

## İŞGÖRENLERİN MEŞRU İHBARCILIK ALGILARININ X, Y VE Z NESİLLERİNE GÖRE KARŞILAŞTIRILMASI: KONAKLAMA SEKTÖRÜ ÖRNEĞİ<sup>1</sup>

Ebru GÖZEN

*Dr. Öğretim Üyesi, Akdeniz Üniversitesi, Manavgat Turizm Fakültesi, Rekreasyon Yönetimi Bölümü, Antalya, Türkiye*

*E-mail: ebrugozen@akdeniz.edu.tr*

*ORCID: 0000-0002-3476-5023*

Gözde Seval ERGÜN

*Dr. Öğretim Üyesi, Akdeniz Üniversitesi, Manavgat Turizm Fakültesi, Turizm İşletmeciliği Bölümü, Antalya, Türkiye*

*E-mail: gates@akdeniz.edu.tr*

*ORCID: 0000-0002-5697-626X*

### Özet

İnsanların, çalıştıkları kurumdaki etik dışı davranışlara yönelik bir eylem geliştirmeleri söz konusu olduğunda, herkes farklı unsurlardan etkilenebilmektedir. Ayrıca her sektörün ve her neslin de kendine has özellikleri bulunmaktadır. Bu çalışma, öncelikli olarak konaklama sektöründeki X, Y ve Z nesline ait çeşitli pozisyonlardaki (eleman, alt kademe yönetici, orta ve üst kademe yönetici) işgörenlerin meşru ihbarcılık davranışında bulunma algılarında bir farklılık olup olmadığını ortaya koymayı amaçlamaktadır. Bu amaca yönelik, ilk olarak meşru ihbarcılık davranışına ve nesillere yönelik kavramsal bir çerçeve çizilmiş ardından da konaklama sektöründe görev yapan X, Y ve Z nesline ait işgörenlerden elde edilen verilerle farklılıklar tespit edilmiştir. Araştırmanın evrenini Antalya Manavgat bölgesinde faaliyet göstermekte olan 5 yıldızlı otel işletmelerinin işgörenleri oluşturmaktadır. Çalışmada Park, Blenkinsopp, Oktem ve Ömürgönülşen (2008) tarafından geliştirilmiş olan ölçek kullanılmıştır. Çalışmaya katılan 328 kişiden elde edilen veriler analize tabi tutulmuş ve çıkan sonuçlar değerlendirilmiştir. Meşru İhbarcılık Davranışı Ölçeğine ilişkin uygulanan faktör analizi sonucunda Park vd. (2008) ile uyumlu şekilde altı faktör (‘İşletme İçi İhbar’, ‘İşletme Dışı İhbar’, ‘Açık Kimlikle İhbar’, ‘Gizli Kimlikle İhbar’, ‘Resmi Yollarla İhbar’ ve ‘Gayri Resmi Yollarla İhbar’) elde edilmiştir. Sonuç olarak, nesiller ile meşru ihbarcılık alt boyutları olan ‘işletme içi ihbar, açık kimlikle ihbar, gizli kimlikle ihbar ve gayri resmi yollarla ihbar’ arasında anlamlı fark bulunurken, çalışanların işletmedeki pozisyonları ile meşru ihbarcılık alt boyutlarının tamamı arasında anlamlı farklılık bulunmuştur.

### Makale Bilgisi:

Geliş: 02/10/2020

Düzeltilme: 12/10/2020

Kabul: 23/10/2020

### Anahtar Kelimeler:

*Meşru ihbarcılık*

*Nesiller*

*Konaklama sektörü*

<sup>1</sup> Bu makale, 02-04 Eylül 2020 tarihleri arasında düzenlenen “Conference on Managing Tourism across Continents” kongresinde sözlü olarak sunulmuştur.

## COMPARISON OF LEGITIMATE WHISTLEBLOWING PERCEPTIONS OF GEN X, Y AND Z: THE CASE OF HOSPITALITY SECTOR<sup>2</sup>

Ebru GÖZEN

*Ph.D., Akdeniz University, Manavgat Faculty of Tourism, Department of Recreation Management, Antalya, Turkey*  
*E-mail: ebrugozen@akdeniz.edu.tr*  
*ORCID: 0000-0002-3476-5023*

Gözde Seval ERGÜN

*Ph.D., Akdeniz University, Manavgat Faculty of Tourism, Department of Tourism Management, Antalya, Turkey*  
*E-mail: gates@akdeniz.edu.tr*  
*ORCID: 0000-0002-5697-626X*

### Article Info:

Received: 02/10/2020  
Revised: 12/10/2020  
Accepted: 23/10/2020

### Keywords:

*Legitimate whistleblowing*  
*Generations*  
*Hospitality sector*

### Abstract

Everyone can be influenced by different elements when it comes to developing action against unethical behaviors in the organization they work for. In addition, each sector and generation have its own characteristics. This study primarily aims to determine whether there is a difference in the perceptions of employees in various positions (employee, lower level manager, middle and senior manager) of the Gen X, Y and Z in the hospitality sector. For this purpose, a conceptual framework has been drawn for legitimate whistleblowing behavior and generations and then differences have been determined with the data obtained from employees of Gen X, Y and Z working in the hospitality sector. The population of the research consists of the employees of 5-star hotels operating in Manavgat Antalya region. The scale developed by Park et al. (2008) was used in the study. The data obtained from 328 participants were analyzed and the results were evaluated. As a result of the factor analysis applied on the whistleblowing behavior scale, six factors (internal legitimate whistleblowing, external legitimate whistleblowing, open identity legitimate whistleblowing, hidden identity legitimate whistleblowing, formal legitimate whistleblowing, informal legitimate whistleblowing) were obtained. Consequently, there was a significant difference between generations and legitimate whistleblowing subfactors 'open identity legitimate whistleblowing, hidden identity legitimate whistleblowing, informal legitimate whistleblowing', there was a significant difference between the positions of employees in the and all subdimensions of legitimate whistleblowing.

<sup>2</sup> This article presented at the "Conference on Managing Tourism across Continents" held between 02-04 September 2020.

## 1. GİRİŞ

“Whistleblowing” kavramı Türkiye’de yeni tanınmaya başlamaktadır. Bu nedenle de Türkçe’de tam bir karşılığı bulunmamaktadır (Arslan ve Kayalar, 2017). Türkçe çevirisi, düdük/ıslık çalmak olan whistleblowing, uluslararası kabul gören tanımı ile, bir örgütteki eski ya da mevcut işgörenlerin örgütlerinde gerçekleşen yasal olmayan, etik dışı ya da kurallara aykırı eylemleri, bu eylemleri önleyebilecek kişi ya da kurumlara bildirmesi şeklinde tanımlanmaktadır (Candan ve Kaya, 2015: 307). İhbarcılık teriminin tam olarak ne zaman ortaya çıktığı bilinmemekle beraber kökeninin 1930’lara kadar uzandığı düşünülmektedir. O dönem bir futbol hakeminin bir eylemi durdurmak için düdük çalması durumuna benzetilmiştir (Baraz ve Şivil, 2019). Günümüzdeki anlamıyla ilk kullanımı ise 1963’de bir işgörenin gizli içerikli dosyaları Amerikan Senatosu’nun bir alt komitesine izinsiz olarak vermesiyle başlamıştır (Turan ve İpçioğlu, 2018). Uğur ve Özdemir (2019) çalışmalarında, wistleblowing ile ilgili yapılmış makale ve tezleri incelemişler ve hepsinin aynı konuyu ele almasına rağmen yedi farklı terimle (bilgi-haber uçurma, ifşa etme, ihbarcılık-muhbirlik, açığa çıkarma, izharcılık, ahlaki olmayan davranışların duyurulması, etik ve yasal olmayan davranışı bildirme) ifade edildiği sonucuna ulaşmışlardır. İlk etapta olumsuz bir durum olarak algılanan bu kavramların, aslında örgütler açısından olumlu sonuca götüren bir durumu ifade ettiğini belirtmişlerdir. Bu nedenle çalışmalarında daha olumlu bir ifade olan ‘uyarıcılık’ kavramının kullanılmasının uygun olacağını savunmuşlardır. Baraz ve Şivil (2019) ise çalışmalarında kelimenin Türkçe karşılığı olarak ‘meşru ihbarcılık’ kavramını kullanmışlardır. Kavram, bu çalışmada da ‘meşru ihbarcılık’ olarak kullanılmaktadır.

## 2. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

### 2.1. İhbarcılık Kavramı

İhbarcılık en kısa şekilde, örgütlerde yapılan yanlışlıkların bunları önleyebilecek kişi ya da kurumlara raporlanması olarak ifade edilebilir. İhbarcılık süreci dinamiktir ve örgütlerde oluşması için 3 unsur gereklidir; iddia edilen yanlışları yapan fail(ler), yanlışlığı gözlemleyen, onu tanımlayan ve raporlayan ihbarcı(lar) ve yanlışlığın rapor edildiği alıcı(lar) (Alper Ay, 2018). Baraz ve Şivil (2019) ise, ihbar eyleminin gerçekleşmesi için bu üçüne ilave olarak ‘ihbar eylemi’nin de bulunması gerektiğini belirtmişlerdir.

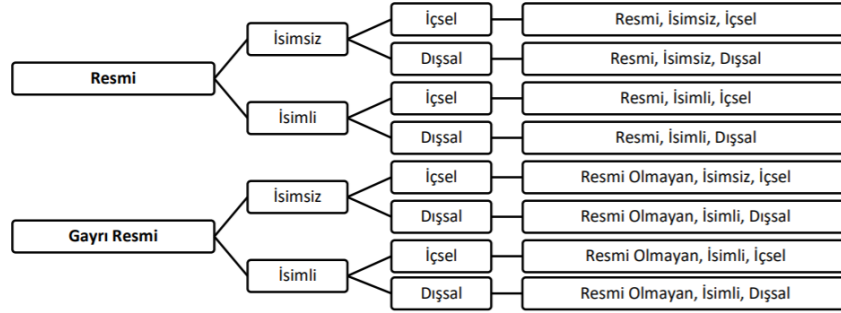
Bazı durumlarda ihbarcılar, örgütsel normları ihlal eden bir hain gibi görülürken, bazıları tarafından ise örgütsel değerlerin savunucusu olarak kabul edilirler (Candan ve Kaya, 2015). Hemşireler üzerinde yapılan bir araştırmanın sonuçlarına göre, ihbar edici hemşireler ciddi sonuçlarla yüzyüze kalmışlardır. Resmi misillemeler içerisinde %4 rütbe indirimi, %11

kınama, %9 psikiyatriye sevk, %16 tehdit, %14 akranlar tarafından reddedilme, %7 istifa baskısı, %14 hain muamelesi görme, %10 kariyerin durdurulduğunun hissedilmesi yer almıştır (Alper Ay, 2018). Benzer sonuçları belirten Dyck, Morse ve Zingales (2010) çalışmalarında ihbarcılarının kötü sonuçlarla karşılaşmamak için genellikle kimliklerini ifşa etmediklerini, büyük bir çoğunluğunun da ihbar davranışı sonrası işten çıkarıldığını, baskı gördüklerini ve ‘eğer tekrar yapmak zorunda kalsaydım yapmazdım’ dediklerini belirtmişlerdir. Cheng, Karim ve Lin (2015) de ihbarcılık konusunda kültürlerarası farklılığı araştırdıkları çalışmalarında, iç kontrol sistemlerinin örgütsel bir stratejisi olarak ihbarcılığın bireysel kültürlerde kolektivist kültürlerle karşılaştırıldığında etkili olma olasılığının daha yüksek olduğu sonucunu elde etmişlerdir. Demirtaş (2014) ise, ihbarcılığın etik iklim üzerindeki etkisini incelediği çalışmasında olumsuz durumları ihbar etme niyetinin etik iklim üzerinde doğrudan ve pozitif yönde etkisi olduğu sonucunu elde etmiştir. Ayrıca yıldırma algısının yüksek algılandığı durumlarda da olumsuz durumları ihbar etmenin etik iklim üzerindeki etkisinin zayıfladığını tespit etmiştir. Bu sonuç da ihbarcılığın sonucunda olumsuz yaptırımlarla karşılaşma düşüncesinin kişilerin niyetini etkilediğini göstermektedir. Çetinel ve Taslak (2019) yaptıkları çalışma sonucunda, kişilik özellikleri ile ihbarcılık eğilimi arasında anlamlı bir ilişki olduğu sonucuna ulaşmışlardır. Baraz ve Şivil (2019) ise X ve Y kuşağı olarak ayrılan iki farklı kuşağın meşru ihbarcılık konusundaki tutum ve niyetleri arasındaki farkları incelemişlerdir. Araştırma sonucuna göre, Y kuşağı öğrencilerin meşru ihbarcılık niyetlerinin X kuşağı öğrencilere göre daha yüksek olduğu tespit edilmiştir.

İhbarcılık ile ilgili yapılan araştırmalarda çeşitli türlerinden de söz edilmektedir. Başlangıçta içsel-dışsal ihbarcılık ile kimliği belli-kimliği belli olmayan şeklinde iki tür yaklaşımın benimsendiği görülmektedir. Park vd. (2008) ise, bu iki türe ilave olarak resmi-resmi olmayan (gayri resmi) başlıklarını da ekleyerek üçüncü bir yaklaşım ortaya çıkarmıştır. İhbar eylemi, ihbarda bulunacak kişinin tercihihine göre Şekil 1’de görüldüğü gibi resmi ya da gayri resmi yollardan isim belirtilerek veya belirtilmeden, örgüt içi ya da örgüt dışı kanallardan gerçekleştirilebilmektedir. Aslında iç ve dış ihbar içiçe gerçekleşmektedir. Dış ihbarı yapan ihbarcılarının hemen hemen tamamı aynı zamanda örgüt içi kanalları da kullanmıştır. İsimli ihbarcılıkta ihbar eden kişi ismini gizlememektedir. İsimsiz ihbarcılıkta ise, ihbar eden kişi kendi ismini ifşa etmez ya da farklı bir isim kullanabilmektedir. İçsel ihbarcılıkta ihbar eden kişi, durumu örgüt içindeki üst amire veya yanlılığı düzeltebilecek yetkili bir kişiye bildirmektedir ve çoğunlukla da meslektaşlar ve üst düzey yöneticiler tarafından yapılmaktadır. İçsel ihbar kanalını seçen ihbarcı, sorunun içsel mekanizmalar ile çözülmesi için bir fırsat sunduğundan durumu örgüt içi bir kontrol mekanizmasına

çevirmektedir. Dışsal ihbarcılıkta ise, örgüt dışında yanlılığı düzelterek yetkiye ve güce sahip olduğu düşünülen yetkili kurumlara bildirilmektedir. Bu kanallar da medya, siyasi partiler, sendikalar ve denetleyici kurumlar gibi örgüt dışı organizasyon yetkilileridir (Baltacı ve Balcı, 2017; Çetinel ve Taslak, 2017; Park vd., 2008).

**Şekil 1. İhbar Tipolojisi**



Kaynak: Park vd. 2008: 930

Gao, Greenberg ve Wong-On-Wing (2014) tarafından yapılan bir araştırmanın sonuçlarına göre, örgüt alt kademe çalışanlarının ihbarcılık niyetleri dışsal bildirim ve içsel bildirim kanalları bakımından karşılaştırıldığında dışsal ihbar niyetinin daha yüksek olduğu görülmektedir.

## 2.2. Nesiller ve Özellikleri

Nesil kavramı, en sade şekliyle “ortak alışkanlıklar ve ortak kültürü paylaşan insan topluluğu” şeklinde tanımlanabilmektedir (Sarioğlu ve Özgen, 2018). Türk Dil Kurumu’nun yaptığı tanıma göre ise kuşak veya nesil; yaklaşık olarak aynı yıllarda doğmuş, aynı çağın koşullarını, böylelikle de benzer zorlukları yaşamış, benzer sorumlulukları olmuş kişiler topluluğudur ([www.tdk.gov.tr](http://www.tdk.gov.tr)). Aynı tarihsel zaman aralığında doğan, ekonomik ve sosyal hareketlerden oluşmuş zaman aralıklarına ya da belli bir sosyal gruba mensup olanlar için yapılan tanımlamalara da nesil denilmektedir (Adıgüzel, Batur ve Ekşili, 2014).

Nesiller, dönemsel olarak birtakım özellikleri de üstlerinde taşımaktadırlar. Günümüzde X neslinin yavaş yavaş iş hayatından çekildiği, Z neslinin ise yavaş yavaş dâhil olmaya başladığı görülmektedir. Bu bakımdan, farklı nesillerin iş hayatındaki birtakım konulara yönelik algılarını inceleyen çalışmalar gerek literatür gerekse uygulama açısından önem arz etmektedir. Adıgüzel vd. (2014)’e göre, bir kişinin doğduğu yıl o kişinin herhangi bir işi yapıp yapmamasında, algı ve uygulama farklılıklarında önemli bir etkidir ve her birinin karakteristik özellikleri vardır. Kuran (2013)’ın belirttiği gibi Türkiye’deki nesillerin karakteristik özelliklerini aşağıda yer alan Tablo 1’de görmek mümkündür.

**Tablo 1. Türkiye’deki Nesillerin Karakteristik Özellikleri**

Nesiller	Karakteristik Özellikler
<b>Sessiz Nesil</b> (1927-1945)	Türkiye’nin %7’si Tanımlayıcı sıfat: uyumlu
<b>Bebek Patlaması</b> (1946-1964)	Türkiye’nin %19’u Tanımlayan sıfat: kuralcı
<b>X Nesli</b> (1965-1979)	Türkiye’nin %22’si Tanımlayıcı sıfat: rekabetçi
<b>Y Nesli</b> (1980-1999)	Türkiye’nin %35’i Tanımlayıcı sıfat: yaratıcı
<b>Z Nesli</b> (2000 - )	Türkiye’nin %17’si Tanımlayıcı sıfat: derin duygusal

Kaynak: Kuran, 2013.

Taş, Demirdöğmez ve Küçükoğlu (2017)’nin çalışmasında da nesilere ait özellikler Tablo 2’deki şekilde belirtilmiştir.

**Tablo 2. X, Y ve Z Neslinin Özellikleri ve Değerleri**

Nesiller	X	Y	Z
<b>Özellikleri ve Değerleri</b>	- Sadakat duyguları değişken	-Sadakat duyguları az	-İşbirlikçi
	- Otoriteye saygılı	-Otoriteyi zor kabullenen	-Yaratıcı
	- Topluma duyarlı	-Bağımsızlığın düşkün	-Teknoloji içine doğan
	- İş motivasyonları yüksek	-Çok sık iş değiştiren	
	- Kanaatkâr	-Bireyci	
	- Kaygılı	-Teknolojiyle büyüyen	
	- Teknolojiyle ilişkisi düşük		

Kaynak: Taş, Demirdöğmez ve Küçükoğlu, 2017.

Bekmezci (2017)’nin çalışmasında ise; *sessiz nesil*, Büyük Buhran (1929) ve İkinci Dünya Savaşı gibi büyük olaylardan etkilenmiş, işsizliği ve yokluğu görmüş olan bir nesil olarak tanımlanmış, *bebek patlaması nesli*; ortak görüşü, oy birliği ile yapılan işleri seven, otoriter yönetimi sevmeyen bir nesil olarak tanımlanmıştır. X neslinin kişilik özellikleri ise; genel olarak hırssız, sebepsiz şikâyet eden, sinik fakat yanı sıra pozitif kişilikler şeklinde tanımlanabilmektedir (Turak Kaplan ve Çarıkçı, 2018). Brillet, Hulin, Leroy ve Bourliataux-Lajoinie (2011)’in çalışmasında belirttiği gibi, Y nesli de temel olarak yeni iletişim teknolojileri ile temas halinde doğmuştur ve iş hayatında ilginç, gelişen, biçimlendirici bir iş isterken, rutini, can sıkıntısını ve kısıtlamaları reddetmektedirler. Özer, Eriş ve Timurcanday Özden (2013) yaptığı araştırmada Y neslinin kendisinden önce gelen kuşaklara kıyasla dürüstlük konusunda geride kaldığı sonucuna ulaşmışlardır. Taş vd. (2017)’nin çalışmasında belirtildiği şekliyle de Z neslinin bilgiye ulaşma kapasiteleri teknoloji sayesinde çok daha yüksektir, X ve Y nesline nazaran bireycilikleri daha yüksektir, sosyalleşmeleri sosyal medya

üzerindedir ve Z neslini diğer nesillerden ayıran en temel farklardan birisi değişimin çok hızlı ve kırılmalar şeklinde yaşandığı bir dönemde dünyaya gelmiş olmalarıdır.

Nesillerin kendilerine has özellikleri olduğundan, ihbar eylemini yapan kişilerin mensup oldukları nesilden kaynaklı özellikleri de ihbar etme eylemi algılarında belirleyici olabilmektedir (Dyck vd., 2010).

### **3. YÖNTEM**

#### **3.1. Veri Toplama Aracı**

Araştırmada öncelikle meşru ihbarcılık konusu ile ilgili literatür taraması yapılmış olup kavramın gelişimine ve bileşenlerine değinilmiştir. Çalışmada veri toplama aracı olarak Park vd. (2008) tarafından geliştirilen ‘Meşru İhbarcılık Davranışı’ ölçeği kullanılmıştır. Meşru ihbarcılığı ölçen 14 ifadeden oluşan ölçek, 6 alt boyuta dayanmaktadır. Bunlar; işletme içi ihbar, işletme dışı ihbar, açık kimlikle ihbar, gizli kimlikle ihbar, resmi yollarla ihbar, gayri resmi yollarla ihbar alt boyutlarıdır. Katılımcılar, ifadeleri 5’li Likert tipinde değerlendirmişlerdir. Ölçekte yer alan ifadeler, 1: Kesinlikle katılmıyorum, 2: Katılmıyorum, 3: Kararsızım, 4: Katılıyorum ve 5: Kesinlikle katılıyorum şeklinde kodlanmıştır. Çalışmada kullanılan ölçme aracının ikinci bölümünde ise katılımcıların demografik bilgileri ile ilgili 5 ifade yer almaktadır. Toplam 19 önermeden oluşan ölçeğin güvenilirliğini ölçmek amacıyla Cronbach Alpha değeri hesaplanmıştır. Söz konusu güvenilirlik ölçütü olan 0,50 ile 0,90 aralığında bir değer olduğundan güvenilir olduğu söylenebilmektedir (Büyüköztürk, 2007).

#### **3.2. Araştırmanın Evren ve Örneklemi**

Araştırmanın evrenini Manavgat’ta bulunan 5 yıldızlı konaklama işletmesi işgörenleri oluşturmaktadır. Veriler kolayda örnekleme yöntemi ile araştırmaya katılan işletmelerin çalışanlarından toplanmıştır. Anket formlarının düzenlenmesi sonucunda eksik veri sebebiyle elenen anketler çıkarılmış ve 328 katılımcının cevapları değerlendirmeye alınmıştır.

#### **3.3. Verilerin Toplanması ve Analizi**

Elde edilen verilerin geçerlilik analizleri ve güvenilirlik analizleri sosyal bilimlerde kullanılan istatistik paket programı ile gerçekleştirilmiştir. İstatistik paket programı yardımıyla araştırmaya dâhil olan otel çalışanlarının demografik özelliklerine ilişkin frekans ve yüzde analizleri yapılmış, meşru ihbarcılık davranışı ölçeğinin güvenilirlik katsayıları hesaplanmış ve açıklayıcı faktör analizi gerçekleştirilmiştir. Ayrıca gruplar arası farklılıkların tespiti için One Way Anova (tek yönlü varyans analizi) testi kullanılmıştır.

### 3.4. Ölçeğin Güvenirliği

Ankete konu olan ifadelerin güvenirligini test etmek amacıyla Cronbach's Alpha değerleri hesaplanmıştır. Tablo 3'de görülebileceği üzere meşru ihbarcılık davranışı ölçeğinin (Cronbach's Alpha: 0,851) güvenilir olduğu sonucuna ulaşılmıştır

**Tablo 3. Ölçeğin Güvenirlik Analiz Sonuçları**

Yapılar	Cronbach $\alpha$ Katsayısı
Meşru İhbarcılık Davranışı	0,851
* İşletme İçi İhbar	0,852
* İşletme Dışı İhbar	0,884
* Açık Kimlikle İhbar	0,816
* Gizli Kimlikle İhbar	0,851
* Resmi Yollarla İhbar	0,774
* Gayri Resmi Yollarla İhbar	0,870

Tablo 3'deki sonuçlar ölçeğin 'yüksek düzeyde' güvenilir olduğuna işaret etmektedir.

## 4. BULGULAR

Katılımcıların demografik özelliklerine ilişkin sonuçlar Tablo 4'de sunulmuştur.

**Tablo 4. Katılımcıların Demografik Özellikleri**

Cinsiyet	F	%	İşletmedeki Pozisyonu	f	%
<i>Kadın</i>	130	39,6	<i>Eleman</i>	219	66,8
<i>Erkek</i>	198	60,4	<i>Alt Düzey Yönetici</i>	74	22,6
			<i>Orta ve Üst Düzey Yönetici</i>	35	10,6
Doğum Yılı	F	%			
<i>1965 -1979</i>	105	32,0			
<i>1980- 1999</i>	182	55,5			
<i>2000 ve sonrası</i>	41	12,5			
Eğitim Durumu	f	%	Staj Durumu	f	%
<i>İlköğretim</i>	66	20,1	<i>Yaptı</i>	122	37,2
<i>Lise</i>	115	35,1	<i>Yapmadı</i>	206	62,8
<i>Ön Lisans</i>	63	19,2			
<i>Lisans</i>	71	21,6			
<i>Lisansüstü</i>	13	4,0			

Tablo 4 incelendiğinde, katılımcıların %39,6'sının kadın ve 60,4'nün erkek olduğu tespit edilmiştir. Bu bağlamda erkeklerin yüzdece fazla olduğu görülmektedir. Eğitim düzeylerine bakıldığında ise, en az lise mezunu olan katılımcıların tüm örneklemin %35,1'ini oluşturduğu görülmektedir. Bununla beraber ilköğretim düzeyinde de %20,1'lik bir toplanma olduğu söylenebilmektedir. Katılımcıların işletmedeki pozisyonlarına bakıldığında, %66,8 oranıyla en fazla eleman statüsünde cevaplayıcının olduğu görülmektedir. Katılımcı grubuna staj durumu açısından bakıldığında, %62,8'lik bir kısmın turizm sektöründe staj geğmişinin



olmadığı sonucuna ulaşılmıştır. Nesiller arası farklılıkların tespiti için doğum yılı aralığı temel alınarak sorulan yaş faktörü dağılımına bakıldığında ise, cevaplayıcıların %55,5'inin 1980-1999 yılları arasında doğan Y nesli grubuna dâhil olduğu görülmektedir.

Ölçeğin yapı geçerliliğini belirlemek amacıyla Varimax döndürme yöntemi kullanılarak faktör analizleri yapılmıştır. Veri setlerinin faktör analizine uygun olup olmadığını test etmek için Kaiser Meyer Olkin (KMO) Testi ve Bartlett Sınaması gerçekleştirilmiştir. Kaiser, elde edilen değerlerin 1'e yaklaştıkça mükemmel, 0,50'nin altında ise kabul edilemez ("0,50-0,70 arası=orta düzey", "0,70-0,80 arası=iyi", "0,80-0,90 arası=çok iyi" ve "0,90 ve üzeri=mükemmel") olduğunu belirtmiştir (akt., Tavşancıl, 2006). Yapılan analiz sonucunda KMO değeri 0,50'den fazla ve Bartlett değeri de 0,05 önem derecesinde anlamlı bulunmuştur. Bu sonuçlar ışığında, değişkenler arasında yeterli korelasyonlar mevcuttur, başka bir ifadeyle veri seti faktör analizi için uygundur (Kalaycı, 2009).

Meşru İhbarcılık Davranışı Ölçeğine ilişkin uygulanan faktör analizi sonucunda altı faktör elde edilmiştir. İfadelerin bir faktördeki yük değerlerinin en az 0,50 olmasına ve binişik faktör olmamasına dikkat edilmiştir. Bu faktörler, kendilerine dâhil olan ifadeleri yansıtır şekilde adlandırılmışlardır. Buna göre, Meşru İhbarcılık Davranışı boyutları 'İşletme İçi İhbar', 'İşletme Dışı İhbar', 'Açık Kimlikle İhbar', 'Gizli Kimlikle İhbar', 'Resmi Yollarla İhbar' ve 'Gayri Resmi Yollarla İhbar' şeklinde ifade edilecektir. Analiz sonucunda ölçeğin açıklanan toplam varyansının %84 olduğu görülmektedir. Ölçeğe ilişkin analiz sonuçları Tablo 5'de görülmektedir.

**Tablo 5. Meşru İhbarcılık Davranışı Ölçeği Faktör Analizi**

Meşru İhbarcılık Davranışı	Faktörler					
	İşletme İçi İhbar	İşletme Dışı İhbar	Açık Kimlikle İhbar	Gizli Kimlikle İhbar	Resmi Yollarla İhbar	Gayri resmi Yollarla İhbar
Yapılan bir yanlış, işyerindeki ilgili kişilere bildiririm.	,859					
Üst yönetimin durumdan haberdar olmasını sağlarım.	,822					
Yanlış amirime rapor ederim.	,862					
Yapılan yanlış, işyeri dışındaki ilgili makamlara bildiririm.		,845				
Yaşanan durum hakkında işletme dışı kurumlara bilgi veririm.		,852				
Kamuoyunu yaşanan bu konu hakkında bilgilendiririm.		,812				
Yanlışlığı gerçek adımları kullanarak rapor ederim.			,804			
Yanlışlığı hakkımda detaylı bilgi vererek bildiririm.			,878			
Yanlışlığı takma isim kullanarak				,821		

bildiririm.		
Yanlışlığı bildiririm ancak hakkımda herhangi bir bilgi vermem.		,878
Konuyu rapor etmek için resmi kanalları kullanırım.		,881
Hali hazırda yürürlükte olan prosedürler yoluyla raporlarım.		,760
Yanlışlığı düzeltecek olan yakın arkadaşlarıma gayri resmi yollardan bildiririm.		,869
Yanlışlığı düzeltmekten sorumlu olan güvendiğim birine gayri resmi olarak bildiririm.		,881
<b>Açıklanan Toplam</b>	84,060	
<b>Varyans:</b>		
<b>KMO Değeri:</b>	0,796	<b>Sig:</b> 0,000

Araştırmada kullanılan ölçekleri oluşturan verilerin normallik dağılımına uyup uymadığını test etmek üzere normallik testi yapılmıştır. Sosyal bilimlerde en çok kullanılan yöntem olan çarpıklık (Skewness) ve basıklık (Kurtosis) değerleri incelenmiştir. Ölçek tüm boyutlarıyla teste tabi tutulmuş, normal dağılımın göstergesi olan Skewness ve Kurtosis değerlerinin -1,5 ile +1,5 aralığında olduğu tespit edilmiştir (Tabachnick ve Fidell, 2003). Bu sonuca göre verilerin normal dağıldığını söylemek mümkün olacaktır. Normal dağılıma istinaden hipotezlerin test edilmesi aşamasında parametrik testlerden faydalanılmıştır. Nesiller ile meşru ihbarcılık alt faktörleri arasında anlamlı farklılık olup olmadığını test etmek amacıyla yapılan ANOVA testinin sonuçları Tablo 6’da görülmektedir.

**Tablo 6. Meşru İhbarcılık Davranışı ve Nesil Farklılığına İlişkin ANOVA Testi Sonuçları**

	Kuşaklar	N	A.O.	SS.	S.H.	F	P
<b>İşletme İçi İhbar</b>	X	105	4,06	0,932	0,09	8,926	0,000*
	Y	182	4,06	0,945	0,07		
	Z	41	3,35	1,336	0,20		
	<b>TOPLAM</b>	328	3,97	1,021	0,05		
<b>İşletme Dışı İhbar</b>	X	105	2,31	1,24	0,12	1,618	0,200
	Y	182	2,54	1,13	0,08		
	Z	41	2,62	1,37	0,21		
	<b>TOPLAM</b>	328	2,48	1,20	0,06		
<b>Açık Kimlikle İhbar</b>	X	105	3,66	1,17	0,11	3,428	0,034*
	Y	182	3,41	1,19	0,08		
	Z	41	3,09	1,32	0,20		
	<b>TOPLAM</b>	328	3,45	1,20	0,66		
<b>Gizli Kimlikle İhbar</b>	X	105	2,27	1,10	0,11	4,743	0,009*
	Y	182	2,54	1,20	0,09		
	Z	41	2,94	1,40	0,22		
	<b>TOPLAM</b>	328	2,50	1,21	0,58		
<b>Resmi Yollarla İhbar</b>	X	105	3,27	1,08	0,10	0,540	0,583
	Y	182	3,37	1,09	0,08		
	Z	41	3,19	1,32	0,20		
	<b>TOPLAM</b>	328	3,31	1,11	0,06		
<b>Gayri Resmi Yollarla İhbar</b>	X	105	2,40	1,26	0,12	3,622	0,028*
	Y	182	2,78	1,27	0,09		
	Z	41	2,90	1,27	0,20		
	<b>TOPLAM</b>	328	2,67	1,28	0,07		

\*p<0,05

Analiz sonucunda, meşru ihbarcılık alt faktörlerinden “işletme içi ihbar, açık kimlikle ihbar, gizli kimlikle ihbar ve gayri resmi yollarla ihbar” alt faktörleri ile nesiller arasında anlamlı ( $p<0,05$ ) farklılık bulunurken, diğer alt faktörler arasında anlamlı bir fark bulunamamıştır.

Meşru ihbarcılık alt faktörleri ile çalışanların işletmedeki pozisyonları arasındaki anlamlı fark olup olmaması durumuna bakıldığında (Tablo 7), çalışanların pozisyonları ile tüm alt faktörler arasında anlamlı farklılık bulunduğu tespit edilmiştir.

**Tablo 7. Meşru İhbarcılık Davranışı ve Çalışanların İşletmedeki Pozisyonlarına İlişkin ANOVA Testi Sonuçları**

		İşletmedeki Pozisyon	N	A.O.	S.S.	S.H	F	P
İşletme İçi İhbar	Eleman	219	3,82	1,04	0,07	8,641	0,000*	
	Alt Düzey Yönetici	74	4,19	1,03	0,12			
	Orta ve Üst Düzey Yönetici	35	4,47	0,54	0,09			
	TOPLAM	328	3,97	1,02	0,05			
İşletme Dışı İhbar	Eleman	219	2,67	1,18	0,07	8,831	0,000*	
	Alt Düzey Yönetici	74	2,08	1,26	0,15			
	Orta ve Üst Düzey Yönetici	35	2,10	0,95	0,16			
	TOPLAM	328	2,47	1,20	0,06			
Açık Kimlikle İhbar	Eleman	219	3,33	1,20	0,08	3,271	0,041*	
	Alt Düzey Yönetici	74	3,70	1,22	0,14			
	Orta ve Üst Düzey Yönetici	35	3,64	1,14	0,19			
	TOPLAM	328	3,45	1,21	0,06			
Gizli Kimlikle İhbar	Eleman	219	2,66	1,20	0,08	6,081	0,003*	
	Alt Düzey Yönetici	74	2,20	1,19	0,14			
	Orta ve Üst Düzey Yönetici	35	2,11	1,14	0,19			
	TOPLAM	328	2,50	1,21	0,06			
Resmi Yollarla İhbar	Eleman	219	3,21	1,10	0,74	6,316	0,002*	
	Alt Düzey Yönetici	74	3,71	1,07	0,12			
	Orta ve Üst Düzey Yönetici	35	3,11	1,13	0,19			
	TOPLAM	328	3,31	1,11	0,06			
Gayri Resmi Yollarla İhbar	Eleman	219	2,82	1,26	0,08	4,984	0,007*	
	Alt Düzey Yönetici	74	2,33	1,27	0,15			
	Orta ve Üst Düzey Yönetici	35	2,41	1,27	0,21			
	TOPLAM	328	2,67	1,28	0,07			

\* $p<0,05$

## 5. TARTIŞMA, SONUÇ VE ÖNERİLER

Meşru ihbarcılık alt faktörlerinden işletme içi ihbar konusunda X ve Y nesli katılımcılarının, işletme içinde yaşanan olumsuz durumların daha ziyade işletme içi ilgili birimlere ve amirlere bildirilmesi konusunda görüş birliği sağladığı görülmektedir. Park vd. (2008) de Güney Kore, Türkiye ve Birleşik Krallıklar üzerinde yaptıkları araştırmada, işletme içi ihbarın dış ihbara göre daha fazla tercih edildiği sonucuna ulaşmışlardır. Z nesli katılımcılar ise, konuyu işletme dışı yetkili kurumlara bildirmekten yana görüş belirtmişlerdir. Olumsuz durumun ihbar edilmesi sırasında ihbarcının bu eylemi gerçekleştirirken gerçek

kimliğini kullanıp kullanmama durumuna bakıldığında, kimliğin belirtilmesi yönünde X neslinin daha olumlu görüş bildirdiği görülmektedir. Bu durumun, X neslinin diğer nesillere kıyasla kurallara daha sıkı uyan ve resmi yolları tercih eden bir nesil olmasından kaynaklandığı söylenebilir. Z nesli ise, ihbarın gizli kimlikle yapılmasını daha anlamlı bulmuştur. Meşru ihbarın, resmi ya da gayri resmi yollardan yapılması ile ilgili olarak resmi yollarla yapılması konusunda nesiller arasında anlamlı bir fark bulunamamışken, Z neslinin X ve Y nesline göre gayri resmi yollardan ihbar eyleminin gerçekleştirilmesini daha anlamlı bulduğu sonucuna ulaşılmıştır. Bunu da daha ziyade sosyalleşme aracı olarak kullandıkları sosyal medya üzerinden yapmayı tercih edecekleri düşünülmektedir.

Meşru ihbarcılık davranışı ile çalışanların işletmedeki pozisyonları arasındaki duruma bakıldığında, orta ve üst düzey yöneticiler ihbar eyleminin işletme içi kanallar kullanılarak yapılmasını daha anlamlı bulmuşlardır. Eleman pozisyonunda çalışanların ise, ihbar eylemini daha ziyade işletme dışı kanallara yapmayı desteklediği görülmektedir. Bu sonuç, Gao vd. (2014)'nin elde ettiği sonuçtan farklıdır. İlgili çalışmada, alt kademe çalışanların ihbarcılığı içsel yollardan yapmayı tercih ettikleri sonucuna ulaşılmıştır. Bu durum kültür farklılığından da kaynaklanabilmektedir. İhbar sürecinde kimliğin ifşa edilip edilmemesiyle ilgili olarak da eleman pozisyonunda çalışanların bu eylemi gizli kimlikle yapmayı daha anlamlı buldukları, alt, orta ve üst düzey yöneticilerin ise açık kimlik kullanılmasını daha anlamlı buldukları görülmüştür. Ayrıca, alt düzey yöneticiler, ihbar eyleminin daha ziyade resmi yollarla yapılması gerektiğini belirtmişlerdir.

Araştırma sonuçları ile literatüre ve sektöre katkı sağlanması amaçlanmıştır. Bu araştırmanın önemli teorik katkılarından biri, kullanılan meşru ihbarcılık davranışı ölçeğinin geçerliliğinin test edilmiş olmasıdır. Bunun yanında, nesiller arasındaki ihbarcılık davranış farklılıklarının tespiti ile gelecek çalışmalara yol gösterici bir katkı da sunulmaktadır.

Araştırma sonuçlarına istinaden konaklama işletmeleri yöneticilerine sunulabilecek öneriler aşağıda sıralanmıştır;

- Çalışanları doğru olan davranışa teşvik etmek için etik değerlerin öne çıkarıldığı eğitim programları uygulanmalıdır.
- Verilen eğitim programlarında ihbarcılık konusunda bilgilendirme yapılmalı, örgüt kültürünün bu bilince uygun hale getirilmesi amaçlanmalıdır.
- İnşa edilmeye çalışılan örgüt kültürü ve hayata geçirilecek etkili iletişim sistemleri ile ihbarcılığın düşmanlığa ve karşılık verme davranışına dönüşmesini engelleyecek önlemler alınmalıdır.

- Araştırma sonuçlarından hareketle, işletme içinde yapılacak tüm çalışmalar nesillere ve çalışılan pozisyonların farklılıklarına göre düzenlenmelidir.

Konaklama işletmelerinde işgören devir hızının fazla olması sebebiyle çalışan davranışlarının tespit edilmesi de zor olmaktadır. Araştırmaya katılanların demografik özellikleri dikkate alındığında içinde bulunduğumuz yıl itibarı ile konaklama işletmeleri çalışanlarının en fazla Y nesline mensup bireylerden oluştuğu tahmin edilmektedir (Göksel ve Güneş, 2017; Dursun ve Eriş, 2018). Gelecek yıllarda ise çalışanlar arasında sayıca üstünlük Z nesline geçecek ve sonraki dönemlerde yönetici kadrolarını Z nesline mensup bireyler dolduracaktır. Bu bağlamda, nesiller arası farklılıkların tespiti ile yöneticilerin, etik dışı hareket ve ihbarcılık davranışı ile karşılaştıklarında ne tür aksiyon alacakları konusunda sektöre fayda sağlanacağı düşünülmektedir.

Gelecekte yapılacak çalışmalarda örgütsel vatandaşlık, örgüt içi iletişim, örgütsel sessizlik gibi örgütsel davranış konularının da ele alınması meşru ihbarcılık kavramının daha iyi anlaşılmasını sağlayacaktır. Bununla beraber, konaklama işletmelerinde farklı kültürlere mensup çalışanların bulunduğu da göz önüne alınmalıdır. Gelecek çalışmalarda çalışanların kültürel farklılıklarına göre meşru ihbarcılık davranışlarının değerlendirilmesinin literatüre ve sektöre katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

Bu sonuçlar, konaklama sektöründe görev yapan kişilerin meşru ihbarcılık eylemi ile ilgili algılarını göz önüne sermektedir. Ancak, bu çalışma Manavgat Antalya bölgesindeki 5 yıldızlı otellerde görev yapan 328 kişi ile kısıtlıdır. Genelleme yapılabilmesi için bu konuda daha fazla çalışma yapılmasına ihtiyaç duyulmaktadır.

## **KAYNAKÇA**

- Adıgüzel, O., Batur, H.Z. ve Ekşili, N. (2014). Kuşakların Değişen Yüzü ve Y Kuşağı ile Ortaya Çıkan Yeni Çalışma Tarzı: Mobil Yakalılar. *Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 1(19), 165-182.
- Alper Ay, F. (2018). Adaletin Olmadığı Yerde Işık Çalamamak, Örgütsel Adaletin Whistleblowing (İfşa Etme) Niyeti Üzerine Etkisi. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 10(4), 246-266.
- Arslan, E.T. ve Kayalar, M. (2017). Kamu ve Özel Sektör Çalışanlarının İfşa (Whistleblowing) Niyeti: Karşılaştırmalı Bir Analiz. *KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 19(32), 15-26.

- Baltacı, A. ve Balcı, A. (2017). Reasons for Whistleblowing: A Qualitative Study. *Eğitim Bilimleri Araştırmaları Dergisi*, 7(1), 37-51.
- Baraz, A.B. ve Şivil, H. (2019). Turkish Students' Attitudes and Intentions Towards Whistleblowing. *Stratejik ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 3(1), 101-122.
- Bekmezci, M. (2017). Kuşakların Karşılaştırılması ve İş Dünyasında “Y” Kuşağına Kuramsal Bir Bakış. *İİSBF Sosyal Bilimler Dergisi*, 4(7), 101-111.
- Brillet, F., Hulin, A., Leroy, J. ve Bourliataux-Lajoinie, S. (2011). ‘E-Generation, What’s New?’. *Journal of Human Resources Management Research*, <http://www.ibimapublishing.com/journals/JHMR/jhmr.html> Article ID 784128, [11.01.2020].
- Büyüköztürk, Ş. (2007). *Sosyal Bilimler İçin Veri Analizi El Kitabı*. Ankara: Pegem Yayıncılık.
- Candan, H. ve Kaya, T. B. (2015). İhbarcılık (Whistleblowing) ve Algılanan Örgütsel Destek Arasındaki İlişkinin İncelenmesine Yönelik Bir Kamu Kurumunda Araştırma. *Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 5(2), 305-330.
- Cheng, X., Karim, K.E. ve Lin, K.J. (2015). A cross-cultural comparison of whistleblowing perceptions. *Int. J. Management and Decision Making*, 14(1), 15-31.
- Çetinel, M.H. ve Taslak, S. (2017). Çalışanların İhbarcılık (Whistleblowing) Eğilimi ile Örgütsel Adalet Algısı İlişkisinin Kavramsal Boyutu. *Ekonomi ve Yönetim Araştırmaları Dergisi*, 6(2): 78-97.
- Çetinel, M.H. ve Taslak, S. (2019). Çalışanların Kişilik Özellikleri ile İhbarcılık (Whistleblowing) Eğilimleri Arasındaki İlişki Üzerinde Örgütsel Adalet Algısının Aracılık Rolü. *International Journal of Academic Value Studies*, 5(1) (5th Year Special Issue), 46-72.
- Demirtaş, Ö. (2014). İşyerlerinde Olumsuz Durumları İfşa Etmenin Etik İklim Üzerindeki Etkisi: Yıldırma Algısının Moderatör Rolü. *İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi Dergisi*, 43(1), 136-156.
- Dursun, M. T. ve Eriş, E. D. (2018). Konaklama İşletmelerinde Kuşaklar Bağlamında İşveren Marka Algısı ile Çalışma Yaşam Kalitesi İlişkisi. *Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi SBE Dergisi*, 8(1), 160-179.
- Dyck, A., Morse, A. ve Zingales, L. (2010). Who Blows the Whistle on Corporate Fraud?. *The Journal of Finance*, 65(6), 2213–2253, doi: 10.1111/j.1540-6261.2010.01614.x.

- Gao, J., Greenberg, R. ve Wong-On-Wing, B. (2014). Whistleblowing Intentions of Lower-Level Employees: The Effect of Reporting Channel, by Standers, and Wrongdoer Power Status. *Journal of Business Ethics*, 126(1), 85-99.
- Göksel, A. ve Güneş, G. (2017). Kuşaklar Arası Farklılaşma: X ve Y Kuşaklarının Örgütsel Sessizlik Davranışı Bağlamında Analizi. *Gazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 19(3), 807-828.
- Kalaycı, Ş. (2009). *SPSS uygulamalı çok değişkenli istatistik teknikleri*. Ankara: Pegem Yayıncılık.
- Kuran, E. (2013). Yaşasın Y Kuşağı. (Aktaran: Baraz ve Şivil, 2019) <http://www.hurriyet.com.tr/yasasin-y-kusagi-23465715>, Erişim tarihi: 11.01.2020.
- Özer, P.S., Eriş, E.D. ve Timurcanday Özden, Ö.N. (2013). Kuşakların Farklılaşan İş Değerlerine İlişkin Emik Bir Araştırma. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 38, 123-142.
- Park, H., Blenkinsopp, J., Oktem, M.K. ve Ömürgönülşen, U. (2008). Cultural Orientation and Attitudes Toward Different Forms of Whistleblowing: A Comparison of South Korea, Turkey and The U.K. *Journal of Business Ethics*, 82, 929-939.
- Sarioğlu, E.B. ve Özgen, E. (2018). Z Kuşağının Sosyal Medya Kullanım Alışkanlıkları Üzerine Bir Çalışma. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 11(60), 1067-1081.
- Tabachnick, B. G. ve Fidell, L. S. (2013). *Using Multivariate Statistics*. Boston, Pearson.
- Taş, H.Y., Demirdöğmez, M. ve Küçükkoğlu, M. (2017). Geleceğimiz Olan Z Kuşağının Çalışma Hayatına Muhtemel Etkileri. *Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi*, 7(13), 1031-1048.
- Tavşancıl, E. (2006). *Tutumların ölçülmesi ve SPSS ile veri analizi*. Ankara: Nobel.
- Turan, B. ve İpçioğlu, İ. (2018). Planlı Davranış Teorisi ile Whistleblowing Niyetinin İncelenmesi: Sağlık Sektörü Çalışanları Üzerinde Bir Araştırma. *Uluslararası İktisadi ve İdari İncelemeler Dergisi*, 17. UİK Özel Sayısı: 147-166.
- Turak, K. B. ve Çarıkçı, İ. H. (2018). İş Dünyasında Jenerasyonlar: X, Y ve Z Jenerasyonları Üzerine Kavramsal Bir İnceleme. *Balkan ve Yakın Doğu Sosyal Bilimler Dergisi*, 4(1), 25-32.
- Uğur, S.S. ve Özdemir, L. (2019). Onlarda “Whistleblowing” Peki Ya Bizde? Kavramsal Bir Araştırma ve Bir Öneri. *Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 7(89), 71-79. <http://www.tdk.gov.tr> Erişim tarihi: 11.01.2020.