60-61).

Altılar işlerindeki başarıları yolunda zirveye doğru ilerlerken birden kendilerinden şüphelenmeye başlarlar. Bu durum onları yavaşlatır. Genelde geçmişlerinde yarım bıraktıkları işler vardır. Bu kişilik tipine sahip insanların savunmasız insanlara karşı empati duyguları yüksektir. Güven duydukları bir liderin sadık bir eri ya da davanın savunucusu olabilirler. Bu konulara yönelik yapılan çalışmalarda oldukça dinamik bir rol üstlenirler. Sorgulayıcı tavırlarını her zaman yarınlardadır. Ayrıca her zaman temkinlidirler ve bir tutarsızlık söz konusu olduğunda ilk fark eden yine onlardır. Ortamları güvendiği insanlardan oluşur. Adaletli bir liderin önderliğinde şüpheden uzaklaşırlar. Herkesin görevinin belirli olduğu hiyerarşilere kolayca uyum sağlayabilirler. Zulme karşı mazlumları savunurlar. Altılar şüpheli yaklaşımlarını, organizasyonların eksiklerini ve geleceğe dönük sorun teşkil edebilecek güçsüz taraflarını erken fark edebilmek için kullanabilirler. Altılar çok iyi bir gözlemcidirler. Bu gözlem yeteneklerini çevreden gelecek tehditlere karşı hazırlıklı olmak ya da akıllarına gelen bir fikre destek bulmak için kullanırlar. Başarılı olmak ve en önde olmak altılar için yeni tehditlerin ve rakiplerin doğduğu bir ortamı ifade eder. Bu ortamdakilerin onlara kötü niyetlerle yaklaştığını düşünürler ve herkesten şüphelenirler. Düşünceleriyle davranış mekanizmaları karışan altılar, işlerini ağırdan alabilirler. Bu durumu adım adım ve aşamalı başarılar elde ederek çözebilirler. Yakın ilişkilerinde ise söz ve davranışları tutarlı bireyler, onların güvenebileceği insan profilleridir. Bu kişilerle yol arkadaşı olmaktan çekinmezler (Palmer, 2014:280-303).

Tutkusu: Korku

Korku, bilinmezlik durumunun bir parçasıdır. Altılar geleceği öngörülebilir hale getirmek için planlar yaparlar. Ayrıca geçmişte edindiği tecrübelerin ışığında belirsizliği asgari seviyeye indirmeye ve korkularından kurtulmaya çalışırlar. Geçmişte yaşanan olayların sonuçlarını bildikleri için tecrübelerinden yararlanırlar. Ancak asıl korkularının temel kaynağı iç kılavuzlarından ve desteklerinden yoksun kalmalarıdır. Her türlü tedbir ve plana rağmen yaşamın bilinmezliklerle dolu olması altıların korkusunu azaltmaz.

Erdemi: Cesaret

Özüyle ve bulunduğu anla irtibat kurabilen altılar, ilahi iradeyi ve dolayısıyla desteklerini bulmuşlardır. Özünü keşfetmeleri onlara belirsizliğin sorunlarından uzaklaşmalarını ve ilahi iradeye güvenmelerini sağlar.

Benlik Takılması: Korkaklık-Şüphe

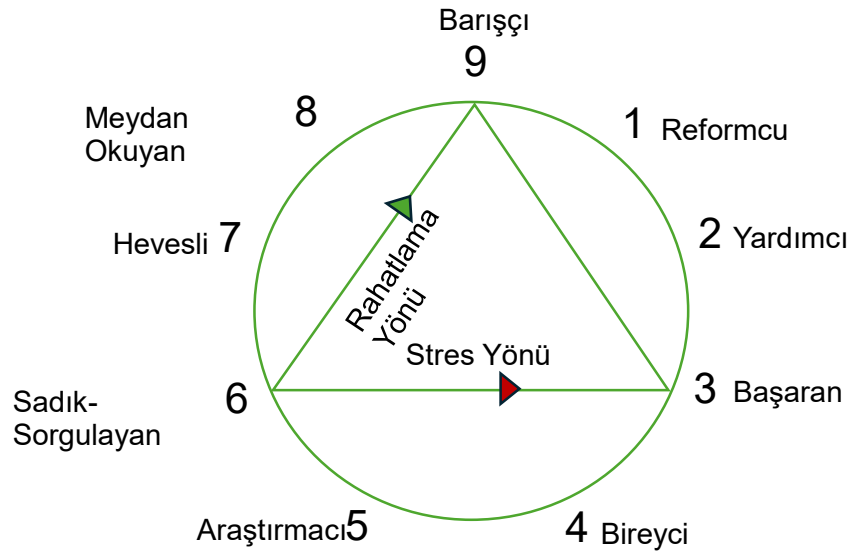
Üst fikir olan inançtan kopmalarıyla altılar her şeye şüpheyile bakmaya başlar. İç güvenden uzak kalmanın verdiği korkaklık, onlarda sosyal güvenlik arayışını beraberinde getirir. İnsanlara, kurumlara ve olaylara sürekli güven temelli yaklaşırlar ve şüphelerini gidermek isterler.

Üst Zihin Düzeyi: İnanç-Güven

Kendi özünün/doğasının varlığını gören altılar, ilahi desteğin her daim bulunduğunu, özünün kaybolmadığını ve yerinde olduğunu anlarlar. Bu inanç onlara güvenebilecekleri bir iç kılavuz sunar. Karşılaştıkları belirsizliklere ve şüphelere nasıl tepki vermeleri gerektiğini bilirler (Riso ve Hudson, 2021:58-60).

Rahat ve Stres Durumları

Şekil 19: Tipoloji 6 Rahat ve Stres Yönleri



Kaynak: Riso ve Hudson, 2021

Altılar; güvendikleri kişiler tarafından hayal kırıklığına uğratıldıklarında, emin olamadığı durumlarda harekete geçmek ve karar vermek zorunda olduklarında ve güvensizlik duyguları arttığında strese girerler. Böylelikle Tipoloji 3'ün olumsuz özelliklerini sergilerler.

Çıkarıcı ve hesapçı bir tutum içinde olurlar, politik bir tavır benimserler. Yaşadığı durumları kendi lehlerine olacak şekilde yorumlarlar (Yılmaz vd., 2014:409). Kendilerini güvence altına almak için değerlerden uzaklaşırlar ve diğer insanları manipülatif bir şekilde yönlendirirler. Ayrıca kendilerine zarar verdiğini düşündüğü kişiye ya da otoriteye karşı yetersizlik ve değersizlik duygularını bastırmak için isyan çıkarırlar.

Altılar; güvenlik ihtiyaçları giderildiğinde, güvencikleri bir otorite bulduklarında ve belirsizlik ile gelecek öngörülebilir hale geldiğinde rahatlarlar. Bu durum onları Tipoloji 9'un olumlu özelliklerini sergilemeye sevk eder. Huzur ve sakinlik durumu genel hallerine yansır ve çevreleriyle uyum içinde olurlar. Daha merhametli ve düşünceli olurlar. İnsanlara yol gösteren, motive eden, olgun bir kişiliğe bürünürler (Riso ve Hudson, 2021:109-110; Yılmaz vd., 2014:409).

Kanat Etkisi

Kanat Tipoloji 5 olan altılar, insanlara karşı daha soğukturlar ve içe dönük bir yapıya sahiptirler. Soyut bakış açısı hakimdir. Yoğun düşüncelere dalarlar ve şüphecidirler.

Kanat Tipoloji 7 olan altılar, davranışsal ve dışa dönük kişiliklerdir. Karşıt düşüncelerini daha rahat ifade edebilir ve tepkisel davranabilirler. Düzensiz ve daha özgüvenlidirler (Yılmaz vd., 2014:409).

Aile Öyküsü

Altılar, otorite ve koruyucu görevindeki kişiye bağlıdır. Bu genelde babalarıdır. Daha iyi bir gelişim, bağımsız davranabilme ve kılavuz için kendi dışındaki bir desteğe ihtiyaç duyarlar. Bu güven ve destek sağlanmadığı durumlarda (babanın desteğini alamadıklarında) endişelenirler ve bağımsız davranamazlar. Bunun sonucunda hayatlarında bağımsız davranabilmek için bir destek ve kılavuz arayışına girerler (Riso ve Hudson, 2021:111).

Altılar, otoritenin güvensizliğini unutmazlar. Tutarsız davranışlara maruz kalmaları, çocukluklarında küçük düşürülmeleri ve cezalandırılmaları onların güven eksikliği duymalarına neden olmuştur. Hata yapmamalarına rağmen cezalandırılmaları altıların, sürekli dikkatli olmalarını ve tehlikeleri önceden fark edebilme yeteneğini kazanmalarını sağlamıştır. Duydukları endişelerin temelinde sığınacak bir otoritenin eksikliği ve kaybeden tarafta oldukları hissi vardır. Çocukluğundaki bu durum yetişkinliklerinde ya otoriteye bağlılıklarını artırır ya da otoritenin onlardan menfaat elde etmeye çalıştığı düşüncesine neden olarak, isyanı ortaya çıkartır. (Palmer, 2014:281-282).

Aradığı Ortam Özellikleri

Serbest çalışabileceği koşullarda (üstlerinde bir otoritenin olmadığı ortamlarda) çalışmak altıya göredir. Güçlü bir liderin yanında ya da mağdur insanlara yardım etmelerini sağlayan yerlerde de çalışabilirler. Buna karşılık rekabetin yüksek olduğu, hesapçı insanların sürekli gizli planlar yaptığı ve hazırlıksız bir şekilde inisiyatif kullanması gereken işler altılara göre değildir. Hiyerarşinin olduğu ve iş tanımlamasının yapıldığı kurumsal ortamlar altıların dikkatini çeker (Palmer, 2014:306-307).

Sağlıklı Seviyeler

Sağlıklı altılar, güvenilir, sözlerinde duran, işbirlikçi ve uyumlu bir yapıdadırlar. Onları zorlayan şartlarda bile içlerindeki destek kaynağına güvenirler ve sarsılmazlar. İyi bir dost ve yol arkadaşı olabilirler. Pratik, sorumlu ve disiplinlidirler. Anlatım kabiliyetleri oldukça gelişmiştir. Cesur bir lider olabilirler. Bir kişiyle özdeşleşmek, bir yere aidiyet hissetmek onlar için çok önemlidir. Bir konuda yeterlilik ve kalite onlar için ön plandadır. İyi bir dava insanı olabilen sağlıklı altılar, kriz durumlarında pratik ve çözümcü bir yaklaşım sergileyen, vizyoner insanlardır. Ayrıca mağdur ve sıkıntıda olanlara sahip çıkarlar (Riso ve Hudson, 2021:107).

Averaj Seviyeler

Ortalama seviyelerde altılar, kendilerinden ve diğer insanlardan şüphelenmeye başlarlar. Dost ve düşman olarak insanları kategoriye ayırırlar. İlişkilerine ve içinde bulunduğu ortamlara karşı güven ve şüphe arasında tutarsız bir davranış sergilerler. Kaygılandığı durumları belirtmek yerine susmayı ve arka planda kalmayı tercih ederler. İşlerini, ihtiyatlı davranışlarından dolayı tamamlamakta zorluk çekerler. Güven duydukları davayı radikal bir şekilde savunurlar. Bu durum onların yeni fikirleri ve bakış açılarını kazanamamalarına neden olur. Güven problemlerini garanti ve sigortalarla gidemeye çalışırlar. Sağlam bir inanç arayışına girerler (Riso ve Hudson, 2021:108).

Altılar güvenene kadar detaylı olarak incelerler. Ancak güvenden sonra ise sorumlulukları kabul eden bir kişi olurlar. Kararsızdırlar ve eyleme geçmede zorlanırlar. Duyguları, onların öne çıkmalarını engeller ve güvenilir bir otoritenin gölgesinde kalmayı isteyen kişi konumuna getirir (Erkan, 2020: 111).

Sağlıksız Seviyeler

Yetersizlik ve değersizlik hislerin yoğun yaşayan altılar, ani tepkiler verebilirler. Kişilik sağlık seviyeleri düştükçe, insanların onlar için kötü niyetler beslediğine, onlara saldırabileceklerine, başkalarının onların zararına olacak şekilde iş birliği yapabileceklerine

inanmaya kadar gidebilecek aşırı şüpheli düşüncelere kapılırlar. Bu paranoid tavır kendilerini korumaya yönelik bir savunma mekanizmasının sonucudur. Terk edilme korkusu onları batıl inançlara ve bir otoriteye teslim etmelerine yol açar. Çeşitli bağımlılıklar sağlıklı altılarda görülebilir (Riso ve Hudson, 2021:108-109; Erkan, 2022:111).

Güçlü Yanları ve Dikkat Etmesi Gereken Konular

Altıların dikkat etmesi gereken konulardan biri önyargıdır. Belirsiz ve güvensiz durumlarda, kişi o durumu geçmiş tecrübeleriyle belirli hale getirip kaygıyı gidermeye çalışabilir. Ancak bu durum insanı bilgisinin yetmemesi ve kalıplaşmış düşünceler nedeniyle genellenmiş bir önyargıya götürebilir. İnanç erdemi güçlenen altıların belirsizlikleri kabul etmeleri ve sonsuz güven kaynaklarına bağlanmalarıyla artık belirsiz durumlar onları etkilemez ve önyargıları kaybolur. Altılar akıllarına gelen birçok kötü senaryoyu fark etmeleri ve gerçekleşme olasılıklarını gerçekçi bir zeminde değerlendirmeyi öğrenmeleri gerekmektedir. Başkalarının davranışlarını sürekli olarak farklı yönere çekip altında başka niyetler arama davranışlarının farkında olmaları, insanların karşıt düşüncelerinin sonucunda düşmanlık hislerine kapılıp saldırgan tavırların tetiklendiğinin farkında olmaları gelişimleri için dikkat etmesi gereken önemli hususlardır. Fiziksel temasların bir tehdit unsuru görülmemesi ve odaklarının sürekli olarak insanların güçlü ve zayıf yönlerine yöneldiğini fark etmeleri gerekir. İnsanların yardımlarını ya da arkadaşlık etmelerini kuşku dolu hislerle reddedip kendi kabuğuna çekilip yalnız yola devam etme isteklerini görmelidirler. Kaygı verici durum uzaklaşınca edilgen-pasif bir duruma geçme, sürekli konuşarak duygularını bastırmaya çalışmak, onlara yardımcı olabilecek insanları ya da bilgi kaynaklarını (kitaplar gibi) kendi zihinsel argümanlarıyla yetersiz bulmalarını, kendi iç kuşkularını başkalarına yansıttıklarını ve onların güvensiz duygulara sahip olduğunu düşünmeleri ve olumsuz detayları sürekli göz önünde bulundurmaları gibi tutumlar altıların dikkat etmesi gereken konulardır (Palmer, 2014:314-318).

Altılar gelişimlerine, bu evrende belirsizliklerin ve güvensizlik durumlarının olabileceğini kabul etmek ve tümevarım şeklindeki zihinsel uygulamalarındaki eksikleri gidererek başlayabilirler. Korkularına karşı savaşmak ya da kaçmak üzerinde yoğunlaşan eylemlerini olumlu ve faydalı işlere yöneltmek bu döngüden çıkabilirler. Belirsizliklerini giderme, çevresini ve olayları kontrolü altında tutma isteği, kendi yeteneklerine ve potansiyelini küçümseme ve sürekli en kötü ihtimalleri hesaplamaları kişisel gelişimlerini engeller ve onları hareketsiz bırakır. Bu durumların abartı olduğunu irdelemeleri gerekir (Daniels ve Price,

2022:61). Altılar inanç erdemini ilahi destek ve güven kaynaklarıyla kurarak, belirsizlik ve güven problemlerini aşabileceklerdir.

II.4.7. Tipoloji 7: Hevesli- Ehl-i Keyf

Anahtar Özellikler

Özgürlükçü, maceraperest, inovatif, deneyimi seven, eğlenceli, dikkati dağınık, fikir ve proje üreten, istikrarsız, pratik, muzip, düzensiz, hesapsız, dürtüsel, maymun iştahlı, girişken, kısıtlamalardan ve acıdan kaçınan olarak sıralanabilir (Şirin, 2020; Yılmaz vd., 2014).

Genel Durumları

Özlerinde yer alan yaşamın sonsuz imkânı olduğuna ve bunlara özgürce odaklanabileceğine olan inançlarını kaybeden yediler; hayatı, deneyimlerin sınırlandırıldığı, acılarla dolu bir yer olarak görmeye başlar. Özgürlüklerini engelleyeceğini düşündüğü durumlardan kaçınmak için haz veren faaliyetlere yönelirler. Geleceğe dair kendilerini heyecanlandıracak tasarımlar yaparlar. Tasarımlarında her şey yolundadır ve hiçbir şey onları engellemez. Zihinsel algıları onlara sıra dışı gelen, farklı ve zevk veren durumlara odaklanırlar. Zihinleri çağrışımlarla ve çok farklı konuları bir araya getiren sentezlerle doludur. Düşünceler ve eylemler birbirine karışmıştır. Yapmak yerine yapacaklarını düşünürler. Belli seçeneklerle kendilerini sınırlandırmak istemezler ve her zaman diğer seçenekler için açık bir kapı bırakırlar. Ortamlarda odak noktası olmak, ilgi çekmek ve insanların gözünde ayrıcalıklı bir konumda olmak isterler. Kendilerine olumsuz duygular hissettirecek her durumdan ve nesneden, onları baskı altına alan ilişkilerden ve işlerden kaçınırlar (Daniels ve Price, 2022:64).

Düşünce merkezinde olan tipolojilerin temel duyguları korkudur. Tipolojilerdeki kişilikler korkuya karşı farklı stratejiler geliştirmişlerdir. Yedilerin stratejisi insan ilişkilerinde cana yakın davranarak, olası insan tehlikelerini en aza indirmeye çalışır. Bir başka izlediği yöntem ise korkunun ve acının olmadığı hayal dünyasına kaçmaktır. Yedilerin temsil ettiği mitolojik kişilik genç Narkissos'tur. Nehir üzerinde kendi yüzünü görüp âşık olan bir genci tasvir eden bu durum, psikolojide özseverlik manasına gelen narsisizme adını vermiştir. Kendilerinin çekici olduklarını düşünürler ve insanların onlara hayranlık duymasını isterler. Narsisizm her insanda az da olsa vardır. Ancak bu duygunun yedilerdeki gibi aşırı olduğunda kişi gerçek dünyayla bağlantısını koparır ve kibir duygusuna kapılır. İnsanlardan gelen gerçek hayata dair görüşler, kendi lehlerine ve hazlarına uygunsa kabul ederler. Ancak can sıkıcı bulunduğu gerçekleri ise duymazdan gelirler. Haz aldıkları deneyimler onların akıllarını başlarından alır. Yaşamlarındaki hiçbir seçeneği tamamen taraf olacak şekilde reddetmezler ve

yedek plan olarak bekletirler. Bu durum onlarda bir iş yaparken daha iyisini gördüğünde yalnızca kendi hazlarını düşünerek işleri yarıda bırakmasına neden olur. Bu onların tek bir seçeneğe bağımlı olup engellenme duygularına kapılmamaları için yaptıkları bir stratejidir (Palmer, 2014:319-321).

Dışarıdan bakıldığında heyecanlı ve hiperaktif görünüşleri, onların eylemsel merkezlerinin baskın olduğunu düşündürebilir. Ancak onlar düşünme merkezlidirler. Düşüncelerini daha aktif hâle getirmek için eylemlerde bulunmaları onlarda tatminsizlik oluşturur. Aslında fiziksel eylemler bir anlamda düşünme merkezini uyarmak için kullanılmaktadır. Düşüncelerini kontrol etmek ve fiziksel merkezden ayırmak onların zihninde bir boşluk oluşturur ve yaşamıyormuş hissi uyandırabilir. En az gelişen yönleri duygu merkezleridir. Anlık dürtüler sonucu ortaya çıkan heyecan, onlara duygularını yaşıyor hissi verebilir. Ancak derinlemesine bir duygu yaşamıyor ve anlık bir mutluluğun peşindedirler (Riso ve Hudson, 2021:286-287).

Hayatlarında bir konuya takılmış, ilerleyemeyen, kötümser insanları görmek onlarda kendi engellenme hislerini hatırlatır ve o insanlara da sinirlenirler. Kendi isteklerinin anlık giderilmemesi ve geciktirilmesi onları kızdırır. İhtiyaçları giderilmediğinde anlık öfke patlamaları yaşayabilirler ve asileşebilirler. Yedilerin zihinsel algısal dikkatleri; farklı konular arasında ortak bağlantılar kurup bir sentez gerçekleştirmeye, tasarımlar yapmaya, zorluklardan kaçmak için yedekte beklettiği seçenekleri bir mantık çerçevesinde hayata geçirmeye odaklanmışlardır. Yediler için başarı, herhangi bir şeye bağlı kalmadan hayatlarını dolu yaşamaktır. Bu yüzden belirli bir mesleğe, tek bir işe bağlı olmak ve sürekli aynı şeylerle ilgilenmek onlara yetmez. Olumsuz duygularını birçok alanda gösterdikleri faaliyet ve ilgileriyle örterler. İş yapmak yerine düşünmeyi ve konuşmayı tercih ederler. Narsist eğilimlerinin altında yatan düşünce, kendilerini zihinsel olarak diğer insanlardan üstün görmeleri ve görüşlerinin otomatik olarak onaylayıp desteklenmesi gerektiğine inanmalarındır. Sıradan birisi onlara göre sığ ve aşağı bir insandır. Ne yapacağı kestirilemeyen ve farklı fikirler sunan insanlar daha çok dikkatlerini çeker (Palmer, 2014:322-332).

Otorite ilişkilerinde bir hiyerarşi olmasını istemezler. Bir otoritenin denetimi ve kurallar onları öfkeler. Konuşma ve ikna yeteneklerinin gelişmiş olması, az bildikleri konuları bile çok bilgi sahibiymiş gibi bir tavırla sunmalarına yol açabilir. Proje başlatmak ve planlamak, yeni fikirlerle geliştirmek ve Ar-Ge aşamaları yedilerin iyi yaptığı işlerdir. Ancak proje başlayıp rutine bağlandığında yeni seçeneklerin yoksunluğu nedeniyle işten soğurlar ve ona olan ilgileri dağılır. Yediler emir almak istemezler. Yaptıkları işlerle ilgili izin almak gibi durumlardan hoşlanmazlar. Yalnızca bilgi verirler. Geçmişte başarılı model ve uygulamaları güncel zamanda

sentezleyebilirler. Hayalci yanları onların bilgi boşluklarını, kendi fikirleriyle doldurmaya yöneltir. Her konuda yetenekli olduklarını ve az bir çalışmayla bile çoğu kişiden üstün olacağını düşünürler. Kendileriyle ilgili ya da ikili ilişkilerinde yapılan gerçekçi değerlendirmelerden kaçınırlar. Bu onların kendileri hakkında olumsuz bir şey duymak istememelerinden kaynaklanır (Palmer, 2014:333-345).

Tutkusu: Oburluk-Açgözlülük

Kişinin özüyle irtibatının kopuşu, içinde bir boşluk oluşturur. Bu boşluk midenin boşluğunda oluşan açlık hissine benzetilebilir. Kişi, içindeki bu eksiklik hissini getirmiş olduğu acıyı dış kaynaklara yönelerek gidermeye çalışır. Benlikleri güzel ve arzu edilir şeyleri elde ederek bu boşluğunu doldurmaya yönelir. Bunu yaparken acı ve kötü hislerini, hoş ve zevk veren faaliyetlerle alt edebileceklerine inanırlar. Asıl doyumunun özünü bulmak olduğunu unutan yediler, istekleriyle tatmin olmaya çalışırlar. Ancak istek ve ihtiyaç kavramını ayırt edemez durumdadırlar. Her istediklerini ihtiyaç gibi görme eğilimi içerisindedirler. Bu dış kaynaklardaki tatmin ve doyum arayışı onları özlerinden iyice uzaklaştırır (Palmer, 2014:343).

Erdemi: Ölçülülük-İtidal

Yediler özüyle ve yaşadığı an ile irtibat kurduklarında, hoş seçeneklerin ve deneyimlerin peşinden koşmak yerine, her anlarını mucizevi bir şekilde seyrederek ve doyum yaşarlar. Dengeyi yakaladıklarında ise içlerinde bir minnettarlık duygusu oluşur. Sahip oldukları ve mevcutta yaşadıkları zaten en iyi durumlarıdır. Elindeki imkân ve deneyimleri görmek onlara şükür duygusuyla birlikte anı yaşamayı getirecektir (Palmer, 2014:343).

Benlik Takılması: Planlama

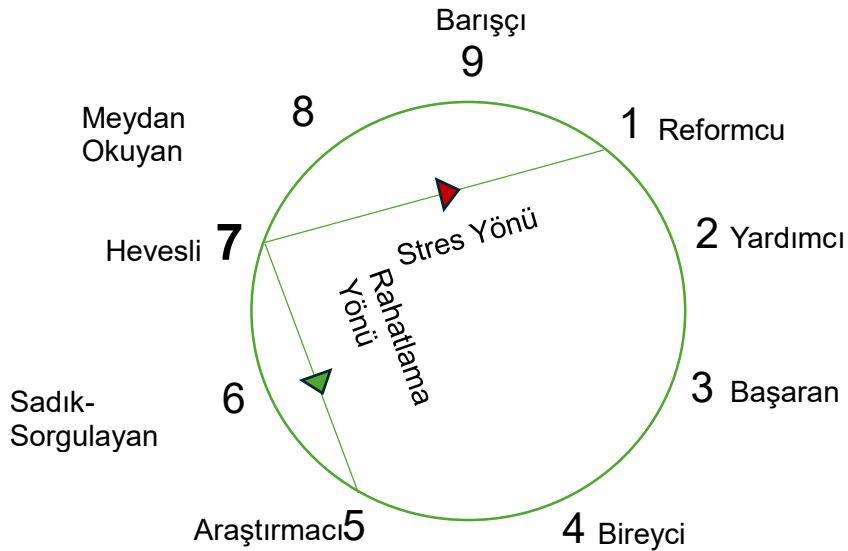
Özüyle irtibatını kaybeden yediler ilahi planın var olduğu gerçekliğinden uzaklaşarak, her şeyi en iyi şekilde deneyimlemek için planlamalar yaparlar. İlahi planda her şey düşünülmüş ve herkesin ihtiyacı için yeterli kaynak vardır. Bundan şüphe eden yediler emin olmak amacıyla zihinlerindeki ihtiyaçlarını gidermek için bir takım plan ve stratejiler geliştirirler. Seçilmiş ve özel bir kişi olduğunu düşünen yediler, bu durumu ıskalayacaklarından korkarlar. Doğru zamanda doğru yerde bulunamamak ve doğru işi yapamamak düşüncesi onları korkutur. Bu durum hep bir sonraki aşamayı düşünmeyi, istediği amaca ulaşmak için planlama yaparak emin bir şekilde ilerleme duygusunu hissetmeye yönlendirir (Riso ve Hudson, 2021:63). Planlamanın ortaya çıkışının bir başka yönü ise işten kaçıştır. Eğer planlama onlara zor gelmeyecek kadar ağır bir sorumluluk değilse, bu onlar için bir bakıma eğlenceli bir aktiviteye dönüşür. Yedilerin manipülatif yönü ise insan ilişkilerinde yaptığı anlaşmalardan hoşuna gitmeyen kısımları, işine gelecek şekilde mantığa bürüyerek kendine uygun hale getirmesidir (Palmer, 2014:343).

Üst Zihin Düzeyi: Çalışma

Yediler özleriyle irtibat kurduklarında ve dolayısıyla ilahi planı fark ettiklerinde ortaya bilgelik çıkmaktadır. İlahi planın, anı yaşarken ortaya çıktığının farkına varırlar. Kendileri için en iyi olanın, yaşanılan zaman olduğunu anlarlar. Sonucunda ne olacağı belirli olan planları uygulamanın gerekli olmadığını anlamaları ve asıl doyumun ilahi planın bir parçası olmaları gerektiğini fark etmeleri onları ana yöneltir (Riso ve Hudson, 2021:64). Kişinin âna yönelmesinin nedeni ise bir işe odaklanarak o iş üzerinde çalışabilir duruma gelmesidir. Bunu yapabilmeleri için öncelikle iş sırasında zorlandıklarında sürekli daha iyi fırsatların ve hoş faaliyetlerin olduğu düşüncesinin onları uzaklaştırdığını anlamaları gerekmektedir. Üst düzey fikirler olduğunu düşündüğü görüşleri için insanların aynı heyecanı yaşamadığı hissettiklerinde, eleştirildiklerinde ve bir zorlukla karşılaştıklarında, yaptıkları işi terk etme eğilimlerini görerek bu durumları normal karşılamaları önemlidir. Bir iş bitmeden diğer seçeneklere yönelmemek gelişimlerine katkı sağlayabilir (Palmer, 2014:344).

Rahat ve Stres Durumları

Şekil 20: Tipoloji 7 Rahat ve Stres Yönleri



Kaynak: Riso ve Hudson, 2021

Yediler anlık ve kendiliğinden harekete geçen insanlardır. Bu durum onların hangi seçenek daha iyi görünüyorsa oraya yönelip, parçalanmalarına yol açabilir. Üstlenmiş olduğu

sorumluluklarının neden olduğu baskı onları streslendirir. Bu durumun yanı sıra, isteklerinin reddedilmesi, özgürlüklerinin kısıtlanması sonucu hissettikleri engellenme duygusu, standart bir hayat ve onlara acı veren bir durumun devam etmesi gibi durumlar strese neden olur. Bu stres anında yediler Tipoloji 1'in olumsuz özelliklerini sergilerler. Yaşanılan durumlara karşı öfkeli ve eleştirel olmalarının yanı sıra düzen konusunda hesap soran bir tutum sergilerler. Karamsar bir ruh hali içindeyken algıları olumsuzlara odaklanır ve yargılamaya başlarlar. O anlık katı bir düzen getirme çabasına girerler ve kendi mutsuzluklarını giderebilecek potansiyele sahip bir şeye tutunmaya çalışırlar.

Yediler yukarıda belirtilen strese girmelerine sebep olacak durumlar olmadığında ve haz duygusunu yaşadıklarında rahatlarlar. Ardından Tipoloji 5'in olumlu özelliklerini sergilerler. Bu durumda yüzeysel olarak uğraştığı işlere odaklanarak daha fazla bilgi sahibi olmak isterler. Uzmanlaşma fırsatı elde eden yedilerin, dışarıya yönelme ihtiyaçları azalır ve kendilerine yetebilen bir kişilik sergilerler. Acı ve olumsuz durumlarla karşılaşabileceklerinin bilincinde olan yediler, tüketen pozisyonundan üreten bir pozisyona geçiş yaparlar (Yılmaz vd., 2014:410; Riso ve Hudson, 2021:117-118).

Kanat Etkisi

Kanat Tipoloji 6 olan yediler, daha düzenlidirler ve sorumluluk bilincindedirler. Şüpheli ve kaygılı olmalarının yanı sıra daha çok dinleyici pozisyonundadırlar. Davranışlarında ihtiyatlı ve kontrollüdürler. Sorunlardan kaçmak yerine üzerinde daha çok dururlar ve algıları olumsuz seçeneklere yöneltirler.

Kanat Tipoloji 8 olan yediler, etrafı çok takmayan, öne çıkan, daha çok konuşan ve enerjik kişilerdir. Girişkenlik ve dürtüsel davranışlar daha çok görülür (Yılmaz vd., 2014:410).

Aile Öyküsü

Yediler onları besleyen kişiden kopuktur. Bu genelde annedir. Annelerinin onların ihtiyaçlarını (maddi ya da manevi) tam olarak karşılayacakları konusunda şüphe duyarlar. Bu durum onların korkmalarına ve engellenme hislerine kapılmalarına yol açar. Bu duygu onların kimseye muhtaç olmamak ve minnet duymamak için gelişme çabasına girmelerine neden olmuştur (Riso ve Hudson, 118-119). Yediler genelde erken dönemlerden geriye olumlu anılarının kaldığını hatırlarlar. Olumluya odaklanan algıları, burada da olumsuz bir anının bile pozitif ve keyifli yanlarıyla akıllarına kodlanmasını sağlamıştır (Palmer, 2014:325).

Aradığı Ortam Özellikleri

Yediler rutin işlerden ve işlemlerden hoşlanmazlar. Sürekli farklılığın peşindedirler ve en iyi deneyimi elde etmek isterler. Projelerde çalışma konusunda başarılıdır. Ayrıca yazar ve araştırmacı gibi meslekler onlara göredir. Sürekli aktif olmak ve dinamik kalmak isterler. Bedenlerine ve sağlıklarına dikkat ederler. Spor merkezlerinde yedilere rastlamak mümkündür. Gezmekten hoşlanırlar. Tekdüze ve kuralların katı olduğu yerler onlara göre değildir. Sürekli aynı görevlerin yerine getirildiği memuriyetler onların ilgilerini çekmez (Palmer, 2014:348).

Sağlıklı Seviyeler

Sağlıklı yediler âni yaşayan, hareketli ve heyecanlı insanlardır. Çevrelerine pozitif enerji yayarlar. Kendi kendilerine harekete geçebilirler. Üretken, vizyoner ve çok yönlü kişilerdir. Birçok alanda yetenekli konumda olabilirler. Deneyimlerini en ince ayrıntısına kadar yaşarlar. Hayatı hayranlıkla izlerler ve yüksek bir şükür duygusu içerisindedirler. Ruh ve beden bütünlüğünü elde eden yediler, geleceğin hoş seçenekleri arasında kaybolmak yerine âni büyük bir hazla deneyimlerler (Riso ve Hudson, 2021:115).

Averaj Seviyeler

Yediler, kendiliğinden iş başlatabilirler ve harekete geçebilirler. Bu nedenle averaj seviyelerde sürdürülebilir bir iş sürecine sahip olamazlar. Sürekli daha iyi seçenekleri elde etmenin peşindedirler. Bu nedenle işlerini yarım bırakıp diğerlerine yönelebilirler. Bu durum bir alana yoğunlaşmalarını engeller ve işi bitirme ya da uzmanlaşma konularında başarısız olmalarına neden olur. İyi bir öncü olabilirler. Ancak sürdürmekte zorlanırlar. Dikkat dağınıklıkları arttığında önceliklerine yönelmekte zorlanırlar. Yetenekli oldukları alanlarda bir ilerleme kaydedemedikleri için amatör bir pozisyonda yüzeysel olarak faaliyetlerine devam ederler. Ben merkezcidirler ve narsist bir eğilimdedirler. Verdikleri zararları kabul etmek istemezler. Düşünmeden ve gelişigüzel bir şekilde çok fazla konuşurlar. Hazır-cevaptırlar ve mizahı severler. Sabırsızdırlar, isteklerini hemen elde etmek isterler. İnsanlardan sürekli talepte bulunmalarına rağmen onları desteklemekten uzak dururlar (Riso ve Hudson, 2021:116).

Sağlıksız Seviyeler

Kaygılar sağlıksız yedilerde çevrelerinin ve oluşan durumların kendilerini engellediğini düşündürür. Haklı olduğunu düşündüğü şeyleri elde etme konusunda kabalaşırlar ve düşüncesiz davranırlar. Sağlıksız seviyelere doğru düştükçe ahlaki erozyon artar. Gayrimeşru ilişkiler, uyuşturucu madde kullanımı ve aşırı davranışlara yönelirler. Kendilerini kontrol etmekte zorlanırlar. Gitgide ümitsizliğe kapılırlar. Sınırsız bir haz arayışı içinde birçok faaliyete yönelebilirler. Bu kaygı sonucu oluşan engellenme hissi onları sınır tanımayan bir anlayışa sürükler. Ancak insan için sınırsızlık haz değil tam tersine mutsuzluğun başlangıcıdır.

Böylelikle sağlıklı yediler anlamsızlık duygusu içinde kendilerini bir boşlukta hissederler ve depresyona girerler (Erkan, 2020:113-114; Riso ve Hudson, 2021:117).

Güçlü Yanları ve Dikkat Etmesi Gereken Konular

Yediler çok iyi sentezcidirler. Kendi değerlerini gelişen yaşam ve dünya koşullarına uygun olacak şekilde düzenleyebilirler. Zıt durumlar arasında ortak noktaları bularak sorunları çözebilirler. Her şeyin pozitif yanlarını görebilirler (Palmer, 2014:347). Yeniliği ve heyecanı severler ve bulundukları ortamı renklendirirler. İdealize edilmiş düşüncelerle vizyoner insanlardır.

Kişisel gelişimleri için bir şeylerden yoksun kalacakmış hissiyle eğlenceli gelen her seçeneği deneme ve her ortamda bulunma isteklerinin farkında olmaları gelmektedir. Başka bir farkında husus ise belli bir görev tanımı ve sorumluluk almanın özgürlüklerini kısıtlanmış hissine kapılmalarına neden olduğu konusuyla ilgilidir. Yaşamı olumlu ve olumsuz bütün yönleriyle kabul etmek, olumsuzluklardan kaçınmanın asıl sınırlandırıcı bir durum olduğunu bilmek ve bir işi bitirmeden başka bir işe yönelmemek konularında kendilerini iyileştirmeleri kişisel gelişimlerini olumlu yönde etkileyebilir. Yaşamlarında ilerlemek isteyenler belli zorluklardan geçerler. Yediler eğer bir gelişim göstermek istiyorlarsa, acısız bir hayat beklentilerinden vazgeçmelidirler. Olumsuz durumlardan alınan gerekli derslerin, insanlar için olumlu bir gelişme sağlayabileceğini anlamaları faydalı olabilir. Zihinlerini ben merkezli bir yapıdan daha düşünceli bir yapıya dönüştürmeleri, sosyal hayatlarını daha olumlu yönde etkileyebilir. Kendilerinin sürekli olumlu yönlerini görmeleri ve dolayısıyla zayıf ya da doğru olmayan yönlerini arka plana itmeleri kişisel gelişimlerinin önünde bir engeldir. Bu yüzden dışarıdan gelen tavsiye ve yapıcı eleştirileri küçümsemekten kendileri için bir muhasebe olanağı olarak görmeleri faydalı olabilir (Daniels ve Price, 2014:65).

Fırsatları kaçırma düşüncesi, yedilerin alanlara yönelmesinin en büyük nedenlerinden biridir. Ancak bu düşünce gerçeği yansıtmamaktadır. Fırsatlar yaşamda her zaman vardır ve var olmaya devam edecektir. Bu durum yedilerin odaklarının kaybolmasına yol açabilir. Gelecekte daha iyi olacağı düşüncesiyle yaşamak, henüz gerçekleşmemiş olanı sahip olunana tercih etmek demektir. Bu zararlı bir ticarettir. Her istediklerinin anında gerçekleşmemesi sonucunda oluşan engellenme hisleri ve en temel korkuları olan bir şeylerden yoksun kalmak düşüncesi yedilerin sabırsızlık ve acelecilik duygularını pekiştirir (Riso ve Hudson, 2021:364-365).

Rahatına düşkün olarak da nitelendirilen yediler, yaşlılığı bir acizlik olarak görürler. Bu yüzden hep enerjik ve genç kalma istekleri vardır. Ancak her yaş doğru değerlendirildiğinde büyük fırsatlar elde edilir. Derinlemesine bir konunun içinde yer almaları kendilerini bağımlı hissetmelerini ve özgürlüklerini kısıtladığını düşündürür. Bu durum onların daha yüzeysel ve

dürtüsel hareket etmelerine yol açar ve zarar görürler. Aldıkları eleştiriler kendi benlik algılarıyla ters düştüğünde özseverlik(narsisizm) duyguları ağır basar. Bunun sonucunda çıkan çatışmada kendi durumlarını değerlendirmek yerine, benliklerini şişirip yola devam etmeleri yanlış bir tercih olacaktır. Sorgulanmama, kurallara bağlı olmama ve kendi kafalarına göre hareket etme istekleri uzun vadede sağlıklı bir sosyal yaşam için zorlayıcıdır ve bu hayatın daha sorunlu olmasına yol açar. Yediler sorunlara yüzeysel çözümler sunarlar. Ayrıca anlık olarak iyi hissettiklerinde derinlemesine ve kalıcı nitelikteki çözümler bulmak için uğraşmazlar. Başkalarının kaygı ve sorunlarını küçümsemelerinin ve acizlik olarak nitelendirmelerinin kendilerindeki üstünlük duygusunun bir parçası olabileceğini unutmamalıdır (Palmer, 2014:350-352).

II.4.8. Tipoloji 8: Meydan Okuyan

Anahtar Özellikleri

Özgüvenli, lider, koruyucu, hükmedici, otoriter, öfkeli, cömert, cesur, mücadeleci, meydan okuyan, kavgacı ve söz dinlemez olarak sıralanabilir (Şirin,2020; Yılmaz vd., 2014).

Genel Durumları

Sekizler reddedilme duygusuna sahip olan tipolojilerden birisidir. Her zaman kötü olduklarını ve insanların onları reddedeceklerini düşünürler. Bu nedenle güçlü olarak ve etrafındakileri kendi denetimleri altına alarak reddedilmeyi engelleyecekleri inancıyla hareket ederler. Sekizler yakınlarıyla ve güvendiği insanlarla ilişkilerinde ise kendilerinin ihtiyaç duyulan kişi konumunda olmasını isterler. Yakınları için oldukça fedakâr davranırlar. Sekizler duygularını belli etmeyi zayıflık olarak görürler. Zayıflıklarını göstermekten çekinmedikleri ortamlarda hiç beklenmedik şekilde kendinden daha güçsüz gördüğü birine karşı (hayvanlar, çocuklar gibi) duygusal davranabilirler. Bu onların geçmişten gelen bakıcı rolündeki kişiye karşı yaşanmamış olan ilgi ve sevgi ihtiyaçlarının bir göstergesidir. Sekizler güvendiği ve değer verdiği kişileri korumak içgüdüüne sahiplerdir. Onların bulunduğu ortamı ruhen ve fiziken çepeçevre sarar ve kendi egemenliğine almak isterler. Sekizler bulundukları ve kendilerine ait hissettikleri mekânları hakimiyet hissiyle kuşatırlar. Bunun sonucunda aidiyet kurduğu ortamlarda olup bitenleri hissedecek bir sezgi yeteneği gelişmiştir. Temel korkuları denetim altına alınmak ve isteklerinin geri çevrilmesidir (Riso ve Hudson, 2021: 125-128; Palmer, 2014:374).

Sekizler, herkesin özünde bir masumiyetinin olduğu inancını kaybetmişlerdir. Bu nedenle güçlünün güçsüzü ezdiği, zulmün ve adaletin olmadığı bir dünyada yaşadıklarını düşünürler. Bu durum onların zihinsel algılarını haksızlıklara, gizlenmiş niyetlere ve çevrilen gizli oyunları fark etmelerine doğru yönlendirmiştir. Gücü elinde toplayarak kendisini ve yakınlarını koruma içgüdüsüyle davranırlar. Böylelikle kendi bildiği doğruyu üstün tutmaya çalışırlar. Kişiler eğer kendi bulunduğu ortamlarda onların denetimine ve kontrolüne girerlerse onlara karşı paylaşımcı ve koruyucu bir tavır takınırlar. Ancak bir çatışma ve otoritesi sarsılacak koşullarda tehlikenin üzerine giderek onları ortadan kaldırmaya çalışırlar. Mazlumlara ve acizlere sahip çıkan sekizler, zayıf olmaktan, belirsizliklerden ve birilerine bağlı yaşamaktan uzak durmaya çalışırlar. Söylemleri ve istekleri ciddiye alınmayan, manipülatif ve gizli niyetler içeren davranışları gördüklerinde öfkelenirler. Şahit oldukları haksızlıkları düzeltmeye çalışırlar. Bu durum kontrollerini ve güçlerini aşarsa strese girerler (Daniels ve Price, 2022, 68-69).

Sekizler küçüklükte gelişen güçlü kalma kimliklerinin etkisiyle sert bir görünüme sahip olabilirler. Ancak arka planda hayatın gerçekleriyle erken yaşta karşılaşan çocuğun duyguları vardır. Somut bir öğrenme stili olan sekizler, küçüklüklerinden itibaren yaptıkları yanlışların acısını ve cezasını somut bir şekilde görene kadar sınırları zorlarlar. Sekizlerde biriken fazla enerji, onları şehvet ve keyif verici madde kullanımına yöneltebilir. Zihinsel meşguliyetleri; kendilerine belli mesafede yaklaşan insanları denetimleri altına alma, aşırılıklarda mutluluk arama, olaylara hep ya da hiç bakış açısıyla yaklaşma ve kendi lehine olacak tek doğru dışındaki görüşleri reddetme olarak sıralanabilir. Çok fazla dışa dönük olan sekizler, derinlemesine düşünmeden hareket ederler. Yoğun fiziksel merkez faaliyetleri onların durup kendileriyle alakalı bir muhasebe yapmalarına fırsat vermez (Palmer, 2014: 354-360).

Sekizler net insanlardır. Dolaylı konuşmalar ve davranışlar niyetleri tam belli etmediği için sekizlerde güvensizlik algısı oluştururlar. Açık sözlü insanları ve niyetlerini net bir şekilde belirlenleri severler. Ucu kendilerine dokunabileceğini algıladığı her konu üzerinde kontrol ve denetim sahibi olmayı isterler. Adaleti sağlayacak kuralları onlar koymak isterler ve kuralları çiğneyebilecek olanlar da yine sadece kendileridir. Kendi kontrolleri dışında bir olay yaşanırda algıları direkt zayıf noktalara yönelerek, sorunun üstesinden gelebileceklerini düşünürler. Kendi benlik algıları, adaletsizliği ortadan kaldırmak ve zulme uğrayanları korumaktır. Çevresel tehditleri algılamayı istemediklerinde, kendilerini eğlenceye vererek zihinlerinin odağını değiştirmeye çalışırlar. Ayrıca tamamen ortadan kaldırmak isterlerse de güçlü bir şekilde durumu reddederler ve tehlikenin olmadığına dair bir inançla hareket etmeye çalışırlar. Bu reddetme durumu sekizleri kendi doğru bildiğinin dışında başka bir bilgiyi kabul etmemeleri

gibi bir özellik olarak da hayatlarında görülmektedir. Sekizler kendilerine zıt bir karşılıkta bulunan kişilere kendileri gibi düşünsün diye baskı kurabilirler. Ancak karşı taraf bu konuda taviz vermeyip tutarlı bir şekilde kendi görüşünü sürdürdüğünde sekizler onlara saygı duymaya başlarlar (Palmer, 2014: 362-383).

Tutkusu: Aşırılık

Özünde olan masumiyet erdeminden uzaklaşmaları sekizleri aşırılığa götürür. Özlerinden uzaklaşmalarının getirdiği iç eksiklik ve dolayısıyla bunun sonucunda ortaya çıkan yetersizlik duygusu onları çevreleriyle etkileşimlerinde aşırıya kaçan davranışlar sergilemesine yol açar. Pasif, vasat ve özgüvensiz davranışlardan hoşlanmazlar. Kendi içlerindeki yetersizlik duygusunu dış çevrelerine karşı aşırı ve hükmedici tavırlarıyla doldurmaya çalışırlar. Ancak özgürlük ve güç arayışları böylece kendilerini güçsüz ve bağımlı hale getirmiştir.

Erdemi: Masumiyet

Sekizler özülle (doğasıyla) irtibat kurduklarında ben merkezci konumlarından uzaklaşarak daha düşünceli olmaya başlarlar. Ayrıca ikili ilişkilerde de daha merhametli ve yardımsever olurlar. İnsanların üzerinde baskı kurmak ve onlara zarar vermek yerine onları korumayı tercih ederler. Kazandıkları farkındalıkla nefslerine hâkim olurlar. Herkese karşı paylaşımcı ve cömert olurlar. Davranışlarında adalet ve sorumluluk bilinci yer alır.

Benlik Takılması: İntikam (Öç Alma)

İntikam duygusu, sekizlerin, küçük düşmek, güçsüz hissetmek ve kendi güçlü benlik algılarının çökmemesi için önlem amaçlı başvurulmuş bir duygudur. Özlerinde yer alan adalet duygusunu intikam almak ile karıştırabilirler. Kendilerine karşı yapılan eylemleri haksızlık olarak değerlendirdiklerinde karışık görüşleri dinlemeden kısas yapma yoluna giderler. Bu duygunun altında yatan asıl neden ise kendilerini reddedilmiş hissetmeleridir. Tüm herkesin onların aleyhinde davranacaklarını ve güçlü olmazsa ayakta kalamayacaklarını düşünürler. Bu nedenle güçlerini göstermek ve kendilerine yapılan “haksızlıklara” karşılık vermek duygusuyla isterler.

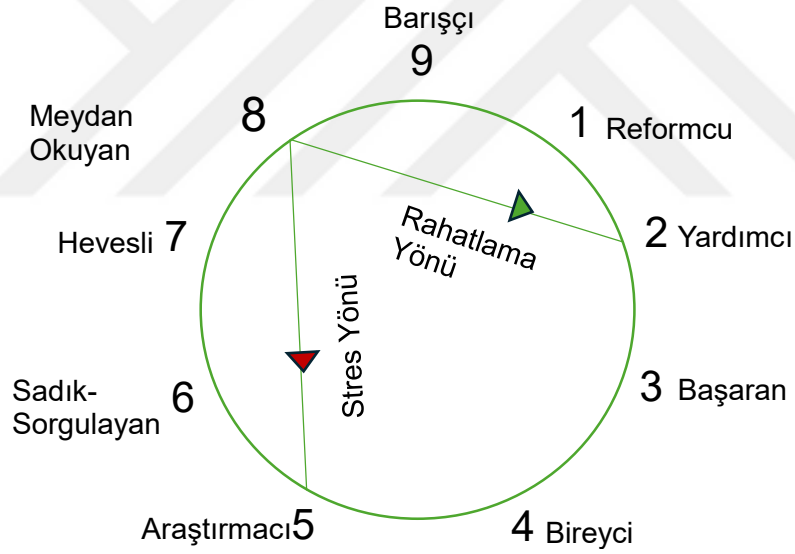
Üst Zihin Düzeyi: Doğruluk

Sekizlerin zihinleri, adalet duygularıyla hareket ederek kişilerin gizli niyetlerini bulmaya odaklanmıştır. Herhangi bir şüpheli harekete veya yapay bir tavra dair ize rastlarsa otomatik olarak doğruları ortaya çıkarmaya çalışırlar. O insanların üzerine gider baskı kurarlar. Çünkü insanların gizli niyetleri ancak baskı altında ortaya çıkacağına inanırlar. Yüzleşmeye ve çatışmaya yönelen istekleri onların algılarını kapatır. Böylece kendi düşündükleri ve tek olduğuna inandığı doğruyla hareket ederler. Egoarı nedeniyle hayattaki doğruyu kendilerini

merkez olarak oluştururlar. Çatışma durumlarında zihinsel algıları rakip gördüğü karşısındaki kişinin zayıf yönlerine, kendilerinin ise güçlü yönlerine odaklanır. Amacı güvenilir ve denetiminde olan bir ortam oluşturmaktır. Rakibini alt etme isteği onu denetimi altına almak içindir. Ancak yenilse de ii rahattır. Çünkü her şey ortaya çıkmıştır, tehlike kalkmıştır ve gerçeklikten emin bir şekilde güvenlik sağlanmıştır. zyle irtibat kuran sekizler insanlara güvenmeme ve tehlikeli bulma duygularının azaldığını ve insanlarla ilişki kurduğunu görürler. Kimsenin dışlanmadığını ve herkesin birlik içerisinde olduğunu fark ederler. Herkesi tehlikelerinden emin olmak için denetimi altına almaktan vazgeçer ve gizli niyet araştırması yapmak için insanların üzerine gitmezler (Palmer, 2014:367-369; Riso ve Hudson, 2021:65-67).

Rahat ve Stres Durumları

şekil 21: Tipoloji 8 Rahat ve Stres Yönleri



Kaynak: Riso ve Hudson, 2021

Sekizler çevrelerinin denetimini kaybettiklerinde, aciz ve küçük dşrldklerinde, bir ihanet durumunda ve girdiği çatışmalar sonucunda stres yaşarlar. Bu durum onların Tipoloji 5'in olumsuz özelliklerini sergilemelerine neden olur. İnsanlardan kendilerini soyutlarlar ve pasif hâle gelirler. Eyleme dönük yaşamları, kendini geri planda gözlem yapmaya ve şüpheci bir durumla analiz yapmaya bırakır. Özgüvenleri yıkılan sekizler, sağlıksız beşler gibi bir hiçlik duygusuna kapılırlar. Ancak doğru hareket tarzını bulduklarında saldırgan tavırlar sergileyebilirler.

Sekizler, kontrol ve denetim sahibi olduğu bir ortam oluştuğuunda, herkesin doğru ve güvenilir olduğuuna karar verdiklerinde rahatlarlar, bunun sonucunda Tipoloji 2'nin sağlıklı özelliklerini sergilerler. Böylece baskıcı ve kendini merkeze alan otoriter tavırlarından vazgeçerler ve herkesle bütünleşen bir ilişki kurarlar. Çevredekilerin duygularını ve ihtiyaçlarını önemseyen ve onlara yardım eden bir kişiliğe dönüşürler. İnsanlara karşı kullandıkları güçlerini, artık onları korumaya yöneltirler. Kendilerinden daha güçlü ve yüce olan ilahi irade için hizmet etmeye başlarlar (Yılmaz vd., 2014:409; Riso ve Hudson, 2021:124-125).

Kanat Etkisi

Kanat Tipoloji 7 olan sekizler daha pozitif ve hareketlidirler. Eğlenecekleri faaliyetlere daha çok yönelirler. Risk alırlar, kontrolsüzdürler ve acelecidirler.

Kanat Tipoloji 9 olan sekizler, arabulucudurlar ve daha sakinlerdir. Dürtüsel davranmayıp harekete geçmeden önce gözlemlerler. İnatçı yönleri vardır ve daha pasif olabilmektedirler (Yılmaz vd., 2014:409).

Aile Öyküsü

Sekizler kendilerine bakan ve büyüten kişiyle çelişkili bir ilişki içerisindeyler. Çocukluklarında anne ya da bakıcı rolü üstlenen kişiyle özgürlük ve irade çatışmasına girdiklerinde fiziki nitelikte ve güçlü bir tavır sergilerler. Bu tepkilere karşı bakıcı rolündeki kişinin tutumları da şiddetli olmuştur. Bu tutumlara maruz kalan sekizler de kendilerini reddedilmiş hissetmişlerdir. Daha küçük yaşlarda ilgi görebilmek için evin 2. koruyucu ebeveynlik rolünü üstlenirler. Bu durum onları, çocukluk psikolojisinden uzaklaştırarak yetişkin psikolojisine ve sorumlulukları altına girmeye yönlendirmiştir. Sekizlerin aile ortamlarında çok farklı durumlar olabilir. Şiddete maruz kalan ve bunun sonucunda karşı tepkide bulunan bir çocukluk geçirmiş olabilirler. Bu durumun tersi olarak acı duyulan bir durumda ağlamayarak diğer çocuklara göre daha güçlü bir profil sergilemeleri sonucu aileleri tarafından övülen bir çocukluk da geçirmiş olabilirler. Bu durum onlarda zayıflık gösterdikleri zaman aileleri tarafından reddedileceği düşüncesini güçlendirir (Riso ve Hudson, 2021:126; Palmer, 2014: 357).

Aradığı Ortam Özellikleri

Kendilerine ait denetimi altında bulunan mekânlar onlara göredir. Bulunduğu grubu ya da bölgeyi kendisiyle özdeşleştirir. Müdavimlik ve memleketçilik sık görülen tutumlardır.

Müteahhit, siyasetçi, ticaretle uğraşan kişiler arasında sekizlere rastlamak mümkündür. Yöneticilik ve liderlik doğal vasıflarıdır. Adaleti sağlayan bir yönetici, onların sağlıklı bir kişilikle bulunacakları bir konumdur (Palmer, 2014: 391).

Sağlıklı Seviyeler

Sağlıklı sekizler iyi birer girişimcidirler. İş başlatırlar ve tamamlarlar. Özgürlüğe önem verirler ve başkalarının özgürlüğü için onları desteklerler. İlişkilerinde açık sözlüdürler. İradelerini ve güçlerini değerler etrafında kontrol ederek, kutsal bir amaca hizmet edebilirler. Yüce gönüllü, affedici, merhametli ve adalete önem veren insanlardır. Ayrıca cesurdurlar ve atılğandırılar.

Averaj Seviyeler

Özgür ruhlu sekizlerin başkasına bağımlı olmak istemezler. Bağımsız ve insanlara ihtiyaç duymadan yaşayarak saygın bir konuma gelebileceklerini düşünürler. Bu duygular nedeniyle otoritenin kendileri olmasını, insanların ise koşul öne sürmeden itaat etmelerini isterler. Kendilerini güçsüz hissettiklerinde zayıf görünmemek için çevresindeki insanlar üzerinde kontrolcü ve baskıcı tavırlarda bulunurlar. Sekizler özgür olabilmek için ihtiyaç duyduğu tüm güç unsurlarını elinde bulundurmak isterler. Etrafı tarafından desteklenmediğini hissettiklerinde bu yetersizlik hissini bastırmak için büyük konuşmalar yaparlar ve kibirlenerek kendi güçlü yanlarını dile getirirler. Sorunları analiz ederek akılcı yöntemlerle ve stratejilerle çözmek yerine fiziksel güç kullanarak çözmeye çalışırlar. Narsist duygularla kendi isteklerini üstün kılmaya çalışırlar. İnsanları hareketsiz hâle getirmek için kaba davranışlara başvurabilirler. Ayrıca her durumu bir güç savaşına dönüştürebilirler (Riso ve Hudson, 2021:121)

Sağlıksız Seviyeler

Kendilerini yarı yolda bırakılmış hissederler. Ayrıca beklenmedik şekilde ihanete uğradıklarını düşünürler. Ve bu onları bulunduğu düzene karşı isyan etmeye yönlendirir. Hiçbir otoriteyi ve kuralı tanımazlar. Ayrıca çeşitli suçları işlemeye yönelirler. Güçlü olanın hayatta kalabileceği inancıyla hareket ederler. Kendi kafasında kurguladığı ve oluşturduğu düşmanlara karşı çatışma içinde olurlar. Ahlaki yönden zayıflayan sekizler, değer tanımazlar ve suçluluk hissetmeyerek her türlü eylemi gerçekleştirebilecek kişiliğe bürünürler. Durumu kötüleşen sekizler sosyopat kişilik bozukluğuna yakalanır. Topluma zarar verebilecek bir suçlu haline gelebilirler (Erkan, 2020:116; Riso ve Hudson, 2021:122-123).

Güçlü Yanları ve Dikkat Etmesi Gereken Konular

Sekizler özgüven sahibidirler. Doğruluk ve dürüstlüğe önem verirler. Ayrıca güçlü insanlardır. Yakınlarını ve güçsüz olduğunu düşündüğü insanları korurlar. Öncü bir lider olarak, insanları bir konu için harekete geçirebilirler. Oluşturduğu öznel yargıları ile insanları değerlendirme ve insanların masum olmadığı inançlarının farkında varmalıdırlar. Her olaya ve insana yeniden farklı bakış açılarıyla bakabilmeyi öğrenmeleri kişisel gelişimleri için faydalı olacaktır. Ben merkezli bir hayat tarzı ve insanlar üzerinde bıraktığı etkileri fark etmeleri, sosyal ilişkilerinin sağlıklı ilerlemesi için önemlidir. Aşırı hareketlerinin insanları ve kendisini yıpratıldığını fark ederek iki tarafı da memnun edecek seçenekler üretebilirler. Her insanın zayıflıkları olduğu gibi sekizlerin de güçsüz tarafları vardır. Bunları kabul etmemek ve sadece güçlü yanlarına odaklanmak ise gelişmenin önünde bir engeldir. Çok aşırı fiziksel hareket odaklı yaşamak insanda dengesizliğe yol açar. Harekete geçmeden önce düşünmek ya da duygularında yer aldığı bir hayat yaşamak dengeyi sağlayacaktır (Daniels ve Price, 2022:69).

Farklı fikirlere açık olmamak ve bu fikirleri kendi görüşlerinin zıttı olarak değerlendirmek doğru değildir. Kendi görüşlerinin de eksik yönlerini kabul etmeli ve karşıdaki insanların bunu dile getirmelerinin çatışma sebebi olmayacağını fark etmelidirler. Böylece sosyal ilişkilerini olumlu yönde sürdürebilirler. Öncelikli işlerini unutup, sadece fiziki ihtiyaçları gidermeye odaklanmamalıdırlar. Sekizlerin gelişimleri için dikkat etmesi gereken konular; istemediği duyguları kabul etmemek için dışarıya karşı algılarını kapatmak, kendi zayıflıklarını örtmek için insanların zayıf yönlerine ve yanlışlarına odaklandıklarının farkında olmalarıdır. Ayrıca bilinç dışında yer alan ve hoşlanmadığı birine ait özelliklere sahip olan kişileri birlikte değerlendirerek karşıt davranışlarda bulunmak ve küçük hataları ihanet olarak değerlendirmek gibi aşırı özelliklerin de farkında olmaları önemlidir (Palmer, 2014:393-395).

Sekizler eğer birinin sadakatini ve bağlılığını istiyorsa, bunu fiziksel güçle, zorla yapmak yerine kendilerinin sadık ve bağlanılacak nitelikte bir insan olduklarını, davranışlarına nezaketi ve fedakârlığı yansıtarak göstermeleri daha etkili olabilir. İnsanları kontrol altına alarak, kendi isteklerine göre hareket etmelerini istemek, yetersizlik duygularını ve egolarını tatmin etmeye çalıştıklarını fark etmelidirler. Tüm insanların onların karşısında olduğu inancından vazgeçmelidirler. Ayrıca çevresindekiler tarafından gözlemlendiklerini fark etmelidirler ve değer verilen, saygı duyulan biri olduklarını görmelidirler. İnsanlara karşı baskıcı ve kontrolcü davranışları yalnız kalmalarına neden olabilir. Böylece herkesin onlara karşı olduğu fikirlerini gerçekleştirmiş olurlar. Şefkat ve merhamet göstermek insanları alçaltmaz ya da zayıf göstermez. Tam tersi insanlarla ilişkilerde kişinin saygın, değerli ve güçlü bir şekilde konumlandırılmasını sağlar. Ayrıca kendilerinden daha büyük olan ilahi güce teslim olmak ve ona bağlı olmak gibi bir amaca hizmet edecek faaliyetler yapmak sekizlerin en önemli gelişme

yollarıdır. İnanç konularına kendilerini uzak görmeleri durumunda; “Bu inançtan uzak kalmak kendi aklınızla tercih ettiğiniz bir şey mi yoksa egonuzun istediği ve zevk aldığınız faaliyetlerden uzak kalmamak için yaptığınız bir tercih mi?” sorusuna cevap vermek oldukça önemlidir. Özü ile temasa geçmek ve asıl görevleri olan insanlara yardım etmek ve onları doğru yolda harekete geçirmek için bireysel dönüşümü başlatmanın, kişinin kendi elinde olduğunu unutmamalıdır (Riso ve Hudson, 2022: 366-368).

II.4.9. Tipoloji 9: Barışçı

Anahtar Özellikler

Arabulucu, özdeşleşen, huzur arayan, yumuşak, erteleyen, konformist, akışına bırakan, eyleme geçemeyen, empati sahibi, çatışmadan ve belirsizlikten kaçınan, rutinleri seven olarak sıralanabilir (Şirin, 2020; Yılmaz vd., 2014).

Genel Durumları

Dokuzlar, bağlanma temelli grupta yer alırlar. Kendilerinin özgürlükleriyle ve iç iyilik halleriyle ilişkilendirdikleri konfor alanlarını (TV, oyun vb.) bu halin kaynağı olarak görürler ve onlara bağlanırlar. Bu bağlanmaları sonucunda alışkanlıklar edinirler ve değiştirilmesini istemezler. Hayatlarında huzuru ararlar ve yalnız kalmak istemezler. Bu nedenle ayrılıktan ve bir şeyleri kaybetmekten endişe duyarlar. Hayatını bu düşünceye göre düzenlerler. Huzurlarını bozacak davranışlardan kaçınırlar, olayların normal seyredeceğine inanırlar ve sorunları, çatışmaları en aza indirmeye çalışırlar. Dokuzlar kendilerinin değersiz olduğunu düşünürler ve diğer insanlar tarafından itibar görmediklerine inanırlar. Gerçek dünyayı iyisi ve kötüsüyle kabul etmek yerine gerçeklerden ve acılardan kaçındıkları yapay bir dünya oluştururlar. Fakat bu durum uzun süre devam ederse sorunları azalmayıp büyüyecektir. Çünkü ilişkilerinin bütünlüğü bozulacak ve iç huzurlarını kaybedeceklerdir. Bunun sonucunda mutsuz olacaklardır (Riso ve Hudson, 2021:134-136).

Dokuzlar küçüklükleri incelendiğinde onların fikirlerinin ve ihtiyaçlarının önemslenmediği görülür. Bu durum dokuzların kendi birincil ihtiyaçlarını ve fikirlerini ikinci plana atmalarına ve başkalarının isteklerine uyum göstermeye alışmalarına neden olmuştur. Ayrıca yetişkinliklerinde de öncelikli ve önemli işler yerine basit ve ikincil işlerle uğraşmaları alışkanlığına dönüşmüştür. Kendilerini değersiz görmeye başlayan dokuzlar, birlik ve beraberlik için kendi isteklerinden vazgeçerek kişilerin isteklerine uyum sağlarlar. Başkalarının bakış açılarını çok iyi analiz eden dokuzlar, barışçıl ve ara bulucu kimlikleriyle herkese hak

verirler ve tercih edilecek bir taraf olmadığını düşünürler. Çünkü herkes kendince haklıdır. Kendisinden bir talep söz konusu olduğunda kolay kolay hayır diyemezler. Çünkü reddetmenin sonucunda karşı tarafla ilgili bir olumsuzluk yaşamak istemezler. Net bir karar veremezler. Bir tarafı seçip sonucunda huzursuzluk yaşamak yerine çok detaylı düşünerek karar konusunu geciktirmeyi tercih ederler. Tercihle bulunmalarında zorlanmalarının arka planındaki duygu ayrılık duygusudur. Ayrılık istemeyen dokuzlar, bir tercih sonucunda ayrı kalmaktan korkarlar. Aynı zamanda önemli kişisel kararlarını vermekte de zorlanırlar ve bunun yerine dikkat algılarını önemsiz işlere vererek görmezden gelirler. Dokuzlar algılarını kendilerinden uzaklaştırıp, zihinlerini uyuşturacak alışkanlıklara yönelmişlerdir. Varlıklarını bu önemsiz işlerle ilişkilendirdikleri için kendi önemli konularını arka plana itmişlerdir. Bu alışkanlıklar madde kullanımından bilgisayar oyunlarına veya TV dizilerinden dedikodulara kadar değişiklik gösterebilir. Her şeyi rutine bağlamanın önemli iki nedeni belirsizliklerden kurtulmak ve güvenlik ihtiyaçlarını sağlamaktır. Böylece daha fazla sorun çıkmayacak ve huzursuzluk yaşamayacaklardır (Palmer, 2014:397-405).

Dokuzlar özlerinde koşulsuz sevgi barındırırlar ve birlik olma inancını taşırlar. Ancak özlerinden koptuklarında insanların onları olduğu gibi kabul etmeyeceğini düşünürler. Bu nedenle onlara ve ortamlarına uyum sağlaması gerektiğine inanırlar. Dokuzlar bu inançları yüzünden yapılması gerekenler yerine önemsiz işlerle meşgul olan insanlara dönüşmüşlerdir. İnsanların isteklerini sezebilirler ve empati duyguları gelişmiştir. Belirsiz durumlardan ve rutinin dışına çıkmaktan hoşlanmazlar. Bu yüzden belirsizlikleri en aza indirmeye çalışırlar. Bu nedenle yaşam alanlarında bilinen ve önceden tahmin edilebilen durumlara yer verirler. Konfor alanlarını korumak ve iç huzurlarını sürdürülebilmek için çaba gösterirler. Öfkelerini bastırırlar ve anlık tepkiler vermek yerine zamana yayarlar. Hayır diyemeyip verdiği sözleri yerine getirmek zorunda kalmak onların sıkıntı yaşamasına neden olur. Ayrıca birisinin isteğine hayır diyerek onun olumsuz duygulara kapılmasını da istemezler. Özgürlüklerini birinin otoritesi altına girdiklerinde kaybedeceklerini düşünürler. Bununla birlikte insanların saygı göstermemesi, görmezden gelmeleri dokuzları öfkelerendirir. Öfkeleri genelde zamana yayılmış, şekilde pasif-saldırgan pozisyonunda inatçılık gibi durumlarla ortaya çıkar (Daniels ve Price, 2022:72-73).

Eylemsizlik, bir doğa kanunudur. Bu kanuna dokuzların yaşamında rastlamak mümkündür. Bu kanun durağan şeylerin durağanlığının devam etmeye, hareket edenlerin de hareketlerinin devam etmeye eğilimli olduğunu ifade eder. Dokuzlar konfor alanında oluşturduğu yaşam rutinlerine takılmıştır ve durağan bir hayata yönelmişlerdir. Genelde dışarıdan bir yardıma ihtiyaç duyarlar. Bu durumun düzelmesi için yeni bir umuda ihtiyaçları

vardır. Dokuzlar kendi çevresini düzenleyip, daha enerjik ve aktif insanlardan oluşan bir çevre oluşturarak veya başka insanlara yardım ederek bu döngülerinden kurtulabilirler. Hayatlarında bir seçim yapmak onlar açısından oldukça zordur ve en son ana kadar karar vermek istemezler. Öfkelerini aynı şekilde son noktasına kadar biriktirirler. Öfkeli olduklarında, inatçılık, harekete geçmek istememe, insanlardan soyutlanma ve algılarını başka tarafa yönlendirme gibi davranışlarda bulunurlar. Yakın ilişkilerinde özellikle de eşleriyle özdeşleştiklerini (bir potada eridiklerini) ifade ederler. Bu durum onların karşısındakilerin duygularını çok iyi anlamalarını ve ona göre hareket etmelerini sağlar. Bu hareketleri kötü bir şekilde sonuçlanırsa genelde bu psikoloji içinde oldukları için karşı tarafı suçlama eğilimi gösterirler. Bu yeteneğin en iyi tarafı kolay empati kurabilme becerisidir. Kötü tarafı ise kişisel tercihlerini ve isteklerini arka plana atmalarıdır. İlişkide bulunduğu insanları kendi parçası gibi görürler. Bu nedenle onlardan ayrılmayı bir uzvunu kaybetmek olarak nitelendirebilirler. Kendilerine ait bir duruşu sergilemek ya da bir görüşü ileri sürmek için başkalarının desteğine ihtiyaç duyarlar. Bu duruma genel olarak çocukluk yıllarındaki çevresel faktörler neden olmaktadır. Dokuzlar bir işi yapmak için verilen sürenin yaklaşmasını ve strese girmeyi beklerler. Bu durum onların aceleci bir tavırla, son anda bir şeyleri yetiştirmeye çalışmalarına sebep olur (Palmer, 2014:411-420).

Tutkusu: Miskinlik

Hayatın değişimine göre hareket tarzı oluşturma erdeminden uzaklaşan dokuzlar miskinliğe tutunurlar. Değişimlerden etkilenmekten ve enerjilerini kendilerini yenilemeye harcamaktan uzak dururlar. Hayatın gerçeklerinden kaçınmak büyük enerji sarf etmeyi gerektirir. Bu durumda enerjisi kalmayan dokuzlar, vakitlerini konfor alanlarında ve uykuda geçirirler. Gelişmelere ve sosyal düzene karşı kayıtsız bir şekilde olayları akışına bırakmayı severler. Düzenlerini bozacak ve kendi iç huzurlarının dengesini bozacak eylemlerden uzak dururlar. Bu yüzden çatışma ve tartışma ortamlarına girmezler. Dokuzlar aşkın bir hissiyatla bilinçlerinin üstünde var olan bir huzuru anımsarlar. Bu onları metafizik konularla ilgilenmelerine yöneltir. Ancak kendi derinlerinde olan (özlerinde yer alan) huzuru miskinlikle elde edemeyeceklerdir (Riso ve Hudson, 2021:68).

Erdemi: Hareket

Hareket erdemi, değişen koşullarda bireylerin kendilerini yenileyip erdemleriyle var olmaları ve durumu kabul ederek yaşamaları anlamına gelir. Bir kenara çekilip konfor alanında kalmak yerine bir dinamizm içinde gerçeklikle buluşmak demektir. Dönüşüm ve kişisel gelişim, bulunulan rahat ortamda gerçekleşmeyecektir. Bu yanılgının miskinliğe götürdüğünü fark etmek gereklidir. Özüyle irtibat kuran ve hareket erdemine kavuşan dokuzlar, çevresine duyarlı,

onların sorunlarına çözümler üreten ve yaşamı kendisi ve onlar için kolay ve yaşanabilir bir ortam haline getirmeye çalışan insanlar olarak hayatta aktif roller üstlenirler (Riso ve Hudson, 2021:68).

Benlik Takılması: Tembellik-Kayıtsızlık

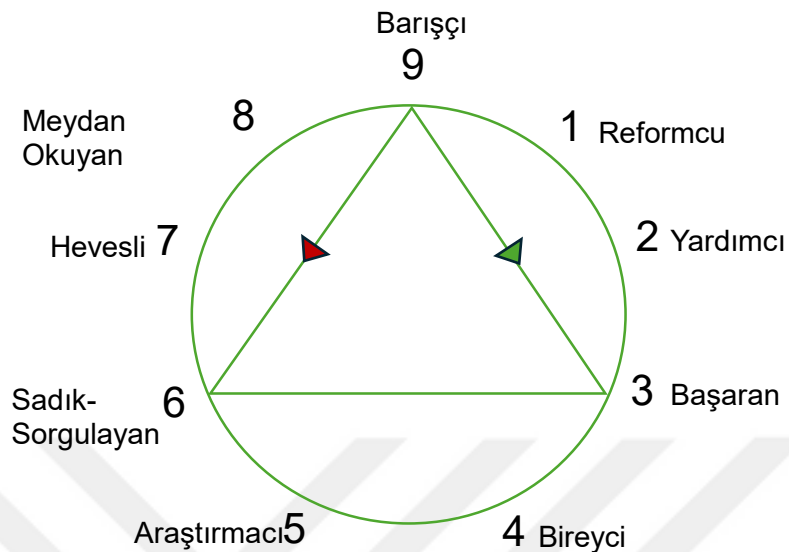
Özüyle ve dolayısıyla kutsal sevgiyle arasında kopukluk olan dokuzlar, anlamsızlığa ve kayıtsız kalmaya başlarlar. Bu durum onların yaşantılarının nitelikten yoksun rutinler içinde olmasına sebep olur. İlahi sevgiden uzaklaşmaları onları bu dünyada amaçsız yaşamalarına neden olur. Bu şekilde olan dokuzlar içlerindeki boşluğun neden olduğu acıyı, savunma mekanizması olan hayal dünyasının rahatlığına kaçarak dindirmeye çalışırlar. Bu yüzden hayatı yaşamak yerine birtakım felsefelere yönelirler ya da başkalarının hayatlarına odaklanıp onları destekleyerek bu boşluklarını kapatmaya çalışırlar. İlahi sevginin yoksunluğunun getirdiği acıyı, kendi özleriyle olan irtibatlarını kopararak durdurmaya çalışırlar. Dokuzların bu psikolojisi konforlarını sağlayan bağımlılıklarını bırakmalarını ve hayatlarını değiştirmelerini engeller. Çünkü düzenlerinin bozulmasını istemezler (Riso ve Hudson, 2021:69-70).

Üst Zihin Düzeyi: Sevgi- Merhamet

Özlerine ve böylece ilahi sevgiye ulaşan dokuzlar, hayattaki her şeyi yaratan ve kendisini de sevgisiyle destekleyen ilahi gücün varlığını hissederler. Bu sevginin içlerinde hissedilmesi onları, yaşadıkları durağanlıktan kurtarır ve bu hayatın tüm gerçekliğiyle beraber ilahi sevgi tarafından yaratıldığını fark etmesini sağlar. Böylece hareket erdemi ortaya çıkar. Bu erdemle yaşayan dokuzlar içlerinden gelen sevgi ve merhamet duygularıyla yardımsever ve insanları destekleyen kişi olurlar. İlahi sevginin her şeyi kuşattığı duygusu onlarda birlik olmaları gerektiğini fark ettirir ve zorlukların aşılabileceği bilincini oluşturur. Bu sevgi onların daima dinamik davranmalarını sağlar. Ayrıca hayatın içinde tüm zorluk ve engellerin aşılabileceği inancıyla var olmalarını ve dış dünyayla barışmalarını sağlar (Riso ve Hudson, 2021:69-70).

Rahat ve Stres Durumları

Şekil 22: Tipoloji 9 Rahat ve Stres Yönleri



Kaynak: Riso ve Hudson, 2021

Dokuzlar, harekete geçmek istemediklerinde, karar vermeye zorlandıklarında, uzun süren bir baskıya maruz kaldıklarında, kendi düzenleri ve konforların bozulduğunda strese girerler. Şiddetli çatışmalar ve çözmekte zorlandıkları problemler ve bir fikir ya da görüşün belirtilmesi sonucu ortamda sorun oluşabileceği düşüncesi onların strese girmesine ve kendilerini savunamamalarına neden olur. Bunun sonucunda Tipoloji 6'nın olumsuz özelliklerini sergilemeye başlarlar. Diğer bir ifadeyle, pozitif benimsyen bakış açıları negatife yönelmeye başlar. Kaygıları çoğalır ve insanlara güveni azalır. Ilımlı ve uyumlu tavırları yerini çatışmacı davranışa bırakır. Dış dünyayla iletişimlerini kopararak, paranoyak bir zihin dünyasına yönelirler. Pasiftirler ancak tepkisel ve inatçı olurlar.

Dokuzlar, fizyolojik temel ihtiyaçları giderildiğinde, ortamları ve ilişkilerinde uyum sağlandığında ve bir konuda kendilerini uzman hissettiklerinde rahatlarlar. Gelişme yönünde bulunan Tipoloji 3'ün olumlu özelliklerini sergilemeye başlarlar. Kendi potansiyellerini farkına varıp o konularda ilerlemeye çalışırlar. Özgüvenleri artar, insanlarla bağlantıları iyileşir ve kendilerini doğru ifade edebilmeye başlarlar. Sosyal alanda daha çok yer alırlar ve başarılar elde ederler (Yılmaz vd., 2014:412; Riso ve Hudson, 2021: 132-133; Erkan, 2020:119).

Kanat Etkisi

Kanat Tipoloji 8 olan dokuzlar, daha dışa dönüklerdir ve otoriterdirler. Baskındırlar ve çevresinden isteklerinin karşılanmasını isterler.

Kanat Tipoloji 1 olan dokuzlar, düzenlidirler ve çalışkandırılar. Objektif ve eleştirel tutumlar sergilerler. Ahlakilik ön plana çıkar ve insanların haklarına karşı fazla hassas olurlar. Sorumluluklarının bilincindedirler ve azimlidirler (Yılmaz vd., 2014:412).

Aile Öyküsü

Dokuzlar, aile yaşantılarında ikinci planda kaldıklarını ve görüşlerine değeri verilmediğini unutmazlar. Kendi görüşlerini söylemenin çatışmaya neden olacağını düşünürler ve bir değeri olmadığına inanırlar. Bu inançla ebeveynlerinin her türlü isteklerini yerine getirmeye çalışırlar. Bu beklentilerin onları bunaltması sonucu, kendilerini bedenen ya da ruhen ortamdaki uzaklaştırırlar. Fikirlerine itibar edilmeyen dokuzlar, fikirlerinin bir işe yaramayacağını ve herkesin beklentisine uyum göstermeleri gerektiğini düşündükleri için taraf belli edilecek bir fikir söylemekten kaçınırlar (Palmer, 2014:401-402; Riso ve Hudson, 2021:133).

Aradığı Ortam Özellikleri

Dokuzlar düzenli ve rutin işlerin yapıldığı ortamlarda rahat ederler. Herhangi bir inisiyatif almayı gerektirmeyen (memuriyet gibi) belirli işlerin devamlı yapıldığı yerler dokuzlara ilgisini çeker. Yönetim ilkelerinin ve görev tanımının net olduğu ve herkesin sorumluluklarının bilindiği işlerde çalışmayı severler (Palmer, 2014:422).

Sağlıklı Seviyeler

Sağlıklı dokuzlar enerjileriyle insanları motive eder, etrafına pozitif enerji yayarlar. İnsanları desteklerler ve bir amaç için bir araya getirirler. Bireylerin kişiliklerini iyi analiz ederler ve onların durumlarına göre destekleyici önerilerde bulunabilirler. Yaşamı olduğu gibi kabul ederler ve dinamik bir şekilde bütünlük duygusuyla aktif olarak hayatın içinde bulunurlar.

Averaj Seviyeler

Sağlık seviyelerinden aşağı doğru düşmeye başlayan dokuzlar çatışmalardan tedirgin olurlar ve kaçınmaya çalışırlar. Bu durum onları hayır diyemeyen, insanların ve ortamın durumuna uyum sağlayan kişilere dönüştürür. Dış çatışmadan kaçınmak için kendi fikirlerini yaşatamayan dokuzlar, içlerinde bir anlaşmazlık yaşarlar. Bu onları geri plana çekilmeye, inatçılığa ve miskinliğe sevk eder. Kendi iç çatışmalarından kurtulmak için imrendiği başka insanların halleriyle ve yaptıklarıyla özdeşleşirler. Diğer bir ifadeyle onların bedenlerindeymiş

gibi hayatı yaşamaya çalışırlar. Kafalarının içi ve düşünceleri net değildir ve kendilerini bırakırlar. Boş işlerle günlerini geçirirler. Asli görevlerini yapmak yerine ikincil işlere dalarlar. Psikolojisi alt üst olan dokuzlar, oldukları yerde sorunların çözülmesini beklerler.

Sağlıksız Seviyeler

Sağlıksız dokuzlar gitgide fiziksel enerjilerini bastırırlar ve içleri öfkeyle doludur. Kendilerine sorunları için yardımcı olmaya çalışan insanlara, inatla karşı çıkar ve kendilerinin bir şeyi olmadığını ileri sürerler. İçlerindeki acıların ortaya çıkmasından endişe duyarlar. Zihinsel ve fiziksel boyutları gitgide iş görmez hale gelir. Tükenmişlik durumuna girerek bitkisel hayatta gibi yaşarlar. Çökme ve kişilik bölünmesi ortaya çıkar (Erkan, 2020:119; Riso ve Hudson, 2021:129-131).

Güçlü Yanları ve Dikkat Etmesi Gereken Konular

Dokuzların çok güçlü bir şekilde diğer kişilerin içsel hallerini, istek ve ihtiyaçlarını, onların hayatında önemsedikleri konuları sezebilme yetenekleri vardır. İnsanları maddi-manevi konularda iyi bir konuma gelebilmeleri için desteklerler (Palmer, 2014:422) Farklı fikirlere değer verirler. İnsanları dinleyip ve anlamaya çalışırlar. Düşüncelidirler ve çevresindeki insanların hayatlarıyla ilgilenirler. Kişisel gelişimi için benimsemesi gereken inanç, ilahi sevginin herkesi koşulsuz bir şekilde kuşattığıdır. Kendi benlik algılarının ve değerli hissetmelerinin bu inanca dayandırılması, dış unsurların onların genel iyilik hallerini ve değersiz hissetmelerine sebep olmalarını engeller. Kişisel gelişim konfordan çıkmakla ve acı duymakla olacaktır. Kendini zorlamaları ve tıkanıklıkları yerde ikincil olarak faydasız işlere yönelmelerini fark etmeleri gelişimleri için önemlidir. Huzur sadece dış ortamda sükuneti sağlamak değildir. Aynı zamanda inanç sitemini sağlamlaştırarak dış dünyanın olumsuz etkileri azaltılabilir. Öfkelenmelerinin nedeninin insanlar tarafından önemsenmeme düşüncesinden kaynaklandığını bilmeleri gerekmektedir. Ayrıca kendi varlıklarını ve değerli oluşlarını dayandırdıkları ilahi gücün onları koşulsuz sevdiğini ve değerli kabul ettiğini düşünmelidirler. Değişim bir fedakârlığı ve rahat pozisyondan çıkmayı gerektirir. Kendini değerli kabul etmeyen birisi diğer insanlar da değerli görmeyebilir. Kendilerine değer vermeleri ise başkalarının ihtiyaçlarıyla ilgilendikleri gibi kendi ihtiyaçlarını da önemseyip öncelikli gündem yapmalarına bağlıdır (Daniels ve Price, 2022:73).

Dokuzların çevreye uyum sağlama ve en rahat edecekleri şekilde bu çevrede alışkanlık oluşturma eğilimleri vardır. Bu durumu kendi avantajlarına kullanmak için gelişimlerine katkıda bulunacak çevreler edinmeleri ve ortamlarda bulunmaları, sonuç olarak o çevrenin iyi ve yararlı alışkanlıklarını edinerek gelişimlerini desteklerler. Bir karar ya da eyleme geçmek

için koşulsuz bir destek arayan dokuzlar bu desteği onlardan daha yüce ve güçlü sonsuz destek sahibi bir varlığa bağlanarak elde etmelidirler. Böylece değer yargılarını insanların öznel durumları ve istekleri yerine sonsuz ilahi desteğin isteklerine göre şekillendirerek asıl özgürlüğe kavuşabilirler (Palmer, 2014: 431).

Dokuzlar yaptıkları işlerde, bir hedef koyduklarına sonuca değil sürece odaklanmalıdırlar. Hedef büyük olabilir ve zaman gerektirebilir. Bu şekilde nihai hedefi düşünüp gözlerinde büyütme yerine az da olsa yaşadıkları anda o hedefe ulaşmak için gerekli çabayı göstermeleri ve böylece sürece odaklanmaları yararlarına olacaktır. Farklı bir tarafa ve karara doğru yöneldiklerinde ise değişime karşı çıktıklarının ve dikkatlerinin ikincil önemsiz konulara kaydığını fark ederek, bu konularda iradelerini güçlendirmelidirler. Dokuzlar aileleri ya da destek kaynakları olarak gördükleri unsurlardan ayrılmak istemediklerinin farkında olmalıdırlar. Ancak sonsuz desteğin dış kaynaklar yerine özleriyle temasa geçtiklerinde koşulsuz olarak gelen ilahi destek tarafından sağlandığını anlamaları gerekir. Olumsuz bir durum yaşandığında; iletişim kurmak, kendilerini ifade etmek ve durumu çözüme kavuşturmak yerine pasif konuma geçerek ve duygularını kapatarak sorunun çözülmesini beklemek uzun vadede yararlı olmayabilir (Palmer, 2014:432-433)

Duygularını net bir şekilde iletişimle ifade edemeyen dokuzlarda bazı bedensel rahatsızlıklar ortaya çıkabilir. Baş ağrıları, sırt ağrıları ve bedensel birtakım şikayetler bu duruma örnek olarak verilebilir. Bastırma duygusu psikolojik olarak da toplum içine çıkma korkusuna neden olabilir. Düzenli bir egzersiz programına sahip olmak, duygu ve düşüncelerinde dengeyi ve farkındalığı yakalamalarına yardımcı olacak bir araçtır. Olumsuz giden durumları sevdikleri ve güvendikleri insanlarla paylaşmak konusunda rahat olmaları ve bu durumların onların ilişkilerine bir zarar vermeyeceğini düşünmeleri yararlı olacaktır. İnsanlar kendi sorunlarıyla başa çıkabilen ve bunlar için çaba gösterenlere saygı duyarlar. Ayrıca ihtiyaç duyduklarında onlardan yardım isterler (Riso ve Hudson, 2021:369-371).

III.BÖLÜM

ENNEAGRAM MODELİ İLE BAĞIŞÇI TİPOLOJİLERİNİN BELİRLENMESİ

III.1. Araştırmanın Amacı ve Önemi

Pazarlama stratejilerinin amacı tüketicilerin istenilen davranışları sergilemesini sağlamaktır. Bu stratejileri insanların karşılıksız şekilde topluma faydalı olacak işlere yönelik davranışlarını oluşturmada kullanılması Sosyal Pazarlama disiplini ortaya çıkartmıştır. Belli süreçleri olan bu disiplini en çok kullanan organizasyonlar STK'lar ve kamu kurumlarıdır. Ancak özellikle STK'lar tarafından yapılan organizasyonlarda kaynak yetersizliği kronik bir soruna dönüşmüştür. Buradaki asıl problem gerçekten kaynağın az oluşu ya da elindeki kaynakların stratejik olarak değerlendirilememesi olabilir. Gerek kaynakların oluşturulma süreçleri gerekse kullanımındaki verimliliği artırmak Sosyal Pazarlama etkinliğini verimliliğini artıracaktır.

Sosyal Pazarlama faaliyetlerini yürüten organizasyonların kaynaklarının büyük bir kısmı bağışlardan oluşmaktadır. Bu bağışlar ise insanların gönüllü katılımının sağlanması ya da maddi olarak verilen desteklerden oluşmaktadır. Bu iki kaynağın elde edilmesi ve kullanılması şüphesiz doğru tanımlama ve ölçümler sayesinde olmaktadır. Çünkü ölçülmeyenleri yönetmek mümkün değildir. Pazarlamacılar tıpkı tüketici davranışlarında olduğu gibi bağış yapma davranışlarını da ölçebilirler. Bağış yapma davranışlarının ölçülmesi stratejik açıdan oldukça önemlidir. Kişilerin davranışlarını tam manasıyla anlayabilmek ve ölçebilmek ise ancak o davranışı sergilemesini etkileyen faktörleri içine alan bütüncül bir yaklaşımla mümkün olabilecektir. Bu faktörlerin belirlenmesi ve bağışçıların homojen olarak profillerinin oluşturulması, oluşturulan profillerin özelliklerine uygun farklılaştırma ve konumlandırma stratejilerinin oluşturulması kaynak oluşturma faaliyetlerini daha verimli hale getirebilir. İnsanların tüketim davranışlarına etki eden faktörleri incelendiğinde temel olarak dört segment ortaya çıkmaktadır. Bunlar demografik segmentasyon, coğrafik segmentasyon, psikografik segmentasyon ve davranışsal segmentasyondur.

Yapılan bu çalışmanın amacı Sosyal Pazarlama'da bağışçı tiplerinin Enneagram modeli temel alınarak demografik, psikografik ve davranışsal değişkenlerle ilişkisi ölçülerek hedef kitlenin belirlenmesidir.

Bu konu hakkında yapılan literatür incelemesinde; maddi ve gönüllü katılım bağlamındaki bağış kavramıyla ilgili, bağış motivasyonlarının bağış davranışlarına olan etkisinin incelendiği çalışmalara ulaşılmıştır. Ancak kişiliklerin bağış motivasyonları ve bağış

davranışlarıyla ilişkisini ortaya koyan bir çalışmaya henüz rastlanmamıştır. Kişilik belirlemek için kullanılan Enneagram Modeli ise işletme alanında pazarlama segmentasyonu, kişisel satış, liderlik, tüketici satın alma davranışları gibi konular açısından incelenmiştir. Ancak Sosyal Pazarlama’da hedef kitlenin belirlenmesi sürecinde bir araç olarak ve bağışçı davranışlarıyla ilgili bir çalışma gerçekleştirilmemiştir.

Bu çalışma, ilgili alandaki eksikliğin giderilmesi, literatüre katkı sağlanması ve topluma faydası olan faaliyetlerin verimli ve etkin bir hale getirilmesi amaçlanmıştır. Özellikle gönüllü organizasyonların kaynak geliştirme faaliyetlerine katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

III.2. Araştırmanın Kapsamı ve Sınırlılıkları

Bu çalışmada kullanılacak ölçeklerin geçerlilik ve güvenilirlik analizleri yapılmıştır. Ayrıca bu çalışmada ölçülen özellikler bakımından güvenilir sonuçlar verdiği varsayılmaktadır. Araştırmaya katılan kişilerin demografik özelliklerini, motivasyonlarını, bağış davranışlarını, kişilik özelliklerini ölçen sorulara doğru ve samimi bir şekilde cevap verdikleri varsayılmaktadır. Katılımcıların en az 18 yaş ve üzeri olmaları ve en az ilköğretim mezunu olmaları araştırmanın kısıtlılığıdır.

Bağış kavramı bireylerin maddi veya zaman ve yeteneklerini gönüllü kullanmaları olarak ele alınmış, kan ve organ gibi bağışlar araştırma kapsamına alınmamıştır. Ayrıca dini görev olarak yapılan zekât, fidye, fitre ve adak gibi bağışlar da araştırmanın kapsamı dışında bırakılmıştır.

III.3. Araştırma Metodolojisi

III.3.1. Araştırma Evreni ve Örneklemi

Bu araştırmanın uygulanma yöntemi Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Bilimsel Araştırma ve Yayın Etik Kurulunun 25.07.2024 tarihli 245 sayılı kararıyla etik olarak uygun bulunmuştur. İlgili etik kurul raporu ekte yer almaktadır. Araştırmada örneklem olarak bağış yapanlar ve gönüllü olarak hizmet sağlayanların katılacağı amaca yönelik örneklem türü olan, ölçüt örnekleme tercih edilmiştir. Örneklem için kendini algılama ve tanımlama gibi sorunların önüne geçilmesi amacıyla 18 yaş ve üzeri ve en az ilköğretim mezunları katılımcılar tercih edilmiştir. Araştırma örneklemini Türkiye’deki farklı illerde bağış yapan ve/veya gönüllü hizmet sağlayan 564 kişi oluşturmaktadır. Araştırma rastgele işaretlenen cevapların tespit edilip çıkartılması sonrasında 535 kişinin katılımıyla tamamlanmıştır.

III.3.2. Araştırma Hipotezleri

H₁: Enneagram kişilik tipleri ile demografik değişkenler arasında anlamlı bir farklılık vardır

H₂: Enneagram kişilik tipleri ile bağış davranışları arasında anlamlı bir farklılık vardır.

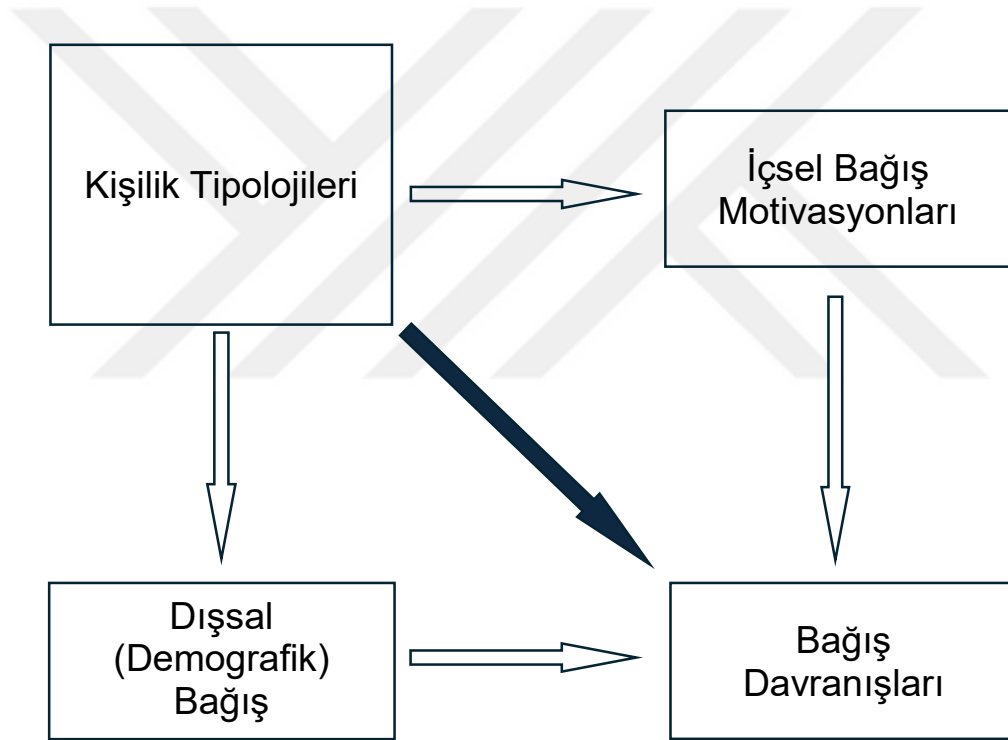
H₃: Enneagram kişilik tipleri ile içsel bağış motivasyonları arasında anlamlı bir farklılık vardır.

H₄: Dışsal Motivasyonlar ile bağış davranışları arasından anlamlı bir farklılık vardır.

H₅: İçsel Motivasyonlar ile bağış davranışları arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H₆: İçsel Motivasyonların birbirleri arasında anlamlı bir ilişki vardır.

III.3.3. Araştırma Modeli



III.3.4. Anket Formunun Oluşturulması ve Verilerin Toplanması

Araştırmada demografik bilgiler, kişilik tipolojilerinin, bağış davranış ve motivasyonlarının yer aldığı 3 bölümden oluşan anket çevrimiçi ortamda uygulanmıştır. Ankette, bağışçıların bağış motivasyonlarını ölçmek amacıyla Tiltay (2014) tarafından Türkçe 'ye uyarlanan toplamda 24 ifadeden oluşan dört motivasyon ve Göktaş (2014) tarafından geliştirilen 4 ifadeden oluşan bir motivasyonu kullanılmıştır. Bu motivasyonlardan dini değerlere yönelik motivasyona uzman görüşü alınarak bir ifade daha eklenmiştir. Bağışçıların kişiliklerinin tespiti için Şirin (2020)'nin geliştirdiği 54 ifadeden oluşan Enneagram Türkiye

Kişilik Envanteri (ETKE) kullanılmıştır. Bağış davranışları için literatürden de yararlanılarak 8 soru ve son olarak dışsal bağış motivasyonlarının da yer aldığı demografik bilgilerinin tespiti için 9 soruya yer verilmiştir. Araştırma da kullanılan kişilik ölçeği için gerekli izin alınarak olup ekte sunulmuştur. Diğer ölçekler ilgili çalışmalara atıf yapılarak kullanılmıştır.

Tablo 3.1: Araştırmada Kullanılan Ölçekler

Kullanılan Ölçek	İfade Sayısı	Yararlanılan Çalışmalar
Empati	4	Schlegelmilch vd. (1997) çev. Tiltay (2014)
Özgeciliğe Yönelik Tutum	5	Green ve Webb (1997) çev. Tiltay (2014)
Dini Değerlere Yönelik Tutum- İçsel ve Kişilerarası Alt Boyutlar-	9	Worthington vd. (2003) çev. Tiltay (2014)
Materyal Değerlere Yönelik Tutum	6	Richins (2004) Çev. Tiltay (2014)
Psikolojik Fayda	4	Göktaş (2014)
Enneagram Türkiye Kişilik Envanteri (ETKE)	54	Şirin (2020)

Araştırmada motivasyonların ve bağış davranışlarının ölçümü için kullanılan ifadelere verilen yanıtlarda katılımcıların sosyal kabul edilebilirlik düşüncesiyle hareket ederek mevcut durumları yerine olmasını istediklerini tercih etmeleri karşılaşılabilecek bir durumdur. Olması gerektiği düşünülen cevapların verilmesi sorunuyla sosyal bilimlerde sıkça karşılaşılmaktadır. Araştırmanın online ve anonim olarak gerçekleştirilmesinin bu durumu azaltacağı yapılan çalışmalarda ortaya çıkmıştır (Tiltay, 2014).

III. 3.4.1. Demografik Özellikler Bilgi Formu

Araştırmada bağışçıların dışsal motivasyonları 9 madde ile ölçülmüştür. Bunlar yaş, cinsiyet, medeni durum, çocuk sahibi olma durumu, ev durumu, çalışma durumu ve sektör bilgisi, aylık kişisel geliri ve eğitim durumu olarak belirtilebilir. İlgili ifadeler literatür göz önüne alınarak oluşturulmuştur. Bağışçı profillerinin belirlenmesi için uluslararası literatürde önemli bir yer tutan dışsal motivasyonlar, Türkiye’deki bağışçı davranışlarının ölçülmesi ve profillerinin oluşturulması için ulusal literatüre önemli bir katkı sağlayacaktır.

III. 3.4.2. Enneagram Türkiye Kişilik Envanteri (ETKE)

Enneagram Türkiye Kişilik Envanteri (ETKE), Şirin (2020) tarafından Türkiye’de geliştirilen ve Enneagram temel kişilik tiplerinin belirlenmesini sağlayan bir ölçektir. Ölçekte yer alan 54 maddenin güvenirlik analizinde Cronbach’s Alpha Değeri 0,89 ve alt ölçekler içim 0.60-0.78, test tekrar test analizinde korelasyon katsayıları 0.20 ile 0.57 arasındadır. Ölçeğim tüm alt faktörlerde anlamlı bir korelatif ilişki bulunmaktadır ($p<0,01$). Yapılan doğrulayıcı faktör analizi sonucunda envanterin tüm alt ölçeklerle uyum indeksleri, referans değerler içerisinde ve kabul edilebilir değerler içindedir. Envanter toplam 54 maddeden oluşmaktadır ve içinde ters maddelere yer verilmemiştir. 5’li likert ile oluşturulan ölçekte katılımcılar, 1 Beni Hiç Tanımlamıyor, 2 Beni Biraz Tanımlıyor, 3 Beni Orta Derecede Tanımlıyor, 4 Beni Çok Fazla Tanımlıyor ve 5 Tümüyle Beni Tanımlıyor şeklinde verilen puanlarla kendilerini ifade etmektedirler. Ölçek, alt boyutlardan alınan puanlara göre yüksek olan alt boyuta ait kişilik tipinin belirlenmesi şeklinde çalışmaktadır (Şirin; 2020)

III. 3.4.3. İçsel Motivasyonlara Ait Diğer Ölçekler

Empati, Dini Değerlere Yönelik Tutum, Materyal Değerlere Yönelik Tutum, Özgeciliğe Yönelik tutum ölçeğinin geçerlik ve güvenirliği, ölçeği geliştirenler tarafından ve farklı çalışmalarda test edilmiştir. Bu ölçeklerin Türkçe ’ye uyarlanması Tiltay (2014) etkin rol almıştır. Öncelikle ilgili ölçekleri dil uzmanları Türkçe ’ye daha da sonra farklı dil uzmanı tarafından orijinal diline çevrilmiştir. Bu işlem sonucunda yerel dile uyarlanması sağlanmıştır. Ölçeklerin güvenirliğini test etmek için içsel tutarlılık katsayısı hesaplanmıştır. Ölçeklerin içsel tutarlılıkları kabul edilebilir sınır olan 0,60 üzerinde bir değer almıştır. Ölçeklerin yapı geçerliliğinin ve faktörlerin değişkeni açıklama derecesini belirlemek için açıklayıcı faktör analizi yapılmıştır. İçsel tutarlılığı ve faktör yapısını bozan ifadelerin çıkartılması sonucu ölçekler son halini almıştır.

Psikolojik Fayda değişkeninin ölçümü için ise Göktaş (2014)’ün geliştirdiği Bağış Yapma Davranışına Yönelik Tutum ölçeğinin Psikolojik Faydalar Boyutunda yer alan 4 ifade kullanılmıştır. İfadelerin yer aldığı boyutun güvenirlik analizinde Cronbach’s Alfa katsayısı 0,76 olarak bulunmuştur.

Ölçekler 7’li likert ile ölçülmüş olup, katılımcıların 1 Kesinlikle Katılmıyorum, 2 Katılmıyorum, 3 Kısmen Katılmıyorum, 4 Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum, 5 Kısmen Katılıyorum, 6 Katılıyorum ve 7 Kesinlikle katılıyorum şeklindeki ifadelere vermiş oldukları cevaplar üzerinden değerlendirilmiştir.

III.3.5. Verilerin Çözümlemesi ve Yorumlanması

Verilerin analizi SPSS 29 paket programı ile yapılmıştır. Analizler yapılırken güven aralığı %95 olmakla birlikte anlamlılık düzeyleri $p<0,05$ ve $p<0,01$ şeklinde belirtilmiştir. Araştırma değişkenlerinin normallik testinde basıklık ve çarpıklık +2 ve -2 değerleri arasında yer alması durumunda normal dağıldığı kabul edilmektedir (George ve Mallery, 2010). Ayrıca grupların bulunduğu kategorik değişkenlerde ise Merkezi Limit Teoremine göre her gruptaki katılımcı sayısının 30 'dan büyük olduğu durumlarda da normal dağılım olacağı kabul edilmektedir (Kul, 2014:28; Büyüköztürk, 2019: 8).

Tablo 3.2’de araştırmada kullanılan ölçeklere ait basıklık ve çarpıklık değerleri verilmiştir.

Tablo 3.2: Ölçeklerin Basıklık ve Çarpıklık Değerleri

Ölçekler	Basıklık	Çarpıklık
Empati	1,751	-1,113
Özgeciliğe Yönelik Tutum	,574	-,919
İçsel Dini Değerler Alt Boyut	1,985	-1,460
Kişilerarası Değerler Alt Boyut	,782	-1,161
Materyal Değerlere Yönelik Tutum	-,664	,358
Psikolojik Fayda	,871	-,975

Tablo 5’e bakıldığında ölçeklerin basıklık ve çarpıklık değerleri +2 ve -2 aralığında olduğu görülmektedir. Bu değerlere göre normal dağılım sağlanmakta ve parametrik testlerin kullanımı mümkün olmaktadır.

Verilerin analizinde $n>30$ olan ve normal dağılıma sahip iki gruplu değişkenlerde Bağımsız Gruplar da T testi, ikiden fazla gruba sahip değişkenlerde ise Anova testi kullanılmıştır. Anova testi sonucunda gruplar arası farklılığın hangileri arasında olduğunu belirlemek için öncelikle Tukey HSD testi kullanılmıştır. Anova testi anlamlı bulunan ancak Tukey HSD’de farklılığın tespit edilmediği durumlar için LSD testi kullanılmıştır. Varyansların homojenlik şartını karşılamaması durumunda ise Games-Howell testi uygulanmıştır (Çelik, 2021:36). $N<30$ olan ve normal dağılıma sahip olmayan iki gruplu değişkenlerde Mann Whitney U testi, ikiden fazla gruplarda ise Kruskal Wallis H testi kullanılmıştır. Kruskal Wallis H testinde anlamlı farklılığın hangi gruplar arasında olduğunu belirlemek için özel bir test olmadığından dolayı ikili karşılaştırmalarda kullanılan Mann Whitney U testi kullanılmıştır. Kategorik olan iki değişkenin karşılaştırılması için ise Ki Kare testi kullanılmıştır (mustafaotrar.net/istatistik; Özdamar, 2004: 490-528; Büyüköztürk, 2019: 155).

IV. BÖLÜM BULGULAR

IV.1. Katılımcılara Ait Bulgular

Tablo 4.1’de katılımcıların kişilik ve demografik özelliklerine ait frekans ve yüzdelik dağılımlarına ilişkin bulgular verilmiştir.

Tablo 4.1: Katılımcılara Ait Betimsel Bulgular

Kişilik		N	%
Kişilik Tipleri	Tip 1	118	22,1
	Tip 2	175	32,7
	Tip 3	26	4,9
	Tip 4	18	3,4
	Tip 5	63	11,8
	Tip 6	76	14,2
	Tip 7	20	3,7
	Tip 8	9	1,7
	Tip 9	30	5,6
	Toplam	535	100,0
Cinsiyet		N	%
	Erkek	268	50,1
	Kadın	267	49,9
	Toplam	535	100,0
Yaş		N	%
	18-30 yaş	265	49,5
	31-40 yaş	95	17,8
	41-50 yaş	100	18,7
	51 yaş ve üzeri	75	14,0
	Toplam	535	100,0

	N	%
Eğitim Durumu		
İlköğretim	17	3,2
Lise	119	22,2
Ön Lisans	53	9,9
Lisans	250	46,7
Lisansüstü	96	17,9
Toplam	535	100,0
Medeni Durum		
Evli	265	49,5
Bekar	253	47,3
Boşanmış ya da Eşi Vefat Eden	17	3,2
Toplam	535	100,0
Çocuk Durum		
Çocuğu Olmayanlar	278	52,0
1 Çocuk	38	7,1
2 Çocuk	117	21,9
3 Çocuk	67	12,5
4 Çocuk ve Üzeri	35	6,5
Toplam	535	100,0
Çalışma Durumu		
Çalışıyor	273	51,0
Çalışmıyor	223	41,7
Emekli	39	7,3
Toplam	535	100,0
Çalışma Sektörü		
Kamu	147	27,5
Özel	106	19,8
Sivil Toplum Kuruluşları	20	3,7

Toplam	273	51,0
Emekli ve Çalışmayanlar	262	49,0
Genel Toplam	535	100,0
Kişisel Gelir	N	%
10.000 TL ve altı	182	34,0
10.001-17.001 TL arası	48	9,0
17.002-27.000 TL arası	68	12,7
27.001-37.000 TL arası	80	15,0
37.001-47.000 TL arası	67	12,5
47.001-57.000 TL arası	36	6,7
57.001 TL arası	54	10,1
Toplam	535	100,0
Ev Durumu	N	%
Ev Sahibi	232	43,4
Kiracı	143	26,7
Kira Ödemeden Oturan	160	29,9
Total	535	100,0

Tablo 4.1 incelendiğinde katılımcıların Enneagram kişilik tiplerinin; Tip 1'in 118 kişi (%22,1), Tip 2'nin 175 kişi (%32,7), Tip 3'ün 26 kişi (%4,9), Tip 4'ün 18 kişi (%3,4), Tip 5'in 63 kişi (%11,8), Tip 6'nın 76 kişi (%14,2), Tip 7'nin 20 kişi (3,7), Tip 8'in 9 kişi (%1,7) ve Tip 9'un 30 kişi (%5,6) olduğu görülmektedir.

Cinsiyet değişkenine göre bakıldığında katılımcıların 268'i (%50,1) erkek, 267'si (%49,9) ise kadındır. 18-30 yaş aralığında 265 (%49,5) kişi, 31-40 yaş aralığında 95 (%17,8) kişi, 41-50 yaş aralığında 100 kişi (%18,7) ve 51 yaş ve üzerinde ise 75 kişi (%14) bulunmaktadır. Eğitim düzeyi açısından değerlendirildiğinde katılımcıların 17'sinin (%3,2) ilköğretim mezunu, 119'unun (%22,2) lise mezunu, 53'ünün (%9,9) ön lisans, 250'sinin (%46,7) lisans mezunu ve 96'sının (%17,9) lisansüstü mezunu olduğu tespit edilmiştir.

Katılımcıların medeni durumları incelendiğinde evli olanların 265 kişi (%49,5), bekar olanların 253 kişi (%47,3) ve boşanmış ya da eşi vefat eden kişilerin ise 17 kişi (%3,2) olduğu görülmektedir. Çocuk sahipliği durumuna bakıldığında katılımcıların 278'inin (%52)

çocuğunun olmadığı, 38'inin 1 çocuğunun (%7,1), 117'sinin (%21,9) 2 çocuğunun, 67'sinin (%12,5) 3 çocuğunun ve 35'inin (%6,5) 4 ve 4'ten fazla çocuk sahibi olduğu belirlenmiştir.

Çalışma durumu değişkenine göre bakıldığında katılımcıların 147'si (%27,5) çalışıyor, 223'ü (%41,7) çalışmıyor ve 39'u (%7,3) emeklidir. Çalışma sektörüne göre incelendiğinde katılımcıların 147'si (%27,5) kamu sektöründe, 106'sı (%19,8) özel sektörde ve 20'si (%3,7) sivil toplum kuruluşlarında çalışmaktadır. Katılımcıların kişisel gelir durumlarında ise 10.000 TL ve altında olanlar 182 kişi (%34), 10.001-17.001 TL aralığında olanlar 48 kişi (%9), 17.002-27.000 TL aralığında olanlar 68 kişi (%12,7), 27.001-37.000 TL aralığında bulunanlar 80 kişi (%15), 37.001-47.000 TL aralığındakiler 67 kişi (%12,7), 47.001-57.000 TL aralığındakiler 36 kişi (%6,7) ve 57.001 TL ve üzerinde bulunanlar 54 kişi (%10,1)'dir. Katılımcıların 232'si (%43,4) ev sahibi, 143'ü (%26,7) kiracı ve 160'ı (%29,9) kira ödememektedir.

IV.2. Enneagram Kişilik Tiplerine Ait Bulgular

Tablo 4.2'de Enneagram kişilik tipleri ile cinsiyet durumu arasındaki ilişkinin incelenmesine ait Ki Kare testi sonuçları verilmiştir.

Tablo 4.2: Enneagram Kişilik Tiplerinin Cinsiyete Göre İncelenmesine Yönelik Ki Kare Testi Sonuçları

Gruplar	Enneagram Kişilik Tipleri									Toplam	X ²	sd	p
	1	2	3	4	5	6	7	8	9				
Cinsiyet	Erkek	58	89	11	3	33	45	6	5	18	268	15,932	8 ,043
	Kadın	60	86	15	15	30	31	14	4	12	267		
	Toplam	118	175	26	18	63	76	20	9	30	535		

Enneagram kişilik tiplerinin cinsiyete göre incelenmesi için yapılan Ki Kare testi sonuçlarına göre, Enneagram kişilik tipleri ile cinsiyet arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık olduğu bulunmuştur ($p < 0,05$).

Tablo 4.3'te Enneagram kişilik tipleri ile yaş durumu arasındaki ilişkinin incelenmesine ait Ki Kare testi sonuçları verilmiştir.

Tablo 4.3: Enneagram Kişilik Tiplerinin Yaş Durumuna Göre İncelenmesine Yönelik Ki Kare Testi Sonuçları

Gruplar	Enneagram Kişilik Tipleri									Toplam	X ²	sd	p
	1	2	3	4	5	6	7	8	9				
Yaş	18-30 yaş	56	85	18	13	28	30	12	6	17	265	24,246	24 ,44
	31-40 yaş	21	37	3	1	11	13	4	0	5	95		
	41-50 yaş	22	33	3	2	13	17	1	2	7	100		
	51 yaş ve üzeri	19	20	2	2	11	16	3	1	1	75		
	Toplam	118	175	26	18	63	76	20	9	30	535		

Enneagram kişilik tiplerinin yaş durumuna göre incelenmesi için yapılan Ki Kare testi sonuçlarına göre, Enneagram kişilik tipleri ile yaş arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmamıştır ($p>0,05$).

Tablo 4.4'te Enneagram kişilik tipleri ile eğitim durumu arasındaki ilişkinin incelenmesine ait Ki Kare testi sonuçları verilmiştir.

Tablo 4.4: Enneagram Kişilik Tiplerinin Eğitim Durumuna Göre İncelenmesine Yönelik Ki Kare Testi Sonuçları

Gruplar	Enneagram Kişilik Tipleri									Toplam	X ²	sd	p
	1	2	3	4	5	6	7	8	9				
Eğitim Durumu	İlköğretim	4	5	0	0	1	4	1	1	1	17	35,675	32 ,30
	Lise	24	41	10	8	8	13	4	5	6	119		
	Ön Lisans	13	17	2	1	6	7	4	0	3	53		
	Lisans	50	87	11	6	31	37	9	3	16	250		
	Lisansüstü	27	2	3	3	17	15	2	0	4	96		
	Toplam	118	175	26	18	63	76	20	9	30	535		

Enneagram kişilik tiplerinin eğitim durumuna göre incelenmesi için yapılan Ki Kare testi sonuçlarına göre, Enneagram kişilik tipleri ile eğitim durumu arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmamıştır ($p>0,05$).

Tablo 4.5'te Enneagram kişilik tipleri ile çalışma durumu arasındaki ilişkinin incelenmesine ait Ki Kare testi sonuçları verilmiştir.

Tablo 4.5: Enneagram Kişilik Tiplerinin Çalışma Durumuna Göre İncelenmesine Yönelik Ki Kare Testi Sonuçları

Gruplar		Enneagram Kişilik Tipleri									Toplam	X ²	sd	p
		1	2	3	4	5	6	7	8	9				
Çalışma Durumu	Çalışıyor	57	93	10	5	38	40	12	4	14	273	26,654	16	,045
	Çalışmıyor	46	73	16	12	21	27	8	4	16	223			
	Emekli	15	9	0	1	4	9	0	1	0	39			
	Toplam	118	175	26	18	63	76	20	9	30	535			

Enneagram kişilik tiplerinin çalışma durumuna göre incelenmesi için yapılan Ki Kare testi sonuçlarına göre, Enneagram kişilik tipleri ile çalışma durumu arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık tespit edilmiştir ($p < 0,05$).

Tablo 4.6’da Enneagram kişilik tipleri ile çalışma sektör durumu arasındaki ilişkinin incelenmesine ait Ki Kare testi sonuçları verilmiştir.

Tablo 4.6: Enneagram Kişilik Tiplerinin Çalışma Sektör Durumuna Göre İncelenmesine Yönelik Ki Kare Testi Sonuçları

Gruplar		Enneagram Kişilik Tipleri									Toplam	X ²	sd	p
		1	2	3	4	5	6	7	8	9				
Çalışma Sektör	Kamu	32	51	5	2	16	26	6	0	9	147	17,930	16	,328
	Özel	21	31	5	3	20	13	5	3	5	106			
	Sivil Toplum Kuruluşu	4	11	0	0	2	1	1	1	0	20			
	Toplam	57	93	10	5	38	40	12	4	14	273			
	Emekli ve Çalışmayanlar	61	82	16	13	25	36	5	5	16	262			
	Genel Toplam	118	175	26	18	63	76	20	9	30	535			

Enneagram kişilik tiplerinin çalışma sektör durumuna göre incelenmesi için yapılan Ki Kare testi sonuçlarına göre, Enneagram kişilik tipleri ile çalışma sektör durumu arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmamıştır ($p > 0,05$).

Tablo 4.7’de Enneagram kişilik tipleri ile çalışma sektör durumu arasındaki ilişkinin incelenmesine ait Ki Kare testi sonuçları verilmiştir.

Tablo 4.7: Enneagram Kişilik Tiplerinin Kişisel Gelir Durumuna Göre İncelenmesine Yönelik Ki Kare Testi Sonuçları

Gruplar		Enneagram Kişilik Tipleri									Toplam	X ²	sd	p
		1	2	3	4	5	6	7	8	9				
Kişisel Gelir	10.000 TL ve altı	35	53	16	11	18	23	8	4	14	182	64,713	48	,054
	10.001-17.002 TL arası	12	16	3	1	5	6	2	1	2	48			
	17.003-27.000 TL arası	22	23	0	2	10	6	3	2	0	68			
	27.001-37.000 TL arası	17	34	3	1	4	14	1	2	4	80			
	37.001-47.000 TL arası	10	26	1	2	13	12	1	0	2	67			
	47.001-57.000 TL arası	7	10	2	0	4	7	4	0	2	36			
	57.001 TL ve üzeri	15	13	1	1	9	8	1	0	6	54			
	Toplam	118	175	26	18	63	76	20	9	30	535			

Enneagram kişilik tiplerinin kişisel gelir durumuna göre incelenmesi için yapılan Ki Kare testi sonuçlarına göre, Enneagram kişilik tipleri ile kişisel gelir durumu arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmamıştır ($p>0,05$).

Tablo 4.8’de Enneagram kişilik tipleri ile ev durumu arasındaki ilişkinin incelenmesine ait Ki Kare testi sonuçları verilmiştir.

Tablo 4.8: Enneagram Kişilik Tiplerinin Ev Durumuna Göre İncelenmesine Yönelik Ki Kare Testi Sonuçları

Gruplar		Enneagram Kişilik Tipleri									Toplam	X²	sd	p
		1	2	3	4	5	6	7	8	9				
Ev Durumu	Ev Sahibi	57	74	10	3	30	35	6	3	14	232	30,103	16	,017
	Kiracı	30	56	5	4	17	18	9	1	2	142			
	Kira Ödemeden Oturan	31	45	11	11	16	23	5	5	14	161			
	Toplam	118	175	26	18	63	76	20	9	30	535			

Enneagram kişilik tiplerinin ev durumuna göre incelenmesi için yapılan Ki Kare testi sonuçlarına göre, Enneagram kişilik tipleri ile ev durumu arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık tespit edilmiştir ($p<0,05$).

Tablo 4.9’da Enneagram kişilik tipleri ile medeni durum arasındaki ilişkinin incelenmesine ait Ki Kare testi sonuçları verilmiştir.

Tablo 4.9: Enneagram Kişilik Tiplerinin Medeni Durumuna Göre İncelenmesine Yönelik Ki Kare Testi Sonuçları

Gruplar		Enneagram Kişilik Tipleri									Toplam	X ²	sd	p
		1	2	3	4	5	6	7	8	9				
Medeni Durum	Evli	63	93	9	2	34	44	8	2	10	265	34,642	16	,004
	Bekar	52	80	17	14	27	28	10	6	19	253			
	Boşanmış ya da Eşi Vefat Eden	3	2	0	2	2	4	2	1	1	17			
	Toplam	118	175	26	18	63	76	20	9	30	535			

Enneagram kişilik tiplerinin medeni duruma göre incelenmesi için yapılan Ki Kare testi sonuçlarına göre, Enneagram kişilik tipleri ile medeni durum arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık tespit edilmiştir ($p<0,01$).

Tablo 4.10’da Enneagram kişilik tipleri ile çocuk sahipliği durumu arasındaki ilişkinin incelenmesine ait Ki Kare testi sonuçları verilmiştir.

Tablo 4.10: Enneagram Kişilik Tiplerinin Çocuk Sahipliği Durumuna Göre İncelenmesine Yönelik Ki Kare Testi Sonuçları

Gruplar		Enneagram Kişilik Tipleri									Toplam	X ²	sd	p
		1	2	3	4	5	6	7	8	9				
Çocuk Sahipliği Durumu	Çocuğu Olmayanlar	58	86	18	15	30	34	12	6	19	278	40,391	32	,147
	1 Çocuk	8	12	4	0	7	5	2	0	0	38			
	2 Çocuk	29	43	2	1	13	18	6	1	4	117			
	3 Çocuk	16	21	1	0	8	12	0	2	7	67			
	4 Çocuk ve Üzeri	7	13	1	2	5	7	0	0	0	35			
	Toplam	118	175	26	18	63	76	20	9	30	535			

Enneagram kişilik tiplerinin çocuk sahipliği durumuna göre incelenmesi için yapılan Ki Kare testi sonuçlarına göre, Enneagram kişilik tipleri ile çocuk sahipliği durumu arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmamıştır ($p>0,05$).

Tablo 4.11’de Empati ölçeği puanları ile Enneagram kişilik tipleri arasındaki ilişkinin incelenmesine ait Kruskal Wallis H testi sonuçları verilmiştir.

Tablo 4.11: Empati Ölçeği Puanlarının Enneagram Kişilik Tiplerine Göre İncelenmesine Yönelik Kruskal Wallis H Testi Sonuçları

Ölçekler	Gruplar	n	S.O.	H	sd	P	Fark
Empati Ölçeği	Tip 1	118	290,56	16,437	8	,037	1>5,6,9
	Tip 2	175	287,79				2>5,6,9
	Tip 3	26	295,63				
	Tip 4	18	219,72				
	Tip 5	63	237,06				
	Tip 6	76	238,51				
	Tip 7	20	242,43				
	Tip 8	9	271,78				
	Tip 9	30	224,43				
	Toplam	535					

Empati Ölçeği puanlarının Enneagram kişilik tiplerine göre incelenmesine yönelik yapılan Kruskal Wallis-H testi sonuçlarına göre, Empati Ölçeği puanlarının Enneagram kişilik tiplerine göre istatistiksel olarak anlamlı düzeyde farklılaştığı bulunmuştur ($p<0,05$). Gruplar arasındaki farklılığın belirlenmesi için yapılan Mann Whitney U testi sonuçlarına göre, Tip 1 ve Tip 2 kişiliklerin Empati Ölçeği puanlarının Tip 5, Tip 6 ve Tip 9 kişiliklerinden daha yüksek olduğu belirlenmiştir.

Tablo 4.12’de Özgeciliğe Yönelik Tutum Ölçeği puanları ile Enneagram kişilik tipleri arasındaki ilişkinin incelenmesine ait Kruskal Wallis H testi sonuçları verilmiştir.

Tablo 4.12: Özgeciliğe Yönelik Tutum Ölçeği Puanlarının Enneagram Kişilik Tiplerine Göre İncelenmesine Yönelik Kruskal Wallis H Testi Sonuçları

Ölçekler	Gruplar	n	S.O.	H	sd	P	Fark
Özgecilik	Tip 1	118	289,95	39,791	8	<,001	1,2> 4, 5,6,8,9
	Tip 2	175	309,51				
	Tip 3	26	255,52				
	Tip 4	18	173,22				
	Tip 5	63	239,13				
	Tip 6	76	224,53				
	Tip 7	20	276,98				
	Tip 8	9	187,17				
	Tip 9	30	196,22				
	Toplam	535					

Özgeciliğe Yönelik Tutum Ölçeği puanlarının Enneagram kişilik tiplerine göre incelenmesine yönelik yapılan Kruskal Wallis-H testi sonuçlarına göre, Özgeciliğe Yönelik Tutum Ölçeği puanlarının Enneagram kişilik tiplerine göre istatistiksel olarak anlamlı düzeyde farklılaşmaktadır ($p<0,05$). Gruplar arasındaki farklılığın belirlenmesi için yapılan Mann Whitney U testi sonuçlarına göre, Tip 1 ve Tip 2 kişiliklerin Özgeciliğe Yönelik Tutum Ölçeği puanlarının Tip 4, Tip 5, Tip 6, Tip 8 ve Tip 9 kişiliklerden daha yüksek olduğu tespit edilmiştir.

Tablo 4.13'te Psikolojik Fayda Ölçeği puanları ile Enneagram kişilik tipleri arasındaki ilişkinin incelenmesine ait Kruskal Wallis H testi sonuçları verilmiştir.

Tablo 4.13: Psikolojik Fayda Ölçeği Puanlarının Enneagram Kişilik Tiplerine Göre İncelenmesine Yönelik Kruskal Wallis H Testi Sonuçları

Ölçekler	Gruplar	n	S.O.	H	sd	P	Fark
Psikolojik Fayda	Tip 1	118	268,65	22,189	8	,005	1>4
	Tip 2	175	294,85				2,3>4, 6,7
	Tip 3	26	309,29				5>4,7
	Tip 4	18	183,86				

Tip 5	63	278,66
Tip 6	76	231,80
Tip 7	20	195,45
Tip 8	9	244,39
Tip 9	30	248,33
Toplam	535	

Psikolojik Fayda Ölçeği puanlarının Enneagram kişilik tiplerine göre incelenmesine ilişkin Kruskal Wallis-H testi sonuçlarına göre, Psikolojik Fayda Ölçeği puanlarının kişilik tiplerine göre istatistiksel olarak anlamlı düzeyde farklılaşmaktadır ($p<0,05$).

Gruplar arasındaki farklılığın belirlenmesi için yapılan Mann Whitney U testi sonuçlarına göre, Tip 1 kişiliklerin Psikolojik Fayda Ölçeği puanlarının Tip 4'ten; Tip 2 ve Tip 3 kişiliklerin Psikolojik Fayda Ölçeği puanlarının Tip 4, Tip 6 ve Tip 7'den; Tip 5 kişiliklerin Psikolojik Fayda Ölçeği puanlarının Tip 4 ve Tip 7 kişiliklerden daha yüksek olduğu belirlenmiştir.

Tablo 4.14'te Materyal Değerlere Yönelik Tutum Ölçeği puanları ile Enneagram kişilik tipleri arasındaki ilişkinin incelenmesine ait Kruskal Wallis H testi sonuçları verilmiştir.

Tablo 4.14: Materyal Değerlere Yönelik Tutum Ölçeği Puanlarının Enneagram Kişilik Tiplerine Göre İncelenmesine Yönelik Kruskal Wallis H Testi Sonuçları

Ölçekler	Gruplar	n	S.O.	H	sd	P	Fark
Materyal Değerler	Tip 1	118	260,61	15,617	8	,048	3>6
	Tip 2	175	264,99				9>1,2,6
	Tip 3	26	324,25				
	Tip 4	18	299,33				
	Tip 5	63	266,92				
	Tip 6	76	228,51				
	Tip 7	20	277,55				
	Tip 8	9	290,44				
	Tip 9	30	336,25				
	Toplam	535					

Materyal Değerlere Yönelik Tutum Ölçeği puanlarının Enneagram kişilik tiplerine göre incelenmesine yönelik yapılan Kruskal Wallis-H testi sonuçlarına göre; Materyal Değerlere Yönelik Tutum Ölçeği puanlarının Enneagram kişilik tiplerine göre istatistiksel olarak anlamlı düzeyde farklılaşmaktadır ($p<0,05$). Gruplar arasındaki farklılığın belirlenmesi için yapılan Mann Whitney U testi sonuçlarına göre, Tip 3 kişiliklerin Materyal Değerlere Yönelik Tutum Ölçeği puanlarının Tip 6'dan; Tip 9 kişiliklerin Materyal Değerlere Yönelik Tutum Ölçeği puanlarının Tip 1, Tip 2 ve Tip 6 kişiliklerden daha yüksek olduğu tespit edilmiştir.

Tablo 4.15'te Dini Değerlere Yönelik Tutum Ölçeği İçsel Dini Değerler Alt Boyutu puanları ile Enneagram kişilik tipleri arasındaki ilişkinin incelenmesine ait Kruskal Wallis H testi sonuçları verilmiştir.

Tablo 4.15: Dini Değerlere Yönelik Tutum Ölçeği İçsel Dini Değerler Alt Boyutu Puanlarının Enneagram Kişilik Tiplerine Göre İncelenmesine Yönelik Kruskal Wallis H Testi Sonuçları

Ölçekler	Gruplar	n	S.O.	H	sd	P	Fark
İçsel Dini Değerler	Tip 1	118	290,20	26,082	8	,001	1>3,4,7,9
	Tip 2	175	298,38				2>3,4,5,6,7,9
	Tip 3	26	216,27				
	Tip 4	18	192,31				
	Tip 5	63	253,23				
	Tip 6	76	254,29				
	Tip 7	20	200,83				
	Tip 8	9	207,06				
	Tip 9	30	222,52				
	Toplam	535					

Dini Değerlere Yönelik Tutum Ölçeği İçsel Dini Değerler Alt Boyutu Puanlarının Enneagram kişilik tiplerine göre incelenmesi için yapılan Kruskal Wallis-H testi sonuçlarına göre; Dini Değerlere Yönelik Tutum Ölçeği İçsel Dini Değerler Alt Boyutu Puanlarının Enneagram kişilik tiplerine göre istatistiksel olarak anlamlı düzeyde farklılaşmaktadır ($p<0,05$). Gruplar arasındaki farklılığın belirlenmesi için yapılan Mann Whitney U testi sonuçlarına göre, Tip 1 kişiliklerin İçsel Dini Değerler Alt Boyutu Puanlarının Tip 3, Tip 4, Tip 7 ve Tip 9'dan;

Tip 2 kişiliklerin İçsel Dini Değerler Alt Boyutu Puanlarının Tip 3, Tip 4 ve Tip 5 Tip 6, Tip 7 ve Tip 9 kişiliklerden daha yüksek olduğu tespit edilmiştir.

Tablo 4.16’da Dini Değerlere Yönelik Tutum Ölçeği Kişilerarası Dini Değerler Alt Boyutu puanları ile Enneagram kişilik tipleri arasındaki ilişkinin incelenmesine ait Kruskal Wallis H testi sonuçları verilmiştir.

Tablo 4.16: Dini Değerlere Yönelik Tutum Ölçeği Kişilerarası Dini Değerler Alt Boyutu Puanlarının Enneagram Kişilik Tiplerine Göre İncelenmesine Yönelik Kruskal Wallis H Testi Sonuçları

Ölçekler	Gruplar	n	S.O.	H	sd	P	Fark
Kişilerarası Dini Değerler	Tip 1	118	278,58	30,302	8	<,001	1>3,4
	Tip 2	175	309,88				2>3,4,5,6,7
	Tip 3	26	209,08				
	Tip 4	18	189,58				
	Tip 5	63	245,28				
	Tip 6	76	242,73				
	Tip 7	20	204,18				
	Tip 8	9	267,67				
	Tip 9	30	234,58				
	Toplam	535					

Dini Değerlere Yönelik Tutum Ölçeği Kişilerarası Dini Değerler Alt Boyutu Puanlarının Enneagram kişilik tiplerine göre incelenmesi için yapılan Kruskal Wallis-H testi sonuçlarına göre; Dini Değerlere Yönelik Tutum Ölçeği Kişilerarası Dini Değerler Alt Boyutu Puanlarının Enneagram kişilik tiplerine göre istatistiksel olarak anlamlı düzeyde farklılaşmaktadır ($p<0,05$). Gruplar arasındaki farklılığın belirlenmesi için yapılan Mann Whitney U testi sonuçlarına göre, Tip 1 kişiliklerin Kişilerarası Dini Değerler Alt Boyutu Puanlarının Tip 3, Tip 4’ten; Tip 2 kişiliklerin Kişilerarası Dini Değerler Alt Boyutu Puanlarının Tip 3, Tip 4 ve Tip 5 Tip 6, Tip 7 kişiliklerden daha yüksektir.

Tablo 4.17’de Enneagram kişilik tipleri ile bağış miktarı durumu arasındaki ilişkinin incelenmesine ait Ki Kare testi sonuçları verilmiştir.

Tablo 4.17: Enneagram Kişilik Tiplerinin Bağış Miktarı Durumlarına Yönelik Ki Kare Testi Sonuçları

Gruplar	Enneagram Kişilik Tipleri										Toplam	X ²	sd	p
		1	2	3	4	5	6	7	8	9				
Bağış Miktarı	1-50 TL arası	21	29	8	5	10	15	4	0	6	98	51,361	56	,65
	51-100 TL arası	16	35	7	4	17	14	6	3	8	110			
	101-250 TL arası	17	28	5	2	8	14	2	0	5	81			
	251-500 TL arası	19	35	2	2	10	10	5	5	3	91			
	501-750 TL arası	13	7	1	3	4	4	1	0	2	35			
	751-1000 TL arası	12	14	1	2	5	4	0	0	2	40			
	1001-2000 TL arası	8	12	2	0	3	6	0	0	2	33			
	2001 TL ve üzeri	12	15	0	0	6	9	2	1	2	47			
	Toplam	118	175	26	18	63	76	20	9	30	535			

Enneagram kişilik tiplerinin bağış miktarı durumuna göre incelenmesi için yapılan Ki Kare testi sonuçlarına göre, Enneagram kişilik tipleri ve bağış miktarı durumu arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılığa rastlanmamıştır ($p>0,05$).

Tablo 4.18’de Enneagram kişilik tipleri ile bağış sıklığı durumu arasındaki ilişkinin incelenmesine ait Ki Kare testi sonuçları verilmiştir.

Tablo 4.18: Enneagram Kişilik Tiplerinin Bağış Sıklığı Durumlarına Yönelik Ki Kare Testi Sonuçları

Gruplar	Enneagram Kişilik Tipleri										Toplam	X ²	sd	p
		1	2	3	4	5	6	7	8	9				
Bağış Sıklığı	Bir-Üç Günde Bir	21	29	8	5	10	15	4	0	6	98	45,156	40	,26
	Haftada Bir	16	35	7	4	17	14	6	3	8	110			
	On Beş Günde Bir	17	28	5	2	8	14	2	0	5	81			
	Ayda Bir	19	35	2	2	10	10	5	5	3	91			

Üç Ayda Bir ve Daha Az Sıklıkla	13	7	1	3	4	4	1	0	2	35
Düzensiz	12	14	1	2	5	4	0	0	2	40
Toplam	118	175	26	18	63	76	20	9	30	535

Enneagram kişilik tiplerinin bağış sıklığı durumuna göre incelenmesi için yapılan Ki Kare testi sonuçlarına göre, Enneagram kişilik tipleri ile bağış sıklığı durumu arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmamıştır ($p>0,05$).

Tablo 4.19’da Enneagram kişilik tipleri ile gönüllü hizmet süresi durumu arasındaki ilişkinin incelenmesine ait Ki Kare testi sonuçları verilmiştir.

Tablo 4.19: Enneagram Kişilik Tiplerinin Gönüllü Hizmet Süresi Durumlarına Yönelik Ki Kare Testi Sonuçları

Gruplar		Enneagram Kişilik Tipleri									Toplam	X ²	sd	p
		1	2	3	4	5	6	7	8	9				
Gönüllü Hizmet Süresi	Katılmayanlar	47	49	10	2	30	39	7	4	14	202	48,750	32	,029
	1-3 Saat Arası	26	54	5	7	17	18	7	0	9	143			
	4-6 Saat Arası	14	25	3	2	7	5	2	0	2	60			
	7-9 Saat Arası	8	11	4	3	1	4	0	0	0	31			
	10 Saat ve Üzeri	20	29	4	3	6	7	4	4	4	81			
	Toplam	115	168	26	17	61	73	20	8	29	517			
	Belirtmeyenler	3	7	0	1	2	3	0	1	1	18			

Enneagram kişilik tiplerinin gönüllü hizmet süresi durumuna göre incelenmesi için yapılan Ki Kare testi sonuçlarına göre, Enneagram kişilik tipleri ile gönüllü hizmet süresi arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık tespit edilmiştir ($p<0,05$).

Tablo 4.20’de Enneagram kişilik tipleri ile kurum tercihi durumu arasındaki ilişkinin incelenmesine ait Ki Kare testi sonuçları verilmiştir.

Tablo 4.20: Enneagram Kişilik Tiplerinin Kurum Tercihi Durumlarına Yönelik Ki Kare Testi Sonuçları

Gruplar		Enneagram Kişilik Tipleri									Toplam	X ²	sd	p
		1	2	3	4	5	6	7	8	9				
Kurum Tercihleri	Kızılay	50	64	12	8	27	34	8	3	10	216	3,298	8	,914
	İHH	64	112	12	7	27	44	8	5	16	295	14,332	8	,074
	Lösev	4	8	0	2	7	4	4	1	3	33	15,333	8	,053
	Tema	8	7	3	5	1	4	1	2	4	35	24,891	8	,002
	Deniz Feneri	8	12	2	1	2	5	1	0	1	32	2,425	8	,965
	AFAD	32	39	10	3	16	23	6	1	4	134	8,637	8	,374
	Türkiye Diyanet Vakfı	24	33	2	4	14	18	3	1	5	104	4,462	8	,813
	Yeryüzü Doktorları	5	14	0	3	7	2	1	0	2	34	11,508	8	,175
	Aziz Mahmud Hüdayi Vakfı	27	41	7	1	13	17	2	2	7	117	5,267	8	,729
	Yetim Vakfı	6	8	2	0	4	4	2	0	0	26	4,879	8	,770
	Cami	21	44	5	3	13	14	0	3	9	112	10,732	8	,217
	Yeşilay	7	5	3	3	3	2	3	0	2	28	14,470	8	,070
	Toplam	118	175	26	18	63	76	20	9	30	535			

*Bu veriler, katılımcılara en fazla üç yanıt seçme hakkı tanınarak toplanmıştır.

Enneagram kişilik tiplerinin kurum tercihi durumuna göre incelenmesi için yapılan Ki Kare testi sonuçlarına göre, Enneagram kişilik tipleri ile kurum tercihi durumu arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmuştur ($p < 0,05$). Bağış kurumu tercihlerine bakıldığında, Kızılay ve İHH'nın tipolojilerde en sık bağış yapılan ilk iki kurum olduğu görülmektedir. Üçüncü kurum tercihleri incelendiğinde, Tip 1, Tip 3, Tip 5, Tip 6 ve Tip 7 için AFAD, Tip 2, Tip 8 ve Tip 9 için Cami ve Tip 4'ler için Tema Vakfı olduğu görülmektedir.

Tablo 4.21'de Enneagram kişilik tipleri ile bağış konusu durumu arasındaki ilişkinin incelenmesine ait Ki Kare testi sonuçları verilmiştir.

Tablo 4.21: Enneagram Kişilik Tiplerinin Bağış Konusu Durumlarına Yönelik Ki Kare Testi Sonuçları

Gruplar		Enneagram Kişilik Tipleri									Toplam	X ²	sd	p
		1	2	3	4	5	6	7	8	9				
Bağış Konuları	Eğitim	34	51	12	7	21	19	10	2	11	167	9,403	8	,309
	Sağlık	22	26	4	6	23	20	1	1	5	108	21,304	8	,006
	Dini Eğitim ve Hizmetler	44	70	7	4	19	35	4	3	13	199	10,452	8	,235
	Fakir ve Yoksullar	84	123	9	15	52	57	15	7	18	380	24,890	8	,002
	Yetimler	69	97	10	6	30	32	9	6	14	273	11,987	8	,152
	Gençlik Hizmetleri	15	50	14	4	10	14	6	1	8	122	28,460	8	<,001
	Afetzedeler	45	62	8	5	21	33	8	4	11	197	3,340	8	,911
	Çevre	11	10	5	4	3	5	1	0	3	42	13,435	8	,098
	Hayvanlar	6	9	1	3	2	2	2	0	1	26	8,485	8	,388
Toplam		118	175	26	18	63	76	20	9	30	535			

*Bu veriler, katılımcılara en fazla üç yanıt seçme hakkı tanınarak toplanmıştır.

Enneagram kişilik tiplerinin bağış konusu durumuna göre incelenmesi için yapılan Ki Kare testi sonuçlarına göre, Enneagram kişilik tipleri ile bağış konusu arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmuştur ($p<0,05$).

Bağış konusu tercihinin bakıldığında Tip 3 hariç diğer tipolojilerde fakirler ve yoksulların ilk sırada tercih edildiği görülmektedir. Yetimler konusu ise Tip 6 dışında diğer tipolojilerin ikinci ya da üçüncü tercihidir. Eğitim konusu tercihi Tip 3, Tip 4 ve Tip 7 kişiliklerde ikinci sırada yer almaktadır. Ayrıca Tip 2, Tip 6 ve Tip 9 Dini Eğitim ve Hizmetlere, Tip 1, Tip 6 ve Tip 8 Afetzedelere ilk üç bağış konusu tercihlerinde yer vermişlerdir. Gençlik Hizmetlerinin ilk üç tercihinde yer aldığı tipoloji ise Tip 3 olmuştur.

Tablo 4.22’de Enneagram kişilik tipleri ile bağış araçları durumu arasındaki ilişkinin incelenmesine ait Ki Kare testi sonuçları verilmiştir.

Tablo 4.22: Enneagram Kişilik Tiplerinin Bağış Araçları Durumlarına Yönelik Ki Kare Testi Sonuçları

Gruplar		Enneagram Kişilik Tipleri									Toplam	X ²	sd	p
		1	2	3	4	5	6	7	8	9				
Bağış Araçları	Doğrudan	91	115	14	14	43	46	17	5	17	362	15,023	8	,059
	STK Şubeleri	34	53	5	11	19	15	5	4	9	155	14,791	8	,063
	STK Web Sitesi	18	30	4	2	12	14	2	1	3	86	2,800	8	,946
	Sms	29	53	14	5	16	27	10	2	6	162	15,876	8	,044
	Tanıdığım Biri	38	55	7	6	18	34	7	1	11	177	8,115	8	,422
	Vasıtasıyla													
	Banka Hesaplarına havale	63	102	15	10	41	47	9	5	18	310	4,294	8	,830
	STK Kumbarası	19	29	3	1	9	10	1	3	2	77	7,867	8	,447
	Mobil Uygulamalar	20	33	5	2	12	14	2	2	10	100	6,233	8	,621
	Kargo	3	1	0	1	2	0	0	0	0	7	8,476	8	,388
Toplam		118	175	26	18	63	76	20	9	30	535			

*Bu veriler, katılımcılara en fazla üç yanıt seçme hakkı tanınarak toplanmıştır.

Enneagram kişilik tiplerinin bağış araçları durumuna göre incelenmesi için yapılan Ki Kare testi sonuçlarına göre, Enneagram kişilik tipleri ile bağış araçları durumu arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık vardır ($p < 0,05$). Bağış araçlarının geneline bakıldığında Tip 7 ve Tip 4 dışındaki tipolojilerde doğrudan bağış ve banka hesaplarına havale en çok tercih edilen bağış araçlarıdır. Buna karşılık Tip 7’lerde doğrudan bağış ve sms Tip 4’lerde doğrudan bağış ve STK şubeleri daha çok tercih edilen bağış araçları olmaktadır.

Tablo 4.23’te Bağış Dönemi Tercihi Durumu ile Enneagram kişilik tipleri arasındaki ilişkinin incelenmesine ait Ki Kare testi sonuçları verilmiştir.

Tablo 4.23: Bağış Dönemi Tercihi Durumunun Enneagram Kişilik Tiplerine Göre İncelenmesine Yönelik Kruskal Wallis H Testi Sonuçları

Ölçekler	Gruplar	n	S.O.	H	sd	P	Fark
İhtiyaç Duyulan Bir Durumu Fark Ettiğimde	Tip 1	118	285,84	14,204	8	,077	-
	Tip 2	175	287,15				
	Tip 3	26	273,54				
	Tip 4	18	236,36				
	Tip 5	63	263,99				
	Tip 6	76	235,96				
	Tip 7	20	246,40				
	Tip 8	9	249,78				
	Tip 9	30	209,73				
Bir Felâket Yaşandığını Öğrendiğimde	Tip 1	118	273,61	15,216	8	,055	-
	Tip 2	175	294,29				
	Tip 3	26	262,37				
	Tip 4	18	238,28				
	Tip 5	63	267,45				
	Tip 6	76	246,18				
	Tip 7	20	218,38				
	Tip 8	9	248,50				
	Tip 9	30	210,65				
Dini Gün ve Bayramlarda	Tip 1	118	281,25	13,580	8	,093	-
	Tip 2	175	287,15				
	Tip 3	26	236,87				
	Tip 4	18	217,19				
	Tip 5	63	267,48				
	Tip 6	76	265,74				
	Tip 7	20	219,30				

	Tip 8	9	224,50
	Tip 9	30	214,02

Bağış Dönemi Tercihi puanlarının Enneagram kişilik tiplerine göre incelenmesine yönelik yapılan Kruskal Wallis-H testi sonuçlarına göre; Bağış Dönemi puanlarının Enneagram kişilik tiplerine göre istatistiksel olarak anlamlı düzeyde farklılaşmaktadır ($p>0,05$).

Tablo 4.24'te Bağış Şekli Durumu ile Enneagram kişilik tipleri arasındaki ilişkinin incelenmesine ait Ki Kare testi sonuçları verilmiştir.

Tablo 3.24: Bağış Şekli Tercihi Durumlarının Enneagram Kişilik Tiplerine Göre İncelenmesine Yönelik Kruskal Wallis H Testi Sonuçları

Ölçekler	Gruplar	n	S.O.	H	sd	P	Fark
Doğrudan Bağış	Tip 1	118	275,13	16,781	8	,032	1,2>9
	Tip 2	175	295,78				
	Tip 3	26	247,65				
	Tip 4	18	288,25				
	Tip 5	63	258,88				
	Tip 6	76	232,57				
	Tip 7	20	249,83				
	Tip 8	9	261,17				
	Tip 9	30	206,48				

Dolaylı Bağış	Tip 1	118	290,56	21,253	8	,007	1>4,7,9
	Tip 2	175	290,19				2>4,5,6,7,9
	Tip 3	26	292,71				3>7
	Tip 4	18	208,17				
	Tip 5	63	245,98				
	Tip 6	76	248,68				
	Tip 7	20	188,08				
	Tip 8	9	241,56				
	Tip 9	30	220,70				

Ölçekler	Gruplar	n	S.O.	H	sd	P	Fark
Doğrudan Gönüllü Hizmet	Tip 1	118	270,69	26,305	8	<,001	2>3,5,6,9
	Tip 2	175	307,45				4>3
	Tip 3	26	207,54				
	Tip 4	18	297,64				
	Tip 5	63	233,28				
	Tip 6	76	231,32				
	Tip 7	20	261,55				
	Tip 8	9	278,39				
	Tip 9	30	228,95				
Dolaylı Gönüllü Hizmet	Tip 1	118	269,23	30,102	8	<,001	1>6
	Tip 2	175	308,89				2>5,6,9
	Tip 3	26	250,27				4>6
	Tip 4	18	281,28				
	Tip 5	63	237,86				
	Tip 6	76	210,25				
	Tip 7	20	264,85				
	Tip 8	9	326,44				
	Tip 9	30	226,23				

Bağış Şekli Tercihi puanlarının Enneagram kişilik tiplerine göre incelenmesine yönelik yapılan Kruskal Wallis-H testi sonuçlarına göre; bağış şekli tercihi puanlarının Enneagram kişilik tiplerine göre istatistiksel olarak anlamlı düzeyde farklılaştığı bulunmuştur ($p<0,05$). Gruplar arasındaki farklılığın belirlenmesi için yapılan Mann Whitney U testi sonuçlarına göre, Tip 1 ve Tip 2 kişiliklerin Doğrudan Bağış puanlarının Tip 9'dan; Tip 1 kişiliklerin Dolaylı Bağış puanlarının Tip 4, Tip 7 ve Tip 9'dan; Tip 2 kişiliklerin Doğrudan Bağış puanlarının Tip 4, Tip 5, Tip 6, Tip 7 ve Tip 9'dan ve Tip 3'ün Dolaylı Bağış puanlarının Tip 7'den; Tip 2 kişiliklerin Doğrudan Gönüllü Hizmet puanlarının Tip 3, Tip 5, Tip 6 ve Tip 9'dan ve Tip 4'ün Doğrudan Gönüllü Hizmet puanlarının Tip 3'den; Tip 1 ve Tip 4 kişiliklerin Dolaylı Gönüllü

Hizmet puanlarının Tip 6'dan ve Tip 2'nin Dolaylı Gönüllü Hizmet puanlarının Tip 5, Tip 6 ve Tip 9 kişilerden daha yüksek olduğu tespit edilmiştir.

IV.3. Dışsal Motivasyonlara Ait Bulgular

IV.3.1.Cinsiyet

Tablo 3.25'te Cinsiyet ile yaş arasındaki ilişkinin incelenmesine ait Ki Kare testi sonuçları verilmiştir.

Tablo 4.25: Cinsiyetin Yaş Durumuna Göre İncelenmesine Yönelik Ki Kare Testi Sonuçları

Gruplar		Cinsiyet		Toplam	X ²	sd	p
		Erkek	Kadın				
Yaş	18-30 yaş	103	162	265	32,686	3	<,001
	31-40 yaş	54	41	95			
	41-50 yaş	56	44	100			
	51 yaş ve üzeri	55	20	75			
	Toplam	268	267	535			

Cinsiyetin yaş durumuna göre incelenmesi için yapılan Ki Kare testi sonuçlarına göre, cinsiyet ile yaş durumu arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık vardır ($p<0,01$).

Tablo 4.26'da Cinsiyet ile medeni durum arasındaki ilişkinin incelenmesine ait Ki Kare testi sonuçları verilmiştir.

Tablo 4.26: Cinsiyetin Medeni Duruma Göre İncelenmesine Yönelik Ki Kare Testi Sonuçları

Gruplar		Cinsiyet		Toplam	X ²	sd	p
		Erkek	Kadın				
Medeni Durum	Evli	171	94	265	44,880	2	<,001
	Bekar	93	160	253			
	Boşanmış ya da Eşi Vefat Eden	4	13	17			
	Toplam	268	267	535			

Cinsiyetin medeni duruma göre incelenmesi için yapılan Ki Kare testi sonuçlarına göre, cinsiyet ve medeni durum arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık vardır ($p<0,01$).

Tablo 4.27’de Cinsiyet ile kişisel gelir durumu arasındaki ilişkinin incelenmesine ait Ki Kare testi sonuçları verilmiştir.

Tablo 4.27: Cinsiyetin Kişisel Gelir Durumuna Göre İncelenmesine Yönelik Ki Kare Testi Sonuçları

Gruplar	Cinsiyet		Toplam	X ²	sd	p
	Erkek	Kadın				
10.000 TL ve altı	46	136	182	109,926	6	<,001
10.001-17.001 TL arası	13	35	48			
17.002-27.000 TL arası	36	32	68			
27.001-37.000 TL arası	54	26	80			
37.001-47.000 TL arası	45	22	67			
47.001-57.000 TL arası	30	6	36			
57.001 TL üstü	44	10	54			
Toplam	268	267	535			

Cinsiyetin kişisel gelir durumuna göre incelenmesi için yapılan Ki Kare testi sonuçlarına göre, cinsiyet ile kişisel gelir durumu arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık tespit edilmiştir ($p<0,01$). Kadınların gelir durumları 10.000 TL ve altı ile 27.000 TL grupları arasında yoğunlaşmaktayken, erkeklerin gelir durumları 27.001 ile 57.001 ve üstü arasındaki gruplarda yoğunlaşmaktadır.

Tablo 4.28’de Cinsiyet ile çocuk sahipliği durumu arasındaki ilişkinin incelenmesine ait Ki Kare testi sonuçları verilmiştir.

Tablo 4.28: Cinsiyetin Çocuk Sahipliği Durumuna Göre İncelenmesine Yönelik Ki Kare Testi Sonuçlar

Gruplar		Cinsiyet		Toplam	X ²	sd	p
		Erkek	Kadın				
Çocuk Sahipliği Durumu	Çocuğu Olmayanlar	106	172	278	37,588	4	<,001
	1 Çocuk	20	18	38			
	2 Çocuk	73	44	117			
	3 Çocuk	42	25	67			
	4 Çocuk ve üzeri	27	8	35			
	Toplam	268	267	535			

Cinsiyetin çocuk sahipliği durumuna göre incelenmesi için yapılan Ki Kare testi sonuçlarına göre, cinsiyet ile çocuk sahipliği durumu arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık olduğu tespit edilmiştir ($p<0,01$). Katılımcılardan çocuk sahibi olanların daha çok erkekler olduğu görülmektedir.

Tablo 4.29’de Cinsiyet ile bağış miktarı arasındaki ilişkinin incelenmesine ait Ki Kare testi sonuçları verilmiştir.

Tablo 4.29: Cinsiyetin Bağış Miktarı Durumuna Göre İncelenmesine Yönelik Ki Kare Testi Sonuçları

Gruplar		Cinsiyet		Toplam	X ²	sd	p
		Erkek	Kadın				
Bağış Miktarı	1-50 TL arası	48	50	98	41,160	7	<,001
	51-100 TL arası	36	74	110			
	101-250 TL arası	45	36	81			
	251-500 TL arası	46	45	91			
	501-750 TL arası	13	22	35			
	751-1000 TL arası	18	22	40			
	1001-2000 TL arası	25	8	33			

	2.000 TL ve Üstü	37	10	47
	Toplam	268	267	535

Cinsiyetin bağış miktarı durumuna göre incelenmesi için yapılan Ki Kare testi sonuçlarına göre, cinsiyet ile bağış miktarı durumu arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık olduğu bulunmuştur ($p<0,01$).

Tablo 4.30’de Cinsiyet ile bağış sıklığı arasındaki ilişkinin incelenmesine ait Ki Kare testi sonuçları verilmiştir.

Tablo 4.30: Cinsiyetin Bağış Sıklığı Durumuna Göre İncelenmesine Yönelik Ki Kare Testi Sonuçları

Gruplar		Cinsiyet		Toplam	X ²	sd	p
		Erkek	Kadın				
Bağış Sıklığı	Bir-Üç Günde Bir	15	13	28	15,460	5	,009
	Haftada Bir	46	26	72			
	On Beş Günde Bir	29	24	53			
	Ayda Bir	95	82	177			
	Üç Ayda Bir ve Daha Az Sıklıkla	15	29	44			
	Düzensiz	68	93	161			
	Toplam	268	267	535			

Cinsiyetin bağış sıklığı durumuna göre incelenmesi için yapılan Ki Kare testi sonuçlarına göre, cinsiyet ile bağış sıklığı durumu arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık vardır ($p<0,01$).

Tablo 4.31’de Cinsiyet ile gönüllü hizmet sağlama süresi arasındaki ilişkinin incelenmesine ait Ki Kare testi sonuçları verilmiştir.

Tablo 4.31: Cinsiyetin Gönüllü Hizmet Sağlama Süresi Durumuna Göre İncelenmesine Yönelik Ki Kare Testi Sonuçları

Gruplar	Cinsiyet		Toplam	X ²	sd	p
	Erkek	Kadın				
Gönüllü Hizmet Sağlama Süresi						
Gönüllü Hizmetlere Katılmayanlar	108	94	202	8,290	4	,082
1-3 Saat Arası	79	64	143			
4-6 Saat Arası	27	33	60			
7-9 Saat Arası	12	19	31			
10 Saat ve Üzeri	32	49	81			
Belirtmeyenler	10	8	18			
Toplam	268	267	535			

Cinsiyetin gönüllü hizmet sağlama süresi durumuna göre incelenmesi için yapılan Ki Kare testi sonuçlarına göre, cinsiyet ile gönüllü hizmet sağlama süresi durumu arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılığa rastlanmamıştır ($p>0,05$).

Tablo 4.32’de Bağış şekli tercihinin cinsiyete göre incelenmesine ait T testi sonuçları verilmiştir.

Tablo 3.32: Bağış Şekli Tercihinin Cinsiyete Göre İncelenmesine Yönelik T Testi Sonuçları

Ölçek	Gruplar	N	X	t	p
Doğrudan Bağış	Erkek	268	5,19	-,596	,551
	Kadın	267	5,27		
Dolaylı Bağış	Erkek	268	5,03	,691	,490
	Kadın	267	4,94		
Doğrudan Gönüllü Hizmet	Erkek	268	4,36	-1,596	,111
	Kadın	267	4,62		
	Erkek	268	4,10	-2,356	,019

Dolaylı Gönüllü Hizmet	Kadın	267	4,51
	Toplam	535	

Cinsiyetin bağış şekli tercihi puanlarına göre incelenmesi için yapılan T Testi sonuçlarına göre, cinsiyet ile Dolaylı Gönüllü Hizmet arasında istatistiksel olarak anlamlı bir düzeyde farklılaştığı bulunmuştur ($p<0,05$). Kadınların Dolaylı Gönüllü Hizmet puanlarının erkeklerinkinden daha yüksek olduğu tespit edilmiştir.

Tablo 4.33'te Cinsiyetin kurum tercihinine göre incelenmesine ait Ki Kare testi sonuçları verilmiştir.

Tablo 4.33: Cinsiyetin Kurum Tercihleri Durumuna Göre İncelenmesine Yönelik Ki Kare Testi Sonuçları

Gruplar		Cinsiyet		Toplam	X²	sd	p
		Erkek	Kadın				
Kurum Tercihleri	Kızılay	90	126	216	10,290	1	,001
	İHH	161	134	295	5,286	1	,021
	Lösev	12	21	33	2,652	1	,103
	Tema	8	27	35	11,112	1	<,001
	Deniz Feneri	20	12	32	2,096	1	,148
	AFAD	64	70	134	,389	1	,533
	Türkiye Diyanet Vakfı	63	41	104	5,675	1	,017
	Yeryüzü Doktorları	13	21	34	2,042	1	,153
	Aziz Mahmud Hüdayi Vakfı	86	31	117	32,829	1	<,001
	Yetim Vakfı	10	16	26	1,479	1	,224
	Cami	65	47	112	3,574	1	0,59
	Yeşilay	4	24	28	15,154	1	<,001

*Bu veriler, katılımcılara en fazla üç yanıt seçme hakkı tanınarak toplanmıştır

Cinsiyetin kurum tercihi durumuna göre incelenmesi için yapılan Ki Kare testi sonuçlarına göre, cinsiyet ile kurum tercihi durumu arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık ($p<0,05$) bulunmuştur. Bağış kurumu tercihlerinde Kızılay, Tema Vakfını daha çok kadınların, İHH, Türkiye Diyanet Vakfı ve Aziz Mahmud Hüdayi Vakfını daha çok erkeklerin tercih ettiği görülmektedir.

Tablo 4.34'te Cinsiyetin bağış konusuna göre incelenmesine ait Ki Kare testi sonuçları verilmiştir.

Tablo 4.34: Cinsiyetin Bağış Konusu Durumuna Göre İncelenmesine Yönelik Ki Kare Testi Sonuçları

Gruplar		Cinsiyet		Toplam	X ²	sd	p
		Erkek	Kadın				
Bağış Konusu	Eğitim	72	95	167	4,731	1	,030
	Sağlık	40	68	108	9,227	1	,002
	Dini Eğitim ve Hizmetler	124	75	199	18,921	1	<,001
	Fakir ve Yoksullar	202	178	380	4,927	1	,026
	Yetimler	157	116	273	12,263	1	<,001
	Gençlik Hizmetleri	57	65	122	,719	1	,397
	Afetzedeler	100	97	197	,056	1	,814
	Çevre	8	34	42	17,572	1	<,001
	Hayvanlar	8	18	26	4,082	1	,043

*Bu veriler, katılımcılara en fazla üç yanıt seçme hakkı tanınarak toplanmıştır.

Cinsiyetin bağış konusu durumuna göre incelenmesi için yapılan Ki Kare testi sonuçlarına göre, cinsiyet ile bağış konusu durumu arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık tespit edilmiştir ($p<0,05$). Bağış konusu olarak her iki cinsiyet için fakir ve yoksullar ve yetimler konularını ilk iki tercih olmuştur. Ayrıca bu iki bağış türünde erkeklerin kadınlardan daha fazla bağış yaptığı da görülmektedir. Buna karşılık eğitim, sağlık, çevre ve hayvanlar konularında ise daha çok kadınların tercihi söz konusudur.

Tablo 4.35'te İçsel motivasyonların cinsiyete göre incelenmesine ait T testi sonuçları verilmiştir.

Tablo 4.35: İçsel Motivasyonların Cinsiyete Göre İncelenmesine Yönelik T Testi Sonuçları

Ölçek	Gruplar	n	X	t	p
Psikolojik Fayda	Erkek	268	5,44	,701	,483
	Kadın	267	5,36		
Empati	Erkek	268	5,83	,057	<,001
	Kadın	267	6,23		
İçsel Dini Değerler	Erkek	268	6,15	3,281	,001
	Kadın	267	5,84		
Kişilerarası Dini Değerler	Erkek	268	5,71	4,211	<,001
	Kadın	267	5,18		
Özgecilik	Erkek	268	5,89	-1,440	,150
	Kadın	267	6,01		
Materyal Değerler	Erkek	268	3,03	,840	<,001
	Kadın	267	3,46		

İçsel motivasyon puanlarının cinsiyete göre incelenmesi için yapılan T Testi sonuçlarına göre, Empati Ölçeği, Dini Değerlere Yönelik Tutum Ölçeği Alt Boyutları ve Materyal Değerlere Yönelik Tutum Ölçeği puanları ve cinsiyet arasında istatistiksel olarak anlamlı bir düzeyde farklılaşma tespit edilmiştir ($p < 0,01$). Kadınların Empati Ölçeği ve Materyal Değerlere Yönelik Tutum ölçeği puanlarının erkeklerinkinden; erkeklerin Dini Değerlere Yönelik Tutum ölçeği alt boyutları puanlarının ise kadınlarinkinden daha yüksektir.

IV.3.2. Yaş

Tablo 4.36’te yaşı bağış miktarı durumuna göre incelenmesine ait Ki Kare testi sonuçları verilmiştir.

Tablo 4.36: Yaşın Bağış Miktarı Durumuna Göre İncelenmesine Yönelik Ki Kare Testi Sonuçları

Gruplar	Yaş				Toplam	X ²	sd	p
	18-30 yaş	31-40 yaş	41-50 yaş	51 yaş ve üzeri				
Bağış Miktarı	1-50 TL arası	62	10	11	15	97	85,413	21 <,001
	51-100 TL arası	78	12	10	10	110		
	101-250 TL arası	39	18	16	8	81		
	251-500 TL arası	44	16	23	8	91		
	501-750 TL arası	12	9	9	5	35		
	751-1000 TL arası	16	8	10	6	40		
	1001-2000 TL arası	6	5	12	10	33		
	2.001 TL ve Üstü	8	17	9	13	47		
	Toplam	265	95	100	75	535		

Yaşın bağış miktarı durumuna göre incelenmesi için yapılan Ki Kare testi sonuçlarına göre, yaş ile bağış miktarı durumu arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık tespit edilmiştir ($p < 0,01$). Bağış miktarı gruplarına bakıldığında yaş artışı ile bağış miktarının da arttığı görülmektedir.

Tablo 4.37’de Yaşın bağış sıklığı durumuna göre incelenmesine ait Ki Kare testi sonuçları verilmiştir.

Tablo 4.37: Yaşın Bağış Sıklığı Durumuna Göre İncelenmesine Yönelik Ki Kare Testi Sonuçları

Gruplar	Yaş				Toplam	X ²	sd	p
	18-30 yaş	31-40 yaş	41-50 yaş	51 yaş ve Üzeri				
Bağış Sıklığı	Bir-Üç Günde Bir	11	6	6	5	28	27,138	15 ,028
	Haftada Bir	28	18	16	10	72		
	On Beş Günde Bir	25	14	11	3	53		
	Ayda Bir	86	23	32	36	177		
	Üç Ayda Bir ve Daha Az Sıklıkla	31	4	6	3	44		
	Düzensiz	84	30	29	18	161		
	Toplam	265	95	100	75	535		

Yaşın bağış sıklığı durumuna göre incelenmesi için yapılan Ki Kare testi sonuçlarına göre, yaş ve bağış sıklığı durumu arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık tespit edilmiştir ($p < 0,05$).

Tablo 4.38’de Yaşın bağış konusu durumuna göre incelenmesine ait Ki Kare testi sonuçları verilmiştir.

Tablo 4.38: Yaşın Bağış Konusu Durumuna Göre İncelenmesine Yönelik Ki Kare Testi Sonuçları

Gruplar	Yaş				Toplam	X ²	sd	p
	18-30 yaş	31-40 yaş	41-50 yaş	51 yaş ve Üzeri				
Bağış Konusu	Eğitim	85	33	27	22	167	1,591	3 ,661
	Sağlık	66	13	14	15	108	8,533	3 ,036
	Dini Eğitim ve Hizmetler	86	35	41	37	199	7,906	3 ,048
	Fakir ve Yoksullar	165	71	83	61	380	21,361	3 <,001
	Yetimler	111	53	65	44	273	19,286	3 <,001

Gençlik Hizmetleri	86	18	12	6	122	30,786	3	<,001
Afetzedeler	86	36	45	30	197	5,422	3	,143
Çevre	32	5	2	3	42	13,687	3	,003
Hayvanlar	17	3	3	3	26	2,850	3	,415
Toplam	265	95	100	75	535			

*Bu veriler, katılımcılara en fazla üç yanıt seçme hakkı tanınarak toplanmıştır.

Yaşın bağış konusu durumuna göre incelenmesi için yapılan Ki Kare testi sonuçlarına göre, yaş ile bağış konusu durumu arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık tespit edilmiştir ($p<0,05$). Bağış konularına göre bakıldığında en çok bağış yapılan 3 konuda 18-30 yaş aralığındakiler fakir ve yoksullara, yetimler ve gençlik hizmetlerine, afetzedelere, dini eğitim ve hizmetlere; 31-40 ve 41-50 yaş aralığındakiler, yetimlere, fakir ve yoksullara, afetzedelere; 51 yaş ve üzerindeki ise daha çok fakir ve yoksullara, yetimlere ve dini eğitim ve hizmetlere bağış yapmaktadırlar.

Tablo 4.39’de Bağış dönemi durumunun yaşa göre incelenmesine ait Anova ve post hoc testi sonuçları verilmiştir.

Tablo 4.39: Bağış Dönemi Durumunun Yaşa Göre İncelenmesine Yönelik Anova ve Post Hoc Testi Sonuçları

İhtiyaç Duyulan bir Durumu Farkettiğimde										
No	Gruplar	N	X		KT	Sd	KO	F	p	Fark
1	18-30 yaş	265	5,45	G. A.	7,506	3	2,502	1,503	0,213	-
2	31-40 yaş	95	5,65	G. İ.	884,206	531	1,665			
3	41-50 yaş	100	5,66	Toplam	891,712	534				
4	51 yaş ve üzeri	75	5,33							
	Toplam	535	5,51							

Bir Felaket Yaşandığını Öğrendiğimde										
No	Gruplar	N	X		KT	Sd	KO	F	p	LSD
1	18-30 yaş	265	5,65	G. Arası	13,036	3	4,345	2,674	,047	2,3>4

2	31-40 yaş	95	5,94	G. İçi	862,908	531	1,625
3	41-50 yaş	100	5,88	Toplam	875,944	534	
4	51 yaş ve üzeri	75	5,47				
	Toplam	535	5,72				

Dini Gün ve Bayramlarda										
No	Gruplar	N	X		KT	Sd	KO	F	p	Tukey HSD
1	18-30 yaş	265	4,77	G. Arası	33,576	3	11,19 2	4,581	,004	2,3>1
2	31-40 yaş	95	5,26	G. İçi	1297,332	531	2,443			
3	41-50 yaş	100	5,35	Toplam	1330,908	534				
4	51 yaş ve üzeri	75	4,93							
	Toplam	535	4,99							

Bağış dönemlerinin yaşa göre incelenmesine yönelik yapılan Anova testi sonucuna göre, bağış dönemleri yaşa göre istatistiksel olarak anlamlı düzeyde farklılaşmaktadır ($p<0,05$). Gruplar arasındaki farklılığın tespiti için yapılan post hoc testinde öncelikle Tukey HSD testine, daha sonra ise LSD testine bakılmıştır. “Bir felaket yaşandığını öğrendiğimde” ifadesine bakıldığında 31-40 ve 41-50 yaş gruplarının puanlarının 51 ve üzeri yaş grubuna göre daha yüksek olduğu bulunmuştur. “Dini gün ve bayramlarda” ifadesine bakıldığında 31-40 ve 41-50 yaş gruplarının puanlarının 18-30 arası yaş grubuna göre daha yüksek olduğu bulunmuştur.

Tablo 4.40’te Bağış şekli durumunun yaşa göre incelenmesine ait Anova ve post hoc testi sonuçları verilmiştir.

Tablo 4.40: Bağış Şekli Durumunun Yaşa Göre İncelenmesine Yönelik Anova ve Post Hoc Testi Sonuçları

Doğrudan Bağış

No	Gruplar	N	X		KT	Sd	KO	F	p	Tukey HSD
1	18-30 yaş	265	5,06	G. A.	26,731	3	8,910	4,222	,006	2>1

2	31-40 yaş	95	5,61	G. İ.	1120,529	531	2,110
3	41-50 yaş	100	5,43	Toplam	1147,260	534	
4	51 yaş ve üzeri	75	5,08				
	Toplam	535	5,23				

Dolaylı Bağış

No	Gruplar	N	X		KT	Sd	KO	F	p	Fark
1	18-30 yaş	265	4,85	G. A.	17,865	3	5,955	2,453	,062	-
2	31-40 yaş	95	5,35	G. İ.	1288,984	531	2,427			
3	41-50 yaş	100	5,04	Toplam	1306,849	534				
4	51 yaş ve üzeri	75	4,91							
	Toplam	535	4,98							

Doğrudan Gönüllü Hizmet

No	Gruplar	N	X		KT	Sd	KO	F	p	Fark
1	18-30 yaş	265	4,58	G. A.	16,026	3	5,342	1,465	,223	-
2	31-40 yaş	95	4,56	G. İ.	1935,668	531	3,645			
3	41-50 yaş	100	4,13	Toplam	1951,693	534				
4	51 yaş ve üzeri	75	4,55							
	Toplam	535	4,49							

Dolaylı Gönüllü Hizmet

No	Gruplar	N	X		KT	Sd	KO	F	p	Fark
1	18-30 yaş	265	4,38	G. A.	12,059	3	4,020	,973	,405	-
2	31-40 yaş	95	4,29	G. İ.	2193,668	531	4,131			

3	41-50 yaş	100	4,01	Toplam	2205,727	534
4	51 yaş ve üzeri	75	4,47			
	Toplam	535	4,31			

Yaşın bağış şekli durumuna göre incelenmesine yönelik yapılan Anova testi sonuçlarına göre, yaş ile doğrudan bağış arasında istatistiksel olarak anlamlı düzeyde ($p<0,01$) bir farklılaşma olduğu bulunmuştur. Gruplar arası farklılığı belirlemek için yapılan Tukey HSD testi sonuçlarına göre, 31-40 yaş aralığındaki kişilerin doğrudan bağış puanlarının 18-30 yaş aralığındaki kişilerden daha yüksektir.

Tablo 4.41’te Psikolojik fayda ölçeği puanlarının yaşa göre incelenmesine ait Anova ve post hoc testi sonuçları verilmiştir.

Tablo 4.41: İçsel Motivasyon Ölçekleri Puanlarının Yaş Durumuna Göre Değerlendirilmesine Yönelik Anova ve Post Hoc Testi Sonuçları

Psikolojik Fayda

No	Gruplar	N	X		KT	Sd	KO	F	p	Fark
1	18-30 yaş	265	5,4840	G. A.	11,169	3	3,723	2,387	,068	-
2	31-40 yaş	95	5,5395	G. İ.	828,041	531	1,559			
3	41-50 yaş	100	5,1475	Toplam	839,210	534				
4	51 yaş ve üzeri	75	5,2800							
	Toplam	535	5,4023							

Empati Ölçeği

No	Gruplar	N	X		KT	Sd	KO	F	p	Games Howell
1	18-30 yaş	265	6,1028	G. A.	11,921	3	3,974	6,065	<,001	1>4
2	31-40 yaş	95	6,1684	G. İ.	347,918	531	,655			2>4
3	41-50 yaş	100	6,0050	Toplam	359,839	534				

4	51 yaş ve üzeri	75	5,6900							
	Toplam	535	6,0383							

İçsel Dini Değerler

No	Gruplar	N	X		KT	Sd	KO	F	p	Games-Howell
1	18-30 yaş	265	5,7758	G. A.	27,538	3	9,179	7,603	<,001	2,3,4>1
2	31-40 yaş	95	6,2421	G. İ.	641,058	531	1,207			
3	41-50 yaş	100	6,1700	Toplam	668,596	534				
4	51 yaş ve üzeri	75	6,2773							
	Toplam	535	6,0026							

Materyal Değerler

No	Gruplar	N	X		KT	Sd	KO	F	p	Games-Howell
1	18-30 yaş	265	3,6503	G. A.	95,567	3	31,856	17,372	<,001	1>2,3,4
2	31-40 yaş	95	3,1456	G. İ.	973,702	531	1,834			
3	41-50 yaş	100	2,7367	Toplam	1069,269	534				
4	51 yaş ve üzeri	75	2,6644							
	Toplam	535	3,2517							

Özgeciliik

No	Gruplar	N	X		KT	Sd	KO	F	p	Fark
1	18-30 yaş	265	5,8581	G. A.	6,771	3	2,257	2,531	,056	-
2	31-40 yaş	95	6,1537	G. İ.	473,583	531	,892			
3	41-50 yaş	100	6,0280	Toplam	480,354	534				
4	51 yaş ve üzeri	75	5,9600							
	Toplam	535	5,9566							

Kişilerarası Dini Değerler

No	Gruplar	N	X		KT	Sd	KO	F	p	Fark
1	18-30 yaş	265	5,2823	G. A.	15,602	3	5,201	2,416	,066	-
2	31-40 yaş	95	5,6653	G. İ.	1143,155	531	2,153			
3	41-50 yaş	100	5,5480	Toplam	1158,757	534				
4	51 yaş ve üzeri	75	5,6427							
	Toplam	535	5,4505							

İçsel motivasyonların yaşa göre incelenmesine yönelik yapılan Anova testi sonuçlarına göre, Empati Ölçeği, Dini Değerlere Yönelik Tutum Ölçeği İçsel Dini Değerler alt boyutu ve Materyal Değerlere Yönelik Tutum ölçeği puanları yaşa göre istatistiksel olarak anlamlı düzeyde farklılaşmaktadır ($p<0,01$). Gruplar arası farklılığı belirlemek için homojen dağılmayan gruplar için yapılan post hoc testi olan Games-Howell testi sonuçlarına göre, Empati ölçeği puanlarının 18-30 yaş ve 31-40 yaş gruplarının 51 yaş ve üzeri grubundakilerden daha yüksek olduğu tespit edilmiştir. Dini Değerlere Yönelik Tutum Ölçeğinin İçsel Dini Değerler alt boyutu puanlarında 31-40 ya, 41-50 yaş ve 51 yaş ve üzeri gruplarının puanlarının ise 18-30 yaş grubundan daha yüksek olduğu belirlenmiştir. Ayrıca Materyal Değerlere Yönelik Tutum Ölçeği puanlarında 18-30 yaş grubunun puanlarının 31-40 yaş, 41-50 yaş ve 51 yaş ve üzeri gruplarından daha yüksek olduğu bulunmuştur.

IV.3.3. Eğitim

Tablo 4.42’de Bağış şekli durumunun eğitim durumuna göre incelenmesine ait Kruskal Wallis H testi sonuçları verilmiştir.

Tablo 4.42: Bağış Şekli Durumunun Eğitim Durumuna Göre İncelenmesine Yönelik Kruskal Wallis Testi Sonuçları

Ölçekler	Gruplar	n	S.O.	H	sd	P	Fark
Doğrudan Bağış	İlköğretim	17	260,53	8,614	4	,072	-
	Lise	119	233,68				
	Ön Lisans	53	288,53				
	Lisans	250	279,02				

	Lisansüstü	96	271,82				
Dolaylı Bağış	İlköğretim	17	258,00	9,496	4	,050	-
	Lise	119	231,70				
	Ön Lisans	53	269,45				
	Lisans	250	279,07				
	Lisansüstü	96	285,13				
Doğrudan Gönüllü Hizmet	İlköğretim	17	271,09	4,128	4	,389	-
	Lise	119	267,46				
	Ön Lisans	53	304,65				
	Lisans	250	266,29				
	Lisansüstü	96	252,33				
Dolaylı Gönüllü Hizmet	İlköğretim	17	290,56	9,867	4	,043	Ön lisans> Lisans, Lisansüstü
	Lise	119	287,79				
	Ön Lisans	53	295,63				
	Lisans	250	219,72				
	Lisansüstü	96	237,06				
	Toplam	535					

Eğitim durumunun bağış şekli duruma göre incelenmesine yönelik yapılan Kruskal Wallis-H testi sonuçlarına göre, eğitim durumu ile Dolaylı Gönüllü Hizmet durumu arasında anlamlı bir farklılık tespit edilmiştir ($p<0,05$). Gruplar arası farklılığın belirlenmesi için yapılan Mann Whitney U Testi sonuçlarında ön lisans mezunlarının dolaylı gönüllü hizmet puanlarının lisans ve lisansüstü mezunlarından daha yüksek olduğu görülmüştür. Buna göre eğitim seviyesi arttığında dolaylı gönüllü hizmet durumunda bir azalma meydana gelmektedir.

Tablo 4.43'te İçsel motivasyonların eğitim durumuna göre incelenmesine ait Kruskal Wallis H testi sonuçları verilmiştir.

Tablo 4.43: İçsel Motivasyon Puanlarının Eğitim Durumuna Göre Değerlendirilmesine Yönelik Kruskal Wallis Testi Sonuçları

Ölçekler	Gruplar	n	S.O.	H	sd	P	Fark
Psikolojik Fayda	İlköğretim	17	212,38	8,943	4	,063	-
	Lise	119	265,08				
	Ön Lisans	53	223,54				
	Lisans	250	282,68				
	Lisansüstü	96	267,80				
Empati	İlköğretim	17	246,29	3,576	4	,466	-
	Lise	119	288,00				
	Ön Lisans	53	277,25				
	Lisans	250	263,33				
	Lisansüstü	96	254,09				
İçsel Dini Değerler	İlköğretim	17	353,41	6,501	4	,165	-
	Lise	119	265,55				
	Ön Lisans	53	271,99				
	Lisans	250	268,75				
	Lisansüstü	96	251,74				
Kişilerarası Dini Değerler	İlköğretim	17	298,35	2,582	4	,630	-
	Lise	119	260,52				
	Ön Lisans	53	287,96				
	Lisans	250	270,28				
	Lisansüstü	96	254,94				
Özgecilik	İlköğretim	17	289,97	4,798	4	,309	-
	Lise	119	270,38				
	Ön Lisans	53	303,08				
	Lisans	250	265,49				
	Lisansüstü	96	248,34				

Materyal Değerler	İlköğretim	17	182,38	11,172	4	,025	Lise> İlköğretim, Ön Lisans
	Lise	119	294,49				Lisans> İlköğretim
	Ön Lisans	53	238,41				
	Lisans	250	271,27				
	Lisansüstü	96	258,14				
	Toplam	535					

İçsel motivasyonların eğitim duruma göre incelenmesine yönelik yapılan Kruskal Wallis-H testi sonuçlarına göre, Materyal Değerlere Yönelik Tutum Ölçeği ile Eğitim durumları arasında istatistiksel olarak anlamlı düzeyde bir farklılık tespit edilmiştir ($p<0,05$). Gruplar arası farklılığın belirlenmesi için yapılan Man Whitney U testi sonuçlarına göre lise mezunlarının materyal değerlere yönelik tutum puanlarının ilköğretim ve ön lisans mezunlarından; lisans mezunlarının puanlarının ise ilköğretim mezunlarından daha yüksek olduğu bulunmuştur.

IV.3.4. Medeni Durum

Tablo 4.44'te Bağış şeklinin medeni duruma göre incelenmesine ait Kruskal Wallis H testi sonuçları verilmiştir.

Tablo 4.44: Bağış Şeklinin Medeni Duruma Göre İncelenmesine Yönelik Kruskal Wallis H Testi Sonuçları

Ölçekler	Gruplar	n	S.O.	H	sd	p	Fark
Doğrudan Bağış	Evli	265	284,02	12,339	2	,002	Evli, Boşanmış ya da Vefat Eden> Bekar
	Bekar	253	246,27				
	Boşanmış ya da Eşi Vefat Eden	17	341,68				
Dolaylı Bağış	Evli	265	287,29	8,560	2	,014	Evli>Bekar
	Bekar	253	249,47				
	Boşanmış ya da Eşi Vefat Eden	17	243,15				

Doğrudan Gönüllü Hizmet	Evli	265	261,10	2,472	2	,291	-
	Bekar	253	277,60				
	Boşanmış ya da Eşi Vefat Eden	17	232,56				
Dolaylı Gönüllü Hizmet	Evli	265	264,71	1,389	2	,499	-
	Bekar	253	273,80				
	Boşanmış ya da Eşi Vefat Eden	17	233,00				
	Toplam	535					

Medeni durumun bağış şekline göre incelenmesine yönelik yapılan Kruskal Wallis H testi sonuçlarına göre, Doğrudan Bağış ve Dolaylı Bağış ile medeni durum arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılaşma vardır ($p<0,05$). Gruplar arası farklılığın belirlenmesi için yapılan Man Whitney U testi sonuçlarına göre, evli ve boşanmış ya da eşi vefat eden kişilerin doğrudan bağış puanlarının bekarlardan; evlilerin dolaylı bağış puanlarının ise bekarlardan yüksek olduğu bulunmuştur.

Tablo 4.45'te Bağış döneminin medeni duruma göre incelenmesine ait Kruskal Wallis H testi sonuçları verilmiştir.

Tablo 4.45: Bağış Döneminin Medeni Duruma Göre İncelenmesine Yönelik Kruskal Wallis H Testi Sonuçları

Ölçekler	Gruplar	n	S.O.	H	sd	P	Fark
İhtiyaç Duyulan Bir Durumu Farkettiğimde	Evli	265	284,44	8,681	2	,013	Evli>Bekar
	Bekar	253	248,34				
	Boşanmış ya da Eşi Vefat Eden	17	304,26				
Bir Felaket Yaşandığını Öğrendiğimde	Evli	265	280,83	4,006	2	,135	
	Bekar	253	255,56				
	Boşanmış ya da Eşi Vefat Eden	17	253,03				

Dini Gün ve Bayramlarda	Evli	265	294,96	17,810	2	<,001	Evli>Bekar
	Bekar	253	239,13				
	Boşanmış ya da Eşi Vefat Eden	17	277,38				
	Toplam	535					

Bağış döneminin medeni duruma göre incelenmesine yönelik yapılan Kruskal Wallis H testi sonuçlarına göre, bağış dönemi ile medeni durum arasında istatistiksel olarak anlamlı bir düzeyde farklılaşma bulunmaktadır ($p<0,05$). Gruplar arası farklılığın belirlenmesi için yapılan Man Whitney U testi sonuçlarına göre, evli bireylerin “ihtiyaç duyulan bir durum fark ettiğimde” ifadesi ve “dini gün ve bayramlarda” ifadesi puanları bekar bireylerden daha yüksektir.

Tablo 4.46’da Bağış döneminin medeni duruma göre incelenmesine ait Ki Kare testi sonuçları verilmiştir.

Tablo 4.46: Medeni Durumun Bağış Konusuna Göre İncelenmesine Yönelik Ki Kare Testi Sonuçları

		Medeni Durum			Toplam	X²	sd	p
Gruplar		Evli	Bekar	Boşanmış ya da Eşi Vefat Eden				
Bağış Konusu	Eğitim	69	90	8	167	7,534	2	,023
	Sağlık	229	185	13	427	14,316	2	<,001
	Dini Eğitim ve Hizmetler	116	78	5	199	9,738	2	,008
	Fakir ve Yoksullar	210	156	14	380	20,544	2	<,001
	Yetimler	166	99	8	273	28,741	2	<,001
	Gençlik Hizmetleri	37	83	2	122	27,324	2	<,001
	Afetzedeler	106	85	6	197	2,299	2	,317
	Çevre	10	31	1	42	12,958	2	,002

Hayvanlar	9	16	1	26	2,439	2	,295
Toplam	265	253	17	535			

*Bu veriler, katılımcılara en fazla üç yanıt seçme hakkı tanınarak toplanmıştır.

Medeni durumun bağış konusuna göre incelenmesine yönelik yapılan Ki Kare testi sonuçlarına göre, medeni durum ile bağış konusu arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmaktadır ($p<0,05$). Bağış konusuna göre bakıldığında, sağlık, dini eğitim ve hizmet, fakirler ve yoksullar, yetimler konularında evlilerin; eğitim, gençlik hizmetleri ve çevre konularında ise daha çok bekarların yoğunlaştığı görülmektedir. Boşanmış olanlar ya da eşi vefat edenler ise fakir ve yoksullar, sağlık ve yetimler konularına daha çok bağış yapmaktadırlar.

Tablo 4.47’de İçsel motivasyonların medeni duruma göre incelenmesine ait Kruskal Wallis H testi sonuçları verilmiştir.

Tablo 4.47: İçsel Motivasyon Durumlarının Medeni Duruma Göre İncelenmesine Yönelik Kruskal Wallis H Testi Sonuçları

Ölçekler	Gruplar	n	S.O.	H	sd	P	Fark
Psikolojik Fayda	Evli	265	260,10	10,986		,004	Evli, Bekar> Boşanmış ya da Vefat Eden
	Bekar	253	283,29				
	Boşanmış ya da Eşi Vefat Eden	17	163,68				
Empati	Evli	265	253,83	4,575		,102	
	Bekar	253	282,65				
	Boşanmış ya da Eşi Vefat Eden	17	270,82				
İçsel Dini Değerler	Evli	265	305,88	32,700		<,001	Evli>Bekar
	Bekar	253	229,54				
	Boşanmış ya da Eşi Vefat Eden	17	249,97				

Kişilerarası Dini Değerler	Evli	265	293,21	14,516	<,001	Evli>Bekar
	Bekar	253	244,81			
	Boşanmış ya da Eşi Vefat Eden	17	220,09			
Özgecilik	Evli	265	284,45	6,151	,046	Evli>Bekar
	Bekar	253	252,65			
	Boşanmış ya da Eşi Vefat Eden	17	240,03			
Materyal Değerler	Evli	265	229,15	36,556	<,001	Bekar> Evli, Boşanış ya da Vefat Eden
	Bekar	253	310,58			
	Boşanmış ya da Eşi Vefat Eden	17	239,79			
	Toplam	535				

İşsel motivasyonların medeni duruma göre incelenmesine yönelik yapılan Kruskal Wallis-H testi sonuçlarına göre Psikolojik Fayda Ölçeği, Dini Değerlere Yönelik Tutum Ölçeği Alt Boyutları, Özgecilik Ölçeği ve Materyal Değerlere Yönelik Tutum Ölçeği ile medeni durum arasında istatistiksel olarak anlamlı düzeyde farklılaşmaktadır ($p<0,05$). Evli ve Bekarların Psikolojik Fayda puanları boşanmış ya da eşi vefat edenlerden daha yüksek; evli bireylerin Dini Değerlere Yönelik Tutum Ölçeği Alt Boyutları ve Özgecilik Ölçeği puanlarının bekar bireylerden ve bekar bireylerin Materyal Değerlere Yönelik Tutum puanlarının evli ve boşanmış ya da eşi vefat eden bireylerden daha yüksektir.

IV.3.5. Çalışma ve Sektör Durumu

Tablo 4.48’de Cinsiyetin çalışma durumuna göre incelenmesine ait Ki kare testi sonuçları verilmiştir.

Tablo 4.48: Cinsiyetin Çalışma Durumuna Göre İncelenmesine Ki Kare Testi Sonuçları

Gruplar		Cinsiyet		Toplam	X ²	sd	p
		Erkek	Kadın				
Medeni Durum	Evli	171	94	265	44,880	2	<,001
	Bekar	93	160	253			
	Boşanmış ya da Eşi Vefat Eden	4	13	17			
	Toplam	268	267	535			

Cinsiyetin çalışma durumuna göre incelenmesine yönelik yapılan Ki Kare testi sonuçlarına göre, cinsiyet ile çalışma durumu arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmuştur ($p<0,05$).

Tablo 4.49’de Bağış şeklinin çalışma durumuna göre incelenmesine ait Kruskal Wallis H testi sonuçları verilmiştir.

Tablo 4.49 Bağış Şeklinin Çalışma Durumuna Göre İncelenmesine Yönelik Anova ve Post Hoc Testi Sonuçları

Doğrudan Bağış										
No	Gruplar	N	X		KT	Sd	KO	F	p	Fark
1	Çalışıyor	273	5,33	G. A.	6,778	2	3,389	1,581	,207	-
2	Çalışmıyor	223	5,10	G. İ.	1140,482	532	2,144			
3	Emekli	39	5,33	Toplam	1147,260	534				
	Toplam	535	5,23							

Dolaylı Bağış										
No	Gruplar	N	X		KT	Sd	KO	F	p	Fark
1	Çalışıyor	273	4,99	G. A.	,176	2	,088	,036	,965	-
2	Çalışmıyor	223	4,96	G. İ.	1306,673	532	2,456			
3	Emekli	39	5,03	Toplam	1306,849	534				
	Toplam	535	4,98							

Doğrudan Gönüllü Hizmet										
No	Gruplar	N	X		KT	Sd	KO	F	p	Games - Howel l
1	Çalışıyor	273	4,29	G. A.	23,537	2	11,768	3,247	,040	2>1
2	Çalışmıyor	223	4,73	G. İ.	1928,157	532	3,624			
3	Emekli	39	4,49	Toplam	1951,693	534				
	Toplam	535	4,49							

Dolaylı Gönüllü Hizmet										
No	Gruplar	N	X		KT	Sd	KO	F	p	Games - Howel l
1	Çalışıyor	273	4,00	G. A.	53,822	2	26,911	6,653	,001	2>1
2	Çalışmıyor	223	4,62	G. İ.	2151,905	532	4,045			
3	Emekli	39	4,69	Toplam	2205,727	534				
	Toplam	535	4,31							

Çalışma Durumunun bağış şekline göre incelenmesine yönelik yapılan Anova testi sonucuna göre, çalışma durumu ile doğrudan ve dolaylı gönüllü hizmet arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmuştur($p<0,05$). Gruplar arasındaki farklılığı belirlemek amacıyla homojen dağılmayan gruplar için yapılan post hoc testi olan Games-Howell testi

sonuçlarına göre, çalışmayan bireylerin doğrudan ve dolaylı gönüllü hizmet puanları, çalışan bireylerden daha yüksektir.

Tablo 4.50’de Bağış şeklinin çalışma sektör durumuna göre incelenmesine ait Kruskal Wallis H testi sonuçları verilmiştir.

Tablo 4.50: Bağış Şeklinin Çalışma Sektör Durumuna Göre İncelenmesine Yönelik Kruskal Wallis H Testi Sonuçları

Ölçekler	Gruplar	n	S.O.	H	sd	p	Fark
Doğrudan Bağış	Kamu	147	146,18	,690	2	,708	-
	Özel	114	137,96				
	Sivil Toplum Kuruluşları	23	141,52				
Dolaylı Bağış	Kamu	147	153,01	5,270	2	,072	-
	Özel	114	131,93				
	Sivil Toplum Kuruluşları	23	127,76				
Doğrudan Gönüllü Hizmet	Kamu	147	147,62	3,941	2	,139	-
	Özel	114	131,90				
	Sivil Toplum Kuruluşları	23	162,33				
Dolaylı Gönüllü Hizmet	Kamu	147	148,62	7,679	2	,022	Kamu, STK>Özel
	Özel	114	128,37				
	Sivil Toplum Kuruluşları	23	173,43				
	Toplam	284					

Çalışma sektör durumunun bağış şekline göre incelenmesine yönelik yapılan Kruskal Wallis-H testi sonucuna göre, çalışma sektör durumu ile dolaylı gönüllü hizmet arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık tespit edilmiştir ($p<0,05$). Gruplar arasındaki farklılığı belirlemek için yapılan Man Whitney U testi sonuçlarına göre, kamu ve sivil toplum kuruluşlarında çalışan bireylerin dolaylı gönüllü hizmet puanları özel sektörde çalışan bireylerinkinden daha yüksektir.

IV.3.6. Çocuk Sahipliği Durumu

Tablo 4.51’de Bağış dönemi durumunun çocuk sahipliği durumuna göre incelenmesine ait Anova testi sonuçları verilmiştir.

Tablo 4.51: Bağış Dönemi Durumunun Çocuk Sahipliği Durumuna Göre İncelenmesine Yönelik Anova ve Post Hoc Testi Analizi Sonuçları

Yardıma İhtiyaç Duyulan Bir Durumu Fark Ettiğimde

No	Gruplar	N	X		KT	Sd	KO	F	p	Fark
1	Çocuğu Olmayanlar	278	5,39	G. A.	10,077	4	2,519	1,514	,197	-
2	1 Çocuk	38	5,84	G. İ.	881,635	530	1,663			
3	2 Çocuk	117	5,58	Toplam	891,712	534				
4	3 Çocuk	67	5,58							
5	4 Çocuk ve Üzeri	35	5,69							
	Toplam	535	5,51							

Bir Felaket Yaşandığını Öğrendiğimde

No	Gruplar	N	X		KT	Sd	KO	F	p	Fark
1	Çocuğu Olmayanlar	278	5,65	G. A.	3,564	4	,891	,541	,705	-
2	1 Çocuk	38	5,89	G. İ.	872,380	530	1,646			
3	2 Çocuk	117	5,81	Toplam	875,944	534				
4	3 Çocuk	67	5,72							
5	4 Çocuk ve Üzeri	35	5,77							
	Toplam	535	5,72							

Dini Gün ve Bayramlarda

No	Gruplar	N	X		KT	Sd	KO	F	p	Tukey HSD
1	Çocuğu Olmayanlar	278	4,76	G. A.	31,979	4	7,995	3,262	,012	2 Çocuk> Çocuğu Olmayanlar
2	1 Çocuk	38	5,08	G. İ.	1298,930	530	2,451			
3	2 Çocuk	117	5,24	Toplam	1330,908	534				
4	3 Çocuk	67	5,18							
5	4 Çocuk ve Üzeri	35	5,46							
	Toplam	535	4,99							

Çocuk sahipliği durumunun bağış dönemine göre incelenmesine yönelik yapılan Anova testi sonucuna göre, çocuk sahipliği durumu ile dini gün ve bayramlarda ifadesi puanları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık tespit edilmiştir ($p<0,05$). Gruplar arasındaki farklılığı belirlemek için yapılan post hoc testi olan Tukey HSD testi sonuçlarına göre, 2 çocuğa sahip bireylerin dini gün bayramlarda ifadesi puanlarının çocuğu olmayan bireylerinkinden daha yüksek olduğu görülmüştür.

Tablo 4.52’de Bağış şekli durumunun çocuk sahipliği durumuna göre incelenmesine ait Anova testi sonuçları verilmiştir.

Tablo 4.52: Bağış Şekli Durumunun Çocuk Sahipliği Durumuna Göre İncelenmesine Yönelik Anova ve Post Hoc Testi Analizi Sonuçları

Doğrudan Bağış

No	Gruplar	N	X		KT	Sd	KO	F	p	Tukey HSD
1	Çocuğu Olmayanlar	278	5,06	G. A.	22,531	4	5,633	2,654	,032	1 Çocuk> Çocuğu Olmayanlar
2	1 Çocuk	38	5,79	G. İ.	1124,7290	530	2,122			

3	2 Çocuk	117	5,35	Toplam	1147,260	53 4
4	3 Çocuk	67	5,36			
5	4 Çocuk ve Üzeri	35	5,31			
	Toplam	535	5,23			

Dolaylı Bağış

No	Gruplar	N	X		KT	S d	KO	F	p	Fark
1	Çocuğu Olmayanlar	278	4,85	G. A.	13,828	4	3,457	1,417	,227	-
2	1 Çocuk	38	5,18	G. İ.	1293,021	53 0	2,440			
3	2 Çocuk	117	5,01	Toplam	1306,849	53 4				
4	3 Çocuk	67	5,16							
5	4 Çocuk ve Üzeri	35	5,37							
	Toplam	535	4,98							

Doğrudan Gönüllü Hizmet

No	Gruplar	N	X		KT	S d	KO	F	p	Fark
1	Çocuğu Olmayanlar	278	4,57	G. A.	5,911	4	1,478	,402	,807	-
2	1 Çocuk	38	4,21	G. İ.	1945,783	53 0	3,671			
3	2 Çocuk	117	4,45	Toplam	1951,693	53 4				
4	3 Çocuk	67	4,37							

5	4 Çocuk ve Üzeri	35	4,49
	Toplam	535	4,49

Dolaylı Gönüllü Hizmet

No	Gruplar	N	X		KT	S _d	KO	F	p	Fark
1	Çocuğu Olmayanlar	278	4,35	G. A.	12,094	4	3,023	,730	,571	-
2	1 Çocuk	38	3,89	G. İ.	2193,634	53	4,139			
						0				
3	2 Çocuk	117	4,19	Toplam	2205,727	53				
						4				
4	3 Çocuk	67	4,46							
5	4 Çocuk ve Üzeri	35	4,54							
	Toplam	535	4,31							

Çocuk sahipliği durumunun bağış şekline göre incelenmesine yönelik yapılan Anova testi sonucuna göre, çocuk sahipliği durumu ile doğrudan bağış puanları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmuştur ($p < 0,05$). Gruplar arasındaki farklılığı belirlemek için yapılan post hoc testi olan Tukey HSD testi sonuçlarına göre, 1 çocuğa sahip bireylerin doğrudan bağış puanlarının çocuğu olmayan bireylerden daha yüksek olduğu tespit edilmiştir.

Tablo 4.53'te Çocuk sahipliği durumunun bağış miktarı durumuna göre incelenmesine ait Ki Kare testi sonuçları verilmiştir.

Tablo 4.53: Çocuk Sahipliği Durumunun Bağış Miktarı Durumuna Göre İncelenmesine Yönelik Ki Kare Testi Sonuçları

Gruplar	Çocuk Sahipliği Durumu					Toplam	X ²	sd	p
	Çocuğu Olmayanlar	1 Çocuk	2 Çocuk	3 Çocuk	4 Çocuk ve Üzeri				
Bağış Miktarı	1-50 TL arası	65	5	10	10	8	98	92,366	28
	51-100 TL arası	78	5	18	7	2	110		
	101-250 TL arası	37	6	20	14	4	81		
	251-500 TL arası	48	6	22	11	4	91		
	501-750 TL arası	13	3	13	6	0	35		
	751-1000 TL arası	20	2	12	5	1	40		
	1001-2000 TL arası	6	7	8	6	6	33		
	2.001 TL ve Üzeri	11	4	14	8	10	47		
	Toplam	278	38	117	67	35	535		

Çocuk sahipliği durumunun bağış miktarına göre incelenmesine yönelik yapılan Ki Kare testi sonuçlarına göre, çocuk sahipliği durumu ile bağış miktarı arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmuştur ($p < 0,01$).

Tablo 4.54'te Çocuk sahipliği durumunun bağış konusu durumuna göre incelenmesine ait Ki Kare testi sonuçları verilmiştir.

Tablo 4.54: Çocuk Sahipliği Durumunun Bağış Konusu Durumuna Göre İncelenmesine Yönelik Ki Kare Testi Sonuçları

Gruplar	Çocuk Sahipliği Durumu					Toplam	X ²	sd	p
	Çocuğu Olmayanlar	1 Çocuk	2 Çocuk	3 Çocuk	4 Çocuk ve Üzeri				
Bağış Konusu	Eğitim	93	7	38	19	10	167	4,001	4 ,406
	Sağlık	70	7	16	10	5	108	9,362	4 ,053
	Dini Eğitim ve Hizmetler	88	17	47	28	19	199	10,004	4 ,040
	Fakir ve Yoksullar	178	25	94	53	30	380	17,849	4 ,001
	Yetimler	115	21	72	43	22	273	22,425	4 <,001
	Gençlik Hizmetleri	88	5	16	8	5	122	25,853	4 <,001
	Afetzedeler	94	16	44	31	12	197	4,236	4 ,375
	Çevre	33	2	5	2	0	42	13,805	4 ,008
	Hayvanlar	18	2	4	1	1	26	4,054	4 ,399
	Toplam	278	38	117	67	35	535		

*Bu veriler, katılımcılara en fazla üç yanıt seçme hakkı tanınarak toplanmıştır.

Çocuk sahipliği durumunun bağış konusuna göre incelenmesine yönelik yapılan Ki Kare testi sonuçlarına göre, çocuk sahipliği durumu ile bağış konusu arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık tespit edilmiştir ($p<0,01$). Bağış konusuna göre değerlendirildiğinde diğer değişkenlerde olduğu gibi en çok tercih edilen yardım konularının fakirler ve yoksullar ile yetimler olduğu, üçüncü tercih olarak çocuğu olmayanlarda eğitim ve afetzedeler, diğer çocuk sahibi olanlarda ise daha çok dini eğitim ve hizmetler ile afetzedeler yer almaktadır.

Tablo 4.55'te Çocuk sahipliği durumunun bağış aracı durumuna göre incelenmesine ait Ki Kare testi sonuçları verilmiştir.

Tablo 4.55: Çocuk Sahipliği Durumunun Bağış Aracı Durumuna Göre İncelenmesine Yönelik Ki Kare Testi Sonuçları

Gruplar	Çocuk Sahipliği Durumu					Toplam	X ²	sd	p
	Çocuğu Olmayanlar	1 Çocuk	2 Çocuk	3 Çocuk	4 Çocuk ve Üzeri				
Bağış Araçları	Doğrudan	177	24	91	44	26	362	8,673	4 ,070
	STK Şubeleri	78	6	30	30	11	155	12,188	4 ,016
	STK Web Sitesi	44	13	17	9	3	86	11,291	4 ,023
	Sms	72	15	43	20	12	162	6,642	4 ,156
	Tanıdığım Biri Vasıtasıyla	92	9	44	21	11	177	2,733	4 ,604
	Banka Hesaplarına havale	151	23	72	39	25	310	4,839	4 ,304
	STK Kumbarası	37	5	16	14	5	77	2,661	4 ,616
	Mobil Uygulamalar	56	6	26	5	7	100	7,154	4 ,128
	Kargo	3	2	1	1	0	7	5,384	4 ,250

*Bu veriler, katılımcılara en fazla üç yanıt seçme hakkı tanınarak toplanmıştır.

Çocuk sahipliği durumunun bağış aracı durumuna göre incelenmesine yönelik yapılan Ki Kare testi sonuçlarına göre, çocuk sahipliği durumu ile bağış aracı durumu arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık vardır ($p<0,05$). Bağış aracı tercihlerinde genel yönelik doğrudan ve banka hesaplarına havale olmaktadır. Üçüncü en çok tercih edilen araçta ise çocuğu olmayanlar ve 2 çocuğu olanlar tanıdığım biri vasıtasıyla, 1 çocuk ve 4 ve üzeri çocuk sahipleri sms'i, 3 çocuk sahibi olanların STK şubelerini tercih ettiği görülmektedir.

Tablo 4.56'da İçsel motivasyonların çocuk sahipliği durumuna göre incelenmesine yönelik Anova ve post hoc testi analizi sonuçları verilmiştir.

Tablo 4.56: İçsel Motivasyonların Çocuk Sahipliği Durumuna Göre İncelenmesine Yönelik Anova ve Post Hoc Testi Analizi Sonuçları

Psikolojik Fayda

No	Gruplar	N	X		KT	Sd	KO	F	p	Fark
1	Çocuğu Olmayanlar	278	5,4739	G. A.	4,217	4	1,054	,669	,614	-
2	1 Çocuk	38	5,3882	G. İ.	834,993	530	1,575			
3	2 Çocuk	117	5,2756	Toplam	839,210	534				
4	3 Çocuk	67	5,4179							
5	4 Çocuk ve Üzeri	35	5,2429							
	Toplam	535	5,4023							

Empati

No	Gruplar	N	X		KT	Sd	KO	F	p	Tukey HSD
1	Çocuğu Olmayanlar	278	6,0989	G. A.	8,980	4	2,245	3,391	,009	1,2 >4
2	1 Çocuk	38	6,2237	G. İ.	350,859	530	,662			
3	2 Çocuk	117	5,9701	Toplam	359,839	534				
4	3 Çocuk	67	6,0187							
5	4 Çocuk ve Üzeri	35	5,6214							
	Toplam	535	6,0383							

İşsel Dini Değerler

No	Gruplar	N	X		KT	Sd	KO	F	p	Games - Howell
1	Çocuğu Olmayanlar	278	5,7547	G. A.	48,586	4	12,14 6	10,38 3	<,001	5>3,2,1
2	1 Çocuk	38	5,8368	G. İ.	620,011	530	1,170			4>2,1
3	2 Çocuk	117	6,2137	Toplam	668,596	534				3>1
4	3 Çocuk	67	6,4657							
5	4 Çocuk ve Üzeri	35	6,5600							
	Toplam	535	6,0026							

Materyal Değerlere Yönelik Tutum

No	Gruplar	N	X		KT	Sd	KO	F	p	Games - Howell
1	Çocuğu Olmayanlar	278	3,6301	G. A.	87,939	4	21,98 5	11,87 4	<,001	1>2,3,4,5
2	1 Çocuk	38	2,8640	G. İ.	981,330	530	1,852			
3	2 Çocuk	117	2,9701	Toplam	1069,269	534				
4	3 Çocuk	67	2,7488							
5	4 Çocuk ve Üzeri	35	2,5714							
	Toplam	535	3,2517							

Özgecilik

No	Gruplar	N	X		KT	Sd	KO	F	p	Fark
1	Çocuğu Olmayanlar	278	5,8626	G. A.	6,694	4	1,673	1,872	,114	-
2	1 Çocuk	38	5,9263	G. İ.	473,660	530	,894			

3	2 Çocuk	117	6,0256	Toplam	480,354	534
4	3 Çocuk	67	6,1552			
5	4 Çocuk ve Üzeri	35	6,1257			
	Toplam	535	5,9566			

Kişilerarası Dini Değerler

No	Gruplar	N	X		KT	Sd	KO	F	p	Games - Howell
1	Çocuğu Olmayanlar	278	5,2158	G. A.	61,310	4	15,328	7,402	<,001	5,4>1,2
2	1 Çocuk	38	5,0316	G. İ.	1097,447	530	2,071			
3	2 Çocuk	117	5,6291	Toplam	1158,757	534				
4	3 Çocuk	67	6,0328							
5	4 Çocuk ve Üzeri	35	6,0571							
	Toplam	535	5,4505							

İçsel motivasyonların çocuk sahipliği durumuna göre incelenmesine yönelik yapılan Anova testi sonucuna göre, Empati Ölçeği, Dini Değerlere Yönelik Tutum Ölçeği İçsel ve Kişilerarası Alt Boyutları ve Materyal Değerlere Yönelik Tutum Ölçeği puanları ile çocuk sahipliği durumu arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmuştur ($p<0,05$). Gruplar arasındaki farklılığı belirlemek için homojen gruplar için kullanılan post hoc testi olan Tukey HSD testi ve homojen olmayan gruplar için kullanılan Games-Howell testi sonuçlarına göre, çocuğu olmayan ve 1 çocuk sahibi olanların Empati puanları 3 çocuğa sahip olanlardan daha yüksektir.

Dini Değerlere Yönelik Tutum Ölçeği İçsel Dini Değerler Alt Boyutu puanlarına göre bakıldığında 4 çocuk ve üzerine sahip olanların puanlarının çocuğu olmayanlar, 1 çocuk ve 2 çocuk sahibi olanlardan, 3 çocuk sahibi olanların puanlarının çocuğu olmayanlar ve 1 çocuğu olanlardan, 2 çocuk sahibi olanların puanları ise çocuğu olmayanların puanlarından daha yüksek olduğu tespit edilmiştir. Kişilerarası Değerler Alt Boyutu puanlarına bakıldığında 4

çocuk ve üzeri ve 3 çocuk sahibi olanların puanlarının çocuğu olmayan ve 1 çocuk sahibi olanlardan daha yüksek olduğu bulunmuştur.

Materyal Değerlere Yönelik Tutum ölçeği puanlarına bakıldığında çocuğu olmayanların puanlarının 1 çocuk, 2 çocuk, 3 çocuk ve 4 çocuk ve üzeri çocuğa sahip olanlardan daha yüksek olduğu görülmüştür.

IV.3.7. Kişisel Gelir

Tablo 4.57’de Bağış miktarı durumunun kişisel gelire göre incelenmesine yönelik ki kare testi sonuçları verilmiştir.

Tablo 4.57: Bağış Miktarı Durumunun Kişisel Gelire Göre İncelenmesine Yönelik Ki Kare Testi Sonuçları

Gruplar	Kişisel Gelir								Toplam	X ²	sd	p
	10.000 TL ve altı	10.001-17.001 TL arası	17.002-27.000 TL arası	27.001-37.000 TL arası	37.001-47.000 TL arası	47.001-57.000 TL arası	57.001 TL ve üzeri					
Bağış Miktarı	1-50 TL arası	50	14	6	15	7	4	2	98	178,34	42	<,001
	51-100 TL arası	62	10	11	9	7	9	2	110			
	101-250 TL arası	31	5	12	11	9	5	8	81			
	251-500 TL arası	24	8	14	16	16	7	6	91			
	501-750 TL arası	5	4	6	10	3	4	3	35			
	751-1000 TL arası	8	3	10	9	5	0	5	40			
	1001-2000 TL arası	0	1	3	5	11	4	9	33			
	2001 TL ve üstü	2	3	6	5	9	3	19	47			
	Toplam	182	48	68	80	67	36	54	535			

Kişisel gelirin bağış miktarı durumuna göre incelenmesine yönelik yapılan Ki Kare testi sonucuna göre, kişisel gelir ile bağış miktarı arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık vardır ($p<0,01$). Kişisel gelir arttıkça bağış miktarının da arttığı görülmektedir.

Tablo 4.58’de Kişisel gelirin gönüllü hizmet sağlama süresi durumuna göre incelenmesine yönelik ki kare testi sonuçları verilmiştir.

Tablo 4.58: Kişisel Gelirin Gönüllü Hizmet Sağlama Süresi Durumuna Göre İncelenmesine Yönelik Ki Kare Testi Sonuçları

Gruplar	Kişisel Gelir	Toplam								X ²	sd	p
		10.000 TL ve altı	10.001- 17.000 TL arası	17.002- 27.000 TL arası	27.001- 37.000 TL arası	37.001- 47.000 TL arası	47.001- 57.000 TL arası	57.001 TL ve üzeri				
Gönüllü Hizmet Sağlama Süresi	Katılmayanlar	54	17	26	40	35	9	21	202	53,317	24	<,001
	1-3 Saat Arası	47	9	13	17	17	20	20	143			
	4-6 Saat Arası	24	6	8	12	4	2	4	60			
	7-9 Saat Arası	14	4	5	6	2	0	0	31			
	10 Saat ve Üzeri	39	9	11	5	6	4	7	81			
	Toplam	178	45	63	80	64	35	52	517			

Kişisel gelirin gönüllü hizmet sağlama süresine göre incelenmesine yönelik yapılan Ki Kare testi sonucuna göre, kişisel gelir ile gönüllü hizmet sağlama süresi arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmuştur ($p<0,01$). Kişisel gelir arttıkça gönüllü hizmet sağlama süresinin azalmakta olduğu görülmektedir.

Tablo 4.59’da Kişisel gelirin kurum tercihi durumuna göre incelenmesine yönelik ki kare testi sonuçları verilmiştir.

Tablo 4.59: Kişisel Gelirin Kurum Tercihi Durumuna Göre İncelenmesine Yönelik Ki Kare Testi Sonuçları

Gruplar	Kişisel Gelir								Toplam	X ²	sd	p
	10.000 TL ve altı	10.001-17.001 TL arası	17.002-27.000 TL arası	27.001-37.000 TL arası	37.001-47.000 TL arası	47.001-57.000 TL arası	57.001 TL ve üzeri					
Kurum Tercihi	Kızılay	88	24	26	27	23	8	20	216	14,441	6	,025
	İHH	96	18	36	45	45	25	30	295	13,530	6	,035
	Lösev	12	6	4	4	2	2	3	33	4,811	6	,568
	Tema	19	4	7	2	2	0	1	35	14,327	6	,026
	Deniz Feneri	7	2	4	9	6	3	1	32	8,752	6	,188
	AFAD	49	10	18	20	17	8	12	134	1,255	6	,974
	Türkiye Diyanet Vakfı	26	12	9	22	12	12	11	104	13,592	6	,035
	Yeryüzü Doktorları	11	3	5	2	7	2	4	34	4,167	6	,654
	Aziz Mahmud Hüdayi Vakfı	31	9	15	17	17	11	17	117	7,775	6	,255
	Yetim Vakfı	8	1	7	2	3	2	3	26	6,307	6	,390
	Cami	36	16	11	19	9	11	10	112	10,399	6	,109
	Yeşilay	20	2	2	3	0	1	0	28	20,461	6	,002
Toplam	182	48	68	80	67	36	54	535				

*Bu veriler, katılımcılara en fazla üç yanıt seçme hakkı tanınarak toplanmıştır.

Kişisel gelirin kurum tercihiye göre incelenmesine yönelik yapılan Ki Kare testi sonucuna göre, kişisel gelir ile kurum tercihleri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık tespit edilmiştir ($p < 0,05$). Kurum tercihlerinde ise Kızılay ve İHH tüm gelir gruplarında yoğun olarak tercih edildiği görülmüştür. Üçüncü olarak tercih edilen kurumlar ise AFAD, Cami ve Türkiye Diyanet Vakfı olmuştur.

Tablo 4.60'ta Kişisel gelirin bağış konusu durumuna göre incelenmesine yönelik ki kare testi sonuçları verilmiştir.

Tablo 4.60: Kişisel Gelirin Bağış Konusu Durumuna Göre İncelenmesine Yönelik Ki Kare Testi Sonuçları

Gruplar	Bağış Konusu	Kişisel Gelir							Toplam	X ²	sd	p
		10.000 TL ve altı	10.001- 17.001 TL arası	17.002- 27.000 TL arası	27.001- 37.000 TL arası	37.001- 47.000 TL arası	47.001- 57.000 TL arası	57.001 TL ve üzeri				
	Eğitim	66	12	20	22	22	11	14	167	4,434	6	,618
	Sağlık	46	11	10	12	10	7	12	108	7,052	6	,316
	Dini Eğitim ve Hizmetler	58	19	29	31	26	14	22	199	3,685	6	,719
	Fakir ve Yoksullar	111	31	49	69	51	26	43	380	21,736	6	,001
	Yetimler	73	22	34	48	41	20	35	273	18,979	6	,004
	Gençlik Hizmetleri	60	10	14	13	11	7	7	122	17,680	6	,007
	Afetzedeler	68	17	23	28	26	15	20	197	,918	6	,989
	Çevre	21	6	6	3	3	2	1	42	10,806	6	,095
	Hayvanlar	10	0	5	7	1	2	1	26	8,880	6	,180
	Toplam	182	48	68	80	67	36	54	535			

*Bu veriler, katılımcılara en fazla üç yanıt seçme hakkı tanınarak toplanmıştır.

Kişisel gelirin bağış konusuna göre incelenmesine yönelik yapılan Ki Kare testi sonucuna göre, kişisel gelir ile bağış konusu arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmuştur ($p < 0,05$). Bağış konusu tercihlerine göre bakıldığında, fakirler ve yoksullar ile yetimler tüm gelir gruplarının en yüksek tercihi olurken çoğu grupta üçüncü tercih dini eğitim ve hizmetler olmuştur.

Tablo 4.61’de İçsel motivasyonların kişisel gelire göre incelenmesine yönelik Anova ve post hoc analizi sonuçları verilmiştir.

Tablo 4.61: İçsel Motivasyonların Kişisel Gelire Göre İncelenmesine Yönelik Anova ve Post Hoc Analizi Sonuçları

Psikolojik Fayda

No	Gruplar	N	X		KT	Sd	KO	F	p	Fark
1	10.000 TL ve altı	182	5,4794	G. A.	14,009	6	2,335	1,494	,178	-
2	10.001-17.001 TL arası	48	5,3385	G. İ.	825,200	528	1,563			
3	17.002-27.000 TL arası	68	5,0882	Toplam	839,210	534				
4	27.001-37.000 TL arası	80	5,4438							
5	37.001-47.000 TL arası	67	5,3060							
6	47.001-57.000 TL arası	36	5,7847							
7	57.001 TL ve üzeri	54	5,3981							
	Toplam	535	5,4023							

Empati

No	Gruplar	N	X		KT	Sd	KO	F	p	Tukey HSD
1	10.000 TL ve altı	182	6,2129	G. A.	11,763	6	1,961	2,974	,007	1>4
2	10.001-17.001 TL arası	48	5,9688	G. İ.	348,076	528	,659			
3	17.002-27.000 TL arası	68	6,0662	Toplam	359,839	534				
4	27.001-37.000 TL arası	80	5,8344							
5	37.001-47.000 TL arası	67	5,8881							

6	47.001-57.000 TL arası	36	6,1181	
7	57.001 TL ve üzeri	54	5,9120	
	Toplam	535	6,0383	

İçsel Dini Değerler

No	Gruplar	N	X		KT	Sd	KO	F	p	Fark
1	10.000 TL ve altı	182	5,8176	G. A.	14,574	6	2,429	1,961	,069	-
2	10.001-17.001 TL arası	48	5,9500	G. İ.	654,022	528	1,239			
3	17.002-27.000 TL arası	68	6,0676	Toplam	668,596	534				
4	27.001-37.000 TL arası	80	6,2150							
5	37.001-47.000 TL arası	67	6,2149							
6	47.001-57.000 TL arası	36	6,1556							
7	57.001 TL ve üzeri	54	5,9111							
	Toplam	535	6,0026							

Materyal Değerlere Yönelik Tutum

No	Gruplar	N	X		KT	Sd	KO	F	p	Tukey HSD
1	10.000 TL ve altı	182	3,5678	G. A.	37,697	6	6,283	3,216	,004	1>3,7
2	10.001-17.001 TL arası	48	3,4306	G. İ.	1031,572	528	1,954			
3	17.002-27.000 TL arası	68	2,9093	Toplam	1069,269	534				

4	27.001-37.000 TL arası	80	3,1708							
5	37.001-47.000 TL arası	67	3,0323							
6	47.001-57.000 TL arası	36	3,1435							
7	57.001 TL ve üzeri	54	2,9228							
	Toplam	535	3,2517							

Özgecilik

No	Gruplar	N	X		KT	Sd	KO	F	p	Fark
1	10.000 TL ve altı	182	5,8912	G. A.	7,833	6	1,305	1,459	,190	
2	10.001-17.001 TL arası	48	5,9083	G. İ.	472,521	528	,895			
3	17.002-27.000 TL arası	68	6,0500	Toplam	480,354	534				
4	27.001-37.000 TL arası	80	5,9575							
5	37.001-47.000 TL arası	67	5,9701							
6	47.001-57.000 TL arası	36	6,3444							
7	57.001 TL ve üzeri	54	5,8259							
	Toplam	535	5,9566							

Kişilerarası Dini Değerler

No	Gruplar	N	X		KT	Sd	KO	F	p	Fark
1	10.000 TL ve altı	182	5,2923	G. A.	15,620	6	2,603	1,202	,303	-
2	10.001-17.001 TL arası	48	5,3833	G. İ.	1143,137	528	2,165			
3	17.002-27.000 TL arası	68	5,5529	Toplam	1158,757	534				

4	27.001-37.000 TL arası	80	5,6400
5	37.001-47.000 TL arası	67	5,4209
6	47.001-57.000 TL arası	36	5,8889
7	57.001 TL ve üzeri	54	5,3778
	Toplam	535	5,4505

İşsel motivasyonların kişisel gelir duruma göre incelenmesine yönelik yapılan Anova testi sonuçlarına göre, Empati Ölçeği ve Materyal Değerlere Yönelik Tutum Ölçeği puanları ile kişisel gelir arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık tespit edilmiştir ($p<0,05$). Gruplar arası farklılığı belirlemek için yapılan post hoc analizi Tukey HSD testi sonuçlarına göre, 10.000 TL ve altı kişisel gelir grubunun Empati Ölçeği puanlarının 27.001-37.000 TL gelir grubundan daha yüksek olduğu bulunmuştur.

Materyal Değerlere Yönelik Tutum puanlarına bakıldığında 10.000 TL ve altı kişisel gelire sahip bireylerin puanlarının 17.002-27.000 TL ve 57.001 TL ve üzeri kişisel gelire sahip olan bireylerden daha yüksek olduğu belirlenmiştir.

Tablo 4.62’de Kişisel gelirin yaş durumuna göre incelenmesine yönelik ki kare testi sonuçları verilmiştir.

Tablo 4.62: Kişisel Gelirin Yaş Durumuna Göre İncelenmesine Yönelik Ki Kare Testi Sonuçları

		Kişisel Gelir							Toplam	X ²	sd	p
Gruplar		10.000 TL ve altı	10.001-17.001 TL arası	17.002-27.000 TL arası	27.001-37.000 TL arası	37.001-47.000 TL arası	47.001-57.000 TL arası	57.001 TL ve üzeri				
Yaş	18-30 yaş	156	25	32	26	8	6	12	265	191,821	18	<,001
	31-40 yaş	9	7	11	20	25	8	15	95			
	41-50 yaş	12	5	10	21	20	16	16	100			

51 yaş ve üzeri	5	11	15	13	14	6	11	75
Toplam	182	48	68	80	67	36	54	535

Kişisel gelirin yaş durumuna göre incelenmesine yönelik yapılan Ki Kare testi sonucuna göre, kişisel gelir ile yaş durumu arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık tespit edilmiştir ($p < 0,01$).

IV.4. İçsel Motivasyonlara Ait Bulgular

Tablo 4.63'te İçsel motivasyonlar arasındaki ilişkinin incelenmesine yönelik Spearman Korelasyon analizi sonuçları verilmiştir.

Tablo 4.63 İçsel Motivasyonlar Puanları Arasındaki İlişkinin İncelenmesine Yönelik Spearman Korelasyon Analizi Sonuçları

	Psikolojik Fayda	Empati	İçsel Dini Değerler	Materyal Değerler	Özgecilik	Kişilerarası Dini Değerler
Psikolojik Fayda	1					
Empati	,301**	1				
İçsel Dini Değerler	,089*	,222**	1			
Materyal Değerler	,192**	,055	-,213**	1		
Özgecilik	,330**	,508**	,368**	,001	1	
Kişilerarası Dini Değerler	,143**	,175**	,707**	-,165**	,305**	1

** $p < 0,01$ * $p < 0,05$

Psikolojik Fayda Ölçeği puanları ile Empati Ölçeği ($r = ,301$; $p < 0,01$), Dini Değerlere Yönelik Tutum Ölçeği İçsel Dini Değerler Alt Boyutu ($r = ,089$; $p < 0,05$) ve Kişilerarası Dini Değerler Alt Boyutu ($r = ,143$; $p < 0,01$), Özgecilik Ölçeği ($r = ,330$; $p < 0,01$), Materyal Değerlere

Yönelik Tutum Ölçeği puanları ($r=,192$; $p<0,01$) arasında pozitif ve anlamlı bir ilişki tespit edilmiştir.

Empati Ölçeği puanları ile Dini Değerlere Yönelik Tutum Ölçeği İçsel Dini Değerler Alt Boyutu ($r=,222$; $p<0,01$) ve Kişilerarası Dini Değerler Alt Boyutu ($r=,175$; $p<0,01$), Özgeciliğin Ölçeği puanları ($r=,508$; $p<0,01$) arasında pozitif ve anlamlı bir ilişki bulunmuştur. Empati Ölçeği puanları ve Materyal Değerlere Yönelik Tutum Ölçeği ($r=,055$) arasında anlamlı bir ilişki olduğu görülmüştür.

Dini Değerlere Yönelik Tutum Ölçeği İçsel Dini Değerler Alt Boyutu puanları ile Kişilerarası Dini Değerler Alt Boyutu ($r=,707$; $p<0,01$), Özgeciliğin Ölçeği puanları ($r=,368$; $p<0,01$) ile pozitif ve anlamlı; Materyal Değerlere Yönelik Tutum Ölçeği puanları ($r= -,213$; $p<0,01$) ile negatif ve anlamlı bir ilişki bulunmuştur.

Materyal Değerlere Yönelik Tutum Ölçeği puanları ile Dini Değerlere Yönelik Tutum Ölçeği Kişilerarası Dini Değerler Alt Boyutu ($r= -,165$; $p<0,01$) arasında negatif ve anlamlı bir ilişki tespit edilirken, Özgeciliğin Ölçeği puanları ($r=,001$) arasında anlamlı bir ilişki olduğu görülmüştür.

Özgeciliğin Ölçeği puanları ile Dini Değerlere Yönelik Tutum Ölçeği Kişilerarası Dini Değerler Alt Boyutu ($r= ,305$; $p<0,01$) pozitif ve anlamlı bir ilişki vardır.

Tablo 4.64'te İçsel motivasyon puanları ve bağış şekli durumları arasındaki ilişkinin incelenmesine yönelik Spearman korelasyon analizi sonuçları verilmiştir.

Tablo 4.64: İçsel Motivasyon Puanları ve Bağış Şekli Durumları Arasındaki İlişkinin İncelenmesine Yönelik Spearman Korelasyon Analizi Sonuçları

	Materyal Değerler	Psikolojik Fayda	Özgeciliğin	Doğrudan Bağış	Dolaylı Bağış	Doğrudan Gönüllü Hizmet	Dolaylı Gönüllü Hizmet
Materyal Değerler	1						
Psikolojik Fayda	,192**	1					
Özgeciliğin	,001	,330**	1				
Doğrudan Bağış	-,045	,190**	,301**	1			

Dolaylı Bağış	-,059	,163**	,223**	,457**	1		
Doğrudan Gönüllü Hizmet	-,100*	,155**	,186**	,374**	,300**	1	
Dolaylı Gönüllü Hizmet	-,088*	,127**	,189**	,295**	,340**	,837**	1

** p <0.01 * p <0.05

	İçsel Dini Değerler	Kişilerarası Dini Değerler	Empati	Doğrudan Bağış	Dolaylı Bağış	Doğrudan Gönüllü Hizmet	Dolaylı Gönüllü Hizmet
İçsel Dini Değerler	1						
Kişilerarası Dini Değerler	,707**	1					
Empati	,222**	,175**	1				
Doğrudan Bağış	,147**	,119**	,333**	1			
Dolaylı Bağış	,270**	,326**	,215**	,457**	1		
Doğrudan Gönüllü Hizmet	,082	,175**	,271**	,374**	,300**	1	
Dolaylı Gönüllü Hizmet	,098*	,224**	,260**	,295**	,340**	,837**	1

** p <0.01 * p <0.05

Materyal Değerlere Yönelik Tutum Ölçeği puanları ile Doğrudan Gönüllü Hizmet ($r = -,100$; $p < 0,05$) ve Dolaylı Gönüllü Hizmet ($r = -,088$; $p < 0,05$) arasında negatif ve anlamlı bir ilişki bulunurken, Materyal Değerlere Yönelik Tutum Ölçeği ile Doğrudan Bağış ($r = -,045$) ve Dolaylı Bağış ($r = -,059$) arasında anlamlı bir ilişki tespit edilmiştir.

Psikolojik Fayda Ölçeği puanları ile Doğrudan Bağış ($r=,190$; $p<0,01$) Dolaylı Bağış ($r=,163$; $p<0,01$) Doğrudan Gönüllü Hizmet ($r=,155$; $p<0,01$) ve Dolaylı Gönüllü Hizmet ($r=,127$; $p<0,01$) arasında pozitif ve anlamlı bir ilişki vardır.

Özgecilik Ölçeği puanları ile Doğrudan Bağış ($r=,301$; $p<0,01$) Dolaylı Bağış ($r=,223$; $p<0,01$) Doğrudan Gönüllü Hizmet ($r=,186$; $p<0,01$) ve Dolaylı Gönüllü Hizmet ($r=,189$; $p<0,01$) arasında pozitif ve anlamlı bir ilişki bulunmuştur.

Dini Değerlere Yönelik Tutum Ölçeği İçsel Dini Değerler Alt Boyutu puanları ile Doğrudan Bağış ($r=,147$; $p<0,01$) Dolaylı Bağış ($r=,270$; $p<0,01$) ve Dolaylı Gönüllü Hizmet ($r=,098$; $p<0,05$) arasında pozitif ve anlamlı bir ilişki tespit edilirken, Doğrudan Gönüllü Hizmet ($r=,082$) ile anlamlı bir ilişki belirlenememiştir.

Dini Değerlere Yönelik Tutum Ölçeği Kişilerarası Dini Değerler Alt Boyutu puanları ile Doğrudan Bağış ($r=,119$; $p<0,01$) Dolaylı Bağış ($r=,326$; $p<0,01$), Doğrudan Gönüllü Hizmet ($r=,175$; $p<0,01$) ve Dolaylı Gönüllü Hizmet ($r=,224$; $p<0,01$) arasında pozitif ve anlamlı bir ilişki tespit edilmiştir.

Empati Ölçeği puanları ile Doğrudan Bağış ($r=,333$; $p<0,01$) Dolaylı Bağış ($r=,215$; $p<0,01$) Doğrudan Gönüllü Hizmet ($r=,271$; $p<0,01$) ve Dolaylı Gönüllü Hizmet ($r=,260$; $p<0,01$) arasında pozitif ve anlamlı bir ilişki bulunmuştur.

Aynı zamanda Doğrudan Bağış ve Dolaylı Bağış ile Doğrudan Gönüllü Hizmet ve Dolaylı Gönüllü Hizmet bağış şekilleri kendi aralarında pozitif ve anlamlı bir şekilde ilişkili olduğu da görülmektedir.

V. BÖLÜM

TARTIŞMA, SONUÇ VE ÖNERİLER

Bu bölümde araştırmaya ilişkin bulgular, hipotezler ve ilgili literatür eşliğinde tartışılarak Türkiye’deki bağışçıların ve gönüllülerin demografik, psikografik, davranışsal ve kişilik özelliklerine göre profillerinin oluşturulması yer almaktadır. Ayrıca Enneagram modeli bağışçı tiyolojileri ve genel bağışçı profilleri için öneriler sunulmaktadır.

V.1. Tartışma ve Değerlendirmeler

V.1.1. Enneagram Kişilik Tiyolojilerine Ait Değerlendirmeler

Katılımcıların Enneagram kişilik tiplerine göre betimsel olarak dağılımları; Tip 1’in 118 kişi (%22,1), Tip 2’nin 175 kişi (%32,7), Tip 3’ün 26 kişi (%4,9), Tip 4’ün 18 kişi (%3,4), Tip 5’in 63 kişi (%11,8), Tip 6’nın 76 kişi (%14,2), Tip 7’nin 20 kişi (3,7), Tip 8’in 9 kişi (%1,7) ve Tip 9’un 30 kişi (%5,6) olduğu tespit edilmiştir.

Bulunan kişilik tiplerinden katılımcıların %54,8’ini oluşturan Tip 1 ve Tip 2 kişilikler en yoğun bulunan tiyolojilerdir. Bu kişilerin genel yapıları incelendiğinde ulaşılan sonucun kişilik özellikleriyle uyumlu olduğu görülmektedir.

Tip 1’ler kendilerini bir davaya adayabilen ve diğer insanların kendi menfaatleri için gösterdikleri çabayı onlar kolaylıkla davaları için ortaya koyabilen yenilikçi insanlardır. Algısal dikkatleri düzensizlikler ve yanlışlara odaklanan birler, etraflarına düzen getirmek isterler (Palmer, 2014: 98-108). Sağlıklı birler hayata büyük bir misyonla bakarlar. Ayrıca diğer insanların zayıflıklarına ve eksikliklerine karşı hoşgörölü olurlar ve onlara yardımcı çalışırlar (Riso ve Hudson, 2021:137-139). Özellikle Tiyoloji 2’nin kanat etkisinin görüldüğü birler daha paylaşımcı ve yardımsever olmaktadır (Yılmaz vd., 2014:403-404).

Tip 2’ler yüksek empati yeteneğine sahip, yardımsever ve duygularını yoğun yaşayan merhametli insanlardır (Şirin, 2020; Yılmaz vd., 2014). İikiler içlerinde yaşadıkları duygularını davranışlarına da çok kolay yansıtır (Riso ve Hudson, 2021:276-278). İikilerin kişilik gelişiminde öne çıkan noktalardan birisi, kabul görmek ve istenilen kişi olmak için algısal dikkatlerinin karşısındakilerin ihtiyaçlarına yönelmeleridir (Palmer: 2014:155). Güçlü empati duygusunu özgecilik erdemi ile bir araya getiren sağlıklı ikiler, karşılık beklemeden koşulsuz bir sevgi ile diğer insanlara yardım eden insanlardır. (Riso ve Hudson, 2021:81-82).

V.1.1.1. Enneagram Kişilik Tipleri ile Demografik Özellikler Arasındaki İlişkiye Ait Değerlendirmeler

Bağış yapan ve gönüllü hizmet sağlayanların Enneagram kişilik tipleri ile demografik değişkenler arasındaki yapılan testler sonucunda Enneagram kişilik tipleri ile cinsiyet, çalışma durumu, medeni durum ve ev sahipliği durumu değişkenleri arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılık bulunmuştur. Bu sonuca göre H_1 : Enneagram Kişilik tipleri ile demografik değişkenler arasında anlamlı bir farklılık vardır hipotezi kabul edilmiştir.

Kişilik tiplerinden Tip 4 ve Tip 7'ler daha çok kadınlardan oluşmaktayken, Tip 6 ve Tip 9'lar daha çok erkeklerden oluşmaktadır. Medeni duruma göre bakıldığında, Tip 3, Tip 4 ve Tip 9 kişilikler daha çok bekarlardan, Tip 6'lar daha çok evlilerden oluşmaktadır. Çalışma durumuna göre Tip 4 ve Tip 7 kişilikler daha çok çalışmayan, Tip 6'lar ise daha çok çalışanlardan oluşmaktadır. Ev sahipliği durumunda ise Tip 1, Tip 2, Tip 5, Tip 6'nın daha çok ev sahibi olanlardan oluştuğu görülmektedir.

V.1.1.2. Enneagram Kişilik Tipleri ve İçsel Motivasyonlar İlişkisine Ait Değerlendirmeler

Bağış yapan ve gönüllü hizmet sağlayanların Enneagram kişilik tipleri ile içsel motivasyonlar arasındaki yapılan testler sonucunda Enneagram kişilik tipleri ile Empati, Özgecilik, Psikolojik Fayda, Materyal Değerler ve Dini Değerler arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık tespit edilmiştir. Bu durumda " H_3 : Enneagram kişilik tipleri ile içsel bağış motivasyonları arasında anlamlı bir farklılık vardır" hipotezi kabul edilmiştir.

Tip 1 kişiliklerin İçsel Dini Değerler puanlarının Tip 3, Tip 4, Tip 7 ve Tip 9 kişiliklerden, Tip 2 kişiliklerinin Tip 3, Tip 4, Tip 5, Tip 6, Tip 7 ve Tip 9 kişiliklerinde yüksek olduğu görülmüştür. Aynı zamanda Kişilerarası Dini Değerler puanlarında da benzer bir sonuca ulaşılmıştır. Tip 1 kişiliklerin puanlarının Tip 3 ve Tip 4 kişiliklerden, Tip 2 kişilerin puanlarının Tip 3, Tip 4, Tip 5, Tip 6 ve Tip 7 kişiliklerden yüksek olduğu tespit edilmiştir.

Bağış davranışını etkileyen motivasyonlardan din ilk sıralarda yer almaktadır. Birçok dinde yardım davranışına önem verilmesi, dindar insanlarda yardım davranışlarının daha yaygın görülmesini açıklamaktadır. Özellikle ibadetlerini yerine getiren insanların özgecilik derecelerinin daha yüksek olduğu ve gönüllü faaliyetlere katılımlarının daha fazla olduğu yapılan çalışmalarda görülmüştür. (Ranganathan ve Henley, 2008; Bekkers, 2010; Bekkers ve

Wiepking, 2011b). Dini değerlere ve maneviyata önem veren bağışçılar, toplumdaki yanlışları düzeltmeye ve adaleti sağlamaya daha istekli kişiler olmaktadır (Todd ve Lawson, 1999).

İçsel motivasyonlar arasında yapılan korelasyon analizi de bu literatür bilgisiyle uyumludur. Dini Değerlere Yönelik Tutum Ölçeği İçsel Dini Değerler Alt Boyutu puanları ile Özgecilik Ölçeği puanları ($r=,368$; $p<0,01$); Kişilerarası Dini Değerler Alt Boyutu puanları ile Özgecilik Ölçeği puanları ($r= ,305$; $p<0,01$) arasında pozitif ve anlamlı bir ilişki tespit edilmiştir. Tip 1 ve Tip 2 kişiliklerin Dini Değerlere Tutumunun yüksekliği Özgecilik Puanlarının yüksekliğini de açıklamaktadır. Türkiye’de yaygın olan din olan İslam’ın yardımseverliği dinin önemli faaliyetleri olarak teşvik etmesi, niceliksel olarak büyüklüğüne bakılmaksızın iyiliğin yayılması adına her türlü işin kabul edileceği inancı bu ilişkiyi beslemektedir (Merter, 2023:266-267; Adıgüzel, 2014:75-86; Öztürk, 2001:460-463). Dini değerler ve özgecilik değerleri yüksek olan Tip 1’ler için değerlendirildiğinde, kendilerini bir davaya adayabilmeleri ve toplumsal sorunları düzeltmeye olan iç motivasyonları onların (Palmer, 2014: 98-108), din gibi yüksek bir misyona ve yardımseverlik kültürüne uyumlarının yüksekliğini açıklamaktadır. Tip 2’ler için bakıldığında yüksek empatilerinin yardımseverliğe olan doğal eğilimleriyle beraber, İslam dininin kişilerin yaptıklarının karşılığında ilahi bir sevginin ve mükafatının verileceği mesajları dini değerlere verdikleri önemi açıklayabilir (Riso ve Hudson: 2021:85).

Yapılan korelasyon analizi sonucunda İçsel Dini Değerler Alt Boyutu puanları ile Materyal Değerlere Yönelik Tutum Ölçeği puanları ($r=-,213$; $p<0,01$); Kişilerarası Dini Değerler Alt Boyutu ile Materyal Değerlere Yönelik Tutumu puanları ($r=-,165$; $p<0,01$) arasında negatif ve anlamlı bir ilişki bulunmuştur. Bu sonuç Materyal Değerlere Yönelik Tutum puanları yüksek olan Tip 3 ve Tip 9 kişiliklerin dini değerlere yönelik tutum puanlarının düşüklüğünü de açıklamaktadır. Ayrıca İçsel dini değerler ile yaş arasında yapılan Anova testi sonucuna göre 18-30 yaş aralığındakilerin en düşük İçsel Dini Değerler puanına sahip olduğu ve en yüksek Materyal değerlere sahip olduğu tespit edilmiştir. Katılımcılardan Tip 3, Tip 4, Tip 7 ve Tip 9 kişiliklerin büyük çoğunluğunun 18-30 yaş aralığında olması durumu da bu motivasyonlar için yaş değişkeninin önemli bir etkisinin olduğunu göstermektedir.

Tip 1 ve Tip 2 kişiliklere sahip olanlar Tip 5, Tip 6, Tip 9 kişiliklerden daha yüksek empati puanlarına sahiptirler. Enneagram kişilik tiplerinde yüksek empati sahibi olduğu görülen Tip 2 ile Tip 9 arasındaki bu fark, bir çelişki gibi görünmesine rağmen bu durum empatinin yapısal boyutları ile açıklanabilir.

Empati tanım itibariyle karşısındaki kişinin durumunu anlama duygusudur. Ancak yapısal boyutta bu durum ikiye ayrılmaktadır. Kişinin bilişsel olarak karşısındakinin bakış açısından görebilmesine perspektif alma, duygusal olarak karşısındakinin içinde bulunduğu duyguları hissetmesine ise empatik ilgi denmektedir (Bekkers, 2010; Takada ve Levine, 2007; Webb, Green ve Brashear, 2000). Birey, eğer bilişsel bir empati durumunda ise bu durum kendisinde bir kişisel sıkıntı oluşturur. Bu durumun sonucunda kişi ya sıkıntıyı gidermeye ya da sıkıntıdan kaçmaya çalışır. Konunun merkezinde kendi duyduğu kişisel sıkıntı yer alır. Bu kişiler, bencil bir motivasyonla hareket etmektedirler. Duygusal bir süreç olan empatik ilgiye sahip olan kişiler ise kendi duygularından bağımsız bir şekilde karşısındakinin yaşadığı duyguya odaklanır ve empatik endişe duyarlar. Bu duygu sonucu saf bir özgecilikle hareket ederler (Verhaert ve Poel, 2011:5-11; Cialdini, Schaller, Houlihan, Arps, Fultz ve Beaman, 1987, Tiltay, 2104: 14,15; Verhaert ve Poel, 2011; Webb, Green ve Brashear, 2000; Bendapudi vd.,1996).

Tip 2'ler yüksek empati sahibi, yardımsever ve duygularını yoğun yaşayan merhametli insanlardır (Şirin, 2020; Yılmaz vd., 2014). Güçlü empati duygusunu merhamet duygusu ile bir araya getiren sağlıklı ikiler, karşılık beklemeden koşulsuz bir sevgi ile diğer insanlara yardım eden, özgeci insanlardır. (Riso ve Hudson, 2021:81-82). Empati tanımına göre Tip 2'lerin empatik ilgi boyutunda yer aldığı ve empatik endişe duygusu içerisinde oldukları anlaşılmaktadır.

Tip 9'lar karşısındaki kişilerin bakış açılarını sezebilen empati sahibi insanlardır. (Palmer, 2014:397-405). Karşısındakinin bakış açısını alabilme onlarda herkesi haklı bulan ve taraf olamayan bir durumu ortaya çıkarmıştır. Bu nedenle kendilerinden talepte bulunanları reddedemezler. Karşısındakileri reddettiklerinde oluşan olumsuz durum Tip 9'larda kişisel bir sıkıntı oluşturur. Hissettikleri ayrılık duygusu sonucunda taleplere hayır demekte zorlanmaya başlarlar (Daniels ve Price, 2022:72-73). Empatinin bilişsel boyutu tanımı ile Tip'9 un yaşadığı durum uyumludur. Bu durum bencil bir motivasyon ortaya çıkartmaktadır.

Öte yandan cinsiyet ile Empati Ölçeği arasında yapılan T testi sonuçlarına göre kadınların erkeklerden daha yüksek empati puanına sahip olduğu görülmektedir. Tip 6 ve Tip 9 kişiliğe sahip olan erkek katılımcıların kadınlardan daha fazla olması da bu farklılığı açıklayan etkenlerden birisi olabilir.

Tip 1 ve Tip 2 kişiliklere sahip olanlar Tip 4, Tip 5, Tip 6, Tip 7, Tip 8, Tip 9 kişiliklerden daha yüksek özgecilik puanına sahip oldukları tespit edilmiştir ($p<0,01$).

Empati ve özgecilik ölçeği puanları anlamlı olarak yüksek olan Tip 1 ve Tip 2'lerin bu durumu, ilgili literatür ve yapılan korelasyon analizi sonucu ile uyumludur. İçsel motivasyonlar arasında yapılan spearman korelasyon analizi sonucunda empati ölçeği puanları ile özgecilik ölçeği puanları ($r=,508$; $p<0,01$) arasında yüksek derecede pozitif ve anlamlı bir ilişki tespit edilmiştir. Yapılan birçok çalışma empati ile özgecilik arasındaki ilişkiyi açıklamış ve empatinin yardımseverlik davranışının en önemli duygularından birisi olduğunu ileri sürmüştür (Bekkers, 2010; Takada ve Levine, 2007; Webb, Green ve Brashear, 2000).

Özgecilik puanları düşük olan kişilerin bu durumları ise onların kişilik yapılarıyla açıklanabilmektedir. Tip 4'ler bireyci kişilikleriyle bilinirler. Daha çok içe dönük olan Tip 4'ler kendi duygularının anlamını ve kimliğini bulmak için diğer insanları gözlemlerler. Küçüklüklerinde bir şeylerden yoksun kaldığına inanan bu kişilikler, idealize yaşam tarzında olmasını istediği imkânların başkasında olduğunu gördüğünde onları kıskanırlar. Onlara göre diğer insanların hayatlarının her alanında işleri yolundadır ve huzurludurlar. Kıskançlık tam burada, kişinin kendisinde olmasını istediği isteklerinin başkalarında oluşuna karşı çıkmıştır (Palmer, 2014:235-236; Riso ve Hudson, 2021:52-54).

Tip 5'e sahip bireyler düşünce merkezli insanlardır. Düşünceleri ile duygularının karışması sonucunda ortaya çıkan kişilik bozukluğu, onları insanlardan uzaklaşarak düşünceleriyle özdeşleşmeye yönlendirir. Yaşamın erken dönemlerinde kişisel yaşam alanlarının sıklıkla ihlal edilmesi ve insanların onlardan talepleri, onları yalnızlığa ve taleplerden kaçınan bir kişiliğe yönlendirmiştir (Palmer, 2014:246-247; Riso ve Hudson, 2021:104-330). Hayatın kaynaklarının onlardan beklenen taleplerden daha az olduğu inancıyla hareket eden Tip 5'ler karşısındaki kişilerin taleplerinden kaçınarak ilişkilerini azaltırlar (Daniels ve Price, 2022:56-57). Tip 7'ler özsever, benmerkezci ve hazcı kişilerdir. Kendi ihtiyaçlarının giderilmesi onların öncelikleridir (Palmer, 2014:319-321). Bu durum onların kendisi dışındaki bir kişinin ihtiyaçlarına olan duyarlılığını azaltabilmektedir.

Empati duygusu kişisel sıkıntı şeklinde ortaya çıkan Tip 9'lar bu sıkıntının giderilmesini ya da bu sıkıntıdan kaçınmayı tercih etmektedirler. Yüz yüze yapılan bağış talebinde yaşadığı kişisel sıkıntı sonucu pozitif yaklaşan bu kişiler, küçük bir miktar yardımın bile sıkıntısının hafiflemesini sağladığı için daha az özgeci olmaktadır. Kişisel sıkıntının giderilmesi için yapılan bu davranış bencil bir motivasyon olmaktadır (Verhaert ve Poel, 2011). Ek olarak materyal değerlere yönelik tutum ile kişilik tipleri arasında yapılan Kruskal Wallis H testi sonucu Tip 9'ların en yüksek puana sahip olduklarını göstermiştir. Genel olarak materyalizm ile özgecilik negatif ilişkili motivasyonlardır (O'Reilly vd., 2012).

Psikolojik Fayda Ölçeği puanlarına bakıldığında, Tip 1 kişiliklerin Tip 4'lerden, Tip 2 ve Tip 3 kişiliklerin Tip 4, Tip 6, Tip 7 kişiliklerinden, Tip 5'lerin Tip 4 ve Tip 7'lerden daha yüksek olduğu tespit edilmiştir.

Bağışçıların doğrudan yaptıkları bağışlarda karşısındakilerin mutluluğunu görmeleri sıcaklık etkisi olarak tanımlanan bir iç iyilik hâli oluşturmaktadır. Kişiler yaptığı bağışların etkisini gördüklerinde bu duygu artmaktadır (Bekkers, 2010; Bendapudi vd.,1996). Psikolojik fayda, kişilerin toplumsal olarak doğru ve iyi kabul edilen davranışların sonucunda da ortaya çıkabilen bir iç motivasyondur (Bekkers ve Wiepking, 2011a). Bağışçıların özgeci davranışlar sonucu beyinlerindeki ödül merkezinin uyarıldığı da yapılan çalışmalarda tespit edilmiştir (Sargeant ve Shang, 2010). Yüksek puan alan kişilikler için önemli bir bağış motivasyonu olan psikolojik fayda motivasyonunun önemi, kişilik özellikleri ile bağlantılıdır.

Erken yaşlarda yoğun eleştirilere maruz kalan Tip 1'ler hata yapmaktan ve dolayısıyla eleştirilmekten kaçınırlar. Bu nedenle her zaman doğru davranışlar sergilemeye çalışırlar (Palmer, 2014:97). Birler, sevgi ve saygı görebilmek için doğru davranışın sergilenmesi gerektiğine inanmaktadırlar (Daniels ve Price, 2022: 39). Dolayısıyla toplumda doğru olarak kabul edilen davranışların sergilenmesi sonucu psikolojik faydanın Tip 1'lerde yüksek olması beklenen bir durumdur.

Tip 2'ler diğer insanların ihtiyaçlarının giderilmesini sağlayarak değer ve sevgi göreceğini düşünmektedirler. Temel korkuları sevilmemek ve istenmemek olan bu kişilikler karşısındakilerin onayına göre hareket edebilmektedirler (Riso ve Hudson, 2021:337). Kendilerinin ihtiyaç duyulduğu ilişkiler onların öne plana çıkarır. Böylece değerli olduklarını hissederek (Riso ve Hudson: 2021:46-85). Tip 2'lerin bu motivasyonları ihtiyaç duyulan kişi oldukları özgeci davranışlarının onlara değerli olduklarını hissettirmesi, psikolojik fayda motivasyonunun yüksek olması durumunu açıklamaktadır.

Tip 3'ler yaptığı başarılı işlerin sonucunda sevilleceği ve değer göreceği inancıyla hareket ederler (Daniels ve Price, 2022: 48). Üçler bulundukları ortamın kabul edilebilir imajını kolaylıkla sağlayabilen insanlardır (Riso ve Hudson, 2021: 49-51). Bu durum onların istenilen kişi imajını sağladığı durumlar için psikolojik fayda motivasyonunun etkisini açıklamaktadır.

Özetle, Tip 1'ler yaptıkları doğru davranışlarla, Tip 2'ler insanların ihtiyaçlarını giderdiği davranışlarla ve Tip 3'ler ise bulundukları ortamın istenilen kişi imajını sergileyerek değer ve sevgi göreceklerine inanırlar.

Tip 4'ler geçmiş kayıplarının yerini melankolik ve depresif duygularla doldurmaya çalışırlar. Tip 4'lerin psikolojik fayda puanlarının en düşük tipoloji olması ise onların geçmişleri ve kaybettikleri üzerinden ortaya çıkan melankolik duygularından besleniyor olmaları ile açıklanabilir (Palmer, 2014:204-207).

Materyal değerlere yönelik ölçek puanları incelendiğinde Tip 3'lerin puanları Tip 6'lardan ve Tip 9'ların puanları Tip 1, Tip 2 ve Tip 6'lardan daha yüksek olduğu görülmektedir.

Tip 3 kişilikler hayata pragmatik bakan, özlerinden kopmaları sonucu doğan boşluğu materyal değerlerle doldurmaya çalışan rekabetçi ve hırs dolu duygular, onların kendi değerlerinden uzak bir anlayışla hareket etmelerine yol açmaktadır (Riso ve Hudson, 2021: 88-90). Tip 9'ların ise iç huzurlarını sağlamak için bulunduğu konfor alanlarının sürdürülebilirliğini sağlama uğraşları vardır. Bu durum onların değişime direnç göstermelerine neden olur. Ayrıca kendi değerleriyle değişen ve dönüşen dünya şartlarında bulunmaktan uzak tutmaktadır. Böylelikle iç huzuru maddeciliğe indirgemeleri onları, bu dış koşullara bağımlı hale getirmektedir (Daniels ve Price, 2022:72-73)

V.1.1.3. Enneagram Kişilik Tipleri ile Bağış Davranışları İlişkisine Ait Değerlendirmeler

Enneagram kişilik tipleri ile gönüllü hizmet süresi, kurum tercihi, bağış konusu, bağış aracı tercihi ve bağış şekli arasında yapılan analizler sonucunda anlamlı bir farklılığa rastlanmıştır. Bu sonuca göre “H₂: Enneagram kişilik tipleri ile bağış davranışları arasında anlamlı bir farklılık vardır” hipotezi kabul edilmiştir.

Gönüllü hizmet süresine göre bakıldığında, Tip 1 ve Tip 2'lerin gönüllülük sürelerinin en yüksek tipolojiler olduğu görülmektedir. Öte yandan Tip 5, Tip 6, Tip 7 ve Tip 9 kişiliklerin kategori olarak daha çok gönüllü hizmetlere katılmayanlar ve 1-3 saat arası katılanlardan oluştuğu görülmektedir. Bu durum Tip 1 ve Tip 2 kişiliklerin önemli bağış motivasyonları olan Dini Değerler, Empati ve Özgecilik puanlarının en yüksek, Tip 5, Tip 6, Tip 7 ve Tip 9 kişiliklerin düşük olması ile açıklanabilir. Ayrıca Tip 5 ve Tip 6'ların insan ilişkilerindeki mesafeli yaklaşımları, gönüllü hizmet sürelerinin düşüklüğünü açıklayan etkenlerden birisi olabilir. Tip 7'nin devamlı farklı haz arayışı ve Tip 9'un bulunduğu ortamda sorunsuz devam etmesi istediği konfor arayışı uzun vadede sürdürülebilir bir gönüllü hizmet anlayışından uzaklaştırabilmektedir.

Bağış Kurumu tercihinine göre bakıldığında, en sık bağış yapılan ilk iki kurumun tüm tipolojilerde Kızılay ve İHH olduğu tespit edilmiştir. Üçüncü kurum tercihlerine bakıldığında, Tip 1, Tip 3, Tip 5, Tip 6 ve Tip 7 için AFAD, Tip 2, Tip 8 ve Tip 9 için Cami ve Tip 4'ler için Tema Vakfı olduğu görülmektedir. Bağış konusu tercihinine bakıldığında Tip 3 hariç diğer tipolojilerde fakirler ve yoksullar ilk sırada tercih edilmektedir. Yetimler konusu ise Tip 6 dışında diğer tipolojilerin ikinci ya da üçüncü tercihi olmuştur. Eğitim konusu Tip 3, Tip 4 ve Tip 7 kişiliklerde ikinci sırada tercih edilirken Tip 2, Tip 6 ve Tip 9 Dini Eğitim ve Hizmetlere, Tip 1, Tip 6 ve Tip 8 Afetzedelere ilk üç bağış konusu tercihlerinde yer vermişlerdir. Gençlik Hizmetlerinin ilk üç tercihinde yer aldığı tipoloji ise Tip 3 olmuştur.

Bu sonuçlara göre, yapılan araştırmalarda köklü ve eski yardım kuruluşlarının daha çok bağışçı ve gönüllü kitlesine sahip oldukları bilgisinin (Bekkers ve Wiepking, 2011a) uyumlu olduğu bulunmuştur. Kızılay, Türkiye coğrafyasında 1868'den bu yana faaliyette olan bir yardım kuruluşudur. Ayrıca sık bağış yapılan konularda faaliyet gösteren kurumların daha çok tercih edildiği görülmektedir. Özellikle İHH yetim çalışmalarıyla bilinen geniş ölçekte hizmet veren bir STK'dır. Tip 3, Tip 4 ve Tip 7 kişiliklerin eğitim hizmetlerine olan ilgisi özgürlüklerine ve kişisel başarılarına önem veren kişilikler olması ile ilişkili olabilir. Yapılan çalışmalar eğitim gönüllülerinin başarıya önem veren kişiler olduklarını göstermektedir (Bennett, 2003). Afetzedelerin öne çıkan yardım konusu olması, 2024 yılında Türkiye'de gerçekleşen depremin etkisiyle ilişkilendirilebilir. Öte yandan tüm kurumlara ve bağış konularına bağış yapanların daha çok Tip 1 ve Tip 2'lerden oluştuğu görülmektedir. Bu durum pazarlama çalışmalarına da yansımış bir konudur. Yapılan pazarlama çalışmalarında bir markanın kullanıcı tabanının çoğu, o markayı seyrek tercih edenlerdir. Markanın gelirinin çoğunu bu kitleler oluşturur. Düzenli olarak sektörde sık tüketim yapanlar birden çok markaya yönelebilirler (Aksoy, 2017:88).

Bağış araçlarının geneline bakıldığında Tip 7 ve Tip 4 dışındaki tipolojilerde Doğrudan bağış ve Banka Hesaplarına Havale en çok tercih edilen bağış araçlarıyken, Tip 7'lerde Doğrudan bağış ve Sms Tip 4'lerde Doğrudan bağış ve STK şubeleri daha çok tercih edilen bağış araçları olmaktadır.

Bağış Şekli tercihlerine göre değerlendirildiğinde doğrudan bağış tercihi puanı ile kişilik tipleri arasında anlamlı bir farklılık bulunmuştur. Tip 1 ve Tip 2 kişilikler Tip 9'lardan daha yüksek puana sahiplerdir. Dolaylı bağış tercihinde ise en yüksek puanların Tip 1 Tip 2 ve Tip 3 olduğu en düşüklerin ise Tip 4, Tip 7 ve Tip 9 olduğu görülmektedir. Doğrudan gönüllü hizmet puanlarında en yüksek puan Tip 2 ve Tip 4'e en düşük puanlar ise Tip 3, Tip 5, Tip 6 ve Tip 9'a

ait olduğu tespit edilmiştir. Dolaylı gönüllü hizmet puanlarına bakıldığında Tip 1 Tip 2 ve Tip 4 en yüksek, Tip 5, Tip 6 ve Tip 9 en düşük puanlara sahip olduğu görülmektedir.

Bu bilgilere ek olarak bağış şekli tercih puanları arasında yapılan korelasyon analizinde tüm bağış şekilleri arasında pozitif ve anlamlı bir ilişki tespit edilmiştir. Kurumlar aracılığıyla gönüllü hizmetlerde bulunma, yapılan toplumsal faaliyeti yerinde görmeyi ve içsel motivasyonların etkileşimini ve dolayısıyla da bağış davranışını da ortaya çıkarabilmektedir. Bireylerin kurum faaliyetlerinin içinde olmaları, onların kuruma karşı güven duyguların artırmakta ve bağış davranışlarını pozitif olarak etkileyebilmektedir. Dolaylı gönüllü hizmetlerde yüksek puan alan Tip 1 ve Tip 2'nin dolaylı bağış puanlarının yüksekliği beklenen bir durumdur.

Tip 3'lerin dolaylı bağış puanlarının yüksek, doğrudan gönüllü hizmet puanlarının ise düşük olması, onların bir kurum aracılığı ile yaptıkları bağışın görünür olmasını istemeleri ve bir prestij elde etme güdüsüyle bencil bir motivasyon olabilir. Bu durumun tam tersi diyebileceğimiz Tip 4'lerde ise dolaylı bağış puanının düşük, doğrudan ve dolaylı gönüllü hizmetin yüksek olması onların bu tür ortamlarda kimlik arayışlarını sürdürmeleriyle ilişkilendirilebilir. Ayrıca Tip 4'ler geçmişte kendi yaşadığı sıkıntıları yaşayanlara karşı yüksek bir empati duygusuyla yönelebilmektedirler (Daniels ve Price, 2022:52). Ayrıca literatürde bireyci kişilerin özgürlüğe önem veren, toplumun genel normlarına kaşıt görüş benimseme potansiyeli yüksek kişiler olduğu ve toplumda değişimi vurgulayan misyona sahip kuruluşlarda gönüllü olarak yer alabilecekleri görülmektedir (Bennett, 2003).

Tip 9'un tüm bağış şekillerinde düşük puanlara sahip olması, onların konformist yaşam tarzı, tembelliğe olan meyilleri ve materyalist değerlere verdikleri önem ile açıklanabilir.

V.1.2. Dışsal (Demografik) Motivasyonlara Ait Değerlendirmeler

Dışsal motivasyonlar ile bağış davranışları ve içsel motivasyonlar arasında yapılan testler sonucunda anlamlı farklılıklar rastlanmıştır. Bu sonuca göre “H₄: Dışsal Motivasyonlar ile bağış davranışları arasından anlamlı bir farklılık vardır” hipotezi kabul edilmiştir

V.1.2.1. Cinsiyete Göre Değerlendirmeler

Cinsiyet ile dışsal ve içsel motivasyonlar ve bağış davranışları arasında yapılan testler sonucunda anlamlı farklılıklara bulunmuştur. Yaş, medeni durum, kişisel gelir, çocuk sahipliği

durumu, bağış miktarı, bağış sıklığı, bağış şekli, kurum tercihleri, bağış konusu ve içsel motivasyonlar cinsiyete göre farklılaşmaktadır.

Diğer demografik değişkenlerle ilişkisi incelendiğinde erkeklerin kadınlara göre daha yüksek kişisel gelirlerinin olduğu ve erkeklerin daha çok evlilerden kadınların ise bekarlardan ve boşanmış ya da eşi vefat edenlerden oluştuğu, erkeklerin çocuk sahipliği oranının ve çocuk sayısının kadınlardan göre daha yüksek olduğu, erkeklerin kadınlara göre daha ileri yaşlı oldukları görülmektedir. Bağış davranışları incelendiğinde tek seferde yapılan bağış miktarına göre kadınların 51-100 TL ve 501-750 TL gruplarında erkeklerden daha fazla, 1001 TL ve üzeri gruplarda erkeklerin kadınlarından daha fazla yer aldığı görülmektedir. Bağış sıklığında ise erkeklerin haftada bir sıklığında bağış yapma oranı kadınlardan daha yüksek, kadınların ise üç ay ve üzeri sıklıkla ve düzensiz bağış kategorilerinde erkeklerden daha fazla olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca bağış şekli durumunda ise dolaylı gönüllü hizmette bulunma puanları incelendiğinde kadınlarınkinin erkeklerden daha yüksek olduğu görülmektedir. Bu bağış davranışlarındaki farklılıklar, kadınların çalışma oranının ve kişisel gelirinin erkeklerden daha düşük olması ile açıklanabilir. İlgili literatürde kadınların gelirlerinin ve eğitim durumlarının kontrol edildiği durumlarda bağış miktarı durumunun anlamsızlaştığı görülmektedir (Wiepking ve Bekkers, 2012). Bağış kurumu tercihlerinde Kızılay, Tema Vakfını daha çok kadınların, İHH, Türkiye Diyanet Vakfı ve Aziz Mahmud Hüdayi Vakfını daha çok erkeklerin tercih ettiği belirlenmiştir. Bağış konusu tercihinde erkekler, Fakir ve Yoksullar, Yetimler konularında daha yüksekken, Eğitim, Sağlık, Çevre ve Hayvanlar konularında daha çok kadınların tercihi söz konusudur. İçsel motivasyon puanlarında, empati ve materyal değerlere yönelik tutumda kadınların, içsel ve kişilerarası dini değerler ve özgecilik motivasyonlarında erkeklerin daha yüksek olduğu görülmektedir. İlgili literatürde ve çalışmada diğer değişkenler göz önünde bulundurulduğunda empati motivasyonunun en önemli etkileyicinin cinsiyettir. Kadınların empati puanları erkeklerinkinden anlamlı olarak yüksektir. Kadınların sosyal çevrelerinin genişliği nedeniyle farklı alanlardaki bağış taleplerine maruz kalmaları ve empati yüksekliğine etkisi nedeniyle çevrelerinde yaşadığı durumlara karşı hassasiyet oluşması ile birçok farklı konuda bağış yapma durumları açıklanabilir (Wiepking ve Bekkers, 2012). Erkeklerin dini hizmetlerde faaliyet gösteren kurumlarda daha yüksek tercih eden cinsiyet olması, dini motivasyonlarının yüksek olması ile aynı doğrultuda değerlendirilebilir. Ayrıca bu çalışmada dini değerlere yönelik tutum motivasyonu ile özgeciliğin korelasyonu erkeklerin özgecilik puanlarının yüksekliğini açıklamaktadır. Materyalizm, toplumda statü ve saygınlık kazandıracak işleri yapmaya yönlendirir ve kişinin imajını yükseltme isteği sonucu toplumda değer gören yardım faaliyetlerine katılımı artırabilmektedir (Bennett, 2003). Kadınların

materyal değerler puanlarının yüksekliği bağış şekli olarak bir kurumda dolaylı gönüllü hizmet tercih etmelerinin yüksekliği ile ilişkilendirilebilir. Ayrıca yapılan çalışmalar, gençlerin tüketime ve dolayısıyla maddi varlıklar üzerinden kendi statülerini belirleme eğilimleri onların daha materyalist olduklarını göstermektedir. Bu durum ise gençlerin kendinden daha ileri yaşlardaki kişilere göre bağış miktarlarındaki düşüklüğün etkilerinden biri olabilir (Sargeant ve Ewing, 2001). Araştırmada kadınların daha çok gençlerden oluşması onların erkeklere göre daha az miktarlarda bağış yapmalarını açıklayan bir başka etken olabilir.

V.1.2.2. Yaşa Göre Değerlendirmeler

Yaş durumu ile bağış davranışları ve içsel motivasyonlar arasında yapılan testlerde anlamlı farklılıklar bulunmuştur. Bağış miktarı, bağış sıklığı, bağış konusu, bağış dönemi, bağış şekli ve içsel motivasyonlar yaş durumuna göre farklılaşmaktadır.

18-30 yaş aralığındakiler 1-500 TL arasındaki bağış miktarı gruplarında, 31-40 yaşındakiler 101-500 TL ve 2001 TL ve üzeri kategorilerinde, 41-50 yaşındakiler 1001- 500 TL kategorilerinde, 51 yaş ve üzerindeki ise 1-50 TL ve 2001 TL ve üzeri kategorilerinde daha fazla bağış yapmaktadırlar. Bu sonuçlara göre yaş arttıkça bağış miktarının da arttığı görülmektedir. Bu durum kişisel gelir düzeyiyle de ilişkilendirilebilir. 18-30 yaş aralığındakiler daha çok 10.000 TL ve altı kişisel gelire, 31-40 ve 41-50 yaşındakiler 27.001-47.000 TL arasında, 51 ve üzeri yaşındakiler 17.002-47.000 aralığında ağırlıklı kişisel gelire sahiptirler. Ayrıca literatür incelendiğinde 51 ve üzeri yaş aralığındakilerin daha çok 1-50 TL ve 2001 TL ve üzeri bağış miktarları gruplarında yoğunlaşması bağış eğrisi ve aile gelir düzeyi ile açıklanabilir. Bağış eğrisi 50-64 yaşa kadar artış gösteren 65 yaşından sonra düşüşe geçen bir yapıya sahiptir. Ancak yapılan çalışmalar yaşın bağış miktarı ile doğrudan bir ilişkisi olmadığını, yaş ile ilişkisi olan dindarlık ve gelir durumu gibi bağış miktarına doğrudan etki eden değişkenlerin yaş ile artışının bu durumda etkili olması daha olasıdır (Bekkers, 2010, Lee ve Chang, 2007; Sargeant ve Ewing, 2001; Bekkers ve Wiepking, 2011b; Sargeant ve Shang, 2010). Yapılan diğer çalışmalarda ise çocuklarının maddi durumlarının iyi olması kişilerin miras miktarlarında düşüş ve bağış miktarında artışa sebep olmaktadır. Bu durumun da 51 yaş ve üzerindeki kişilerin bağış miktarı düzeylerine etki edebilmektedir.

Bağış sıklığına bakıldığında tüm yaş aralıklarında bağış sıklığı kategorilerine göre değerlendirildiğinde, ayda bir ve düzensiz bağış kategorilerinin diğer bağış sıklıklarından daha yüksek olduğu görülmektedir.

Bağış konularına göre değerlendirildiğinde en çok bağış yapılan 3 konuda 18-30 yaş aralığındakiler fakir ve yoksullar, yetimler ve gençlik hizmetleri, afetzedeler, dini eğitim ve

hizmetlere; 31-40 ve 41-50 yaş aralığındakiler, yetimler, fakir ve yoksullar, afetzedelere, 51 yaş ve üzerindeki ise daha çok fakir ve yoksullar, yetimler ve dini eğitim ve hizmetlere bağış yapmaktadırlar. Yapılan araştırmada 18-30 yaş kategorisinde bulunanların kadın olması birçok bağış konusunda bağış yapmalarını açıklamaktadır. Ayrıca tüm yaş gruplarında fakirler ve yoksullar ile yetimlere bağış yapılması ise kişilerin toplumda sık görülen ihtiyaç durumlarına daha fazla yönelmelerinden kaynaklanmaktadır. Ayrıca yetimlere ve afetzedeler konularına olan yoğun yönelim, kişilerin mağduriyetinin kendisinin kontrol edemeyeceği dış koşullardan oluşmasının bağış yapma eğilimini artırması ile ilgilidir. Afetzedeler konusu özelinde ise Türkiye’de 2024 yılında meydana gelen ve 11 ili etkileyen 6 Şubat depreminin etkisi vardır. 51 yaş ve üzeri kişilerin dini eğitim ve hizmetlere bağış yapmaları ise içsel dini değerler motivasyonunun yüksek olması ile açıklanabilir.

İçsel motivasyonlar ile yaş ilişkisine incelendiğinde 18-30 yaş ve 31-40 yaş gruplarının empati ölçeği puanlarının 51 yaş ve üzeri kişilerden daha yüksek olduğu görülmektedir. Bu durum 18-30 yaşındakilerin daha çok kadın, 51 yaş ve üzeri olan kişilerin ve daha çok erkek olduğu bilgisiyle açıklanabilmektedir. Özellikle kadınların daha empatik eğilimlerinin olduğu literatürde yer alan bir bilgidir (Wiepking ve Bekkers, 2012). Araştırmamızın sonuçlarıyla da bu bilgi uyumlu niteliktedir. Ayrıca sosyal hayata aktif katılım da empati düzeyini etkilemektedir. Bireylerin sosyal hayatta yaşanan mağduriyetlere şahit olmaları o konularda bir hassasiyete de neden olmaktadır. (Bekkers ve Wiepking, 2011a; Sargeant vd., 2006; Bendapudi vd.,1996; Sargeant ve Shang, 2010). Özellikle gençlerin ve kadınların sosyal yaşamının aktifliği göz önüne alındığında bu sonucun anlamlı olduğu söylenebilmektedir.

Materyal değerler puanlarına bakıldığında 18-30 yaş grubu diğer ileri yaş gruplarında yüksek olduğu görülmektedir. Yapılan çalışmaları gençlerin tüketim ve dolayısıyla maddi varlıklar üzerinden kendi statülerini belirleme eğilimleri onların daha materyalist olduklarını göstermektedir. Bu durum ise gençlerin kendinden daha ileri yaşlardaki kişilere göre bağış miktarlarında düşüşe neden olabilmektedir. (Sargeant ve Ewing, 2001). Bağış şekli olarak doğrudan bağış tercihinde 18-30 yaşındakilerin 31-40 yaşındakilerden daha düşük olması materyal değerler motivasyonunun etkisiyle de ilişkilendirilebilir. 18-30 yaşındakilerin diğer ileri yaştaki gruplara göre içsel dini motivasyon puanlarının düşük olduğu görülmektedir. Temel bir bağış motivasyonu olan ve araştırmada doğrudan bağış tercihi ile pozitif korelasyon gösteren dini değerlerin, gençlerde düşük olması bağış miktarlarını ve doğrudan bağışın tercih edilme düşüklüğünü daha anlaşılabilir hale getirmektedir.

V.1.2.3. Eğitim Durumuna Göre Değerlendirmeler

Eğitim durumu ile bağış davranışları ve bağış motivasyonları arasında yapılan analizlerin sonuçlarına göre bağış şekli ve içsel motivasyonlar eğitim duruma göre farklılaşmaktadır.

Dolaylı gönüllü hizmet tercihi puanlarında ön lisans eğitim düzeyindekiler lisans ve lisansüstü eğitim seviyelerinden daha yüksektir. Eğitim düzeyi arttıkça dolaylı gönüllü hizmet tercihinin azaldığı görülmektedir. İçsel motivasyonlara bakıldığında ise materyal değerler puanlarında lise mezunlarının ilköğretim ve ön lisans mezunlarından, lisans mezunlarının ise ilköğretim mezunlarından daha yüksek puanlar aldığı tespit edilmiştir. İlköğretim mezunları en az materyal motivasyona sahiptirler. Materyal değerlere yönelik tutum puanları araştırmada doğrudan ve gönüllü hizmet tercihi ile negatif korelasyon göstermektedir. Eğitim düzeyine göre incelendiğinde bu sonucun uyumlu olduğu söylenebilir. Ancak cinsiyet değişkenine göre bakıldığında materyal değerler puanı yüksek olan kadınların dolaylı gönüllü hizmet puanlarının da yüksek olduğunu görülmüştür. Bu durum kadınların bir statü veya toplumda istenilen bir saygınlık ve imajı kazanma istekleriyle ilişkili olabilir.

V.1.2.4. Kişisel Gelir Durumuna Göre Değerlendirmeler

Kişisel gelir durumu ile bağış davranışları ve içsel motivasyonlara göre değerlendirilmesi sonucu, bağış miktarı, gönüllü hizmet süresi, kurum tercihi, bağış konusu ve içsel motivasyonlar kişisel gelire göre farklılaştığı tespit edilmiştir.

Bağış miktarına göre incelendiğinde, 10.000 TL ve altı, 10.001-17.001 TL kişisel gelire sahip olanların daha çok 1-100 TL arasında; 17.002-47.000 TL arasındaki gruplarda kişisel geliri olanların daha çok 251-500 TL arasında; 57.001 TL ve üzeri kişisel geliri olanların daha çok 2001 TL ve üzeri bağış miktarına sahip olduğu görülmektedir.

Gönüllü hizmet süresine göre değerlendirildiğinde, 10.000 TL ve altı kişisel gelir sahiplerinin katılmayanlar, 1-3 saat ve 10 saat ve üzeri gibi kategorilerde yoğunlaştığı görülürken, artan gelir seviyelerinde ise daha çok katılmayanlar ve 1-3 saat arası kategorilerinde yoğunlaştığı tespit edilmiştir. Bu sonuca göre kişisel gelir arttığında gönüllü hizmet süresi düşmektedir. Yapılan birçok araştırmada gelir durumu ile bağış miktarı arasında pozitif bir ilişki bulunmuştur. Gönüllü hizmetlere katılım ise, kişinin para gibi maddi değerler dışındaki zaman ve yeteneklerinin kullanımını ifade etmektedir. Gönüllü faaliyetlere katılım zaman açısından bir fırsat maliyeti oluşturduğu için yüksek gelirli kişiler tarafından daha az tercih edilmektedir (Verhaert ve Poel, 2011, Bekkers, 2010, Lee ve Chang, 2007, Wiepking ve Bekkers, 2012; Todd ve Lawson, 1999; Sargeant ve Shang, 2010).

Bağış konusu tercihlerine göre bakıldığında, fakirler ve yoksullar ile yetimler tüm gelir gruplarının en fazla tercih ettiği konulardır. Çoğu grupta üçüncü tercihinin dini eğitim ve hizmetler olduğu görülmüştür. Kurum tercihlerinde ise Kızılay ve İHH tüm gelir gruplarında yoğun olarak tercih edilmektedir. Üçüncü olarak tercih edilen kurumlar ise AFAD, Cami ve Türkiye Diyanet Vakfı olmuştur. Bu sonuçlar toplumda yaygın görülen yardım konularında, köklü ve birçok alanda faaliyet gösteren kurumlarını toplumdaki tüm gelir gruplarının genel tercihleri olduğu görülmektedir. Özellikle İslam dinine mensubiyetin yoğun olduğu Türkiye’de yetimler konusundaki bu ilginin dini teşviklerin etkisi ile de açıklanabilir. Dini kurumların da ilk sıralarda tercih edilmesi, dini motivasyonun Türkiye’deki önemli bağış nedenlerinden biri olduğu söylenebilir.

İşsel motivasyonlara göre değerlendirildiğinde 10.000 TL ve altı grubun empati puanları 27.001-37.000 TL grubundan, materyal değerler puanları ise 17.002-27.000 TL ve 57.001 TL gruplarından yüksek olduğu görülmektedir. Bu sonuçlara göre 10.000 TL ve altı grupta empati puanlarının yüksekliği kadınların yoğun olarak bulunması ile açıklanabilir. Materyal değerlere incelendiğinde ise gelir arttıkça materyal değerlere yönelik puanın da azaldığı sonucuna ulaşılabilir. Gelir seviyesi 10.000 TL ve altı olanların daha çok genç ve kadınlardan oluşması da materyal değer puanlarının yüksekliği ile ilişkilendirilebilir.

V.1.2.5. Medeni Durum ve Çocuk Sahipliği Durumuna Göre Değerlendirmeler

Medeni durum ile bağış davranışları ve işsel motivasyon ilişkisine bakıldığında bağış şekli, bağış dönemi, bağış konusu, işsel motivasyonlar medeni duruma göre farklılık göstermektedir. İşsel motivasyonlara göre incelendiğinde, önemli bağış motivasyonlarından olan dini değerler ve özgecilik puanlarında evlilerin puanlarının bekarlardan yüksek olduğu bulunmuştur. Materyal değerler puanlarında ise bekarlar, evliler ve boşanmış ya da eşi vefat edenlerden daha yüksek değerlere sahiptirler. Araştırmada materyal değerlerle ilişkili temel demografik özellikleri ise kadınlar, daha genç yaştakiler ve bekarlar olduğu görülmektedir.

Bağış şekli incelendiğinde, evliler ve boşanmış veya eşi vefat edenler, bekarlara göre doğrudan bağışı daha çok tercih etmektedirler. Dolaylı bağışta ise yine evlilerin bekarlardan daha çok tercih ettiği görülmektedir. Birçok çalışma evlenme ile gönüllü faaliyetlere katılım ve bağış yapma olasılığı arasındaki pozitif ilişkiyi ortaya çıkarmıştır. Bunun temelinde kişinin aile sorumluluğu üstlenmesi sonucunda sorumluluk duygusunun gelişmesi ve diğer insanların ihtiyaçlarına karşı kazandığı duyarlılık yer almaktadır (Wiepking ve Bekkers, 2012; Sargeant ve Shang, 2010; Lee ve Chang, 2007).

Bağış konusuna göre bakıldığında; sağlık, dini eğitim ve hizmet, fakirler ve yoksullar, yetimler konularında evlilerin, eğitim, gençlik hizmetleri ve çevre konularında ise daha çok bekarların yoğunlaştığı görülmektedir. Boşanmış ya da eşi vefat edenler ise Fakir ve Yoksullar, Sağlık ve Yetimler konularına daha çok bağış yapmaktadırlar. Bu konuda yapılan çalışmalar incelendiğinde, evlendikten sonra bireylerin bağış kararları bireysel ya da ortak olarak alınabilmektedir. Evli çiftler genel olarak dini organizasyonlara bağış yapma eğilimindedirler. Ayrıca evde kadınların karar aldığı durumlarda erkeklerin karar verdiği çiftlere göre sağlık ve eğitim konularında daha fazla bağış yapıldığı görülmektedir (Wiepking ve Bekkers, 2012).

Bağış dönemlerinde ise bir ihtiyaç durumu fark edildiğinde ve dini gün ve bayramlarda bağış dönemlerinde evlilerin bekarlardan daha çok bağış yapıldığı görülmektedir. Evlilik durumu bir yaşam tarzı değişikliğine neden olur ve kişiyi ben merkezli bir hayattan daha fedakâr bir hayata geçişini sağlamaktadır. Böylece kişiler dış durumlarda ortaya çıkan ihtiyaçlara karşı daha duyarlı olurlar ve beraber birçok konudaki bağış taleplerine uyum sağlayabilirler.

Çocuk sahipliği duruma göre bakıldığında, bağış dönemi, bağış şekli, bağış miktarı, bağış konusu, bağış aracı ve içsel motivasyonlar çocuk sahipliği durumuna göre farklılık göstermektedir. İçsel motivasyonlara göre değerlendirildiğinde, çocuğu olmayanların ve 1 çocuk sahibi olanların 3 çocuk sahibi olanlara göre empati puanlarının daha yüksek olduğu tespit edilmiştir. Literatüre incelendiğinde empatik endişe ve dindarlık ile çocuk sahipliği arasında bir ilişki olduğu görülmektedir (Wiepking ve Bekkers, 2012). Bu durum araştırmada ulaşılan sonuçlarla çelişmektedir. Ancak araştırmaya katılan bekarların ve çocuk sahibi olmayanların yoğunluk olarak kadınlardan ve 3 çocuk sahibi olanların ise daha çok erkeklerden oluşması, empatik endişenin temel olarak ilişkili bulunduğu değişkenin cinsiyet olduğu ortaya çıkarmaktadır.

İçsel ve kişilerarası dini değerler motivasyonuna bakıldığında ise çocuk sayısı ile pozitif bir ilişki olduğu görülmektedir. Bu durum literatürle uyumludur. Ayrıca araştırmada 2 ve üzeri çocuk sahipliği olan kategorilerde erkeklerin yoğunlukla yer alması çocuk sahipliği durumu ile dindarlık ilişkisinin erkekler nezdinde güçlü bir motivasyon olduğunu da ortaya çıkarmaktadır. Dini değerler ile negatif korelasyon halinde olan materyal değerler ise çocuğu olmayanlarda diğer çocuk sahibi olan kategorilerden daha yüksektir. Bu durumun bir sonucu olarak görülebilecek doğrudan bağış tercihinde 1 çocuk sahibi olanlar çocuk sahibi olmayanlara göre daha yüksek puana sahiptirler.

Bağış miktarına göre incelendiğinde, çocuğu olmayanların 1-100 TL aralığında, 2 çocuk sahibi olanların 251-500 TL, 4 çocuk ve üzerinde ise 1-50 TL ve 2.001 TL ve üzeri

kategorilerinde yoğunlaştığı görülmektedir. Çocuk sayısının artışı ile bağış miktarında artış görülmekle beraber bu duruma etki eden ayrıntılı başka değişkenlerde olabilmektedir. İlgili literatürde bağış ile çocuk sahibi olma değişkeninin ölçüldüğü çalışmalarda, çocuk sahibi olanların bağış yapma olasılıkları ve bağış miktarları arasında pozitif bir ilişki bulunmuştur (Sargeant ve Shang, 2010). Ancak bazı çalışmalarda çocukların yaşının bağış miktarı ile ilişkisinin farklılık oluşturduğu görülmüştür. Örneğin bir çalışmada, 14 yaş altı çocuk sayısı ile bağış miktarı arasında bir negatif ilişkili vardır (Wiepking ve Bekkers, 2012). Çocukların yaş durumları da bağış miktarı üzerinde etkilidir. Bağış konusuna göre değerlendirildiğinde diğer değişkenlerde olduğu gibi en çok tercih edilen yardım konularının fakirler ve yoksullar ile yetimler olduğu, üçüncü tercih olarak çocuğu olmayanlarda eğitim ve afetzedeler, diğer çocuk sahibi olanlarda ise daha çok dini eğitim ve hizmetler ile afetzedeler yer almaktadır. Çocuğu olmayanların gençler ve kadınlar olması eğitim konusu tercihini, çocuk sahibi olanların erkek ve ileri yaşta olması dini eğitim ve hizmet konusu tercihi ile ilişkilidir. Türkiye’de yaşanan 2024 depremi ise afetzedelere olan yönelimin temel nedenlerinden biridir. Bağış aracı tercihleri genel olarak doğrudan ve banka hesaplarına havale şeklindedir. Üçüncü en çok tercih edilen araç ise çocuğu olmayanlar ve 2 çocuğu olanlar “tanıdığım biri vasıtasıyla”, 1 çocuk ve 4 çocuklular sms ile 3 çocuk sahibi olanların STK şubelerini tercih etmektedirler.

V.1.2.6. Çalışma ve Sektör Durumuna Göre Değerlendirmeler

Çalışma durumuna ve sektör durumlarına göre bakıldığında bağış şekli anlamlı bir şekilde farklılaşmaktadır. Doğrudan ve dolaylı hizmet tercihinde çalışmayanların çalışanlardan daha yüksek puanlara sahip oldukları görülmektedir. Ayrıca dolaylı gönüllü hizmet puanlarında ise kamu ve STK’larda çalışanların özel sektörde çalışanlardan daha yüksektir. Çalışanların ve çalışmayanların arasındaki bu fark, bireylerin zamanlarının fırsat maliyetiyle ilişkilendirilebilir. Özellikle görüldüğü üzere özel sektörde çalışanlarında bu fırsat maliyeti daha da yükselmektedir. Zamanlarının ve enerjilerinin büyük çoğunluğunu bir gelir elde etmek için çalışanların zaman ve yeteneklerini kullandıkları gönüllü hizmetlere katılımı da düşük olmaktadır. Ancak kamu çalışanlarının özel sektör çalışanlarına nispeten zamanları daha belirlidir ve mesai gibi durumlarına az rastlanır. STK çalışanları ise amaç olarak bağış ve gönüllü hizmetlerle iç içe oldukları için gönüllü hizmetlerde daha çok katılmaktadırlar. Bu sonuçlar özel sektöre göre kamu ve STK çalışanlarının puanlarının yüksekliğini açıklayabilir.

V.1.3. İçsel Motivasyonlara Ait Değerlendirmeler

İçsel motivasyonlar ile bağış şekli puanları arasında yapılan korelasyon analizi sonucunda anlamlı bir ilişki tespit edilmiştir. Bu duruma göre “H₅: İçsel Motivasyonlar ile bağış davranışları arasında anlamlı bir ilişki vardır” hipotezi kabul edilmiştir.

Psikolojik fayda, özgecilik, kişilerarası dini değerler ve empati doğrudan ve dolaylı bağış ile doğrudan ve dolaylı gönüllü hizmet tercihi ile anlamlı ve pozitif bir ilişki içerisinde. İçsel dini değerler incelendiğinde doğrudan gönüllü hizmet hariç diğer bağış şekilleriyle pozitif korelasyon, materyal değerler motivasyonu ise doğrudan ve dolaylı gönüllü hizmet ile negatif ancak zayıf bir korelasyon göstermektedir. Bu sonuçlar literatürde ve araştırmada bulunan içsel motivasyonların bağış şekli tercihleriyle ilişkili olduğunu ifade etmektedir. İçsel ve kişilerarası dini değerlerin en yüksek dolaylı bağış ile; empatinin, özgecilik ve psikolojik faydanın en yüksek doğrudan bağış ile ilişkili içerisinde olduğu tespit edilmiştir. Dini değerlere yönelik tutum puanları ile dolaylı bağış arasındaki ilişkide bu motivasyona sahip olan bireylerin gösteriştan uzak nitelikteki yardımlaşma isteği etkili olabilir. Ayrıca farklı coğrafyalardaki ihtiyaç sahiplerine kimselere yapılan yardımların aracı kurumlarla ulaştırılması da etkili olan bir diğer faktördür. Empati, özgecilik ve psikolojik fayda gibi motivasyonlar, insanların bizzat ihtiyaç duyulan duruma şahitlik etmeleri durumunda ortaya çıkabilirler. Bu durumda doğrudan bağış ile olan yüksek ilişki durumu daha anlaşılır olmaktadır. Materyal değerler genel itibarıyla bağış davranışlarıyla negatif bir ilişkiye sahiptir. Ancak materyal değerler ile doğrudan ya da dolaylı bağış durumu negatif ama anlamsız, dolaylı ve doğrudan gönüllü hizmet tercihi ise negatif ama zayıf bir ilişkisi vardır. Ayrıca kişilik tiplerinde veya demografik değişkenler açısından incelendiğinde materyal değerlere sahip bireylerin bağış davranışlarında bulunmaktadır. Bu sonuçlar ışığında, materyal değerlere sahip olan bireylerin bencil motivasyonlarla da olsa statü ya da prestij elde etmek için bağış davranışları sergilemelerinin olası bir durum olacağı görülmektedir. Özellikle toplumda bir saygınlık göstergesi olabilecek bağış davranışlarında bulunmanın kişide oluşturabileceği bir psikolojik fayda da bu bağış davranışlarını açıklayabilmektedir. Sonuç olarak araştırmada materyal değerler ile pozitif ve anlamlı ilişkiye sahip olan tek motivasyonun psikolojik fayda olması bur duruma açıklık getirmektedir. Bu bulgular, literatürde yer alan materyal değerler ve bağış davranışı ilişkisinde farklı ve çelişkili sonuçların neden ortaya çıktığını açıklayabilir.

İçsel motivasyonların kendi aralarında yapılan spearman korelasyon analizi sonuçlarına göre anlamlı ilişkiler bulunmuştur. Bu durumda “H₆: İçsel Motivasyonların aralarında anlamlı bir ilişki vardır” hipotezi kabul edilmiştir.

Psikolojik fayda tüm motivasyonlarla pozitif ve anlamlı; içsel ve kişilerarası dini değerler motivasyonları materyal değerler ile negatif diğer motivasyonlarla pozitif ve anlamlı; empati ve özgecilik motivasyonları ise materyal değerlerle anlamsız, diğer motivasyonlarla pozitif ve anlamlı bir ilişki içindedirler. Bu sonuçlar incelendiğinde, psikolojik faydanın temel bir motivasyon olduğu ve diğer tüm motivasyonlara sahip kişilerde bulunabileceği görülmektedir. Kişilerin davranışlarının oluşumunda temel bir etken olan beyin ödül merkezi, kişilerin bağış davranışı sonucunda toplumda onaylanmak ya da insanın kendi duygu, düşünce ve inançlarıyla tutarlı hareket etmesi sonucu uyarılmaktadır. Bu durum kişide ruhsal ve bedensel bir iyilik hali oluşturmaktadır. Kişilerin davranış değişimi ve alışkanlık kazanımında önemi bir rol oynayan ödül merkezi, bağış davranışlarının da sergilenmesi ve kişilerin diğer alternatif davranışlara göre tercih etmelerinde önemli bir rol oynayabilmektedir.

Empati, dini değerler, psikolojik fayda motivasyonları ile özgecilik arasında orta düzeyde pozitif ilişki bulunmuştur. Özgecilik, menfaat gözetmeksizin yapılan prososyal davranışları ifade etmektedir. Özellikle empatinin diğer motivasyonlara göre daha yüksek ($r=,508$) korelasyon göstermesi, prososyal davranışların gösterilmesinde ihtiyaç duyulan durumundan haberdar olma ve hissetme önemli bir yere sahiptir. Bir bağış davranışının en önemli tetikleyicisi olan ihtiyacı fark etmek, kişinin özgecilik motivasyonu ile ilişki içerisinde olduğunda davranış gerçekleşebilmektedir. Aksi durumda bir empati türü olan bilişsel olarak bakış açısı alma, özgecilik barındırmadığı için yardım davranışında istenilen etki oluşmamaktadır. Diğer yandan özgeciliğin dini değerlerle olan ilişkisinde ise kişilerin inancı gereği yaptığı iyiliğin manevi olarak bir karşılığının olacağını bilmesi, basit kişisel menfaatlerden uzaklaşarak fedakâr bir davranış sergilemesini kolaylaştırmaktadır.

V.2. Sonuç

Yapılan literatür incelemesinde bağış davranışları ve birçok motivasyon arasındaki ilişkinin incelendiği çalışmalara rastlanmıştır. Ancak bu çalışmalar içinde Türkiye'deki literatürde kişilik tiplerinin bağışçı özelliklerini belirlenmeye yönelik bir çalışma bulunmamaktadır. Uluslararası literatürde ise Enneagram tiplerinin bağışçı özelliklerinin belirlenmesine yönelik bir çalışmaya rastlanmamıştır. Bu çalışmada bir kişilik modeli olan Enneagram modelindeki kişilik tiplerinin bağış motivasyonları, bağış davranışları ve demografik özellikler ile ilişkileri incelenmiştir. Ayrıca uluslararası literatürde, bağış davranışları açısından dışsal motivasyon olarak da adlandırılan demografik özellikler ile motivasyonlar arasındaki ilişkinin incelenmesine ait çalışmalar bulunmasına rağmen Türkiye'deki genel bağışçı profili için böyle bir çalışmaya rastlanmamıştır. Bu çalışmamızda bu ilişkiler de incelenmiştir. Araştırma verileri nicel yöntem kullanılarak toplanmıştır. Bağışçıların Enneagram kişilik tipleri ile demografik özelliklerinin bağış davranışları ve motivasyonlara göre farklılaşıp farklılaşmadığı incelenmiştir.

Bağış motivasyonları bireylerin bağış davranışlarını etkileyen önemli değişkenlerdir. Bu motivasyonlar temelde içsel ve dışsal olarak ikiye ayrılmaktadır. İçsel motivasyonlar genel olarak kişilerin duyguları, düşünceleri ve kişiliği gibi kişiye özgü iç süreçlerdir. Bireylerin demografik özellikleri ise dışsal motivasyonlar olarak davranışın oluşmasında etkili faktörlerdir. Bu çalışmada bağış yapan ve/veya gönüllü hizmetlerde bulunan kişilerin Enneagram kişilik tipleri ile demografik özelliklere göre bağış davranışlarının ve motivasyonlarının farklılaştığı sonucuna ulaşılmıştır.

Pazarlamacılar, bağışçıları uygun segmentlere ayırabilmek ve her bölüm için etkili yaklaşımlar oluşturabilmek amacıyla kişilerin demografik ve psikografik özelliklerine odaklanmışlardır. Demografik özellikler bağışçıların genel olarak bağış yapma eğilimlerini belirlemede etkilidir. Psikografik özellikler ise hedef kitle için ayrıntılı bilgiler sunulmasında ve daha net tanımlama için faydalı olmaktadır. Yapılan araştırmalar cömert ve sık bağış yapanların özelliklerinin, nadir ve hiç bağış yapmayanlardan anlamlı bir şekilde farklılaştığını ortaya koymuştur (O'Reilly, Ayer, Pegorara , Leonard ve Rundle, 2012; Todd ve Lawson, 1999).

535 kişi ile yapılan bu araştırmada en sık rastlanan Enneagram kişilikleri Tip 1 ve Tip 2 olmuştur. Literatürde bağış davranışlarını etkilediği görülen içsel motivasyonlar olan empati, özgecilik, dini değerler, psikolojik fayda ve materyal değerlerin Enneagram tiplerine göre farklılıkları incelenmiştir. Bu analizlerin sonuçlarına göre Tip 1 ve Tip 2 kişiliklere sahip bireylerin empati, özgecilik, psikolojik fayda ve dini değerler motivasyonlara ait puanlarının yüksek olarak farklılaştığı materyal değerler de ise düşük puanlara sahip olarak anlamlı bir

şekilde farklılaştığı sonucu ortaya çıkmıştır. Araştırma örnekleminde sık görülen kişilik tipleri ile literatürdeki bağış davranışını etkileyen motivasyonlar arası ilişkinin bulunması, bu kişiliklerin ve motivasyonların bağışçı profillerini tanımlamada temel özellikler olduğunu göstermektedir.

Empati motivasyonu ile demografik özelliklere göre yapılan analizlerde cinsiyet değişkeninin empati motivasyonu için en etkili değişken olduğu tespit edilmiştir. Kadınlar, empati motivasyonu en yüksek cinsiyet olmuştur. Cinsiyet, empatiyi genel olarak etkileyen faktör olurken, ayrıntılı olarak açıklamada ise kişilik tiplerinin etkili olduğu görülmektedir. Enneagram kişiliklerinden empati motivasyonu yüksek olan Tip 1 ve Tip 2 kişiliklerin cinsiyete göre farklılaşmadığı bu durumu açıklamaktadır.

Materyal değerler ve demografik özellikler arasındaki ilişki incelendiğinde en önemli değişkenin yaş olduğu ortaya çıkmıştır. Daha genç yaşlarda olan kişilerin materyal değerler puanlarının daha ileri yaştaki bireylere göre yüksek olduğu görülmektedir. Enneagram kişilik tipleri arasında materyal değerler puanları en yüksek olan Tip 3 ve Tip 9 kişiliklerin, yaş değişkenine göre anlamlı olarak farklılaşmamasına rağmen en çok 18-30 yaş aralığındaki katılımcılardan oluştukları görülmektedir. Ancak diğer tiplerde de 18-30 yaş aralığındaki katılımcıların yoğun bulunmasına rağmen onların materyal değerler puanları daha düşüktür. Sonuç olarak materyal değerler için genel olarak etkili faktör yaş olurken, ayrıntılı bir tanımlama da kişilik özellikleri ön plana çıkmaktadır. Ayrıca Tip 1, Tip 2 ve Tip 4 kişiliklerin materyal değerler puanlarının düşüklüğü de bu motivasyon için ayrıntılı tanımlama da kişiliğin etkili olduğu sonucunu ortaya koymaktadır.

Özgecilik motivasyon ile demografik değişkenler arasındaki ilişki incelendiğinde medeni durumun genel olarak etkili faktör olduğu ortaya çıkmıştır. Evli bireylerin özgecilik puanlarının yüksek olduğu görülmektedir. Enneagram kişilik tiplerinde ise özgecilik motivasyonu Tip 1 ve Tip 2 kişiliklerde yüksek olarak bulunmuştur. Bu kişilikler medeni duruma göre farklılaşmamaktadır. Sonuç olarak özgecilik motivasyonu için genel olarak etkili faktör medeni durum olurken, kişilik tipleri bu motivasyonun ayrıntılı olarak tanımlanmasında etkili olmaktadır.

Dini değerler motivasyonu ile demografik değişkenler arasındaki ilişki incelendiğinde içsel dini değerler alt boyutu üzerinde genel olarak yaş ve medeni durum faktörlerinin etkili olduğu, kişilerarası dini değerler alt boyutunda ise medeni durumun daha etkili olduğu ortaya çıkmıştır. Evli bireyler ve daha ileri yaş seviyelerinde bulunan bireylerin dini değerler puanlarının yüksek olduğu görülmektedir. Ayrıca Tip 1 ve Tip 2 kişiliklere sahip bireylerin medeni durum ve yaşa göre farklılaşmamasına rağmen dini değerler puanlarının yüksek olduğu

bulunmuştur. Medeni durum ve yaş, dini değerler motivasyonu için genel olarak etkili faktörler olurken, kişilik ise ayrıntılı tanımlamada etkili olmaktadır.

Literatürde dindarlık ile özgecilik motivasyonunun pozitif ilişkili olduğu görülmektedir. (Ranganathan ve Henley, 2008; Başerer ve Kısaç, 2017; Ranganathan ve Henley, 2008; Bekkers, 2010; Bekkers ve Wiepking, 2011b; Sargeant ve Shang, 2010). Yapılan bu çalışma sonucu literatür bilgisiyle uyumludur. Dindarlık ve özgeciliği etkileyen önemli ortak faktörün ise medeni durum olduğu ortaya çıkmıştır. Bu durum evli bireylerin aile sorumluluğunu üstlenmesi ile kişideki sorumluluk duygusunun artmasıyla açıklanabilir (Lee ve Chang, 2007). Böylece evli bireyler kendisi dışındaki diğer kişilerin ihtiyaçlarına karşı daha duyarlı hale gelmektedir.

Bağış davranışları incelendiğinde bağış şekli olarak doğrudan ve dolaylı bağış puanları yüksek olan tiplerin Tip 1 ve Tip 2 olduğu görülürken dolaylı bağış için Tip 3 kişiliğe sahip kişilerin de anlamlı olarak yüksek puanlara sahip olduğu bulunmuştur. Tip 3'lerin materyal değerlere sahip olmalarına rağmen dolaylı bağış davranışında bulunmaları, kuruluşlar vasıtasıyla bağışlarının görünür olmasının statü ve imajlarına katkı sağlaması ile açıklanabilir.

Doğrudan bağış şekli tercihinin diğer motivasyonlar ile ilişkisine bakıldığında medeni durumun, çocuk sahipliği durumunun ve empati ile özgecilik motivasyonlarının en yüksek ilişkisi olan motivasyonlar olduğu ortaya çıkmıştır. Bu durum bağış davranışı için ihtiyaç durumundan haberdar olmak (empati) ve bir başkasına yardım etme sorumluluğuna sahip olmanın (özgecilik), doğrudan ihtiyaç duyulan duruma maruz kalma sonucunda oluştuğunu göstermektedir. Evli olmak ile çocuk sahip olmak ise özgeciliği artırmakta ve doğrudan bağışın gerçekleşmesini sağlamaktadır. Ayrıca bu durum üzerinde çocuk sayısının da etkili olduğu görülmektedir. 1 çocuğa sahip olanların, çocuk sahibi olmayanlara ve daha fazla çocuk sahibi olanlara göre daha yüksek değerlerde bağış şekli olarak doğrudan bağışı tercih ettiği görülmektedir.

Dolaylı bağış şekline etki eden motivasyonlar, medeni durum ve kişilerarası dini değerler olmuştur. Evli bireyler ile kişilerarası dini değerlere önem veren bireylerin sosyal çevrelerinin ve ilişki ağlarının gelişmiş olması, STK'lar ile daha sık temasa geçmelerine ve daha çok bağış talebine maruz kalmalarına neden olmaktadır. Bunun sonucu olarak dolaylı bağış davranışları sergilemeleri daha fazla olmaktadır.

Doğrudan ve dolaylı gönüllü hizmet puanları incelendiğinde gönüllü hizmetlerin iki şeklinde de öne çıkan kişilik tipleri Tip 1, Tip 2 ve Tip 4 olmuştur. Özellikle gönüllülük ile en yüksek ilişkisi olan içsel motivasyon empati olmuştur. Gönüllülük, diğer maddi bağış şekline göre ihtiyaç durumundan haberdar olma ile daha çok ilişkili bir motivasyondur. Bireylerin

bizzat fiziksel olarak katıldığı bu bağış türünde empati yeteneği güçlü insanlar daha fazla yer almaktadır. Empati motivasyonu ile güçlü ilişkisi olan kadınların da dolaylı gönüllü hizmet şekline yüksek katılımı bu durumu açıklamaktadır. Ayrıca gönüllü hizmet, zaman olarak bir fırsat maliyeti oluşturmaktadır. Çalışmayanlar, çalışanlara göre gönüllü hizmeti daha fazla tercih ettiğini belirtmişlerdir. Çalışma sektör bilgisine bakıldığında ise kamu ve STK çalışanları, özel sektör çalışanlarına göre daha yüksek dolaylı hizmeti tercih ettiklerini ifade etmişlerdir. Bu durum kamu sektörü için çalışma sürelerinin daha belirli olması ve STK'lar için faaliyet alanı olarak gönüllüğü de içerisinde bulundurması ile açıklamak mümkündür.

Kişisel bağışlar genel olarak kişisel gelirin artışı ile artmaktadır. Yapılan bu çalışmada da bu bilgi ile uyumludur. Erkeklerin genel olarak kişisel gelirinin yüksek olduğu görülmektedir. Bu durum kadınlardan daha sık bağış yaptıkları sonucunu da açıklamaktadır. Bağış sıklığının değişkenlere göre incelenmesi sonucunda genel olarak tüm değişkenlerde bağış sıklığı olarak ayda bir ve düzensiz bağış sıklığı en fazla tercih edilen değerler olmuştur.

Yukarıda da belirtildiği gibi gönüllü hizmetlerde bulunmak, zaman olarak bir fırsat maliyeti oluşturmaktadır. Yapılan bu araştırmada kişilik tipleri olarak Tip 1 ve Tip 2'nin gönüllü hizmet sürelerinin en yüksek tipolojiler olduğu görülmektedir. Gönüllü hizmet süresine doğrudan etki eden faktörün ise kişisel gelir ve çalışma durumu olduğu ortaya çıkmıştır. Kişilerin zaman olarak fırsat maliyetleri bu durumu açıklamaktadır. Zaman açısından çalışmayanlar daha düşük, kişisel geliri yüksek olanlar ise daha yüksek fırsat maliyetine sahiptirler.

Son olarak katılımcılara en fazla üç seçim hakkı tanınarak tercihlerinin belirtildiği bağış kurumu, bağış konusu ve bağış aracı tercihleri incelenmiştir. Bağış konusu tercihinde tüm değişkenlere göre genel olarak tercih edilen ilk iki kurum Kızılay ve İHH olmuştur. Bağış konusu olarak tüm değişkenler için en çok tercih edilen konuların, fakirler ve yoksullar ile yetimler olduğu görülmektedir. Bu konulara erkeklerin kadınlardan daha fazla bağış yaptığı da çıkan sonuçlar arasındadır. Ayrıca kadınlar eğitim, sağlık, çevre ve hayvanlar konularını erkeklerden daha fazla tercih etmektedir. Bekarların ise bağış konusu tercihinde eğitim, gençlik hizmetleri ve çevre konularını evlilerden daha fazla tercih ettikleri ortaya çıkmıştır. Bağış aracı tercihi incelendiğinde en sık tercih edilen bağış araçları doğrudan ve banka hesaplarına havale olmuştur. Bu sonuçlara göre değerlendirildiğinde eski ve köklü kuruluşlar ile en fazla tercih edilen konularda çalışmalar yapan kurumlar daha fazla tercih edilmektedir. İHH'nın yetim çalışmalarıyla öne çıkan bir kurum olması ve Kızılay'ın Türkiye'deki en eski STK'lardan birisi olması bu sonuçları anlamlı hale getirmektedir. Bağış konularında ise mağduriyetin kaynağının kişinin kendisine ait olmadığı durumlara daha fazla bağış yapılması durumu, fakirler ve

yoksullar ile yetimler konularına ilginin nedeni olmaktadır. Ayrıca kadınların empati yüksekliği, farklı konulardaki bağış taleplerine uyumu artırarak birçok konuda bağış yapmalarının temel nedeni olarak görülebilir.

Nihai sonuç olarak, bağış davranışlarının içsel ve dışsal birçok faktörle ilişkili bir şekilde olduğu ortaya koyulmuştur. Araştırma modelinde yer alan değişkenler ile oluşturulan hipotezler kabul edilmiştir. Bağış kampanyalarında hedef kitlenin belirlenmesi, sosyal pazarlama açısından stratejik öneme sahiptir. Hedef kitle profili oluşturulurken demografik özellikler gibi genel tanımlamalarının yanı sıra kişilik ve diğer içsel motivasyonları içeren psikografik özelliklerin ayrıntılı tanımlamalarına ihtiyaç duyulmaktadır. Bu özelliklerin belirlenmesi bağışçı iletişimde verimliliği artıracaktır. Bunun sonucunda bağış talebine olan katılım da artacaktır.

Tablo 5.1: Hipotez Sonuçları

Hipotezler	Sonuç
H1: Enneagram kişilik tipleri ile demografik değişkenler arasında anlamlı bir farklılık vardır	Kabul edilmiştir
H2: Enneagram kişilik tipleri ile bağış davranışları arasında anlamlı bir farklılık vardır.	Kabul edilmiştir
H3: Enneagram kişilik tipleri ile içsel bağış motivasyonları arasında anlamlı bir farklılık vardır.	Kabul edilmiştir
H4: Dışsal Motivasyonlar ile bağış davranışları arasından anlamlı bir farklılık vardır.	Kabul edilmiştir
H5: İçsel Motivasyonlar ile bağış davranışları arasında anlamlı bir ilişki vardır.	Kabul edilmiştir
H6: İçsel Motivasyonların kendi aralarında anlamlı bir ilişki vardır.	Kabul edilmiştir

V.3. Öneriler

V.3.1. Enneagram Bağışçı Tipolojileri İçin Öneriler

V.3.1.1. Tipoloji 1: Mükemmeliyetçi-Reformcu (Dışa dönük Kişilik)

Bir müşteri olarak Tip 1'ler, belli bir misyonu ve prensipleri olan kuruluşları tercih ederler. Özellikle kendisiyle iletişime geçen yetkili kişinin açıklamalarında bu hususlara yer verilmesi onların dikkatini çeker. Kuruluşun yaptığı faaliyetlerde etik değerleri de göz önünde bulundurduğunu fark etmeleri zihinlerindeki marka konumlandırmasında önemlidir. Yapılan faaliyetlerin düzenli ve detaylı bir şekilde yapılandırılmış olması, Tip 1'lerin önemseydiği konulardandır (Kamineneni ve Kale, 2017).

Bağışçı profilinde değerlendirilecek olursa, dini değerler, empati, özgecilik, psikolojik fayda gibi motivasyonların yüksek; materyal değerlerin ise düşük olduğu tespit edilmiştir. Bu motivasyonlar dikkate alınarak yapılacak bağış kampanyaları birlerin katılımını kolaylaştıracaktır. Materyalist değerlerin düşük olması ve tutumlu yapıları kurumların faaliyetlerindeki israflar ve gereksiz harcamalar onları bağış yapmaktan uzaklaştırabilir. Hiyerarşinin ve iş tanımlarının net olduğu faaliyetlerde rol almaları birler için daha kolay olacaktır. Birler yüksek misyon ve anlamlı amaçlar uğruna yaşarlar. Bu nedenle anlamlı bir misyon tanımının olduğu faaliyetlere daha çok destek olabilirler. Özellikle toplumdaki yanlışları ve eksikleri kolayca fark edebilmeleri, onları bulunduğu toplumdaki eksikler için çalışan kuruluşlarda yer almaya ve desteklemeye yöneltir. Gönüllü süreleri yüksek ve birçok konuda bağış yapabilen kişilerdir. Birlerin sundukları katkının etkisini ve bir şeyleri düzeltbildiğini görmeleri, onlarda bir iç tatmin duygusu oluşturur. Bu nedenle onların desteklediği faaliyetlerin görüntüleri ve nasıl kullanıldığı bilgisinin paylaşılması düzenli bağış için önemli olacaktır. Tutarlı, mevzuatlara uyan, etik davranan kuruluşlar, onların destek verebileceği ve gönüllü olarak yer alacağı ortamlardır. Birler bulundukları toplumsal faaliyetlerde koordinatör ve idareci gibi görevler üstlenebilirler. İş takibi iyi olan birler, kuruluşun ilkeleri doğrultusunda bulundukları faaliyetleri yürütmekte ve sürdürülebilir kılmada iyidirler. Kuruluşun genel misyonunu görev aldığı işe yansıtabilirler. Ayrıca birlerin, düzenli bağış projelerine ve belli bir düzende yürüten faaliyetlere de katılımları daha kolay olacaktır. Çocukluk öykülerinde yol gösteren kişiden mahrum büyüyen birler, kendi işlerini kendilerini yapan güçlü bir kişilik profili geliştirmiştir. Bunun sonucunda bir kılavuza ya da hayatlarındaki refahın artmasında bir desteğe ihtiyacı olan kişilere ilgi gösterebilirler. Yetimler, ihtiyaç sahipleri, dini eğitim ve hizmetler gibi konuları destekleyenler arasında öne çıkabilirler.

V.3.1.2. Tipoloji 2: Yardımsever-Sitemkâr Verici (Dışa dönük Kişilik)

İkiler sıcakkanlıdırlar ve bire bir ilişkiyi önemserler. İlişki kurduğu kuruluşlarda, özel olduğunun hissettirilmesi onları etkileyecektir. Özellikle kişiselleştirilmiş mesajlar onların dikkatini çekmektedir. Gülümseme gibi duygu içeren davranışlar onların ilişki bağlarını güçlendirir. Belli bir protokolün işletildiği soğuk ilişkilerden hoşlanmazlar. Bu durum onların uzaklaşmalarına neden olabilir. Kendilerini özel hissetmeleri ve isteklerinin kuruluş faaliyetlerinde bir değişimi meydana getirebileceğini bilmeleri onların sadakatini artıracaktır (Kamineneni ve Kale, 2017).

Bağışçı olarak ikiler için dini değerler, empati, özgecilik, psikolojik fayda gibi motivasyonların önemlidir. Buna karşılık materyal değerlere ise fazla önem vermezler. İkilerin en önemli kişilik özelliği olan empati, onların özgeciliğiyle birleştiğinde, onların bağış yapan rolü üstlenmelerini sağlamıştır. Yardımseverliği bir kişilik özelliği halinde kendilerinde barındıran ikiler, karşısındaki kişilerin ihtiyaçlarını anlayabilir ve gidermek için harekete geçerler. Yüksek gönüllülük süresi ve her bağış şekline katılımı, toplumsal fayda projelerinin ana kişiliklerinden biri olduğunu göstermektedir. İkilerin kendilerine ihtiyaç duyulduğunu hissetmeleri onları bağış yapmaya teşvik eder. Öne çıkabileceği, takdir edebileceği ve kendilerinin de katılım sağlayabileceği bağış davranışlarına yüksek uyum gösterirler. Özellikle faaliyetlerinde etkin rol oynadıklarını bilmeleri onları motive edecektir. Oldukça dışa dönük olmaları birçok bağış talebine uyumlu olmalarını sağlayabilmektedir. Ancak bu durumda mevcut para ve zaman gibi kaynaklarını böleceği için daha küçük miktarlarda ve çeşitli alanlarda bağış yapabilirler. Bu noktada ikiler ile sadık bir ilişki kurulması için *kendini algılama* stratejisi uygulanabilir. Bağış yapan ikilerin, gönüllü faaliyetlerine katılımının teşvik edilmesi, onların aidiyet duygularıyla sürdürülebilir bağış davranışlarının ortaya çıkmasını sağlayabilir. İkiler lidere yakın olmak isterler. Destekleyecekleri faaliyetlerde liderlerin onlarla iletişim kurması ve güçlü bağları sonucunda sadık bir yardımcı olabilirler. Karşısındakilerin duygu durumlarından etkilenmeleri sonucu ihtiyacı giderilen bir kişinin mutluluğunu görmeleri onları faaliyetlere bağlar. İkilerin merhametli yapıları onların kendilerine daha çok ihtiyaç duyacak kişilere yönelmelerini sağlar. İletişim becerilerinin gelişmiş olduğu için eğitimci olarak gönüllü hizmet vermeye elverişli kişilerdir. Bu özellikler ikilerin, fakirler ve yoksullar, yetimler veya çocuklar için çalışma yapan organizasyonlarda, dini eğitim ve hizmet ya da diğer eğitim hizmetlerinde daha aktif ve etkili destek verebilecekleri anlamına gelebilir.

V.3.1.3. Tipoloji 3: Başaran (Dışa dönük Kişilik)

Üçler kendi hayatlarında rekabetçi ve performans odaklılardır. Hızlı harekete geçme ve başarı odaklı yaşarlar. Bu özellikleri onların aradığı ve ilişki kurduğu kuruluş ve faaliyetlerde yansımıştır. Toplumda belli bir prestij elde etmiş, isteklerinin hızlı bir şekilde yerine getirildiği ve kendilerini premium sınıfta değerlendiren kuruluşlarla iyi ilişkiler geliştirebilirler (Kamineni ve Kale, 2017).

Üçlerin bağışçı profillerinde, dini değerler düşük, psikolojik fayda ve materyal değerler motivasyonları yüksek olduğu görülmektedir. Ayrıca bağış konusu olarak eğitim ve gençlik hizmetleri öne çıkmaktadır. Üçler daha çok dolaylı bağışı tercih ederken, doğrudan gönüllü hizmetleri sağlama ise düşüktür. Üçlerin performans odaklı yaşamları onların vakitlerini işlerine yoğunlaşarak geçirmelerine sebep olmaktadır. Özellikle ben merkezci ve materyal değerlere verdikleri önem onların kendilerine fayda getirmeyecek işlerden uzak kalmalarına neden olmaktadır. Fedakâr bir motivasyonla yapılan yardım davranışları üçlerin bu iç dünyası nedeniyle uyumu azaltabilmektedir. Zamanlarını gönüllü faaliyetlere ayırmanın fırsat maliyetini yüksek bulabilirler. İmajına düşkün olan üçler, kendi imajlarına katkı sağlayacağını hissettiği işleri vakit kaybı olarak görmezler. Köklü ve imajı yüksek kuruluşların özellikle üçleri bir proje içinde etkin rol alacağı pozisyonlarda değerlendirmeleri dolaylı gönüllü faaliyetlere olan uyumu artırabilecektir. Bulunduğu sistemde yardım faaliyetlerinin saygınlığı artıran bir davranış olarak görülmesi ve bağışlarının görünür olacağı bir ortam onları bağış yapmaya sevk edebilir. Özellikle birtakım beceriler, network, iş imkânı gibi faydalar elde edeceğini düşündüğü kuruluşlarda, gönüllü olarak yer alabilirler. Enerjileri yüksektir. İnsanların sorunlarını akılcı bir şekilde kökünden çözmek amacıyla eğitim ve gençlik hizmetleri onların öne çıkan bağış konuları olabilir. Ayrıca gençlik hizmetlerine yönelik ilgileri kendi iç yaşam enerjilerini ifade edebilmelerini sağladığı için olabilir. Prestij sahibi bir kuruluşun üyeliği veya yönetiminde yer almak, onların statü arayışlarına yönelik teşvikler olabilir. Çok yönlü düşünebilmesi ve etkin yönetim anlayışı içlerinde bulundukları kuruluşların ya da projelerin büyümesine ve vizyon kazanmasına katkı sağlayabilir. İlk bağış talebinde büyük ve itibar sahibi kuruluşlar, üçlerden bağış talep edecekleri zaman *kapıyı çarpma stratejisi* kullanabilirler. Bu strateji, itibarlı ve prestij sahibi kuruluşların yüksek miktardaki bağış taleplerinin reddedilmesinin ardından bağış miktarını düşürerek bir taviz verme algısından yararlanmasıdır. Tip 3'lerin prestije ve statüye verdiği önem sonucu, büyük kuruluşların bağış miktarında yaptığı taviz büyük bir fedakârlık olarak algılanarak bağış talebine uyumu artırabilir.

V.3.1.4. Tipoloji 4: Bireyci-Traji Romantik (İçe dönük Kişilik)

Dörtler estetiğe ve güzelliğe önem veren kişilerdir. Çevrelerinde ve bulunduğu ortamlarda bu estetiği görmek isterler. Ayrıca özgünlüğü seven dörtler kendi yaşamlarının diğer insanlardan farklı olmasını ister. Ayrıca bu farklılığın olduklarının çevreleri tarafından da dile getirilmesini isterler. Bu yönelimleri onların tercih edecekleri kuruluş ya da faaliyetler için geçerlidir. Özellikle sunulan ürünün tasarımına dikkat eden dörtler, özgün ve estetik görünen ürünleri cazip bulurlar. Kendi isteklerine göre özel ürün üretilmesi, niş ve genele hitap etmeyen konular, kendileri için oluşturulmuş özel promosyonlar dörtlerin dikkatini çeker (Kamineneni ve Kale, 2017).

Dörtler bireyci ve özgürlükçü insanlardır. Bağış davranışları da sıradan insanlardan farklı olabilir. Normal insanlardan daha farklı bakış açıları oldukları için farklı şekillerde bağış davranışlarında bulunabilirler. Ancak temel bir noktada dörtlerin bağış davranışlarının şekillenmesine etkili olabilecek durumlar vardır. Bu insanlar hayatta bir kimlik arayışı ve var olma gibi derin anlam düzeylerinde yaşarlar. Ayrıca toplumdaki insanların da bu yönlerdeki eksiklerini rahatlıkla görebilirler. İnsanların var oluş amaçlarını bulmaları için kurulan fikir, kültür ve sanat gibi faaliyet ve topluluklarda yer alabilirler. Yardım türü olarak eğitim yardımlarının bireyci dörtler için öne çıktığı görülmektedir. Bu duruma kişilerin özgürlüklerine ve hayatlarının anlamlarını eğitim yoluyla anlayabileceğini ve sürdürülebilir olarak maddi ya da manevi sorunların çözülebileceğini düşünmeleri neden olabilir. Muhtaç insanlara “balık vermek yerine balık tutmayı öğretmek” ilkesiyle yaklaşabilirler. Bireyci kişiler toplumun genelinden farklı düşündüklerini ve farklı kişiler olduklarını iddia ederler. Özellikle sanatla, edebiyat ve felsefe konularıyla ilgilendikleri görülebilir. Monoton, sıradan ve geleneksel işler onları uzaklaştırabilir. Derin anlamlar barındıran mesajlar onları etkiler. Ayrıca bireyciler, genel toplum normlarına karşıt görüşleri savunan, değişim ve dönüşümü vurgulayan faaliyetlerde gönüllü olarak yer alabilirler. Dörtler kendi yaşadıkları zorlukları yaşayanlara karşı yüksek empati duyabilirler ve yardım edebilirler. Genel ruh hallerinin melankoliden beslenmesi ile psikolojik fayda motivasyonlarının düşüklüğü arasında bir ilişki vardır.

İnsanlar kendi inanç ve düşünce yapılarının benimsendiği kuruluşlara rahatlıkla aidiyet hissedebilirler. Bu organizasyonlarda onların fikirlerinin rahatça ifade etmelerine fırsat verilmesi ve sıra dışı insanlar olduklarını hissettirmek onların hoşuna gider. Bir düşünce akımını veya ekolünü destekleyen ve kültür, sanat gibi temalarda faaliyet yürüten organizasyonların sadık destekçisi olabilirler.

V.3.1.5. Tipoloji 5: Araştırmacı (İçe dönük Kişilik)

Beşler bilgiye önem veren kişiliklerdir. Uzmanlığı severler ve uzmanlaştığı alandaki gelişmeleri ve yenilikleri takip ederler. Teknik detaylar onlar için önemlidir. Özellikle ilişki içerisinde olduğu kuruluşların faaliyet yürüttüğü alan ile ilgili uzmanlık seviyeleri onların hoşuna gider. Yakın ve samimi ilişkiler onlara göre değildir. Özellikle kişisel mahremiyete saygı duyulması ve kişisel bilgiler konusunda hassastırlar. Değişen ve dönüşen dünyada faaliyetlerini güncel tutan, gerekli imkanları bünyesinde bulunduran kuruluşlarla ilişki kurabilirler. Kuruluşların yaptığı faaliyetler hakkında bilgiler içeren iletiler, raporlar ve gelişmeler onlar için önemlidir (Kamineneni ve Kale, 2017).

Beşler düşünce merkezinde yer alan kişiliklerdir. Bilgi edinmekten hoşlanırlar. Hayatlarının ilk yıllarında kişisel alanların ihlal edilmesi onlarda yakın ilişkilere karşı bir soğukluğa neden olmuştur. Bu yüzden kalabalık ortamlarda bulunmak ve amaçsız görüşmeler yapmak istemezler. Paylaşım noktasında özellikle de bilgi paylaşımında isteksizdirler. Beşler uzmanlık sahibi insanların bulunduğu organizasyonlarda yer alabilirler. Özellikle yapacakları işlerden ve atacakları adımlardan emin kişilerle uzun süre çalışabilirler. Beşler çok sık mesajlardan bunalabilirler. Bunun sonucu bağışçı yorgunluğu oluşabilir. Araştırma yapan, seminerler ve çalıştaylar düzenleyen, bir konuda akademik eğitim programları gibi faaliyetler yürüten kuruluşlarda yer alabilirler. Özellikle teknik bilgiler veren, bilgilendirici ve kaliteli içerikler üreten yerlerin takipçisi olurlar. Beşlerin ilgi alanı olmayan organizasyonlar, onların uzmanlık alanlarıyla alakalı ders veya seminer verebilir ya da danışmanlık yapabilirler. Kuruluşların vizyonlarının oluşturulması, yapacakları faaliyetlerin sürdürülebilirliğinin sağlanması için beşlerden fikir alabilirler. Gönüllü olarak bilgi ve uzmanlıklarını, etkili ve faydalı olacağını düşündüğü işler için paylaşabilirler. Yapılan bağışların nereye, nasıl harcandığını, kuruluşun gelir gider tablolarını, işlerin hangi bilimsel temellere göre işlediğini dikkatle incelerler.

V.3.1.6. Tipoloji 6: Sadık-Sorgulayıcı (İçe dönük Kişilik)

Altılar güven duygusuna önem verirler. Özellikle ilişki kuracağı insan veya kurumun güvenilirliğini test ederler. Özellikle hesap verilebilirlik ve şeffaflık onlar için çok önemlidir. Söylenen sözler ve yapılan işlerde tutarlı olunması onların güvenini kazandırır. Kuruluşun faaliyet yürüttüğü alandaki yetkinliği becerisi onlar için önemlidir. Faaliyetler ya da ürün hakkında emin olmak için detaylı sorgulamalar yapabilirler. Yetkili olan kişiler bu sorulara sabırlı ve açık bir şekilde yanıt vermeleri sadakat oluşturacak bir ilişki için önemlidir. Liyakat

ve güvenlik bir kuruluşta varsa altılar kuruluşun sadık ve sürekli bir destekçisi olabilirler (Kamineneni ve Kale, 2017).

Altılar gvenilirdirler ve sorumluluk alabilirler. Özellikle güvenlerinin tatmin edildiği ve detaylı bir temellendirme yapabildiği faaliyetler içinde bulunabilirler. Güven arayışları ile sadakatleri güçlü bir ilişki içindedir. İnandığı ve anlamlı bulduğu bir davanın destekçisi olabilirler. Kuruluşların söz ve iş tutarlılığına çok dikkat ederler. Vaat ettiklerini ve gerçekleştirdiklerini takip ederler. Ufak bir tutarsızlık onları sorgulamaya yönlendirir. Özellikle otoriteye karşı zorlayıcı bir yapıda olabilirler. Güvenlerini kazanan ve ne yaptığını bilen insanların liderliklerini kabul ederler ve tam bir görev adamı niteliğindedirler. Toplumsal faydayı amaçlayan organizasyonların en ne çıkan değerlerinden birisi şeffaflık ve hesap verilebilirliktir. Bu konuya oldukça önem veren organizasyonlar, altıların maddi ve manevi olarak varlıklarını adamalarını kolaylaştırabilir. Altılar ile iletişime geçerken mesajlar oldukça sade ve doğrudan iletilmeli, şüphe uyandıracak dolaylı anlatımlardan kaçınılmalıdır. Özellikle mesaj iletilerinin daha az yoğun ve sık tekrarlarla yapılması, altıların baskın zihinsel faaliyetlerinin nevrotik seviyelerde ortaya çıkacak sorunlara karşı daha yararlı olabilir. Ayrıca altılar üstlendikleri sorumlulukları benimseyen yapıları sayesinde, düzenli bağış kampanyalarına elverişli profillerdir. Verilen gönüllü sorumlulukları da belli bir düzen içinde yürütebilirler.

V.3.1.7. Tipoloji 7: Hevesli-Ehl-i Keyf (Dışa dönük Kişilik)

Yediler planlamayı severler, yenilikidirler ve inovatif fikir ve işlerde heyecanlanırlar. Bu nedenle inovatif ürünler sunan kuruluşlar dikkatlerini çeker ve tercihlerini etkiler. Yediler odaklanmakta ve sadık kalmada zorlanırlar. Fırsatlar ve farklı ilginç faaliyetler onların dikkatini dağıtır. Bir kuruluş yedileri elde tutmak isterse Ar-Ge çalışmalarıyla desteklenen inovatif ürünler sunması gerekir. Özellikle desteklediği ya da içinde bulunduğu kuruluşlarda anlık tatminler ararlar ve olumsuzluktan kaçınırlar. Kuruluşlar, yedilerin ihtiyaçlarını iyi analiz etmeli ve karşılanacağı noktasında onları tatmin etmelidirler (Kamineneni ve Kale, 2017).

Yedilerin dışarıdan görülen aktif yaşantısı onların bir organizasyonda etkili olacağını düşündürebilir. Ancak aktif olmak ile etkili olmak aynı değildir. Yedilerin dikkat dağınıklıkları onları bağış ve gönüllü hizmet alanlarında da istikrarsız olmalarına neden olabilir. Yedilerin alakasız gibi görülen farklı konuların ortak noktaları arasında bağlantı kurabilmeleri güçlü bir sentez özelliği ortaya çıkartmıştır. Yediler çok iyi inovasyon ve Ar-Ge yapabilen insanlardır. Organizasyonların birçok konusunda yeni fikirler ve sosyal ürünler ortaya koyabilirler. Organizasyon için gerekli olan kaynakları dışarıdan toplayabilirler. Gerek insan kaynağı gerek

diğer maddi kaynakların nereden nasıl bulunacağı hakkında bilgiye sahiptirler. Kuruluşların kaynak geliştirme, proje ve Ar-Ge birimleri, insan kaynakları gibi görevlerde gönüllü olarak hizmet verebilirler. Hesapsız hareketleri bu gibi organizasyonlarda birtakım sorunlara yol açabilir. Bu yüzden belli sınırların daha baştan onların da görüşlerinin de alınarak oluşturulması organizasyon ve yediler için yararlı olabilir. Yedilerle çalışan liderler onların inisiyatif alıp organizasyona şekil verecekleri alanları açmaları aidiyetlerini sağlayabilir. Yedilerin öne çıkan yardım türlerinde birisi de eğitimidir. Yediler katılmış ve monotonlaşmış organizasyonlarda yer almayı istemezler. Gelişim odaklı yediler insanların gelişimi ile alakalı organizasyonlarda kendileri içinde bulunabilirler. Gençlik ve spor gibi konularda faaliyet gösteren organizasyonlar onların dikkatini çekebilir. Gençliği ve genç kalmayı seven, acizlikten ve acıdan kaçan yapıları, onların eğlenceli aktiviteleri içinde bulunduran organizasyonları tercih etmelerine neden olabilir.

V.3.1.8. Tipoloji 8: Meydan Okuyan (Dışa dönük Kişilik)

Sekizler açık sözlü insanlardır. Karşısındaki kişilerin de bu şekilde olmasını isterler. İhanete uğramamak ve kandırılmamak için güçlü bir duruş geliştirmişlerdir. Bu onların bulunduğu ortamda iktidar olmalarını ve kuralları belirleyen taraf olma isteklerini güçlendirmiştir. Dolaylı ve net olamayan ifadeler sekizlerde güvenliklerini sağlama ihtiyacını harekete geçirebilir. Bu yüzden yetkili kişiler açık ve net bir şekilde yapacakları faaliyetleri sunmalıdırlar. Sınır tanımayan bir kişilik olmaları nedeniyle baştan ilke ve sınırlar belirtilmelidir. Kararlı duruşlar onların saygı duyduğu hareketlerdir (Kamineneni ve Kale, 2017).

Bağıışçı özelinde değerlendirildiğinde belirleyici rolünde olmak istemeleri nedeniyle desteklerinin faaliyetlerinde etkili olacağının hissettirilmesi ve taleplerinin faaliyetlerde değişimler için dikkate alındığını bilmesi onların desteğini kazandırabilir. İletişim kurulurken mütevazı bir üslup onların desteğini almayı sağlayabilir. Muhtaç insanlara kol kanat germe onların temel bir kişilik özelliğidir. Fiziksel merkezli olmaları onların saha faaliyetlerinde ve fizik gücü gerektiren organizasyonlarda etkili olarak bulunmalarını sağlar. Aynı zamanda kendi kişisel gelişimini çok yönlü sağlayan sağlıklı sekizler, doğal liderlik özellikleriyle toplum yararına faaliyet gösteren organizasyonları kurabilirler. Özellikle toplumdaki adaletsizlikleri azaltmayı misyon edinen, zulmü ve haksızlığı ortadan kaldırmayı hedefleyen ve muhtaç insanların haklarını savunan organizasyonların kurucusu ve sadık destekçileri olabilirler.

V.3.1.9. Tipoloji 9: Barışçı (İçe dönük Kişilik)

Dokuzlar sakin ve uyumlu kişilerdir. Tersliklere karşı hemen öfkelenmezler. Doğrudan ifadeler yerine isteklerini dolaylı yoldan aktarırlar. Kuruluş yetkililerin bu istekleri iyi okuyabilmeleri gerekir. Değer arayışında olan dokuzlarla ilişkilerde onların isteklerine ve sözlerine karşı duyarlı olmalı, dinlenildiği hissettirilmelidir. Karşısındakinin ruh halini iyi analiz eden dokuzlarla yapmacık tavırlardan kaçınılmalıdır. Dokuzlar sunulan hizmetlerde kolaylık ve rahatlığı ararlar. Özellikle bu konuların öne çıkartılması onlar için ilgi çekici olacaktır (Kamineneni ve Kale, 2017).

Dokuzlar değer verildiği ortamlarda bulunurlar. Huzursuzluk, belirsizlik ve kaosun bir kültür olarak yaşandığı organizasyonlardan kaçınırlar. Dokuzların konfor arayışı ve stresli ortamlardan uzaklaşmaları gönüllü olarak üstlendikleri görevde de etkisini gösterir. Bir zorlukla karşılaştıklarında ana görevleri yerine ikincil ve basit işlere yönelebilirler. Bu durum organizasyonun işlerinin aksamasına sebep olabilir. İşleri aksatmaya meyilli yapıları, onların yaşadıkları kararsızlıkların bir işareti olabilir. Fiziksel merkezli dokuzların, zihinsel faaliyetleri ile fiziksel faaliyetleri birbirine karışabilir. Aşırı zihinsel faaliyetleri kendilerine ve dışarıya olan güvenlerini sorgulatarak hareketsiz kalmalarına neden olabilir. Karar vermekte zorlandıkları anlarda organizasyonun lideri bu konuda onlara yardımcı olur ve desteklerse sorun çözülebilir. Yaptığı işlerde uzman olduklarının hissettirilmesi onların hoşuna gider. Materyal değerlere düşkünlüğü onları kendi yaşam alanlarını rahatlarına ve isteklerine göre şekillendirmelerine yönlendirir. Bu yüzden ilgili alanın bozulmasını ve işlerine müdahale edilmesini istemezler. Rutini seven ve belirsizlikten kaçınan yapıları, hiyerarşinin ve herkesin görev tanımlarının belli olduğu organizasyonlarda gönüllü olarak rol almalarını kolaylaştırabilir. Dokuzlara yaparken zorlanmayacağı, başarıya ulaşip özgüvenlerini tazeleyebilecekleri işlerde rol verilmelidir. Aksi takdirde öğrenilmiş çaresizlik ve komplekse kapılabilirler. Değişime ayak direyen yanları, onların geleneksel ve tekdüze faaliyetlerde olmalarını, yenilik ve inovasyon içeren çalışmalarda zorlanmalarına yol açabilir. Sistemin yerleştiği ve başarıyla devam ettiği faaliyetlerin sürdürülmesinde rol alabilirler. Dokuzlar olayları geniş bakış açısıyla değerlendirebilme yetenekleri sayesinde insan bilimlerinde uzmanlaşmışlardır. Bu kişiler insanlara manevi yönde destek veren psikososyal çalışmalarda verimli çalışmalar yürütebilir. Özellikle sağlıklı dokuzlar, yaşam hakkında tecrübeli, hoşgörülü ve diğer insanları motive eden bir yapıdadırlar. Ayrıca iyi bir yol gösterici olabilirler. Maddi bağış taleplerinde ise yüz yüze olan bağış talepleri daha etkilidir. Bağış talebinde küçük miktarlarla başlayıp zamanla yükseltilmesini hedefleyen *kapıya ayak koyma stratejisi* dokuzlar için etkili olabilir. Dokuzlar empati sahibi insanlardır. Ancak empati, özgeci davranışın çıkması

için yeterli değildir. Merhamet ve fedakârlık ile empatinin bir anlamı olmaktadır. Tip 9'ların empatisinin içeriği kişisel sıkıntıya dayandığı için küçük bir bağış bile bu sıkıntıyı giderebilir. Psikolojik faydayı öne çıkaran bu yapıları, yaptıkları bağışın onlara ruhsal ve psikolojik olarak fayda getireceğinin veya bağışlarını aksattıklarında ihtiyaç sahiplerinin sıkıntılı hallerinin devam edeceğinin vurgulanması bağış taleplerine uyumu artırabilecektir.

V.3.2. Genel Bağışçı Profilleri İçin Öneriler

Prososyal faaliyetlere katılımda içsel motivasyonlar ve dışsal motivasyonların önemi birçok çalışmada olduğu gibi bu çalışmada da görülmektedir. Bu motivasyonlar belli konularda ve davranışlarda diğerlerine göre daha önemli bir rol oynayabilmektedir. Toplumsal faaliyetin ayrıntılarına göre bu motivasyonların etkili bir şekilde kullanımı ancak doğru tanımlayabilmekten geçmektedir. Genel olarak bir bireyi tanımlamak bütüncül bir bakış açısını gerektirir. Bu noktada demografik değerler genel tanımlamayı sunmaktayken, kişilik gibi içsel değerler ise ayrıntılı tanımlamayı mümkün kılmaktadır.

Önemli bir bağış motivasyonu olan empati de cinsiyet önemli bir faktörken bir empati yapısal boyutu olan perspektif alma ile empatik endişenin ayırt edilmesinde kişilik önemli bir rol oynamaktadır. Empatinin yardım davranışlarında güçlü bir motivasyon oluşu, ihtiyaç duyulan konudan bireylerin haberdar olunmasının bağış davranışlarının temel tetikleyicisi olduğunu ortaya koymaktadır. Ancak prososyal faaliyetlerde güçlü bir motivasyon olan empati, merhamet ve özgecilik motivasyonu içermediği zaman yalnızca kişisel bir sıkıntı olarak kalmaktadır. Materyal değerlere yönelik tutumun önemli belirleyicisi yaş olurken, genç yaşların dışında görülen materyal değerlere yönelik tutumlarda kişilik yapısının önemli olduğu görülmektedir.

İnsanların bir konuda tutum sahibi olması için, bilişsel, davranışsal ve duygusal uyumun oluşması önemlidir. Buradan hareketle kişilerin bu etkilerden herhangi birindeki değişim için diğer etkenleri de harekete geçirdiği söylenebilir. İnsanların bir konuda prososyal faaliyet sergilemesi isteniyorsa bu üç temel etkenden birinde onlara doğru mesajları ulaştırmaları ve harekete geçirmeleri önemlidir. Kişilikleri bilişsel, davranışsal ve duygusal merkezlerde ayrıntılı tipolojilerde inceleyen Enneagram Modeli, bağış ve gönüllü faaliyetlerde kaynak geliştirme de kişilere özgü etkili ilişkiler kurarak uyumu artırabilecek zenginliğe sahiptir. İnsanların doğru zamanlarda kendilerine uygun olabilecek destek türünü verebilmelerini sağlamak, onların genel ve ayrıntılı tanımlama ile mümkün hâle gelmektedir. Kişilerin demografik olarak genel özellikleri ve ayrıntılı olan kişilik özellikleri birlikte

değerlendirildiğinde hem organizasyon açısından hem de bağışçı açısından etkili ve sürdürülebilir olacaktır.

Bağış yapılan kurum ve bağış yapılan araç tercihi ayrıntılarda görülebilecek ufak farklılıklar hariç, toplumda yaygın faaliyet gösteren ve yaygın sorunları konu edinen STK'ların çoğu insanın kişisel farklılıklarını içinde barındırabileceği için daha çok tercih edilmektedir. Burada faaliyetlerin içeriğinden ziyade kurumlar arasındaki tercihte ayrıştırıcı etkisi olan unsurlar kurumun imajı, güvenilirliği ve verimliliği olacaktır.

Genel bağışçı profilleri incelendiğinde, prososyal faaliyetlere yaygın olarak katılım gösteren kişiliklerin tüm kurumlara ve bağış konularına destek verildiği görülmektedir. Bu durumda bir kurum ya da konunun genel katılımcı kitlesinin çoğunu sektörde sık bağış yapan ancak belli bir konuyu ya da kurumu seyrek olarak tercih edenler oluşturmaktadır. Organizasyonlar bu noktada kampanyalarını genele bağışçılara ve sadık bağışçılara göre özel olarak ayrı ayrı düzenlemeleri daha etkili ve verimli olacaktır.

İnsanlar sivil toplum kuruluşlarına kendi düşünce ve değerlerini ifade fırsatı buldukları için katılmaktadırlar. Kişilerin bir şeyleri düzeltebileceğine olan inancı o davranışının sürdürülebilir olması için önemlidir. Yapılan bağışlarda etkilerinin gösterildiği geri dönüşler bağlılığı artırmaktadır. Ayrıca faaliyetlerde kullanılan iletişim şekli incelendiğinde 21. yy.'da iki taraflı iletişimin etkisinin ticari ya da ticari olmayan ilişkilerde oldukça önemli olduğu görülmektedir. Bağışçıların destekledikleri kuruluşların faaliyetlerinde düzenleme yapabildiklerini gördüklerinde aidiyetleri artabilmektedir. Bu noktada yapılan faaliyetler için birlikte katılım stratejisiyle maddi ya da zaman ve yeteneklerin kullanımı gibi gönüllü hizmetlerin iç içe olacağı uygulamalar daha etkili ve sürdürülebilir olabilecektir.

Temel kişilik özellikleri segmenti oluşturulmak istendiğinde içe dönüklük ve dışa dönüklük üzerinden bağışçıların ele alınması önemli ve etkili bir ayırım olacaktır. Genel manada içe dönüklük beynin kortikal bölgesinde yüksek uyarılma düzeyine sahip olan insanların dengeyi sağlamak için dış uyaranlara karşı mesafeli olması durumudur. Buna karşılık dışa dönüklük ise beyindeki uyarılmanın düşük olması ve denge ihtiyacı için dış uyaranlara karşı daha ilgili olma durumu olarak ifade edebilir. Bireylerin bağış davranışlarının genelde bir talep doğrultusunda gerçekleştiği bilindiğinde, bu talebin şekli uyum için oldukça önemlidir.

İletişim, uygun kanallar aracılığıyla istenilen mesajın alıcıya ulaşması ve amaçlanan etkileşimin gerçekleşmesidir. Karşı tarafın iletiye tepkisi onun benimsemesi ile doğru orantılıdır. İnsanların toplumsal konularda harekete geçmesi için ihtiyaç olduğunu hissetmesi

gerekmektedir. İhtiyaç algısı ise kişiden kişiye değişmektedir. Kişilik yapılarının bilinmesi ihtiyaç algısının kişi açısından oluşturulması için gereklidir. Genel olarak içe dönükler daha çok bireysel olarak öne çıkmayı gerektirmeyen kitlesel ve kendi kendine iletişimi tercih etmektedirler. Sağlıklı içe dönükler kendisi için yararlı olan topluluklara katılarak kişilerarası iletişimi kullanabilirler. Ayrıca diğer kişileri gözlemleyip kontrollü olabilmek için arka planda kalmayı tercih edebilirler. Kitlesel araçlarda ise içe dönüklerin nevroitiklik düzeyine göre iletinin içerik yoğunluğuna dikkat edilmelidir. Nevroitiklik düzeyi yüksek olan içe dönükler yoğun içerikleri kendilerine tehdit olarak algılayabilirler. Bu noktada kısa süreli tekrarlar ve yoğunluğu az içerikler dengeli bir iletişimi sağlayabilir. Sağlıklı içe dönüklerde ise yine iletinin başından sonuna doğru artan bir yoğunluk tercih edilebilir. Dışa dönük kişiliklerde ise sağlıklı dışa dönükler toplumda uygun davranışı öğrenmek için kitle iletişimi kullanabilirler. Buna karşılık nevroitik dışa dönükler ise öne çıkmak için toplumun genel kabulüne aykırı davranışlar için kitle iletişim araçlarına başvurabilirler. Dışa dönüklerin uyarım arayışı onları yoğun bir şekilde kişilerarası iletişimi kullanmaya sevk etmiştir. Özellikle iletişim içeriğinin yoğunluğu dışa dönük kişiliklerde önemlidir. Yeterince yoğunluk içermeyen ya da tekrar aralıkları uzun olan iletişim şekli onların algısını farklı alanlara yönlendirebilir (Hazar, 2006:136-138).

İnsanların ihtiyaç algılarına en büyük etki eden unsurlardan birisi de mağduriyetin kaynağıdır. Mağduriyetin kendi kontrolü dışındaki olaylardan meydana gelen durumlara karşı kişilerin ihtiyaç algılama eşiği daha düşüktür. Toplumda fakirlerin, yetimlerin ve afetzedelere yardımın yoğun bir şekilde gerçekleşmesi bu durumu açıklar niteliktedir. Bu konularda yapılan bağış kampanyalarının doğal bir etkileşimi meydana getirmektedir. Ayrıca yapılacak bağışların belirli süreler için gerekli olacağı bilgisi bağışçıların uyumunu artırabilmektedir. Bu nedenle yapılan bağış kampanyalarında yapılacak olan bağışların mağduriyet yaşanan konudaki ihtiyacın, uzun vadede ihtiyacın ortadan kalkacağı şekilde kullanılacağına bilginin paylaşılması desteği artırabilecektir.

V.3.3. Gelecek Çalışmalar İçin Öneriler

Yapılan bu çalışmanın örnekleme ve ölçtüğü değişkenler açısından kapsamlı olması birçok açıdan değerlendirmeyi mümkün hale getirmekteyken, bağışçı profillerinin belirlenmesinde birtakım kısıtlılıkları ve eksikleri bulunmaktadır. Özellikle bazı değişkenlere ait gruplarda homojen dağılımın sağlanamaması analizlerin sonuçlarının değerlendirilmesinde kısıtlılık oluşturmuştur. Yalnızca nicel ve anonim olarak tasarlanan çalışma, değişkenler arası ilişkide ve sosyal kabul edilebilirlik düşüncesiyle verilecek gerçeği yansıtmayan cevaplar için

avantaj sağlarken, kişilerin içsel motivasyonlarının ve bağış davranışlarının arkasındaki diğer etkili unsurların tanımlanmasında kısıtlılık oluşturabilmektedir.

Özellikle kişilik özelinde bağışçı segmentasyonu çalışmalarının yetersizliği bu alandaki çalışmaların artışının toplumsal organizasyonlara katkı sağlayacağı bir gerçektir. Gelecek çalışmalar için sunulan öneriler, çalışma sırasında görülen eksikler ve kısıtlılıklar göz önüne alınarak yapılmaktadır. Bu öneriler ise şu şekildedir;

- Kişilik özellikleri ile diğer sürekli veri içeren değişkenler arasındaki regresyon ve korelasyon analizi için kişilik özelliklerinin her birinin kişi nezdindeki yoğunluğunu ölçmek için puanlandığı ve bir spektrumda değerlendirilebileceği ölçeklerin kullanılması ilişkilerin gücünün ve yönünün ölçümü için daha yararlı olabilir.
- Enneagram modeli, kişilikleri eklektik bir biçimde ele alması birçok konuda kişilerin kendilerinin dâhi farkında olmadığı özellikleri tanımlayabilmesini sağladığı için nedeniyle zengin bir modeldir. Enneagram ile yapılacak bağışçı çalışmalarında özellikle nicel ve nitelin yer alacağı karma bir yöntemle araştırma tasarımı daha etkili sonuçlar verebilecektir. Örneğin, kişilerin toplumsal faaliyetlerde temel olarak ne aradığı, nasıl katkı sağlamak istedikleri ve hangi konumda yer almak istedikleri gibi konularda nitel olarak bir tasarım daha açıklayıcı sonuçlar verebilir.
- Yine iletişim tercihlerinde ve kampanya tasarımlarında kişilerin algılarının ve dikkatlerinin yönelimlerini belirlemek amacıyla deneysel çalışmalar yararlı olabilir.

KAYNAKÇA

Adıgüzel, A. (2014). İnsanlık Onurunu Koruma ve Kıрма Arasında hayırseverlik Anlayışı. *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, 1(1), 69-92.

Aksoy, T. (2017). *Efsaneler ve Gerçekler: Pazarlama Nasıl Yapılır?* İstanbul: Doğan Egmont Yayıncılık

Başerer, Z. Ve Kısaç, İ. (2017). Özgeci Davranışın Psikolojik İyi Oluş ve Çeşitli Demografik Değişkenlere Göre İncelenmesi: Erzurum İli Örneği. *Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 5(56), 582-594

Bayar, M. (2019). İbn Haldun Düşüncesinde Bireyin Kişilik Gelişimini Etkileyen Faktörler. *Akra Kültür Sanat ve Edebiyat Dergisi*, (19), 53-57

Bayır, E. (2022). Cahız'ın Ahlak Teorisine Göre Mizacın Değişmesi ve Pratik Değeri. *Kader*, 20(1), 438-465

Bayraktaroğlu, G. Ve İlter, B. (2007). Sosyal Pazarlama: Engeller ve Öneriler. *Ege Akademik Bakış*, 7(1), 117-132.

Bekkers, R. (2005). Participation in Voluntary Associations: Relations f Resources, Personality, and Political Values. *Political psychology*, 26(3), 439-454.

Bekkers, R. ve Wiepking, P. (2011a). “A Literature Review of Empirical Studies of Philanthropy: Eight Mechanisms that Drive Charitable Giving”, *Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly*, C: 40, No: 5, s. 924-973.

Bekkers, R., & Wiepking, P. (2011b). Who gives? A Literature Review of Predictors of Charitable Giving Part One: Religion, Education, Age and Socialisation. *Voluntary Sector Review*, 2(3), 337-365.

Bekkers, R. (2010). Who gives what and when? A Scenario Study of Intentions to Give Time and Money. *Social Science Research*, 39(3), 369-381

Bendapudi, N., Singh, S. N., ve Bendapudi, V. (1996). Enhancing Helping Behavior: An Integrative Framework for Promotion Planning. *Journal of marketing*, 60(3), 33-49.

Bennett, R. (2003). Factors Underlying the Inclination to Donate to Particular Types of Charity. *International Journal of Nonprofit and Voluntary Sector Marketing*, 8(1), 12-29.

Burger, J.M., (2021). *Kişilik*. İstanbul: Kaknüs Yayınları

Büyüköztürk, Ş. (2019). Sosyal Bilimler İçin Veri Analizi El Kitabı, (25. bs.). Ankara: Pegem Akademi.

Cengiz, E. (2010): Kar Amacı Gütmeyen Kurumlarda Pazarlama Faaliyetleri. *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 8(2), 393-409.

Ceyhan, H. H. Ve Aydın, S. (2012). Organ Bağışına Sosyal Pazarlama Yaklaşımı: Üniversite Öğrencilerinin Organ Bağışına İlişkin Tutum ve Niyetleri Üzerine Bir Araştırma. *Sosyal Bilimler Dergisi*, 14(1), 169-190.

Ceylan, İ. (2013). Kişilik Gelişimi ve Din İlişkisi. *Muş Alparslan Üniversitesi İslami ilimler Dergisi*, 2(2) 50-72

Cılızoğlu, G., Dondurucu, Z. B. Ve Çetinkaya, A. (2020). Sosyal Pazarlama Bağlamında Covid-19 Salgını Sürecinde GSM Operatörlerinin Youtube Reklamlarının Analizi. *Uluslararası Kültürel ve Sosyal Araştırmalar Dergisi (UKSAD)*, 6(1), 280-299.

Cialdini, R. (2019). *İknanın Psikolojisi*. (Çev. Yasemin Fletcher) İstanbul: MediaCat

Cialdini, R. B., Schaller, M., Houlihan, D., Arps, K., Fultz, J., ve Beaman, A. L. (1987). Empathy-based helping: is it selflessly or selfishly motivated? *Journal of Personality and Social Psychology*, 52, 749–758.

Cialdini, R. B. Ve Schroeder, D. A. (1976). Increasing Compliance by Legitimizing Paltry Contributions: When Even a Penny Helps. *Journal of Personality and Social Psychology*, 34 (4), 603.

Çelik, Ş. (2021). Varyansların Homojen Olmadığı Durumlarda Grup Ortalamalarının Eşitliğinde Alternatif Testlerin Kullanımı: Tarımda Bir Uygulama. *Kadirli Uygulamalı Bilimler Fakültesi Dergisi*, 1(1), 36-47

Çiçek, İ. ve Aslan, A.E. (2020). Kişilik ve Beş Faktör Kişilik Özellikleri: Kuramsal Bir Çerçeve. *Batman Üniversitesi Yaşam Bilimleri Dergisi*, 10(1), 137-147

Coşkun, G. (2012). Sosyal Pazarlama ve Pazarlama Karması: Antalya Emniyet Müdürlüğü Komşu Kollama Projesi Örneği. *Celal Bayar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*. 2, 226-246

Cüceloğlu, D. (2022). *İnsan ve Davranışı*. İstanbul: Remzi Kitabevi

Çevik, İ. (2021). Günahlara Alışmak: İtikadi Problemlere Alışkanlık ve Günah İlişkisi Bağlamında Bakabilmek. *Yakın Doğu Üniversitesi İslam Tetkikleri Merkezi Dergisi*, 7(1), 173-206

Daniels, D.N. Ve Price, V.A. (2022). *Enneagram: Kendini Bilme Sanatı*. İstanbul: Kaknüs Yayınları

Duhigg, C. (2012). *Alışkanlıkların Gücü*. İstanbul: Boyner Yayınları

Düzgüner, S. (2019). Pro-Sosyal Davranışlarda Diğerkâmlığın (Özgecilik) Tanımı ve Konumu. *Bilimname*, 2019(4), 351-373.

Erkan, İ. (2020). Enneagram Modeline Göre Öğretmen Adaylarının Kişilik Tipleri ile Sınıf Yönetimi Öz Yeterlik İnançları Arasındaki İlişkinin İncelenmesi, Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Sabahattin Zaim Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, İstanbul

Ergün, Ü. B. (2020). Gazzâli Düşüncesinde Eğitimin Fıtrat ve Mizaç ile İlişkisi. *Afyon Kocatepe Üniversitesi İslami İlimler Fakültesi Dergisi*, 3(1), 23-38

Ertuç, H. (2009). İslam'da Yetimlerin Hukuki Statüsü. Atatürk Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi, 31,

Göktaş, V. (2004). *Bireylerin Bağış Yapma Davranışlarını Etkileyen Faktörlerin Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma*. Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi.

George, D., ve Mallery, M. (2010). SPSS for Windows Step by Step: A Simple Guide and Reference, 17.0 update (10a ed.) Boston: Pearson

Green, Corliss L. ve Webb, Deborah J. (1997), "Factors Influencing Monetary Donations to Charitable Organizations", *Journal of Nonprofit & Public Sector Marketing*, C: 5, No: 3, s. 19-40

Hazar, Ç.M. (2006). Kişilik ve İletişim Tipleri. *Selçuk İletişim*, 4(2), 125-140

Harvey, J. W. (1990). Benefit Segmentation for Fund Raisers. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 18, 77-86

İlter, B. ve Bayraktaroğlu, G. (2007). Kar Amacı Gütmeyen Sosyal İçerikli Pazarlama Uygulamaları: Sosyal Pazarlama. *Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 28, 49-64.

Kamineneni, R. Ve Kale, S. (2017). Using The Enneagram For Market Segmentation. ANZMAC Conference, 1-5

Kala, M. (2014). İbn Sina ve Felix Ravaisson’ da Alışkanlık ve Ahlak İlişkisi Üzerine. *Eskiyei*, 29, 121-145.

Kaleli, S. (2018). Sosyal Pazarlamada Gerilla Uygulamalar. *Trakya Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 20(2), 313-336.

Karabacak, G. (2010). İş Gören Kişilik Özelliklerinin İş Stresi Üzerine Etkisi, Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.

Kaya, M. (1997). Ailede Anne-Baba Tutumlarının Çocuğun Kişilik ve Benlik Gelişimindeki Rolü. *Ondokuz Mayıs Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, 9(9), 193-204.

Keskin, N. (2019). *Yaratıcı Liderlik Geliştirmede Enneagram Öğretisinin Rolü*. İstanbul Gelişim Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı. Yayımlanmamış Doktora Tezi

Kılıçalp, S. (2013). *Bireysel Bağışçılar Rehber ve İlham Veren Bağışçı Öyküleri*. Tüsev Yayınları: İstanbul

Kızıleniş, G. ve Aykıt, A. (2020). İhvân-ı Safâ’da Mizâc Teorisi Çerçevesinde Huyların Değişiminin İmkânı. *Eskiyei*, 41, 515-440

Kotler, P. Ve Lee, N. R. (2010). *Yoksulluğa Karşı Sosyal Pazarlama*. (Çev. Zeynep Gökkaya Chalar) İstanbul: MediaCat

Kotler, P. Ve Lee, N. R. (2020). *Sosyal Pazarlama: Sosyal Fayda İçin Davranış Değişimi*. (Çev. Gürkal Celal Özer) İstanbul: Cinius Yayınları

Kurtoğlu, S. (2007). Sosyal Pazarlama Kavramının Analizi. *Sosyal Bilimler Dergisi*, 1, 125-134.

Kul, S. (2014). Uygun İstatistiksel Test Seçim Kılavuzu. *Plevra Bülteni*, 8(2), 26-29

Klinowski, D. (2021). Reluctant Donors and Their Reactions to Social Information. *Experimental Economics* (2021) 24:515–535

Lee, Y. ve Chang, C. (2007). “Who Gives What to Charity? Characteristics Affecting Donation Behavior”, *Social Behavior and Personality*, C: 35, No: 9, s. 1173-1180.

Marangoz, A. ve Arıkan Ö. (2018). Sosyal Pazarlama Kavramı ve Sosyal Pazarlamada Sosyal Medya Kullanımı: Sağlık Kampanyaları Uygulamaları. *Toros Üniversitesi İİSBF Sosyal Bilimler Dergisi*, 8, 143.

Mert, G. (2012). Sosyal Pazarlama Uygulamalarının Tüketici Davranışı ve Firma Performansı Üzerine Etkisi: Teori ve Bir Uygulama. *Organizasyon ve Yönetim Bilimleri Dergisi*, 4(1), 117-129.

Merter, M. (2023). *Dokuz Yüz Katlı İnsan*. İstanbul: Kaknüs Yayınları

Nevevi, İ. (2016). Riyazü's- Sâlihîn 2.Cilt. İstanbul: Erkam Yayınları

Odabaşı, Y. Ve Barış, G. (2013). *Tüketici Davranışları*. İstanbul: MediaCat

Orhan, R. (2017). Alışkanlık. *Kırıkkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 7 (2), 301-316

O'Reilly, N., Ayer, S., Pegoraro, A., Leonard, B., ve Rundle-Thiele, S. (2012). Toward an Understanding of Donor Loyalty: Demographics, Personality, Persuasion, and Revenue. *Journal of Nonprofit & Public Sector Marketing*, 24(1), 65-81.

Özdamar, K. (2004). Paket Programlar ile İstatistiksel Veri Analizi (5. bs. C.1). İstanbul: Kaan.

Özdemir, O., Özdemir, P.G., Kadak, M.T. ve Nasıroğlu, S. (2012). Kişilik Gelişimi. *Psikiyatride Güncel Yaklaşımlar*. 4(4), 566-589

Özdiñç, A. (2021). Huy ve Karakter Biyolojik Mi Metafizik Mi? Kadim Gelenekte Mizaç-Beden İlişkisi. *Sabah Ülkesi*, 67, 122-125

Özdoğan, Ö. (2008). İnsana Manevi-Psikolojik Yaklaşım. Ankara Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi, 2, 77-102

Özgen, E. Ve Bahadır, M. (2019). Yoksulluğun Azaltılmasında Sosyal Pazarlamanın Rolü. *Anadolu Üniversitesi İletişim Bilimleri Fakültesi Uluslararası Hakemli Dergisi*, 27(2), 172-193

Öztürk, M. (2001). “Sadaka” Kavramının Kur'an'daki Anlam Çerçevesi-Semantik Bir Tahlil Denemesi. *Ondokuz Mayıs Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, 12(12-13), 457-487.

Palmer, H. (2014). *Ruhun Aynası Enneagram'a Yansıyan İnsan Manzaraları*. İstanbul: Kaknüs Yayınları

Paramita, W., Septianto, F., ve Tjiptono, F. (2020). The Distinct Effects of Gratitude and Pride on Donation Choice and Amount. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 53

Rad, S. Ve Karataş, A. (2013). Yoksulluğun Azaltılmasında Sosyal Pazarlama Yaklaşımı. *Üçüncü Sektör Ekonomi*, 48(2), 17-31.

Ranganathan, S. K., ve Henley, W. H. (2008). Determinants of charitable donation intentions: A structural equation model. *International Journal of Nonprofit ve Voluntary Sector Marketing*, 13, 1–11.

Rıso, D.R. Ve Hudson, R. (2021). *Enneagram ile Kişilik Analizi*. İstanbul: Butik Yayınları

Richins, Marsha L. (2004). “The Material Values Scale: Measurement Properties and Development of a Short Form”, *Journal of Consumer Research*, C: 31, No: 1, s. 209– 219.

Rogers, E. M. (2002). Diffusion of preventive innovations, *Addictive Behaviours*, 27, s.990.

Sargeant, A., & Ewing, M. (2001). Fundraising Direct: A Communications Planning Guide for Charity Marketing. *Journal of Nonprofit & Public Sector Marketing*, 9(1-2), 185-204.

Sargeant, A., Ford, J. B., & West, D. C. (2006). Perceptual Determinants of Nonprofit Giving Behavior. *Journal of business research*, 59(2), 155-165.

Sargeant, A. ve Woodliffe, L. (2007). “Gift Giving: An Interdisciplinary Review”, *International Journal of Nonprofit and Voluntary Sector Marketing*, C: 12, No: 4, s. 275-307.

Sargeant, A., & Shang, J. (2010). *Fundraising principles and practice* (Vol. 17). John Wiley & Sons.

Sargeant, A., & Lee, S. (2004). Trust and Relationship Commitment in the United Kingdom Voluntary Sector: Determinants of Donor Behavior. *Psychology & Marketing*, 21(8), 613-635.

Sezer, İ. F. (1999). Sosyal Pazarlama Kavramı ve Türkiye Uygulamaları. *Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, (14), 55-63

Şentürk, H., & Alp, S. (2023). Perakende Sektöründe Rfm Analizi İle Müşteri Segmentasyonu. *İstanbul Ticaret Üniversitesi Girişimcilik Dergisi*, 7(13), 1-10.

Şirin, T. (2020). Enneagram Türkiye Kişilik Envanteri'nin Geliştirilmesi ve Psikometrik Özelliklerin Belirlenmesi, *Turkish Studies*, 15(2), 1375-1389

Schlegelmilch, Bodo B.; Diamantopoulos, Adamantios ve Love, Alix (1997), "Characteristics Affecting Charitable Donations: Empirical Evidence from Britain", *Journal of Marketing Practice: Applied Marketing Science*, C: 3, No: 1, s. 14-28.

Schultz, D.P. ve Shchultz S.E. (2023). Modern Psikoloji Tarihi. İstanbul: Kaknüs Yayınları

Takada, J., & Levine, T. R. (2007). The Effects of the Even-a-few-minutes-would-help Strategy, Perspective Taking, and Empathic Concern on the Successful Recruiting of Volunteers on Campus. *Communication Research Reports*, 24(3), 177-184.

Tiltay, M. A. (2014). *Bir Tüketici Davranışı Olarak Bireysel Bağış: Bağış Motivasyonlarının Doğrudan ve Dolaylı Bağış Üzerinedeki Etkisi*. Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı. Yayımlanmamış Doktora Tezi

Todd, S. J., & Lawson, R. W. (1999). Towards a Better Understanding of the Financial Donor: An Examination of Donor Behaviour in Terms of Value Structure and Demographics. *International Journal of Nonprofit and Voluntary Sector Marketing*, 4(3), 235-244.

Torlak, Ö. (2016). *İki Yüzlü Pazarlama*. İstanbul: Beta Basım Yayın

Torlak, Ö. Ve Altunışık, R. (2012). *Pazarlama Stratejileri: Yönetmel Bir Yaklaşım*. İstanbul: Beta Basım Yayın

Uslu, A. T. Ve Marangoz, M. (2008). Kar Amacı Gütmeyen Kuruluşlarda Sosyal Pazarlama ve Çevre Gönüllü Kuruluşlara Yönelik Bir araştırma. *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 10(1), 109-137.

Ünüvar, Ş., Sarı Ş., & Dağhan, M. (2021). Eysenck Kişilik Özelliklerinin Kariyer Yapma İsteği Üzerine Etkisi: Turizm Eğitimi Alan Öğrenciler Üzerine Bir Araştırma. *Turizm ve İşletme Bilimleri Dergisi*, 1(1), 30-49

Verhaert, G. A. ve Poel, V.D. (2011). "Empathy as Added Value in Predicting Donation Behavior", *Journal of Business Research*, C: 64, No: 12, s. 1288 1295.

Yapraklı, Ş. ve Ünal, M. (2016). İnsani Yardım Kuruluşlarının Marka İmajı ile Bu Kurumlara Olan Bağlılık ve Dini İlgilenimin Bağışta Bulunma Niyetine Etkisi. *MCBÜ Sosyal Bilimler Dergisi*, 4, 231-257.

Yılmaz, E., Genç, A., Ünal, Ö. Ve Aydemir, Ö. (2014). Enneagram'dan Dokuz Tip Mizaç Modeli' ne: Bir Öneri. *Eğitim ve Bilim Dergisi*, 39 (173), 396-417.

Yurdakul, N. B. Ve Öksüz, B. (2008). Sosyal Pazarlama ve Halkla İlişkiler. *Yeni Düşünceler*, 3, 201-217.

Zaltman, G. Ve Zaltman, L. (2021). *Pazarlama Metaforları*. (Çev. Ümit Şensoy) İstanbul: MediaCat

Webb, D. J., Green, C. L., & Brashear, T. G. (2000). Development and Validation of Scales to Measure Attitudes Influencing Monetary Donations to Charitable Organizations. *Journal of the academy of marketing science*, 28, 299-309.

Wiepking, P., & Bekkers, R. H. F. P. (2012). Who gives? A literature review of predictors of charitable giving. Part two: gender, marital status, income, and wealth. *Voluntary Sector Review*, 3(2), 217-245.

Worthington, Everett L.; Wade, Nathaniel G.; Hight, Terry L., McCullough, Michael E.; Berry, Jack W.; Ripley, Jennifer S.; Berry, James T.; Schmitt, Michelle M., Bursley, Kevin H. ve O'Connor, Lynn (2003), "The Religious Commitment Inventory-10: Development, Refinement, and Validation of A Brief Scale For Research and Counseling", *Journal of Counseling Psychology*, C: 50, No: 1, s. 84-96.

İnternet Kaynakları:

<https://degisimicinbagis.org/stratejik-bagiscilik-nedir/>, (Erişim Tarihi: 01.02.2024)

<https://www.kizilay.org.tr/Bagis/>, (Erişim Tarihi: 25.06.2024)

<https://www.tusev.org.tr/tr/sosyal-yatirim/degisim-icin-bagis-projesi/yayin-turkiyede-kurumsal-filantropi> (Erişim Tarihili 25.06.2024)

<https://www.islamveihsan.com/yarim-hurma-bile-olsa-kendinizi-atesten-koruyun-hadisi.html> (Erişim Tarihi:26.07.2024)

<https://mustafaotrar.net/istatistik/ornek-bulgulartablo-yorumlari/> (Erişim Tarihi: 02.09.2024)

EKLER

ANKET FORMU

Değerli Katılımcı;

Bu anket formu Karamanoğlu MehmetBey Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme A.B.D ‘da “Sosyal Pazarlama Bağlamında Enneagram Modeli ile Bağışçı Tipolojilerinin Belirlenmesi” adlı tez çalışması için kullanılacaktır.

Araştırmaya katılmanız gönüllülük esasına dayalıdır. Bu form aracılığı ile elde edilecek bilgiler **gizli kalacaktır** ve sadece araştırma amacıyla (veya “bilimsel amaçlar için”) kullanılacaktır. Çalışmaya katılmamayı tercih edebilirsiniz veya anketi doldururken istemezseniz son verebilirsiniz.

Anket formunda sizin belli özelliklerinizi ve davranışlarınızı ölçmek amacıyla sorular bulunmaktadır. Soruların herhangi bir **doğru ya da yanlış** cevabı yoktur. Buradaki ifadelere vereceğiniz cevaplarda doğru ve samimi olmanız araştırmanın sonuçlarının sağlıklı olmasını sağlayacaktır. Lütfen ifadeleri atlamadan, hepsini okuyarak, kendi görüş ve davranışlarınızı göz önünde bulundurarak sizi **en doğru tanımlayan** ifadeyi seçiniz.

Kıymetli vaktinizi ayırdığınız için teşekkür ederiz.

Araştırmacılar

Doç. Dr. Murat ÖZ & Enes KAZANCI
Karamanoğlu MehmetBey Üniversitesi
Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme A.B.D

Bireysel bağış, sizin doğrudan ihtiyaç duyulan konuda nakdi veya ayni(ihtiyaç duyulan malzeme gibi) yardım sağlamanız yada dolaylı olarak yardım kuruluşlarına (Kızılay, İHH, Tema, Lösev gibi vakıf, dernek vb.) yardım etmenizdir.

Gönüllü hizmet sağlama ise doğrudan ihtiyaç duyulan konu için (yaşlılara yemek yapmak, yetimlere eğitim vermek, doğaya atılmış çöpleri temizlemek vb.) yada yardım kuruluşlarının faaliyetlerine katılmak ve bilgi, yetenek ve zamanınızı paylaşmanızdır.

Bağış yapıyor musunuz ?

(Cevabınız hayır ise ilerleyen bölümlere geçmeden anketi teslim ediniz)

Evet () Hayır ()

1.BÖLÜM

BAĞIŞ DAVRANIŞLARI

1- Tek bir seferde ortalama hangi tutarda bağış yapıyorsunuz ?

*Şahsi gelirinizden yaptığınız kişisel bağış tutarını belirtiniz. Zekat, Fitre, Fidyeye, Kefaret, Adak gibi zorunlu dini görevler neticesinde yapılan bağışları **dahil etmeyiniz***

1-50 TL arası ()	51-100 TL arası ()	101-250 TL arası ()	251-500 TL ()
501-750 TL arası ()	751-1.000 TL arası ()	1.001-2.000 TL arası ()	2.001 TL ve üstü ()

2. Ortalama bağış sıklığınızı işaretleyiniz.

Bağış sıklığınızı tanımlayan en yakın seçeneği işaretleyiniz. Kumbara vasıtasıyla bağışlar iletirsiniz, kumbaraya her defasında attığınız tutarı bağımsız olarak kabul ediniz.

Her gün () İki-Üç günde bir () Haftada bir () İki haftada bir ()
Ayda bir () Altı ayda bir () Yılda bir () Düzensiz zamanlarda ()

3. Herhangi bir kurum veya ihtiyaç duyulan konu için (yaşlılara yemek yapmak, eğitim vermek, kurumların yardım dağıtımına katılmak gibi) gönüllü olarak hizmet sağlıyorsanız haftada ortalama kaç saat gönüllü olarak faaliyette bulunduğunuzu yazınız.

Saati yalnızca rakamla yazınız. Ek bir şey yazmayınız. Eğer gönüllü faaliyette bulunmuyorsanız 0 yazınız. (Örn: 10)

.....

4. Genellikle hangi dönemlerde bağış yaparsınız ?

Lütfen her bir ifadeye katılım düzeyinizi 1 ile 7 arasında işaretleyerek belirtiniz.

S.No	İfadeler	Hiçbir Zaman	Çok Seyrek	Seyrek	Bazen	Sık Sık	Çok Sık	Her Zaman
1	İhtiyaç duyulan bir durumu farkettiğimde	1	2	3	4	5	6	7
2	Bir felaket yaşandığını öğrendiğimde	1	2	3	4	5	6	7
3	Dini gün ve bayramlarda	1	2	3	4	5	6	7

5. Bağışınızı nasıl yapmayı tercih edersiniz ?

Lütfen her bir ifadeye katılım düzeyinizi 1 ile 7 arasında işaretleyerek belirtiniz.

S.No	İfadeler	Hiçbir Zaman	Çok Seyrek	Seyrek	Bazen	Sık Sık	Çok Sık	Her Zaman
1	Doğrudan ihtiyaç duyulan bir durum için bağış yaparım	1	2	3	4	5	6	7
2	Yardım kurumlarına bağış yaparım	1	2	3	4	5	6	7
3	Doğrudan ihtiyaç duyulan durum için gönüllü çalışırım	1	2	3	4	5	6	7
4	Yardım kurumları için gönüllü çalışırım	1	2	3	4	5	6	7

6. Genellikle bağış yaptığınız yada gönüllü olduğunuz 3 kurumu seçiniz.

Seçim bölümüne X şeklinde işaretleyebilirsiniz.

Kurum Adı	Seçim	Kurum Adı	Seçim
Kızılay		AFAD	
Yeşilay		Çocuk Esirgeme Kurumu	
İHH		Türk Eğitim Vakfı	
Deniz Feneri		Mehmetçik Vakfı	
Yetim Vakfı		Cami	
Beşir Derneği		Lösev	
Aziz Mahmud Hüdayi Vakfı		Tema	
Hayrat Vakfı		Hayvan Hakları Federasyonu	
Yeryüzü Doktorları		Ahbap Derneği	

Diğer: (Yukarıda yer almayan kurumları bu alana yazabilirsiniz)

7. En sık bağış yaptığınız veya gönüllü olduğunuz 3 alanı seçiniz.

Seçim bölümüne X şeklinde işaretleyebilirsiniz.

S.No	Alanlar	Seçim
1	Eğitim	
2	Sağlık	
3	Dini Eğitim ve Hizmetler	
4	Engelli Bireyler	
5	Fakir ve Yoksullar	
6	Yetimler	
7	Gençlik Hizmetleri	
8	Afetzedeler	
9	Çevre	
10	Hayvanlar	

8. Bağışınızı yaparken en sık kullandığınız 3 vasıtayı seçiniz.

Seçim bölümüne X şeklinde işaretleyebilirsiniz

S.No	Alanlar	Seçim
1	Doğrudan kendim veririm	
2	STK şubeleri	
3	Web sitesi	
4	Sms	
5	Tanıdığım biri vasıtasıyla	
6	Banka hesaplarına havale	
7	STK kumbarası	
8	Mobil uygulamalar	
9	Kargo	

BAĞIŞ MOTİVASYONLARI

Bu bölümdeki soruların herhangi bir doğru cevabı yoktur, her bir ifadeyi okuduktan sonra, kendinizi değerlendirip sizin için en uygun seçeneğin numarasını işaretleyiniz. Lütfen bu bölümdeki maddeleri son yaşadığınız duygusal vb. olayları göz önünde bulundurmadan, genel durumunuzu göz önünde bulundurarak cevaplayınız. Soruları okurken olmak istediğiniz halinizi değil genelde sizi tanımladığınızı düşündüğünüz maddeleri işaretleyiniz. Her ifadeye mutlaka tek yanıt veriniz ve kesinlikle boş bırakmayınız.

9. Aşağıdaki motivasyonlarla ilgili ifadelere katılım düzeyinizi 1 ile 7 arasında işaretleyerek belirtiniz.

S.No	Maddeler	Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kısmen Katılmıyorum	Ne Katılmıyorum Ne Katılmıyorum	Kısmen Katılıyorum	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum
1	İnsanlar yardım ve bağış yaparak vicdanlarını rahatlatmak isterler.	1	2	3	4	5	6	7
2	İnsanların çoğu, iyi hissetmek için yardım yaparlar	1	2	3	4	5	6	7
3	İyi bir amaca yönelik kampanyalara bağışta bulunmak bana tatmin olma duygusu yaşatır	1	2	3	4	5	6	7
4	İhtiyacı olan insanlara yardım ettiğimde kendimi rahatlamış hissedirim	1	2	3	4	5	6	7
5	Başkalarının yaşadığı olumsuz durumları görünce derinden etkileniyorum	1	2	3	4	5	6	7
6	Başkalarının bakış açısından olayları görmek benim için kolaydır	1	2	3	4	5	6	7

7	Başkalarının içinde bulunduğu durumu empati kurarak anlamakta duyarlıyım.	1	2	3	4	5	6	7
8	Kişisel olarak tanımadığım birine bile yardım ettiğimde hissettiklerim beni mutlu eder	1	2	3	4	5	6	7
9	Bağış yapmak beni mutlu eder.	1	2	3	4	5	6	7
10	Benim için hayattaki en büyük tatminlerden biri ihtiyaç sahiplerine bağış yapmaktır.	1	2	3	4	5	6	7
11	İhtiyaç sahipleri için bağışta bulunmak bana bir yükümlülüğü yerine getirme hissi vermektedir.	1	2	3	4	5	6	7
12	Bağış yapmaktaki tek amacım ihtiyaç sahiplerine yardım etmektir.	1	2	3	4	5	6	7
13	Bağış yapmak ihtiyaç sahiplerine karşı şefkatli olmama imkân verir.	1	2	3	4	5	6	7
14	Hayata bakış açımın ardında tamamıyla dini inançlarım yatmaktadır	1	2	3	4	5	6	7
15	İnancımı anlamaya ve üzerinde düşünmeye yönelik zaman ve çaba harcarım	1	2	3	4	5	6	7
16	Dini inanç ve ibadetlerle ilgili vakit geçirmek benim için önemlidir.	1	2	3	4	5	6	7
17	Dini inancım hayatımdaki tüm ilişkilerimi etkiler.	1	2	3	4	5	6	7
18	Özellikle hayatın anlamı hakkında birçok soruya cevap vermesi nedeniyle din benim için önemlidir	1	2	3	4	5	6	7
19	İnancım ile ilgili yayınları sık sık okurum	1	2	3	4	5	6	7
20	Dini kurum ve kuruluşları etkinliklerinde görev almaktan hoşlanırım.	1	2	3	4	5	6	7
21	Dini eğilimlerimi paylaşan insanlarla vakit geçirmekten hoşlanırım.	1	2	3	4	5	6	7
22	Bulunduğum bölgedeki dini gruplardan (dini dernekler vb.) haberdarımdır.	1	2	3	4	5	6	7
23	Bulunduğum bölgedeki dini gruplardan (dini dernekler vb.) haberdar olmak isterim.	1	2	3	4	5	6	7
24	İnancıma uygun kurum ve kuruluşlara mali yardımda bulunurum	1	2	3	4	5	6	7
25	Pahalı evleri, arabaları ve kıyafetleri olan insanlara hayranlık duyarım	1	2	3	4	5	6	7
26	Sahip olduklarım hayatta ne kadar başarılı olduğumu gösterir.	1	2	3	4	5	6	7
27	Bir şeyler satın almak bana keyif verir.	1	2	3	4	5	6	7
28	Hayatımda birçok lüksün olması hoşuma gider.	1	2	3	4	5	6	7
29	Sahip olamadığım bazı şeylere sahip olsaydım hayatım daha iyi olurdu	1	2	3	4	5	6	7
30	Daha fazla şey satın alma imkânım olsaydı daha mutlu olurum	1	2	3	4	5	6	7

2. BÖLÜM

ENNEAGRAM TÜRKİYE KİŞİLİK ENVANTERİ (ETKE)

10. Bu bölüm bireyin kişilik özelliklerini ölçmek üzere hazırlanmıştır. Envanterde 54 adet ifade bulunmaktadır. Her bir ifadeyi okuduktan sonra, kendinizi değerlendirip sizin için en uygun seçeneğin numarasını işaretleyiniz. Lütfen bu bölümdeki maddeleri son yaşadığınız duygusal vb. olayları göz önünde bulundurmadan, genel durumunuzu göz önünde bulundurarak cevaplayınız. Soruları okurken olmak istediğiniz halinizi değil genelde sizi tanımladığınızı düşündüğünüz maddeleri işaretleyiniz. Her ifadeye mutlaka tek yanıt veriniz ve kesinlikle boş bırakmayınız.

Doç. Dr. Turgay ŞİRİN

S. No	İFADELER	Beni Hiç Tanımlamıyor	Beni Biraz Tanımlıyor	Beni Orta Derecede Tanımlıyor	Beni Çok Fazla Tanımlıyor	Tümüyle Beni Tanımlıyor
1	Akılcı, bilgiyi esas alan, serinkanlı biriyim.	1	2	3	4	5
2	Arabulucu bir tarafım vardır.	1	2	3	4	5
3	Araştırmacı ve gözlemci biriyim	1	2	3	4	5
4	Aşırı sorumluluk sahibi biriyim.	1	2	3	4	5
5	Aşırı tedbirli biriyim.	1	2	3	4	5

Not: Ölçeğin örnek maddeleridir.

3.BÖLÜM DEMOGRAFİK ÖZELLİKLER

11.	Yaş		18-30 ()	31-40 ()	41-50 ()	51-60 ()	61 ve üstü ()
12.	Cinsiyet		Erkek ()			Kadın ()	
13.	Medeni Durum		Evli ()		Bekar ()	Boşanmış yada Eşi Vefat Eden ()	
14.	Çocuk Sahibi Olma Durumu		Çocuğum yok () Sayıda çocuğum var. ()				
15.	Ev Durumu (Kişisel gelirinle kira ödemiyorsanız kira ödemededen oturan seçeneğini işaretleyiniz)	Ev Sahibi ()	Kiracı ()			Kira Ödemededen Oturan ()	
16.	Çalışma Durumu		Çalışıyor ()	Çalışmıyor ()	Emekli ()	Emekli ve Çalışıyor ()	

17.	Sektör Bilgisi		Kamu ()	Özel ()	Sivil Toplum Kuruluşu ()			
18.	Aylık Kişisel Geliriniz (<i>Hane geliri kastedilmemektedir</i>)	10.000 TL ve altı ()	10.001-17.002 TL arası ()	17.003-27.000 TL arası ()	27.001-37.000 TL arası ()	37.001-47.000 TL arası ()	47.001-57.000 TL ve üstü ()	57.001 TL ve üstü ()
19.	Eğitim Durumu (<i>En son mezun olduğunuzu seçiniz</i>)		İlköğretim ()	Lise ()	Ön Lisans ()	Lisans ()	Yüksek Lisans ()	Doktora ()

Etik Kurul Kararı

T.C.

KARAMANOĞLU MEHMETBEY ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL VE BEŞERİ BİLİMLER

06.08.2024

BİLİMSEL ARAŞTIRMA VE YAYIN ETİK KURULU KARARLARI

Toplantı Tarihi	Toplantı Sayısı	Karar Sayısı
25.07.2024	10	245

Üniversitemiz Sosyal ve Beşeri Bilimler Bilimsel Araştırma Yayın Etik Kurulu Prof. Dr. İbrahim COŞKUN başkanlığında 25.07.2024 günü toplanarak aşağıdaki kararı almıştır.

KARAR 10-2024/245. Üniversitemiz Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı Öğretim Üyesi Doç. Dr. Murat ÖZ'ün sorumlu araştırmacısı olduğu "**Sosyal pazarlama bağlamında Enneagram Modeli İle Bağışçı Tüpolojilerinin Belirlenmesi**" başlıklı tez çalışmasına ait uygulayacakları yöntemle ilişkin gerekli izinlerin alınması kaydıyla fikri, hukuki ve telif hakları bakımından sorumluluğu başvuran kişiye ait olmak üzere etik olarak uygun olduğuna oy birliği ile karar verildi.

(e-imza)

Prof. Dr. İbrahim COŞKUN

Başkan

(e-imza)

Prof. Dr. Ali AYATA
Başkan Yardımcısı

(İzinli)

Prof. Dr. Ercan OKTAY
Üye

(e-imza)

Prof. Dr. Mehmet MERCAN
Üye

(e-imza)

Prof. Dr. Cihat ABDİOĞLU
Raportör

(e-imza)

Prof. Dr. Mehmet KURT
Üye

(e-imza)

Prof. Dr. Özlem SADİ
Üye

Bu belge 5070 sayılı Elektronik İmza Kanununun 5. Maddesi gereğince güvenli elektronik imza ile imzalanmıştır.